

カーテンで自社企画

将来は小売りも

脱OEMが始動

桐生の野口染色は主力のインテリアテキスタイルで、OEM（相手先ブランド生産）にプラスオン、オリジナル自社企画の販売に乗り出す。メインターゲットはカーテン、高級ゾーンを狙っている。小売店ルートの開拓に続き、インターネット通販も検討している。

野口染色

作ったものは自ら販売、自社直販も視野に入れている。インテリア狙いではそうはない大がかりな計画が、1年間の準備を経て本格的に動き出した。

「ハードはあるが、ソフトはゼロ」（野口宇弘専務）。新事業開始にあたり高い壁がそびえていた。だが、インテリアデザイナーの指導の下で苦手とする感性、企画・デザイン面のレベルアップに努め、一定のノウハウも固まった。当初の予定通りに2年目での販売開始となった。

市場で認められるには、ほかにはないセールスポイントが不可欠。デザインと素材の2つに大きな切り口を見いだしている。前者は「和」テイスト。それ自体は特に珍しくないが、純国産で輸入品にはない持ち味を追求している。後者の売り

インテリアアトータルが大きな目標



はオール天然繊維使い。綿もしくは綿・麻使用で、糸からの高付加価値路線を打ち出している。メインターゲットとする小売店。特にインテリア

ア関連には限定していない。生活雑貨など比較的新しい業態に期待している。大手チェーンなどに売り込んでいきたい、としている。インターネット

ト通販は現状ではまだ計画の段階で、具体化はこれから。対応を急ぐ。商品は当面はカーテン一本だが、将来構想としてはインテリアテキスタイル

イルのくくりで幅を広げていきたい考え。さらに、テキスタイルのみならずクッションなどインテリアアトータルも検討課題という。