

NEWS

2019.01.31

第20回「プレイタイム東京」東京・恵比寿で2月開催 10周年記念の一般販売も



【PR】仏バビ発ベビー・子どもブランドの合同展示会「プレイタイム東京」2019秋冬コレクションが2月4日（月）～6日（水）、東京・恵比寿「EBIS303」で開かれる。日本をはじめ、欧米やアジアなど約15カ国・地域から約70ブランドが参加。10周年を記念し、一般来場者向けのポップアップショップも企画した。

前回の2018年8月展は、開催までのスケジュールに変更があったことなどから海外からの出展減少が見られたが、今回は全出展者数の過半を占める約7割が海外勢となった。オランダや、ポーランド、ドイツ、フランス、米国、ロシア、シンガポール、英国、エストニア、スペイン、イタリア、スウェーデン、韓国、トルコなどから参加。シーズンテーマである「ファミリー」に合わせ、世代を超えたリンクコーデの提案や、ホームデコ、食器などの新作コレクションを披露する。

日本ブランドのうち、初参加は9ブランド（1月31日時点）。アクセサリ「レナクリス（rena chris）」、育児グッズの「チビト（chibito）」、ベビーリュックの「イーサンアンドコー（Ethen&Co.）」、新潟県五泉市・横正機業場によるシルクのベビーウェア「白ずきんちゃん（silozukinchan）」、女児服「ローラ（Rora）」、ベレー帽「ハイハイ（Haihai）」、子ども用食器「テティート（teteeat）」、歯固めブランド「ニコ（nicò）」、ベビー・キッズ服「パタシュー（patachou）」が出展する。

また、10周年・20回目の開催を記念し、一般客来場エリアを設け、ポップアップストアを3日間限定で開く。「プレイタイム」出展ブランドのアーカイブアイテムや限定品などを販売し、売り上げの一部は「国境なき医師団」に寄付する。

さらに、トレンド提案の場「トレンドスペース」も、前年同月から2シーズンぶりに復活させる。プレイタイムのトレンドセッターが、ブランドの垣根を越え、トレンドストーリーに沿ってファッションコーディネート提案。「会場に彩りを添えるだけでなく、バイイングの参考になるエリア」という。



copper pearl

■第20回「プレイタイム東京」2019春夏コレクション（業界関係者様対象）

会期：
2019年2月4日（月）～6日（水）

開催時間：
4日（月） 10:00～19:30
5日（火） 10:00～18:00
6日（水） 10:00～16:00

■POP-UP STORE（一般入場可）
4日（月） 10:00～17:30
5日（火） 10:00～18:00
6日（水） 10:00～15:00

会場：
EBIS 303
〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿
1-20-8 エビスナビレビル3階

- プレイタイム東京 [公式サイト](#)
- プレイタイム東京 [公式Instagram](#)

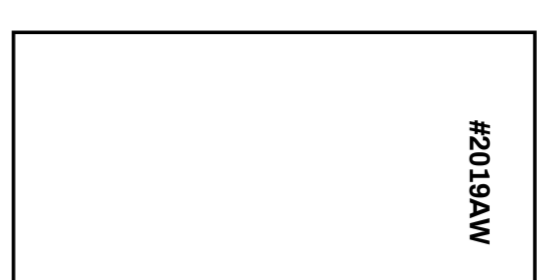
#プレイタイム #プレイタイム東京 #子ども服

TOP > NEWS > アパレルウェブ > 第20回「プレイタイム東京」東京・恵比寿で2月開催 10周年記念の一般販売も

1月の消費者態度指数、前月比0.8ポイント減で4カ月連続悪化	包装紙、22年ぶり新調 - 伊勢丹
--------------------------------	-------------------

関連記事

- | | | | | |
|---|---|--|--|--|
| <p>「ドルチェ&ガッパーナ」国内最大店舗を大阪・御堂筋にオープン</p> <p>2019.02.01</p> | <p>第20回「プレイタイム東京」東京・恵比寿で2月開催 10周年記念の一般販売も</p> <p>2019.01.31</p> | <p>ファッションEC「YOOX（ユークス）」伊ヴォーク元編集長フランカ・ソッツアーニのワードローブをチャリティ販売</p> <p>2019.01.31</p> | <p>「ポール・スミス」アンダーウェアのポップアップショップ東京・表参道に開設 男性ユニット・超特急とのコラボ企画も</p> <p>2019.01.30</p> | <p>【2019春夏パリオートクチュールハイライト】紆余曲折を経て「高級仕立て服」発表の場に復帰</p> <p>2019.01.29</p> |
|---|---|--|--|--|

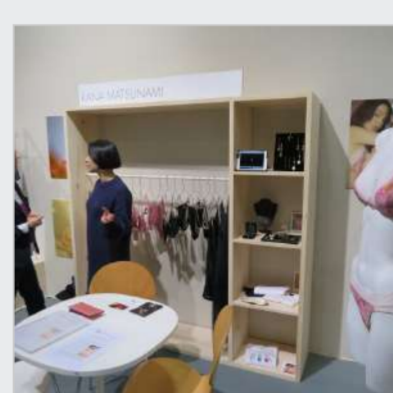


BLOG



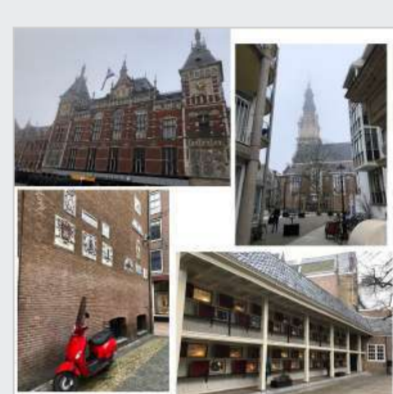
2月です！！ 追伸 1

2019.02.01



新しい日仏コラボブランド

2019.02.01



mono japan

2019.02.01



カープ×ゴールデンベア

2019.02.01

MORE

PICK UP

マンウーマンがトラノイを追い抜き出展者数でナンバー1に 19-20年秋冬パリ・トリードショー

2019.01.30

スマートショッピングが加速しそう！「全米小売業協会リテールズ・ビッグ・ショー（NRF）」で体感した最新テクノロジー

2019.01.29

開業20周年を迎えた「HEP FIVE（ヘップファイブ）」競合激しい大塚・梅田で定位置を確保

2019.01.16

ゲストはファッションジャーナリスト富田理江さん 第18回 SMART USENの「ジュルナルクボッチのファッショントークサロン」

2019.01.11

【随時更新】第76回 ゴールドテングローブ賞授賞式のレッドカーペットを彩るセレブリティたちのファッションをチェック

2019.01.11

アマゾンと提携して集客アップ 米百貨店の苦戦を尻目に躍進「コールズ」の戦略

2019.01.09

MORE

TOP > PICK UP > 【注目ブランドをピックアップ】国際色強めた「プレイタイム東京」 10周年を迎え原点回帰へ

PICK UP

2019.02.12

【注目ブランドをピックアップ】国際色強めた「プレイタイム東京」 10周年を迎え原点回帰へ



ふり貝ペビー・こどもブランドの合同展示会「プレイタイム東京」2019秋冬コレクションが2月4日（月）～6日（水）、東京・恵比寿「EBIS303」で開催。約15カ国・地域から約70ブランドが参加したが、今回は余出版者数の約7割が海外勢となった。海外での展示会スケジュールに合わせ、通常の東京展より約2週間ほど前倒しで開催。日本のデストリビューターによる出展ではなく、海外ブランドによる直接参加も多く見られた。

「インターナショナルな展示会、というプレイタイム東京のビジョンがよりクリアになった」とプレイタイム創始者セバスチャン・ド・ユッテン氏。「海外ブランドの出展が増えるとともに、日本のブランドも海外で戦えるブランドが増えている。10周年は、プレイタイムの原点をもう一度見直す機会となった」という。次回展も従来の8月から、7月31日～8月2日に前倒しして開催する予定だ。

スケジュールや運営体制の変更の影響から、前回2018年8月展から出展者数の減少が見られるが「2018年8月展は93ブランド」、「経済状況や市場規模を考慮すれば、（今回出展した）70ブランドほどの規模が適正だと考えている」という。

プレイタイムを運営するピカフール社は、今シーズンからキッズ・ベビーの新展示会「キッズハブ（Kids Hub）」を米ラスベガスでスタート。クリエイティブなブランドを厳選した「プレイタイム」に比べ、より商業的なブランドを集めたビジネスショー。「プレイタイム東京」と同時期に開催したが、「大きな反響があり、いい出しとなった」という。

加えて、今回は「プレイタイム上海」を中国・上海で初開催する。東京に続きアジアでは2拠点目。上海展開の理由についてユッテン氏は、「東京展は、日本国内からの来場者がほとんどだが、上海展では、国内外からの来場が見込める。目的が異なる様み分けられる」と説明。初回は、45ブランドほどの参加を計画している。



10周年を記念した贈り物ポップアップショップ、参加ブランドによるアーカイブ商品などを販売した。



シーズンごとにトレンドスペースも復活（右）

【注目ブランドをピックアップ】

ももこの可愛いぬいぐるみがパーカーに早変わり 「Cubcoats」

ふわふわと触り心地のいいダウンやキツネのぬいぐるみ。背中のチャックを開いて中を広げると、あつという間にパーカーに早変わり。米LA「Cubcoats」は、弁護士やマーケター出身の創業者3人が2017年11月に立ち上げた新ブランド。ユニークなデザインやアイデアが評価され、2019年1月の「ピッティヴィンボ」の注目すべき賞のデザイナー部門に選出された。

対象年齢は2～10歳。動物シリーズのほか、ディズニーキャラクターなどのライセンス商品もある。ギフト需要も高く、2018年12月のクリスマス商戦では品切れも出たため、生産体制を強化。現在は北米を中心に販売するが、アジアも追加でワールドワイドに販路を広げられる。プレイタイム東京に出展した。

小売り価格は約5,000～5,500円。今後は、2歳未満や大人向け商品の開発や、ダウンジャケットやダウンベストなど新商品の開発も計画している。

「Cubcoats」公式サイト

繊細な手刺繍で魅了 「Jupe by Jackie」のキッズ&ホームコレクションが日本初上陸

オランダ発「ジュブバイジャッキー（Jupe by Jackie）」は、インドの熟練した職人による緻密な手刺繍が魅力。日本初上陸のキッズとホームコレクションを同展で披露した。ウィメンズではコム・デ・ギャルソンとのコラボレーション実績もあり、キッズでも感度の高いニットウェアなどの取り扱いを期待しているという。

カットソー7,000～8,000円。トートバッグ1万4,000～1万8,000円。クッション3万～8万円。

「Jupe by Jackie」公式サイト

初の秋冬コレクションを発表 「the new society」

2019春夏にデビューしたスペイン発キッズウェア「ザ・ニュー・ソサエティー（the new society）」は、前回は2018年8月展に続き2回目の参加となった。「タイムレスな美しさ」をコンセプトに、ホルトガル産のオーガニック素材を自然素材を中心に使ったナチュラル＆シックなコレクション。2シーズン目となる2019秋冬コレクションは、ピンクやイエローを挿し色に、ハッピーなムードを創出。キルティングのフルオーバーパーカーやインディゴデニムのボトムスなどを新たに企画したが、いずれを組み合わせてもスタイリングできるのが同ブランドの特徴。

「the new society」公式サイト

シルクのよさを赤ちゃんと家族に 新潟・五泉市発「しろずきんちゃん」

真っ白なシルクでできた赤ちゃん用のずきん型帽子で来場者の目を引いていた新潟・五泉市から参加したシルク織物の職人企業。兵衛や準備が着用する僧衣などを長年に渡り製作してきた同社だが、シルク離れが進むなか、シルクを新しく活用できる方法はないかを模索するなか、開発したのが「しろずきんちゃん」。シルクストールブランド「紹紗」に次ぐ同社の2つ目のファクトリーブランドでもある。

シルクは吸水性が高く、赤ちゃんの敏感な肌にも優しいのが最大のポイント。繊細な光沢のある生地に、ヘリンボーンや動物の柄を施し、さり気なく可愛さをプラスした。発売前に試着してもらったモニターたちからも好評で、「まだわかれは、1枚着けるだけでフォーマルな装いにも変わるのて便利」という声も。ギフト需要にも対応する。

一方、高級で手入れが難しいイメージもある。手洗いの方法を伝えたり、赤ちゃんの成長後は、ストールなど新しい使い方を提案したり、リメイクを受け付けるなどして、「長く愛用してもらいたい」と同社。「商品の魅力を伝えながら、まずは国内での認知を上げていきたい」という。

帽子の小売り価格8,000円。おくるみやたれかけなども揃える。

「しろずきんちゃん」公式サイト

ワイルドな口と鋭い歯が目印 ストリートカジュアルの「Zombie Dash」

ポーランドから参加した「ゾンビダッシュ（Zombie Dash）」は2013年デビューのカジュアルブランド。シンプルでスタイリッシュなストリートウェアにデザインされたのは、サメや恐竜のような大きな口と鋭い歯。ヒップ部分のチャックを開くと同時に口元が開く。通称「ハンガー・ワンや、フードそのものに歯をデザインしたものだ。ウィメンズックアイテムが豊富。「アクティブで、少し反逆的なムードがブランドの持ち味」という。キッズ、ウォイメンズ、メンズあり。ファミリーでお願いしコーデネットワークがブランドの1つだ。

中心小売価格は40ユーロ。ポーランド国内で素材を調達し、すべてポーランド生産。すでにイタリアやロシア、英国、フィンランドなどポーランド以外でも取引先があり、上海や東京などアジアでの販路開拓にも積極的。スタイリッシュでユニークなデザインに同展でも感度の高いセレクトショップなどのバイヤーから好反応を得た。

今後は10代向けのコレクションも企画したいという。

「ゾンビダッシュ」公式サイト

モスリンのボンネットが話題に 日本でもSNSでファン広がる「Iiilu」

「最初のお客様は、日本のバイヤーだった」と話すのは、ドイツ発のキッズウェア「リルキッド」。コレクションのルック画像をSNSのインスタグラムに掲載したところ、日本のバイヤーからコンタクトがあったのだという。特に、モスリン素材のボンネット（ずきん型のヘッドウェア）は、着用画像をSNSに掲載する人も多く、ヒット商品になっている。

ボルトガルのオーガニックコットンなど、天然の素材や染料にこだわったコレクションは、同じ素材のアイテムを色選んで揃えているため、どのアイテムを組み合わせてもスタイリングしやすいのが魅力。「シーズンをまたいでコーデネットワークでできる「continuative（継続的）」なコレクション」。最新コレクションでは、コットンニットを使ったアイテムを拡充。同素材のボンネットも企画している。

日本の展示会参加は今回が初めてだが、すでに日本のファンを獲得している同ブランド。レイヤードスタイルを好む日本のファッションにも共通点を感じている。

すでにメキシコやロシア、ポーランド、韓国、中国、香港、タイなどにも取引先を抱えるが、プレイタイム東京参加を機に、日本での販路をさらに広げたいという。

「Iiilu」公式サイト

モード界も注目 「チャーミーちゃん」はシルバー&ゴールドなど新作を発表

「プレイタイム東京」の常連となったソフィニール製人形の「なまきヤドルチャーミーちゃん（愛称：チャーミーちゃん）。1930（昭和9）年創業の匠玉産業TOYが昭和40年代から製造・販売するロングセラーだが、ヨーロッパやアジアなど海外での人気が高い。日本国内での販路開拓にも力を入れており、今回は、阪急うめだ本店との共同企画で製作したシルバー&ゴールド、紅&白のほか、新色の特色、メロン色のチャーミーちゃんを披露した。

匠玉産業TOY 公式サイト

■「プレイタイム東京」公式サイト

TOP > PICK UP > 【注目ブランドをピックアップ】国際色強めた「プレイタイム東京」 10周年を迎え原点回帰へ

株式会社SHINDOに聞く 世界最大規模を誇るファッション素材の見本市、ブルミエール・ヴィジョンとは	ますます増加！サステナビリティーとリサイクルに注力する米国アパレル企業
--	-------------------------------------

関連記事

- ますます増加！サステナビリティーとリサイクルに注力する米国アパレル企業
2019.02.13
- 注目ブランドをピックアップ 国際色強めた「プレイタイム東京」 10周年を迎え原点回帰へ
2019.02.12
- 株式会社SHINDOに聞く 世界最大規模を誇るファッション素材の見本市、ブルミエール・ヴィジョンとは
2019.02.12
- ゲストはバーニーズ ニューヨークメンズファッションディレクターの仲塚亮さん 第19回SMART USENの「ジュルナルクボツチのファッションネットワークサロン」
2019.02.08
- 第四次産業革命 EC化率50%の未来アパレルウェブCEO千金健司
2019.02.07

Mijn BMI berekenen

Voordelige damesmode

Topmerken tot wel -75%

De exclusieve shopping club van Zalando

Zalando Lounge [AANMELDEN](#)