

## 第1回和装振興研究会 プレゼンテーション

愛知県西尾市吾妻町277-2  
あづまや呉服店 柴川義英

## 1、自己紹介

愛知県西尾市（人口約10万）の呉服店で生まれ高校卒業後、小売店で5年間の修業を経て跡継ぎとして家業を継いでいます。家族経営の小さな着物屋です。

## 2、地方小売店から感じた着物業界の昔と今

とにかく情報が少なすぎると感じていました。

## 【1】15年ほど前の状態

- ・川上の情報が川下に流れず。
- ・川下の情報も川上に流れているとも思えず。
- ・流通の複雑さが逆に価格不審に（小売店も消費者も）

## 【2】今現在

- ・SNSの発達やサローネやカーニバルなどの共同イベントなどでかなり流れが変わってアンテナの高い業界人は積極的に前に出るようになり、情報交換も活発になって川下から川上の情報共有の認識が高まって来ている  
ただし、まだ一部の中での話で意識の差が出ていると感じます。

## 3、当店が行って来た、行っている取り組み

## 【1】着物を着る事

修行から帰り、約8年が立とうとしていたある日に、着物を着ていない呉服屋さんから着物を買いたくないというお客様の一言で、いかに自分が着物を着る物として見ていなかったかと言う事に気付き、以来ほぼ毎日、着物を着て生活するようになる。

## 【2】知られることの重要性

地域密着で三代続く呉服店として頑張ってきたが、核家族化が田舎でも進み従来の集客手法が効かなくなったと感じ、10年ほど前からインターネットを利用し、初めは商品をオークションなどで在庫品を販売する所からスタート。約6年前から本格的にホームページを開設し自社で販売、情報を発信し始める。その頃から、徐々にネットからの来店が少しずつ増える。地域で新聞折り込みチラシ広告を出すより、反響があると知りネットへ徐々に転換して、より広い範囲の「着物が好きな方」へ広報をしたほうが良いと知る。

## 【3】着物を着る為だけのイベントを開催

その中で、同時に着る人（習い事だけでなくある程度の頻度で）を増やさないといけないと強く感じ、着物を着る事が目的のイベントを、販売戦略とは全く別物として開催することを決める。

自店でも、きもの愛好会と称した販売会とは別の着る為の場所を作るイベントを約15年前から5年間毎月開催していたが、参加者の高齢化と共に徐々に勢いが無くなって来た。店も父親の代からの代変わりをする時期と感じる。

自店で人を集めるだけのイベントでは将来的な限界を感じる。

若い世代に着物を着てもらおう事を模索。

4年前に京都キモノでジャックとの出会いをきっかけに愛知でも許可を頂き twitter などの SNS ツールだけで広報し参加表明不要、途中参加 OK、途中離脱 OK の若い世代が参加しやすいイベントを開催し始める。現在4年目で過去26回開催中です。

#### 【4】着物カーニバルの開催

ネットを通じ、各雑誌メディアの方々から取材を受けるようになり、その中で若手経営者を集めた会の講師を務めた時に出会った埼玉の呉服店さんと意気投合し、メーカー、問屋、小売り、着付け問わず、着物業界で、ギフトショー的な消費者に向けた安心でワクワクするイベントを開催することに。

第一回は SNS と口込みで業界の11社を集め、東京日本橋にて開催。

約200名の来場者があった。第2回は名古屋で22社で400名、第3回は再び東京上野で30社で800名、第4回は京都西陣織会館で35社で600名の参加者を集めた。

このイベントの共通コンセプトは「怖いお店はいません宣言」

これまでの「売る為」のイベントから「売れる為」のイベントにするべく

今の消費者の声をメーカー、流通、小売りが集める事が大目標のコンセプトとしています。また、業界内の川上と川下の同世代の跡継ぎが集るので、お互いの情報交換や BtoB を作る場所としての役割も果たしていると感じます。

#### 【5】インターネット生放送を始める

インターネット店舗の売上は年々上がって来ていたが、お買い上げ頂いた消費者の全てがネットで買う事によって幸せになれる事ではないと感じる。

実店舗で接客すればなんでもない事案や信用がネットでは圧倒的に伝えにくい。

また、小規模経営店舗なので、ネット販売を強化するには従業員を増やすしかない、または自分がネット販売に従事しなければならなくなる事が嫌になる。

やはり、専門店としてオンラインで情報発信しオフラインで来客をして頂けるようにしていきたいと感じ、ネット上に流れるさまざまな着物関係の情報が三代続いて来た着物屋としては間違っていると感じる情報もあったり、地域性の違いによる衣服の TPO も違うのにそれを鵜呑みにしている消費者さんがあまりにも多くいる事を知り、なんとか伝えたいと考えるようになる。

今までは写真など静止画の情報がネット上ではほとんどで、着物の生地が持つ柔らかさやしなやかさ、光沢感を動画でなら伝える事が出来ると感じ、さらに生放送が一般市民でも放送出来るようになったと聞き、真っ先に飛びついた。

「あづまやきものひろば てれびじょん」と銘打って3年前から毎週土曜日の 21:00 から放送を開始

初めはほとんど視聴者のいない状況が続いたが、毎週欠かさず放送し続け、半年ほどで毎回30名程のリアルタイムで視聴下さる人が出て来た。

さらに1年、2年と続けて行くうちにまれに1回の放送でのべ1,000名程度の視聴者さんに見て頂ける事になる事も。

そのあたりから、実店舗にお客様が遠方（県外）から放送を見て訪れるように。業界人のゲストを呼んだり、織元やメーカーに取材に行き現場の生の声を伝える事が今ではメインになりつつあります。

放送を続けて感じた事は、インターネット上の情報は「顔が見えない」から「ある意味怖い」のであって、「顔が見える」ことによって、「信用」が生まれ、信頼関係にも繋がると感じました。

この商品が「誰」が「どのように」「作って」「誰」が「売るか」この流れを

オープンに見せる事が、今まで不審だった着物業界が実は「歴史」と「文化」溢れる非常に「魅力的」な業界だと思って頂けると確信しています。

#### 4、これからの展望

何代も続いて来た地方小売店が担う役割は非常に大きいと感じています。

それにはネットで情報を共有し、各地方に信頼出来るお店を増やす。

その情報を消費者が見て、近くのお店に気軽に行けるようにする。

また、今まで光が当たらなかった産地の「職人」さんにスポットを当て

「技術」の凄さだけを押し付けず、「人柄」や「その商品の出来上がる背景」を微力ながら伝えて行きたいと思います。

着物カーニバルについては着物業界だけにとどまらず同じ「日本」の歴史ある異業種の方々と連携し、「和」の素晴らしさを知って頂けるイベントにしたいと考えています。

夢は、東京ビックサイトで、日本の和に関する業界で「東京モーターショー」のようなビックなイベントにする事です。

また跡継ぎが安心して継げる環境を整える事も大事だと思います。

それには国や地方自治体の協力が不可欠となると思います。