

人材確保難 コスト高 厳しさが増す

中国の繊維製品生産現場

納期遅れや品質悪化

アップされてきている。米国経済の復調や中国人自身の考え方の変化、原料価格のアップなどの影響で、中国の繊維産業における生産現場は今後、今以上に厳しくなる傾向にある。

衣料品をはじめ今やわが国の繊維製品のほとんどを生産している中国の製造現場で、生産コストの増加と人材の確保が厳しくなっていることが、一段と大きな問題としてクローズア

条件良い地区へ工場シフト進む

中国ではこの十数年、経済の発展に伴った人件費が年々アップしてきているが、ここ数年間は日本をはじめとする先進国から繊維産業以外の産業の進出が相次ぎ、また、中国国内でも地元資本の企業が繊維産業以外の分野で数多く立ち上がり急激に成長してきていることから、これまで製造業をはじめとする繊維産業で労働に従事していた人材が、より収入の高い分野に流れ、繊維産業に従事する人員の確保が年々難しくなってきた。

こうした傾向は今年に入り一段と顕著になり、2月の旧正月明けには例年ならば8~9割は戻ってきていた従業員が、半分も戻らなかった工場も出るなど生産現場に大きな影響を与え、こうした工場を生産基盤に持つていた日本の商社やアパレルの中には、納期遅れや納入された商品の品質の極端な悪化などに見舞われた企業も少なくない。

こうした事態に陥った背景には、他産業との競争に加え中国人の意識の変化があり、80年代以降に生まれた中国人は、日本人同様に給与が高くとも残業を嫌がるようになり3Kの職業を嫌う、自ら稼いだ給料を自分の楽しみのために使うなどで、繊維製造業に人が集まりにくくなってきている。

5月以降はこうした状況もとりあえず一段落している。

エムアンドエムソックス(大阪市、南島義社長)は、伊藤園が開発したお茶による染色を取り上げ、カテキン染め消臭タイツ「カテキンsty1e」を8月から販売する。お茶に含まれたカテキンは消臭効果が高く、しかも持続性に優れているという。

伊藤園は、「T-LIFE」ブランドで、自然・健康・安全に沿って開発したお茶染め繊維製品を展開している。カテキンの効力を失うことな



カテキン染めの消臭タイツ販売

エムアンドエムソックス

この染色技術を活用して、エムアンドエムソックスは、カテキン染めによる消臭タイツ「sty1e」を開発した。同製品は、80デニールのソックス無地のもの、足首から太ももにかけて段階的に圧力値が変化する段階着圧設計をとっている。素材はナイロン88%、ポリウレタン12%。価格はほとんど変わらない。

また「品質の良い既存の工場との取り組みを強化して品質を安定させる」とともに、品質の良い新規の工場の開拓も進めていく。「モリリンメンズアパレルグループ」や「既存の工場の中のパレルが高い所とのパイプを太くして、一方、中国において高品質でコストの安い工場の開拓も行っていく」(ヒロタエトローヌ事業部)など、既存の協力工場との取組をさらに強化していくことで、対応している企業が多い。

松屋銀座本店インナー・レッグ売り場

「ル・ランジェ」好調

モールドブラ、補整インナーけん引

松屋銀座本店のインナー・レッグ売り場「ル・ランジェ」が好調だ。インナーウェアの6月の売り上げは前年比11%増。レッグウェアは3~6月の春夏商戦トータルで2ケタ増を達成している。特に動きが良いのは、インナーではモールドブラと補整インナー。モールドブラは、従来の無地物ではなく、レースやプリント柄をアクセントに

取り入れるなど、デザイン性のあるものがより健闘していた。また、補整インナーは、お腹や姿勢をサポートし、夏服をきれいに着こなせるアイテムが順調。店頭で大々的に打ち出したところ大きな反響を得た。

一方、レッグではレギンス、プレインストッキングが動いた。昨年はレギンスが在庫切れしたため、この春夏では在庫を

十分に確保し、店頭でのファッション提案を強化したことが奏功。プレインストッキングは、市場全体では停滞傾向にあるが、「ル・ランジェ」では国産品、インポート品ともに品ぞろえを充実させているため、レッグの

売上げの中心となっている。同時に同店には銀座という立地柄、外国人観光客も多く訪れるが、中国人を中心に国産ストッキングが人気。品質の良さが支持されている。百貨店では、インナー売り場とレッグウェア売

売りのフロアを分けていることがほとんどだが、「ル・ランジェ」は、女性の肌が一番近いという観点から二つのカテゴリーを集積。

そのため、インナーとレッグを横断したフェアの開催が可能で、昨年はクリスマスシーズンに「うちエコフェア」として、ルームウェアとル・ムソックスをまとめて「家の中のクリスマス」スタイルを提案。3月にも「春のエコフェア」として同様の展開をしたところ、売上げアップにつながった。

09年度も微増収に

ジュビターショップチャンネル

ジュビターショップチャンネルの09年度3月期売上高は1090億円(前年比2.5%増)で、08年度から決算期を変更しており、08年1月~09年3月の売上高1317億円、08年4月~09年3月の売上高106

3億円。視聴可能世帯数は、2010年3月末現在で、約2579万世帯(前年末対比5.6%増)。これまで、売上げ、視聴世帯数ともに急拡大してきたが、増収率、増加率がなだらかに減ってきた。

09年度は、アラフォー世代の自分磨きを応援する「ヴィーナスナビ」、ショップチャンネルのプライベートブランド「シグネチャー」など、魅力

は、以下を重点施策に掲げ、さらなる飛躍を目指す。①CATVとの関係強化による配信枠拡大。②オンラインでも、ほかの競合から16位では惨敗

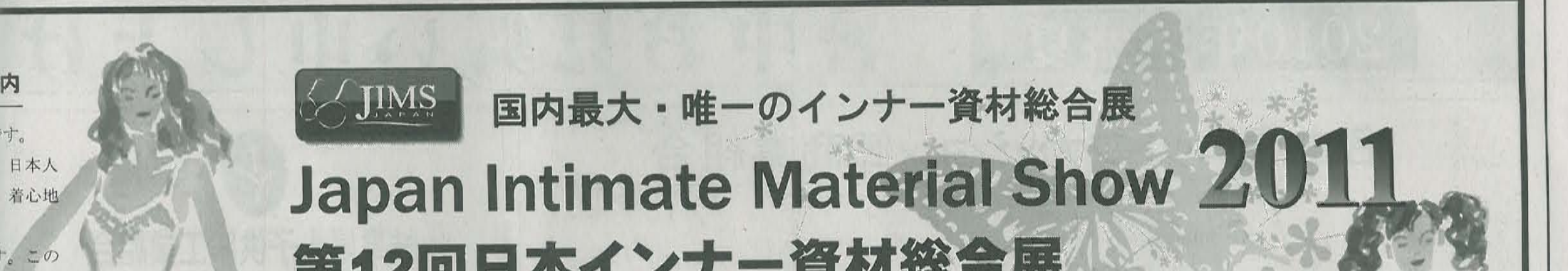
また「品質の良い既存の工場との取り組みを強化して品質を安定させる」とともに、品質の良い新規の工場の開拓も進めていく。「モリリンメンズアパレルグループ」や「既存の工場の中のパレルが高い所とのパイプを太くして、一方、中国において高品質でコストの安い工場の開拓も行っていく」(ヒロタエトローヌ事業部)など、既存の協力工場との取組をさらに強化していくことで、対応している企業が多い。

また「品質の良い既存の工場との取り組みを強化して品質を安定させる」とともに、品質の良い新規の工場の開拓も進めていく。「モリリンメンズアパレルグループ」や「既存の工場の中のパレルが高い所とのパイプを太くして、一方、中国において高品質でコストの安い工場の開拓も行っていく」(ヒロタエトローヌ事業部)など、既存の協力工場との取組をさらに強化していくことで、対応している企業が多い。

また「品質の良い既存の工場との取り組みを強化して品質を安定させる」とともに、品質の良い新規の工場の開拓も進めていく。「モリリンメンズアパレルグループ」や「既存の工場の中のパレルが高い所とのパイプを太くして、一方、中国において高品質でコストの安い工場の開拓も行っていく」(ヒロタエトローヌ事業部)など、既存の協力工場との取組をさらに強化していくことで、対応している企業が多い。

新会長に日覺東レ社長 新市場開拓に意欲

8回アジア化繊維産業での日本からの主張とすべし、共通課題の抽出、とりまとめの準備を進め



国内最大・唯一のインナー資材総合展

Japan Intimate Material Show 2011

第12回日本インナー資材総合展