時代の半歩先を考える

繊維月報

FUTURE ASPECT

PUBLISHED BY ITOCHU CORPORATION

VOL. 732

APRIL 2021

MONTHLY since 1960

P2-4 / SPECIAL FEATURE

消費者の共感を得るエリア開発最前線

P5 / ITOCHU FLASH　2021年度 伊藤忠商事株式会社 人事異動

P6 / MANAGEMENT EYE　「ビジネスエコシステム」でイノベーションを創出

P6 / SDGs watching　「エコニール」を展開する伊アクアフィル社と業務提携　ナイロンの循環型リサイクル事業を推進

CHRONICLE OF THINGS

デザインの温故知新⑯

文様編

ナチュラルモチーフ

NATURAL MOTIF

水や食べ物などの恵みを与えてくれる一方で、洪水などの災害をもたらす自然。人々はそんな自然に対し、畏れと敬いの両面の思いをもって接してきた。太陽や月・星、雨や水の流れ、山海の風景などを描いたナチュラルモチーフには、人間と自然との深い関わりの歴史が刻み込まれている。

代表的なナチュラルモチーフの一つが、天体にまつわる文様だ。どの文明でも、天体の動きを読み、暦や時を司る能力は敬われ、為政者の権力と結びついた。太陽や月・星そのものが神格化されることも多く、さまざまな地域で文様として衣装に表現されてきた。

山野や海の風景を表現した文様も、各地に見られる。これらは、狩猟採集生活を送っていた頃から、生きる糧を提供してくれる大切な場所。同時に、獣の潜む暗い森や険しい山々、果てしなく広がる海は、畏怖の対象でもある。人々は文様化によって崇める気持ちを表し、その力を引き寄せようとした。

一方、水にまつわる文様は農耕民族、特に稲作地域で好まれた。雨や雲、雷、水の流れなどをはじめ、これらを組み合わせた文様などさまざまなバリエーションがある。砂漠の地域では、こうした具体的な文様はほとんど見られず、水色や緑色など、水やオアシスに茂る植物を連想させる色で、間接的な水への憧れが示されていたという。

八百万（やおよろず）の神を信じ、四季の自然の中で稲作を営んできた日本人の着物に、多彩なナチュラルモチーフが用いられてきたのもうなずける。

波の合間を鶴が飛び交う様子が印象的に表現された日本の打掛。（江戸時代末期）

取材協力：文化学園服飾博物館

ITOCHU

繊維月報2021年4月号（毎月1回発行）
https://www.itochu.co.jp/ja/business/textile/geppo/

※本紙に関するご意見・ご感想をお寄せください。
osaxp-ad@itochu.co.jp

発行：伊藤忠商事株式会社　繊維経営企画部

大阪府大阪市北区梅田3-1-3
TEL：06-7638-2027　FAX：06-7638-2008

消費者の共感を得るエリア開発最前線

取材先（社名50音順）

株式会社散歩社 代表取締役CEO　小野裕之氏　　寺田倉庫株式会社 不動産事業グループ グループサブリーダー　城田明洋氏

平和不動産株式会社 開発推進部 課長代理　伊勢谷俊光氏　／　ビルディング事業部 課長代理　山根拓馬氏

渋谷や銀座、青山、六本木など誰もが知るメジャーな商業地域とは異なる、東京のローカルエリアが密かな注目を集めている。これらのエリアには、均質化を招きがちな繁華街における大規模開発とは一線を画すアプローチで、その街ならではの独自性を発信している店舗や企業の存在がある。コロナ禍によって消費者の行動様式が変化する中、エリアの認知度やアクセス面での課題などを乗り越えて新たな人の流れを生み出し、地域の活性化と事業の成長を両立させている企業や施設の担当者への取材を通じて、現代の消費者から共感を得る地域づくり、エリア開発の最前線に迫る。

街の個性を発信して人の流れを呼び込むアプローチ

街の資産と特色ある コンテンツの融合

コロナ禍によって消費のオンラインシフトが加速する中、外出を伴う消費行動においては、そこでしかできない体験、出会えない人という要素がこれまで以上に重要な動機になりつつある。

こうした中で、「アート」という明確なテーマを打ち出し、本社を置く天王洲アイルをかつての倉庫街、オフィス街からアートの街に変貌させ、新たな層を呼び込んでいるのが寺田倉庫株式会社だ。数々のアート関連施設を運営し、さらに展覧会やイベントの開催、企業の誘致などを通じて街とのさまざまな接点をつくり出してきた同社の不動産事業グループ グループサブリーダー 城田明洋氏は、「天王洲には特定のアート関連施設を目的に訪れるという声が多い。今後は複数ある施設間の連携を強め、あらゆるアートに触れられる街としてより楽しんでいただけるようにしていきたい」と語り、エリア内の回遊性を高めていくことでアートの街としてのさらなる価値向上を見据えている。

寺田倉庫が運河や倉庫という街に備わっていた資産と、アートという独自のテーマを掛け合わせたことと同様に、証券の街として知られる兜町においても、歴史的な建造物と個性豊かな飲食コンテンツを融和させ、賑わいを創出している企業がある。ホテルと飲食機能を兼ね備えた「K5（ケーファイブ）」を起点とし、日本橋兜町界隈に特色ある飲食店を次々と誘致した平和不動産株式会社だ。同社ビルディング事業部の課長代理 山根拓馬氏は、「消費者がSNSで得た情報をもとに、目的を持って行動する時代だからこそ、どんな『個人』が来てくれるのかという観点を重視した。多くの事業者は、歴史的建造物が多い証券・金融の街に異色のものを展開することをポジティブに捉えてくれた」とテナント誘致の経緯を振り返る。SNSによってエリアを問わず集客が可能になった今、かつての証券街には、そこにしかない体験を求める高感度な若者たちが集っている。

事業者の挑戦を支援する エリア開発

小田急小田原線の地下化によって生まれたエリア「下北線路街」の開発を進める小田急電鉄株式会社は、「サーバント・デベロップメント(支援型開発)」という独自のスタイルを掲げている。この一画に開業した複合施設「BONUS TRACK（ボーナストラック）」では、賃料を抑え、事業者のチャレンジを応援することを目的にした店舗・住宅一体型のSOHO棟などに個性豊かなテナントが入居し、街の新たな名所となっている。施設の運営を担う株式会社散歩社の代表取締役CEO 小野裕之氏は、「厳しいビジネス環境の中、各事業者には専門特化が求められている。『BONUS TRACK』では、各テナントが助け合いながら、それぞれの強みを発揮していける環境や文化をつくっていきたい」と語るように、店舗間での情報やリソースの共有に加え、散歩社が経営や人材育成面などを支援することで、施設全体のレジリエンスを高めている。

日本初の銀行や証券取引所が生まれた経緯から、平和不動産が「コト始めの街」と位置付ける日本橋兜町・茅場町再活性化プロジェクトにおいても、新たなチャレンジの支援や店舗間の連携が重視されている。「競合」ではなく「協業」を掲げ、店舗づくりにおいても各テナントの自主性を尊重してきた同社の山根氏は、「箱型の商業施設のような業種業態のバランスはあまり意識せず、時に事業者側の意見も聞きながら、周囲と上手く連携できそうなテナントを誘致してきた。その結果、自然に横の連携が生まれ、醤油の貸し借りができるような関係が築かれている」と語るように、自然発生的に起こる店舗間のコラボレーションが街に新たな文化やコミュニティを育み、地域全体の魅力向上に寄与している。

意欲的な取り組みが エリア独自の価値を生む

平和不動産が兜町に足りない「インフラ」として飲食コンテンツに注力したことや、「BONUS TRACK」が近隣飲食店のテイクアウト拠点としての場を提供することで、コロナ禍で遠出ができない地域住民のニーズを満たしたように、エリア開発においては地域との関係構築も忘れてはならないポイントだ。寺田倉庫の城田氏が、「倉庫業の枠を超えて新たな文化を創造するという理念のもと、アートを地域活性の軸に置いてきたが、そこには当然周囲の理解や協力が不可欠。自治体や周辺企業との連携を強化し、地域の方たちのシビックプライドを醸成していくような取り組みをしていきたい」と語るように、地域との共生なくして魅力あるエリアづくりは実現できないだろう。「BONUS TRACK」が、音盤においてアーティストが実験的な表現をしやすい「ボーナストラック」を施設名の由来にしていることに象徴されるように、今回取材した各社は街というフィールドにおいて前例のない意欲的なチャレンジに取り組み、わざわざ足を運びたくなる地域の魅力をつくり出してきた。マスターリース契約によって事業リスクを負うことで、新しい運営手法や個性あふれるテナント誘致を実現した散歩社の小野氏は、「一定の自由度があり、チャレンジができる機会を生かして先行事例をつくっていくことが大切。『BONUS TRACK』のような開発手法が社内外で評価されていくことが、次への事例につながっていく」と語る。たとえ小規模でも紋切り型ではないエリア開発に取り組み、その街独自の価値や文化をつくり出そうとする姿勢が、新たな人の流れやビジネスの芽を生み出すことにつながるのだろう。

特集記事はWEBからもお読みいただけます ▶

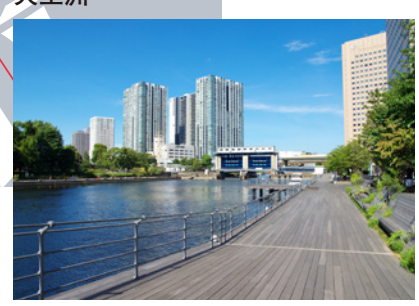
兜町・茅場町

明治以来、証券や金融の機能を有する兜町・茅場町。投資家が集い、情報が交流する場であり、今も進化し続けている。

下北沢

私鉄各線が都心と直結し、交通の便がいいことから、下北沢は商業地として栄え、若者の街として、今も人気が高い。

天王洲



天王洲は、1980年以前は倉庫街として知られ、現在ではウォーターフロントというロケーションを生かした最先端スポットに。

CASE 1

個人事業主のチャレンジを支援し多様な文化を醸成する場に

株式会社散歩社
代表取締役CEO　小野裕之氏

小田急電鉄株式会社が、線路の地下化によって生まれたエリアの開発を目的に推進している「下北線路街」プロジェクト。その一画に開業した「BONUS TRACK（ボーナストラック）」は、職住遊が渾然一体となった個性豊かな複合施設として、下北沢エリアの新たな顔になりつつある。開業から1年を迎える同施設の運営を担う株式会社散歩社に、その取り組みなどについて取材した。

店舗兼住宅スタイルの「商店街」

小田急電鉄が開発を進める「下北線路街」では、「音楽の街」「演劇の街」として若者たちがさまざまな文化を生み出してきた下北沢の歴史を汲み、若い人たちのチャレンジを支援していくことをテーマに据えています。当社が運営する「BONUS TRACK」においても、周辺の地価が高騰する中、個人事業主がチャレンジしやすい環境を用意するため、1階5坪、2階5坪の店舗兼用住宅のSOHO棟を設けるなど、新しい商店街のような場所をつくることを当初より掲げてきました。

当社取締役の内沼晋太郎が下北沢の書店「B&B」の運営や映画配給事業などを手掛けてきた関係で「カルチャー」文脈の出店者も多く、私が前職でソーシャルビジネスなどを扱うメディアに携わっていたことから「ソーシャル」領域からも出店いただくなど、個性豊かなテナントを誘致することができました。また、コワーキングスペースやシェアキッチン、広場などを設け、訪れた方がさまざまな形で参加できるような工夫もしています。

他者を受け入れて助け合う精神を

最近はメディアなどを見て足を運んでくださる方も増えていますが、新型コロナウイルスの影響で、昨年夏まではほぼ地元の方にしかお越しいただけない状況でした。ただ、地域の外で買物をされていた方たちがここでゆっくり過ごされたり、保育園の行き帰りに親子で立ち寄ってくださったりするケースも多く、結果的に早い段階で地域住民との関係を築くことができました。また、ゆとりのある屋外空間を活かし、周辺の飲食店のデリバリーやテイクアウトの拠点として場を提供し、こちらも好評でした。

一方、コロナ禍で厳しい状況が続く中、月に1度全テナントの店長が集まり、売上状況を共有したり、コストを分担して合同研修を行ったりするなど、テナント間の風通しを良くし、助け合いながら運営を続けています。さまざまな考え方を持つ方たちがいますので、自分とは異なる存在を受け入れながら、お互いの強みを引き出していくことにこそ集まっている意味があると思いますし、当社も経営面などをサポートし、各事業者が自分の得意な部分に注力できるようにしていきたいと考えています。

事業を育てるためのエリア開発

「BONUS TRACK」は大きな収益を上げていくような施設ではありませんが、多様なテナントが文化的な価値を育みながら、徐々に発展していける場にしたいと考えています。

「BONUS TRACK」には、この場所のカルチャーを新たにつくる多彩なテナントが出店している。

昨今のエリア開発は、人口規模やターゲット、賃料など経済的な観点だけで進められることが多いのですが、これからは「下北線路街」のように「事業を育てる場」として街を捉える視点が大切なのではないでしょうか。若い個人事業主がチャレンジしやすい環境を整え、事業者と街それぞれが持つビジョンを結びつけていくような事業が増えれば、自然に施設やエリアの差別化も図られるはずです。今後もそうした取り組みを「BONUS TRACK」で継続するとともに、他の地域にも2例目、3例目をつくっていきたいと考えています。

店舗住宅一体型のSOHO4棟と4店舗の商業棟からなる新たなスタイルの商店街だ。

休日には広場やテナントを訪れる人々で賑わい、新しい人の流れを生んでいる。

ホームパーティや料理教室などに利用できるシェアキッチンも人気。

CASE 2

アートを核にした地域づくりでわざわざ訪れたくなる街に変貌

寺田倉庫株式会社
不動産事業グループ グループサブリーダー　城田明洋氏

「保管するものの価値を高める」という観点から、倉庫業の枠を超えた数々の事業を創造してきた寺田倉庫株式会社。本社を置く天王洲アイルの地域活性にも早くから取り組み、2010年代以降はアート関連の施設やイベントを次々と展開し、このエリアに新たな人の流れを生んでいる。アートを核にした地域づくりによって、オフィス街をわざわざ足を運ぶ街に変貌させた同社の取り組みを取材した。

閑散としたオフィス街がアートの街に

1950年に創業した寺田倉庫は、倉庫をリノベーションしたブルワリーレストラン「T.Y.HARBOR（現在、株式会社タイソンズアンドカンパニーが運営）」の前身となる「T.Y.HARBOR BREWERY（ティー・ワイ・ハーバー ブルワリー）」をオープンさせた1990年代後半から、天王洲アイルの地域活性に取り組んできました。その後、不動産事業ではリーマンショックによる不動産市況全般における不況の影響で閑散としていたオフィス街を、目的を持ってお越しいただく場所にするために運河沿いのボードウォークを整備し、イベントの開催なども行うようになりました。

また、「アートになる島、ハートのある街」を掲げて再開発された街の歴史や、当社が美術品の保管事業を長年行っていたことなどから、2015年の画材ラボ「PIGMENT TOKYO（ピグモン トーキョー）」のオープンを皮切りに、さまざまなアート関連施設をこのエリアにつくり、芸術文化発信事業を本格化させていきました。さらに、周辺企業と連携し、年4回行う「天王洲キャナルフェス」の開催などを通じてエリアの認知を高めていく中で、徐々にアートやカルチャーに関心のある方たちが世代を問わず訪れる街になっていきました。

エリアの認知を促す数々の施策

当社では展覧会やイベントの企画・誘致も行っており、例えば、デヴィッド・ボウイの大回顧展「DAVID BOWIE is」（2017年）や、映画スターウォーズの展覧会「STAR WARS™ Identities : The Exhibition」（2019年）では、多くの方にご来場いただきました。こうした機会に天王洲の魅力に触れていただくことで、その後も継続的にこの街のアート関連施設などに足を運んでくださる方を増やしていきたいと考えています。

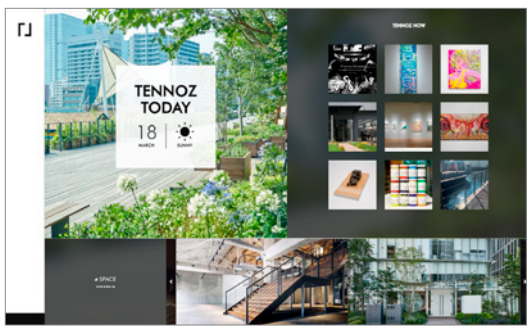
また、当社の地域活性のビジョンにご賛同いただいたインテリアショップ「ACTUS（アクタス）」が、倉庫をリノベーションしたコンセプトストア「SLOW

HOUSE（スローハウス）」やレストラン「SOHOLM（スーホルム）」をオープンして以来、街を一緒に盛り上げてくださる企業の誘致にも力を入れてきました。東京23区内とは思えない開放感と、運河やアートがある天王洲に魅力を感じてくださる方は年々増えており、出店を強くご希望されるベンチャー企業なども現れています。近年はラグジュアリーブランドにイベントやパーティなどの場としてこのエリアのイベント施設を使っていただくケースもあり、ファッション業界の方たちが島内を行き交うような状況も生まれています。

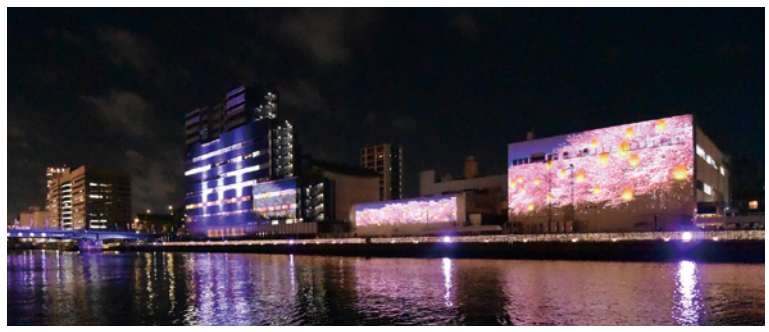
横の連携を強め さらなる文化発信を

2020年12月にオープンしたコレクターズミュージアム「WHAT（ワット）」にはすでに多くの方がお越しになり、また未来を担うアーティストを支援するために開催したイベント「ART MARKET TENNOZ（アート マーケット テンノウズ）」ではたくさんの作品をご購入いただきました。今後は我々のみならず、テナントとして入居しているアートギャラリーとも横の連携を強め、天王洲へお越しになるお客様が個々の施設やイベントだけではなく、さまざまなアートに広く触れられる環境を整えていくことが大きなテーマになります。

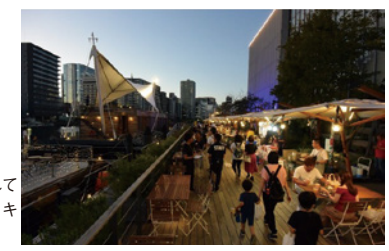
昨年、「WHAT」が文化庁、観光庁を主体とする「文化観光推進法」に基づく文化観光拠点施設として、民間企業初の計画認定を受けました。今後は、この「WHAT」や日本最大級のギャラリーコンプレックス「TERRADA ART COMPLEX（テラダアート コンプレックス）」を核に天王洲から文化を発信し、エリアの価値をさらに高めていきたいと考えています。



ホームページやSNSを通じて天王洲地区の多彩なイベントやニュースを発信している。


昨年、天王洲アイル地区が「プロジェクションマッピング活用地区」として東京都より初めて指定された。

寺田倉庫が預かり保管する貴重なアート作品の公開を目的とした芸術文化発信施設「WHAT」。アートギャラリーカフェも隣接する。


年4回開催されている「天王洲キャナルフェス」。

CASE 3

街の資産と事業者の個性を掛け合わせ「証券の街」に新たな賑わいを創出

平和不動産株式会社
開発推進部 課長代理 伊勢谷俊光氏　ビルディング事業部 課長代理 山根拓馬氏

東京、大阪、名古屋の証券取引所ビルのオーナー企業として1947年に設立された平和不動産株式会社。2014年より創業の地である日本橋兜町・茅場町再活性化プロジェクトを推進し、地域の賑わいづくりの一環として、2020年2月に小規模複合施設「K5（ケーファイブ）」をオープンした。その後も界隈に特色ある飲食店を次々と誘致し、兜町、茅場町を若者たちで賑わうエリアに一変させた同社の担当者に伺った。

兜町らしさを再構築する

当社創業の地であり、東京証券取引所を中心とする証券の街としての歴史を持つ兜町は、株券売買立会場が閉場した1999年以降、証券会社が減少し、街の賑わいが失われていきました。こうした状況を受け、当社は2014年より、「人が集い、投資と成長が生まれる街づくり」をコンセプトに掲げ、日本橋兜町・茅場町再活性化プロジェクトを推進してきました。

このリーディングプロジェクトとして、オフィス、店舗、金融関連施設が集積する高層ビル「KABUTO ONE（カブトワン）」の建設を進めています。

また、2021年夏の同ビルオープンに向けて、地域の賑わいや回遊性を再創出するために、歴史的な建造物や旧証券店舗1階部分の利活用にも取り組んでいます。兜町が本来持つポテンシャルに、飲食コンテンツなど街の新たな機能を融和させることで、「兜町らしさ」を再構築することがプロジェクト全体の目標です。

新たな流れを「点」から「面」へ

賑わいづくりの起点となったのが、1923年竣工の歴史的建造物が持つ重厚で荘厳な雰囲気を生かしながら改修した「K5」です。建物が駅から離れているため、目的地型の施設にする必要があったこと、また、来街者が長く滞在し、街を回遊するための拠点をつくりたかったことから、飲食と宿泊の機能を持たせることを前提にさまざまな事業者と対話を重ね、ホテル、レストラン、バーなどが集積した小規模複合施設として、2020年2月に開業することができました。

さらに、「K5」によって生まれた新しい人の流れを「面」に広げていくために、ベーカリーやレストラン、ビールスタンドなど5つの独立系飲食店舗を近隣に誘致し、同年夏より順次開業しました。一連の取り組みの結果、スーツ姿のビジネスパーソンばかりだった街に20～30代の若者たちの姿が急増し、コロナ収束後は外国からのお客様にも足を運んでいただけるのではないかと期待しています。

「競合」ではなく「協業」ができる関係に

日本初の銀行や証券取引所が生まれた兜町は、多くのベンチャー企業が集う「コト始めの街」でした。こうした歴史的背景を踏まえ、再活性化プロジェクトでは若い人たちの成長支援を一つのテーマに掲げており、地域の賑わいづくりにおいても、新しい取り組みを通じて街を盛り上げてくれるプレイヤーを呼び込むことを意識してきました。

また、ここにしかない体験を提供する特徴的な店舗の連携によって、人や文化をつなげたいという想いから、周囲の店舗との「競合」ではなく、「協業」のマインドを持ったテナントを誘致することを何よりも重視しました。その結果、店舗間でのコラボレーションが自然発生し、さまざまなテーマでつながるコミュニティが育まれるようになりました。

今後は、各店舗を運営する人たちの個性と、この街が持つ歴史的資産の魅力を掛け合わせていく取り組みを飲食コンテンツ以外にも広げながら、この街の魅力をさらに高めていきたいと考えています。

日本橋兜町・茅場町再開発の第1弾プロジェクト「KABUTO ONE」は、国家戦略特区のプロジェクトとして認定されている。（外観イメージ）

大正12年竣工の地下1階、地上4階建てのビルを大規模リノベーションした「K5」。

「K5」2F～4Fには「都市における自然との共存」がテーマの「HOTEL K5」が入る。

新しい飲食コンテンツを担う5つの多様な店舗のオーナーたち。

2021年度 伊藤忠商事株式会社 人事異動

伊藤忠商事 役員人事

■ 社長交代 (4月1日付)

新	前	
取締役副会長	代表取締役社長COO	鈴木 善久
社長COO	専務執行役員	石井 敬太

■ 代表取締役になる者 (6月定時株主総会日付)

代表取締役社長COO		石井 敬太

■ 執行役員の退任 (2月28日付)

新 (3月1日付)	前	
理事	執行役員	細見 研介

■ 執行役員の退任 (3月31日付)

新 (4月1日付)	前	
取締役副会長	代表取締役社長執行役員	鈴木 善久
理事	常務執行役員	佐藤 浩
理事	常務執行役員	今井 重利
理事	常務執行役員	清水 源也
理事	常務執行役員	岡 広史
理事	執行役員	池添 洋一
理事	執行役員	油屋 真一
理事	執行役員	泉 竜也
理事	執行役員	田中 建治

■ 執行役員の新任 (4月1日付)

現役割 (3月31日時点)	
財務部長	渡辺 聡
ブランドマーケティング第一部門長	武内 秀人
生鮮食品部門長	鯛 健一
情報・通信部門長	梶原 浩
法務部長	齊藤　晃

■ 執行役員の役割異動 (3月1日付)

新	前	
執行役員 第8カンパニー プレジデント	執行役員 情報・金融カンパニー エグゼクティブ バイス プレジデント (兼)金融・保険部門長	加藤 修一

■ 執行役員の再任 / 昇格 / 役割異動 (4月1日付)

＊昇格役員

新	前	
社長執行役員COO	専務執行役員 エネルギー・化学品カンパニー プレジデント (兼)電力・環境ソリューション部門長	石井 敬太＊
代表取締役副社長執行役員CAO	代表取締役専務執行役員CAO	小林 文彦＊
代表取締役副社長執行役員CFO	代表取締役専務執行役員CFO	鉢村 剛＊
常務執行役員 繊維カンパニー プレジデント (兼)大阪本社管掌	常務執行役員 繊維カンパニー プレジデント (兼)ブランドマーケティング第二部門長 (兼)大阪本社管掌	諸藤 雅浩
執行役員 欧州・CIS総支配人 (兼)伊藤忠欧州会社社長	執行役員 自動車・建機・産機部門長	森田 考則
執行役員 エネルギー・化学品カンパニー プレジデント (兼)電力・環境ソリューション部門長	執行役員 化学品部門長	田中 正哉
執行役員 人事・総務部長	執行役員 調査・情報部長	的場 佳子
執行役員CDO・CIO (兼)業務部長 (兼)CP・CITIC戦略室長	執行役員 業務部長 (兼)CP・CITIC戦略室長	中 宏之
執行役員 ブランドマーケティング第二部門長	ブランドマーケティング第一部門長	武内 秀人

■ 准執行役員の新任 (4月1日付)

現役割 (3月31日時点)	
アフリカ総支配人代行 (兼)ヨハネスブルグ支店長	石塚 新弥
九州支社長	武井 克磨
食糧部門長	宮本 秀一
生活資材・物流部門長	村井 健二

■ 取締役の新任候補 (6月定時株主総会日付)

新	前	
代表取締役社長執行役員COO	専務執行役員 エネルギー・化学品カンパニー プレジデント (兼)電力・環境ソリューション部門長	石井 敬太

繊維カンパニー 人事

■ 部店長以上の役職異動 (3月1日付/4月1日付)

新 (3月1日付)	前	
欧州繊維グループ長(ロンドン駐在) (兼)伊藤忠欧州会社 (兼)PROMINENT(EUROPE)LTD.(CEO)	PROMINENT(EUROPE)LTD.(CEO) (ロンドン駐在)	市原 良市

新 (4月1日付)	前	
ファッションアパレル部門長	㈱ユニコ 代表取締役社長	中西 英雄
ブランドマーケティング第一部門長 (兼)ブランドマーケティング第二部長	ブランドマーケティング第二部長 (兼)ブランドマーケティング第二部 ブランドマーケティング第三課長	北島 義典
繊維経営企画部長(東京駐在) (兼)CP・CITIC戦略室	繊維経営企画部長(東京駐在) (兼)ブランドマーケティング第二部門長代行 (兼)CP・CITIC戦略室	橋本 徳也
秘書部長	㈱レリアン 常務取締役(東京駐在)	西口 知邦
伊藤忠ベトナム会社社長(ホーチミン駐在)	繊維資材・ライフスタイル部長代行(東京駐在)	吉田 昌弘
南西アジア代表(ニューデリー駐在) (兼)伊藤忠インド会社社長	アジア・大洋州繊維グループ長(バンコック駐在) (兼)伊藤忠タイ会社	加藤 健
リヤド事務所長(リヤド駐在)	㈱ロイネ 取締役(東京駐在)	小倉 健
アジア・大洋州繊維グループ長(ホーチミン駐在) (兼)ITOCHU Textile Prominent(Asia)Ltd. (MANAGING DIRECTOR)	ITOCHU Textile Prominent(Asia)Ltd. (MANAGING DIRECTOR)(香港駐在)	森田 洋
㈱ユニコ 代表取締役社長(東京駐在)	㈱ユニコ 取締役(東京駐在)	華井 義徳

■ 部長代行 (4月1日付)

新	前	
ファッションアパレル第三部長代行(東京駐在) (兼)リーテイル・クロージング課長	ファッションアパレル第二部 インナー課長(東京駐在)	松本 竜樹
ブランドマーケティング第一部長代行 (兼)ブランドマーケティング第四課長	ブランドマーケティング第一部	河田 晃一
繊維資材・ライフスタイル部長代行(東京駐在) (兼)繊維資材・ライフスタイル第二課長	繊維資材・ライフスタイル部 繊維資材・ライフスタイル第二課長	三村 忍
繊維経営企画部長代行(東京駐在) (兼)人事・総務部	繊維経営企画部(東京駐在) (兼)人事・総務部	山本 勝久

■ 課・室長 (4月1日付)

新	前	
ファッションアパレル部門 ファッションアパレル事業室長	Prominent (VIETNAM) Co.,Ltd. (DEPUTY GENERAL DIRECTOR)(ハノイ駐在)	大窪 功一
ファッションアパレル第一部 テキスタイル・資材課長	ファッションアパレル第三部 繊維原料課長代行(東京駐在)	黒澤 啓一
ファッションアパレル第一部 ジーンズ・カジュアル課長	伊藤忠繊維貿易(中国)有限公司 (上海駐在)	多木 雅啓
ファッションアパレル第二部 インナー課長(東京駐在)	ファッションアパレル第二部 インナー課長代行(東京駐在)	国松 将人
ブランドマーケティング第一部 ブランドマーケティング第一課長	ブランドマーケティング第一部 ブランドマーケティング第四課長	増田 隆秀
ブランドマーケティング第二部 ブランドマーケティング第三課長	ブランドマーケティング第一部門 ブランドマーケティング戦略室長	藤川 慎一郎
繊維経営企画部 繊維情報化推進室長(東京駐在)	アジア・大洋州総支配人付(シンガポール駐在) (兼)伊藤忠シンガポール会社	宮内 大輝

■ 課・室長代行 (4月1日付)

新	前	
ファッションアパレル第一部 テキスタイル・資材課長代行(大阪駐在)	ファッションアパレル第一部 テキスタイル・資材課長代行(金沢駐在)	竹内 達児
ファッションアパレル第一部 ジーンズ・カジュアル課長代行	ファッションアパレル第一部 ジーンズ・カジュアル課	黒木 康平
ファッションアパレル第二部 ファッションアパレル課長代行	ファッションアパレル第二部 ファッションアパレル課	長谷川 徹
ファッションアパレル第二部 スポーツウェア課長代行	ファッションアパレル第二部 スポーツウェア課長代行(大阪駐在)	村井 拓磨
ファッションアパレル第二部 インナー課長代行(東京駐在)	ファッションアパレル第二部 インナー課(東京駐在)	胡桃澤 豊樹
ファッションアパレル第三部 繊維原料課長代行	ファッションアパレル第三部 繊維原料課	佐竹 隆一
ファッションアパレル第三部 繊維原料課長代行(東京駐在)	ファッションアパレル第三部 繊維原料課(東京駐在)	大橋 和史
ファッションアパレル第三部 リーテイル・クロージング課長代行(東京駐在)	㈱デサント (東京駐在)	髙藤 康晴
ブランドマーケティング第一部 ブランドマーケティング第一課長代行	ブランドマーケティング第一部 ブランドマーケティング第一課	大庭 崇靖
ブランドマーケティング第一部 ブランドマーケティング第二課長代行	繊維経営企画部 (東京駐在)	髙橋 祐介
ブランドマーケティング第三部 ブランドマーケティング第五課長代行	LeSportsac,Inc. (DIRECTOR)(東京駐在)	緒方 大
繊維資材・ライフスタイル部 繊維資材・ライフスタイル第二課長代行	繊維資材・ライフスタイル部 繊維資材・ライフスタイル第二課長代行(大阪駐在)	鈴木 圭
繊維経営企画部 繊維情報化推進室長代行(東京駐在)	繊維経営企画部 繊維情報化推進室(東京駐在)	鈴木 竜彦
繊維M&R室長代行	繊維M&R室	増田 陽

■ 出向 (4月1日付)

新	前	
㈱ユニコ (取締役)(東京駐在)	㈱ユニコ(UNIMAX) (GENERAL DIRECTOR)(ホーチミン駐在)	笹山 裕二
㈱ユニコ (顧問)(東京駐在)	繊維M&R室	藏本 直浩
伊藤忠モードパル㈱ (取締役)(東京駐在)	㈱エドウイン (取締役)(東京駐在)	海野 充
コンバースジャパン㈱ (執行役員)(東京駐在)	コンバースジャパン㈱ (東京駐在)	山橋 憲充
コンバースジャパン㈱ (顧問)(東京駐在)	北陸支店長(金沢駐在) (兼)北陸支店物流情報室長 (兼)北陸支店食品課長	古野 幸徳
㈱レリアン (取締役)(東京駐在)	㈱アバン (常務取締役)(東京駐在)	奥田 直人
シーアイ繊維サービス㈱ (取締役)(東京駐在)	山東如意科技集団有限公司 (北京駐在)	毛利 真人
Prominent (VIETNAM) Co.,Ltd. (GENERAL DIRECTOR)(ハノイ駐在)	"Prominent (VIETNAM) Co.,Ltd. (GENERAL DIRECTOR)(ホーチミン駐在)	児島 茂樹

＋ MANAGEMENT EYE ＋

「ビジネスエコシステム」でイノベーションを創出

「DNAを伝え、磨きをかけることで持続可能な社会に貢献」

日本ユニシス株式会社
代表取締役 専務執行役員 CMO・CSO・CCO
齊藤 昇氏

――リレー形式のこの企画、今回は株式会社ユーグレナの代表取締役社長 出雲充氏からバトンが渡されました。

出雲さんとは2014年以来の長いお付き合いです。現在は経団連スタートアップ委員会活動において出雲さんとよく話をします。ユーグレナで世界の子どもを救い、さらにはジェット機を飛ばすというその想いには大変感動しました。日本が競争力を取り戻すには、起業家精神がより必要になると考えていますので、これからも出雲さんと志を一つにして委員会の活動を続けていきたいですね。

――御社でも、積極的にスタートアップをサポートされています。

日本ユニシスグループは、もともと米国ユニシスのメインフレームを国内のお客様に導入していましたが、日本で最も早く銀行勘定系システムをオープン化した歴史があります。その際、自社製品にこだわらず、お客様に最適なハードウェアやソフトウェアを組み合わせて提供するマインドが生まれました。このDNAが現在においても生かされており、山積する社会課題を前に、1社単独ではなく、さまざまな企業、とりわけ社会課題に対する意識が高いスタートアップとの連携で「ビジネスエコシステム」を創り、その解決に向けて取り組んでいるわけです。スタートアップとの連携によるイノベーション創出を加速するためにCVC（コーポレートベンチャーキャピタル）を設立し、多彩なアクセラレーションプログラムにも参加しています。

――注力されている「ビジネスエコシステム」について、お聞かせください。

持続可能な社会システムを構築するには、企業が技術や強みを生かして連携し、共存・共栄する、いわばビジネス上の生態系ともいえる社会の連携、「ビジネスエコシステム」を創っていかなくてはなりません。幸い、当社にはこれまで培ってきた多様な企業とのネットワークがありますので、ICTというデジタルテクノロジー分野の知見を活用して企業をつなぐ革新的なサービスを提供することで、「ビジネスエコシステム」を構築し、社会課題解決に貢献していきたいと考えています。

――人財育成の一環として「モーニングチャレンジ」という朝活を続けられているそうですね。

現在のコロナ禍で、多くの企業が変革を余儀なくされています。先ほど申し上げたように、当社も、いち早くオープン系に舵を切ったことで大変な苦労を重ねながら歩んできました。その中で学んだのは、激変する環境に応じて自らを変化させ、新しいイノベーションを創ることができるかどうかが生き残りの条件になるということです。人財育成の面では、投資先である国内外のVCに社員を出向させ、実際に経験を通して学んでもらうということも進めています。また、イノベーティブな発想とマインドを醸成するために「モーニングチャレンジ」という毎月1回の朝会を始めました。

2017年にスタートした「モーニングチャレンジ」。役員も参加し、現在はオンラインで全国約700人が参加。

当社1階にあるカフェで、多彩な分野の起業家などをお招きして講演していただき、これを機会に社員同士の議論を深めたり、実際のビジネスの相談ができる場を提供したりするのが狙いです。マーケティング部の社員が根気よく開催してくれているお陰で、この3月で40回目を迎えました。コロナ禍ではオンラインで開催していますが、約700人の参加があり、日頃参加が難しい社員にも好評でした。火曜日の朝の開催ですので、ライバルは「NHKの朝ドラ」です（笑）。これまで培ってきた当社のDNAをグループ全体に浸透させ、持続可能な社会の実現に寄与していきたいと思います。

左／日本ユニシスのコーポレートステートメント「Foresight in sight」の世界観を視覚的に表現したブランドブック。右／日本ユニシスグループのデジタルメディア「CU」。企業経営に対する新たな視点やデジタルの可能性を提案するとともに、「ビジネスエコシステム」による社会課題への取り組み事例などを紹介している。

MANAGEMENT EYE
記事はこちらから▶

SDGs watching

伊藤忠商事株式会社
エネルギー・化学品カンパニー

「エコニール」を展開する伊アクアフィル社と業務提携
ナイロンの循環型リサイクル事業を推進

●ナイロン廃棄物100％

2021年2月、伊藤忠商事は世界最大のリサイクルナイロンブランド「エコニール（ECONYL®）」を展開するイタリアのアクアフィル（Aquafil）社との業務提携を発表した。アクアフィル社は、2011年に独自の技術によって使用済みの漁網やカーペット、工場から出る端材といった廃棄物100％を原料にしたリサイクルナイロン「エコニール」を開発。サステナビリティを推し進める著名ファッションブランドをはじめ、すでに約2,000社に採用されている。

「伊藤忠商事はナイロンの粗原料であるカプロラクタム（CPL）やナイロンチップについて、数量ベースで世界最大規模の取り扱いをしています。業界をリードする企業として、よりサステナブルな事業に転換したいという想いがあり、アクアフィル社にコンタクトしたのがきっかけでした」と工業原料課の小寺 健氏は経緯を振り返る。

● CO_2排出量を最大90％削減

世界のナイロン市場規模は年間約600万tといわれ、そのうちリサイクルナイロンは約1％に過ぎない。通常、ナイロンは素材を複合して使用されることが多いなど、再生するには課題があった。アクアフィル社ではケミカルリサイクルの独自技術を構築。粗原料であるCPLにまで戻し、不純物などを取り除くことでバージンと同等品質のナイロンに再生できる。また、石油由来のナイロンに比べて、石油精製などの処理がないため、CO_2排出量も最大90％削減可能という。「純度の高いナイロンに再生することで、川下での使用用途がより広がります。アクアフィル社との協業により、リサイクルナイロン市場を拡大していきたい」と小寺氏。

●市場での拡販と新規用途開発

伊藤忠商事には、多様なネットワークを生かし、既存販売先からの廃棄物の回収や、ファッション用途の新規開拓、自動車用部材、包装材といった新規用途開発などが期待されている。小寺氏は「繊維カンパニーとの連携によるアパレル業界での拡販、小売系の子会社などで使用する包装用フィルムの開発など、伊藤忠グループが持つバリューチェーンを最大限活用し、『エコニール』の日本やアジア市場での拡販に取り組んでいきたいですね」と抱負を語る。今後は、漁網や廃材など世界規模でのナイロン廃棄物の回収や、新たな「エコニール」の製造拠点づくりなど、アクアフィル社とともにナイロンリサイクル事業のさらなる拡大を目指していく。

漁網やカーペットなど、全世界からナイロン廃棄物を回収し、ケミカルリサイクルによって粗原料であるCPLに再生される。

ナイロンポリマーからペレットやナイロン繊維を再生産。ファッションや自動車、カーペット業界などへ展開する。