

澤村 デジタルプリント素材

インナー市場で高い支持

澤村のインナー向けプリントファブリックが好調に推移している。小松精練のデジタルプリント「モナリザ」で生産されたプリントの表現の多彩さと小ロット多品種、製品 OEM（相手先ブランドによる生産）にまで対応した企画への支持が広がっている。

モナリザで表現できる微妙な柄や色の重ね、細線の正確さ、個性ある大胆な構図などに対応できるプリントバリエーションに加え、刺繍なども併用した立体感や深みのある表現がショーツやブラジャー、ランジェリーなどのインナーウェア市場で、春夏、秋冬のシーズンを問わずに高い支持を集めている。2年前から開発を進めて、徐々に販売を開始したが、この半年ほどで柱企画に成長しつつある。

社内のレースデザイナーが描いた絵がレースにもプリントにも使用されてコーディネート幅を広げ、個性ある柄の楽しさも支持される背景だ。プリント下素材もポリエステルやナイロンのツーウェートリコットやベア天竺、チュールネットなどでダブル幅のオリジナル素材を開発、柄は現在約 50 柄ほど提案、今後、毎シーズン 7 柄ほどを展開していく計画で、小ロット多品種を求める市場にも適合した企画として手ごたえは広がっている。

OEM での要望も増えており、安定した品質と供給を確保するために自社縫製工場を基本に組み立てていることも優位性を発揮している。