

# 超極細繊維にかける

①

受託加工に依存してきた北陸の織物メーカーが、付で営業畑の倉内誠取締役アパレルや生地問屋との取引拡大に活路を見いだそうとしている。首都圏や京阪神での営業拠点を構えたり、自社ブランドを立ち上げたりする動きだ。繊維メーカーとの取引量の減少を背景に「裏方」から脱し、存在感を高めようとしている。

## 東京で営業強化

第一織物（福井県坂井市、吉岡隆治社長）はアパレルが集積する東京都内の営業活動の強化に乗り出した。8月1日付で東京支店を現在の原宿からJR千駄ヶ谷付近の

ビルの一角に移転。同日付で営業畑の倉内誠取締役が東京支店に常駐する体制を整え、5人で営業を担当する。商品開発の知識が豊富な経営幹部を送り込み、意思決定を早める狙いだ。

10年ほど前から繊維メーカーとの取引量が減少し始めたことを機に下請けからの脱却を目指した。約5年前から、得意とする薄地織物を使う良しあしが把握できる効果もあつた」（総務部）。同社は織物の販売が伸びてきたことで、自社による販売の売り上げが受託加工を逆転し、現在は

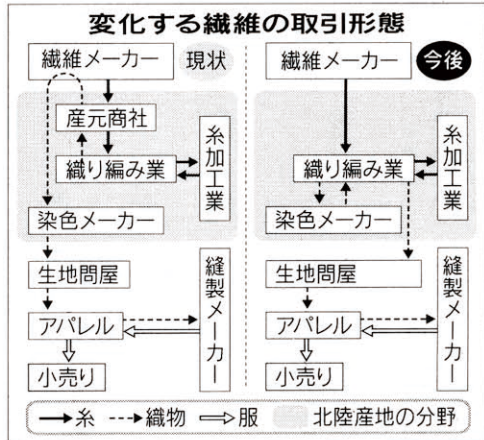
# 脱「下請け」アパレルに販路

## 自ら企画、ブランド創設も

自社販売が7〜8割を占めるほどになった。繊維メーカーは1990年代以降、相次ぎ国内から撤退し、海外生源を求め、生地問屋やアパレルに自社製品を売り

る拡大を目指す。カジグループは約4千万円を投じ、織物と糸加工のグループ2社にシフトを設けた。同グループの梶政隆社

この連載は金沢支局 後藤健が担当しました。



シヨールームを設けアパレルとの商談をしやすくした（石川県かほく市のカジレ―ネ本社）

込む動きが活発だ。丸井織物（石川県中能登町、宮本徹社長）は自社ブランド「MARIU TEX」（マリイテックス）を3月に商標登録した。ロゴマークを入れ、名刺、会社案内を刷新する。自社で企画提案した製品であることを訴える。同社の自社販売比率は5%程度だが、さらなる拡大を目指す。

長は「注文通りの生地を作るだけなら成長しない」と言い切る。アパレルと商品企画の段階から深く関わり、目指すのは「期待を超える織物作り」だ。「パソコンの心臓である米インテルのCPU（中央演算処理装置）のように、アパレルに必要な不可欠な素材を開発する」と意気込む。

だが、繊維メーカー、アパレルが考える「定番の汎用織物は海外に、超極細繊維を使った薄地織物は国内に」という潮流

## 中小は苦境

ただ、自らの企業価値を高めようと動き出した企業は産地全体から見れば一握り。従業員数4人以上の北陸3県の織物メーカー211社の大半は、まだ受託加工が中心だ。「中長期的な戦略が描けない企業の衰退は止まらない」（石川県繊維協会）との見方は根強い。

富山 007766124334163  
福井 776612332213349103