

戦後間もない合成繊維市場の黎明期から、東レグループは素材を糸商、紡績などの一次ユーザーに提供するだけでなく、自ら問屋、流通に至るサプライチェーン全体に向けて、“ナイロン”や“テトロン”など新たな素材ブランドの浸透を図ってきました。そして1960~70年代にブランドアパレルメーカーの既製服市場が成長する局面では、織布、紡績、染色、加工糸、ニットなどの部門ごとに北陸産地を中心に国内の系列プロダクションチームを編成し、糸・テキスタイル一貫のビジネスモデルを確立しました。

1980~90年代には東南アジアや中国で糸から染色までの一貫生産体制の構築を進め、グローバルオペレーションを加速しました。

2000年以降、ファストファッション/SPA(製造小売業)が急成長する時代となりました。SPAのビジネスモデルは、それまでのように各段階で一定量を生産しておくプロダクトアウト型とは大きく異なり、中間流通を経由せず店頭での消費者データを即座に生産に反映させ、販売機会を逃さず余計な在庫も抱えずに商品を売り切るものです。東レグループには、こうしたSPAの仕組みに対応できる、グ

強力なパートナーと 世界に類例のないサプライチェーンを構築

東レの強み

03

Supply Chain Management

サプライチェーンマネジメント

グローバルな繊維事業の戦略と高品質の商品を大量生産できる生産技術力、そしてユニークな商品を開発するR&Dの総合力がありました。2006年、東レはユニクロとの「戦略的パートナーシップ」に合意し、その後繊維の流通構造を一から見直すとともに、素材メーカーとSPAの境界線を越え、素材から商品までの企画・開発・生産・物流までを両社一体のバーチャルカンパニーとして運営するという、世界に類例のないビジネスモデルを確立していきました。この取り組みの中で、中国に加えてASEAN各国やバングラデシュでの生産拠点を拡充するなどグローバルな供給体制を整備し、糸綿・テキスタイル・縫製品一貫型事業の事業拡大を進めてきました。コスト・効率性を追求した最適地生産で、さまざまな加工段階を有機的に結び付け、均質な製品をタイムリーに届けることのできるワールドワイドなサプライチェーンを構築し運営しています。こうした東レの世界に類例のないサプライチェーンの構築は、日本の流通構造の抜本的な改革や、ジャパンテクノロジーの世界への訴求へとつながり、繊維産業に新たな価値を提供しています。

通常のサプライチェーン



繊維メーカー



商社
糸商

ワンストップ・トータル・サービス



製糸



東レグループ

繊維産業の流通構造を抜本的に改革

2006年にユニクロと合意した「戦略的パートナーシップ」に基づき実現した「素材から商品までの企画・開発・生産・物流までを一体のトータルインダストリーとして捉える」垂直連携は、日本の繊維産業が抱えていた流通構造の非効率性の問題を一気に解消しました。それまでの流通構造は、多段階の商流が素材別・用途・アイテム別に複数存在する多重構造で、サプライチェーンが長いことから、小売段階の消化率が読めず、各段階の思惑によって流通在庫も上積みされ、ロスの増大をまねき、国際競争力を損ねていました。東レグループの繊維事業は、ユニクロとの連携をきっかけに、こうした多重構造のサプライチェーンを統合し、実需動向に連動したシンプルで柔軟な生産体制への変革を進め、グローバルに生産・流通コスト、在庫リスクの抜本的な削減を実現しサステナブルな経営を目指していきます。