

*Misa* For Professional Caddy

ミーサ

ずっと、美しく



[misa-caddy.com](http://misa-caddy.com)

*The New Caddy Style*



キャディウェアブランド

Misa For Professional Caddy

ミーサ

# に込めたエムズの想い

エムズは今年創業40周年を迎えた「ユニフォーム」メーカーだ。

企画・デザインから製造、販売まで全て内製している点が強みで、企業のニーズやカラーに合わせたウェア作りを得意としている。

そんな同社は今年3月、キャディ専用のウェアブランド『Misa』（ミーサ）を発売した。

キャディ服の地味なイメージを一新し、華やかなデザインと機能性を兼ね備えたことで、黒子のキャディに光を当てた。

そこで、同社の王列社長と、企画・開発責任者の谷川円執行役員に、『ミーサ』に込める想いを聞いた。

取締役社長 王列氏

まずは御社のプロフィールを教えてください。

「分かりました。当社は現会長の徳間壽美子が創業。今年で40年になります。企業のユニフォーム一筋でやってきて、最高売り上げは3年前の51億円。コロナで多少落ちましたが、40億後半をキープしています。社員は90名弱。自社の縫製工場や物流センターのパート従業員も入れると160名ほどですね」

御社ユニフォームの採用企業は？

「二例ですが、ケンタッキーフライドチキンなどの大手飲食店、老舗ホテルや大手外資系ホテルなどに採用されています」  
「そうそうたる企業ですね。」

「ありがとうございます。当社の理念というかコンセプトは『笑顔』なんです。ユニフォームを通して、その職場で頑張っている人々の労働環境を改善して幸せと笑顔をもたらすことで、それがまた次の笑顔に繋がっていくという考え方です」  
「笑顔の伝播ですね。ところで創業時からユニフォームに特化してきたのは何故ですか？」

「会長の親が経営する大手飲食店にユニフォームの採用をお願いしようとしたところ、私情を挟んで採用するのはいかなものかと先方の社内から反対の声が出たようですね。それが逆に会長を燃え



上がらせて、『日本中のユニフォームを全部エムズに変えてみせる』と決意したと聞いています」

**反骨精神ですね。ところで王社長の入社のきっかけは？**

「私が学生の頃、企業が集まる就職セミナーがありましてね。各学生が会場の壁に自分のプレゼン資料を貼って自己PRをするのですが、そこに当時社長だった徳間（現会長）がいきなり現れて、私の資料を指しながら『これ作ったの誰？』って。『私ですけど』って言ったら、『あなたいつから入社できる？』っていう展開で、会って5分で採用が決まりました（笑）」

**なるほど（笑）。王社長に何か光るものを感じたんですかね？**

「どうなんでしょうね。嬉しいことですが、内心『え？僕の就職先これで決まっちゃうの？』って思いましたけどね（笑）」

**入社当時の状況について聞かせて下さい。**

「私が入社した22年前は、まだ年商も10億円程度、社員も10数人しかおらず、1フロアの小さい会社でした。私は生産部隊だったんですが、会長やメンバーと徹夜でパターンを引くなど毎日必死でしたね。

当時、アパレル業が中国に進出している中、当社はだいぶ遅れていた。そこで会長と共に中国の仕入れルートを開拓し、



現地法人と縫製工場を立ち上げました。それらが奏功し会社は急成長。当時はユニフォーム業界のユニクロと言われるくらい『適正価格かつ良い商品を作れるのはエムズ』と評価されました」

**それらを経て4年前、社長に就任されました。**

「私としては会長や先輩方に育てていただき日々目の前のことに取り組む中で、自然にそうなったという感覚です。ただ、会長には『子息もいますし、私のような他人、しかも外国人に会社を任せていいのかと何度も確認しました。でも会長から言われたのは、強いエムズにしてほしいという言葉だけ。またもや5分で決まっしてしまいました（笑）」

**すごい（笑）。強いエムズとは？**

「私の中では、臨機応変に対応できることだと解釈しています。コロナで多くの企

業が苦しんでいる中、柔軟性を持ち、従業員のことを守りながら、長く生き残っていく企業になることが重要だと思っています」

**「誰一人解雇しない」**

**3・11の取り組みとSDGs**

御社はSDGsにも積極的に取り組んでいます。特に東日本大震災の時の活動はそれを象徴するものだったのではないのでしょうか？

「そうですね。当社は宮城県の南三陸に縫製工場と物流倉庫を持つため、震災ではかなりの被害を受けました。当時の南三陸は沢山の人が被害を受け、家族の安否確認に戻った当社の従業員も2名亡くなってしまいました。住まいも食料も救済物資もない中、地元企業として何ができるのかというのを第一に考えていましたね。

そこでまず、取引先でもあるローソンの当時の社長に協力を仰ぎ、当社の倉庫内にわずか2週間で仮設のローソンをオープンしました。続いて、自社の敷地を150mくらい掘って井戸を作り、近隣住民に水を提供する一方、物流倉庫を改造して社員向けの仮設住宅を7部屋作りしました。その後、倉庫の空きスペースに地元の飲食店を集めた『南三陸エムズ

食堂』をオープン。私も厨房に入って餃子を作り、地元の皆さんに無償提供させて頂きました」

**御社も苦しい中、素晴らしい活動ですね。**

「正直言うと商品も出荷できない状況で、資金面も心配でしたが、会長から人命には替えられないと言われましてね。当時はとにかく従業員を誰一人解雇しないというところで、南三陸の方々に助けるという想いで動いていました。多くのパートナー企業が寄付金として協力してくれたことも助けになりましたね」

**崖っぷちからの『ミーサ』誕生**

本題ですが、『ミーサ』を始めたきっかけを聞かせて下さい。

「飲食店がコロナ不況に陥ったことでユニフォームの受注が3割減になりました。ホテルはさらに酷くて一時期7割減、オリピックで若干持ち直すも、未だに3割減の状況です。そんな時、ゴルフ業界に可能性を感じたという経緯です」

**キャディに着目したのは面白いですね。**

「今までゴルフ場はキャディ服を百貨店中心に購入しており、それがゴルフ場のステータスでした。ところが昔は1セット8万円くらいで取引されていたキャディ服が、今は1セット2〜4万円程度。口

ット数も売り上げも少ないから次第にキャディ服専門メーカーが撤退していき、百貨店も販売しなくなつた。ゴルフ場も仕方なく既製品を使っている状況でした。そのことに気づき、ゴルフ場が好調の今こそ新しいキャディウェアを作って真正面からぶつけるチャンスだと閃いたのです！」

勝算はあったのですか？

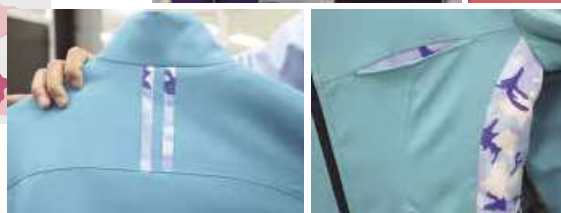
「もちろんです。私達の考えは、キャディ業はおもてなし業だということ。その言葉一つでゴルフアーを一日楽しい気分にもできるし、そのゴルフ場にまた行きたいと思わせることができる。良いおもてなしをするためには良い人材が必要で、ですからウェアを通して、キャディを憧れの職業にすることができれば、キャディ希望者も増え、自然と若くて良い人材が集まってくる。そうすればゴルフ場の雰囲気も若返り、コロナで増えた若いゴルファーに、収束後もゴルフを続けてもらえるのではと考えたのです」

これから『ミーサ』

相乗効果が生まれそうですね。実際の『ミーサ』の採用状況はいかがでしょうか？

「現状は袖ヶ浦CC、涼仙GC、大栄CC、小淵沢CC、大分東急GC、央戸ヒルズ

## Course Flower



CCなど約10場で採用が決まっており、商談中も含めると50場ほどになります」  
スタートから半年でそれはすごいですね！

「当社の営業が熱意を持ってブランドの世界観や特徴を説明しに行っていますので、その想いに共感していただけたのだと思います」

それと『ミーサ』にはSDGsも盛り込まれているようですね？

「はい。具体的には『ミーサ』の売り上げの一部を、①ゴルフ場、②女性、③ジュニア、④動物に関わる4つの団体に寄付したいと思っています。①はゴルフ場緑化促進会、②はプリンインターナショナル(女性の支援団体)、③と④はジュニア育成基金、チャイルド&アニマルチャリティ協会(児童、犬猫の救済団体)を進行中。寄付の証として、ブランドを象徴する柄をウェアの一部に入れさせていただくことで、『ミーサ』を購入したゴルフ場は自動的にSDGsに参加していることになるという仕組みです」

なるほど。ゴルフ場自動参加型のSDGsで分かりやすい！

「柄の名称はゴルフ場を上から見た時に花のように見えるということと、キャディを華やかにしたいという想いから、『コーズフラワー』と名付けました。柄はポケットや襟の裏側などさり気なく入れるこ



ともできる。ほかに、食品廃棄物を再利用して染色する『FOOD TEXTILE』を採用した綿100%のつなぎをプレミアムラインとして作ります。さらにそこには再生ベツトで作った『ミーサ』のブランドワッペンを購入してつけてもらい、ゴルフ場と共にSDGsに取り組むことも提案していく予定です」

ワッペンや『コースフラワー』が『ミーサ』を通して広がれば、採用ゴルフ場がSDGsに参加しているということが示せる。ゴルフ場のバリューアップにもなりますね！

「はい。我々が望むことは、キャディの存在感を華やかにし、ゴルフ場に利益をも

たらして好循環を生み、最終的にはゴルフ業界を活性化させるということ。みんながハッピーにならないと意味がありませんから」

最後にこれからの『ミーサ』について聞かせて下さい。

「初年度の事業目標である4000万円をクリアすることができました。これからの目標としては『ミーサ』を日本一のキャディウェアにしたい。そして、キャディだけでなく、ゴルフ場のスタッフや、ゴルフファーにも着てもらいたいです」

ゴルフ練習場やショップのユニフォームも作れそうですね。ゴルフに関わるウェア全てを『ミーサ』が席卷する。すごい野望ですね。

「はい。それが実現できれば事業単体で15億の売り上げも夢じゃない。最終的には『ミーサ』を日本一のゴルフウェアに発展させるのが目標です」

商品本部 執行役員兼商品本部長 デザイナー  
**谷川 円さん**

谷川さんは商品企画・開発の責任者で、デザイナーでもあります。まずは御社のユニフォーム作りについて聞かせて下さい。

「弊社は企業への直接販売なので、ダイレクトにその企業の声を聞ける点が強みです。時には現場に行つて実際に料理を食



べたり、ホテルに宿泊したりなど、その企業の考え方やサービスを知らることから始めます。ユニフォームはその企業のブランドイメージですし、それを纏う従業員の方の仕事や働き方を知ることが大切で、場合によっては仕事を体験させていただくこともあります」

そこまでするんですね！

「はい。これは会長から徹底的に叩き込まれたことで、過去に涼しいコックコートを開発を報告したら、『本当に涼しいのか体験しなさい』と言われて、弊社が経営する軽井沢のレストランで一日中血洗いをさせられました(笑)。それと色使いは

人の印象に残りやすいですし、人間の表情も左右するのだからこだわります。必ずしも企業ロゴと同じ色を使うわけではなく、世の中の景気や流行色も加味しますし、ほかにも店の空間や照明の明るさ、周りの街並み、歩いている人などもリサーチし、デザインを決めていきます」

すさまじいこだわりですね。そこに企画から生産まで一貫してできる御社の強み加わるわけですね？

「はい。一般的なウェアメーカーですと、社内にデザイナーやパタンナーがいないことが多いんです」

デザイナーとパタンナーとは？

「デザイナーは主にユニフォームのスケッチ作成や仕様(生地選びなど)・機能性を考えるセクションで、パタンナーは実際にそれを立体にして型紙を作る仕事です。この2つが社内存在することで、お客様の細かいニュアンスに対応することができます」

採用企業の満足度も高そうですね。

「以前、山陽新幹線のパーサーのユニフォームを作らせていただいた時には、車窓からの風景とのバランスにもこだわりました。それを着た従業員の方からも、『メイクが映えて美人に見える』『気持ち上がる』という言葉がいただきました」

ほかの強みは何かでしょうか？

「生産管理の部署と自社縫製工場も持つ



ている点です。協力工場も国内外に数か所ありますので、通常では海外生産に満たないような小ロットでも対応できます。自社工場には熟練の縫製スタッフも沢山おりますので、品質の良さも強みです」

**円安の今、海外工場で生産すると仕入れ価格に跳ね返ってきます。国内生産ができるのは強みですね。**

「そうですね。今後は自社工場をブランドイングし、日本のモノ作りを発信していきたいと思っています。それと当社は相模原に物流も持っていますので、納期も含めて柔軟に対応できます」

**例えば新規参入のゴルフアパレルメーカーの相談にも乗れる？**

「それでもできるかもしれませんね！そういった体制は自社内に全て整っていますので、ご相談があれば挑戦したいです」

## 『ミーサ』に込めたこだわり

やはり『ミーサ』を作る前にも、キャディを研究したのですか？

「はい。何回もゴルフ場に行



き、キャディさんのお話も聞きましたが、イメージよりかなり重労働だと思いましたが。生地の手さや通気性、ストレッチ性を考慮する必要がありますし、持ち物が多いので、出し入れしやすいポケットの機能も重要です。それと既存のキャディ服のデザインは、昔のまま時代が止まっている印象を受けました。ですから『ミーサ』では、キャディ服の地味なイメージを一新し、プレイヤーとマッチするよ

うなカッコいいものにしたかと思っただけです。

それとキャディはゴルフアアを楽しくさせられる必要不可欠な存在ですが、実際は黒子的な見方をされている。ですから私達はキャディという職業を際立たせ、ホテルのコンシェルジュのような華やかなイメージに変えたいと考えています」

なるほど。『ミーサ』のラインアップについて聞かせてください。

「基本的には4タイプになります。『スポーティー・ポツプ・ミックス』はビビットカラーを部分使いし、カジュアル路線のゴルフ場でも着られます。『トラディショ

ナル・スポーティー・ミックス』はグリーン、ネイビーを基調に伝統的な色使いで名門コースにも向いており、ベルトの位置を前後自由に動かして着こなしも楽しめます。『スポーティー・フォーマル・ミックス』はホテルマンのジャケットのようなフォーマル感を出しつつ、クラブを挟んだ時についた汚れが目立たないように脇の部分を濃色にしています。そして『スポーティー・フェミニン・ミックス』は、華やかなピンクと、空に合う爽やかなブルーの2色を使って『ミーサ』の象徴的な『コースフラワー』柄にしています。『ミーサ』の中でも注力モデルなので、今後新色も追加予定です」

**この4タイプを基準にゴルフ場に合わせたアレンジもしていく？**

「そうですね。あくまでもパターンの範囲内にはなるのですが、例えば襟元を変えたり、生地使いや柄を変えるだけでかなりイメージが変わります。例えばこの『コースフラワー』柄と千鳥柄のタイプは同じパターンですが、かなり印象が変わると思います。ゴルフ場によってはこだわりの色や柄もありますので、要望をお聞きしてアレンジ可能です」

## 『ミーサ』の未来像

今後の新商品の予定は？

「まずは冬に向けて防寒着を出します。日暮れの早い冬でも目立つように赤、ブルー、ピンクなどのカラーで展開します。キャディは冬でも運動量が多いので、綿の分量を調整し動きやすくする一方、細かい点ですが、顎が痛くならないようにフアスナーカバーをつけるなど工夫しています。それと過酷な夏に向けて、汗や水に反応して涼しくなる『キシリトールシリーズ』や、キャディ用のファン付きウェアを考えています。あとは男性キャディも着用できるように、つなぎのタイプも出す予定で、それに合わせてキャップタイプのヘルメットも開発中です」

**盛り沢山ですね。つなぎのタイプなんかは、プロキャディの需要がありそうですね。**

「実はプロキャディの進藤大典さんと色々な取り組みを考えています」

なるほど。いつか『ミーサ』を着たプロキャディが海外メジャーのゴルフ場を歩く日が来るかもしれないですね。最後に『ミーサ』の未来像を聞かせて下さい。

「先程も言いましたが、着るものは人やイメージを変えたいと思っています。まずは『ミーサ』を多くのキャディさんに着ていただき、働くモチベーションが上がるお手伝いをしたい。そして良い人材が集まり、ゴルフ場が活性化すればいいなと思っています」