

テキスタイル 製造卸トップに 聞

5期連続で最高業績

1—25年3月期は、

売上高は45億円、5期連続で過去最高です。選択と集中で既存顧客への提案を強化しました。取引先に言われたものをそのまま作るのではなく、店頭ニーズをくみ取った提案をし、ともに物作りを進めています。最終消費者の満足度を意識した取り組みが広がってきましたね。

事業別ではOEM（相手先ブランドによる生産）、テキスタイルともに偏りなくどちらも伸びました。片方だけに売り上げが偏ると垂直連携がうまくいかなくなる。均等な

川越浩治氏 川越政社長



消費者意識した物作り 海外拠点 見直しも

インですが、試験的にOEMも開始。輸出は今後も伸びしろがあります。ロンドンやベトナムなどにある海外拠点を活用し、欧州や東アジアでの販路開拓に

ました。パートを入れて30人ほどの社員がおり、うち半数近くが女性。管理職比率も20%を超えています。社員の定着率も高く、幅広い年代層の人材が揃っています。

11月に個展を開催
——今年70周年を迎える。節目の年のテーマは「新たな創造」。社内業務の整理整頓を進め、営業の月別予算を廃止します。予算を設定するとそれを達成したり、振り返りするための会議が増える。重要ではない

会議や、そのための資料作りに時間をかけるのは効率が悪くありません。最短の時間で最大の成果を出すためには、余計な時間の削減が重要です。

拡大に重点を置いていきます。カテゴリで見てもメンズやレディース問わずまんべんなく伸び、素材では合繊やビニールシ調のものが好調だった印象です。

力を入れていきます。加えて、海外の生産拠点の見直しもしました。カントリーリクスを踏まえて、これまで生産の9割以上を占めていた中国からベトナムへシフトし、生産も軌道に乗っています。

です。海外人材の特徴は、モチベーションの圧倒的な高さです。家族を養ったり技術を身に付けたり、服が好きという思い以外の動機があり、非常に意欲的です。そうした海外人材の意識や、日本人社員の真面目さなどを互いに見習い合い、共存共栄すれば社内の雰囲気も良くなるはず

また、11月には東京で個展を開く予定です。この間控えていた国内外の展示会にも参加し、今度のミラノウニカにも出展します。人材育成や設備投資などにも取り組み、少人数で小回りの利く体制を生かして進めていきます。

輸出は昨年比で42%増加。他社があまり開拓していないスペイン、シンガポール、デンマークが増えました。シンガポールはテキスタイルがメ

また、女性活躍推進の優良企業に与えられる「えるぼし」認定の3段階目を取得し

ます。

かして進めていきます。