

澤村

川下化、一貫化で利益出す

仕入れ先との関係強化も

繊維専門商社の澤村（大阪市中央区）は今期（2020年9月期）、小売り業態に近いところでビジネスを拡大する「川下化」を図る。生地から製品までの一貫供給体制も整え、利益率の向上につなげる。当期を初年度とする3カ年の経営計画も策定。北陸産地企業など仕入れ先との関係強化にも改めて取り組む。

川下化戦略は19年9月期に一気に進展した。その一つが、同社の備蓄生地を、子会社のひむか（宮崎県日向市）で縫製してインナー製品にし、テレビ通販のQVCを通して自社ブランドとして販売

するもの。これまでは中間業者への卸売りが事業の主体だったが、「より小売りに近いところでの事業、それでもできるだけ一貫運営の生産を意識」したことで、利益率も高まった。19年9月期で売上総利益が2・3%増となり、売上総利益率が0・3ポイント高まったのはこうした施策のためで、今期も同種の取り組みを加速させる。販路としては、首都圏に拡大の余地がある」とし、経営資源を投入していく。

仕入れ先との関係強化にも取り組む。中国や東南アジアでの生産に力を入れているが、生地生産の95%は国内。産地のパートナーに事業を持続してもらわないことには当社は成り立たない。持続できるための適正工賃を支払う義務もある」とし、利益向上の必要性を改めて意識する。関係強化に向けて、以前は年に1回開催していたが10年ほど休止している「P&C（パートナー&コミニケーション）会」というイベントを今期中に復活させる予定。

今期を初年度とする3カ年計画では、「筋肉質な会社」を掲げ、利益を重視する。最終年度で売り上げ11・5億円、経常利益3億円を目指す。

9月期は微減収減益
澤村の2019年9月期単体決算は、売上高が前期比ほぼ横ばいの97億円となり、営業利益は2億200万円（15・4%減）、経常利益は1億8800万円（11・2%減）、純利益1億800万円（50・9%増）だった。テキスタイル事業は、基幹の衣料向けがトリコットのシャツ地、裏地などの伸長により9・3%増となり、レースも4・8%増だった。資材向けは自動車用途がほぼゼロになった影響により12・0%減だった。

製品事業はインナーが17・0%減と苦戦。スポーツ・アウターは5・4%増、非衣料製品は8・2%減だった。関連会社は、インナー製品製造小売りのプレジ

ヤーンが赤字、縫製のひむかは黒字、上海法人の12月期は黒字見込み、タイ法人は19年6月期が赤字で、20年6月期も赤字の見込み。今期は単体売上高100億円を見込む。

（左側）川下化戦略は19年9月期に一気に進展した。その一つが、同社の備蓄生地を、子会社のひむか（宮崎県日向市）で縫製してインナー製品にし、テレビ通販のQVCを通して自社ブランドとして販売するもの。これまでは中間業者への卸売りが事業の主体だったが、「より小売りに近いところでの事業、それでもできるだけ一貫運営の生産を意識」したことで、利益率も高まった。19年9月期で売上総利益が2・3%増となり、売上総利益率が0・3ポイント高まったのはこうした施策のためで、今期も同種の取り組みを加速させる。販路としては、首都圏に拡大の余地がある」とし、経営資源を投入していく。

（右側）今期を初年度とする3カ年計画では、「筋肉質な会社」を掲げ、利益を重視する。最終年度で売り上げ11・5億円、経常利益3億円を目指す。