2008年 9月号 134号
情報えひめ
EHIME INFORMATION

「情報えひめ（愛媛の企業・愛媛の商業）」は毎月
県内のＨＯＴな企業情報や商業情報をお届けします。

愛媛の企業「IT化拝見」

株式会社トーヨ

～ 高度素材による
安全衣料のパイオニア ～

消費低迷、価格競争激化を背景にしたアパレル業界からの短納期・少量多品種生産要求に対応するため、縫製業者の経営環境は急激に悪化している。そのような中、二十数年前から自社商品開発に着手し、独自の防護服で賃加工業からの自立化を果たしているのが㈱トーヨである。その成功要因と、現在取り組んでいるＩＴ化についてお話をお伺いした。

企業沿革

昭和 38 年、先代の大阪府での紳士服縫製が事業スタートである。その後、小松町に帰省、昭和 47 年に「㈱トーヨメンズウェア」として輸出向けメンズで事業拡大に成功した。しかし、円高による打撃を受け、昭和 60 年には国内向け高級婦人ボトム商品に方向転換した。

一方、当時から単なる下請け賃加工縫製としての限界を感じるようになり、事業継続のための新事業を模索するようになった。そのような中、愛媛県技術交流懇談会でアラミド繊維を知り、その商品特性を活かした防災作業服、及び関連用品の研究開発をめざすことになった。その後、公的支援策を活用しながら商品化を進め、平成６年頃には防護服事業としての基盤が確立した。平成 17 年には、防護服事業一本での事業展開を図っている。

〈会社外観〉

販売商品

今では 1,600 点にも及ぶ防護服、並びに関連用品が揃う。商品分類は大きく分けて、①チェーンソーなど刃物防護服、②耐熱防炎商品、③様々な高温作業での防護服、④電気・原子力工事での電気防炎服、⑤低温作業での防護服、⑥一般家庭向け保護衣料、⑦家庭用・愛車用ふきんといった環境商品がある。

＜代表的製品・チェーンソー防具服＞

それら商品の核となる素材がアラミド繊維であり、それまでの軍需・宇宙開発事業用と限定された用途から、国の労働安全衛生政策での防災ニーズを取り込み、民需開拓を果たしたという点で当社の役割は大きいといえる。

自社ブランド戦略

新規事業で課題となるのが、販路開拓であり、いかに商品を売りにつなげるかである。多くの企業がその点で挫折するが、当社はアラミド繊維を販売する帝人グループとの連携強化で乗り切った。その関連販売会社とのＯＥＭ契約で、順調に事業拡大を推進していったが、現在は自社ブランドとして独自の販売チャネル開拓に取り組んでいる。自社ブランドとしての売上げ構成比を、現在の 20%から 70%まで引き上げるべく営業社員を雇用、営業部門を強化し、売上げ拡大に注力している。

ＩＴ化への取り組み

＜お話をお伺いした渡辺社長＞

独自で生産システム構築に挑戦するなど、ＩＴ化には早くから熱心に取り組んだ。平成 19 年に、汎用ソフトをカスタマイズする形で当社業務特性に適合する現在の基幹業務システムを仕上げた。販売管理、在庫管理、生産管理をリンクさせ、単品レベルでの業務管理を行っている。また、Ｗｅｂ受注からの注文書・納品書等の自動作成、各運送会社の専用送り状のプリントアウト自動化による受発注業務の効率化も実現できている。

今後のＩＴ化の課題は、きめ細かな生産工程・進捗管理による生産管理の高度化で、更なる経営へのＩＴ活用を進めていく考えである。

取材者のコメント

現在の縫製業界の苦境要因として、廉価な労働力を背景とした生産拠点の海外移転、衣料品の消費低迷等が挙げられるが、原糸メーカーやアパレルに依存し、自らリスクを負って商品を企画・販売してこなかったことのツケも大きいと思われる。

しかし当社は、現況を見透かしていたかのように、まだ好況であった昭和 60 年に賃加工業からの自立化をめざし、具体的行動に移された。まさしく先見の明があった訳で、すばらしい判断であったと称賛したい。ＩＴ投資にも積極的で、ＩＴ活用の成熟度はかなりのものと感じた。最後に、㈱トーヨ様がこれからも時代変化を先取りされ、ますます事業を拡大されますようご祈念申し上げます。

（特別研究員　上田　保）

企業名	株式会社トーヨ
代表取締役	渡辺　学
所在地	愛媛県西条市小松町新屋敷甲 2155-1
電話	0898-72-5444
ＦＡＸ	0898-72-5443
ＨＰ	http://toyo-ltd.jp/index.html