

top interview クラボウインターナショナル

「素材メーカー系商社としての機能を追求する」とクラボウインターナショナルの西澤厚彦社長は話す。グループ連携により付加価値化した素材を開発、提案し、縫製品OEM事業の高度化を図るイメージだ。もちろん価格訴求型商品への対応も同時並行で進める。アジア各国での内販拡大やユニフォーム分野の開拓など今後の戦略も明確。現状と展望を聞いた。



SDGsへの対応が課題

社長 西澤 厚彦 氏

「貴社や業界にとって最もインパクトの大きい外的要素とは何でしょうか。重要になってくるのは、SDGs(持続可能な開発目標)への対応でしょう。この思想を当社事業にどのように落とし込んでいくか。作る責任、使う責任、貧困をなくす、エコロジーなどさまざまな切り口がありますが、それをそのまま額面通りに受け取るのではなく、かみ砕いて商品開発に生かすことが重要だと思えます。例えば当社縫製工場である竹田事業所(兵庫県朝来市)や村上事業所(新潟県村上市)でどのような取り組みができるか研究していきます。さらに言えば、ヒット商品が長らく誕生していないこともインパクトの一つです。ユニフォーム業界では電動ファン付きウェアが爆発的にヒットしていますが、これも市場になかった全く新しい商品。こうした商品を顧客と一緒に作っていただくと考えています。」

—2019年3月

各国で内販拡大に力注ぐ

期の上半期を終え、振り返ると。カジュアルの不振をユニフォームの好調で補完するという構図です。これによりユニフォームの比率は15%から20%に上がりました。将来的には30%にしたい。カジュアルの不振には、天候不順による店頭低迷の影響が大きい。この結果、上半期は増収ながら営業利益は減少しました。営業減益は前期の特殊要因からの反動のため、それを除けば事業実態としては増益と言えます。

—ユニフォーム比率の引き上げに向け、素材からの提案を強化しています。親会社のクラボウはユニフォーム分野の生地を多数開発しています。このことに加え、この4月から当社内に技術部を新設し、素材からの品質管理や開発力を入れ活用などでユニフォーム分野の開拓を進めます。

—製造のグローバル展開を方針に掲げています。生産では、インドネシアのグループ縫製工場、アクラベニタマ(AKM系商社)として素材からの一貫提案を強め、付加価値を図るものです。格訴求型商品への対応を一定進めますが、より力を入れるのは、付加価値を高めることと素材の品質を磨くことと素材メーカー系商社としての機能追求です。今後、価格と価値のバランスが大事なのだと思います。

私のお気に入り

ウオーキングを続けている西澤さん。クラボウが「パワーウオーキング」ブランドの商品展開を始めたことも少しだけ関連して続けている趣味だ。まずは目標地点を決めてスタートする。目標は都度変化するが、

ウオーキングで心身リフレッシュ

そうそう選択肢があるわけでもない。例えば自宅から片道5分圏内に図書館があるが、週末のウオーキング実践時には、この図書館を往復、その道中で変わりゆく季節を感じることを楽しんでいる。一時増えていた体重も正常値に戻ったそう。一挙両得のお気に入りである。

〔略歴〕 (にしざわ・あつひこ) 1982年クラボウ入社。テキスタイル第一部長などを経て2013年執行役員タイ担当兼タイクラボウ社長兼サイアムクラボウ社長。16年6月常務執行役員繊維事業部繊維製品事業担当、同年9月から現職。

We provide safety quality and satisfaction

世界を味方に、新しい価値を提案

クラボウインターナショナルはクラボウグループの一員として、お客様にご満足いただける「新しい価値」の創造を目指し、メーカー系商社としての独自のネットワークを駆使した事業を展開しています。お客様のニーズをカタチにするため、素材開発から商品までの一貫体制を構築し、高品質・高感度の商品を、自信を持ってご提供いたします。

JAPAN / Osaka, Tokyo, Fukuyama, Takeda, Murakami
 CHINA / Shanghai
 BANGLADESH / Chittagong
 VIETNAM / Ho Chi Minh City
 INDONESIA / Jakarta

株式会社クラボウインターナショナル
<https://www.kurabo-inter.co.jp/>

■大阪本社
 大阪市中央区久太郎町 2-4-31 クラボウ本社ビル 5F TEL 06-6125-5200
 ■東京支社
 東京都中央区日本橋小伝馬町 4-9 小伝馬町新日本橋ビル 7F TEL 03-3639-7500