

織維ニュース

<http://www.sen-i-news.co.jp>

織維ニュース

検索

2017年

2月7日(火)

購読のお申し込み 06-6201-5012(代) hanbai@sen-i-news.co.jp

発行所 ダイセン株式会社

大阪本社 〒541-0051 大阪市中央区備後町3-4-9 輸出織維会館8階

電話 (06)6201-5012 Fax: (06) 6226-0106

E-mail: webmaster@sen-i-news.co.jp

東京本社 〒101-0036 東京都千代田区神田北乗物町11 乗物町中央ビル4階

電話 (03) 5289-7003 Fax: (03) 5289-7233

中部・北陸支社・中国・四国支社・上海支局・黛森商務諮詢(上海)有限公司

MUでのJOBの立ち
括できないが、会場
が変更になった前回か
ら、MU全体、JOBの
立ち位置などで質の変化
を感じる」と述べた。M
Uは昨年9月展から会場
が変わり、同時に「優良
バイヤー」を厳選する」と
いう目的で来場者審査を
厳しくした。それが前回、
今回のJOBの来場者減
に影響したのは間違いない。



終始にぎわいを見せた和歌山県ブース

時間が短く痛かった。同国の春節(旧正月)休暇とMU会期が重なっていることから明らかだ。冷やかしの客が減り、本気で日本製テキスタイルを探しに来的バイヤーが定着してきたと言える。中国人バ

系統提案で着実に前进

JOBの主催者である日本ファッショニ・ウイク推進機構(JFW)の川島朗テキスタイル事務局長は3日間を振り返って、「まだ詳細を總括できないが、会場が変更になった前回から、MU全体、JOBの立ち位置などで質の変化を感じる」と述べた。MUは昨年9月展から会場が変わり、同時に「優良バイヤー」を厳選する」という目的で来場者審査を厳しくした。それが前回、今回のJOBの来場者減に影響したのは間違いない。

3日、閉幕した。JOB設置から6回目を数えた今回は、「スマート請求依頼はいつもの半分ほど(古橋織布)など多くのブースで来場者数が伸び悩んだものの、「締めてみればいつも通りの来客だった(東レ合織クラスター)など、来場者の面ではこれまで以上にブース間の明暗が分かれた。商談の点ではその場でほぼ成約を済めたブースも幾つか見られ、続出展による着実な「前進」を印象付けた。

(ミラノ)吉田武史、3面に連記事)

「ミラノ・ウニカ」の日本勢

も回を重ねるごとに日本の各ブースの特徴をつまみ、「ついでに立ち寄る」という行動パターンは減少していく。4回目は物見遊山、物珍しさで日本製テキスタイルを見にJOBを訪れるバイヤーが多かった。しかし、バイヤーはしつかりと乗ってきた。しかし、バイヤーごとのJOB滞留

少も全体に影響を及ぼしたようだ。日本勢の中には、同メゾンが訪れた。その後バルクにつなげ、今回展にも同メゾンが訪れた。見本を発注していくた。

タスと実績で最終的に狙うのは中国(青文テキスタイル)と申す。中国はこれまでの出展によつて現在5件の出荷待ちの状況で、出展者もおり、中国人バイヤーの減少は手

4回目の出展だつたり

リーレース・インターナショナル(旧・西村レーリー)はこれまでの出展で「数は少なかつたが、良い客は来てくれた」と一定の手応えを示した。

「4回程度で大きな成果が得られるとは思つてい

ない」と同社は話す。物珍しさによる盛況ぶりから、本題のビジネスへの移行期を迎えたのが、今回のMUでのJOBだつた。

12月の全国有効求人倍率は1・43倍で、1991年7月以来25年5ヶ月ぶりの高水準に達した。福井県は東京に次いで第2位の1・91倍、石川県も1・68倍でトップ10に入る。織・編み物ではリードタイムが長過ぎて商売にならない」と商社は文句を言う。しかし実際の生産現場は人のやりくりにてんてこ舞いといふ図式である。人手不足でも賃金の上昇はわずか。16年の実質賃金は5年ぶりに0・7%増えたが、「春闘」労組はもはや死語になりつつある。

人の世界の富豪が下位億人の富と同等という調査報道があった。啄木じ

「春闘」労組はもはや死語になりつつある。人の世界の富豪が下位億人の富と同等という調査報道があつた。啄木じ

きょうの紙面

■帝人・新中計 収益性と成長性最重視 [2]

帝人は、2017年度を初年度とする3カ年の新中期経営計画を策定した。従来、製品や高機能織維・複合材料などに分かれていた組織体制を2事業領域へと再編し、各事業で成長戦略と発展戦略を実行する。6日に東京都内で会見した鈴木純社長は「収益性と成長性が最重要指標になる」と説明する。

■ルック「キース」17夏 通勤スタイル拡充 [3]

ルックは婦人服ブランド「キース」の17夏企画で、ニーズが高まる通勤スタイルを拡充するとともに、カジュアルラインではブラウスやドレスを重点アイテムに位置づけ、一層の拡販を図る。

■明石SUC・小学生服 機能重視の提案奏功 [4]

明石スクールユニフォームカンパニー(明石SUC)は小学生服向け提案案で機能加工品の提案を重視する。それが奏功して、児童数が減少する中でも健闘している。

■旭化成・機能衣料営業部 イナーなどの用途深耕 [6]

旭化成のベンベルグ事業部・機能衣料営業部は、①インナー分野の深耕②カジュアル系ウエアへの展開③重点顧客との取り組み強化——などに注力し、年率10%以上の販売量増加を目指す。

■五泉ニット工組 ブランドマーク策定 [7]

五泉ニット工業協同組合は、五泉ニットブランドマークを新たに策定した。新潟県五泉産地で生産したニットの象徴とし、近く組織する認証委員会で認証を受けた製品に使用を許可する。

■企画 「街角から 東京・銀座」 [5]

立春も過ぎて、春遠かじの気配。春は賃上げの季節である。新北陸では「募集しても面接にも来てくれない」。幸運な仕事はあるが、生産量が上がらないという。総務省によれば2016年

会ではそれ以上に「人手不足」の話題が占めた▼北陸では「募集しても面接にも来てくれない」。幸運な仕事はあるが、生産量が上がらないという。総務省によれば2016年

会ではそれ以上に「人手不足」の話題が占めた▼北陸では「募集しても面接にも来てくれない」。幸運な仕事はあるが、生産量