

一貫生産体制を整備し直販にも対応。顧客に響く商品を直接提供し、リピーターを獲得。 SNSの情報発信でも独自の工夫。

本野はきもの工業（大分県日田市）

カテゴリー
A(3)
B-1(2)

取組の背景・課題 - 顧客のニーズに応えるために、伝統を維持しつつも今までの生産、流通体制とは違ったアプローチが必要だった

- ・大分県日田市は下駄の産地として有名。もともと下駄作りは、木材を下駄のサイズに切り出して“枕”にする製材、下駄の形に荒削りする“木地”加工、表面の加工、布張り、鼻緒の取付け等の分業体制にあった。また商品は卸経由での販売がほとんどだった。
- ・こうした分業体制は職人による高い品質を実現する一方で、新しい商品づくりに顧客の声、ニーズを取り入れ、自由に製作するにはやりにくい側面もあった。また下駄枕や木地を手がける職人が減少し、後継者不在の工房もある等、長期的には生産に問題が出る可能性もあった。

アクション A(3)声の商品・サービス開発への反映、B-1(2)顧客ロイヤリティの向上

一貫生産と直販で、顧客の商品に対するニーズから、履き方のアドバイスまで対応

- ・現在の代表者は3代目。元々は仕上げ工程の工房だったが、自身が手伝うようになってから直販も行うようになった。また顧客から「こういうものも作れないか」といった声を受け、ヒール付きの下駄等も製作・販売するようになった。
- ・変わったデザインの商品がメディアに取り上げられ、問合せや購入のために訪ねてくる顧客が増加。建物を工房と店舗が一体となるよう建て替え、また、工作機の導入等も進め、生地加工から小売まで一貫して自社で対応可能な体制を整備した。
- ・他では難しいフルオーダーの下駄の受注が可能。また製作者自らが顧客に対して直接履き方のアドバイス等を行うため、対応が評判を呼んでリピーターが増えている。親世代が子供の下駄を買いに来る等もあって、世代を超えた顧客をつかんでいる。
- ・フルオーダーの小ロットでの生産対応は、映画での使用やコラボ企画につながり話題となったほか、メディアやネットで興味をもった顧客の獲得にもつながっている。

情報発信の工夫は？

- ・フリーで使えるSNSは全て活用。自分たちで投稿内容は決めている。会社勤めの顧客が目にとめやすい投稿の時間帯やタイミング等について独自に研究して実践している。
- ・SNSでは、顧客の声や評価などは掲載しておらず、コラボ企画や商品に関する情報発信が中心。投稿頻度は高く、顧客のコメントや投稿等にはできるだけ反応している。
- ・また話題作りのために「下駄王子」と発信してみたところ好評を得て、わざわざ会いに来てくれる顧客もいる。
- ・コロナ禍で世代にかかわらずSNSやネットの利用が進み、投稿時間や内容の組み合わせの効果もあって、オンライン経由でも世代を超え幅広い客層をつかむことができています。

取組効果

- ・幅広い世代の顧客の開拓と、リピーターの獲得につながっている。

ミュージルとして仕上げた
オリジナル商品「ミュージル下駄」



(画像) 同社オンラインショップより

下駄王子のTwitterアカウント



フォロー中

下駄王子。
@hitageta

下駄屋の3代目です。色々新しい事にチャレンジしながら日田下駄を普及させるために頑張ってます！ オーダーメイドなんかも 出来ますよ！！ フォロー大募集です。



上) 伝統的なデザインから新しく挑戦したデザインまで並ぶ店内
右) 購入者に渡される履き方の説明書



本野はきもの工業

<http://motonno-hakimono.com/>

所在地：大分県日田市

従業員数：4名（2021年12月現在）

【公表日：2022年3月14日】