

「ノトクオリティ」で拡大

AJL活用し自販

丸井織物

丸井織物は、エアジェットルーム(AJL)設備を活用した素材開発と自販を強化する。昨年から自社ブランドを「ノトクオリティ」に一新し、ウェブサイトも開設。「ジャーナルスタンダード・レリウム」の今春のオリジナル商品に下げ札付きで採用されるなど出足は好調で、さらに消費者目線の打ち出しを強めて認知度を高める。

(中村恵生)



店頭での打ち出しも広がっている

ノトクオリティは、昨年11月のプレミアム・テキスタイル展で初めて打ち出した。ネーミングには、本社のある能登から発信する物作りの背景を伝え、「クオリティ」の名に恥じない品質価値や、革新性を込めた(宮本来蔵常務)という。同社テキスタイルの冠ブランドを、以前の「マルチテックス」から

「ノトクオリティ」に改め、その下で、多重織りでダブルフェイスを表現した「カラカンピオ」、天然繊維調の「アルトリティモ」、ナイロン100%で形状記憶性・復元性を持つ「ミフォルマ」といった特徴あるサブブランドを展開する。

開発生産体制も以前は裏地、ダウン用の高密度タフタを主軸に、ウオータージェットルーム(WJL)が中心だったが、03年にAJLを導入し、感性や機能を両立させた素材開発を強化してきた。

AJL導入によって短繊維、ストレッチ系、中肉など従来の枠にとられない素材開発が加速し、感性や品質も向上。スポ

ーツ、カジュアル、パンツ、ジャケット、シャツ、ユニフォームなどアイテムや用途も広がっている。

AJLはいずれも複雑な織りを可能とする電子開口式で、「レジア織機の領域もカバーできる」という。ノウハウ構築でAJLの活用が加速、今年2、3月にはWJLからの更新で一気に72台導入し、計261台としている。

素材の幅は広がっているが、ロットは大小あるため、IoT(モノのインターネット)を活用することで織機を効率よく稼働させ、「多品種変量」でフレキシブルに生産できる仕組みも整える。磨いてきたコスト競争力を背景に、小ロットを工業生産レベルの量産ロットに引き上げる考え。

「従来のような作り手発信の機能性ではなく、洗濯後の乾きが速い」など使用者の価値観にこだわっていきたい」として、専用サイトやSNS(交流サイト)も活用し認知度を高め