

## トップインタビュー

interview

### 澤村 社長 清水 民生 氏



経歴

しみず・たみお 1970年伊藤忠商事入社。アパレル第一部長、福井支店長などを経て2008年3月退職。4月澤村入社。12月取締役、09年常務、11年から現職。

澤村の2016年9月期は、期初計画の売上高100億円にはわずかに届かなかったものの、利益率は向上した。清水社長は「高橋氏によって製品事業の利益率が向上したばかりから実施した「益率1%アップキャンペーン」が寄与。10月から始まったアッパーキャンペーンの継続などで「安定収益の期にしたい」との考えだ。重視するのは新商品開発。清水社長に戦略を聞いた。

## 新商品開発が生命線

た開発を今後も進めていきます。

9月で通期が終わりです。概要を振り返って下さい。

下半期売上高は51億円で、通期で前期比1%増収の98億円になりました。経営利益と税引前利益も増益です。増益には増収分に加えて、製品事業で高橋の恩恵を受けました。また期初から実施した「益率1%アップキャンペーン」も寄与しました。単純に商品値上げするのではなく、新開発商品を投入し、益率を上げるという取り組みが進み、結果的には0.7%の上昇が見られました。商品のバリエーションもその役割を担いました。

100億円の大台に届くという期初目標にはわずかに届きませんでした。確かにそうですが、市況悪化の中では備前できたと思えますし、増収増益という結果にホッと二人とつぶやいてます。

――今期の重点方針を。数字で言えば100億円への返り咲きと言いたいです。ですが、市況から判断する今期並みが現実的なところです。各事業部から上がってきた計画も慎重な内容です。為替変動や与信管理など不安定要素が多い。利益は、前期で終了した為替アリバティブの益が今期は無くなるため、これを本業で補填しなければなりません。このため、益率アップキャンペーンに引き継ぎの取り組み、成果を出していきたいですね。

ランジェリーの需要喚起も前期から取り組んでおり、今期も継続します。1月に開催される日本ホテライフアソシエーション協会の展示会にも引き続き出展します。当社の基幹事業分野である

## 益率向上へ社内意識高める

インナーは、アウターのトレンドに大きく左右されます。これまでのようにアウターでカジュアル化が進むのであれば、その下にランジェリーを着る人も少ないままです。この部分ではアパレル業界との協業も模索していきたい。そのためにもわれわれは生地の開発に今までの以上に全力を傾けていきます。

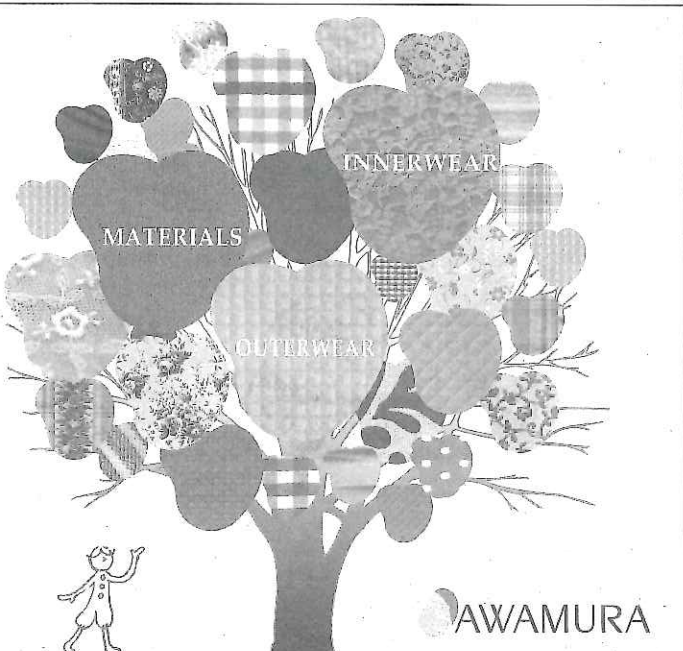
――開発強化の方針ということですが、日本の各産地の縮小が続いています。当社は編み地を得意としており、北陸や和歌山に根を張っています。産地のモノ作りを理解し、その良さを引き出すような開発が必要ですね。今、各産地の染工場はフル稼働が続く。少キヤパシティが不足しています。淘汰によって全体キヤパシティが縮小した点に加え、日本の技術力が改めて評価されたことの結果だと感じます。編み立てだけでなく、染めや加工と一体になっ

一方、その次のステップとして生地の海外生産も本格化します。日本からシフトするのではなく、日本行して進めます。タイの現地法人を軸に、ベトナムなどの縫製地への供給能力を引き上げていきます。

好きな街

### 変わらない「ならまち」

生まれは長野県上田市。現在は奈良市に居を構える清水さんの好きな街は「ならまち」だ。ならまちとは歴史的町並みが残る地域の通称で、都市としての発展は平城京の外京として多くの社寺が置かれたことに始まるらしい。清水さんは「古い町並みが残っている」と自体に落ち着きを感じる。好きな理由を語る。会社を取り巻く環境は刻一刻と変わる。変化への対応力が会社の将来を左右することは間違いない。街ぐらひは変わらないでほしい。清水さんの潜在意識が垣間見える。



## 変化は進化。 もっと役立つサワムラへ。

「最近、たしかに、どこか、変わったね」と、言われます。変革を重ね成長してきたサワムラは、今また、シフトとマインドを一新し、さらなる顧客価値の向上に挑戦しています。

### Business Field

- 繊維資材事業部：高機能・高付加価値の繊維専業資材全般の企画・開発及び販売。顧客用途に応じたオーダーメイド案件の提案・企画・開発。
- インナー事業部：インナー・ファンデーションの企画・製造及び販売。レース・生地・付属品の企画・製造及び販売。
- アパレル部：アパレル、ニットウェアの企画・製造及び販売。



AWAMURA