

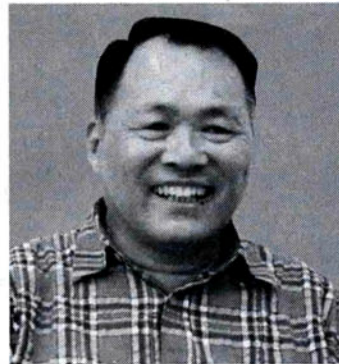
# インタビュー

## 近藤 健一さん

大正紡績取締役営業部長

### ●10年間で売り上げ倍増

この10年で売りの上げを2倍強に拡大、赤字会社から無借金会社に变身した大正紡績。生販連携で新ビジネスモデルの構築をめざしている。



り、05年3月期決算は24億5000万円くらいになりま。現在の取引先はアパレルメーカー、小売店が47社、その製品を作る機屋、ニットメーカー、05年3月期決算は24億5000万円くらいになりま。現在の取引先はアパレルメーカー、小売店が47社、その製品を作る機屋、ニットメーカー

三位一体で商品開発、物作りを進めています。アパレルの企画担当、デザイナや川中関係者らと綿花など原料産地に出かけます。物作りは、原料産地の空気に触れてこそ、イメージがわく。そこから生販一体、心を一つにしてこそ、いいものが生まれます。

——生販連携や川中業者の企画提案型ビジネス

からいっしょに取り組み、ストーリー性のあるブランドを打ち出します。

——多くのヒット商品がありました。

自然ムラ糸リサイクルコットン「ラファイ」、カシミヤ・トルファン綿混、超長繊維綿シリーズではトルファン綿「オーリンダ」、インドのスピルン綿「ラマナーヤ」、ジンバブエ綿などがヒットしました。オーガニックコットン、竹、サトウキビなどの自然素材、加工ではハニ染めなどが新分野を切り開いてきました。

## 生販連携で新事業モデル

——この10年について。

10年前、この会社は親会社のクラブウの下請加工をやっており、売上高は約10億円、赤字会社でした。引き継いだ名刺はクラブウ関係者のものだけ。それが96年に黒字、2年前に無借金になった。染工場など生産会社を含めて約300社になっっています。

——単に糸を売るだけではない。

300社がアイテム別に15グループに構成、紡績の当社と川中、川下のカー、染工場など生産会社を含めて約300社になっっています。

——単に糸を売るだけではない。

300社がアイテム別に15グループに構成、紡績の当社と川中、川下のカー、染工場など生産会社を含めて約300社になっっています。

川中メーカーが自分で企画、開発し、それをアパレル、小売店が選ぶというケースが増えていますが、いずれ中国のメーカーもやるようになるでしょう。これを原料段階

10年前は太番手のカード糸を生産していたのですが、今では月に220〜250種類生産しています。