



三幸毛糸紡績(株) 多角化路線を進める



高級モヘア系で知られる三幸毛糸紡績が、経営基盤のバランス化を目指して、商材の多角化を軌道に乗せている。

現在の生産商品は紳士・婦人服地向け系 マシンニット向け系 手編み毛糸 不織布 インテリア向け素材 糸・原料染め、と実に多彩だ。創業以来の商品であるモヘアが中心である。糸素材に占めるモヘア比率は15%で、その他の原料は英国羊毛、南米特殊物、欧州特殊物(ナイロン異形断面)などである。

岡田和憲社長は同社が得手のモヘアについて「モヘアは年によって細さが違うのですよ。ワインの風味がブドウの出来具合で異なるようにね。そこでメーカーとして同じ素材を供給するため、最低限度の在庫を持っているのです」と品質の均一化を強調している。

最近流行が戻ってきたツイードに関して岡田社長は「原料と撚り数が同じですと、織物は企画、組織の差違となるが、婦人物に関しては、番手で糸を選択するのは危険。特にローピングとなると、紡績の種類、原料の混ぜ方、撚糸などにより、製品はまったく変わる。当社は日夜、膨らみ、柔らかさをより良くするため糸づくりを研究している」とプロの技にこだわっている。

その考えで開発したのがタスマニア・ポロワースウールを原料とした“TOM”。これはパステルツイードができるウェーブローピングとして絶好調な売れ行きである。また特殊

原料・特殊紡績の“TTY”もコンサバツイードとして引き合いが殺到している。

岡田社長の良い糸づくりに対する執念は強く、数年前に紡績工程の最重要部分であるギア管理をデジタル化した。それにより機屋、ニッター、アパレルなどに画像で糸形状を見てもらい、「貴方好みの糸」を提供できる体制を確立した。「どんなソフトも組める」と岡田社長は胸を張る。

こだわりは更に進んで、数年前にはモヘア産地である南アフリカに紡績工場を建設、「産直」の糸生産に乗り出した。これは欧州向けが主体だが、一部日本にも持ち込んでいる。日本国内の染工場などは南ア工場での糸を「モヘアループなどは世界水準の技術」と高く評価している。

こうしたことから過去は商社ルートの販売が中心だったが、現在は個性派アパレル、DC(デザイナー・キャラクター)アパレルのデザイナーとの共同作業が進み、50%以上はそのルートで販売している。「製品まで考えて糸をつくる(岡田社長)」というユーザー志向だ。

紡績以外でも例えば、インテリア部門ではブルートレインのシート、不織布では屋上緑材、ビオトープ資材などユニークなものがある。

今後は染め、織り、加工、縫製などとタイアップして「最終商品をグループで作りあげたい(岡田社長)」と、視線は一步前にある。紡績業衰退の風潮のなかで、自立する同社からしばらく目が離せない。