

意見 提言

創・工・商のバランス

今、日本にも世界中のブランドが押し寄せてきています。その中でも際立った鮮度を放っているのがイタリアのブランドであると言えます。日本だけではなく、世界中で活躍しているように思います。

イタリアの繊維業界の特色は川上と川下が対一で対話できる環境で、三位一体の「創」「工」「商」のバランスがよく取れているところにあります。川下ではスーパーMD（マーチャントアイザ）・プロデューサー、川上ではモデルリスト・ウオモプロドットというトータルでの作りを理解している人間がキーマンになり、スムーズな作り



桜井 啓蔵
ヴァローレ社社長

イタリアのもの作り

日本は「創」から「工」のブリッジが不在だ

の流れを実現しています。日本のアパレルでもSPA（製造小売業）型が進む中、「創」「商」のバランスが取れ、小売りを基盤にリアとドイツの違いのよう

イタリアは設備・技術面では日本と変わりはないようですが、もの作りの文化が違います。例えばラテン民族とゲルマン民族、イタリアとドイツの違いのよう

理してもの作りしているように感じました。先日、ドイツのケルンの方もかつてない人出だっただけなく、世界は今製造業ブームといっ

の文化を変えれば、日本の製造業にも、まだまだチャンスはあります。この川上の環境を整えることにより、川上から川下へスムーズに流れれると思います。川

は水が上から下に流れる、これが自然の流れです。アパレルの学校教育の体制も日本とは違います。企業で働いている人たちが、新たに教育を受けるといった形で、学校側にも企業の風が入ることにより、学校と企業の差がない、イタリアにはそういう学校が三校ほどあります。世界各国の人たちがここで何か習得しようと集まります。私が今

がクロースドされた状態でSCM（サプライチェーンマネジメント）などを作り上げていくことは不可能でしょう。垂直型に情報をオープンして初めて透明感が出て、互いのポジションや目的がはつきりし、流

から「工」のブリッジであるモデルリスト（パターンナー）、ウオモプロドット（生産管理）という言葉は線の存在がありません。点の存在のリーダーがひしめき合って、流通の流れがスムーズにいかないように感じます。

で、日本とドイツはもの作りの観点がよく似ていますが、精密で数値管理の物のとらえ方で商品を見るところがあり、一方イタリアは感性・ラテンのノリで作り、商品そのものの完成度を大事にしています。右脳（感性）でリードし、左脳で管

チャンスはある。日本はその逆です。日本の製造業はパターンがどろ、生地がおかしい、この芯はちよつと問題があるだとか、このようなことはすべて川上がやっていたらいいことなのです。もの作り

アにはそういう学校が三校ほどあります。世界各国の人たちがここで何か習得しようと集まります。私が今

は当社のような企画生産会社は出てくるでしょうが、企画とかパターンメーカーとかだけの特化した依頼よりも、川上と川下の対一の丸投げが増えてきており、企画から製品まで一人が垂直的に管理する方が、商品の完成度とスピードアップがはかれます。一日も早く、この日本で世界に通用的ブランドをコアポイント（協業）の中で作り上げたいと考えています。