

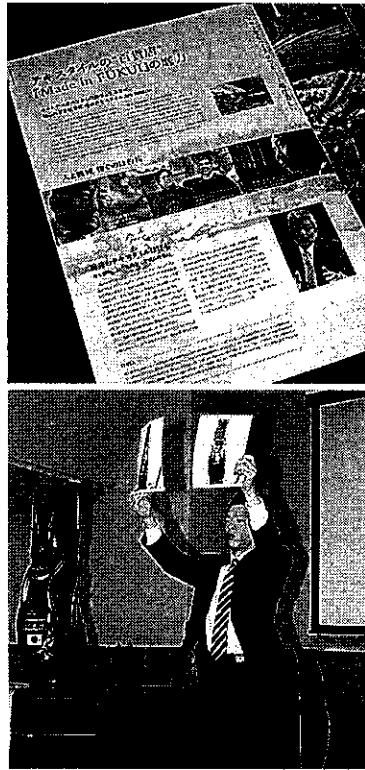


下請けの歴史が長く、情報発信が下手だといわれてきた福井県の企業が、マーケティングや広報の重要性を再認識し、広告や宣伝、小売りに力を入れ始めた。メディアに向けて積極的に広報活動に取り組み企業も目立つ。人口減少で国内市場が縮むなか、自らをアピールする必要に迫られていることが背景だ。

2月下旬、フルカラーのファッション専門誌に見開きの全面広告が掲載された。「Made in Fukuiの底力」という見出しの下に、福井の繊維産業の歴史やファッション分野への貢献

福井の企業、消費者へ発信

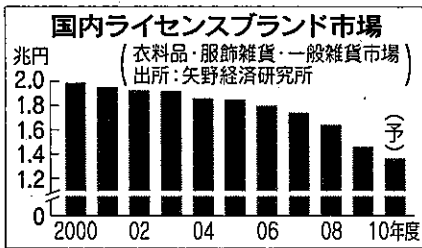
福井県繊維工業組合が2月、ファッション専門誌に掲載した全面広告(写真上)。福井商議所は合同プレス発表会を開催した(同下)



繊維など、広告・宣伝力磨く

などを紹介した内容。広い「増永氏」と場を設けるなど、海外シ
告主は福井県繊維工業組 いう体質を改め、百貨店 フトを進めるセーレン。
合(福井市)だ。 のバイヤーなど消費者を 一方で、国内は小売りに
こうした広告は同組合 強く意識した。 の本格的な進出を狙う。
にとつて初の試み。「ど 今年度はファッション コンピューターで服の
んなにいい服を作って 関係者を対象に、福井ま 色や図柄、形を決め、イ
も、誰も福井の織物とは での旅費と宿泊費を組合 ンクジェット機器で染色
思ってくれない」と悩ん が負担する産地視察ツア する「ビスコテックス」
でいた増永明理事長が ーを実施するほか、組合 と呼ぶ同社独自のシステ
打ち出した、福井の繊維 員企業が使用する統一ロ ムを武器に、大手アパレ
ブランド強化戦略の一環 ゴも作る計画だ。 ルメーカーと組み、早く
だ。「問屋の方だけを向 タイに本格的な染色工 れば2012年度中にも

市場縮小、脱“下請け”に動く



都内にアパレル店を出す 計画。在庫を持たずに、顧客の好みに応じて1着ごとにデザインを微妙に 違えた服を等身大で映し ながら提案するという、 従来とは全く異なる店舗 を目指す。

繊維業界だけではなく、 自社をもっとアピー ス生産が中心で、消費者 を意識せずとも事業は成 り立っていた。

織物工場を訪れた海外 のデザイナーが失敗作と して放置されていた生地 (福井支局 小山隆史)

を開催、多くの記者を前 を見て、「これが一番売 れるのに」と嘆いたこと もあるという。「市場で 新規性や発表のうまさ、 ヒットの可能性といった 覚が育つてこなかった」 項目について、記者らが (織物工業組合の稲山幹 夫副理事長)

この企画に関わった商 議所中小企業総合支援セ ンターの寺川直輝課長 は、「会員からは『大手 品をどう売っていいのかわ からない』という声 が一番多かった」と話す。 感じ取れない企業は生き 残れない」と言い切る。

川下を攻略しようとい う福井の製造業の新たな 動きは始まったばかり。 だが、福井県立大の南保 勝教授は「技術の水準自 体は非常に高い。売り方 が上達すれば、繊維産業 を中心に成功事例は増え てくるのではないかと」

大手が安い人件費を求 め海外発注を増やし始 め、福井の企業の下請 け体質は弱点として認 識されるようになった。

北陸

福金富

山 0077661124332211344341613
井 07766123221334341613
沢 07766123221334341613
山 07766123221334341613