

企業概要

我々は、プリント Tee の専門メーカーとしてスタートし、それを目指していません。現在は、半分ぐらいはデザイン物の商品を作っていますが、なるべくプリント Tee に専念したいと思っています。しかしクライアントからはデザイン商品のニーズが多いのが現状です。

ヘッドオフィスは表参道にあり、15名のスタッフがあり、この度、サントリーの傘下になった、まい泉という、とんかつ屋さんのすぐそばにあります。ここが、営業、企画、プロダクションコントロールの中心となり、各工場さんに職出ししています。バルク商品はほとんど工場から直接お客様の方に出荷されるので、ヘッドオフィスは通過しません。

上富田町の朝来に自社工場があり、30名程の若い人が我々の生産を手伝ってくれています。隣の離地には協力工場のプリント工場(株)キイテックさんがあり、ここも30名弱の若い人達がプリントをしています。

生産の拠点は、和歌山県内ですが、1部、島根や、岡山、四国の工場さんにも、染や縫製をお願いしています。

売り上げ、前期17億4千万、今期15億、来期は20億前後の予定（新規が増えて国内生産が多い）

企業はオリジナリティーが一番大事だと思います。我々の一番のオリジナリティーは主力商品の生地であり、現在、国内生産と中国での物づくりと約半々程で生産していますが、我々は、主力商品の生地をアメリカのコットンにこだわり、そして現地で生地を編みたてております。その生地を国内に持ち込み、和歌山県内の工場さんを中心としてアッセンブリーしております。これが我々の売りです。“ファブリック USA、アッセンブリー JAPAN”です。アメリカの特に南部のコットンフィールドで、摘み取られたコットンを LA でニッティングし、その生地を日本国内でアッセンブリーしています。これで東京都の経営革新の認定を取り、現在この計画をもとに事業を進めています。

このスタイルを取っている企業は他に無いようです。国内の紡績、生地屋さんがストックを持たなくなった今、我々は潤沢に生地をストックしているし、自社工場と協力工場さんとのコラボで独自の生産計画を持っているのでコストパフォーマンスもあることから、我々に期待されるクライアントは多くなりました。

Made in Japan のこだわり

今、アジアの環境も大きく様変わりし、かつて生産拠点であった国は、今や大きなマーケットとして注目を浴びるようになりました。そして、日本は大きな流れの中で、今一元気がなく、こじんまりシュリンクしていきそうな感じさえします。

余談ですが、今までは、面白い外国人が多く目にとまりましたが、最近では東京でもあまり気付かなくなってきたような気がします。おそらく、その人々は上海や他のアジアの国の方に意識が向いているのでしょうか？

国内のマーケットは次第にシュリンクしています。

我々はすぐとなりの大きなマーケットが気になりつつあります。彼らは日本製を求めています。また、アジア以外のほかの国々でも Made in Japan を望んでいます。

我々は MADE IN JAPAN に誇りとこだわりをもって、事業を進めて生きていと考えています。

T シャツ

T シャツ、ジーンズ、スニーカーは、20世紀の時代に生まれた若者のベーシックアイテムです。特にT シャツは特別なアイテムです。

若者は、自分自身のパーソナリティーを常に探しています。一つ的手段として、それを、グラフィック Tee を着る事で表現しています。いろいろな価格のT シャツが市場で売られていますが、そのプライスは、自分自身のイメージの価値を表し、また、T シャツにプリントされているグラフィックは、自分自身の世界観の分身といえるのではないかと思います。

たとえば、伝統的な生活に戻りたい人達はビンテージの商品を好み、今までの古いスタイルを捨てたい人は、流行のデザイン、エキセントリックな物を選んでいのではないのでしょうか・・・そして、また、ブランドやチームロゴの入ったT シャツを着ることによって社会の中で自分自身のスペースやステイタスをもつ事かと思えます。

T シャツにとってグラフィックはとても重要な要素です。グラフィックによって、販売数は大きく変わります。我々は、もっとデザインソースを広げる必要があり、優秀なデザイナーを確保したいと考えています。

今回、南紀白浜にかねてより求めていた閉鎖中の保養所をやっと手に入れることが出来ました。そこにデザインルームを作り、地元の若者を雇用し、育てていく事も良いかと、一念発起し、ある計画を進めております。それは、デザイナーのローテーションです。デザインの仕事はストレスもたまりやすく、夜

遅くまで、また徹夜になってしまうことも、しょっちゅうです。たまには、東京のオフィスを離れて、海を眺める環境のデザインルームで仕事をやらせてあげたいなと思ったのがきっかけで、白浜で東京、LA、ロンドンなどで活躍しているデザイナーのローテーションをしたい、それによって人の交流ができ、刺激を受けて良い商品を生み出せそうな気がします。

更に地元のデザイナーは東京での仕事はもっと勉強になり、刺激になるのではないかと、そして、文化、言語、感性もまったく違う、海外のデザイナーとコラボやローテーションする事によって、もっとグラフィックの広がりを作れると思います。

日本でプリント Tee が出始めたのは昭和30年後半くらいから、最初は、NAVY、ARMY の軍物の放出品から出始めたようです。胸に大きく、NAVY、ARMY とか、前後ろに・・・。

代々木公園の所はアメリカ軍の基地でした。ワシントンハイツとって、米軍のNAVY、ARMY の基地だったようです。表参道は飛行機の滑走路にも使ったそうです。

この話は、古着屋の老舗のシカゴの社長から聞きました。

T シャツの歴史はウェアの中ではまだそんなに長くはないアイテム、今後T シャツがどんな風になっていくか、分かりませんが、プリントT のグラフィックは重要な事は確かです。

白浜に進出する意義

高速道路が昨年田辺市まで開通し、白浜でも休日の交通量が増えたようです。
(約20%程UP)

南部ロイヤルホテルは80%が外国の方と聞きます。
もはや白浜は関空から交通アクセスが良くなったので、大阪エリアに取り込まれた感じですね。

中国などは、沿岸地域には海沿いを道路が通ってなく、ほとんど内陸をまっすぐ通っています。そして黄砂のせいで海もよどんで綺麗ではない。

南紀のようなリアス式海岸を眺めながら走れて、青い綺麗な海を見られることに、あこがれるようです。

白浜は白浜にしかなく、そこから動かない、そこまで行かなくては、白浜を体験できないわけで、今後、高速道路の延長とともに、もっと集客が多くなっていくと思う。特にお金をもった中国やアジアの人々は、欧米の人々より、お金を使ってくれそうです。

白浜町も、県も、もっと観光のインフラをやっていくことと思います。

我々は、民間企業として白浜という風光明媚なリゾート地でのオフィス空間のあり方にトライします。

閉鎖された保養所の再利用をファッションメーカーとしての感覚でビジュアルを意識して斬新にリフォームします。

まず、デザインが出来る空間、商品を撮影するスタジオ、商談スペース、イベントスペース、ゲストハウス等を徐々に複合的に作ります。

そこを活用しながら、地元貢献できる企業を目指します。

余談

クオリティー、ラテン語でクオリタス、その意味には、その物自体がうんちくを語れるほど価値があるという意味らしい。

日本人の意識で生まれる高い品質レベルは日本人にとって自然な事。ハイクオリティー＝日本人のもの作りにとって当たり前の事。

しかし、それは外国人にとってとても贅沢な事。

日本人はその事をもっと意識しなければいけない。

世界中の人々が認識する MADE IN JAPAN のハイクオリティー！！

資源の少ない日本人にとってそのスピリットは大きな財産のはず。