

# 心くすぐる色で 和の装いを引き立てる

## 渡敬株式会社

色を守る知恵に差別化のヒントあり！

「当社の強みは、独自の色出しにある！」と強調するのは、代表取締役の渡辺一生さん。今、消費者はどのような色や柄を求めているのか、市場で何が流行っているのか…元卸などから仕入れたものを単に売るだけでは、目まぐるしく変わるトレンドへの対応が遅れる。そのため同社では、社員一人ひとりが色に対するセンスを磨く努力を怠らない。美術館に出かけて名画を鑑賞したり、デパートの化粧品売場で口紅の流行色を調べたりする社員もいるという。地道な取り組みの積み重ねにより、「錆木」や「金茶」などひと目で渡敬の商品だと分かる独自のカラージャンルを確立することができた。

こうして養われたセンスは、商品開発のプロセスに生かされている。一般的に、帯締や帯揚げを作るとき、「こつこつ色が出せないか」という要望を仕入先にオーダーするが、実際に出来上がったものを見ると、色合いが微妙に異なっていることも少なくない。同社では、創業以来100年にわたり染め続けてきた組紐の一部や裂地など数百種類を保存し、色や組みの技術サンプルとして職人に手渡ししている。実際に触れ、感じてもらうことで、渡敬のイメージが作り手に伝わり、色だけでなく質感の細部にまでこだわった商品開発につながっている。伝統素材である和装小物は用途が決まっただけで差別化が難しいと考えられがちだが、「色の組み合わせで無限の魅力を生み出せる」と渡辺さんは話す。

実物販売を重視し、得意先との信頼関係を築く

職人と一体となって開発した帯締や帯揚げは、「三ツ杵ブランド」として顧客である商社や小売店などから高い評価を得ている。「実物販売を重視し、見本販売はしていない」。見本販売はカタログ販売などと同様にコストもかからず、在庫を抱えるリスクも少ない。だが、せっかくな見本を気に入らなくても、実際の商品を作るとき、染料の配合バランスやが同じでも、水の質の違いや温度、湿度などで、染めに微妙な違いが生じることもあるという。「実物販売の特長は、商品の品質や使い易さをお客さまに直接伝えられること。どうすれば顧客満足を引き出せるのか？ 私たちにてきることを考えれば、リスク以上の価値が見えてくる」と説明する。

同社は創業以来、地域の一番店、二番店との取引を大切にしてきた。これら地域店の多くは地元に着物ユーザーとのつながりが深く、1本の商品を大事に売ってくれる。創業者で渡辺さんの祖父は、セット売りが常識だった当時、好きな色や形だけを選んで買えるバラ売りを始めて、支持を得たという。現在でも、その遺伝子は企業文化としてしっかりと受け継がれている。細かな要望に耳を傾け、小ロットの注文にも対応しているほか、得意先の近くにある店には敢えて取引を断ることで、得意先に安心して商品を買ってもらえるよう配慮している。心にながなサービス…。直接的な売り上げには結びつかないかもしれない。だが、渡辺さんは「こうした積み重ねが、販売力のある優良店との信頼関係の強化につながった」と振り返る。こうした販売チャネルの絞り込みが、三ツ杵ブランドの価値を高めることにもつながるだろう。

新たな用途の提案でグローバル市場を開拓

昨年度、京商の海外市場開拓事業「KYOTO PREMIUM」に参加し、組紐技術を使ったバッグを開発。パリで開催された国際見本市「メゾン・エ・オブジエ」に出展した。フランスの著名アクセサリーデザイナーや高級オートクチュール店が関心を示すなど、グローバルな市場で商機が拡大しつつある。また、国内市場向けには、細巾で長さが短い三分紐を使ったオリジナルの携帯電話ストラップの売れ行きが好調だ。「伝統の良さを生かした新たな用途提案で、埋もれた需要を掘り起こしたい」と意気込みを語る。

今年2月、京都府「知恵の経営」実践モデル企業の認証を得た。強みを見直すだけでなく、弱みは何か、どのように補完していくかを考えるきっかけになったという。「先達が残してくれた知恵を学ぶことで、企業文化や理念を社員で共有することができた」。ユニークな色の創出で、和の装いを美しく艶やかに引き立てる渡敬。着物業界の未来を虹色に染めていく。

伝統の組紐技術を使って組み上げた、和装小物の帯締や帯揚げを提供している「渡敬」。オリジナルの色出しにこだわり、仕入先の職人と一体となったモノづくりを行うことで、市場トレンドや顧客ニーズを敏感に取り入れた商品開発につなげている。



# 紐の渡敬

< DATA >

渡敬株式会社  
代表者/渡辺一生  
住 所/京都市中京区堺町通三条下ル道祐町 148  
TEL / 075-221-1708  
Web / <http://www.wata-kei.co.jp/>

< 事業内容 >

和装小物製造卸業



新市場開拓にも積極的な渡辺社長



渡敬独自の色合い



複雑な絵柄や模様も表現可能な組紐の技術



「KYOTO PREMIUM」で開発したバッグとストール

### 解説

## 知恵のポイント

### 仕入先を“活かす” 自社を“生かす”

顧客ニーズや市場の流行を取り入れた商品開発を行うには、それを実現するための技術やノウハウが必要です。渡敬は自社でモノづくりを行っているわけではありませんが、熟練者でも取り扱いが難しい高台や綾竹台を操り、複雑な色柄を生み出す仕入先をいくつも抱えています。なかには、渡敬にしか商品を作らないという職人や、帯締1本の注文でも引き受けてくれる仕入先もあるといいます。こうした信頼関係を築くことができたのも、創り手との密接なコミュニケーションに加え、安定的な発注で仕事が続けられるように配慮したり、展示会に職人を招待して技術向上や後継者育成に努めたりするなど、共に支え合い発展していく仕組みづくりを行ってきたからでしょう。

今、和装業界を取り巻く環境は必ずしも良好ではありません。そんな中、渡敬はグローバル市場の可能性に目を向け、「KYOTO PREMIUM」への参加で組紐を使ったコンセプト商品を開発しました。伝統素材の新たな用途開発の可能性を提案し、自社が培ってきた「組み」と「色」の強みをこれまでとは異なる形で積極的に情報発信しています。「ジュエリー素材として使えないか？」「ファッションアイテムとして活用したい！」など、思いもよらなかったニーズが市場から芽生えつつあるようです。

応援します！ 創業・経営革新・知恵の経営に取り組み企業の相談に具体的にお応えします。

相談無料 TEL:075-212-6470 (知恵産業推進室)