

FELTA VOL.5

new era of : FELTA 「新時代の空間マテリアル」

新商品発表会・プレゼンテーションのご案内

平素は格別のご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。

2024年10月2日に発売のFELTA VOL.5の発表会を開催いたします。

6年ぶりの改定となったFELTA VOL.5は大きく生まれ変わります。また、本発表会ではFELTA VOL.5以外にも、床材（ホーム系・コントラクト系）・壁装材（FAB-ACE）などの商品説明いたします。

皆様のご参加、心よりお待ちしております。



日時

2024年11月7日（木） ① 10:30～12:00 ② 14:00～15:30

※各回定員先着20名とさせていただきます

内容

■FELTA新商品プレゼン 45分程度

■床材・壁装のご紹介 45分程度

<会場外観>



会場

株式会社ユザワ 日光本社

〒321-1264

栃木県日光市瀬尾1459

TEL 0288-30-1025

申込書

下記日程でプレゼンテーションを開催いたします。

参加ご希望の方は、FAXまたはメールにてご返信ください。

会場の都合上、定員になり次第締め切りとさせていただきますのでご了承ください。（各回定員先着20名）

準備の都合上、**2024年10月28日（月）**までにご返信下さい。

申込先：株式会社ユザワ宛 FAX：0288-22-4088 メール：k-yuzawa@jeans.ocn.ne.jp

① 11月7日 10:30～12:00	
② 11月7日 14:00～15:30	

貴社名： _____

ご氏名： _____

合計 名

※ご希望の時間にチェックしてご返信ください。

ご連絡先： _____

何かご不明な点がございましたら、株式会社ユザワ各担当営業までご連絡ください。

主催：株式会社ユザワ・株式会社川島織物セルコン

■「FELTA」新商品発表会

株式会社川島織物セルコン

東 京	8月28日（水）～29日（金）	会場	東京ショールーム
大 阪	9月5日（木）・6日（金）	会場	大阪ショールーム
埼 玉	9月5日（木）・6日（金）	会場	さいたまショールーム
横 浜	9月19日（木）・20日（金）	会場	カリモク新横浜ショールーム10F
京 都	9月19日（木）・20日（金）	会場	LIXILショールーム京都
名 古 屋	9月26日（木）・27日（金）	会場	LIXILショールーム名古屋
静 岡	9月26日（木）・27日（金）	会場	ツインメッセ静岡
札 幌	10月2日（水）・3日（木）	会場	LIXILショールーム札幌
広 島	10月9日（水）・10日（木）	会場	広島ショールーム
福 岡	10月31日（木）・11月1日（金）	会場	福岡ショールーム
高 松	11月21日（木）・22日（金）	会場	仏生山交流センター

ニュースぶらす

値札の 経済学

高機能品が人気、景気改善も支え

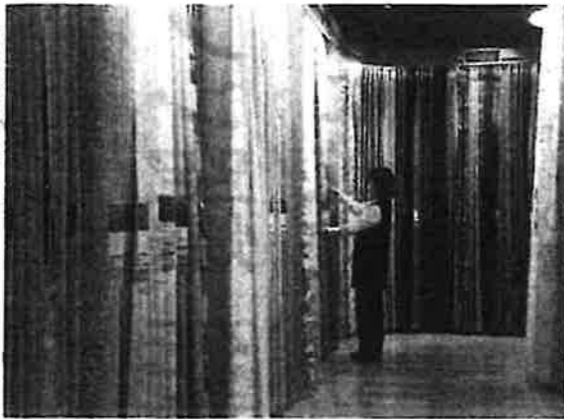


機能付きのカーテンが増えている(東京都武蔵野市のびっくりカーテンCLOSET吉祥寺店)

カーテンの価格が上昇している。昨今の景気悪化や田舎の影響に加え、高機能や防音などの機能性の高い商品が人気なため、値段の値上げがカーテンは景気のバロメーターとしての側面もあり、景気悪化の改善を示す一環と見られる。

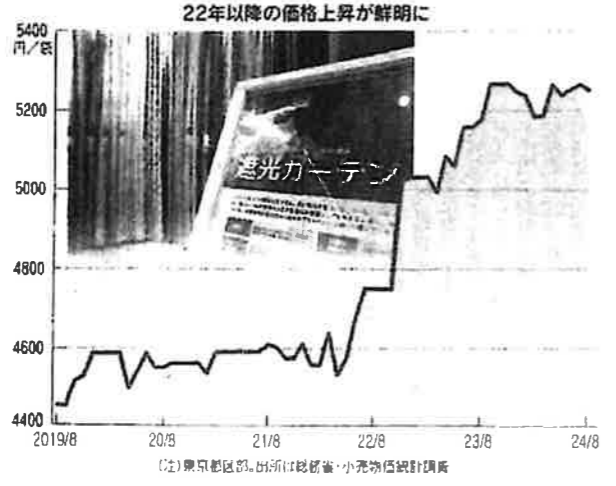
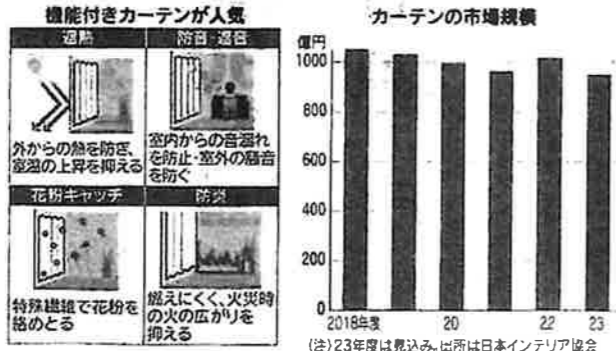
「少し値は上がったが、おしやれで高級感が出て気に入っている。新居の購入に合わせてカーテンを新調した東京都住居の30代女性(仮名)は話す。「インテリアでもおしゃれな部屋のイメージを大切に」と話す。

総務省の小売物価統計調査によると、カーテンの小売価格(東京都区部)は8月時点で1.5%上昇した。2019年8月から、5年で2割上昇している。



赤い地に並ぶ様々なカーテン(東京都中央区のジャストカーテン東京日本橋店)

カーテン、5年で価格2割高



「持続可能性」の意識高まる

カーテンの世代を問わず「持続可能性」が意識され始めた。新しい商品を選ぶ際、環境に優しい素材やリサイクル素材の取り組みが広がっている。日本インテリアデザイナー協会(日インテ)は「環境対応を推進した商品の選択は広がり、消費者も環境に優しい商品を選ぶ必要がますます高まっている」と指摘する。

「持続可能性」の意識高まる

カーテンの世代を問わず「持続可能性」が意識され始めた。新しい商品を選ぶ際、環境に優しい素材やリサイクル素材の取り組みが広がっている。日本インテリアデザイナー協会(日インテ)は「環境対応を推進した商品の選択は広がり、消費者も環境に優しい商品を選ぶ必要がますます高まっている」と指摘する。

「持続可能性」の意識高まる

カーテンの世代を問わず「持続可能性」が意識され始めた。新しい商品を選ぶ際、環境に優しい素材やリサイクル素材の取り組みが広がっている。日本インテリアデザイナー協会(日インテ)は「環境対応を推進した商品の選択は広がり、消費者も環境に優しい商品を選ぶ必要がますます高まっている」と指摘する。

「持続可能性」の意識高まる

カーテンの世代を問わず「持続可能性」が意識され始めた。新しい商品を選ぶ際、環境に優しい素材やリサイクル素材の取り組みが広がっている。日本インテリアデザイナー協会(日インテ)は「環境対応を推進した商品の選択は広がり、消費者も環境に優しい商品を選ぶ必要がますます高まっている」と指摘する。

市場規模は1000億円前後

住宅着工戸数の減少重荷

日本インテリア協会によると、22年度のカーテンの市場規模(卸売りベース、金額)は前年度比で6%増の1018億円だった。22年度は22年度と比べ1割弱減ったもまた、同協会の細井氏は「数値ベースで見れば、15%程度減っている感覚」とみる。

背景にあるのが住宅着工戸数の減少だ。新設住宅着工戸数は7月まで3カ月連続で減った。新居の購入に合わせた新調される傾向のあるカーテンの販売も運動して落ち込んだようだ。

消費者の購入意欲が鈍れば、コストが上昇した分を価格に転嫁するのは難しくなる。メーカーが値上げするには、デザイン性や機能面など、価格以外の側面を「差別化」する必要があると見られる。

(荒川 恒一)

(注)東京都部、出所は総務省・小売物価統計調査