

伊藤忠モードパル 業界の活性化により「三方よし」を実現

レディースおよびメンズの上質なファッション衣料品のOEM・ODM生産を主力とする伊藤忠モードパル株式会社。コロナ禍で多くのアパレルメーカーが苦戦を強いられてきた中で、堅調に推移する同社の辻野智己社長に、ファッションアパレル業界の現況やモノづくりへのこだわり、今後の展開などについてお話をうかがった。



伊藤忠モードパル株式会社
代表取締役社長

辻野智己氏

●好調な国内生産が基盤に

——長い歴史を持つ御社ですが、世の中がウィズコロナへシフトしつつある現在、現在の経営環境をどう捉えていますか。

当社の沿革は、1939年に創立された中沢布帛工業株式会社にさかのぼり、今年で創立84年を迎えます。同社の製造部門が独立してできたこともあり、根底にはモノづくりのDNAが脈々と流れており、私は16代目の社長ということで、その歴史の重さを実感しているところです。

現在、日本のファッションアパレル業界を取り巻く環境は、昨年前半は「雨のち曇り、ところにより晴れ」という状況でしたが、昨年後半から今年にかけては「晴れ」に転じているように感じます。「晴れ」の要因は、ラグジュアリー・アッパーミドル以上の高付加価値市場の復活、コロナ禍で海外生産のリスクが高まったことによる製造の国内回帰、才能ある若手デザイナーの活躍などが挙げられます。ただし、ウクライナ問題などにより、円安やエネルギー高、原料高といった新たなリスクが発生していますので、これらには注意深く対応していきたいと考えています。幸いなことに、当社は国内生産が中心であることから円安の影響は小さく、

事業の主力がコロナ禍でも好調なラグジュアリー・アッパーミドル以上の商材であることから、売上は堅調に推移しています。

——御社の売上は約90%が国内生産によるものとお聞きしました。国内生産にこだわる理由についてお聞かせください。

当社には東北地方を中心に約200の協力工場があり、各工場は長い歴史の中で培ってきた高い縫製・加工技術を有しています。当社のお得意様は海外コレクションの常連デザイナーをはじめとする高感度なブランドであり、そうしたラグジュアリー・アッパーミドル以上の商材では、高いレベルの縫製・加工技術が求められます。各工場がブランドごとの要求にきめ細かく技術で応えることは当社の付加価値であり、競争力の源泉となっています。ときには、ブランドに対し、より生産性が上がる仕様をこちらからご提案することもあります。こうしたモノづくりを着実に続けていくために、当社では生産技術チームを設け、品質管理や縫製の技術指導などを行い、工場との連携を密にすることを大事にしています。

コロナ禍で大量に必要となったアイソレーションガウンの生産では、当社は日本生産全体の一翼を担うことで各社の生産ラインを維持し、国内工場経営の一助となるよう尽力いたしました。

●伊藤忠商事とのシナジーを発揮

——これからも変化の激しい経営環境が続くと予想されますが、御社の今後の経営方針と具体的な施策についてはいかがでしょうか。

当社は、「三方よし」の精神で、国内の縫製業の皆様とともに、ファッションアパレル業界を下支えする企業です。その基盤を盤石にするためにも「か（稼ぐ）、け（削る）、ふ（防ぐ）」を継続しつつ、「か（稼ぐ）」の比率を上げていきたいと考えています。そのためには、既存のビジネスを磨き上げることが大事で、当社の強みである国内生産を生かし、素材開発力や商品提案力を強化することに注力する

必要があります。

——伊藤忠グループとの連携も大事になりそうですね。

伊藤忠グループとのシナジーは重要です。SDGsへの対応という意味でも伊藤忠本社の原料部隊が持つ環境配慮型のサステナブル素材を使った開発に力を入れていきたいと思っています。再生ポリエステル素材である「RENU（レニュー）」、オーガニックコットンである「ONE COTTON（ワンコットン）」などは市場を広げています。また、豪州羊毛の中でもトレーサビリティが確保された希少品種を使った「HAMILTON LAMBSWOOL（ハミルトンラムズウール）」、「MERINO OPTIMO（メリノオプティモ）」などは積極的に提案しているところです。

一般的にアパレル生産には大量なロットが必要ですが、当社は多品種小ロットが得意分野。それだけ冒険ができるということでもあり、素材開発はリーディングカンパニーとして取り組む価値があると考えます。他にもアパレル部隊とは生産プラットフォームの共有を、ブランドマーケティング部隊とはブランドにおける協働企画の取り組みなども推進しています。

もちろん、百貨店向けアパレルやSPAという大切なお取引先様との連携も強化していきたいと思っています。また、新たな取り組みとして次世代型トレードプラットフォームとデジタルサプライチェーンの構築を目的とした合弁事業会社を設立しました。1社だけでは難しい商流の合理化を図ることで、業界全体をサポートしていくことにも着手しています。

——最後に、今後のファッションアパレル業界および御社についての展望をお聞かせください。

日本のファッションアパレル業界においては、今後、ますます

商社の存在意義が問われるようになると思います。各当社にはそれぞれに強みがあり、それを発揮することで業界全体が活性化します。当社の場合では、最大の強みは先述した通り、国内生産にあります。高い生産技術の蓄積を続けつつ、どれだけ磨きをかけられるのかが大きなポイントになるでしょう。また、若い才能のあるクリエイターがたくさん登場し、彼らは世界へ羽ばたく可能性を秘めています。彼らの成長は、当社の成長でもありますから、今からともに歩んでいけるようバックアップしていきたいと思っています。そうした役割こそが商社の存在意義であり、「三方よし」を叶え、業界をリードする企業として、これからもしっかりと歩んでいきたいと思っています。



1.再生ポリエステル繊維「RENU」。2.オーガニックコットン「ONE COTTON」。3.豪州ハミルトン地方の高級ジローンラム「HAMILTON LAMBSWOOL」。4.世界で0.2%しか取れない最高級メリノウール「MERINO OPTIMO」。

ファッション業界の商流合理化へ 物流を革新する合弁事業会社設立

伊藤忠モードパル株式会社（CIM）とジーエフホールディングス株式会社（GF）は、次世代型トレードプラットフォームとデジタルサプライチェーンの構築を目的とした合弁事業会社「gf.CIM 株式会社」を設立する契約を締結した。

日本のファッション業界を取り巻く環境は、物流費や人件費の高騰、円安によるコスト高、成長に不可欠な資金

調達の高コストといった課題を抱えている。そこで、以下の3つの機能を実現する事業スキームを確立することで、ファッション業界の商流を合理化し、企業を支援していく。

gf.CIMの事業スキームと機能

①海外起点の在庫の可視化、物流サービスを展開し、バイヤーズコンソリデーション、同一梱包などにより物流コストを見直す。

②デジタルサプライチェーンを統合的にシステム連携し、商流全体を最適化することで人件費を抑える。

③商流における資金の最適化をバックアップする。

歴史ある繊維専門商社CIMは国内生産に強みを持ち、アパレル物流・検品代行を祖業とする物流商社GFは、アジア数十カ所を含む国内外94拠点もの物流検品倉庫と物流ノウハウを有する。

この二つを融合させ、一気通貫のスキームをアパレル企業へ提供するとともに、伊藤忠商事のDX投資インフラを開放し、商流にCIMが介在することでアパレルメーカーを資金面でも支援する。

