16秋冬ネクタイ企画

独自性で新鮮味の強調を

色柄加え風合いの意識も

クールビズ（CB）元年となった2005年以降、ネクタイ企業にとって本格的なネクタイ着用となる秋冬シーズンは、重要な商戦となっている。16秋冬企画では、売り場での新鮮味が求められる傾向が強まっていることから、商品自体に独自性を意識したものが目立った。色柄の工夫による見え方の変化や素材感の追求で手に触れたときの風合いの意外性、ネクタイ自体のディスプレーの仕方なども訴求材料となりつつある。

MEU
MEN'S FASHION UNITY

「夢と勇気と元気と希望を与えていきたい」をテーマに、積極的な取り組みが目立つ協会が存在する。それは日本メンズファッション協会（MFU）だ。メンズファッションに関わる業界中心に約270の企業・個人が加盟している。会員数は昨年と比べると約20増（2016年7月段階）。近年は副資材関係の企業、スタイリスト、飲料関係など他業界の企業・個人も交流の場を求めて加盟するそうだ。

繊維業界全体が新鮮味に傾向あって、会員数の伸び悩みを求めて「ファッション・ビジネス・ミーティング研究会」と呼ばれる、ファッションマーケティング研究会に加盟する「ファッションマーケティング研究会」と呼ばれる、ファッションマーケティング研究会に加盟する。

レッサー員、なかのイベント参加者三人順番に光沢がかった表情を生み出した。李系を経糸に使いメランジ効果を狙ったものも提案した。

秋冬にあってブルー使いのネクタイも存在感を設定しているが、近年進放つ。ウール100%ものは織り組織の工夫でむファッションのを多様化も踏まえ、ストライプやペイズリーなど定番

秋冬らしいカラーを強調

永島服飾

永島服飾は16春夏企画に立ちはだかるネクタイを集めたブランド「アスーロ」の展開に力を入れる。今回は濃色や淡色を織り交ぜた糸を経糸に配し、ブラウンやパイオレットブルーを織系に打ち込むことで、秋冬らしい季節感を強調した。ロイヤルブルーやスイ

ビーなブルー基調の永島服飾は、ストライプやドット、ジャカードなど定番的な柄で表現した先染筋ネクタイをそろえた。価格もとあって、シルク100%9000円台のものとシルクと複合素材で織り上げた7000円台の価格帯のものを並べることで、幅広い顧客層に対応を生み出した。

表面の深みのある質感も強み

イに仕上げた。同社の基幹ブランド「ブランコ スパダ」では、ストライプやドット、ジャカードなど定番的な柄で表現した先染筋ネクタイをそろえた。価格もとあって、シルク100%9000円台のものとシルクと複合素材で織り上げた7000円台の価格帯のものを並べることで、幅広い顧客層に対応を生み出した。

基幹ブランド「アールダムつ」は、経に色糸を配することで表面の柄ともちろん、光の加減で表面の全体に光沢がかった表情を生み出した。李系を経糸に使いメランジ効果を狙ったものも提案した。

秋冬にあってブルー使いのネクタイも存在感を設定しているが、近年進放つ。ウール100%ものは織り組織の工夫でむファッションのを多様化も踏まえ、ストライプやペイズリーなど定番

多様化するスタイルにも対応する

視覚や触覚から訴求図る

アラ商事

アラ商事では、「DRESS」織感（触感）をテーマに素材の見方や触ったときの風合いといった視覚と触覚から購買意欲をそそるネクタイを打ち出した。

基幹ブランド「アールダムつ」は、経に色糸を配することで表面の柄ともちろん、光の加減で表面の全体に光沢がかった表情を生み出した。李系を経

アラ商事では、「DRESS」織感（触感）をテーマに素材の見方や触ったときの風合いといった視覚と触覚から購買意欲をそそるネクタイを打ち出した。

基幹ブランド「アールダムつ」は、経に色糸を配することで表面の柄ともちろん、光の加減で表面の全体に光沢がかった表情を生み出した。李系を経

表情に変化を付けたほか、シルク起毛のネクタイは独特のぬめり感を訴求する。

色柄に関しては、アラ商事基調のジャケットを狙ったものが、近年進放つ。ウール100%ものは織り組織の工夫でむファッションのを多様化も踏まえ、ストライプやペイズリーなど定番

商品加え、見せ方も重視

マルゴ

「厳選にいかに価値を感じてもらえるか」佐藤慎一社長）と言うように、マルゴは「感じる」をテーマに商品加えを試みている。

商品としては、定番的なブルーを中心に、秋冬らしいアラウンドやペイズリーなど暖色を取り入れたネクタイをそろえた。ネクタイ生地の産地の一つである京都・西陣の技術に現代的な要素を織り交ぜた高級感あるネクタイもそろえた。

Zone silk wool

全体感がわかるような見せ方も

商品加え、見せ方も重視

「厳選にいかに価値を感じてもらえるか」佐藤慎一社長）と言うように、マルゴは「感じる」をテーマに商品加えを試みている。

商品としては、定番的なブルーを中心に、秋冬らしいアラウンドやペイズリーなど暖色を取り入れたネクタイをそろえた。ネクタイ生地の産地の一つである京都・西陣の技術に現代的な要素を織り交ぜた高級感あるネクタイもそろえた。

ネクタイもそろえた。

ネクタイもそろえた。

ネクタイ自体のディスプレーの仕方なども訴求材料となりつつある。

前年比会員数20増加

積極的なイベントが寄与

それぞれ考えるのが、イベントなどの積極的な取り組みだ。近年ではテレビにも取り

講演会を年間（東京で4回、大阪で1回）計5回開催し、場を提供している。実際にMFUに加盟したことで、企業を取り上げてもらう取り組みも増えてきたそうだ。

特に講演会では、講師や演出家の方が参加者に対して、ものづくりの考え方や、ビジネスの考え方などを話す。

ブリーツ加工を表面に施したネクタイも登場。国産で価格も1万5000円と比較的高めに設定しているが、顧客の反応を見ながら今後の展開を検討していく。

ネクタイ生地の産地の一つである京都・西陣の技術に現代的な要素を織り交ぜた高級感あるネクタイもそろえた。ネクタイ自体のディスプレーの仕方なども訴求材料となりつつある。

ブリーツ加工を表面に施したネクタイも登場。国産で価格も1万5000円と比較的高めに設定しているが、顧客の反応を見ながら今後の展開を検討していく。

ブリーツ加工を表面に施したネクタイも登場。国産で価格も1万5000円と比較的高めに設定しているが、顧客の反応を見ながら今後の展開を検討していく。

ブリーツ加工を表面に施したネクタイも登場。国産で価格も1万5000円と比較的高めに設定しているが、顧客の反応を見ながら今後の展開を検討していく。

日本の匠の技を切り口に

三松商事

三松商事は「JAPAN QUALITY」を切り口に、日本の匠の技を厳選して提案。二重織り、引き染めなど一般的にはネクタイではあまり見られない技法を用いることで、渦、温度、布の高低差などにより染め方が異なる雌雄の高・染め方で熟練の技が詰まった商品。

染めの技法の一つで、ハケを引いて染める引き染めを用いたネクタイも登場する。気象条件や気温、温度、布の高低差などにより染め方が異なる雌雄の高・染め方で熟練の技が詰まった商品。

独自性のある商品開発を意識した。

二重ロームの織機で使い表と裏の生地を結束糸でつなぎながら、織り上げる高度な技術を厳密にしたのが二重織りネクタイ。これら二重織りネクタイは、ロームの織機で使用し、表と裏の柄が奇麗に表現されている。

ALITYと題した商品は、地を薄くし、ボリュームを持つ。シルク使いで価格は1万円で展開する。

染めの技法の一つで、ハケを引いて染める引き染めを用いたネクタイも登場する。気象条件や気温、温度、布の高低差などにより染め方が異なる雌雄の高・染め方で熟練の技が詰まった商品。

引き染めが使いのネクタイも存在感を出す

5・7ものに比べて細い、ナロータイをシャープ感を訴求した。

ネクタイ自体のディスプレーの仕方なども訴求材料となりつつある。

ブリーツ加工を表面に施したネクタイも登場。国産で価格も1万5000円と比較的高めに設定しているが、顧客の反応を見ながら今後の展開を検討していく