丸竹コーポレーション

災害用備蓄で販路拡大

毛布循環のスキーム構築へ

毛布・フェルト製造卸の丸竹コーポレーション（大阪府泉南市）は、南海トラフ地震などを見据えた防災意識の高まりを背景に、災害備蓄向け商品の販路拡大を進めている。大手日用品メーカーと連携し、毛布や衛生用品の販売強化に乗り出した。さらに災害用備蓄毛布「サスティブブランケット」の拡販を通じて、使用済み毛布の再資源化を含む循環スキームの構築にも力を入れる。

防災庁の設置や自治体備蓄品の情報開示に関する法改正といった制度変化を追い風に、「大きな成長が見込める」（立花克彦社長）として事業を本格化。「被災地で特に不足するのは水、毛布、乾パン、そして衛生用品」であることから、これまでの自治体への毛布の販売実績を生かし、生理用品やおむつなど衛生分野の展開も加速する。

倉庫機能の集約も進めており、新倉庫の立ち上げによって物流体制を整備。これにより、今期は関連事業で30％の増収を見込む。

一方で、2023年に導入した独自設計の裂断機により生産した、高品質な反毛わたを用いたサスティブブランケットの拡販も強化している。この反毛わたは工程の簡略化と品質向上を両立し、「バージン原料と見間違うほどの仕上がり」（立花社長）を実現している。

自社で製品を真空パックし、10年保証を付帯。未使用品はクリーニングして再利用し、使用済み品は反毛して新たな毛布へと再生する。こうした毛布の循環スキームによる環境配慮を訴求。既に幾つかの自治体が関心を示していると言う。

サスティブブランケットは、泉南市のふるさと納税返礼品にも採用され、通販サイトで販売。今後は自治体向け（BtoG）だけでなく、家庭向け（BtoC）への展開も見据え、家庭常備用の防災キットの製品化も進める。

「サスティブブランケット」

広がる「もったいない繊維」

丸竹コーポレーションは、独自技術で再生した反毛わたを「もったいない繊維」としてブランド化し、用途の拡大を図っている。特殊な軍手やオイルフェンス（海洋フィルター）向けに販路が広がり、「持続的で安定的な受注を目指す」（立花社長）ことで、事業の安定化につなげる。

反毛わたは通常のバージン原料よりコストが高く、「高付加価値の製品でないと採算が合いにくい」という課題があった。こうした中、ガス会社向けの帯電防止軍手で安定した受注を確保。さらに大手化学メーカーへのオイルフェンス用途への供給も決定した。

生産量は毎月、前年同月比で1～2割の増加を維持している。今後は軍手、オイルフェンスに続く「第3の柱」となる販路の開拓に取り組み、生産能力の最適な活用を目指す。

ジーユー

ニーショーツに注目

今秋はプレッピースタイル

ジーユーは今秋、名門私立学校に通う学生から着想した「プレッピー」スタイルを打ち出す。婦人服は品の良いチェック柄ジャケットやオックスフォードシャツ、ニットカーディガンなどがそろう。定評のあるボトムスでは婦人用のニーショーツ、紳士用のキャロットパンツが軸になる。

クラシカルなプレッピースタイルに都会的な要素を加え、ニーショーツやスエットをスタイリングに取り入れた。ニーショーツは膝下が隠れる丈感で、脚をすっきり見せる効果が期待できる。センタープレスをかけた品番もあり、今秋のアクセントになるアイテムへ仕上げた。

同社では「ニーショーツをネクストトレンドとして訴求する。豊富なバリエーションを提案したい」（PRチーム）と説明。ドレープ感のあるキュロットやバギーシルエットのジョーツ（デニム生地のバミューダパンツ）などもニーショーツのカテゴリーで販売する。

いずれも価格は2290～2990円と手頃。ジャケットとの相性も良く「気軽にトライしてほしい。幅広い年代で着用できる」と

内側にショーツが付いたミニスカート「スコート」も提案

エアークローゼット

浴衣レンタル

特別な日を彩る

エアークローゼット（東京都港区）は、ドレスレンタルサービス

「エアー
浴衣の
た。続
ーの
のセ
同様、
を彩る
扱い、
トパ
提供

した。
レルレ
継続販
たに手
タック
タック
すっき
なった
一方
人参の
トのキ
を本格
夏シー
売し、
イテム
た。ボ
バルト
からフ
裾に向

この人に聞く

タカキュー　社長

伊藤 健治 氏

常着なのか――。ブラ
ノバディングスター
はスーツより、ファッションを楽しめる街着で訴求した方が効果的だと思い、日常着のブにリーチしようと思いました。ところがマーケットリサーチをする中で、ハードルの高さを感じました。20代は自分の個性を出せるファッションを重視します。他人とは違う服を

――30代はストライクゾーンが広いと。

そうですね、30代はもう少し周りを意識します。「周りが着ているから自分も着たい」という意識が少なからずのように周りをあまり意識せずに、自分だけのファッションを追い求める人は少ない気がします。

――ドローで打ち出す商品の特徴は。

奇抜なデザインではなく、ベーシックなデ

――女性用コートの丈はやや長めですね。

ゾゾタウンで売れている商品や画像の見せ方を徹底的に研究しました。"女性らしい"コートを電子商取引（EC）サイトの画面で表現するには、丈は長め考えて、商品を企画・開発しました。

――紳士服専門店がカジュアル寄りの商品を次々と投入していますが、あくまでビジネス着の領域内です。そこから一歩抜け出します。