

澤村

下半期から「変革」本格化

生地値引き上げも課題



清水社長

澤村の清水民生社長は2018年9月期の下半期(4~9月)に向け、引き続き益率1%アップキャンペーンに取り組んで利益率の向上を狙うとともに、原料や物流費の高騰を受けて販売価格の引き上げに臨む。期初目標に掲げた「変革」にも改めて取り組む。

品OEM事業の撤退などを進めて利益体質を構築する一方で売上高は近年漸減傾向、このため入れ替わりとして今期は拡大を狙った。上半期は増収となり「拡大均衡」戦略では一定の成果を出したが、「変革」は進まなかった。景況悪化や下期型であることがその要因だが、「下期への持ち越し課題」として改めて、チェンジ、デイベロップメント、イノベーションをキーワードに新規商品の開発、新規販路の開拓、新規事業の創出などさまざまな「変革」に臨む。

上半期は原料や物流費が上昇して益率が低下、経常減益を強いられたが、近年取り組む益率1%アップキャンペーンがなければ「さらに益率は低下していた」。下半期での反転を期し、生地値を中心にした販売価格引き上げ、キャンペーンも継続する。

グループシナジーを期待するのが、子会社のフレジャーションが3月から事業を承継した、三越伊勢丹グループで各種アパレル製品の店舗を展開するマミーナ(東京都新宿区)との連携。マミーナからは七つの店舗を承継するが、同じインナー製品小売りとはいえ、フレジャーションとは商品構成や顧客層が異なる。顧客情報の共有を進め、商品企画や販売戦略などでシナジー発揮を狙う。

上半期は増収経常減益

澤村の2018年9月期の上半期(17年10月~18年3月)単体決算は、売上高が48億円(前年同期比5.9%増)だった。経常利益は原料価格高騰や物流費の上昇などで3%弱の減益だが、税引き前利益は逆に3%増となる見込み。

増収をけん引したのはインナー販売子会社フレジャーション向けのインナー製品で、テキスタイルはほぼ横ばい。

経常減益には糸や物流費、検査費などの上昇が影響したほか、2月に発

生した北陸地方の大雪による機会損失も響いた。通期では売上高で100億円(前期比4.2%増)、経常利益で前期並みの2億円強を見込む。