クローズアップ

サンコロナ小田　衣料事業本部
衣料テキスタイル部　海外事業部長

大岡 聡 氏

備蓄力プラスアルファで勝負

ブライダル向けやインテリア向けに生地や製品を販売する糸加工業のサンコロナ小田（大阪市中央区）は近年、ファッション分野の開拓に力を入れている。パリの「プルミエール・ヴィジョン」（PV）に出展して欧州メゾンに採用されるなど海外販路開拓も徐々に進む。この流れを加速させようとユニチカトレーディングから招へいしたのが大岡聡氏だ。

◇

――入社の経緯は。

ユニチカトレーディングを定年し、再雇用という立場で生地販売を続けていました。サンコロナ小田の小田外喜夫社長と出会い、声を掛けてもらったのが入社の経緯です。

与えられたミッションは海外ファッション分野の生地販売拡大です。生地輸出はポリエステル長繊維生地やデニムなど前がに新型コロナウイルス禍の中止前と比べて2割減でしたが、想定よりはかなり盛況でした。フランスだけでなくイタリア、英国、スペイン、米国、カナダ、中東などからのバイヤーもいました。

PVで打ち出したのは、ブライダル向けで輸出実績のあるオーガンジー、再生ポリエステル使いなどサステイナブル素材、麻や綿など天然繊維使いという三つのカテゴリーです。

――関心が高かったのは。

やはりサステイナブル系は人気でした。フォーラムに採用された生地のほとんどもそうでしたし、それを目当てにブースに来るバイヤーもいました。ただ、メゾンの一部などは「サステイナブルは必要ない」というところもありましたね。会社が方針に掲げているのに、現場のバイヤーやデザイナーは関心がないというパターンもあります。

――ファッション向け生地販売事業の現状は。

新型コロナ禍で落ち込んでいます。しかし、欧州では服をしっかり作ろうというムードがかなり高まっているように感じますので、再拡大に期待しています。

――今後の方針を。

PVだけでいいのかという問題意識は持っています。例えばキャラバン方式の個展のほうがいいのかもしれない。そのあたりを見極めていきます。

オーガンジーを中心としたサンコロナ小田の備蓄力は間違いなく輸出拡大の力になります。ただ、それだけではこれ以上の拡大は望めない。別注対応やオーガンジー以外の生地など、プラスアルファの要素が必要だと感じています。

2021年10月29日(金)
繊維ニュース　第18面