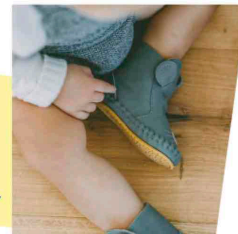




# 過去最高の25カ国から出展 世界のクリエイションが 満ち溢れる舞台に



ハンドメイドで、キュートな革靴が揃う「ドンジェ」



トドラーからティーンエイジャーも楽しめる「バーンオブモンキー」

ベビー・キッズ・マタニティー関連の国際合同展示会「プレイタイム東京」が2月20日～22日、ベルサール渋谷ガーデンで開催される。「チェンジオーバー」をテーマに一新される会場内には、国内外から合計150近くのブランドが出展、18～19年秋冬向けを中心とした商談が行われる。

通算で18回目を迎え、東京展も一段とグローバル化が進み、参加企業の出身は過去最高の25カ国となった。テクノロジーの進化やSNS(交流サイト)の発展とともに、新しいクリエイションにチャレンジする作り手が、国を問わず増えており、様々なカルチャーを受け入れる日本のマーケットへの関心も高い。ベビー・キッズ関連の製品は、絵本のようなアーティストックな表現

が生かせる分野であり、美しい配色やテキスタイルに特徴を出したブランドが集う。

エリアは4つに分かれる。入り口で来場者を魅了するのは、初出展の「ニュー・イン・トーキョー」エリア。柔らかい色使いでティーンエイジャーのサイズまで揃えるポルトガルの子ども服「バーンオブモンキー」、オランダの子ども靴「ドンジェ」など、20近くの個性豊かなブランドが出展している。隣り合わせた「マストハブ」エリアは、複数回出展するブランドが最新のコレクションを提案。奥側の「ライフスタイル」エリアは、ベビー向けのスキンケアや高機能ベビーカー、磁器のベビー食器など、衣食住に渡り、子どもの感性を育むプロダクトが見所だ。また、「ファミリー」エリアでは、親子や

兄妹のお揃いを企画するブランドが揃う。

来場者へのサービスもさらに充実。会場入り口のサポートデスクでは、会期内の通訳や貿易実務のアドバイスを行っている。

今回から新たに、BtoC(企業対消費者取引)のイベントにも取り組む。プレイタイムパリ展でも時折、開催しており、SNSの発信などで活性化につなげてきた。東京展では展示エリアの外のホワイエで、一般消費者の参加も募ってワークショップを行う。

and more Brands...



衣食住に渡って、新しい感覚のライフスタイルを発信するつくり手達に目が離せない

From left to right: La Langerie, Blunet, Bamewood

**PLAYOLOGIE**  
VIRTUAL SHOWROOM, REAL BUSINESS

インターナショナルなファッションとデザインの  
B2BのEマーケット

## ライフスタイル・ショップ

バイヤーは無料でアクセス [WWW.PLAYOLOGIE.COM](http://WWW.PLAYOLOGIE.COM)