

生販一体で開発力強化

エコロジー商品を拡充

大正紡績は商品開発部を発足し、自社発信型の商品提案機能を強めている。生販一体で「プロダクトアウト」で開発した新商品を機敏に市場に投入し、「野田和之社長」する体制も構築している。とくにエコロジー対応の商品を一段と拡充する。

同社は最重要課題として品質のレベルアップ、製品開発を掲げる。開発部は社長を責任者に、紡績などの技術者

で構成する。商品はニーズに即したものを「自社」のシーズを生かし開発。それもQR（クイックレスポンス）で作っている

「く」考え。同社では「企業の使命としてエコロジーへの対応を強める」（近藤健一取締役営業部長）ことに

力を注いでおり、新商品は、エコロジーを意識したものを中心に開発する。すでに枯葉剤を使わない手摘み綿花使用のネットプヤーンを子供服向けなどに販売、さらに吉野の桜、京都の紅葉、富良野のラベンダーなど「日本の色」シリーズを開発

しているが、草木染めも加える。

購入している綿花は、オーガニックコットンや手摘みが中心。今後の商品開発もオーガニックコットンと手摘みのブレンド、カシミヤ、ヤク、ラクタなど獣毛、シルク、白松レーヨンなどの複合素材を駆使し、「人が感動する商品開発、物作りを進めていきたい」としている。

同社の06年3月期の業績は売上高19億5000

万円、経常利益3億円で減収減益となった。シーズン向けの系が減少した

が、オーガニックコットン、獣毛混などは健闘、アパレルメーカー、小売

店などの取り組み企画は順調に伸ばした。