

万円の(八二・六)に減取減益(減)、経常利益は六千五百円(欠損)となった。当期は消費低迷の影響を大きく受けたが、吉忠マネキンは「大型プロジェクトがほぼ出尽くしたことに加

5月度化学繊維

| 品     | 種  |
|-------|--|
| セルロース | ビスコース<br>フィラメント<br>ステーブル   |
|       | キュプラ<br>アセテート  |
|       | 計  |
| 合成繊維  | ビニロン<br>ナイロン<br>ビニリデン<br>アクリル<br>ポリ塩化ビニル<br>ポリエステルF<br>ポリエステルS<br>ポリエチレン<br>ポリプロピレン<br>その他 |
|       | 計  |
|       | 総計   |

F=フィラメント、S=総計を含む

中国・日本で本格生産

カキウチは九九年春夏かマッサランテを起用した紳士スーツ向け素材「ウオモルテサイナー、マルセロ・ピエラ」(アルテ・テック)が中心だった。

カキウチ、伊テザイ

「シール」の生産を中国や日本で本格化させる。従来はイタリア製が中心だった。

調査委が報告書

産業の先進事例を検証

「繊維先進事例集」としてまとめた。中部地区の繊維産業は毛織物を軸とした。染色整理、アパレルの繊維関連産業の集積で地場産業として発展した。染整の海外移転による空洞化や、長引く消費低迷に書はとくに中部以外の地域を中心とした先進事例を検証し、中部地区の空洞化をめぐり、

同報化などの方向性示す

同報告書は、繊維産業基盤全体の急激な変化に対応し、製造分野において対抗していく方向として①情報化②オリジナル化③グローバル化④人材育成⑤の四つを強調している。

現状と課題、対応策の方向を示したうえで、製造分野の改革、流通分野への取り組み、国際競争力、情報発信、消費者ニーズの把握と、人材育成の推進、地域を挙げた活性化、施策・技術、新製品開発面での先進的な事例を紹介している。

三組合、「存在の意欲低下」が十二組合、「需要開拓」が五組合、産地には、従事者の高齢化や後継者難などを理由に「希望する分野化」が二つある。二つを将来を危ぶむ声があがっている。

また、中部通産局担当者「産地代表者との意見交換でも、ここ数年、企業数や生産数量が減少し、産地の空洞化は繊維機械や修理に

「国、自治体の最大の課題」でも、ここ数年、企業数や生産数量が減少し、産地の空洞化は繊維機械や修理に

「危険感を抱き、積極的に製造分野の改革では、生

増の三万五千二百十八ポ、ポリエステルステープルは同一・五増の三万四千六百四十一ポ、アクリルステープルは同一・七・六増の二万四千七百一ポとなった。

マッサランテ氏は、イタリアのマルソットグループなどでコンサルタントを務めるなど、テキスタイルデザイナーとして活躍してきた。また、総合ファッション企画会社のミト社を設立し、社長兼デザイナーを務めている。現在、ミト社はカキウチの仲介で、創作屋と「ソビアン・ヴォルケーノ・ウオモ」で総合アドバイザー契約を結んでいる。

人事機構

東レ・デボン(16日) 新事業開発担当補佐 オペロン技術開発部長 理事倉嶋昭廣 オペロン技術開発部長(オペロン技術開発部研究主幹) 梅澤正夫(30日) ケブラー事業管理部長(企画調査部長 稲吉賢典 企画調査部長(管理部長) 吉澤 征也

カキウチは八九年にミト社とテキスタイルを中心とする総合デザイン契約を結び、百貨店向けに「ウオモ・ピエラ」、郊外量販店向けに「アルテ・テック」のブランド名でイタリア産スーツ向け素材を販売してきた。

最近、円安もあり、QR対応を強める百貨店が、アルテ・ピエラの間には日本生産を見直す動きがあがっている。

ハンガー 有限会社  
TEL.03-3  
東京統一ハンガ  
百貨店統一ハンガの事

減益の予算だが、商社機構を伴った得意分野に特化した質重視の商売に徹し「ヘッドを前期並みに維持する」ことで、営業利益改善をめざしている。与・為替・カントリーリス

の上高三千三百億円、営業利益百億円と、あえて減

「商権の洗い」して売上げが

談話室



## PRODUCTION IN CHINA AND IN JAPAN IN STRIDE

### Fabrics for suits designed by an Italian designer

KAKIUCHI appointed an Italian textile designer, **MARCELLO MASSARENTE**, and will begin in earnest to manufacture fabrics for men's suits "UOMO BIELLA" and "ARTE TESSILE" from '99 s/s.

Formerly most of the fabrics were made in Italy, but now to deal with currency fluctuation, low price and QR they initiate the manufacture in Japan and in China. They are expecting to sell 300 pieces made in Italy, 500 pieces made in China and 500 pieces made in Japan next year, and in the future 2,000 pieces both made in Japan and in China. They try to place the triangle structure (Japan, China and Italy) on its way and aim to supply merchandise to any kind of stores (from department stores to GMS stores)

The wholesale price is ¥1,200-1,300 per meter for the fabrics made in China, ¥1,700-2,000 for the fabrics made in Japan, and ¥2,500-3,000 for Italian fabrics.

**Mr. MASSARENTE** has been actively engaged in textile design, and served as a consultant at MARZOTTO GROUP in Italy. Besides he established a fashion planning company "**MITOR**", and is president and designer there. And now, **MITOR** is under the consultant agreement with SOSAKUYA through "SOBIEN VOLCANO UOMO"

KAKIUCHI made a design consultant agreement with **MITOR**, which stresses textile design, and has been selling the Italian fabrics with the brand name "UOMO BIELLA" for department stores, "ARTETESSILE" for suburban GMS stores.

Because of present yen slump, many clothing manufacturers and department stores reconsider the production in Japan. So KAKIUCHI expects that OEM production would follow the present suggestion of fabrics. As OEM, they are planning to produce 400,000-500,000 pieces in a joint factory in China. CONFIRMATION STI