

# 名古屋地区帽子メーカー

# 技術と感性生かし市場開拓

産地として100年の歴史を持つ名古屋地区の帽子メーカーは、産業空洞化の下で転業する事業所が少なくない中、最近10年間で問屋からメーカーへの転身や、中国での生産拠点を確立、現地販売への着手、独自の発想によるアパレル企業への提案力の強化などで市場や販路を広げている。

## 中国で店舗を展開

佐野製帽(名古屋市瑞穂区、佐野恒雄社長)は中国北部で百貨店に帽子ショップの出店を進めている。10年前から出店を開始、現在は大連や北京、上海などに20店あり。ショップ名は「サ

売り上げよりもショップの拡大を優先」(佐野社長)は、北京五輪までに50店、将来は全国100店を出す計画だ。同社は91年に中国・大連市に自社工場を設立、日本や欧州から素材を調達し、年間120万〜150万個を生産してい

る。大連工場では中国人スタッフの教育や福祉に力を入れることで高いクオリティーを維持している。

年商は国内が10億円、中国が6億円。昨秋冬場に開設し、月間1万個を生産している。レディースとメンズ、子供用を手掛け、キャップとハットのラインを揃える。アパレルCAD(コンピュータによる設計)システム

## 問屋からの転身、中国に生産拠点も

山鶴(名古屋市熱田区、山田英之社長)は約10年前に問屋からメーカーに転身して以降、OEM(相手先ブランドによる生産)を中心に取引先を増やしている。昨年10月には名古屋市内に直営店「ハットブロック」をオープン、店頭起点の作りを追求している。

熱田区にある自社工場と同じ機能を持つ生産ラインを、03年に中国・天津市にある韓国企業の工

ムを備えることでサンプリ作りなどの企画・製作コストを削減した。直営店での売れ筋や消費者情報は全社で共有し、企画・営業のスタッフが販売を兼任することで店頭の情報を取り入れた商品企画をアパレル企業に提案している。「ショップを起点にした企画で他社と差異化し、特色を出している」(山田社長)。日本での物作りに執着し、「不良品を出さない丁寧な仕事」を追求している。

## 感性生かしOEM

石塚ニット(愛知県豊江町、石塚真美社長)は、デザインや加工力を生かしたOEMを強化している。帽子をはじめ、ファッショニッ性的の高品質な製品は、特にヒームスなどのセレクトショップのオリジナル商品や、スノーボードを中心としたスポーツ関連の受注が増えた結果、03年12月期の売上高は前期比12%増になった。スノーボード関連の店頭消化率は97%という。

商品企画は、石塚雅規専務が糸から色柄までデザインして提案するケースが多く、その中には人気タレントが使用したため、ネットオークションで高額で売買されたものもある。

今秋冬物では、地元のプリント会社と協業し、スノーボード向けのプリント製品を開発した。発泡やかすれプリントのほか、ニットにタメシを与えたものなど、ニットの裏をあえて縫わず、ずれた形を染しむダブルワッチもある。



売り上げは採算ベースのぎりぎりだが、「北京五輪のある08年に中国は変わる」と見て、「当面、



ショップブランドとして中国全土へ広げる「サノ」(下)と石塚ニットのスノーボードを狙ったキャップ(上)