

フェース

澤村社長 清水民生さん

時代に見合った機能、体質作り

15日付で社長に就任。伊藤忠商事を定年退職後、08年に澤村に入社。伊藤忠商事時代は長年北陸に勤務し、ニット分野の最前線に立ってきた。澤村とはそのころからの付き合いだ。

開口一番、「難しい時代に就いた。」。過去にもドルショック、オイルショックなど厳しい時代はあったが、状況は大きく違う。国際化、為替、コスト、流通の短絡化など、生易しくは解決できないことが目白押しの時代、「3年9カ月やってきた事を当面継続するが、売り上げにこだわらず、収益を重視していく。得意分野への集中、再編を図りながら、時代に見合った機能を構築する」考えた。

同社のコアはインナー分野。中でも扱いの大きいニットテキスタイルは今後も強化する。スポーツ分野も視野に入れたストレッチ素材の提案力なども向上させる。国内で開発し、中国との連携を密にしながら、供給体制を確立する。

ASEAN（東南アジア諸国連合）地域でもタイを軸にベトナム、ミャンマーなどでテキスタイルを供給できる体制を本格的に組み立てる。それだけに「テキスタイルの物作りにはこだわっていく」という。一方で、「時代の変化に的確に対応できる柔軟性も必要」。だが、振り回されるのではなく、「方向性をきちんと持って、3年、4年先をにらんで体制作りを進めながら、最終的には製品までの一貫体制の構築」を狙う。

船場の良い面を残しながらも、「時代に見合った機能、体質を作り上げることで企業の特徴を出していく」と、淡々としながら、強い決意を見せる。

ひと

繊維専門商社・澤村の社長に就いた 清水 民生氏

コア事業拡充で収益確保

「厳しい時代に社長を引き受ける事になった。目先はインナーウェア用を中心とするテキスタイルの強みを生かし、売り上げよりも収益を優先させたい」と就任の弁。澤村の営業本部長として3年9カ月、営業現場を率いてきただけに目標は明確だ。

伊藤忠時代はニット畑を歩んだ。入社してすぐに福井支店に配属され、当時織物に比べ弱かったニットを担当、1年目から営業に出た。

その後、大阪本社と金沢、福井を往復、北陸産地のトリコットを中心に営業一筋に商社マン人生を送った。

澤村とはニット生地の販売で取引があり、春日会長とはその時代から面識があった。伊藤忠を定年退職後、入社を誘われ、第二の人生を歩む事に。

「澤村のコア事業はインナーの素材・製品。ここにこだわって今まで以上に力を入れていく」と強調する。最終的には

製品ビジネスを拡大したい考えだが、その前に「テキスタイルを改めて見直し、素材開発からの提案を進め、取り組み先アパレルから信頼されるサプライヤーを目指したい」と言う。

単体売り上げ 122 億円のうち、製品 OEM は外衣で 25 億円、インナーで 21 億円の 46 億円規模。外衣では安易な OEM は避け、テキスタイルからの組み立てに重点を置き、売り上げを犠牲にしてでも収益を優先させる考えだ。

商社の機能は時代とともに変わる。流通短絡化の流れの中で商社の立場は年々苦しくなっているように見える。「モノ作りから最終製品までにかかわるが、モノ作りにあくまでもこだわって繊維専門商社の存在感をアピールしたい」。産地とともに歩んだ経験を新たな世代に移植する事が最後の仕事になりそうだ。