

■ 各有名企業のイチ押し商品紹介 ■

モリト株式会社

服飾資材のトップ企業として走り続けるモリト。その活動分野は国内にとどまらず、広く世界に羽ばたいている。世界の服飾資材業界の現状と課題、またモリトの今後の方針について一坪常務取締役问到く。

■ 世界的な服飾資材マーケットの現状



常務取締役
海外事業戦略室室長
一坪 隆 紀

日本では、「農薬入り冷凍ギョウザ問題」で食に対する安全性が社会的な問題として浮上していますが、これは食品業界に限ったことではありません。服飾資材業界でもいえることであり、国内にとどまらず「安心・安全」がワールドワイドなキーワードとなりつつあります。例えば、ヨーロッパでは肌につける物としてニッケルが非常に厳しく制限されています。これは金属アレルギーが出やすいため、とくに白人女性は10人中3人がニッケルアレルギーであるという一部の報告もあるほど深刻な問題となっています。

一方、米国では先ごろ報道されたように鉛に対する規制が厳しく、塗料の中に含まれた鉛成分やポリエステル製のホックの頭部分の鉛など、様々な用途で含有率の一定基準が設けられています。

また、日本では検針に対しての目が厳しく、折れたミシン針が混入している商品は出荷できません。このほかにも、全世界的にさまざまな基準が設けられています。当社も世界的なナショナルブランドと取引を行っていること

から、日米欧それぞれの安全基準をクリアする必要があります。

近年、にわかに市場としてクローズアップされつつある中国でも、高額商品ゾーンでは日米欧並みの安全基準が求められているのが現状です。

■ グローバル企業としての営業体制

取引先が世界規模のナショナルブランドともなると、やはり営業先、受注先、出荷先がそれぞれ異なるのが現状です。一つ例を挙げますと、アメリカのナショナルブランドに営業をして、それを香港で受注し、日本からインドや中国へ出荷するというプロセスを経たこともあります。また、副資材の洋服への取り付け方も糸で縫いつける場合と、プレス機による場合とがあります。糸で縫いつける場合にはそれほどでもないのですが、かたやプレス機の場合は供給者がメンテナンスをしなくてはなりません。これをクリアしないと国際的なノミネーションを受けられなくなります。従って、当社では海外の取引先の工場まで、最寄りの営業所から24時間以内に駆けつけてメンテナンスができる体制を敷いています。

副資材を販売して終わりではなく、企画提案から始まり機械のメンテナンスまで含め、システム全体を販売するというのが当社の販売スタイルで、そうした体制が市場での高い信頼と評価に繋がっています。いわば、他社と差別化できるのは日本製をベースとした高品質商品とシステム全体での販売に拠るところが大きい。

■ 世界の生産現場の現状

欧米の大量生産ブランドは、まずブランドのバイヤーが検品し、生産工場も検品、そして付属品の当社も検品するというトリプルチェックシステムを導入しています。このため、何か異常があった場合は入荷される前にストップがかかります。また、コスト面は世界的にも重視されており、工場もアジア地区に集約されつつあります。例えば、アメリカのブランドは5年前までは中米に自家の縫製工場を多く抱えていましたが、中国を中心とするアジアにシフトしました。また、ヨーロッパブランドも東欧や地中海沿岸地域の縫製工場を主体とした体制からインドや中国に移管しました。

翻って、当社は百年の歴史を持っていますが、そのほとんどを商社として活動し、資材メーカーとしての歴史は浅く、単なる価格競争だけでは勝てま

● アパレルプロダクションテクノロジーより

せん。そこで、2007年夏にはニューヨークにサンプルルームを作り、ナショナルブランドやデザイナーにアプローチを開始しました。今後、情報の発信基地としてさらに機能を高め、アジアを中心としたセールスネットワークで生き残りを図りたいと考えています。

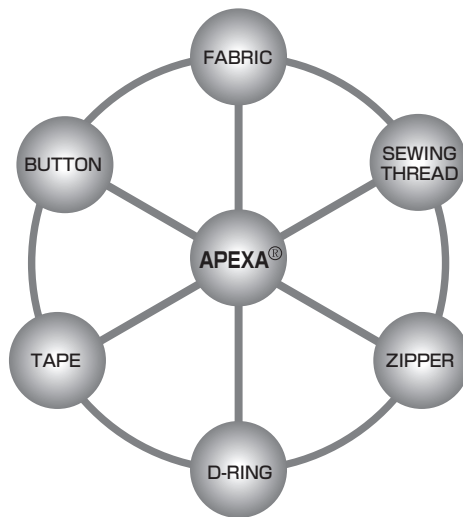
冒頭にも述べたように多くのナショナルブランドとの取引がありますが、まだまだ開拓の余地はあります。ただ、課題として、大手量販店のロープライスゾーンにどこまで取り組むかということがあります。

確かに量的には魅力ですが、コスト的には厳しい対応が求められ、ある意味において取り組むことはまた新しい苦しみを味わうことにもなります。とはいえ、その辺りバランスをとりながら、究極的にはロープライスゾーンも取り組み、そしてミドルからミドルハイというプライスゾーンをターゲットとすることが理想です。

■最近のヒット商品

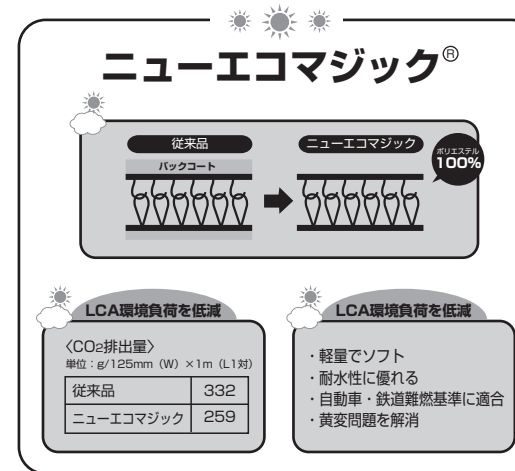
新たな取り組みとしては、環境対応商品にも対応しています。デュボン社の生分解性ポリエステル樹脂「バイオマックス®」を使用した物作りプロジェクト「チームアペクサ (APEXA®)」に参加し、とくに生分解テープには注力しています。

チームアペクサのプロダクトネットワーク図



●チームアペクサは、参加する企業の専門性、独自性、商品開発力をつなぎ、「環境」に負担をかけない『一着まるごと生分解』製品づくりをめざすプロフェッショナル企業団体です。

また、バックコート剤を使用しない面ファスナー「ニュー・エコマジック」は従来品と比べて温暖化ガス排出量の30%削減効果があり、販売も本格化しています。2009年度中には、従来の面ファスナーとの全面切り替えを実施したいと考えています。



さらには、当社の核商品はハトメ、ホックですが、ジーンズのボタンやリベットも柱の一つです。ハトメ、ホックは使用する際の機能性を考慮しなくてはならないので、競合他社が比較的少ない。しかし、ジーンズのリベットは使用時の機能性はあまり求められておらず、デザインや仕上げが重視される傾向が強い。そして、ジーンズはシーズン性が少なく年間通じて生産できるため、大量生産が可能です。このため価格競争にもなりやすいし、競合も多い厳しい分野と言えます。

■今後の課題

中国市場は広く、需要が増えれば営業所を増設しなくてはなりません。その際、物流拠点をどうするかが課題となります。つまり、何箇所の物流が必要なのか。またどのような物流システムが効果的なのかなどまだまだ考えるべき点は多い。また、中国以外でもベトナム、インド、バングラディシュ、カンボジアなども経済発展を遂げており、大きな市場となりつつあります。長期的に見れば拠点が必要ですが、実現時期は未定です。今も国内調査を進めていますが、やはり中国での課題を解決してからの進出になるでしょう。

●アパレルプロダクションテクノロジーより