

ペット輸出を促進

独自性へ新素材も開発

「アイン」の意匠性の高い商品、特許技術のクラデーション。その染色を生かした日本らしいデザインを施した商品などを訴求した。

同部では、商品に対する来場者の反応に一定の手心を示しながら、和柄のパンチ力の弱さやコスト高、リードタイムの長さの克服と「TOTO」ブランドで展開する独自性を課題に挙げている。

これからの課題を踏まえ、パートナーと連携した販売先の現地での備蓄も視野に入れる。独自性の追求では、帝人の素材力が際立ってきたカーペット用

パイル系の開発が進行している。

来年1月開催のドモエックスでは展示ブースをなげたいと話している。

新興タオル「くむり」

高島屋から先行発売

9月には自社ウェブでも

泉州タオル産地の新興タオル(大阪府泉佐野市)は、自社ブランドのタオルシリーズ「くむり」を「オンセットヤーン」を使用する。タオルで独自の使用契約を結ぶ同素材屋の各店舗で先行発売する。9月1日には自社ウェブでも販売を始める。

吸水・保水性を飛躍的に高め、従来糸の倍以上の吸水速度を実現。吸水後もパイル表面をサラリと快適に保つ。製織時のものは食用のりを用い、加工も化学薬品を極力抑えるなど、環境や乳幼児に優しい製法を各工程で追求した。

商品は、アウトドアユースを想定した薄く軽い「Type1」、鮮やかな10色がそろったスタンダードな「Type2」、シリーズ中最も太い糸を使い、肉厚でしっかりしたホテル仕様の「Type3」の3ラインで構成。

サイズ展開もF(フェリス、33×85cm)、B(ボデイ、90×90cm)、L(ラッシュ、90×160cm)など用途に合わせた独自設定で、Type1、2はブリード付きポンチタイプ(W)ウエア、90×160cm)もそろえる。価格は、1800円〜7千円。

同ブランドは、日本らしき、現代性、グローバル性を兼ね備えた国産製品・サービスに贈られる「MOTTE NASHI selection 2017」を6月に受賞している。

同社によれば、カーペットの5000〜6000円程度に増えるほど「細かい色度が高いも付加価値も拡大に期待されている。

運動可能鍾数

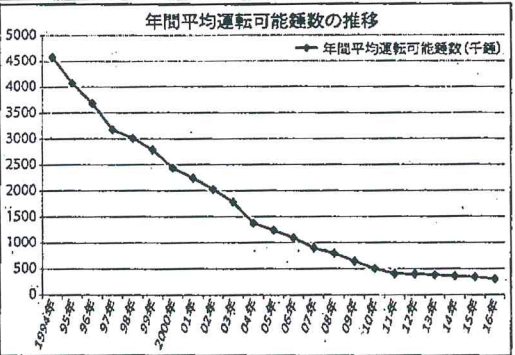
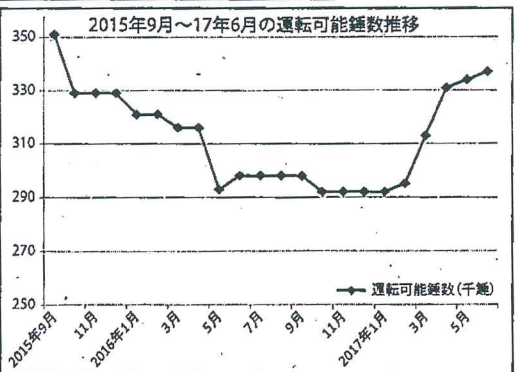
鍾台に回復

4の5カ月連続増で

買企業で被災した紡績工場の運転再開に加え、精紡機の比ベ3更新が増えていることが鍾となある。

紡績会員の平均運転可能鍾数は94年以降、毎年1カ月減少し続けてきた。94年の年間平均運転可能鍾数は458万2千鍾だった。04年には3分の1以下に減少した。14年には36万1千鍾、16年には30万3千鍾にまで減少した。

94年から16年までの23年間に鍾数が増加した月



があったのは、98年、99年、00年、03年、06年、08年、09年、13年、16年の9回。しかし、2カ月以上連続して鍾数が増えるケースはなかった。

16〜17年の運転可能鍾数の動きを月次で追うと、16年1月に32万1千鍾、10月には30万鍾を割り込み29万2千鍾になった。11月、12月、17年1

月と横ばいが続き、2月から直近に公表された6月まで5カ月連続で増えてきた。合計増加鍾数は4万5千鍾と94年以来最大だった。



昨年のトローサーブリス

部屋のイメージエンジン

DIYショー

インテリアメーカーの間、暮張メトリックは24〜26の3日で開かれる

の開拓に取組む。同社は靴下用を主力に