

日本のアパレルを救うブランドをつくる(第4回)

アパレルであっても地産地消は大切

2015.11.27

ライフスタイルアクセント 山田敏夫社長

ー“日本の工場から、世界一流のブランドを作る”という目標を掲げ、熊本発のベンチャー企業ライフスタイルアクセントが立ち上げた日本初のファクトリーブランド専門ECサイト「ファクトリエ」。そこで販売されている製品は日本各地の工場で作られている。レディースニットを手掛けるのは新潟県のフォルツ、シャツは熊本県のHITOYOSHIなど、いま全国14の工場と提携している。連載最終回は山田敏夫社長に地方の活性化について語ってもらった。(聞き手はトーマツベンチャーサポート事業統括本部長、齋藤祐馬氏)

山田

:実は最近、地産地消って洋服であっても大切だなと感じていまして。ファクトリエのシャツは、熊本県人吉市にある工場で作ってもらっているのですが、その工場の近くに小さなテーラーがあって、そこでうちのシャツを扱わせてほしいとお願いされたことがあったんです。

最初はECサイトだけで販売しているのでコンセプトが違うから、とお断りしたんです。でもふと、地元の工場で作っているものを地元の人が着られないのっておかしいなと思って、そのテーラーに置いてもらうことにしたんです。

齋藤:そういえば、テーラーってあまり見かけなくなりましたね。

山田

:かつては全国で10万店くらいあったテーラーも今では5000にまで減っています。どんどんセレクトショップに代替されてきた。でも地方のテーラーには、素地や生地詳しいベテランの店員がいて、例えば親の代から家族のことを知っているとか、いろんな良さがある。最初はその店でも全然売れなかった。月に5枚とか、半年間は10枚を超えたことがなかった。

それが、地元で作っているものですと、地元の新聞が取り上げてくれたりして少しずつ増えてきた。それから2年がたつんですけど、リピーターが増えて今や月に200枚を切ることがないんです。

齋藤:それってどれくらい？ 東京の店とかと比べてどうなんでしょう。

山田:東京の有名なセレクトショップの月の売り上げがせいぜい100枚くらいです。

齋藤:東京の倍！

山田:人吉市ってわずか人口4万人の町なんです。

齋藤:4万人！



山田

:たかだか4万人の町であっても、サラリーマンも公務員もお医者さんも、中小企業の社長もいて、シャツの需要はあるわけです。今提携している14の工場のほとんどが人口10万人以下の町にある。ファクトリエを通して全国の人が買えることはもちろん大事ですけど、工場の地元の人たちが地元のものを買うようになれば、もっといいと思うんです。

これこそが、本当の意味での地産地消です。今、グローバルっていわれますけど、やっぱりローカルほど手堅いものはない。なぜなら、地元の人たちは一度ファンになってくださるとずっと買い続けてくれる。だからちゃんと地元の人たちが誇れるものを作って、着たいと思ってもらって若い人たちにもそこで働きたいと思ってもらえるようにする、それがきちんとビジネスとして継続していくことにつながるのです。

美しいのは地方にある各工場が地元の消費で回していけること… 続きを読む