

アパレル工業新聞

発信を強める活動へ

7年目のアジア・アパレルものづくりネットワーク

7月にシンポ、2月に展示会

内閣府認証NPO（非営利組織）法人のアジア・アパレルものづくりネットワーク（AAP、小島正憲代表理事）は設立七周年を迎え、「交流会による情報交換主体から、実際のビジネスにつながる仕掛けを増やして行く」（和田博理事・事務局長）方針を打ち出した。そのため7月に東京で設立七周年記念のシンポジウムを開くほか、来年2月には会員企業の市場開拓を推進する目的で「AAP歴不会」を開催する。

AAPは一一年七月に発足。現在会員は五十四社で、ASEAN（東南アジア諸国連合）・南アジアに進出している縫製企業や、生地・副資材、機器・システム、物流などアパレル生産に関連する企業が加入している。「それまで中国生産がほとんどだったが、この六

年間では会員比率が七〇、八〇%まで高まった。会員企業も多く大きく変化した」という。AAPでは会員同士による進出先の現地情報を交換する交流会や視察ミッションなどを行ってきたが、アパレル不況で不透明感が増す中、より発信を強める活動を進めていく。

その一つが設立七周年記念シンポジウムで、七月十二日、東京都港区芝公園のメルパルク東京で開く。アジアに広がった会員の生産背景や企業努力などを紹介するのが目的で、テーマは「アジアのアパレル生産新時代を担う」。シエトロ（日本貿易振興機構）の講師に

よる基調報告のあと、パネルディスカッションとしてベトナム、ラオス、カンボジア、バングラデシュ、ミャンマー、インドネシアのアジア各国に進出している会員企業が最新の現地状況を報告する。参加費は無料、定員は百五十人で先着順。シンポジウム終了後にアパレル業界拡大交流会（一般参加費六千円）を開催する。申し込みはAAPホームページから（http://www.aap-net.com）。

もう一つのAAP展示会は来年二月二十六日から四日間、東京都渋谷区千駄ヶ谷のオーダー・オブ・メリット・フランニング（OMP）のイベントホールで開く。セレクトショップをイメージした「AAPシティー」をコンセプトに、AAPのオリジナルブランドや会員企業のオリジナル商品などで構成し、十五〜二十社の参加を予定。アパレル、小売り、セレクトショップ、百貨店、商社など約百五十社、三百人以上の来場者を見込む。

AAPではこれまで二、三年の二回、合同展示会を行った。次のステップの展示会として新たなビジネスモデルを

指し、「シーズンごとの素材やアイテムのデータ分析など、会員企業や取引先に必要とされるコンテンツを備えたプラットフォーム作り」（宮崎守OMP社長）につなげていく考えだ。