

雨を楽しむ最高級の洋傘で 忘れられていた顧客層を掘り起こす

株式会社福井洋傘 社長 橋本 肇氏



はじめ はしもと

1961年、福井県生まれ。高校卒業後、東京で音響工学を学び、福井の民放局に勤務。89年、バブル崩壊に伴い、父・平吉氏が廃業を考えていた家業の洋傘製造を継ぐ。『蛇の目洋傘』『ヌレンザ』など、自社ブランドの高級洋傘を開発、百貨店を中心に独自の販売ルートを確認する。

ところが時代の流れによって傘の「価格破壊」が進んでメーカーは生産を海外に移転、県内の下請けメーカーは次々と廃業の憂き目に遭う。高級傘に絞って残っていた同社は最後まで生き残れたが、バブルの崩壊で事業の先行きが見えなくなってしまう。地元民放局に勤務していた橋本肇社長（52歳）が、ある志をもって家業に戻ったのは、ちょうどそんな時期だった。

傘が消耗品になったのはいつからだろうか。いまや海外生産の数百円のビニール傘が世を席巻し、国内メーカーは大幅に減少してしまった。

そんな低価格志向のなかで、一本三万円という高級傘を市場に供給、本物志向の顧客をファン化しているのが本社・工場を福井市郊外に置く従業員二〇名の福井洋傘だ。

海外ブランドのライセンス商品であればその価格も領けるところだが、『蛇の目洋傘』『ヌレンザ』など自社製品はすべて自社ブランドによる販売。価格はあ

くまで品質に由来したもので、顧客も品質を信頼して購入する。海外製品との価格競争によって衰退する国内産業が多いなか、同社の歩みは注目に値する。

同社は傘業界では最後発ともいえる。一九七二年、農業の傍ら県の農業委員を務めていた現会長・橋本平吉氏が、農閑期の収入源として企業誘致に尽力、傘メーカーの招聘に成功したのを機に、自ら下請けとして傘づくりを始める。後発だけに、差別化が必要と考えた平吉氏は手づくりの高級洋傘に的を絞り、その製造を請け負ってきた。

「雨の多い日本では、雨を楽しむ文化があつたはず。ところが、メーカーも販売店もその文化を忘れ、利益と効率ばかりを追求するようになっていた。大量生産の品質の低い傘はすぐ壊れるので、消費者もそれなら安い傘でいいという風潮になっていました。でも、本当にいい傘を求める消費者は必ずいる。そうした人たちに最高品質の傘を提供して雨を楽しむ文化を伝えたいという思いが強くなった。父は廃業を考えていたようですが、どうせ廃業するのなら、やりたいことをやらせてもらおうと跡を継ぎました」（橋本社長、以下発言は同氏）

音響工学を学んだ橋本社長が、雨を楽しめる傘として目をつけたのが、傘が奏でる雨音だった。太鼓の響きのように、ボン、ボン、ボンと心地よい雨の音色が聞ける傘をつくれぬか。生地素材や骨のカーブ、生地の張り方など様々な試

作の末に完成したのが、洋傘に日本の伝統・蛇の目傘のフォルムを取り入れた『蛇の目洋傘』である。二四本もの骨（通常は八〜一二本）が真円に近いかたちで丸く美しく広がり、体を包み込むようにカバーしてくれる。

「スピーカーと同じで、傘もわずかも歪みがあればいい雨音は出ません。私は、傘づくりの素人だったことから、音を聞きながらかたちをつくり上げていきました」

自信作はできたものの、下請け專業だった同社には販売ルートがない。当初は各地の百貨店などで開かれる福井県の物産展に向いて販売するだけだったという。

だが、そんな乏しい販売機会にもかかわらず、単に高級なだけでなく従来の傘とはひと味違う品質にお客が魅了され、口コミで評判が広まっていった。

「お客様の多くは、百貨店の外商が入りするような方々でした。ファンになつてくれた方が外商にプッシュしてくれるなどの効果もあつて、扱いたいという百貨店が年々増えていきました」

現在では高島屋、伊勢丹など一流百貨店を中心に全国の都市に扱い店をもつほか、期間限定の催事販売も頻繁に行なわれている。お客と接し、生の声が聞ける対面販売を重視する橋本社長は、営業担

当者とともに、年間の半分近くは福井を離れ全国の百貨店を飛び回る。

苦情をもとに開発した 濡れない傘『ヌレンザ』

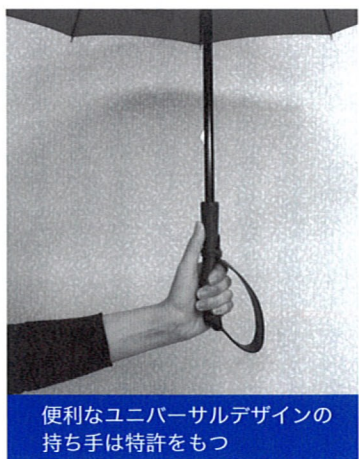
価格は当初一万円程度だったが、「もっとよいものを」という顧客の要望を受けて生地や持ち手の材質を上げ、現在は三万円前後になっている。福井はもともと傘生地産地だったことから、繊維メーカーと共同で、より上質な傘生地を追い

求めることができた。持ち手も、国産漆の河和田塗、輪島塗などを使用し高級感を醸し出している。

「製品開発では、とにかくお客様の要望を大切にしてきました。たとえば、販売の現場で、こんな色でもう一回り大きいサイズがあればいいのに、という声を聞いたなら、すぐにその要望に合った傘を



24本の骨で美しく開く『蛇の目洋傘』



便利なユニバーサルデザインの持ち手は特許をもつ

COMPANY DATA

創業 ■ 1972年
業種 ■ 高級洋傘製造
従業員 ■ 20名
年商 ■ 非公開
本社 ■ 福井県福井市

URL ■ <http://www.fukuiyougasa.com/>

1972（昭和47）年、現会長・橋本平吉氏が創業。大手傘メーカーの下請けとして家内工業で高級洋傘を中心に生産する。89年、橋本肇社長の入社後、自社ブランド商品の開発をスタート。品質の高さで本物志向の消費者の支持を得る。2007年、経済産業省「元気なモノ作り中小企業300社」に選定される。同社製品は全国の百貨店のほかレクサスコレクションに採用されている。

つくってきた。下請けをやっていたため部品の在庫は豊富でしたし、手元になければ新たに発注して生地や部品を揃えました。いまでは傘のサイズを二センチ刻みでつくれる在庫が揃っています。一人のお客様の要望に応えるためにラインナップを増やし在庫を積むことは一見ムダなようですが、こんな傘がほしいというお客様の後ろには一〇人、一〇〇人の潜在需要が必ずあると思っています」

顧客の声を聞いて開発し同社の名を高めたものに、特許を取得した独特の持ち手と、濡れない傘『ヌレンザ』がある。

持ち手は「手が不自由なので楽に持てる傘がほしい」「置き忘れない傘がほしい」という声に応えたもので、牛革ベルトとカエデやサクラ等の天然木の握りを一体化して組み合わせたユニバーサルデザインだ。ベルトを手首に通したままさせるので、リウマチ等で握力が弱くなったお年寄りの負担を軽減できる。ただ手で持ち歩く際は腕に通しておけば両手が使え、置き忘れることもない。

『ヌレンザ』は、二〇〇四年に福井商工会議所が地場産業振興を目的にユーザーの声を集めた「苦情・クレーム博覧会」事業に寄せられた「電車内などで傘の水滴が服や靴について困る」という苦情を解決するために取り組んだもの。

当初は生地の上に噴霧する強力な撥水

剤の開発を考えたが、現実には無理なことがわかった。そこで、発想を転換し、織りによって生地そのものに撥水性をもたせることにした。ところが、撥水性を高めた生地は対水圧が弱くなり、水がしみこんでくる問題が起こった。地元の繊維メーカーの協力を得て試作を繰り返して、超高密度のポリエステル生地を使用し、販売できるレベルになるまで一年かかったという。

水滴がつかない『ヌレンザ』にはレクサスイーターナショナルが注目、水滴を嫌う本革シートが多い高級車「レクサスのアクセサリ」類を集めた「レクサスコレクション」に選定され、採用されている。

ちなみにヌレンザは福井弁で「濡れないよ」という意味だ。

メンテナンスを充実させ 一生使える傘に

「いいものをつくるために採算は後回しにしてみました。ヌレンザはより撥水効果を高めた完成形とするためいまも開発を続けていますし、大島紬を生地に使った傘の開発では二〇〇〇万円以上の費用をかけました。開発コストはかさみますが、そうした、少しでもいい傘を提供したい」という姿勢が顧客に認められて

いるのだと思います」

もう一つ、橋本社長が力を入れてきたのが、売った傘のメンテナンスだ。百貨店との新規取引の際には、メンテナンス窓口の設置を条件にしている。留め具の取替え、生地の張替えなどの修理のほか、クリーニング技術を磨き、一年前からはクリーニング再加工も受けられるようになった。同社の傘は、値段は高いが、一生ものなのである。

「使い捨ての文化を好まないお客様もいらつしゃるのです。当社は忘れられていた顧客層を発掘したのだと思っています。本当はあるのに、つくり手や売り手が勝手に、ない」と思い込んでいた市場です」

同社では、お客ごとに販売した傘のデザイン、寸法、骨組みなどを記入した「お客様カルテ」を作成、顧客管理を行っている。

今後は、医療関連分野への進出を考えている。お年寄りや身障者の人に、雨の日でも気楽に外出が楽しめるような傘を提供したいからだ。その研究をするため、社内に開発室を設けた。

「究極の目標は病院で売る傘です。そんな市場はないとよく言われますが、高級傘と同じで、ないと思われている市場を先駆けて開拓してこそ、当社の存在意義があると思っています」