



Q:TEC会を結成しましたね。

## A:イージーケアの最高峰です。

ザ・ウールマーク・カンパニー日本支社 マーケティング部長・音無通男氏



TECの内容を説明して下さい。

**音無** = トータル・イージー・ケアの頭文字をとったものです。

狙いは。

**音無** = 一体型洗濯機の普及につれて、家庭で洗えるだけでなく、機械乾燥ができ、またアイロン掛けのいらぬトータル・イージー・ケア製品を求める消費者が増えています。当社の一宮市にありますアジア開発センターは世界でも初めてのTECウール100%布帛製品の開発とその商品化に成功しました。

いつから市場展開するのですか。

**音無** = 実は2001年秋冬物から布帛パンツ、スカートの販売をしており、その後布帛アイテムの拡大を進め、シャツ、ブラウス、カバーオールタイプのジャケットまで商品化の幅を広めました。さらに研究をすすめてカットソーのウール100%のTシャツ、ボトムス、肌着などの開発にも世界で初めて成功し、2003年秋冬からテスト販売しております。

それは尾州産地にどんなメリットを与えますか。

**音無** = 付加価値差別化素材として、産地の受注増につながります。TEC会には産地から数社が参加しています。

メンバーを教えてください。

**音無** = 商社で豊島と丸紅、アパレルでファシック(紳士、婦人)、スリーティー(紳士)、奥田縫製(紳士)、東京ヤマモト(婦人)、ニッ

トで光陽メリヤス(横編み紳士、婦人、子供)、オオタニット(カットソー婦人、子供)、公冠グンゼ(肌着)、いわなか(カットソー紳士、婦人)生地、日本エース、木玉毛織などです。このほか、紳士アパレル、カットソー、ジャージー関係で数社が参加を検討中です。

品質管理は。

**音無** = 基準は厳しく、その基準に合格することはウール100%では容易ではありません。従いまして、2003年のTEC製品の生産は一部中国の日系企業を含めて日本企業だけです。消費者に信頼を得るため、確かな品質の商品を安定的に供給していきます。

家庭洗濯、機械乾燥で、アイロン掛けが不要という内容ですが、世界的には。

**音無** = 2001~2002年度世界で750万枚の実績がありますが、このうち98%はニットです。日本の開発した布帛は微々たるもので、それだけに大きな飛躍が期待できます。

