

日本発世界一の 「オンリーワンベビーブランド」へ ミキハウスのユニークなチャレンジ

■クオリティへの絶対的なこだわり

ミキハウス（三起商行株式会社）の創業は1971年（昭和46年）。現社長である木村皓二氏が、婦人服メーカーを経営する親の反対を押し切って子供服の専門メーカーとしてスタートした。

創業当初の社名は「三起産業」だったが、1978年（昭和53年）に改組、現社名に改めると共に、三起から取ったブランド「MIKI HOUSE」（ミキハウス）を冠した、原色を多用した元気なデザインと、日本製のクオリティにこだわった子供服のSPAで業績を伸ばした。

木村社長が目指すのは「なくなつては困るといわれる会社」というものであり、競合他社とは一線を画すブランド戦略をもとに、商品・販路・広告などの施策をとった。特に商品面については「子供に良いもの

を与えたい」という世界共通ともいえる親の思いに応えるべく26歳の創業当初から目標・工夫・挑戦を繰り返し、ブレることなくクオリティ重視を貫いてきた。

5年ほど前から、主力販路の百貨店で出産準備のシーンに対応するベビーゾーンの強化に乗り出した。百貨店側の「新世代を顧客として獲得したい」というニーズと、「安心安全のモノづくり」というミキハウス側の強みが合致したもので、出産や育児に必要なベビーアイテムを網羅して展開する「ベビースロン」の設置を国内の百貨店に提案し、すでに現在では全国55店舗に売り場ができたという。

新生児向けのアイテムの売上は前年比15%以上の伸びを示しており、ベビウエアだけでなくお風呂グッズ、家具・寝具、おでかけグッズな

どを取り揃えることで顧客ニーズに対応している。

最近ではインバウンド客にも出産準備のアイテムが人気となっており、特に新生児肌着は好評を得ている。幻のコットンと呼ばれる高品質コットン「海島綿」を使用した贅沢な肌触りの肌着や世界で一番審査が厳しい認定機関「ECOCERT（エコサート）」により国際基準として認められている「GOTS（欧州）」の認定を受けた「オーガニック」シリーズの肌着など高価格、高付加価値の商品が人気とのことである。

■2021年に海外販売5割超

「なくてはならない」ブランドであるために、海外への進出も創業当時から世界的な視野での戦略の中で進めてきた。海外1号店となるパリ店を1985年（昭和62年）に開設



し、同時に現地法人も設立した。その後も着々と海外への展開を広げ、1990年（平成2年）にはカナダ、1997年（平成9年）にはイタリヤ、2011年（平成23年）には米国ニューヨークにそれぞれ海外現地法人を設立してきた。また2010年には上海万博に日本のアパレル企業としては唯一のブースを出展し、日

新生児の生活や育児に必要なアイテムを解説するプレママセミナーを開催。様々な疑問や不安を解消している。



英国の老舗百貨店ハロッズにも日本のアパレル企業として唯一出店している。

■世界を目指す「夢」と「誇り」

木村社長は幼少期にポリオ（小児麻痺）を発症し小学校4年生まで車椅子での生活を経験している。周囲の同級生の活躍を見守ることしかできなかつた自身への誇りを取り戻すべく、新聞配達のアルバイトなどを通じてリハビリを重ね、高校生になるころには自分の脚で走れるようになったという。

本発「世界オンリーワン」ブランドをアピールした。

ミキハウスは海外14カ国44店舗（2018年6月現在）を展開し、インバンド需要を含め海外販売が3割を超えている。創業50周年の2021年には海外販売は5割を超えることが確実視されている。

国内においてはインバンド好調のデパートを中心に売上高は5年前に比べて3〜4倍に膨らみ、その購入層の7〜8割が訪日外国人客であるという。「メイドインジャパンの素晴らしい商品とサービスを世界中のお客様に届きたい」創業当初からの差別化の戦略が、東京五輪を目前にして実現しようとしている。

一方、ミキハウスを創業して間もない頃に、知人に依頼され、車椅子バスケットを支援することになった。これをきっかけにスポーツ選手への支援が始まり、バルセロナからリオまでの五輪に、柔道3連覇の野村忠宏をはじめ、総勢100名以上の選手を輩出し、日本のスポーツ振興にも貢献してきた。現在12競技31人のスポーツ選手が所属しており、2020年の東京五輪での活躍を目指して、世界の舞台で挑戦を続けている。

こうしたスポーツ以外にも、子供が「世界を舞台にした夢」を持つことに繋がる活動を通して、ブランドの世界発信とのシナジーを生み出している。木村は「こんな企業が世

の中に1つくらいあってもええやろ」と悪戯っぽく笑うが、こうした活動が木村の人生観や企業の存在意義に深く支えられ、かつその企業を支えるスタッフや支持してくださるお客様にとつても「誇り」となっていることが、「なくてはならない」企業としての重要な要素となっている。

■創業の地で世界に挑む

時代は急速に変わり、価値観もますます細分化されていく中ミキハウスの哲学は揺るがない。

木村は語る。

「ショップを訪れる世界中の顧客が、商品、スタッフ、売り場のすべてに最高のクオリティを感じていただけるように。そしてなくなつては困ると言っていただけのミキハウスを目指す」

高品質の商品とサービスを最高の環境で提供する、日本発「世界オンリーワンブランド」を目指し、メイドインジャパンの素晴らしい商品を世界に届けることがミキハウスの使命なのだ。



世界中のバイヤー、顧客が集まる大阪本社。建築家黒川紀章氏がデザイン。

高品質であればこそ高価格である。世界共通の親の想いをのせて最良の子供服、ベビー服と関連商品を世界に届けるために、木村社長の思いはさらに広がっていく。

三起商行株式会社

〒五八二-1850 五

大阪府八尾市若林町一七六一

【事業内容】子供服及び子どもを取り巻くファミリー関連商品の企画・製造・販売、及び出版・教育・子育て支援などの文化事業。

<https://www.mikihouse.co.jp>

<https://www.mikihouse.co.jp>