

## 60年以上続く「糸の専門商社」が世界最大級の展示会で高評価

糸の販売やニットのOEM事業を手がける丸安毛糸株式会社は、創立60周年を機に海外展開に目を向け、平成29年には世界最大級の糸の展示会「PITTI FILATI」に出展。厳しい審査やブランディングなど、多くの乗り越えるべき壁があったといいます。



イタリアのフィレンツェで開催される展示会「PITTI FILATI」。平成29年6月に初出展を果たした。

### 新たなブランドを立ち上げ世界最大級の展示会に出展

昭和30年に創業した丸安毛糸(株)は、老舗の「糸の専門商社」として、アパレルブランドなどに糸を卸してきました。近年ではBtoBの販売のみならず、BtoC向けに手芸糸の販売や手編み教室の開催なども手がけています。平成29年には新たにニット糸ブランド「MONTELUCE(モンテルーチェ)」を立ち上げ、イタリアで行われる業界最高峰ともいえる糸の展示会「PITTI FILATI」への出展を果たしました。

「世界最大級の規模で、私たちも古くから視察に訪れていた展示会です。いつか自社ブランドで出展したいという夢がようやく叶いました」(岡崎氏)

とはいえ、出展には厳しい審査があり、書類作成やサンプルの発送など準備にも時間がかかります。平成23年に初めて国内各地で自社主催の展示会を開き、ノウ

ハウを蓄積していきました。社内の体制を整え、英語ができる人材も積極的に採用しています。

「年間100種類以上の製品を開発し、そこから厳選して海外に出展します。当社の強みは自社工場を持たないこと。国内にある協力工場それぞれの強みを活かしながら、世界中の糸を“編集”しているのです。中でも日本独自の撚糸は海外で高い評価を得ることができました」(岡崎氏)

こうしてイタリアでの展示会をきっかけに、世界的なラグジュアリーブランドに糸が採用されるなど、新たな販路も開拓。海外での高評価は、国内市場へも大きなアピールとなっているといいます。

### 「見せ方」にこだわり、価値が向上海外での評価が国内の生産現場を活性化

同社が撚糸の開発に加えて注力したのは、海外展示会での「見せ方」だ

といいます。

「海外メーカーの展示は商品だけでなく、小物づかいや空間演出が洗練されており、ブランド価値を高めています。糸やニットのクオリティー向上はもちろんのこと、トータルでのブランディングに目を向ける重要性を感じました」(松井氏)

そこで同社が進めたのは、スピーディーかつ納得いくまで社内でデザイン作業を行う体制づくり。ロゴや印刷物から、ハンガーなどの小物、ブースの壁や床の色、来場者に出す茶器まで、細かい部分にも統一感を求めたといいます。平成31年も引き続き海外に出展し、国内海外含め年間約15の展示会でアピールをしています。

「今後、中国やアメリカなどに展開していきたいと考えています。海外での評価が国内の生産現場で新たなモチベーションにつながっています」(岡崎氏)



同社の糸は、世界でも有数の繊維産地といわれる尾州産地を中心に、国内の協力工場で製造。国内外の展示会に向けては、カラーバリエーションを見せるほか、オーソドックスな「出来上がりイメージ」を添えた見本帳を作成する。

(右)  
丸安毛糸株式会社  
代表取締役社長  
岡崎 博之 氏

(左)  
マネージャー  
松井 裕作 氏



糸の販売やニットのOEM事業を手がける一方で、ニット糸ブランド「MONTELUCE」やニットブランド「Punto D'oro」を立ち上げる。