



Vol.19

2019



モノづくり通信

1 January

みづほ興業株式会社

ついに生産抑制時代、でも前だけを向こう！

ファッションのあり方や価値観が次々に塗り替えられる中、みづほ興業にもさまざまな変化や試練が強いられた怒濤の1年でしたが、独自性を武器にこの道でやり抜くと強い信念で腹を括れば、時代変革のスピードも、思いもよらぬ災難にも怯むことなく乗り越えられると信じて、2019年に向かいます。

前向きに！迷いを捨てた老舗の工場魂で、命がけの増益。「限界でも投げ出さない！」

2018年は紡毛の動きが最高潮になり、国内繊維不況にもかかわらず工場現場はほぼ一年を通してかつて経験したことのない程の繁忙期が続きました。連日連夜、終わりの見えない膨大な作業量でしたが、従業員一丸となり精神力・工場力を高め、能力の限界を押し広げて人手不足を乗り越えました。

前向きの設備投資

「世界に打って出る！」業界の縮小モードなど跳ねのけて、小規模でも世界基準の希少性で光る企業を目指し、工場設備とモノづくりへの投資を倍増しています。海外出展で得る情報から、時代性を満たすテキスタイルに要求される仕上げ仕様に応える為、新機入替や、現場環境の改善に向かいます。



重油からガスへ、巨大ボイラーの入替作業

前向きの災害復旧

「受難をもチカラに変える！」この秋、みづほ興業の倉庫が近隣からの移り火で全焼するという大災害に見舞われ、企業の財産が焼失しました。関係者全員のショックと疲労は計り知れないものでしたが、水谷社長の「落ち込んでいても何も戻らない。ただ、前だけを向こう！」の一言に、社をあげて一日も早い完全復旧に奮闘しています。



ヒートセットなど現場公開中

前向きの SNS 発信「工場風景や加工工程を公開」

消費者と直接つながる企業ではないけれど、今後の市場でトレーサビリティが重要になった時、工場内部を発信することは消費者に生地の一部である染色整理加工を知ってもらう上で重要になります。工場技術者らがインスタで発信する加工工程の動画は、既にデザイナーや業界関係者ばかりでなく、一般の人からも興味を持って見られています。

2019年・企業はそれぞれの新境地へ

「ファッションはどこへ向かうのか？」長い混とん状態を経て、今霧が晴れるように、独自の強みを極めた新境地が至る所で出現しています。未来は何をするにもサステナビリティが前提のようです。

【超巨大アパレル・ユニクロ】 わかりにくいサステナビリティを「見える化」



「服のチカラを、社会の力に」サステナブルなモノづくりを、とても分かりやすいイラスト動画でムービー配信して、本当に良い服=値打ちだけでなく未来へ持続可能なブランドであることを強調。また、海外戦略で世界一を狙うユニクロは、オムニチャネル化（ECと実店舗の売上や受け取り方法などを融解）による相互送客だけでなく、新たにGoogleとのグローバルな協業を始め、世界最先端の機械学習や画像認識技術をつかい具体的な需要の予測で過剰生産を無くすなど、「情報製造小売業」に変貌を目指すという。

【大手アパレル】 アパレルの過剰生産を見切り、非アパレルに本格参入



ワールドは、アパレル事業の頭打ちに反して、非アパレル事業は好調でその割合が3割を超えた。今後はプラットホーム事業とM&Aも含む非アパレルで5割が目標。《アカチャン本舗》のOEMやブランド古着の《ラグタグ》、ファッションレンタルの《サステイナ》など2次流通に本格参入。クラウドファンディングの《キャンプファイヤー》と業務提携を結び他企業やクリエイター達に、ワールドプラットフォームの活用も促す。他の大手アパレルでも、既存のメイン・アパレル事業だけに固守せず、非アパレル事業で活発な動きを強めていくのが2019年の大きな特長。

【セレクトショップ・中小アパレル】 ECと実店舗の両輪・SNSとイベントで共感UP



EC管理やファッションテックを使いこなすことは生産・広告・流通の全てで、資源の無駄使いを減らすのが、EC購入のためのショールーム型フィッティングショップなど、実店舗との両輪こそが強みになる。顧客とデザイナーとの気さくな交流会や、ワークショップなどイベントでの体験を通して「その企業のファンである」ことの満足感が、本来の楽しい購買に繋がる。

【個性派・高級ブランド】 大きくこだわり、少し作って限られたファンと深く繋がる



東京コレクションの《まとふ》はこの十数年、固有の美意識「古き日本の良きものを現代に甦らせる」ことに一貫している。聖域のようなアトリエを訪れたファンは、「服を作ると言うより、生地にも命を吹き込むようだ。」と投稿する。派手なSNSに食傷気味の限られた人からは、控えめで凛としたサイトや理念ある服に「心が洗われる。」と深く共感されています。

みづほ・インパナ流・新境地への向かい方

テキスタイルメーカーやアパレルに仕上げ加工や素材を提供する私たちにも、サステイナブルな取り組みが期待され今すぐできること、これから変えるべき事を本気で考え、前に向かっていきます。



Well・Be 加工で出来ること

「自然界にある植物の天然エキスを主成分」にした「美容と健康のための機能性加工」。Well・Be シリーズをインパナ事業部は2年前から発売中。見た目の加工特性がない為、Re・Born のような話題性は低かったが、昨今問い合わせが増えている。来期は下地もバラエティー展開し、植物由来の機能性加工の提案に力を入れていきます。

Re・Born について

ユニクロのジーンズ “サステイナブル カプセル コレクション”は「ナノバブルでジーンズを洗う技術で加工工程の水使用量を大幅に削減する」と、みづほ興業の独自技術・泡で加工をする Re・Born 機にも共通することを行っています。Re・Born で出来ることは他にもあるのでは？ 今後は《弾や張》以外の切り口を広げる試みをします。

染色・整理について

“パタゴニア・デニム”は、染色工程でコットンに付着しやすい染料を使用し環境負荷の軽減に努めたり、世界的情報企業ネリーロード社の 2020SS カラー「パステルカラー群」は染料の量を減らして環境保全することが目的の色です。染色方法も色の価値観も変わりつつあり、整理工程も含め よりエコな取り組みに向かう為に海外一流産地の工場視察で学び、現場との試行がはじまっています。



サステイナブルなテキスタイル

リサイクルウール（古着衣料を粉碎して紡績した再生糸）を特殊な撚糸工法でアップサイクルした空気をたっぷり含む糸で、高級アパレル向けの柔らかなテキスタイルにした《エアークロス》を発売中です。「浅野撚糸との共同開発糸×尾州の織り×みづほ興業の Refine 加工」により、リサイクルウールがバージンウールに匹敵する風合いに仕上がっています。



今後のテキスタイル原料で注目したいのは、天然原料なら綿でもオーガニックコットン、ウールならノンミュールジグ、「ベンベルグ®」のような再生セルロース繊維。又、循環型のプラスチック原料、例えばプラスチックごみを原料とした再生ポリエステル「BIONIC®」やナイロン廃棄物からの再生ナイロン「ECONYL」のような原料については今後の動きを見ていきたい。



イタリア産地のプライドに触発されて……

みづほ興業は、国際基準の一流品質とスピードの両立を叶える為に、「新しい時代の素材に見合う仕上げ、一流産地の現場情報」を得ようと、日本から自社の生地を持ってピエラ産地で使用している最新の精練機と仕上げ加工機の試験を兼ね、イタリア北部 各地の染色整理工場を視察してきました。



【イタリア産地の全体像】

繊維産業縮小の時代が過去にはあったようですが、需要に対応出来なかった企業は淘汰され、現在の産地には世界トップクラスの 300 年以上の歴史を持つ老舗企業を中心に、安定したイタリア人の気質のような余裕のある空気が流れています。ピエラ地区の繊維業は、《一貫 紡》が中心です。一貫 紡とは、紡績、糸染め、製織、染色整理、検反、出荷まで自社で行うこと。そんなピアツェンツァやロロピアーナのような大型織物企業を筆頭に中小合わせ 100 社ほどあり、中にはオーストラリアに自社羊牧場を持っている企業もあります。又、生地だけでなく服の製造から販売まで《川上から川下の繊維業すべてを網羅する》企業もあり、例えば著名なブランドのゼニアは、「ゼニアシティ」と呼ばれるほど巨大です。

【イタリア染色整理工場の今】

まず、驚いたのは産地の街の美しさもさることながら、工場内部の美しさでした。工場の外観は歴史あるヨーロッパの古い建物ですが、内部は一変してタッチパネルの最新設備が機能的に配置されています。隅々まで手入れが行き届いており、ウール工場なのに毛羽やホコリがありません。又、日本でもようやく浸透してきたサスティナビリティへの取り組みは、随分進歩しています。環境配慮に基づいた廃水設備が高度に技術革新されており、製造工程での環境保全システムを開発する若いベンチャー企業も、繊維ビジネスの一部として活発に動いています。

次に驚いたのが、働く人々の作業する姿にとっても余裕を感じたことです。どこの作業工程に属そうが、担い手同士が全員で《1 枚の布》を作り上げる、まるで家族のような平等な力関係が、一人ひとりの自信を高め余裕をもって働く姿となって表れているようです。高級品に特化して《1m あたり 6000 円の生地》を扱う工場には、そこで生まれる繊維商品だけでなく、その街の自然環境・工場施設の環境・従業員の労働環境すべてにスペシャルな配慮が出来る、未来の繊維産業の理想、つまり持続可能性の姿がありました。



イタリア出張で見つけた、世界最高レベルへの道

約5日間でイタリア各地14社の工場を巡るビジネス旅をしながら、イタリア人がみんな日本人よりも特別おしゃれだとは思わなかった。イタリアの最新の機械はどれも性能は優れ、生地の上上がりも良かったが、尾州で仕上げたものより特別に風合いが良いかと言われれば、そうは思わなかった。

《なのに何故イタリアが世界最高と賞されるのか?》

工場の視察を重ねるうちにその違いが分かった。

まさに「モノ」の違いはさほどなく、その「モノに携わる人々の余裕とプライド」の大きな違いだった。

「自分たち家族で世界最高峰の生地を作っているんだ!」という生きがいにも近い《自信満々のプライド》がどの現場にも満ち溢れている。労働量にも作業空間にも余裕のある工場から発せられる、凛とした職人の気概が微妙な仕上がりの美しさに差をつけ、その価値を世界最高峰に押し上げていたのだ。

糸から最終工程の仕上げまで《一貫 紡》の多いピエラ産地の強みだが……、分業の尾州産地・染色整理のみづほ興業には真似出来ない、と言いつつなどしたくない。近い将来、例え繁忙期でも余裕とプライドを持って納得できる仕事で利益をあげる、真の持続可能企業に改革していきたいと強く願った。



トピックス



市場調査にて 梅田阪急、北欧クリスマス マルシェ

この時期はどの商業施設でも競うように豪華なクリスマスツリーが出現しますが、そんな中でこの小さい穏やかなツリーは心がほっこり解けて、且つ何処よりも斬新でした。

吹き抜けから覗くと、おもちゃのようなショーディスプレイが、実はそのまま商品売る沢山の小さなお店屋台として機能しています。新しい時代は無駄がないばかりでなく、想像する以上に穏やかで平等な時代かもしれません。

今年も一年、モノづくり通信をご覧いただきありがとうございました。

みなさま、どうぞ良いお年をお迎えください。

*モノづくり通信 2019年1月号へのご意見、商品へのお問い合わせは下記までご連絡ください。

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

取締役副社長 水谷 吉孝 yoshitaka@mizuhokogyo.co.jp

インパナ事業部 取締役インパナトール 水谷 光孝 mitsutaka@mizuhokogyo.co.jp

TEL 0586-62-3141

FAX 0586-62-3150