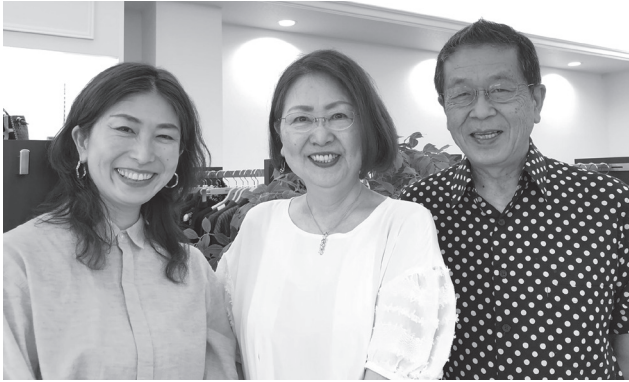


今回は、埼玉県蕨市にあるオリジナル婦人服や洋服のリメイク事業に力を入れ、製造業として、「つくる責任」を果たすだけでなく、消費者に「捨てないアパレル」の意義や「つかう責任」を伝え、SDGsの12項目「つくる責任 つかう責任」への取り組みを目指し、『未来につながる消費』を提唱している株式会社ニニの保坂 峻社長、保坂 晴代専務、保坂 郁美デザイナー（取締役）に、お話をお伺いしました。



保坂 郁美 デザイナー（取締役）（左）、保坂 晴代 専務（中央）、保坂 峻 社長（右）

代表取締役プロフィール

保坂 峻（ほさか たかし）。
埼玉県生まれ。働きやすい環境と、安定した経営を目指し、取引先や金融機関などとの良好な関係構築に努め、後継者の育成に力を入れている。

専務プロフィール

保坂 晴代（ほさか はるよ）。
神奈川県生まれ。接客時に、顧客ニーズを的確に把握し、そのニーズを踏まえた商品の企画・製造・販売に携わる。接客・縫製面で後継者の育成に力を入れている。

取締役/デザイナープロフィール

保坂 郁美（ほさか いくみ）。
埼玉県生まれ。縫製工場を立ち上げた母親の姿を見て育つ。(株)ニニへ入社後、パターン技術などを身に付ける。その後デザイナーに抜擢される。リメイク事業を立ち上げ、「捨てないアパレル」を目指し、着実に認知度を高める取り組みを試行錯誤しながら実践している。

経営者インタビュー【株式会社ニニ】

親から子へ引き継がれるものづくりへの挑戦 ～「捨てないアパレル」から未来を紡ぐ取り組み～

縫製工場の生い立ちとその歩み

沼口 主に婦人服の企画、デザイン、パターン、製造、販売を行っている御社の歴史から、お話をお聞かせ下さい。

保坂社長 当社は、婦人服の企画からデザイン、製造、販売まで一気通貫で行える高い技術力を持った専務(妻)が、昭和58年4月に創業しました。

専務は、高校卒業後、都内のオーダーメイドの店舗に勤務した後、香港での活動を視野に考え、ドレスメーカー学院（学校法人杉野学園）に入学し、3年間縫製などの技術を学びました。その後、当時、現役デザイナーも通う専門学校桑沢デザイン研究所ドレス科で2年ほど学び、学校から「教えることがない」と言われ、卒業することになりました。

専務は、小物を作ることが好きで、今の株式会社ニニの前身となる「ムム工房」という屋号で、個人開業しました。当時、婦人服のパターン制作や展示会用サンプルの制作を行っていましたが、同期が大手アパレルの（株）ワールドや、イトキン、銀座和光などで活躍するようになり、当社に仕事を依頼することが増え、OEM生産を

手掛けるようになりました。

保坂専務 「ムム工房」の「ムム」は、日本語の「無無」からであり、「何もないところから、良いものを」という意味を込めて名付けました。

保坂社長 平成4年には法人成りし、セミオーダーでお客様の個別ニーズに合わせて作る婦人服はデザイン、パターン、素材、縫製の質の高さで、顧客から高い評価をいただいております。

全国約1,200店舗に企画品を卸売している商社のOEM生産により、確かな縫製技術で有名ブランドの商品を含め、多くの製品を世に送り出してきました。

平成15年頃からは、自社ブランド（élevemumu：エルベムム）を立ち上げ、すべてセミオーダーに対応することで、衣料廃棄を見据えた「ものづくり」がはじまりました。

保坂専務 オリジナルブランド名の「élevemumu」は、造語で、「éleve」は、日本でよく使われるフランス語の「高貴な」、「品が良い」、「センスが良い」などという意味で、「ムム工房」の「ムム」との響きの相性が良かったことから決めました。



(株)ニニ・ショールーム玄関

「リメイク事業」への挑戦

保坂デザイナー 当時、リーマン・ショックの影響で、消費者の買い控えが起きた時、「着物や毛皮をリメイクしてもらえないか」といった問い合わせが増えたこともあり、試行錯誤し、平成25年頃から、着物と毛皮の「リメイク事業」をはじめ、お客様とご家族の思い出に寄り添う経営に力を入れるようになりました。

最初は、お客様にモニターになっていただきながら、1年ほど日々実践で経験を積み重ね、百貨店で展示会を開くことができるようになりました。そして、オリジナルブランド・élethemumu、毛皮リメイク、着物リメイク、スカーフリメイクの4種類のカatalogを制作し、「リメイク事業」の普及に努めました。

リーフレットは、ハイクラスなお客様に響くよう、当社が手がけた製品とモデルを掲載し、高級感のある写真とデザインを採用するように心掛け、紙質にもこだわり、取引先などに配布し、PR活動を強化しました。



「リメイク事業」を普及させるために制作した4種類のカatalog

沼口 どのようにして「リメイク事業」を伸ばされましたか。

保坂社長 既存のお客様からの紹介は徐々に増えていきましたが、新規のお客様に、当社の「リメイク事業」をどのようにすれば、知っていただけるのか苦労しました。

「リメイク事業」の認知度を高めるため、様々な取り組みに挑戦している中、中小企業診断士の先生が講師を務めるセミナーに参加し、講師の考える手法などが、当

社にマッチしていると感じ、支援を受けるようになりました。

その後、中小企業診断士の先生のご紹介で、東京・上野に本社のある着物メーカー・鈴乃屋さんとのご縁をいただくことになりました。

着物は直線裁ちの商品であり、立体・曲線の洋服への取り組みは、技術的に難しい点がありましたが、当社の技術力を評価していただき、平成30年ごろから、鈴乃屋さんで、1ヶ月に1回、着物と毛皮の「リメイク展示会」を開始することができるようになりました。

セミオーダー対応で培った強み

沼口 御社の特長はどこにありますか。

保坂社長 当社が提供するサービスの特長は、「一人ひとりのお客様にあった商品提案力」、「機能性衣料も手掛ける高い技術力」、「新規事業に取り組む中小企業ならではの柔軟性」の3つだと考えております。

大企業・アパレルメーカーであっても、自社に工場がなかったり、国内に工場がないケースがほとんどです。中小企業のみならず大企業も含めた国内企業全体としても、衣料品の製造・販売の両方を担っている企業は、非常に珍しいと思います。

特に、婦人服は、紳士服のオーダースーツのような文化が根付いていないため、当社と同様の形態の企業は、日本でも数社しかないと思います。

当社では、お客様から直接聞いた内容を企画・デザインにいかして生産ができるので、一人ひとりのお客様にあった商品の提案ができると考えています。

特に、セミオーダーは、採寸、仮縫いという工程を経て、その際に、実際にパターンや縫製を担当する職人が1階の店舗に降りて、お客様にピッタリの採寸、仮縫いを行うことができます。

保坂専務 当社の洋服のコンセプトは、3~5kg痩せて見える洋服です。それは一人ひとりのお客様の特徴をとらえているからできることです。例えば、スリーサイズが同じ女性でも、胸にお肉のある方、背中にお肉が付きやすい方では、美しく見えるラインが全く異なります。当社では、製造・販売の両方を担っているからこそ、一人ひとりのお客様の体形や、「袖がもたつくのは嫌い」、「襟が空いているのは気になる」などのご希望に沿った商品をご提案することができます。

当社では、デザイナーの能力に加え、デザインを実現させるためのパタンナー、縫製チーム、全ての職人の技術が集結しているので実現することができます。たった2mmのタックの大きさがズレているだけでも、前後左右4箇所を合計すれば8mmのズレにつながりますので、当社では修正の対象となります。

保坂社長 今の時代は、アパレルに限らず、お客様が求める商品は、「こだわりがなく安価な商品」と「高くても自分が求めるこだわりの商品」の二極化が進んでおり、今後、その傾向は、さらに顕著になると感じています。

沼口 御社が提供している洋服のポイントはどんな点で

すか。

保坂社長 当社が製造・販売している洋服は、モデルが着て美しいものではなく、体型にお悩みを持つ一般女性を「一番輝かせる洋服」です。

例えば、カーディガン一つにしても、フワッとした袖で二の腕のカバーをしたり、ギャザーを寄せた七分丈で手首をホッソリ見せることができます。当社では、紐先の金具で紐もストンとした縦ラインを実現させ、高めの位置のギャザーで腰位置を高くし、絶妙な襟の具合で首もホッソリと見せることができるほか、大きなお花のポイントで体型が整って見えることや、ギャザーでバストとウエストのメリハリを出すことなど、様々な点を考慮

フワッとしたお袖で二の腕カバー

ギャザーを寄せた七分丈で、手首ホッソリ

紐先の金具で、紐にもストンと縦ライン

高め位置のギャザーで、腰位置も高く

絶妙な襟の立ち具合で、お首ホッソリ

大きなお花のポイントで体型が整って見えます

ギャザーで、バストとウエストのメリハリを

(株)ニニがこだわっている洋服のポイント

して、デザインやパターンを考えています。テーマは、お客様が「つつい着ちゃう、着やすい洋服」で、デザイン面、機能面の両面からアプローチしております。

「捨てないアパレル」の地道な普及活動と跡継ぎの躍進

沼口 御社が進めている「捨てないアパレル」とは、どのような取り組みでしょうか。

保坂デザイナー 私が中心となって、「捨てないアパレル」事業に取り組んでいます。平成30年には、「日本のアパレル製造業を復活させたい」との強い想いをもち、当社主催で、「未来を選び取る消費～これから想う、衣・食・住・健康・教育～」のシンポジウムを開催しました。

全国の衣料品製造業の優れた製品を集めて、ネット販売で全国展開を実現させることをコンセプトに、当時、急成長し、マスコミにも多く取り上げられていたファクトリエさんにアプローチして、シンポジウムの第1部の基調講演及び、第2部のパネルディスカッションでは、同社代表の山田さんに登壇していただきました。当社が取り組んでいる「未来につながる消費」と「未来につながる企業選び」について参加者の皆様に考えていただく機会を提供し、SDGsの先駆けとなりました。

令和元年には、当社の「捨てないアパレル」をさらに進化させるために、東京都目黒区の蟠龍寺にて、まさに、手放されようとしている着物を再びご家族に永く愛

シンポジウム「未来を選び取る消費」のパフレット

されるアイテムに魅らせ、様々な想いを馳せていただくことを目的に、平成30年に続き、「未来を選び取る消費」の取り組みとして、『NINIコレクション』を開催致しました。この取り組みによって、当社の方向性が明確に定まりました。



NINI コレクションの冒頭挨拶をする保坂デザイナー



「未来につながる消費」と「未来につながる企業選び」について語る保坂デザイナー（左）

沼口 現在、御社が注力されているSDGsへの取り組みについて教えてください。

保坂デザイナー 当社では、先ほどお話をさせていただきましたが、「単にモノを売るアパレル」ではなく、「捨てないアパレル」の理念を掲げ、「つくる責任 つかう責任」を中心としたSDGsへの取り組みの一環とし



(株)ニニのコンセプトブック

て、実施しております。当社のこの理念をお客様も含めた多くの人達に認知・共有していただくため、まず、自社の「コンセプトブック」を制作し、着物、毛皮などの「リメイク事業」を中心とした自社ブランドの認知度を高めるための取り組みを行いました。

この「コンセプトブック」では、「モノ」と「コト」を結びつける手段として利用するように心掛けました。「モノ」とは、お客様が所有する着物、毛皮、洋服となり、ご家族の思い出などの「コト」と結びつけ、お客様と共に紡ぎあげる唯一無二のリメイク商品から、その物語が伝わるように工夫しました。

当社では、お客様の「可能性を紡ぐ」、「ご縁を紡ぐ」、「未来を紡ぐ」、「新しい時代を紡ぐ」など、お客様の人生に深く入り込み、当社と一緒に、「人生を紡ぐ」ことができるように、意識して事業を行っております。

単に、古いモノを現代に魅らせるファッション性に価値を見出すだけにとどまらず、「モノ」が「コト」へと繋がる瞬間をイメージし、「捨てないアパレル」及びSDGsの12項目「つくる責任 つかう責任」に取り組む企業として、より一層のイメージ強化と、顧客満足度を高める工夫をしております。

「捨てないアパレル」事業に取り組む中で、サステイナブル×アパレルの造語「サスティラル」の商標登録を行いました。

保坂社長 そのほか当社では、SDGsの4項目「質の高



商標登録済の「サスティラル」



(株)ニニの事業展開のイメージ

い教育をみんなに」として、地元小学生に、「ものづくりの楽しさ」と「洋服の廃棄削減」などを伝える取り組みや、8項目「働きがいも 経済成長も」として、スタッフが長く勤めることができる働きやすい環境の整備にも力を入れています。

保坂デザイナー 当社の「捨てないアパレルを浸透させるセミオーダー、リメイク事業」の認知度を高めるため、埼玉県が主催する女性のためのビジネスプランコンテストSAITAMA Smile Women ピッチ2020に出場させていただきました。

当社のスタッフをはじめ、社長、専務、主人、子ども達のほか、関係者の皆様のお陰で、最優秀賞を受賞させていただきました。

沼口 現在、御社の「捨てないアパレル」の取り組みを強化するため検討されているクリーニング店との新規事

業はどのような内容ですか。

保坂デザイナー ご縁があって、神奈川県川崎市で、13店舗を展開している老舗クリーニング店 誠屋さんと、新しい取り組みをはじめています。

誠屋さんでは、リメイクの展示会をさせていただいた後に、「捨てないアパレル」をコンセプトにしたコラボエコバッグを製作することになりました。

お客様に誠さんが提供するサービスの一つとして、ご自宅にある思い出の着物や洋服などをエコバッグとして、リメイクさせていただくことになりました。

お客様が、エコバッグを誠さんにご持参いただくと、永久無料でクリーニングをして、使い続けることができるサービスで、当社の取り組むSDGsの12項目「つくる責任 つかう責任」に通ずるところがあると感じております。

保坂社長 コロナ禍で、お客様が「本質」を求めようになり、これから、当社が進める「捨てないアパレル」が、いままで以上に受け入れられると感じています。

「捨てないアパレル」の認知度が徐々に高まっていることもあり、当社の理念に共感していただいたお客様をつなぎとめる取り組みが、これから重要になると感じています。試験的に実施しているZoomを活用したオンライン受注会のような、変化したお客様のライフスタイルに合わせ、円滑なコミュニケーションのもとでの事業展開を検討しております。

沼口 御社は地域資源に着目された活動も熱心ですが、どのような取り組みをされていますか。

保坂社長 蕨市は、江戸時代より織物が盛んな地域で、「双子織」の発祥の地となります。「双子織」は、洋服に押され、一度廃れてしまいましたが、地元の郷土史研究家の方々が20年かけて復元された織物となります。

「双子織」は、超極細糸を使い、超極密度で織られている綿100%の織物です。「双子織」は、ある程度の風を防ぎ、緩やかに発汗できる素材として適しています。この「双子織」を用いて、ウィンドブレーカーを制作し、アスリートから高い評価をいただきました。

コロナ禍で制作した「双子織」のマスクは、密度が濃い織物の特徴をいかし、民間検査機関からは、撥水加



SAITAMA Smile Women ピッチ 2020 での家族の記念写真



株ニニ 保坂社長をモデルに誠屋さんとのコラボエコバッグのサンプル



双子織のマスクとトラックジャケットを身に付けている保坂デザイナー

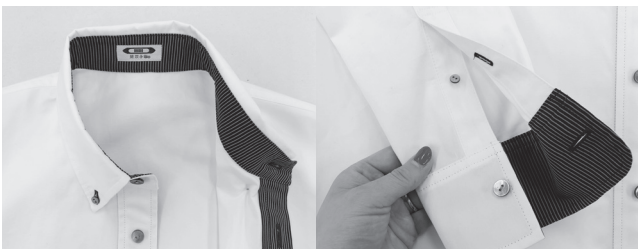
工・花粉を防ぐ効果などがあると、合格判定をいただきました。関係機関の皆様のご協力もあり、どちらも蕨市のふるさと納税品に認定されております。

先日開発されたばかりの白の双子織で、男性用のボタンダウンのYシャツを制作しました。シンプルなデザインのため、双子織の高級感に負けないように当社の縫製技術をいかし、丁寧に作り上げました。



男性用ボタンダウンのYシャツ(左:白、右:グレー)

特に、汗染みを防ぐため、台襟のみかえしや袖口などは双子織トラックジャケットで使用した縦縞双子織をあしらいました。



汗染みを防ぐため、双子織トラックジャケットで使用した縦縞双子織をあしらった台襟のみかえしや袖口

保坂デザイナー 男性用のボタンダウンのYシャツ以外にも、子ども達に双子織の文化を伝え、健やかな発達をお手伝いし、自然素材を感じながら活発に動くことができる「双子織キッズトラックジャケット」を制作しました。当社の想いが実り、この度、特定非営利活動法人キッズデザイン協議会の「第15回キッズデザイン賞」を受賞させていただくことになりました。

沼口 最後に、今後の抱負について教えてください。



双子織キッズトラックジャケットを試着している保坂デザイナーのご息女



双子織キッズトラックジャケット

保坂社長 当社は、取引先や関係者の皆様に支えられ令和3年7月に30期を迎えることができました。

創業の地である蕨市に対する恩返しの意味も込めて、「地域」を意識した取り組みも強化していきたいと思っています。

今後は今まで以上に、地元の郷土史研究家の方々や、関係団体の皆さんと協力し、切磋琢磨させていただきながら、「地域」に貢献したいと思います。



(株)ニニ 第30期を迎え、従業員との集合写真

沼口 本日はありがとうございました。

■企業概要

企業名……………株式会社ニニ
 所在地……………〒335-0002 埼玉県蕨市塚越 5-50-4
 資本金……………1,000万円
 創 立……………1983年4月
 業 種……………衣料用繊維製品の企画、デザイン、加工、製造及び販売、服飾雑貨品、袋物、アクセサリーの企画、デザイン、製造及び販売
 年 商……………8,700万円(令和2年6月期)
 従業員……………12名(役員4名)

■インタビュー及び原稿執筆

沼口一幸……………千葉商科大学経済研究所客員研究員
 中小企業診断士