

2013/14 Autumn&Winter Bishu Material Exhibition

開催要項

- (1) 名 称 「2013/14 Autumn&Winter Bishu Material Exhibition」
(2013年～14年秋冬物)
- (2) 会 期 平成24年10月16日(火) 13:00-19:00
17日(水) 10:00-19:00
18日(木) 10:00-17:00
※1日目・2日目の終了時刻を1時間延長しました。
- (3) 会 場 青山ベルコモンズ 9F クレイドルホール
東京都港区北青山2丁目14-6
電話 03-3475-8121 (青山ベルコモンズ事務所)
03-3475-8191・8192 (展示会場直通)
- (4) 主 催 (財) 一宮地場産業ファッションデザインセンター (FDC)
- (5) 目 的

尾州地域は高品質な織物の産地であり、毛織物製造事業者の集積地域である。

しかし、近年輸入品の増加等により産地の力が急激に低下している。こうした中、安易な価格競争から脱却し、尾州産地の特長を生かした高付加価値のものづくりを一層推進していくことが求められている。従来からの海外市場への尾州テキスタイルの周知、販売促進に加え、国内市場において、尾州産地の力を結集して付加価値が高く魅力的なものづくりを行い、販路開拓をしていくことが必要である。本展示会は、「オール尾州」で結束したプロジェクトチームで尾州産地展として開催するものである。

トレンドコンセプトを共有した出展企業が、消費者のニーズに沿ったクオリティの高いものづくりによって開発した素材を広く発信することで、新規顧客の掘り起こしを図るとともに既存顧客との関係がより強固なものとなるよう期待される。併せて、尾州産地全体をアピールし、産地イメージの高揚に努め、出展企業だけでなく産地全体として更なる顧客獲得を目指していく。

(6) 事業内容

展示会場では、中央部分にインデックスコーナー、その周囲に各出展企業小間ブースを設置する。

展示会場の中心に位置するインデックスコーナーでは、出展企業が共有するネリーロディ社のトレンドコンセプトを基に開発したテキスタイルに加え、その一部をガーメント化した製品を展示することで、アパレル・小売等にメイドイン尾州を直接アピールしていく。

一方、インデックスコーナーに隣接する各出展企業のブースにおいては、各企業独自の展示商談会を実施する。

- (7) 出展企業 16社
- (8) 入 場 料 無 料
- (9) 問い合わせ先 (財) 一宮地場産業ファッションデザインセンター
一宮市大和町馬引字南正亀4-1

TEL: 0586-46-1361 FAX: 0586-44-7455



Bishu Material Exhibition

NEWS No.1 平成24年10月10日

青山ベルコモンズで開催

(財)一宮地場産業ファッションデザインセンター(以下「FDC」)は10月16日から18日までの3日間、「2013/14Autumn&Winter Bishu Material Exhibition」を東京都港区北青山の青山ベルコモンズで開催する。この展示会には尾州産地のテキスタイルメーカー16社が参加、同シーズンの新作1,905点を展示して商談を行う。また会場ではFDCが提携しているパリの情報発信会社ネリーロディ社のトレンド情報に基づいて尾州各社が制作した約180点を4テーマに区分けして、インデックスコーナーとして展示し、トレンドを発信する。

同シーズンをめぐるテキスタイル環境は長引く衣料消費の低迷と高水準のアパレル輸入、加えて尾州産地の中核素材である毛織物の原料である羊毛価格の低下など厳しいものがある。

これを反映して出展15社(1社未回答)の同シーズン販売計画は平均で12/13秋冬比較3%増と極めて低く抑えられている。

「来秋冬はウールの値段が下がり、販売しやすい」と10%増を計画する企業がある反面、「原料安で、販売単価がダウンする」として5%減を計画するということもある。最大の販売計画は同20%増であるか、これは「あくまでも希望」数値であり、全体としては厳しい商戦を予想している。

このほかプラス計画を打ち出している出展各社の理由は「各アイテムの強化と存在感の確立」(10%増)、「昨年よりツイードに期待」(10%増)などであり、逆に「横ばい」「マイナス」と回答した出展各社の理由は「問屋の中国仕入れが増えた(国内仕入れの減少)」(15%減)、「市況低迷」「現状維持でも相当厳しい」(横ばい)というものだ

った。

出展16社の総出品数は1,905点、1社平均約120点だが、出展商品は各社が得意の分野に絞り込んでいるのが特徴で、例えば「イギリス、スペイン、フランスの各ウールを使った織物を提案」「原料、トップミックスなど原糸にこだわり、尾州のクオリティを迫及した」「意匠性のある先染めから風合いにこだわった後染めまで織物、ニットで展開」「ヘヴィーからライトまでのリバーシブル」「原料から吟味したブレンドによる素材感とブレンドで生み出された機能性」などその一例だ。

また「吸湿発熱」「ウオッシュャブル」など機能素材や長繊維やキュプラ使いなども出品されるが、テクスチャーとしてはファンシーツイードやジャカードが目立っている。

今回の展示会に対して出展各社は「新規の顧客を獲得したい」「川下の評価を受けるなど情報収集したい」など期待を寄せている。この記事に関するお問い合わせはFDCまで。(0586-46-1361)

No.	企業名	主力素材	PR
1	(株)イチテキ	SPANISH WOOL	イギリス・スペイン・フランスの WOOL を使った織物を提案します。
		BRITISH WOOL	
		CUPRO WOOL	
2	岩田健毛織(株)	ニット・ラッセル・撚み織・ジャカードのクオリティ	原料・TOPMix等原系にこだわり、Bishuのものづくり、付加価値クオリティの追求。
		後加工・機能素材の提案	
		TOPカラー・メランジ表現のバリエーション	
3	(株)ソトージェイテック	キュプラ混ジャージー	意匠性のある先染めから風合いにこだわった後染めまで、布帛、ニットで商品展開しています。
		先染めジャカードニット	
		アルパカ混ファンシーツイード	
4	長大(株)	ヘヴィーからライトまでリバーシブルシリーズ	アウター素材を中心にバリエーションに富んだ商品を提案します。
		PEからスーパー原料までニットシリーズ	
		ジャカード、ドビー、メルトン、起毛等コートシリーズ	
5	時田毛織(株)	スーパー120 シルクブレンド	原料より吟味されたブレンドによる素材感とブレンドにより生み出された機能
		ウールシルクポリステル トリプルブレンド ウォッシュャブル	
		スーパー110マイクロポリエステルブレンド ウォッシュャブル	
6	中伝毛織(株)	長繊維と短繊維の複合素材	合繊ファイバー・紡績との取り組み
		吸湿発熱素材で“アキューモ”キュプラ/アクリル	
		キュプラ素材の複合	
7	日本エース(株)	ウール素材	2013/14 秋冬シーズンの素材感として、コンパクトでコシのあるタイプとソフトでしなやかさのあるタイプを、どちらもウール、もしくは獣毛混での素材で表現しました。またコートアイテムにはクラシカルな表現を二重織(ダブルフェイス)縮絨等で表現しました。
		獣毛混素材	
		ブークレ・スラブ・ネップ(意匠系)素材	
8	林実業(株)	崇高性のある軽いカラミ素材	様々な組織のカラミ織やトリスピンループやスラブを使ったふくらみのある軽いツイードを提案します。
		ファンシーツイード	
		特殊な意匠系使いのツイード	
9	(株)ヒラノ	カラーTOPブークレー	カラーTOPブークレー、細番紡毛TOPを軸に織物・ニットの展開。
		カシミア混細番紡毛TOP系	
10	ファインテキスタイル(株)	先染め柄物	表情感のある、手触りの良い素材を目指し、素材開発をしております。他社にはない素材をカラーリスクしておりますので、ご期待下さい。
		二重織、編み	
11	みづほ興業(株)	ハリスツイード	天然素材を中心とした他産地とのコラボ商品。自社の特殊加工をすることにより軽く、柔らかい商品に仕上げました。
		Wロービングのラッセル	
		W/Ap のシャギー素材	
12	宮田毛織工業(株)	ウール100%、ウール混のアウター素材	原料からのオリジナル企画や、丸編機168台保有による生産力において、天然素材から、合成繊維まで幅広く秋冬物を提案します。
		ウール100%、アクリル/ウールのオリジナルカラーTOP展開	
		コンピュータージャカード	

13	虫文毛織(株)	フリクション空スラブ糸	先染の複合素材、織物、ニット、ラッセル後加工まで幅広く素材のバリエーションを持っています。
		インレーニット	
		複合素材	
14	森織物(資)	アストラカンルーブツイード	ふんわりふっくら軽く感じる商品と、コンパクトな二重織素材を中心に展示します。
		コンパクト二重織り	
		ユーズド風英国羊毛ツイード	
15	(株)モーリタン	ペルー超長綿コンパクトヤーン素材	2013/14の秋冬は、天然繊維が主になります。綿の他、再生セルロース繊維のテンセルは、環境保護の面からもオススメです。
		テンセルガーゼベア天(無地染とプリント見本あり)	
		ローゲージもの	
16	渡六毛織(株)	ファンシーツイード	ファンシーツイードや、経キュプラを使ったユニークなオリジナル商品を提案します。
		経キュプラツイード	
		シルク/ウール	



Bishu Material Exhibition

NEWS No.2 平成24年10月16日

シーズン 2013/14 秋冬
会期 平成24年10月
16日(13:00-19:00)、17日(10:00-19:00)、18日(10:00-17:00)
会場 青山ベルコモンズ9Fクレイドルホール

(財)一宮地場産業ファッションデザインセンターが主催する「Bishu Material Exhibition」の結果をお知らせします。

【初日】

○ 来場者数

業種	アパレル	小売	商社・問屋	その他	合計
初日	69	27	95	52	243
2日目					
3日目					
合計	69	27	95	52	243
割合	28.4%	11.1%	39.1%	21.4%	100.0%

(参考:前年同シーズン)

業種	アパレル	小売	商社・問屋	その他	合計
初日	117	24	144	43	328
2日目	155	22	220	80	477
3日目	179	18	198	79	474
合計	451	64	562	202	1,279
割合	35.3%	5.0%	43.9%	15.8%	100.0%

○ 主な来場者

アバハウスインターナショナル(株)、イギン(株)、イトキン(株)、(株)インヴィテーション、(株)エイネット、(株)コスギ、(株)コム デ ギャルソン、(株)東京ソワール、マツオインターナショナル(株)、(株)ユナイテッドアローズ、(株)ラピーヌ
(株)アングローバル、(株)セシル、(株)そごう・西武、(株)東急百貨店、(株)東武百貨店、(株)三越伊勢丹ホールディングス、(株)阪急阪神百貨店
経済産業省繊維課

○ 主な来場者のコメント

<エイ・ネット(オープンから17時まで滞在)>

「パリコレクション(ツモリチサト)の商品から量産まで、ほとんどのブースを見て回った。何社かは以前からビジネスをさせてもらっている。」

<松屋 幹部>

「国際競争力において、円高は問題だが、海外との差別化を図れば、日本は生き残っていける。素材メーカーは手間のかかる素材を作っていくべきで、アパレルはそうした良い素材を使ってコストを下げる努力をすべきだ。」

<経済産業省製造産業局繊維課職員>

「場所も変わって、便利になった。来場者の中には百貨店もあり、川下の人にダイレクトに現状を知っていただく良い機会だ。これも継続された成果である、続けて産地躍進に繋げてほしい。」

○ 来場者向けアンケート結果

<来場目的>

トレンド把握	59.6%
商談	34.6%
その他	5.8%
合計	100.0%

<尾州産地展への来場回数>

初めて	23.4%
2-5回目	38.9%
6-10回目	23.3%
11回以上	14.4%
合計	100.0%

<関心素材>

あった	90.9%
なかった	9.1%
合計	100.0%

<尾州産地に求めるもの>

新商品開発	35.0%
マーケット情報に基づくものづくり	9.8%
コストの節減	9.8%
生産サイクルの短縮	5.5%
後継者の育成	6.0%
春夏物の拡充	4.4%
尾州らしさ(意匠力)の追求	29.5%
その他	0.0%
合計	100.0%

【主なその他意見】

在庫や現物対応可能なモノを増やしてほしい。
 思ったよりも良いものがあった。
 もう少しカジュアルなものが見たかった。
 コンセプトカラーがきれいで良かった。
 インデックスから各素材メーカーさんへ行く経路がわかりにくい。

<来場契機>

FDCのDM	29.9%
出展企業のDM	45.6%
新聞記事	5.6%
新聞広告	0.0%
ホームページ	0.0%
SNS	0.0%
その他	18.9%
合計	100.0%

<商談>

あった	54.5%
なかった	45.5%
合計	100.0%

<サンプル請求>

会場で請求した	45.8%
後から請求する	33.7%
しない	20.5%
合計	100.0%



初日の会場の様子

<本資料のお問い合わせ、写真の希望は>
 (財)一宮地場産業ファッションデザインセンター
 電話：0586-46-1361



Bishu Material Exhibition

NEWS No.3 平成24年10月17日

シーズン 2013/14 秋冬
会期 平成24年10月
16日(13:00-19:00)、17日(10:00-19:00)、18日(10:00-17:00)
会場 青山ベルコモンズ 9Fクレイドルホール

(財)一宮地場産業ファッションデザインセンターが主催する「Bishu Material Exhibition」の結果をお知らせします。

【2日目】

○ 来場者数

業種	アパレル	小売	商社・問屋	その他	合計
初日	69	27	95	52	243
2日目	163	13	229	80	485
3日目					
合計	232	40	324	132	728
割合	31.9%	5.5%	44.5%	18.1%	100.0%

(参考:前年同シーズン)

業種	アパレル	小売	商社・問屋	その他	合計
初日	117	24	144	43	328
2日目	155	22	220	80	477
3日目	179	18	198	79	474
合計	451	64	562	202	1,279
割合	35.3%	5.0%	43.9%	15.8%	100.0%

○ 主な来場者

アイア(株)、(株)アバハウスインターナショナル、(株)イツセイミヤケ、イツツインターナショナル(株)、(株)イトキン、(株)インヴィテーション、(株)エイネット、(株)オンワード樫山、(株)キング、(株)クロスプラス、(株)サンエーインターナショナル、(株)三陽商会、(株)ジャパンスコープ、ジュンコシマダジャパン(株)、(株)ダイドーリミテッド、ダナキャランジャパン(株)、タルボットジャパン(株)、(株)東京スタイル、(株)トウモロランド、(株)トリキ、(株)ノーリーズ、ヒロココシノインターナショナル(株)、(株)ファイブフォックス、(株)フランドル、(株)ペイクルーズ、(株)マツオインターナショナル、(株)メルローズ、(株)ユナイテッドアローズ、(株)ルック、(株)レナウン、(株)ワールド
宇部井筒屋、(株)エマルシェ、(株)高島屋、(株)東武百貨店

○ 主な来場者のコメント

＜ササキセルム 佐々木代表取締役社長＞

「我が社は特にボトム素材で尾州企業と深い取り組みをしているが、エージングや整理工程でも2工程ほどプラスさせている。中国など海外とは生産設備(機械)は一緒だが、尾州にはアーカイブがある。コピー時代の今日、簡単にはコピーできない物作りが肝要だ。その基本となるものがこれまで尾州で蓄積してきたものだ。」

＜日本綿業振興会 柳原ファッションデレクター＞

「次シーズンの主力はジャカードと想っていたが、BMEに来たことで、ツイードも引き続きトレンドであると確認できた。」

＜IWSノミニー・コンパニー・リミテッド 井上日本支社長＞

「ファッショントレンドはツイードに代表されるウールにきているが、中国問題もあり、先行き心配な面もある。ウール振興イベントなどを継続して、ウール人気を持続させていきたい。」

＜三陽商会ニット開発グループ＞

「ウール素材のメンズハイゲージジャケットは完全に定着したが、ここへきてローゲージのコーディネートが台頭している。この分野でも尾州産地とタイアップしていきたい。」

○ 来場者向けアンケート結果

＜来場目的＞

トレンド把握	53.4%
商談	36.1%
その他	10.5%
合計	100.0%

＜尾州産地展への来場回数＞

初めて	19.9%
2-5回目	35.7%
6-10回目	24.5%
11回以上	19.9%
合計	100.0%

＜関心素材＞

あった	93.0%
なかった	7.0%
合計	100.0%

＜尾州産地に求めるもの＞

新商品開発	33.2%
マーケット情報に基づくものづくり	12.9%
コストの節減	9.8%
生産サイクルの短縮	5.9%
後継者の育成	8.8%
春夏物の拡充	6.7%
尾州らしさ(意匠力)の追求	21.4%
その他	1.3%
合計	100.0%

【主なその他意見】

日本の技術を守って欲しい。

カラーサンプルコーナーが良かった。

中央ディスプレイは、もっと軽やかな演出があった方が良い。

各社自在の強み、オリジナルを前面に出して欲しい。

前回より進歩している。

日本の生地作りの未来を考えていくように協力していくべきである。

安い物と差別化出来る生地をどんどん提案して欲しい。

＜来場契機＞

FDCのDM	31.2%
出展企業のDM	53.6%
新聞記事	0.5%
新聞広告	1.0%
ホームページ	1.0%
SNS	0.5%
その他	12.2%
合計	100.0%

＜商談＞

あった	62.2%
なかった	37.8%
合計	100.0%

＜サンプル請求＞

会場で請求した	58.7%
後から請求する	25.5%
しない	15.8%
合計	100.0%

○ 出展企業向けアンケート結果
 <初日のサンプルリクエスト結果>

	アパレル		小売		商社、服地卸		その他		16社計 業種合計	
	社数	点数	社数	点数	社数	点数	社数	点数	社数	点数
	109	838	19	162	145	865	3	125	276	1,990
割合	39.5%	42.1%	6.9%	8.1%	52.5%	43.5%	1.1%	6.3%	100.0%	100.0%
1社平均	6.8	52.4	1.2	10.1	9.1	54.1	0.2	7.8	17.3	124.4



2日目の会場の様子

<本資料のお問い合わせ、写真の希望は>
 (財) 一宮地場産業ファッションデザインセンター
 電話：0586-46-1361



Bishu Material Exhibition

NEWS No.4 平成24年10月18日

シーズン 2013/14 秋冬
会期 平成24年10月
16日(13:00-19:00)、17日(10:00-19:00)、18日(10:00-17:00)
会場 青山ベルコモンズ 9Fクレイドルホール

(財)一宮地場産業ファッションデザインセンターが主催する「Bishu Material Exhibition」の結果をお知らせします。

【3日目】

○ 来場者数

業種	アパレル	小売	商社・問屋	その他	合計
初日	69	27	95	52	243
2日目	163	13	229	80	485
3日目	220	24	322	98	664
合計	452	64	646	230	1,392
割合	32.5%	4.6%	46.4%	16.5%	100.0%

(参考:前年同シーズン)

業種	アパレル	小売	商社・問屋	その他	合計
初日	117	24	144	43	328
2日目	155	22	220	80	477
3日目	179	18	198	79	474
合計	451	64	562	202	1,279
割合	35.3%	5.0%	43.9%	15.8%	100.0%

○ 主な来場者

(株)アズノウアズ、アッシュペーパーフランス(株)、(株)アバハウスインターナショナル、(株)アングローバル、イギン(株)、(株)イッセイミヤケ、イツインターナショナル(株)、イトキン(株)、(株)インヴィテーション、(株)エイネット、(株)オンワード樫山、(株)クイーポ、クロスプラス(株)、(株)ケティ、(株)コスギ、コロネット(株)、(株)サンエーインターナショナル、三共生興ファッションサービス(株)、(株)三陽商会、(株)シュガー・マトリック、(株)ジャパンスコープ、(株)ジョイックスコーポレーション、ツカモトアパレル(株)、(株)トゥモローランド、東レ・ディプロモード(株)、(株)バロックジャパンリミテッド、ヒロココシノインターナショナル(株)、(株)ファイブフォックス、(株)フランドル、マツオインターナショナル(株)、(株)マリココウガ、メルボメンズウェア(株)、(株)メルローズ、(株)ユナイテッドアローズ、(株)ヨウジヤマモト、(株)ヨーガンレール、ラブリークイーン(株)、(株)リベラル、(株)ルック、(株)ワールドギャップジャパン(株)、(株)高島屋、(株)東武百貨店、(株)ノーリーズ、(株)松屋、(株)丸井、(株)三越伊勢丹、(株)レリアン

○ 主な来場者のコメント

＜イトキン(クリスチャン オジャール) 浅場チーフデザイナー＞

「クリスチャン オジャールは、かねてから尾州産地のウール素材を重視しており、出展16社の中の4、5社と取引している。13/14AWは、尾州の得意分野のツイードとジャカードがファッションのポイントになる。それも、プレタ対象のこのブランドでは意匠系などを使って軽さを強調したものが重要。ニットは横編みを含めて布帛的なつくりが望まれる。ゲージ的にはハイとローの両極端になっている。いずれにせよ、ウールを大切に扱っていくので、素晴らしい提案を楽しみにしている。」

＜カイハラ 貝原会長＞

「以前から来場しているが、東京での展示会に出て、そして、東京のアパレルに提案、アピールしようという尾州産地の心意気に感銘を受けた。デニムの場合は商品内容が限られているが、尾州には織物ありニットあり、可能性に満ちている。」

＜C'HAPPY TRADING(尾州織物の韓国輸出企業) 金代表取締役社長＞

「日本の尾州産地の生地は素晴らしい。韓国アパレルの中には4,000～5,000円/mの尾州素材を使っているところもある。BMEはそのセレクトの良い機会である。」

＜ワールド 中井東アジアPTJデザイナー＞

「満足いく選択ができた。ジャカードとリバーシブルに興味があり、サンプルリクエストした。」

＜ラブリークイーン(岐阜に本社のあるアパレル) 磯部MD

「岐阜と尾州は距離的には近く、ウールを中心に地元商社を通じて数社のテキスタイルメーカーと取引をお願いしているが、BMEでは総合的に見ることができ大変参考になった。ブランドのボンシリエはGMSでのコーディネートブランドとして展開しているが、その企画上ウールは欠かせない重要な素材である。」

○ 来場者向けアンケート結果

＜来場目的＞

トレンド把握	58.3%
商談	32.3%
その他	9.4%
合計	100.0%

＜来場契機＞

FDCのDM	33.7%
出展企業のDM	47.9%
新聞記事	5.0%
新聞広告	1.7%
ホームページ	1.7%
SNS	0.0%
その他	10.0%
合計	100.0%

＜尾州産地展への来場回数＞

初めて	29.1%
2-5回目	39.2%
6-10回目	21.3%
11回以上	10.4%
合計	100.0%

＜関心素材＞

あった	95.1%
なかった	4.9%
合計	100.0%

＜商談＞

あった	49.1%
なかった	50.9%
合計	100.0%

＜尾州産地に求めるもの＞

新商品開発	34.7%
マーケット情報に基づくものづくり	13.0%
コストの節減	9.9%
生産サイクルの短縮	5.9%
後継者の育成	10.3%
春夏物の拡充	3.4%
尾州らしさ(意匠力)の追求	22.2%
その他	0.6%
合計	100.0%

＜サンプル請求＞

会場で請求した	56.0%
後から請求する	22.9%
しない	21.1%
合計	100.0%

【主なその他意見】

(昨日は)19時まで開催していてよかった。

雑貨担当をしている。もう少しバッグに使える素材も開発して欲しい。最近はツイードのバッグが売れている。

もっと素材のピックアップができる環境にして欲しい。

AWとはいえ肉厚なものが多すぎる。

久しぶりに今の時代にマッチする尾州らしい商品に会った。素材の市場性は充分にある。素材感とスタイリングのミスマッチもあった。

梳毛素材のカラーが欲しい。

新しいメーカー、新規を期待している。

○ 出展企業向けアンケート結果

<2日目のサンプルリクエスト結果>

16社計

	アパレル		小売		商社、服地卸		その他		業種合計	
	社数	点数	社数	点数	社数	点数	社数	点数	社数	点数
	211	1,403	29	123	321	2,191	13	52	574	3,769
割合	36.8%	37.2%	5.1%	3.3%	55.8%	58.1%	2.3%	1.4%	100.0%	100.0%
平均	13.2	87.7	1.8	7.7	20.1	136.9	0.8	3.3	35.9	235.6

<本資料のお問い合わせ、写真の希望は>

(財) 一宮地場産業ファッションデザインセンター

電話：0586-46-1361