



INFORME
DE FERIAS

2018



Playtime Tokyo

Tokio

21–23 de agosto de 2018

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Tokio

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



INFORME
DE FERIAS

25 de octubre de 2018
Tokio

Este estudio ha sido realizado por
Pablo Fernández Oliva

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Tokio.

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E., M.P.

NIPO: 060-18-044-9



Índice

1. Perfil de la Feria	4
2. Descripción y evolución de la feria	5
2.1. Datos de participación	6
3. Tendencias y novedades presentadas	8
4. Valoración	9
5. Anexos	11
5.1. Asociaciones de interés	11
5.2. Organismos españoles	12
5.3. Organismos oficiales japoneses	12
5.4. Organismos europeos	14
5.5. Bancos españoles en Japón	14





1. Perfil de la Feria

Playtime Tokyo August 2018, 19th Edition

Fechas del evento:	21 – 23 de agosto de 2018
Fechas de la próxima edición:	4 – 6 de febrero de 2019
Frecuencia:	Bianual
Lugar de celebración:	EBiS 303 Event Hall (3F) Ebisu Subaru Bldg. 1-20-8 Ebisu, Shibuya-ku Tokyo 150-0013
Acceso:	5 minutos a pie de la estación de Ebisu (salida este) Tren: líneas Yamanote, Saikyo y Shonan-Shinjuku Metro: línea Hibiya
Horario de la feria:	Martes 21 de 10:00 a 19:00 Miércoles 22 de 10:00 a 18:00 Jueves 23 de 10:00 a 16:00
Precios de entrada:	Gratuita para profesionales (por invitación)
Precio del espacio:	Se debe consultar con el organizador.
Sectores y productos representados:	Moda infantil, artículos para bebés, complementos, accesorios, juguetes etc.
Organizador:	Picaflor Japan Co.,Ltd.
Contacto:	6-11-1, B1F, Shimouna, Setagaya-ku 154-002 Tokio Tel/Fax: +81 (0) 3 3793 0057 E-mail: contact@playtimetokyo.com E-mail (expositores internacionales) : chantal@iloveplaytime.com Página web: https://www.iloveplaytime.com/tokyo

2. Descripción y evolución de la feria



Originalmente celebrada en París, *Playtime* es un evento dedicado a la moda infantil que ha llegado a otras metrópolis como Berlín, Nueva York y Tokio. La capital nipona acoge este evento desde el año 2009, siendo la edición de agosto de 2018 la decimonovena que se celebra en Japón.

Este año, para la localización del evento, en vez de la *Belle Salle Shibuya Garden* como venía siendo tradicional, la organizadora, **Picaflor Japan Co., Ltd.**, ha optado por el recinto **EBiS 303**, en el barrio de Ebisu, barrio con una gran importancia en el sector japonés de moda. Este cambio de localización ha obedecido a una disminución continuada del número de expositores y visitantes. No obstante, el evento continúa atrayendo en Tokio a un número significativo de empresas del sector.

Las ediciones en la capital nipona tienen lugar en febrero y agosto de cada año; cuando se presentan las colecciones de otoño-invierno y primavera-verano del año sucesivo. El rango de productos que se exponen en esta feria incluye aquellos dirigidos a niños y adolescentes, bebés y madres embarazadas. Las marcas expositoras suelen concentrarse en los segmentos medio y medio alto de este sector, y suelen poseer algún rasgo diferenciador.

Aunque la mayoría de marcas presentes en la feria son marcas de prendas y complementos, también se pueden encontrar accesorios de puericultura: jabones, baberos, ropa de cama y cuna, sillas para el coche, carritos, etc., así como moda y artículos de pre-mamá y lactancia, además de juguetes, artículos de regalo y de decoración.





Otro de los elementos característicos de *Playtime* es la colaboración con el equipo editorial de **Milk Japon** (centrada en *lifestyle* infantil). Durante la celebración de *Playtime*, esta revista entrega los *Milk Awards*, condecoraciones que abarcan campos como *Fashion*, *Deco* o *Editor's Special Prize*.

Otro sello identificativo del evento es su decorado de temática infantil. Todos los años la feria cuenta con destacados ilustradores y diseñadores que

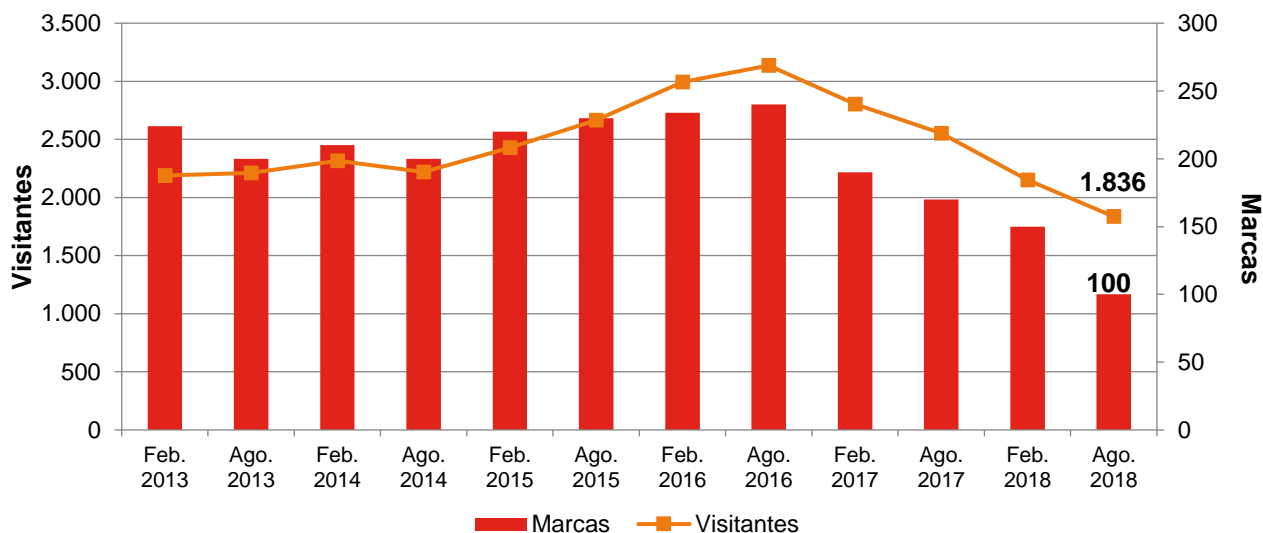
crean la decoración siguiendo diversos temas que sirven de inspiración y de tendencia para los profesionales del sector. No obstante, este año, a diferencia de los anteriores, no se ha dividido el área de la feria en distintas temáticas, sino que se ha optado por una temática general y una exposición de fotos, "*Sweet Suburban Sky*" de *Feli & Pepita*, unos artistas alemanes con mucha experiencia en el mundo de la moda.

Asimismo, con el objetivo de maximizar la asistencia a la feria, la organizadora suele realizar distintas actividades de promoción: seguimientos personalizados por correo electrónico y por teléfono, publicidad en distintos medios y una fuerte presencia en redes sociales (Facebook, Twitter, Pinterest e Instagram).

2.1. Datos de participación

Cómo se comentaba anteriormente, y cómo se puede apreciar en el Gráfico 1, el evento lleva perdiendo asistencia (tanto de marcas como de visitantes) desde febrero de 2017. Este descenso comenzó con el abandono de ciertos expositores clave, que pasaron a exponer en la feria IFF Magic de Tokio, dentro de la zona de este evento dedicada a moda infantil. Esto redujo el poder de convocatoria de *Playtime*, lo que a su vez disminuyó el interés de algunas marcas por exponer. No obstante, tampoco se puede menospreciar el efecto que pudo tener una bajada general del consumo que se produjo en 2014 (cuyos efectos aún se notaban en 2017); la cual también afectó al mercado de ropa infantil.

GRÁFICO 1. EVOLUCIÓN DE LA PARTICIPACIÓN EN *PLAYTIME*



Fuente: elaboración propia con datos de Picaflor Japan Co., Ltd.

Los visitantes a esta edición de *Playtime* se han repartido de una manera muy homogénea durante los tres días (algo que ya se vio el año pasado). Al ser un evento enfocado al público local, la mayor parte de los visitantes son japoneses (93,8%); viniendo el resto de países como: Corea del Sur, China, Alemania, Indonesia, EE. UU., Dinamarca etc. Un dato llamativo sobre los asistentes a esta edición es que tan sólo el 53,8% había visitado previamente *Playtime*, para el resto (848 personas) fue su primer contacto con la feria.

Entre los visitantes de mayor peso pueden encontrarse empresas como **4 claps**, **bambin store**, grandes almacenes como **Isetan**, **Keio** o **Hankyu** e incluso el gigante de internet **Rakuten**.

Respecto a los expositores, si bien su número se ha reducido en un tercio respecto a la edición de febrero de 2018, conviene indicar que el evento tiene capacidad para atraer a nuevas marcas. Así, para el 38% de las marcas ésta fue la primera edición de *Playtime* a la que asistieron.

3. Tendencias y novedades presentadas

Respecto a las colecciones de esta edición veraniega, como es ya habitual se han visto prendas con materiales y colores más ligeros que en la edición de invierno. Asimismo, han estado presentes artículos característicos del verano como bañadores y otras prendas y complementos, que, como es natural, sólo se ven en las ediciones estivales.

Respecto a los estilos y diseños de esta edición, se han podido ver desde prendas con tonos pastel o estampados con dibujos, animales, etc. a prendas con colores intensos o con estampados vegetales o geométricos; no siendo extraño que estos diseños vayan acompañados de complementos como lazos, tejidos en nido de abeja o de charol, volantes, etc.

Un elemento que ha estado muy presente en esta edición han sido bolsas y mochilas. Tanto diseños como tamaños varían en función de la edad a la que estén orientados estos productos, dibujos infantiles para los más pequeños, o patrones discretos e incluso colores lisos para niños de mayor edad. No obstante, todos los diseños cuidan la salud de la espalda del niño, si bien para los niños de edades superiores es más importante debido a la carga de material escolar que suelen tener que llevar.



Asimismo, una tendencia de años anteriores que parece estar arraigando es la presencia de productos elaborados a partir de productos orgánicos. Ya vista en otros sectores de moda, esta tendencia por la ropa sostenible o ecológica parece encontrar oportunidades importantes en los segmentos alto y medio alto de la moda infantil. Asimismo, este año en el folleto proporcionado por la organización se señalaban, además de las marcas con colecciones orgánicas, aquellas cuyos productos se enmarcan dentro del comercio justo. Estas tendencias ponen de relieve la concienciación que hay por estos temas en el sector de moda infantil.

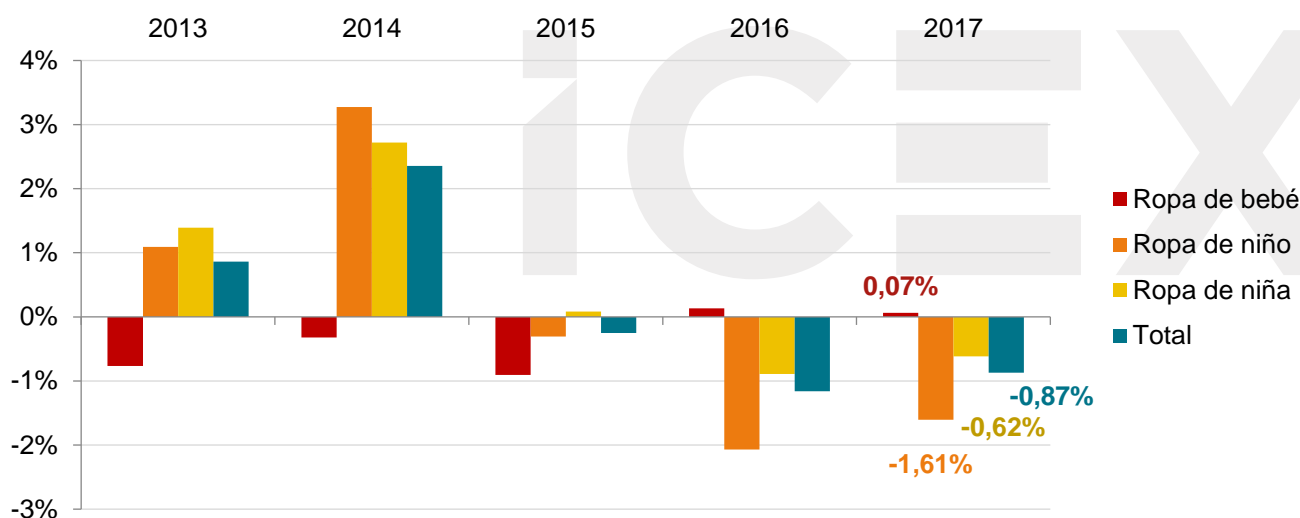
Por último, como es habitual se han podido ver artículos para el cuidado de los hijos como biberones, portabebés, etc.; así como muñecos y peluches. En este tipo de artículos también es visible el interés de las marcas por ofrecer productos informales en apariencia, pero prácticos en diseño, mientras se cuida la calidad y composición de los materiales, así como la facilidad de uso.

4. Valoración

El mercado japonés de moda infantil lleva desde 2015 experimentado contracciones anuales en su valor. El origen de este problema se encuentra en una bajada del consumo generalizado producida en 2014, y que aún algunos sectores siguen arrastrando. Así, el valor de este mercado se situó en 2017 en 819 millardos de yenes (6,16 millardos de euros).

Partiendo de esta situación, conviene tener presente que las contracciones del consumo son más difíciles de soportar por las empresas pequeñas, lo que podría explicar parte de la bajada de participación que se viene observando en *Playtime* desde el año 2017.

GRÁFICO 2. TASAS DE CRECIMIENTO DEL MERCADO JAPONÉS DE MODA INFANTIL



Fuente: Elaboración propia con datos de Euromonitor.

No obstante, no se puede obviar que el abandono del evento por parte de importantes distribuidores japoneses (en febrero de 2017), hizo un daño significativo al arrastrar a un buen número de marcas y reducir así el poder de convocatoria. Esto también tuvo efecto sobre las marcas españolas. En la edición de febrero de 2018 estuvieron presentes 4 marcas españolas (frente a las 18 de 2017) y en la de agosto de 2018 asistieron 4 (frente a las 9 de la edición del año anterior). Esta bajada en la asistencia de marcas españolas forzó a ICEX a interrumpir las participaciones agrupadas que llevaba organizando desde hacía tiempo.



TABLA 1. EMPRESAS ESPAÑOLAS ASISTENTES *PLAYTIME TOKYO* AGOSTO 2018

- 1 dbb'ideas
- 2 motoreta
- 3 message in the bottle
- 4 the new society

Fuente: elaboración propia con datos de Picaflor Japan Co., Ltd.

Asimismo, una dificultad que tiene la organización del evento es la planificación temporal. Las empresas japonesas de moda funcionan con un calendario distinto al de las empresas internacionales. Así, las fechas del evento, pensadas para el calendario japonés, suponen un problema ya que las marcas internacionales cierran pedidos en agosto, lo que deja a los compradores japoneses con un tiempo muy limitado para pensar y decidirse a hacer un pedido. Sin embargo, éste es un problema que *Playtime* afrontó desde sus inicios, por lo que no parece que haya sido un factor en la bajada de asistencia al evento.

No obstante, esta edición de *Playtime* contó con una amplia selección de marcas, productos y conceptos. Así mismo, a pesar de la menor participación, *Playtime* permanece como el único evento comercial en Japón dedicado exclusivamente a la moda infantil. Este carácter especializado convierte a éste en el evento de referencia en Japón para este segmento de moda; que en eventos de mayor envergadura suele quedar relegado a un plano secundario.



5. Anexos

5.1. Asociaciones de interés

Japan Federation of Importers Organizations

Hougaku Bldg., 4F, 19-14 Toranomom 1-chome Minato-ku,
Tokio 105-0001
Teléfono: (+81) 3-3581-9251
Fax: (+81) 3-3581-9217

Japan Business Federation (KEIDANREN)

Keidanren Kaikan, 1-3-2, Otemachi, Chiyoda-ku,
Tokio 100-8188
Teléfono: (+81) 3-6741-0171
Fax: (+81) 3-6741-0301
Correo electrónico: webmaster@keidanren.or.jp
Página web: <http://www.keidanren.or.jp/en/>

National Federation of Small Business Associations

Zenchu – Zemmi Bldg., 1-26-19, Shinkawa, Chuo-ku
Tokio 104-0033
Teléfono: (81) 3-3523-4901
Fax: (81) 3-3523-4909
Página web: <http://www.chuokai.or.jp/en/index.htm>

Japan Tariff Association (headquarters)

Nissenren Asahi Seimei Bldg. 6F, 3-4-2 Kanda-Surugadai, Chiyoda-ku,
Tokio 101-0062
Teléfono: (+81) 3-6826-1430
Correo electrónico: info@kanzei.or.jp
Página web: <http://www.kanzei.or.jp/english/>





Manufactured Imports and Investment Promotion Organization (MIPRO)

World Import Mart Bldg., 6th fl., Sunshine City Complex, 1-3, Higashi-Ikebukuro 3-chome, Toshima-ku,

Tokio 170-8630

Teléfono: (+81)3-3988-2791

Fax: (+81) 3-3988-1629

Correo electrónico: info.mipro@mipro.or.jp

Página web: <http://www.mipro.or.jp/english/>

5.2. Organismos españoles

Embajada de España

1-3-29, Roppongi, Minato-ku,

Tokio, 106-0032

Teléfono: (+81) 3-3583-8531/32/33

Fax: (+81) 3- 3582-8627

Correo electrónico: emb.tokio@maec.es

Web: <http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/TOKIO/es/Paginas/inicio.aspx>

Oficina Económica y Comercial de España en Tokio

3F, 1-3-29, Roppongi, Minato-ku

Tokio, 106-0032

Teléfono: (+81) 3-5575-0431

Fax: (+81) 3-5575-6431

Correo electrónico: tokio@comercio.mineco.es

Página web: <http://japon.oficinascomerciales.es>

Camára de Comercio de España en Japón

3F, 1-3-29, Roppongi, Minato-ku

Tokio, 106-0032

Teléfono: (+81) 03-3505-1730

Correo electrónico: moe.kato@spanishchamber.or.jp

Página web: <http://spanishchamber.jp>

5.3. Organismos oficiales japoneses

Ministry of Economy, Trade and Industry (METI)

1 -3-1, Kasumigaseki, Chiyoda-ku,

Tokio 100-8901

Teléfono: (+81) 3-3501-1511

Página web: <http://www.meti.go.jp/english/index.html>



Ministry of Finance

3 -1-1, Kasumigaseki, Chiyoda-ku,
Tokio 100-8940

Teléfono: (+81)-(0) 3-3581- 4111

Página web: <http://www.mof.go.jp/english/index.htm>

Ministry of Health, Labour and Welfare

1-2-2, Kasumigaseki, Chiyoda-ku,
Tokio 100-8916

Teléfono: (+81) 03-5253-1111

Página web: <http://www.mhlw.go.jp/english/>

JETRO (Japan External Trade Organization)

Ark Mori Building 6F, 12-32, Akasaka 1-chome Minato-ku,
Tokio 107-6006

Teléfono: (+81) 3-3582-5511

Página web: <https://www.jetro.go.jp/en>

Japan Customs (Tokyo Customs Headquarters)

Customs and Tariff Bureau, 3-1-1 Kasumigaseki, Chiyoda-ku,
Tokio 100-8940

Teléfono: (+81) 03-3529-0700

Correo electrónico: tyo-gyomu-sodankan@customs.go.jp

Página web: <http://www.customs.go.jp/english/index.htm>

Statistics Bureau

19-1, Wakamatsu-cho, Shinjuku-ku
Tokyo 162-8668

Teléfono: (81) 3-5273-1132

Fax: (81) 3-5273-1133

Correo electrónico: toukaisoudan@soumu.go.jp

Página web: <http://www.stat.go.jp/english/>

Japan Fair Trade Commission

1-1, Kasumigaseki 1-chome, Chiyoda-ku
Tokyo 100-8987

Teléfono: (81) 3-3581-1998

Página web: <http://www.jftc.go.jp/en/>





Tokyo Chamber of Commerce and Industry

2-2, Marunouchi 3-chome, Chiyoda-ku

Tokyo 100-0005

Teléfono: (+81) 3-3283-7500

Correo electrónico: kokusai@tokyo-cci.or.jp

Página web: <http://www.tokyo-cci.or.jp/english/>

Osaka Chamber of Commerce and Industry

2-8, Honmachi-Bashi, Chuo-ku,

Osaka 540-0029

Teléfono: (+81) 6-6944-6400

Fax: (+81) 6-6944-6293

Página web: <http://www.osaka.cci.or.jp/e/>

5.4. Organismos europeos

European Business Council in Japan (EBC)

Sanbancho POULA Bldg. 2F, 6-7 Sanbancho, Chiyoda-ku

Tokio 102-0075

Correo electrónico: ebcam@gol.com

Página web: www.ebc-jp.com

Delegation of the European Union to Japan

4-6-28 Minami Azabu, Minato-ku,

Tokio 106-0047

Teléfono: (+81) (3)-5422-6001

Centralita para información pública: 32-(2)-584-11-11

Fax: (+81) (3)-5420-5544

Correo electrónico: delegation-japan@eeas.europa.eu Página

web: <http://www.euinjapan.jp/en/>

5.5. Bancos españoles en Japón

GRUPO BBVA

Fukoku Seimei Building 12F, 2-2-2 Uchiwaiwaicho, Chiyoda-ku

Tokio, 100-0011

Teléfono: (+81) 335 011 061

Fax: (+81) 335-011-064

Correo electrónico: hiroshi.hashida@bbva.com

Página web: www.bbva.es

ICEX

Si desea conocer todos los servicios que ofrece
ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar
la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global

900 349 000 (9 a 18 h L-V)
informacion@icex.es

www.icex.es



ICEX España
Exportación
e Inversiones