

軽井沢・プリンズショッピングプラザ増床効果

客数、売り上げ伸ばす

14年7月に7期目の増床... プリンズを完成した軽井沢・プリンズショッピングプラザ(KPSP、西武プロパティーズ運営)は、増床効果が売場拡大、客数が前年同期を大幅に上回っている。今年7月に開業20周年を迎え、サンリオ社との共同プロモーションをはじめ地域連携の共同イベントや多様なリゾートルライフを提案しながら、軽井沢エリア全体の集客力を高め、地域活性化とともに売り上げの底上げを図る。インバウンド(訪日外国人)需要の伸びも大きく、インバウンド対応も充実している。西武グループは、軽井沢での積極投資と保有資産の有効活用で収益力を高める戦略を進めており、商業施設事業のKPSP



訪日外国人が増え売り上げを底上げしているKPSP (写真は15年の春節時期)

相互送客を進めている。交流の場として、地元保育園の子供に朝顔を館内に植えてもらい、成長過程をウェブで公開。地域の美化活動への参加や地元の学校や子供の音楽やダンスの発表の場を提供している。地域コミュニティの一員としての活動では、「軽井沢リゾートマラソン」の実行委員として駐車場を提供、町全体で力を入れるカーリングは敷地内にスケートリンクをつくり、社会人チームを招いて子供たちの体験イベントに使用、女子アイスホッケーチームを招いての教室開催なども行った。

山東桑莎集団のカンボジア縫製 3倍の120ラインに増設



カンボジア人の管理職を育て、運営や生産を強めている

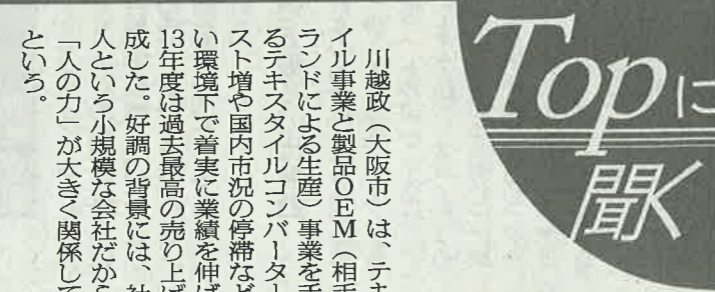
【上海支局】紡績から製品までの一貫生産を行う山東桑莎集団(サンシエル、山東省諸城市)は、カンボジアの縫製工場を増設する。現在インナーやベビー服などニットを中心に40ラインが稼働しているが、15年6月に60ラインに増やし、年末には新たに60ラインが完成する予定だ。主に日本の取引先からのコスト削減の要求に応え、オーダーの増加や安定生産に対応する。

インナー、ベビー服 コスト抑え生産

サンシエルは13年4月にカンボジアの南部、スバイリエン州で生産を開始した。スバイリエン州はベトナムに突き出したような場所でもホーチミンの空港や港に近いという地の利がある。ここにサンシエルが4000万円を投資し、サンシエル・スバイリエン経済特区(約2200万平方メートル)を開いた。特区内で通関や産地証明書の手続きができるのもメリットだ。サンシエルの現地法人、優利国際カンボジア制衣を設立し、第一期として

百貨店の春商戦 大阪、名古屋で訪日客向けサー

百貨店の春商戦は、東京都心だけでなく大阪、名古屋でも前年以上に活況を呈した。一面参照 大阪・ミナミでは大丸心斎橋店が約3倍、高島屋大阪店が約3.5倍の免税売上高となった。職場作りにも努めています。例えば、リーダークラス層をターゲットにした育成計画や、外部評価会社を使った社内ストレスや達成度のデータ化もその一環。人事の指針をオープンにして道筋を示すこと、個人の特性を生かした配置や教育をすること。そういった社内体制の強化が、そのまま企画営業力の強化、成長につながっているのではと感じます。



川越政社長 川越浩治氏

川越政(大阪市)は、テキスタイル事業と製品OEM(相手先ブランドによる生産)事業を手がけるテキスタイルコンパニー。コスト増や国内市況の停滞など厳しい環境下で着実に業績を伸ばし、13年度は過去最高の売り上げを達成した。好調の背景には、社員5人という小規模な会社だからこそ「人の力」が大きく関係しているという。

国産素材で輸出も強化

ルック、麻、ウールのほか、キュプラなど繊維も扱います。国産素材の品質とデザイン性を打ち出して、メンズ・レディースの百貨店やパルソンを対象にしています。一方、製品OEMでは、海外素材や中国、ベトナムの協力工場を活用してコストを訴求し、ポリウレタンを対象にしています。特にテキスタイル事業は、自社企画品のほか、産地とのネットワークを活用して揃えた約6000マーカーの在庫と即納体制が強みです。現在、尾州や播州、浜松、新潟などの産地企業200社と取り

人材育成で強い社内体制構築

当社は祖父の代から続く生地問屋で、創業58年を迎えます。事業内容は、国産の天然素材を軸にしたテキスタイル販売と、海外協力工場を活用した製品OEM(相手先ブランドによる生産)。テキスタイル事業は綿やシ

21日付で組織変更したイオンリテールは、衣料、食品、住居余暇、H&BCの各商品企画本部内にあった各地域の商品部を、東北・北関東・新潟、南関