

澤田棉行

アップサイクル事業拡大

ファン市場に的絞りを

繊維原料販売や各種不織布の製造販売を主力とする澤田棉行（兵庫県姫路市）は、新規事業としてアップサイクルによるグッズ製造に力を入れている。競馬や野球など、ファンコミュニティが確立されている市場をターゲットに絞る2023

年から本格的に販路を開拓し、徐々に採用が広がってきた。同社は1880年の創業。輸入原綿や化合物の販売を主力とする。会社の歴史に裏打ちされたネットワーク力が強みで、中でも寝具わたの売りでは第一人者と言ってもらいたい（澤田社長）とする。

1970年に設備を導入して始めた不織布事業も強みだ。スピーカーの吸音材などからスタートし、現在は車両関係やマットレス向けの難燃不織布など、特殊な製品を製造、販売する。

現状の売り上げに占める比率は繊維原料販売が約6割、不織布事業が約3割となる。既存事業にも力を入れつつ、今後は新規事業も伸ばす。



競馬や野球などの分野で採用されたグッズ

同社は創業時、紡績工程で発生する落ちわたの寝具向け販売で業容を広げた。創業時のエピソードを現代風にアップデートしたのが本来捨てられる廃材からグッズを作る新たな取り組みのアップサイクル事業だ。

グッズは競馬や野球などの分野で採用が進んできた。競馬分野では、廃棄するふとんの中わたや、生産時に出るテールクロス素材を再利用し、ゴールまでの距離を示す標識の「ハロン棒」のクッションキーホルダーや、お守りなどを作った。日本中央競馬会（JRA）の公式グッズとして採用されている。

野球分野ではこのほかに、ホームベース型の折り畳みクッションが広島東洋カープの公式グッズとして採用された。国内の高級マットレスを製造する工程で発生する端材をクッション材として活用。高反発、高耐久なため、長時間の観戦でも疲れにくい。ホームベースの形で、ファン同士のコミュニケーションツールとしての役割も想定する。

このほか、東京六大学野球や、日本フットサルリーグ（Fリーグ）に加盟する湘南ベルマーレフットサルクラブなどへ採用された。商品開発において「環境を主役にするのではなく、少し良いこととして忍ばせるのが肝」と言う。現在、新事業は売上高の1割にも満たないが、澤田社長は「来期（2027年4月期）には15%に引き上げたい」と話す。