



19年12月に「経営陣の世代交代の一環」で社長に就任した。63歳。アパレル分野を経て07年から財務部門や管理本部を担当し、17年常務、19年8月副社長と歴任してきた。「運営を強化する」として今月からは会長、社長、取締役が執行役員を兼任し、ほかに4人の新執行役員も補充して体制を固めた。

今期から創業150周年を迎える22年9月期までの中期3カ年計画「チャレンジ2022」を実行している。売上高100億円の突破を見通すが、「それ以上に利益重視で筋肉質の企業作りを目指す」とし、最終年度の経常利益で「3億円への接近を追求」する。

筋肉質の企業作りを目指す

鍵を握るのはテキスタイル事業。伸びが見込める資材分野と安定的なインナー向けを強化する考え。海外パートナーが増える一方で、トリコットをはじめとする国内産地の縮小を懸念しており、北陸のニッターや染工場、加工場の適正工賃やコストを重要視する。産地の交流会組織を再開して「パートナー意識を高めた」といふ。

海外事業では、上海法人がテキスタイル販売に特化して医療資材向けが増え、「累積損失も一掃するなど業績回復してきた」。引き続き、丸編みや経編み、レースを拡販する。アパレル生産の東南アジアシフトに伴い、「タイ法人の位置付けの変更も検討」し、ベトナムやカンボジアの素材需要に対応する。

製品事業はこの間、オリジナル素材と縫製子会社を使ってテレビ通販と取り組んだインナー商品、クラウドファンディングを活用した機能枕が成功しており、「新たな出口戦略」として強める考えだ。(阿)