素材・製造・商社

テキスタイル製造卸 トップに聞く 5

川越政社長

川越浩治氏

製品までの一貫提案が奏功

新規開拓が進展

――今期（21年3月期）の状況は。

コロナ禍によるロックダウン（都市封鎖）の影響などで得意先からのキャンセルや発注減があり、受注ベースでは百貨店主力のアパレルや外資系アパレル、帽子向け、オケージョンラインは大幅に減少しました。何もしなければ3割減くらいになっていたと思われますが、新規開拓とキャッシュフローの改善を進め、2月末までで売上高、経常利益ともに前期比4％減にとどめています。

新規開拓については、EC主力のアパレルやアウトドア関連、あとはインフルエンサー系が増えました。ただ生地を販売するだけでなく、製品部門とのコラボレーションを進め、生地から製品、物流までを含めたパッケージで提案できる点が評価されたとみています。

インフルエンサー系ブランドとの出会いは、若い社員が友達にミシンを貸してと言われたのがきっかけです。アウトドア向けはシームレス縫製で合繊の防水素材を用いた製品が採用になりました。テキスタイル事業はこうした一気通貫が拡大し、売り上げを下支えしました。

SNSの活用も大事になってきましたので、最近ではホームページを刷新しました。海外からの問い合わせもあり、対応を強めていきます。

ベトナム法人が健闘

――事業の強みは。

テキスタイル事業は日本で一番多様な素材を揃えているという自負があります。オリジナルに加え、外部とのネットワークがあり、様々な素材を用意できる点が強みですね。

一方、製品事業についても、しっかりとした品質のものを提供できる安心感が評価されています。縫製は主に中国ですが、ローカルスタッフがしっかり管理してくれていますし、日本側の生産管理の人員も増員するなど、品質管理体制を強化しました。

――昨年にはベトナム現地法人を立ち上げた。

海外輸出は35％増と好調に推移しています。19年にロンドンに支店を、昨年にはベトナム現地法人を立ち上げた効果が出てきました。とくに今期はベトナムが健闘しました。日本製生地をベトナム現地アパレルに販売するのが主な仕事で、尾州産地の素材や麻素材などが売れています。

富裕層向けや海外に販売するブランドも出てきており、そうしたブランドは日本製の生地の良さを理解してくれています。ベトナムを拠点にマレーシアやシンガポールにも販売しており、今後はもう少し人を増やそうと思っています。

――来期の方針は。

今期は在庫の絞り込みや余分に作りすぎないようにするなど、適正在庫に努め、キャッシュフロー意識を高めることができました。そのため来期は適材適所の人員配置や、一人ひとりが自らの課題について具体的に振り返ってもらう機会を設けるなどして、労働生産性をさらに高めていくことに注力します。

また、営業面では生地部隊と製品部隊、国内と海外といった営業の協業を加速します。EC系やアウトドアなど伸びる分野を掘り下げ、新規開拓をさらに進めたいですね。

ワクチン移送 保冷バッグ

ユニフォームメーカー被服（山口県防府市）はイザー製ワクチンの保冷バッグを開発し、種などの持ち運びに

今回開発した保冷外気温35度の環境下を約17時間維持すき、厚生労働省がワッグの基準（12時ア。週に500個りきる。

ルした。

また、制菌加工ド」を活用した、衛会や環境に貢献するCA PROJECTかプロジェクト）の「セルフクリーニオールインワンセ案。同キットはマスき防止スリッパ、Tクサーパンツ、タオット。みじかプロ「ッイト」からは環境に寄り添う」取同する企業と商品をたり、販売を通じた時の援助物品の提う。

デザイナーとの協春夏からスタートしサークル」の取り組テンセルのほかオーットンや、再生ポリ

コーエプソン

テキスタイルプリントで成長

収益性重視の修正長期ビジョン

セイコーエプソンは3月18日、修正長期ビジョン「エプソン25リニュード」を公表した。過度な売り上げ成長を前提とした旧ビジョンの計画を改め、収益性重視で環境ロス（デジタルトランスフォーメーショ

テムは、20～25年度の売上収益の年平均伸び率15％以上の成長領域に位置付ける。テキスタイル・アパレルでは、これまでの近くでの生産が加速し、小ロット短納期ニーズの拡大、環境低負荷の流れが加速するとみて、インクジェット技術によるソリューションを提案していく。

また、プリンター本体では広範なニーズに応えるラインナップを拡充するほか、データ活用による顧客支援に注力。プリントヘッド外販でも駆動方法やインクといった周辺技術も提供して新規市場を開拓する。

環境目標は「環境ビジョン2050」として、30年にパリ協定の1・5℃シナリオに沿った温室効果ガスの総排出量削減を達成し、50年にカーボンマイナス、地下資源消費ゼロを目指す。

南青山オフィスにショールーム

モリリン サステイナブルとデジタル訴求

モリリンは南青山オフィス―ムの披露を兼ねて、このほど開―を回収し、選別・洗浄してリユ