

～モデル事業者活動状況調査～

## 福壽織織元 福田織物工業有限会社

### 1 袴の専門メーカー

福田織物工業有限会社は米沢が全国の95%のシェアを誇る「袴地」の専門メーカーである。ブランドは「福壽織」で本社と第二工場、そして縫製工場を持ち、登録織機台数は24台。これをフル稼働させると月産650反の生産能力を持つが、現在は生産調整を継続中でその三分の二の稼働状況だという。

一口に「袴」といっても、その用途により五歳の男児用、入卒用の女袴から訪問用、茶席用、礼装用、そして剣道のようなスポーツから能、舞、三味線などの伝統芸能まで、実に幅が広いのが実情だ。これに加えて、各流派によってまた仕様が異なるというから、普段我々が認識している以上に多彩な袴が存在する。



福田織物工業の社屋外景

このうち、同社が生産しているのは正絹の袴地であり、常時展開している定番の素材、色柄が20種類300タイプ、これに加えて100%のオーダーも受けている。オーダーの場合は最低ロットが10反という。

「福壽」という商標は、「お客様の幸福・祝・開運成就」を祈願し、福德円満を願うもの、という。

### 2 流通経路と販売促進

同社は糸の手当から染色、製織、仕立て加工にいたるほぼ全ての工程を米沢産地のなかで行い、あるいは自社加工でまかなっている。

販売についても基本的には産地の組合経由がほとんどであり、組合の事業に乗る形で京都、名古屋、東京などの集散地で新作発表会を開催している。

販売形態は売り切りが基本だが、最近では得



常時展開する正絹の袴地 色柄が20種類300タイプ

意先の要望に応じて商品の貸し出しも行って、現在は売り切りが 65%、貸し出しによる留まりが 35%の比率だという。

また、市況の悪化に伴い、得意先の仕入行動はますます小口買いが顕著になっており、最近は何屋筋対象の発表会でも、小売店が同行して仕入にくるケースが増える傾向が強まっている。

ところで、袴地はその特殊性から常時在庫を持って販売している問屋、小売などの流通企業は限られているのが実情で、このため同社では実際の生地をつかった見本帳を得意先に数十万部配布して、受注を受けている。

きもの流通業界は、この数年、「男のきもの」ブームとされ、情報量も飛躍的に増えて確かに扱う企業が増えているが、同社のような袴の高級品にまでそれが波及しているかという、現実はずしもそうではないという。



登録織機台数 24 台 月産能力は 650 反

### 3 当初から「日本の絹」マークを添付

「日本の絹」マークがスタートしてから同社はすぐにこれを導入、現在同社から出荷される袴、仕立上りの袴、男物着尺商品にはこの絹マークが添付されている。この点について、福田俊夫社長は次のように述べている。



福田俊夫社長

「この日本の絹マークは、日本絹業協会というある意味で公的な機関が発行する国産の証という点で意味が大きいと思いました。それまでは、自社のブランドラベルや品質表示、そして組合の証紙などを貼っていたわけですが、それに加えて公的機関のマークが添付できれば市場での製品の信頼度を高める効果があると考えたのです。もちろん、当社では糸も染色も製織も全て米沢でやっていて、品質管理には万全を尽くして自信を持っているのですが、それを第三者の機関がお墨付きを与えてくれる、と言う意味で、組合から情報を貰って真っ先に導入したのです。手に取った消費者の方が、このマークを見て安心感を持ってくれればメリットは大きいと思います」。

現在、同社の生産量を 100 とすると、この「日本の絹」マークを添付して出荷するのは 35%前後に達しているという。

この福田織物工業のように、「日本の絹」マークを「公的機関による安心の国産表示」と

肯定的に捉えている経営者は、導入に積極的であることが判る。逆に自社ブランドの浸透力に自信のあるメーカーは、「その必要性がない」、あるいは「流通からそのような要望が少ない」という理由を挙げるケースが多い。

このように、今後の事業推進に当たっては、一方では積極的な消費者宣伝を展開しながら、やはり流通企業の理解を求める活動も併行して行う必要があると思われる。