

7 新興・中小企業

【第三种郵便物認可】

地域発 世界へ



かつて「高原シャツ」のブランドで親しまれたシャツメーカーのフレックスジャパン(長野県千曲市)。中国やインドネシア、ミャンマーなどに工場を持ち、全生産量である年間1000万枚の97%を海外生産する。生産拠点が東南アジア諸国連合(ASEAN)地域を中心にシャツショップを展開し、生産地から消費地に変える挑戦を進めている。

フレックスジャパン ASEANでシャツ店



オーダーの比率が高いインドネシアでは同国の自社工場でオーダー製品が作れるようにする

フレックスジャパン、1940年創業。85年に高原シャツ工業と高原シャツ商事が合併し、社名をフレックスに、98年に現社名に変更。OEMや自社ブランド「軽井沢シャツ」を展開。2017年2月期の連結売上高は110億円。従業員数は464人。

オーダー強化 品質勝負

オーダーの比率が高いインドネシアでは同国の自社工場でオーダー製品が作れるようにする。高所得者向けに日本ブランドの高品質シャツを販売する。香港でも売り場を立ち上げるなど、ASEANを中心にアジア展開を強化している。背景には日本で培った技術力がある。欧州に比べ湿度が高い日本で戦ってきたフレックスジャパンは高温多湿地域向け商品開発で冷涼な欧州の企業より先行している。高温多湿のASEAN地域での商品展開を新たな柱に育てる計画だ。ANという新しい市場を早急に確保するためだ。欧米向けにはOEM(相模先ブランドによる生産)を中心に展開を進める。パングラデシュは世界有数のシャツ生産地だが、同国への依存度の高さが欧米メーカーの課題とされる。隣国ミャンマーのヤンゴンに2工場を持つフレックスジャパンがOEMを受託できる可能性は大きいという。

2015年にオープンした2倍だ。狙いは中産階級。たジャカルタのイオンモール内店舗の好調をを受けて現地の百貨店内で展開も増やしている。ベトナムのハノイには今年1月に旗艦店を立ち上げた。矢島隆生社長は「海外販売を強化する理由は2つ」となる衣料業界。「メーカーとして価格とは違う品質で頂点を目指したい」と矢島社長は夢を語る。まずはASEANでの足固めを進めたい。

(長野支局 佐伯遼)