

# 立ち向かう ネクタイ業界

—CB11年目 前



和田理事長

後の方向性や取り組みなどを同組合理事に聞いた。

一理事＝マルゴ社長)、「C B＝ノーネクタイが当たり前となつた」(小堀元裕理事)、三公商事社

る」(池田和弘副理事長)。千代田ネクタイ社長)と本  
話すように夏場でもネク  
タイ売り場はこれまでの

「(佐藤理事)との指摘。

す兆しも徐々に出てきて、東京のネクタ  
による節電ムードの高まりでスープルビズ  
いる」とし、東京のネクタ  
イ卸、メーカー企業で構  
りでスープルビズ  
に強化された。これによ

今年で11年目を迎えた  
クールビズ(CB)。すで  
に定着し、ネクタイ企業  
にとつてはビジネスのう  
えで大きなネックとなっ  
ている。ただCBを見直

成する東京ネクタイ協同組合の（和田匡生理事長＝成和社長）は「底を入れた感がある」と言う。CBによる業界や売り場の変化、CBに対する今後の変化、CBによる業界や売り場の変化、CBに対する今

影響のなか見直す兆しも

線をたどった。それを裏付けるよう

05年以降売り上げは下降している。

期間が長くなることや、鞄を携帯する人が増え始めて、

ところが、父の日がC見直しの動きもある。ネ  
明間一苗による二三の指摘によると、二

活気があつた。  
えたビジネススタイルの

タイ売り場はそれなりのル業界では、TPOを考

千代田ネクタイ社長)とも話すはうへ夏陽でも立カ  
西遊記ハ最近のア。

る」(池田和弘副理事長)、「る」(佐藤理事)との指摘

# 立ち向かう ネクタイ業界

—CB11年目 後



ニットタイに半袖シャツを合わせる

オールシーズンでPR

「クールビズ(CB)」の浸透でニットタイが多く見られるようになつた」(和田匡生理事長)。夏向けスタイルとして、ノ

ネクタイにスーツではなく、ニットタイに半袖シャツを提案する企業を少なくない。

店、量販店などでもニット  
トタイの売り場は確保さ  
れており、近年は「ニッ  
トタイ=CBアイテム」  
という概念を超えて、年

広がり、店頭には欠かせない存在となっている。

ていい」(池田和弘副理長) こゝなど、CBにてネクタイ企業の構成は確実に広がった

事にSNSを活用してネクタイを取り組みも視野に入れていく。

間通じてニットタイを提案する企業も増加傾向にある。

タイの横にネクタイ企業はO.E.T.A.タイルに歯止めをかける方法を考える  
が作った扇子が置かれていることが多い(小堀元裕理事)など売り場の拡  
大に応じて様々な商品を投入している。

また、近年はT.P.OをF.U.)とのネクタイに開  
考えたビジネススタイルする共同セミナーや「ベ  
の高まりもあって、ネクスト・ファーザーイエ  
タイを携帯する人が増えローリボン賞」での「ベス

か大きくなってしまった。5月に入ると「ノーネクタ」でいなければいけない、商品構成にも変化をよぶ風潮が高まつていもたらした。