



Vol.11 2017



モノづくり通信

9 September

みづほ興業株式会社

ミラノウニカで特殊加工の数々を一挙紹介！

7月上旬、みづほ興業インパナ事業部は、2018~19AWの素材傾向を決定づけるイタリアの見本市・Milano Unica ミラノ・ウニカに「尾州ウールコレクション」として、海外販路開拓に向け出展してきました。

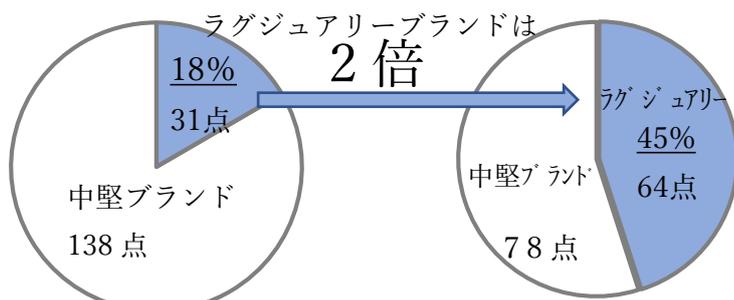
*「ミラノ・ウニカ」は、パリの「プルミエール・ヴィジョン」と並ぶ、世界最高峰の2大テキスタイル展であり、イタリアだけでなく全世界から厳しい審査に通ったテキスタイルだけが、ミラノの超巨大な展示会に出展します。



今秋冬物の出展が2度目のみづほ興業株式会社は《Re・Born》《リファイン》《特殊染色》など自社開発加工を施した「ココにしかない後加工素材」を中心に、欧米のラグジュアリー市場に向けて発信した。企画・販売元のインパナ事業部は、国内外共に市場が低価格化する中であえて思い切った高品質の原料や高度な織りにこだわり、そこに特殊加工の魅力を上乘せさせた超ハイクラスの輸出向け商品を準備した。その戦略が当たり、ミラノウニカ発信の世界トレンドインデックスに4点が選出され、JAPAN エリアトレンドとしても12点が展示された結果、特に著名なヨーロッパメゾンからの接触が倍増した。

報道等では、開催時期をプルミエールと離し7月に前倒したミラノウニカ展全体の集客減が懸念され、実際に当社でも来客数・サンプルのピックアップ点数だけを見ると前年比は減っている。しかし、その内容を分析すると、商機に繋がたいラグジュアリー市場からのピックは逆に倍増していた。(*左下図①参照)

図① インパナ事業部にサンプル請求された数、1年の変化



2016年 169点 → 全体的な総ピックアップ数は16%減 → 2017年 142点

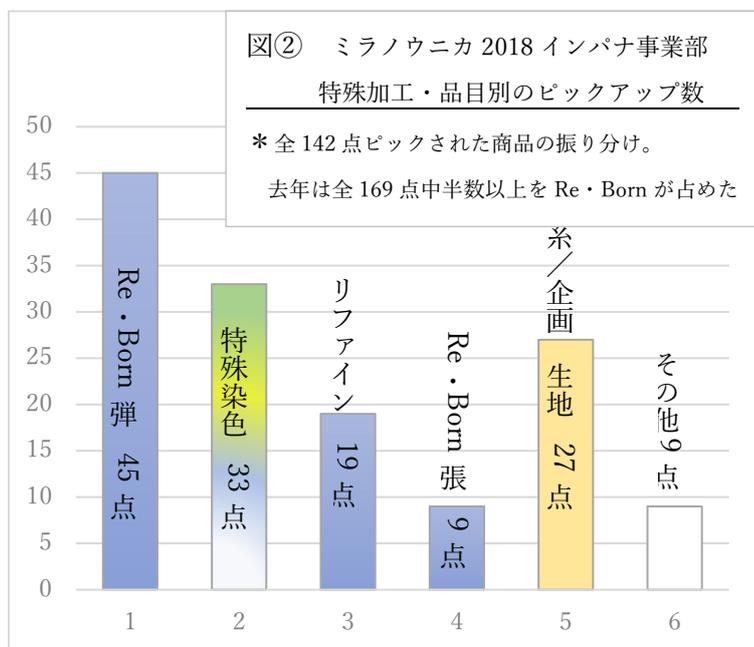
つまり、弊社単独に限ってだが来場者減少の一因は、中堅ブランドの減少である。これは日本同様に世界中でファストファッション・低価格高感度の価値が容認され、価格の二極化が究極まで開いた結果、今や目を引くほどに、こだわった高級なファッション素材を求めるのは、限られたラグジュアリーブランドに絞られつつある事を示している。

ミラノウニカ 2018 インパナ事業部・出展商品の特長

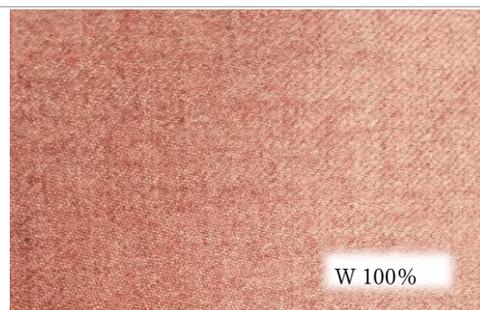
昨年のミラノウニカ初出展では、視認性の高いクラフト加工《Re・Born 弾》に的を絞ることで、多くの欧米ブランドに向け、世界初・泡のコーティング加工の新規性と企業イメージを印象付けてきた。そして一年を経た今回、「みづほ興業・特殊加工」の認知度は欧米市場に高まっていると実感した。

2 度目となる出展商品は、《Re・Born 弾》一極集中を避け、「みづほ興業の総合技術」で構成。《水流縮緬のリファイン》や《特殊染色のアーバンやミキシングカラー》も交え、次世代型の染色・整理・加工業が叶える生地表現の様々な可能性を、欧米ラグジュアリー市場に一齐にアピールしたところ、予測以上に《特殊染色》にピックが集中し、Re・Born に次ぐ大きな商機があると判明した。（*左下図②参照）

その一方で、あえて加工を施さない《糸／企画》にこだわった生地も出品したが、著名なブランドから多数セレクトされ、「心に響く生地を作れるからこそ、自信を持って加工の開発もできる。」と更なる励みになると同時に、希少な尾州匠の技を後世に継承する為にもコレを実益に結び付けたい。



ミラノで人気上昇の特殊染色とは・・・
染色技術の推移を集めた、全く新しい
ミキシングカラーの表現方法の数々。



(例1) 後染めによるメランジ調染色



(例2) 色数・無限大のグラデーション染色



尾州ウールコレクションブース
みづほ興業・インパナ事業部コー
ナーの様子。ミラノに向けて準備
した企画生地 52 点が並ぶ。
左の製品は、Re・Born 弾

二度目のミラノ・ユニカ出展で見た、本モノづくりへの道

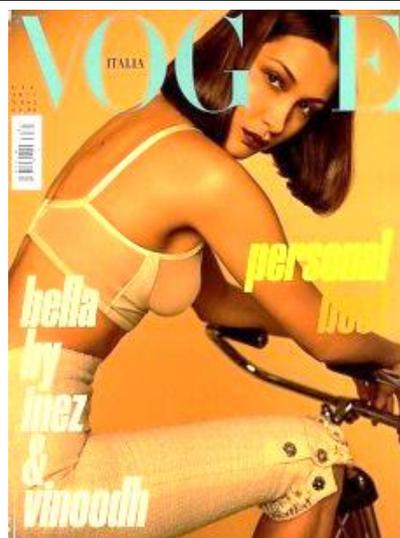
今回は、確実な販売に繋げるための積極的なコミュニケーションを取り、海外販路を切り開く！と渾身の出展でしたが、輸出組 諸先輩方の指南通り、すべては2度目から始まって行くのだと知った。

ラグジュアリーブランドは、二度目で初めて「ストレートな接触」を求める

- ・仏国・ラグジュアリーF から、「実は、去年から Re・Born が出ているのを知っていて加工が素晴らしい。Good Job!」と親近感を持って染色整理加工のアタラシイ可能性を評価してくれた。
- ・米国・ラグジュアリーC は、「アーバン加工の作業方法をもっと写真等でオープンにすべきだ。」と、米国内の宣伝方法のアドバイスを交えながら、特殊染色の商品に強い関心を深めていた。
- ・伊国・ラグジュアリーA は、Re・Born のコーティングによって、スタンダードな生地が革新的に進化する《特殊加工の効果》に強い興味を示し、商談の中で加工方法の説明を熱心に聞き、理解していた。
- ・仏国・ラグジュアリーL は、Re・Born 以上に糸/企画にこだわった生地の数点を、「今の時代に信じられないほどの複雑怪奇で高度な織技術」と一瞬で見抜き、非常に高く評価した。

◇ミラノ現地情報◇ グローバル・変革の時代性は世界共通だ

- ・この数年で大胆な変革を速めた欧米ラグジュアリーブランドは多い。老舗メゾンが次々と若手ディレクターを新任させ多様性に適応するためのアタラシイ価値観へどんどん切り替えている。
- ・来場ブランドの国籍が多様化している。以前は伊・仏・英が多くを占めていたが、今までに無いほどロシアの人が多かった。スウェーデン・スペイン等のファストファッション大国も増加傾向。
- * 右写真、ヴォーグイタリア版6月号表紙からも見られるように、ラグジュアリーの価値観は自由奔放な贅沢に変化している。ファストファッションにのみ込まれない、強烈で大胆なパワーが必要だ！



みづほ興業からのお知らせ・・・巻末の「ミラノウニカで人気のインパナ商品」について

- ・ヨーロッパメゾン向けに出展したこれらの商品は（一部を除き）*今秋開催 10月11日(水)～13日(金)・東京・青山テピア会場*尾州展（BME）にて みづほ興業・インパナ事業部ブースで通常販売します。
 - ・又 生地販売だけでなく、これらの素材に使用したモノと同じ技術の特殊加工・特殊染色のみの受けもしていますので、未体験の企業様は是非ご相談ください。
- （ミラノ現地情報によると、「ウールの柔らかい商品はヨーロッパ/イタリアにはいくらでもあり、日本製ウールには W/Pe、W/C、W/Si、W/Li など、張り感や反発性のあるウール混素材を期待している。」とのことでした。後加工《Re・Born張》は正に『ハリと反発性を与える』後加工、要チェックです。）

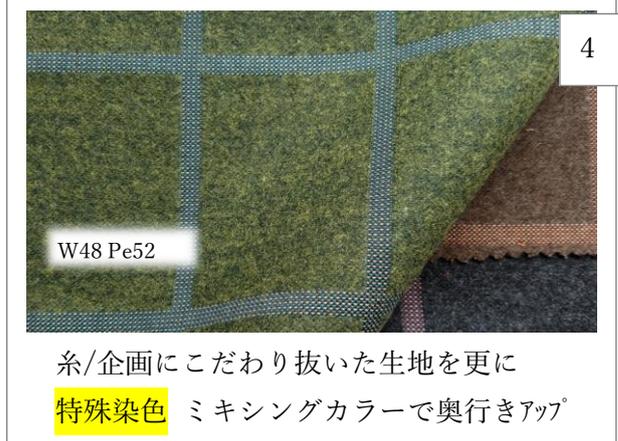
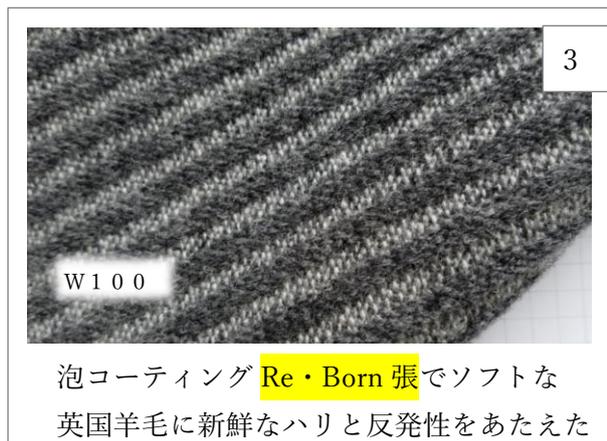
ミラノウニカ出展担当者

取締役インパナトーレ 水谷 光孝

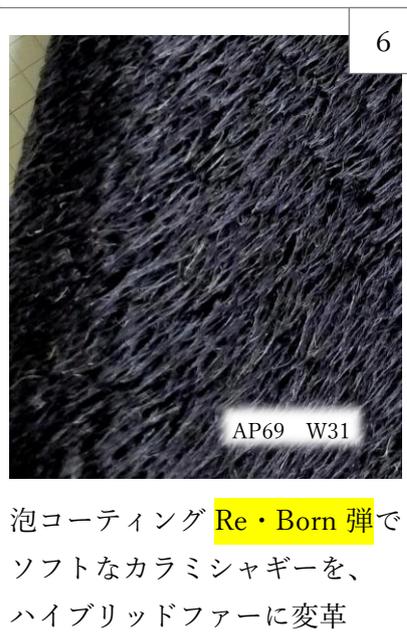


ミラノウニカで人気の当社インパナ商品

*素材右上の数字は、「当モノづくり通信・人気投票」の番号です。今後のモノづくりの貴重な情報にいたします。次ページ「加工方法一覧」の一番気になった商品などに、ご意見をお寄せ下さい。次の4点は、ミラノウニカ 2018~19AW ワールドトレンドとして世界に発信された商品です。



次の3点は、JAPAN トрендとして発信され、特に力のあるラグジュアリーにピックアップされた商品です。



みづほ興業株式会社 FAX 番号 0586-62-3150

モノづくり通信に、ご意見をお寄せ下さい。

ミラノ・ユニカで人気の当社インパナ商品①～⑦番の中から、一番作ってみたい・着てみたい、と思う素材1点に○をつけてください。又、今後の商品へのご希望・アドバイス等も頂ければ《モノづくり》に反映していきますので、お書き添え下さい。

「モノづくり通信 9月人気投票・加工方法一覧」

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
							
加工仕上げ	Re・Born	クリアー	Re・Born	微起毛	リファイン	Re・Born	リファイン
染色方法	二浴染め	アーバン	先染め	重複染色	先染め	先染め	重複染色
素材の特長	革タッチ	特殊染色	ハードな張り	糸と企画	糸と企画	アザラシ風	スキン風

質問1、マルをつけた素材でどんなモノを作りたい、又は着たいですか？

質問2、マルをつけた素材の気に入った部分は、加工方法ですか？ 染色方法ですか？

その他、ご意見ご要望をお待ちしています。

お名前

ご連絡先

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