



見栄より良識！！モノづくりの未来

みづほ興業・インパナ事業部では、《潮流の本質をつかみ、我流に偏らない、欲しがられる商品》の開発を目指す為、シーズンの始めに、モノづくりの行動目標となるテーマを決めています。

2018~19AWのテーマはズバリ「コスパ & サステナビリティ」です。

深刻な事態が続く中で、それでも現在成長している国内企業や・勢いのある市場から集めた情報は、《既存のやり方を、変化する潮流にあわせて小刻みに見直しながら、我が道を貫く》ことだと言います。既にトレンドの主導権はSNSを使いこなす大衆に移り、アパレルの勝ち組企業は《過去の服飾業界の思い込みに捉われない異業種出身者》が優位であることも素直に受け止めて、みづほ興業もこれまでの既存のやり方を出来る限り柔軟に更新していきます。

従来への価値観であった「見るからに特殊で高そう、視覚での差別化を優先したモノづくり」を見直し、これからの実利的で大衆的、良識的な価値を好む消費者目線に応え「コスパ&サステナビリティ」に向かって舵を切って行きます。

*注 ここでいう《大衆的》とは、たおやかな感性と公平なマインドのことであり、「大量・安物」とは全く違います。

*サステナビリティ = 持続可能性 (健康的な社会の為の取り組み)

良識の潮流をリードしている市場から学ぶ

1・【IT×ファッション市場】

新興企業が、日々更新し続けるファッションテック

過去の価値観を一掃し非常に効率的で合理的なビジネス拡大中。

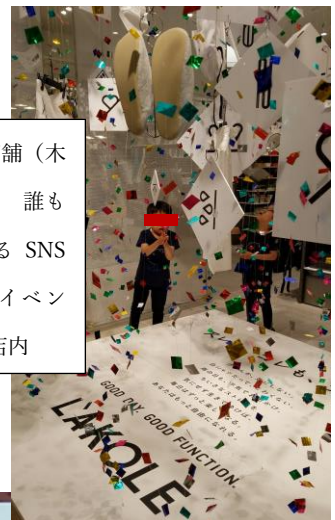
- ・ 確実なデータの強みを活用した成功例 B to C で流通の合理化。
- ・ Web サイト+リアル店舗のイイトコ取り 店舗のショールーム化始まる。
- ・ 増え続ける顧客データ × AI による的確な個別広告でムダ打ち宣伝削減。
- ・ 服を売る前に旬のイベントを仕掛け SNS で新規顧客の拡大。
- ・ お客様要望データの収集~分析が瞬時に数値化され、企画時間短縮。

*このように過剰在庫・流通経路・地代など《過去の余分な荷物》を削ぎ落とし、高品質ながらも低い価格でキチンと利益を出して、社会貢献的な活動もイベントの一環として積極的に革新的に取り入れる。

*老舗アパレル・百貨店も古い体質を卒業して、ブロガーの SNS やファッションテックなど大衆の良識を味方に改革している。

誰も《ファッションテックの巨大潮流》を避けられない時代だ。

LAKOLE 店舗 (木曾川キリオ) 誰もが夢中になる SNS を意識したイベント性の高い店内



LaFabric (日本製・メンズカスタムオーダー) Web で生地選びから試着に近いサイズ確認。

潮流＝良識をリードする市場から学ぶ

オンワード・リユースパーク 吉祥寺

すべて自社回収のリユース商品・売上は社会貢献

2・【環境配慮×ファッション市場】

サステナビリティ（持続可能）へシフトする消費者価値観

リサイクルやリユースを容易にする循環型経済革命。

再生可能ウェア・資源を循環させる為の配慮を求めている。

・これまで生産一辺倒だったファッション市場に、《シェアやリユース、高級アップサイクル》など「捨てない再生品」の需要が高まり、今後はクリーニングの繰り返し・摩耗の耐久性を高めることも重要になる。

・C to Cフリマアプリ・メルカリの2016年間流通総額が1000億円、レンタル・エアクロの会員数は10万人に。スマホ世代には《新品で買う価値》にこだわらない人が増えています。

・世界中でアパレルが古くなった自社製品を買い取るグリーンキャンペーンは大人気。その服をリユース&リメイクした店も増え、その売り上げで途上国に寄付するなど「環境配慮と社会貢献」は中流から富裕層までに支持されている。ラグジュアリーでは、意識の高い人ほど購買基準を《企業のサステナブルな取り組み＝フェアトレードや、環境に配慮した素材原料、生産背景の開示》に置いています。

ビンテージを解体し再構築したアップサイクルは、高価格で販売されている。



アップサイクルのデニム
価格・5万円以上

3・【ヒトの匂い×ファッション市場】

一つのコトに特化したニッチな店が、ファンを育てて健闘中

夏でもカシミアを陳列するカシミア専門店や、白いTシャツだけを、バリエーション豊富に売る店、特別タイトでアバンギャルドに特化した隠れ家的ショップなど、マスを狙わずレアな最低限の客数で最大限の売上を作る小さな店舗に注目が高まっている。



カシミア専門店 吉祥寺・自由が丘 他

手仕事の伝統品が、モダンに生まれ変わって現代の主役に

古くから受け継ぐヒトの呼吸が感じられるような精魂込めた伝統技術を、現代の用途や顧客ニーズに合わせてモダンに更新させた商品が、静かに確実にファン層を広げている。



モダンな伝統工芸技術

作り手の顔が見えるマルシェブーム、素人・セミプロ作家

超ローカルなモノ・簡素で誠実でお値打ち、手づくりの体温を求めるファンが増え、アプリサイトやモールのマルシェ、大規模なハンドメイドイベントまで出展品は《小物》がほとんどだが、その影響力は無視できない。

*2015年の国内クラフト市場（材料費～流通まで）全体売上規模8906億円。



日本最大級の手づくり作家イベント

サステナブルな取り組み、Well・Be® ウェル・ビー

みづほ興業では現在、環境に配慮しながら見た目や風合いをガラリと変化させる泡加工【Re・Born】シリーズの人气が継続中であり、これからも自信を持って新タイプ展開・進化させていきます。

しかし、地球全体のファッションの潮目が、「実利的で大衆的で良識的」な方向へ変わっていかうとするのならば、来る大きな潮流の変化に対応すべく「サステナブルな後加工」を率先していきたいと願い、4月の《2018 春夏 BME 展示会》で、

自然の恵みを加工する、Well・Be®シリーズを発表しました！

現在、市場にある機能性加工は化学薬品の加工剤がほとんどですが、Well・Beの加工剤は、自然界にある植物の天然エキス（例えばシアバター・桜の花びら・グレープフルーツの種など）を使います。その一番の魅力は、実利的でありながら良識的であること。心を癒すヒーリングテキスタイルであること。その生地に視覚での差別化は出来ませんが、天然成分の柔軟性・抗菌効果・保湿性・美肌効果などをそなえた生地は、着る人の安心感や心地よさ、そして良識を満足させます。



シトラス・パーテンション



さくら・ヒシャブ



うるりら・パンツ

発売中

うるりら シアバター使用 柔軟加工 + 潤い効果とリラックス効果

用途例・・・裏無しパンツに加工することで、履き心地アップ・肌触りに癒される

さくら さくらの花びら使用 柔軟加工 + 美肌効果と抗菌作用

用途例・・・ムスリムファッション・ヒシャブなど女性の肌に直接触れる生地に効果的

シトラス グレープフルーツの種使用 安全性が高く家庭洗濯にも強い抗菌

用途例・・・施設・ホテルのユニホームやカーテンに、安全性が安心と

リラックスを生む

Well・Be®は後加工です。既成の生地がヒーリングテキスタイルに生まれ変わります。

* 〈Well・Be テキスタイル〉と〈Re・Born テキスタイル〉は、インパナ事業部の商品として生地販売していますが、並行して生地メーカーに向けて〈Well・Beの加工のみ〉〈Re・Bornの加工のみ〉の受注もしていますので弊社までお気軽にお問い合わせください。

イタリア発の世界素材見本市 《ミラノウニカ 2019AW》

今年もインパナ事業部が生地販売・出展します。7月11～13日開催 出展商品のご紹介

《Re・Born 弾》

前年のユニカトレンドに採択され話題のクラフト系特殊加工。
今回は売り先をイタリアの某ラグジュアリーブランドに絞り込んで、昨年以上に織物本体の原料品質をアップさせています。

《Re・Born 張》

既にラグジュアリー市場での実績があるハリ風合いの特殊加工。
今期は更に付加価値の高い獣毛高混率で、一般商品との差別化を全面に打ち出します。

《ミキシングカラー》

後染めの技術を独自の技法で革新した、先染めにも勝るクールなミックスカラー（メランジ調、玉虫調、ネップ調など）。

Re・Born 弾 ヨーロッパ仕様は
去年以上に生地本体をグレードアップ



ミキシングカラー

玉虫調の後染め、
見る角度で陰影が
変わる 重複染色



リフレール

ループツイードの
糸の品質の違いを
染め分ける



泡メイドの【Re・Born】は織物だけでなく、
ニットへの後加工も受け付けています。
ニット特有の伸縮性にも対応できるように
機械を改良しました！



ミラノウニカ会場に着くまでは

その通路も果てしなく長い。

みづほ興業株式会社

〒494-0006

愛知県一宮市起字与三ヶ巻 52 番地 1

担当 副社長 水谷 吉孝

yoshitaka@mizuhokogyo.co.jp

インパナ担当

取締役インパナトーレ 水谷 光孝

mtsutaka@mizuhokogyo.co.jp

TEL 0586-62-3141

FAX 0586-62-3150