

この人に聞く

Q：自立事業はどうでしたか。

A：生地**の**ビジュアル販売に有効です。



1年間の中小繊維製造業者自立事業が終了しましたね。成果はどうですか？

野口＝昨年、10月に東京・南青山にショールームを開設、自社生地を中心

として婦人服をOEMで展開しました。生地からアパレルまでの一貫体制が確立できました。目的はあくまで生地の販売促進です。アパレル製品で提案することで、生地生産者の意図というのか、イメージがビジュアルに訴求できます。私、現在、週3日は東京在勤です。

その他のメリットは。

野口＝場所が南青山でしょう。多くの個性派アパレルが集積しており、新規の取引先が随分開拓できました。新規の中小アパレルに関しまして、多くの方は与信を心配されますが、その中には将来成長が期待できるところもあります。玉石混合かも知れませんが、可能性を秘めたところも多いのです。相応の粗利益を計上すれば、相対的リスクは回避されます。

従来の取引先はどうしますか。

野口＝それはそれとして大切にしますが、当社の姿勢としては「基本的には自社企画製品を買っていただく」ことであり、値段を訴求される相手は相手の企画で受注します。採算が合えばの話ですが・・・。

アパレルとの取り組みでは、年間素材化が条件になると思います。

野口＝逆説的ですが、従来から取引のある生地問屋さんは「尾州、ああ秋冬物ね」という

野口（株）社長野口宗宏さん

イメージが強く、例えば綿で素晴らしい春夏物を作っても「尾州の春夏物、関心がない」ということになってしまう。この点、そういうイメージを持たないアパレルは春夏物も正当に評価してくれます。

私は尾州産地がオールシーズン化するためにはアパレルとの取引が不可決条件だと考えています。

アパレル比率は多くなりましたか。

野口＝現在40%前後です。5年後には東京を中心に95%はアパレル直接取引になるでしょう。また現在80%ある秋冬物は同じく5年後には45%となり、春夏が55%と多くなるでしょう。5カ年計画でこうした目標を立てています。

野口（株）の商品の特徴は何ですか。

野口＝対象年代は「キャリアの上からミセスの下」ということになります。イメージとしては俳優の「黒木瞳さん」に着せたい、着てもらいたい服の素材です。

おもしろい表現ですね。具体的には。

野口＝本来、梳毛のシャープな感じ無地が得手ですが、手が込んだものが多いです。最近では春夏対策として富士吉田、桐生、米沢産地などとコラボレーションしています。

最後に尾州産地の発展のために一言を。

野口＝コストパフォーマンスが要求されていますが、価格を抑えるため生産工程を抜くようなことがあってはならないと思います。それをしたら尾州のイメージはいちじるしく低落します。正当な価格の正当な商品には、必要な工程が欠かせません。