

海外に販路を

京都工織大講演会から
 <パネルディスカッション発言者>
 近藤健一 大正紡績取締役営業部長
 齋藤大紀 雄西協商工会議所会頭
 馬場昭典 オワード楳山社長
 山下雅生 エイガールズ社長(順不同)

「中枢」を鍛えたい

オワード楳山の海外展開は日本からの輸出なのか、それとも馬場 両方と言ったか。例えば来秋から米国で再開する「ICB」はニューヨークで企画チームを作る、向こうで企画調達

をする。そんな中で、米国のデザイナーが日本の素材を見るチャンスが出てくる。日本のマーチャンダイザーが行って素材を紹介し、使う可能性も出てくる。アパレルがOEM(相手先ブランドによる生産)、ODM(相手先ブランドによる設計・生産)に依存した部分は相当あり。デザイナーや素材をゼロから

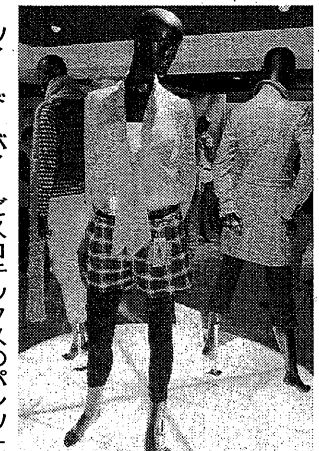
世界で戦うための人材作り 点と点の協業が重要

海外に出て作った日本のクリエイション力に対して、落ちていくのではという懸念がある。アパレルがODM、OEMに頼ってしまったのも仕方ない。結局我々が何を作りたいのか、現地で行われているのかを知り、「こんな仕掛けをしたらいける」というのを、作り上げる

の重要になってくる。世界で戦うには、開発部隊やデザイナーがしっかりしていないといけません。しかし、30、40代のデザイナーがいらない状況があつて、つい最近も、人を採っていた。これは、作ることで、売ることが重要視され、パターンナー、デザイナーがアパレルに必要とされなくなつた時代に重なる。

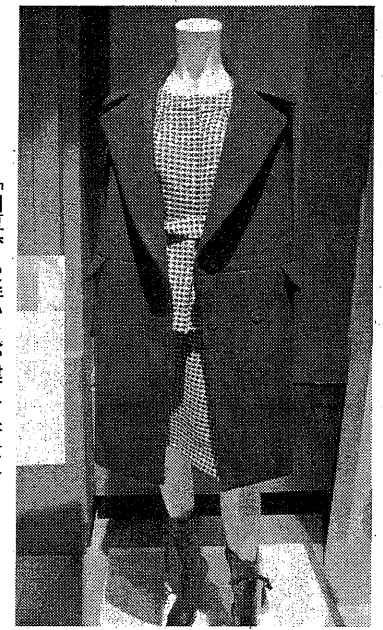
心にも見つかからないから、自分で育てるしかない。開発部隊やデザイナーといつた「中枢」をしっかりと鍛えたい。大手アパレルの課題はそういうところにあると思う。

セーレンは12~13年秋冬向け「ビスコテックス」でツイード・バイ・ビスコテックスのパンツと無地ライクのプリント提案



軽量厚地が新鮮

12~13年秋冬ファッションテキスタイル



「肉厚でも軽い」が鍵に(東レ)

合繊高密度 薄地織物 トレンドから定番へ

ダウンジャケット用途について第一織物は、イタリアや韓国、中国の高級品向けに好調を維持するが、「普段着用のダウンを除き、ファッション用のダウンは完全にブームを終えた」と指摘する。小松精練は1日までの東京展で、トリアセテートやデジタルプリント、バッグ地などを重点に据えた。秋冬の主

力だつたはずの高密度薄地は見当たらない。ただ、売れていないわけではなく、海外市場で認知され、同社に求められる定番素材に育っている。また、トレンドとは別に、技術力の高い日本の機屋への発注は安定している。丸井織物は「高密度の薄地は、定番のトレンドになつた」との判断から、設備投資に踏み

切つた。東レの展示会では、ダウン、ウールに続く秋冬コートがお客様

ニットは、40%とハイアウター用途が好調。織イロン高密度織し、糸加工を特殊な物作化を進めてきた素材にこだわ糸は一切使わ原糸メーカー

高付加価値素材で伸ばす

金沢のカジグループリ 一貫生産の強み生かし

糸加工や織布、ニット、繊維機械などを手掛けるカジグループ(金沢市、梶原隆社長)は高付加価値素材へのシフトを進め、一貫生産の強みも發揮して業績を伸ばしている。織布、糸加工で設備投資も実施し高度化を進める一方、一層のコスト削減にも取り組む、収益体質を強化する。

仮然加工のカジナイロン、薄地織物のカシレーネ、丸編みのカジニット、子供服縫製のカジンウイングの4社あり、マシンナリ部門が繊維機械と自動車部品製造の梶原製作所、関連海外2工場で構成する。マシンナリ部門との一貫体制の強みも生かして

商品や設備を高度化しているほか、多段階から集まる情報や海外工場から入る情報を企業戦略に生かす。糸加工はキエプラ「ペンベルグ」使いの複合加工糸や、細物のナイロン加工糸が強みで、クールヒズ関連の機能糸が好調。素材開発を行高が進行す持前期(11とも前期比10も確保した。

「中身濃い商談」進む

バイヤーの滞留時間が長く

ジャパン・ベストニット・セレクション2011レクシオン(JBKSS)実行委員会は7日、記者会見し、中島健一実行委員長は今回展について、「初日は午後からの雨が来場者数に影響したが、各ブースの滞留時間が長く、中身の濃い商談が出来ている」と強調した。

売業は126人(26・3%減)。同委員長は、4回目と回を重ねたことで「ブーナスの表現力、訴求力がブラッシュアップしている。過去3回の経験が4回目には開いた」と指摘。高品質の日本のものづくりの背景を伝える営業力、会話力のレベルアップにも期待しているという。

中国・韓国から10人のバイヤー 日本貿易振興機構(シエトロ)は、第4回ジャパン・ベストニット・セレクション(JBKSS)に中国8人、韓国2人のバイヤーを招いた。

中国で高級婦人服と子供服を主力に自社の8ブランドを持つ、年間売上高13億円の山東省郎服装服飾股份有限公司の由小禾・貿易センター総経理「写真IIは「展示商品は日本独特のスタイルを持ち、品質も高い」と



評価した。その上で、「高品質で高付加価値の素材を、我々が求める量に合わせて生産できるかどうか今後の課題だ」と述べた。韓国でメンズ向けの高価格ニットを扱ひ、自社セレクトショップも持つBUPのキム・ジョン代表理事は「品質が高く日本独特の特徴を出している素材が多かったが、保守的なデザインが多い印象を受けた」と語

フェース

帝人ファイバー・SPA・アパレルグループアパレルチーム課長 東 政宏さん



大阪の糸売りと東京の生地売りを束ねる現在のポジションに3月に移った。9月のファッションテキスタイル商談会は「ソロテックス」を重点的に提案し、「もう一度素材できつちのやるという意思表示ができた」。高密度中心だった使い方がから、シルキータイプの薄地「ソフト&ドレープ」やシルキーの複合素材「ハイブリッドエレガンス」など新カテゴリーを加え、「これまで使っていなかったところから使いたい」という話があった」と手応えを得た。入社から様々な部門を経験してきたが、常に他の人と違う視点で新

新たな産地との連携を模索

「開発してモノを」。これが仕事のキになっている。これ州、和歌山、桐生、新しいニットや機業してものづくりを地と組みメード・イ守ることを課題に取46歳。

防護服・たたみ・繊維
 新しい地球環境の創造と安全を目指す
AZEARTH