

澤村のタイ現地法人

今期、売り上げ倍増計画

ベトナム向けなど拡大

澤村(大阪市中央区)のタイ現地法人、サウムラ・トレーディング(タイランド)(STT)は今年2017年6月期を「収穫期」と位置付けながら、現地企業への販売拡大、日本素材の販売本格化、欧米アパレル向けの拡販などに取り組み、前期比2倍増の売上高を計画する。

STTは現状、タイの協力ニッターで生産したトリコットやジャージー

へのシフト機運も弱まっているという。この改善として取り組みのが、タイ現地企業向けの拡大と、ベトナム現地アパレルやベトナムを縫製地とする欧米アパレル向けの拡大だ。ベトナムでの素材生産については、前期から本格化に向けて試作を始めているが、「まだまだ時間はかかりそう(勝本保取締役)と言う。ただ、タイ製の付加価値素材の販売先としては有望視しており、目下、澤村と連携しながらベトナム向けの素材販売拡大に向けた動きを強めている。

同時に澤村が展開する備蓄素材シリーズ「ネクストステージ」など日本製素材の現地販売拡大にも本腰を入れていく。

STTは設立3期目だった16年6月期で減収を余儀なくされたが、今期に入り、インナー業界向けを軸に「開発に尽力していた案件の成約が進んでいる」と言う。

6月期は20%減収

サウムラ・トレーディング(タイランド)(STT)の2016年6月期売上高は、前期比20%減と苦戦した。

16年6月期は同現法に比べて設立3期目だったが、初の計画未達、前期比割れとなった。その要因は、定番化商品がタイからベトナムを中心とした東南アジア諸国連合(ASEAN)地域に移管する流れが強まったことや、想定していた新規取引が先方都合により遅れたことなどという。

STTは13年8月に、当時のチャイナ・プラス・ワンの流れを意識して澤村が事務所を現地法人化して立ち上げた。徐々に人員も拡充、現在は日本人スタッフ2人を含む10人体制で運営。同国内のニッターや染色加工場、服飾副資材企業らとチーム・サウムラを形成しつつ、現地化を進めている。