

新素材開発への意欲的な取り組み

～（株）シムラ～

企業名	株式会社 シムラ	代表者	代表取締役 志村 隆夫
事業内容	合成皮革・塩化ビニール及びスウェード素材等の専門商社		
資本金	60百万円	従業員	46名
住所	大阪市生野区巽南2-1-21	ホームページ	http://www.simura.co.jp

▶▶ はじめに

（株）シムラは昭和41年創業の合成皮革・塩化ビニール及びスウェード素材等の専門商社です。大阪には、製造から小売まで繊維に関する産業が多く集積しています。その中でコーディネート的な役割を果たしているのが、商社、いわゆる問屋です。多くの産業がありますが、繊維産業は糸、生地などの素材、それを使用した最終製品まで多岐にわたり、流通経路も複雑であると一般にいられています。また需要は流行や気候などの影響を受けやすく、さらに海外製品との競争もあって、繊維産業は非常に厳しい競争環境にあります。

そのなかで、ファッションのトレンドを読み、最終製品やその製品に使われる生地の企画や生産の手配、生地の販売を行うのが問屋の役割です。リスクを負わず無難なものばかり追いかけると自社の独創性が失われ、独創性ばかり追うとリスクが大きくなる・・・そのバランス感覚と市場のトレンドの読みが重要となります。大阪には在庫のリスクも十分担えるような繊維関係の問屋が多数ありましたが、景気の悪化や海外製品との競争等が原因で現在は、その数が減少しています。

（株）シムラは早い時期から単に最終製品の素材となる合成皮革などをメーカーからユーザーに流すことから、同社にとって商品である素材自体の企画を重視する戦略を打ち出していました。特にバック、履物、ベルトなど身の回り品の素材となるものを中心に、メーカーと一緒に生地の開発を行い販売してきました。とりわけ同社の強みは、カラーが435色もある合成皮革です。その他にも1メートルからでも販売できる少ロット販売、クイックデリバリーシステムなど多くの強みを持っています。

▶▶ 経営革新

一層厳しくなる競争環境のなかで、同社はアパレル業界にも販路を拡大させ、繊維メーカーと新しい生地を共同開発しようと具体的な動きをしてきました。その背景には、かばんや靴に使われる生地と衣類のそれとの垣根がなくなってきたこと、衣服とかばん、靴がトータルファッションとして提案されるといったことがあり、かばんや靴の材料を得意としてきた同社のノウハウを活かせるといったことが追い風となりました。

生地の開発には、市場ニーズの把握がまず重要となります。同社では営業に配属されている人材が情報収集に当たります。単にかばんや靴、衣類のメーカーや問屋だけでなく、小売段階でのデータやファッションの先進地の情報など幅広い情報を収集し分析します。これをベースとして、企画を練り、繊維メーカーと共同で生地の開発に入ります。今回、開発を行った素材は4点あります。

まず1点目は、東レ（株）と共同で、東レの人工皮革素材であるエクセーヌを糸にしたサミアという超極細繊維です。本素材は海外では生産することのできないファッション性に富み、シルクタフタを連想するような高級感溢れる生地です。2点目は帝人（株）と共同して製作した織物で、防弾チョッキに使用されているアラミド繊維を使い鋼より強い織物を作り出そうとするものです。これら2点は、各メーカーで生産したものを同社が販売します。3点目は日本カーペット（株）と共同開発したもので、デニムの生地に柄の植毛をした生地を、ムラ染めにしたものです。従前は植毛部分が離散しやすく次加工が難しいとされていましたが、強力な接着剤を開発することで問題をクリアし製品化が可能となりました。これは日本カーペットが生地を提供し、同社がムラ染めを外注加工し販売するものです。4点目は韓国メーカーとの共同開発で、三菱レイヨンのアセテートの糸と伸縮性のある素材であるデュポン社

のスパンデックスをミックスさせて開発したニットです。この素材は韓国で加工、染めを行い、同社が独占販売するものです。いずれの素材も全く新しい素材で、さまざまな用途に活用が可能と思われます。同社では、既存の販売ルートに加え、よりファッション性の高い最終製品を生産しているアパレルメーカーなどにも販売を行う予定です。同社では、このような素材開発をシーズン毎に行い、新規性あふれるオリジナルの生地を提供していこうと計画しています。

▶▶ インプリケーション

市場ニーズとファッショントレンドを基礎にした企画力が同社独自のノウハウと言えましょう。近年の潮流では、流通在庫を極力抑え、市場の販売動向を見ながら生産を行うSCM（サプライチェーンマネジメント）方式をとっている製品が増えています。ただ糸の調達から生地を生産、アパレル最終製品の生産まで1、ヶ月の時間を要し、ファッショントレンドに大きく左右される繊維産業では、ある程度の在庫負担のリスクと企画力が不可欠です。同社はどちらの機能も担える業界でも貴重な存在であると言えるでしょう。定量化でき、システム化できる部分はそれを徹底し、それらをベースに感性や知恵といった人間ならではの能力を発揮して、製品開発を行い、それらがまた企業のシステムにフィードバックされて、ノウハウの蓄積が進む・・・今、注目されるナレッジマネジメントを実践している企業とも言えましょう。