



京鹿の子絞りを活かした服飾雑貨

呉服、インテリア製品の製造販売業。京都の伝統芸術を発信するブランド shibo brand を立ち上げ、当社の「京鹿の子絞りの染め分け技法」を活用し、異素材とのコラボの斬新さを与えるバッグ、財布、名刺入れ等の服飾雑貨品の製造、販売を開始した。

業況等の動向について

異業種に参入した動機や経緯、きっかけ

従来製品の着物が減少している。着物は高級品であり、客層も年配層が中心となる。自社の伝統技術の京鹿の子の絞りを生かされ、もっと若い層にも売れて、それ程高くない製品ということで考えて、服飾雑貨のshibo brandを発想し、トートバッグ、財布、小銭入れ、名刺入れ等を製造した。参入時にはマーケティングを行い、伝統産業の呉服業界で、洋装に展開しているところを詳細に調査、研究した。

参入して最も成果のあったこと及び最も困難だったこと

京鹿の子絞りの伝統は染め分け技法である。出したい柄と、出たくない部分をキチンと染め分ける。デザインがあって、そのデザイン通りに絞りに落とし込む。

成果のあったこととしては、作り手としてのスキルが上がったこと。着物の絞りは素材が正絹であるが、shibo brandで使っている倉敷帆布は綿というふうで、違う素材に対して加工が必要となった。技術の幅が広がった。

困難だったのはブランドの確立である。商品の性質上、ブランド価値を上げるのは、大きな課題であった。百貨店への納入が一番の近道であったが、目先の利益に捉われず、時間をかけてじっくり取り組んでいった。口こみを中心に、メディアに登場することが増え、しだいに注目を集めるようになっていく。

業況等について

従来事業の呉服に関してはほぼ横這い。

新規参入事業に関しては、業況的にやや好調である。ブランドがだんだん浸透している。代表者の富山英樹一人の企画、製造、販売なので、ブランドのコンセプトがはっきりしていて、顔の見える製品という点が受け容れられていると思う。

今後の展望・見通し

今後は現状規模で推移することを期待している。現実的には不確定要素も多く、今の段階では少々先が読みづらい。

メリット・デメリット

メリットとしては従来とは違う市場に進出できたこと。販路

も拡大できた。デメリットは製品に2次加工が必要となり、その加工の際の部品の在庫リスクも抱えることとなった。在庫リスクが大きなものとなった。

異業種参入時のアドバイス

地場産業でブランド化を図る場合、長年培った自社の技術を生かし、純国産にこだわって頑張っていると必ずいいところから声がかかる。国産化が必要だということは、例えば短期で容易に収益を上げようとする、中国製とかにすると簡単である。そうするとすぐに他からの参入も増え、たちまち競争激化の波に吞まれてしまう。もしそれを国産でやっていたら、他の地場産業を助け、発展させることになるし、自社の技術も伸ばすことができる。自社を発展させると共に、長い目で見た場合、地場産業を振興させることになると思う。

行政の支援について

異業種参入に際し、役に立った行政、支援機関の制度

2004年 京都府伝統産業チャレンジ支援事業採択

2005年 中小企業基盤整備機構 中小企業・ベンチャー挑戦支援事業採択

2006年 京都府伝統産業創造的プロデュース事業採択

2008年 京都府文化ベンチャーコンペティション京都府知事賞最優秀賞受賞 地域資源活用新事業(近畿経済産業局)認定

異業種参入に際し、行政に対して望む支援

補助金は年度単位で支給されるので、それより前に半額とか三分の一とか、なるべく早い段階で支給される制度があるとありがたい。

会社概要

設立:2004年1月17日

資本金:300万

従業員数:2名

URL:<http://www.shiborian.co.jp>