

PR01.

TRADE SHOW

FW16 PROPOSAL

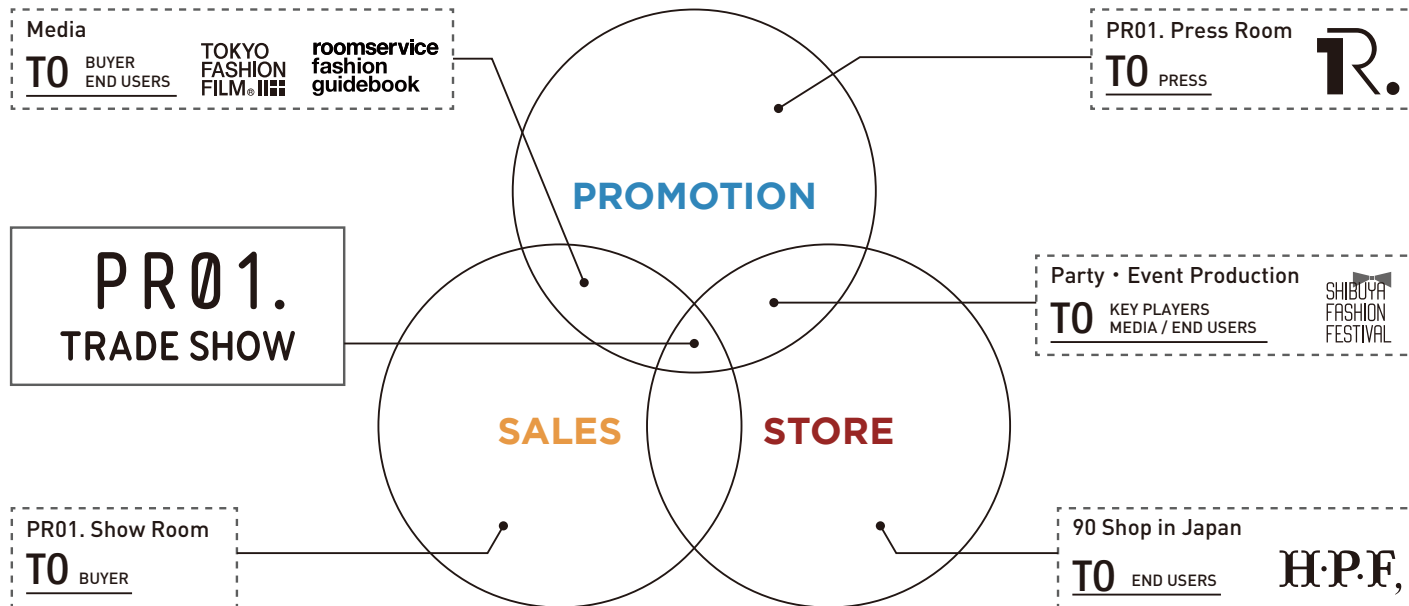
PR01.

ABOUT

PR01. TRADE SHOW Bringing Asia Together

PR01. TRADE SHOW is an exclusive platform, which brings Asia together in one roof, presenting a highly-edited group of collections from Tokyo and around the world. The venue is divided by showroom, giving buyers a better understanding of the exhibiting brands, as well as creating more business opportunities. The show is expanding globally, with each event carefully localized to fit the specific market.

Venue	EBiS303
Date	2015.3.22 (Tue) - 24 (Thu) 10:00 - 19:00
Target	Buyers, Press, Other Businesses
Number of visitors	3,500 (As of October, 2015)
Organized by	H.P.FRANCE S.A.
Produced by	PR01.



PR01. has a wide range of functions from press room, showroom, event production, to web media. Furthermore, with H.P. France owning nearly 90 retail stores throughout the country, PR01. is able to utilize these resources and provide total fashion solutions.

VISITOR

total number of visitors 3,500 (As of October, 2015)

Buyers ————— 54 % of all visitors

- DOMESTIC AMERICAN RAG CIE / BARNEYS JAPAN / BAYCREW'S / BEAMS / Code Three / ESTNATION / H.P.FRANCE / JUN / nano · universe / RESTIR / Ron Herman / SHIPS / STUDIOUS / TOMORROWLAND / UENO SHOKAI / UNITED ARROWS / URBAN RESEARCH / Via Bus Stop / WORLD / ZOZO TOWN / Isetan / Seibu Department Stores / Daimaru / Takashimaya / Tokyu Department Store / Hankyu Hanshin Department Stores / Printemps Ginza / Matsuzakaya / Matsuya / Mitsukoshi etc...
- INTERNATIONAL 10 Corso Como / AMORPH / ARTIFACTS / ASOS.COM.LTD / AWA / BAUHAUS / BARNEYS NEWYORK / BERG PTY LTD / bisou bisou / boutiqueye / Breeze Center / CHOCOLATE & PICKLES FASHION / CLUB FAIR / CLUB 100 / CLUB B21 / CLUB DESIGNERS / COCOMOJO / Cocktail / COLETTE / Concrete / coup de foudre / COUVERTURE / DAIL / EVEN / FOUND / Galeries LAFAYETTE / GAMMA PLAYER / Handsome Corp / Hanwha Galleria / H.Lorenzo / HOTEL V / I.T / Jeffery / JFT Holding Ltd / JIN shop / JOYCE / JUMELLE / KABIRI / Lane Crawford / Lazzari / Le Bon Marche / Level 6ix / Liberty / LORENZO / LUUKS / MARAIS / Maria Luiza / Opening Ceremony / PEDE & STOFFER / Satine / SAUCE / SENSE / SERIE A / SEVEN DAYS / SHINE / SIDEFAME LTD FENIX GROUP / SPACE / SPACE MUE / SPR+ / STYLETRIEB.COM / TAIWAN GIVEN / The boon shop / Thimblom / Traffic / TUAN TUAN / Dayh Takashimaya / Shin Kong Mitsukoshi / Elite Bookstore bloom / Traffic / TUAN TUAN / 大葉高島屋 / 新光三越 / eslite - 誠品書店 / 統一阪急 etc...

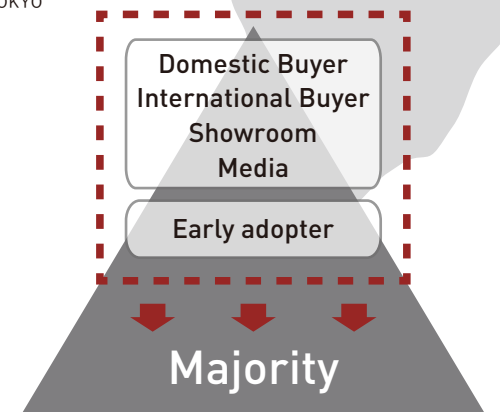


Industry Insiders ————— 20 % of all visitors

- BREEZE BREEZE / ITOKIN TAIWAN / JAPAN COUNCIL OF SHOPPING CENTERS / JAPAN DEPARTMENT STORES ASSOCIATION / JAPAN SPECIALTY / Laforet HARAJUKU / LUMINE / MARUNOUCHI BLDG. / MINISTRY OF ECONOMY TRADE AND INDUSTRY / NAMBA PARKS / OMOTESANDO HILLS / PARCO / ROPPONGI HILLS / STORES ASSOCIATION / TAMAGAWA TAKASHIMAYA S.C. / TOKYO MIDTOWN / VENUS FORT etc...

Media ————— 26 % of all visitors

- DOMESTIC ASAHI / BRUTUS / common&sense / ELLE girl / Fashion News / Fashion.jp.net / Fashionsnap.com / FUDGE / gap press / GINZA / GISELE / GLAMOROUS / GLITTER / GRIND / high fashion / Japan Times / MAINICHI / men's FUDGE / MEN'S NON-NO / MODE PRESS / NHK WORLD / NHK WORLD / NIKKEI / Numero TOKYO / NYLON JAPAN / POPEYE / SANKEI EXPRESS / SENKEN / SO-EN / SPUR / SPURJP / STUDIO VOICE / Style.com / Taiwan News / TBS / THE SEN-I NEWS / UOMO / VOGUEgirl / WGSN / WWD JAPAN / WWD JAPAN.COM / YOMIURI etc...
- INTERNATIONAL Ami / Bangbella / Business Weekly / CHOC / Class / COOL / daily news / Fashion Collection / FMH / GQ digital / Interior / i-style / La Vie / LDOPE / Migros Magazin / MilkX / mina / MOT-TIMES / mypaper / M-MUG / NET Wave / News Fashion Daily / Prestige / Ray / Stylesight / Taiwan Shin Sheng / TVB / TVBS / ViVi / VOGUE / We Ar global magazine / with / Next Magazine (Pinyin) / Liberty Times / Power Full Cable Television etc...



By inviting opinion leaders and influencers, the show provides a high quality, top-down sales and promotional approach.

SHOWROOMS

Showrooms Around The World Brings Visitors The Latest Fashion Trends.

In PR01. TRADE SHOW SS16 more than 70 brands exhibited their collections. The exhibition space is divided into 5 areas such as, Regular area , 4 showrooms . Also, by dividing the venue by showroom, visitors understand the brand concept more clearly, and can buy more efficiently. We Created a comfortable meeting space for buyers.



! (Bang)

MENS BRAND DIRECTOR : **KOUKI OZAKI**

BED J.W. FORD / DRESSEDUN-DRESSED / doublet / FATE / JERRY PINK / JieDa / John's by Johnny / KIDILL / KIDS LOVE GAITE / LITTELEBIG / Name. / ORPHIC / Reserved Note / SUB-AGE. / TIEDNISTA / TAAKK / WEYEP



Hoop

DIRECTOR : **Toshiyuki Kimura**

DeLIATe / FLAT APARTMENT / Mannequins JAPON / Peir Wu / Vliieger&Vandam



! (Bang)

LADIES BRAND DIRECTOR : **RYUICHI SATO**

bpb / CHERIE / fleamadonna / GROWING PAINS / GUACAMOLE / In Out Design / Kriss Soonik / LUVRA magic / SLADKY / 77 circa



PR01. SHOWROOM NY / PARIS EXHIBITORS AREA

ATSUSHI NAKASHIMA / e.m.a. / IN-PROCESS / JUN OKAMOTO / my panda / USH by yuichi toyama YASUTOSHI EZUMI / Y.M.Walts

AREAS

REGULAR AREA



Standard Exhibit Area: Selection Of 40 Brands

AKIKOAOKI / ALOYE / ATENOY / AZ ANREALAGE T-shirts Line / Coatl / CONNESSE / DARIO / differess / Jenny Fax / kapuwa / KEISUKEYOSHIDA / ko haction / kotohayokoza-wa / LAPAS / MIKIO SAKABE / MUDSNAIL / POTTENBURN TOHKII / RACHEL SKEPPER / RBTXCO / RYOTA MURAKAMI / SoshiOtsuki / ŠŤASTNÝ SŮ / TIME&EFFORT / tomoki yurita / TyakeTyoke / Ventriloquist / WeDú by Coreon Dú / Yoshimitsu Ayano / 2387 / 5351POUR LES HOMMES / YOSHIYUKI

SERVICE



We offer a variety of services for exhibitors and visitors within the venue .

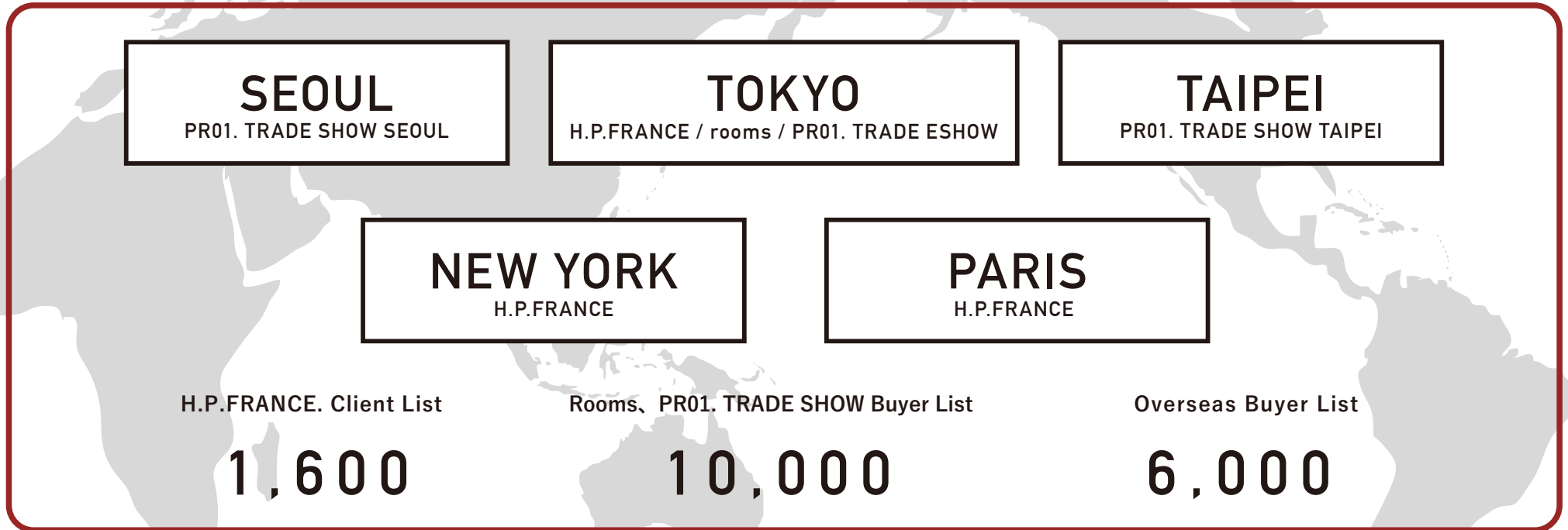
LOUNGE



We also provided the available lounge as negotiation space.

PROMOTION for BUYER

Put H.P.France S.A.' s buyer list of nearly 17,000 to maximum use, which is gathered from the companys extensive business sectors including wholesale, trade show operation, retail, PR, as well from our overseas partners.



Sales Producer

Hoop director Toshiyuki Kimura will act as PR01. TRADE SHOW's sales producer. Will approach buyers and media through our extensive experience in PR and wholesale, a well as visit stores around Japan directly, researching and communicating with buyers, which will help with matching brands with buyers.

PROMOTION for MEDIA

Strong PR support through the PR01. press team



PR01.Pressroom

With press offices in Harajuku in Jinnan, PR01. handles 70 domestic and international brands. With nearly 380 appointments/months, PR01. constantly communicates with the most influential members of the fashion community including editors, and stylists.

Individual reach out to industry media

By putting out announcements in industry media, we reach out to both domestic and international buyers and press.



Fashionsnap.com / FASHION MAG / MODEM ONLINE / STYLE.COM / WWD /
The Senken Shimbun etc...

Social Media and Newsletters

Reach out to nearly 30,000 people in the fashion industry.



Approach influential bloggers

International Blogger

Invite famous bloggers from overseas and have them write about the show and exhibiting brands. Work with JETRO in inviting the most influential bloggers.

Domestic Blogger

Invite influential domestic bloggers and have them post show reports, thus bringing together brands and consumers.

MEDIA COVERAGE

より世界観強める「ピーアールワン トレードショー」

ファッション・フランスのピーアールワン事業部が主催する合同展示会「ピーアールワン トレードショー トウキョウ」が10月20～22日まで行われた。

「ルームス リンタ」から名称変更して3シーズン目となる今回は「アジアをつなぐファッションのプラットフォーム」をコンセプトに掲げている。会場には複数のアパレルメーカーの視点でブランドを構築したショールームを設置し、テーマ性を設けることで出展ブランドの個性や世界観をより分かりやすく訴求している。会期3日間で、3500人が来場した。

今シーズン、特に目玉となったのは、DJやシンガー、コラムの執筆など多方面で活躍するマドモアゼル・コリアが2016年春夏にスタートする初のアパレルブランド「グローイングバインズ」だ。ファーストシーズンは、1990年代のハリウッド映画や音楽をインスピレーション源に、バズカルカラーのミニ丈スカートやセクシャルなレインコートなど、ポップでカラフルなアイテム20品を展示した。価格帯はトップカーが1万円台、スカートが2万～3万円台など。自身初のアパレルブランドについて、「何か得るを持ってみたいと思っていたので、常にアイデアはためていた。コレクションは私自身が強く影響を受けた90年代の音楽や映画、カル



チャーが好きでミニマムな女性をイメージした。韓国や台湾には日本のファッションが好きな女性が多いので、100円程度は打ち出していきたい」とマドモアゼル・コリアが語る。

さらに「スワグラー」や「フェメノン」などでキャリアを積み、トップユニット「リトル トウキョウ」のリーダーとしても活躍する宇津木ジョーが同じく16年春夏に新ブランド「ジュリー ビンク」をスタート。「90年代のヒップホップやスケートカルチャーを吸った。コレクションは私自身が強く影響を受けた90年代の音楽や映画、カル

チャーが好きでミニマムな女性をイメージした。韓国や台湾には日本のファッションが好きな女性が多いので、100円程度は打ち出していきたい」とマドモアゼル・コリアが語る。

さらに「スワグラー」や「フェメノン」などでキャリアを積み、トップユニット「リトル トウキョウ」のリーダーとしても活躍する宇津木ジョーが同じく16年春夏に新ブランド「ジュリー ビンク」をスタート。「90年代のヒップホップやスケートカルチャーを吸った。コレクションは私自身が強く影響を受けた90年代の音楽や映画、カル

わりきらないと感じた。『カンナビス』のコンセプトはファッション・音楽・カルチャー。そこと親和性の高い人と一緒にブランドを手掛けることで、さらにバイヤーにショールームの意図が分かりやすくなる。今後明確にターゲットを絞り込んでいきたい。近い将来、東京のファッションウィークに合わせて、自給ブランドを含めたファッションショーもやりたい。グローバルなファッションやカルチャー感覚をもった人物と協業し、ブランドを手掛けるという新たな挑戦を行っていく。

16年春夏向けPR01トレードショー

モード感あるカジュアル揃う



スポーツ要素や古着のニュアンス

田原町が主催するPR01トレードショー(主催はアッシュ・ペー・フランス)が東京・恵比寿で開催された。前日始まる7日ブランドが出展した。目を引いたのは、ストリート感とモードのテイストを両立させた形で表現したカジュアルブランド。スポーツのセンスや古着のニュアンスなどをうまく取り込みながら仕立てている。

開業記念は、ディレクションした三ツのエリアとフリーエリアで構成。最も出展が多かったバン・ショールームのエリアでは、同ショールームが16年春夏に立ち上げた「グローイングバインズ」と「ジュリービンク」を初展示した。1万円未満・最低はアッシュ・ペー・フランスが行う。グローイングバインズは、DJやシンガーとしても活躍するマドモアゼル・コリアがデザインするシティブランド。自身のベースでもある音楽をはじめ、様々なカルチャーをテーマに探れる。1990年代は、「ゴーストワールド」をはじめとする90年代の映画をヒントにした。カラフルなコンパクトアジャックやタータンチェックのミニスカート、ライダースジャケットなど、当時のアイコン的なアイテムをポップに仕立てている。中心価格帯はトップカー1万円前後、スカート2万円前半～後半、アウター4万～6万円。「アパレルを一人で全てデザインするのは難い。次のシーズンは素材にもよりこだわりたい」とマドモアゼル・コリア

古着の味にトレンドのエッセンスを加えたコレクションを作る。メンズアパレルや自身のブランド開発のキャリアもあるデザイナーが手がけており、リメイクも行う。8から2XLまでとサイズが豊富で、レイヤードスタイルにもマッチする。Tシャツ1万円前後、アウター3万～4万円、ボトム2万円前後。立ち上げから3シーズン目を迎える「T7サーカ」(「T7サーカ」は、古着のリメイクをベースにしたレディースブランド)は、

MEDIA COVERAGE

roomservice

2015.10.21 マドモアゼル・ユリアによるブランド「グロウイングペインズ」がデビュー

スタイムアイコン、マドモアゼル・ユリアによる初のファッションブランド「グロウイングペインズ」(GROWING PAINS)が、このほどデビューした。同ブランドは、11月まで開催している「PR01 TRADE SHOW TOKYO」(東京・エディタビル)での初回のランダムショーを開催している。30代前半層をターゲットとし、海外からの注目を集める見込みのブランドで、同世代の若手デザイナーがデザインを担当した「マドモアゼル・ユリア」が中心となって立ち上げたブランドである。同ブランドの立ち上げにあたっては、各メディアの注目を集めるべく、本格的なPR戦略が展開されている。

商品としてはサイズも豊富、32センチなど、大きいサイズはメンズにも着用できる。肌着は、以前からアパレルブランドの定番としてあり、定番が続いた理由が、「パリ、ニューヨーク、ロンドンで高級のファッションショーを見て、海外でデザイナーが取り扱っているのを見て、自分も海外のブランドも取り扱いたくなった」と、東京のデザイナーであるユリアが語る。同ブランドは、東京でファッションショーを開催したい、よつり、海外ではまだ見られていない、海外市場としたいというデザイナーの思いがファッションブランドの立ち上げのきっかけとなっている。

同ブランドの立ち上げは、ファッション・ブランドPR戦略が、同世代のデザイナーやモデルネットワークを活用し、セレクションやネットショップなどにも注力している。PR01 TRADE SHOW TOKYOでの注目を集め、海外、ネットショップの活用や海外での展示会も計画している。また、SNSでの注目を集めることも、同ブランドの戦略の一つである。「グロウイングペインズ」を運営するアッシュレー・フランスの取締役PR01 TRADE SHOW フェレチーは「デザイナーの思いが、海外への展開も期待している」とし、同ブランドのファッションデザイナーと協力してPR戦略を構築することを約束した。



「グロウイングペインズ」を運営するマドモアゼル・ユリア



roomservice 10.21

Fashionsnap.com News

マドモアゼル・ユリア初のファッションブランド 始動 アジア展開も視野に

2015年10月26日 10:30 JST

最新ニュースを受け取る: いいね! 102 | フォローする 79,537人のフォロワー

2分でわかるCRM(顧客管理)

安いコストと高機能で10社以上の導入。セールスフォースの無料デモをご覧ください。



新ブランド「GROWING PAINS」を手がけるマドモアゼル・ユリア



8枚の大きい画像をすべて見る

カテゴリ: MADEMOISELLE YULIA, PR01, デビュー
展示会, 音楽

47

62

シェア ツイート

マドモアゼル・ユリア (MADEMOISELLE YULIA) がデザインを手がけるファッションブランド「グロウイングペインズ」(GROWING PAINS)と、JOHNNY HIRAMOTCAが手がける新ブランド「ジェリーピンク」(JERRY PINK)がそれぞれ発表した、PR01がイニシアチブを手掛けた、同社が展開する合同展「PR01 TRADE SHOW」で発表。台北など国外のトレードショーでも新作を発表し、アジアをはじめ海外展開を視野に入れる。

Fashionsnap.com 10.26