

# アジア販売再構築

## 中国現地法人を一本化

### 香港法人との2本部体制で攻め

サンエー・インターナショナルは、中国を中心としたアジアでの販売事業を再構築する。3月1日付で海外事業の組織を再編、従来は日本にあつた国際事業本部の本部機能を上海と香港に移して現地対応を強めるとともに、複数あつた中国の現地法人を事実上一本化、生産・販売の一体化による効率化とスピードアップを図る。また、香港法人を拠点に、シンガポールやマレーシアなど東南アジア全地域への販売も広げる。収益改善を最優先しながら「攻めの体制を整え、将来は海外での売上げ構成比をグループ全体の20%に高めたい」（三宅止彦会長）という。

#### 現地向け強化

中国では杉杉集団と合併で04年に設立し、「キャロウェイ」のゴルフウェアを販売していた寧波莎文時装有限公司（NSF）を、合併契約を解消して休眠会社とし、日本向け輸出業務を行っていた贊英國際貿易上海有限公司も近く清算する。両法人の業務はキャロウェイ、「シルスチュアート」以外のブランドを販売していた上海贊英時装に移管する。中国の現地法人は昨年8月末にシルスチュアートを出店するにあつて香港法人が設立した贊雅商貿上海有限公司があるが、「実態としては上海贊英時装に一本化する」とい

う。この体制再編を受け、上海贊英時装と香港法人の責任者に権限を委譲し、現地法人がある韓国、台湾を含むアジア全域の戦略を「両者が連携して立案し、実行することにした。権限委譲により、現地に合わせた企画や出店・店舗運営を強化するとともに、戦略の実行を迅速にする。

キャロウェイ、シルスチュアートを中心に中国で生産した商品を直接、アジアで販売する比率（現地生産比率）を高め、コストダウンを図る。キャロウェイでは現地生産比率を現状の10%前後から30〜40%に高める。日本人と中国人の体形の違いに対応するため、現地向けのバタ

ーン開発も強化する。

#### インドなども

現在、アジアでの直営店数は中国26、韓国と台湾が各22、香港20。シルスチュアートを中心

に売上げ好調な香港を除いて苦戦しており、「当面は出店拡大は急がず、収益改善を最優先する」。海外事業苦戦の「最大のネック」である中国は、低迷している「プロポーションボディドレッシング」のシヨップをシルスチュアートの順次切り替えるなど展開ブランドを再編する。組織再編による効率化と現地生産比率の拡大によるコストダウンなどにより、12年8月期に経営黒字化を目指す。収益改

善のめどと人材を含めた体制が整った上で、「日本で開発した新業態型ブランドの導入も検討する」。

香港法人を拠点とし、現地法人がない国への卸販売も本格的に拡大する。すでにシンガポール、マレーシア、タイでキャロウェイを販売しており、今後はインドなどにも販路を広げる方針。加えて、シルスチュアートの年内にもシンガポールでの販売を開始する。