

住江織物、店舗デザイン企業を買収 設計事業に参入

2020/09/29 17:00 日本経済新聞電子版 863文字

カーペット大手の住江織物は、フランフランといった雑貨店や美容院などの内装を設計・施工するシーピーオー（東京・渋谷）を買収した。事業領域を内装材の製造販売や施工から設計まで広げ、デザイン力を吸収して製品開発にも生かす。新型コロナウイルスの影響もあって大きな伸びが見込めない内装材市場でシェア拡大を目指す。

このほどシーピーオーの全株式を取得した。買収額は非公表。同社はインテリア雑貨店から美容院、飲食店に至るまで様々な店舗内装の設計や施工を手掛ける。店内のカウンターや棚などの木製インテリアも自社で製造しており、顧客の要望に細かく応えられるのが強みだ。2019年9月期の売上高は約18億円。

住江織物はホテルやオフィス、家庭向けにカーペットや壁紙などを販売するインテリア事業の売上高が20年5月期で333億円と全体の4割弱を占める。家庭向けのカーペットやカーテンなどではサンゲツや東リを抑えて国内トップシェアを誇るが、中国企業などとの競争も激しい。

シーピーオーの買収で、事業領域が施設の内装設計にも広がる。設計者として初期から施主と直接やり取りすることでニーズもくみ取りやすくなる。

デザイン力の底上げも大きな目的だ。例えば商業施設の床はカーペット素材よりも硬質床材の採用が多い。シーピーオーから小規模店舗が好むデザインや機能を学び、製品の使い勝手を高める。創造性が高まるとしてスタートアップなどに人気の職場のフリースペースの提案にも力を入れる。

日本インテリアファブリック協会によれば、18年度のインテリア内装材の市場規模は前年度比0.4%減の5644億円だった。新型コロナウイルスの影響でホテルはインバウンドの減少が打撃となり、在宅勤務の拡大でオフィス縮小の動きもある。

同社は1883年にカーペットの製販会社として創業。帝国議会や戦艦大和に納入した歴史がある。現在の主力事業は自動車や鉄道の内装材だが、祖業のインテリア事業も重要視しており、永田鉄平インテリア事業部門長は「今後もM&Aを続けていく」と話す。

（荻野聡祐）



シーピーオーが内装を手掛けたアパレルショップ

本サービスで提供される記事、写真、図表、見出しその他の情報（以下「情報」）の著作権その他の知的財産権は、その情報提供者に帰属します。

本サービスで提供される情報の無断転載を禁止します。

本サービスは、方法の如何、有償無償を問わず、契約者以外の第三者に利用させることはできません。

Copyrights © 日本経済新聞社 Nikkei Inc. All Rights Reserved.

許諾番号30081250日本経済新聞社が記事利用を許諾しています。