

「ファクトリエ」がつくる工場ブランドの製品は
なぜコロナ禍でも売れ続けるのか？

「SUPER CEO」表紙インタビュー No.45 公開

ライフスタイルアクセント代表・山田敏夫が登場

株式会社ブランジスタメディアは、ライフスタイルアクセント株式会社代表取締役・山田敏夫氏が表紙の、次代を創る情熱リーダーのためのビジネスマガジン「SUPER CEO (スーパー シーイーオー)」において表紙インタビューNo.45 を公開いたしました。

■ SUPER CEO 表紙インタビュー

ライフスタイルアクセント株式会社 代表取締役・山田敏夫

<https://superceo.jp/sp/tokusyu/manga/100755>

「世界に誇れるメイド・イン・ジャパンの一流ブランドを生み出したい」。そんな思いから、2012年にファクトリーブランド「ファクトリエ」を旗揚げし、優れた技術を持った日本国内の工場を一軒一軒開拓。現在、多くの工場と共同でオリジナルブランド商品を生み出し、コロナ禍でも好調な売上を保っています。その原動力となったのは、周りの人の心も燃やす、山田氏の「熱狂」とその「余熱」。ニューノーマル時代を生き抜くリーダー像に迫ります。

■ 世界のトップブランドが依頼する日本の工場とつくる製品がファンの心を掴む

ファクトリーブランドとはメーカーではなく、普段その仕事を請け負う工場が独自に立ち上げたブランドのこと。「ファクトリエ」では、日本各地の工場と共同で開発した商品を中心に自社サイトで販売しています。中間業者が入らないため、質の高い商品を適正価格でユーザーに提供。契約する工場は、パリやミラノの世界的な老舗高級ブランドが依頼する、同業他社にも一目置かれる技術力を持った一流の国内工場ばかり。昨今のコロナ禍において、アパレル各社の苦境が伝えられているなか、「ファクトリエ」は、2020年4月の緊急事態宣言以降も、売上が前年比を超えています(2020年7月現在)。



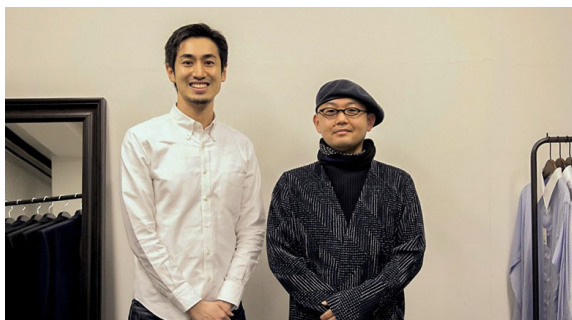
■ 歓迎されないファクトリーブランドを どのようにして作り出したのか？

ブランド立ち上げ時、工場開拓は困難を極めました。ファッションブランドが自社製品の生産工場を前面に出すことは、日本のアパレル業界で歓迎されなかったからです。その状況を打開できたのは、山田氏が発する「熱」が、工場や従業員たちの心に火をつけたから。「お客様にしても協力してくれる工場にしても、僕らの心の内側が熱狂していなければ、必ず相手に見透かされます。まずは自分たちが熱狂する。その余熱が外ににじみ出るほどにならないと、大勢を巻き込むことはできません」と山田氏は語ります。



■ ブランドづくりには、常に視座を上げることが重要

ブランドづくりのために山田氏が意識しているのは、自分自身が率先して人間性を磨き、視座を上げること。そのために重要視しているのは、本と人。本は、移動中に Kindle の読み上げモードで聞くことを習慣づけ、人に関しては、著書を読んでお会いしたいと思った方に熱をこめた手紙を書き、サイト上での対談企画や「ものづくりカレッジ」という勉強会での講演を依頼。例えば、吉野での千日回峰行をやり遂げた現役唯一の僧侶である塩沼亮潤氏や、医師でありながら伝統芸能にも明るく、芸術祭の芸術監督も手がける稲葉俊郎氏等と、業界を超えた交流を実現しています。



■ プロフィール：ライフスタイルアクセント株式会社 代表取締役・山田敏夫（やまだ としお）

1982 年生まれ。熊本県熊本市出身。創業100年を超える老舗婦人服店の息子として成長。大学在学中、フランスへ留学しグッチ・パリ店で勤務して一流のものづくり、商品へのこだわり、プロ意識を体験。2012 年 1 月、工場直結ジャパブランド「ファクトリエ」を展開するライフスタイルアクセント株式会社を設立。年間訪れるものづくりの現場は 100 超。著書に『ものがたりのあるものづくり ファクトリエが起こす「服」革命』（日経 BP 社）。



<株式会社ブランジスタメディア 会社概要>

URL : <https://media.brangista.com/>

本社所在地 : 〒150-0031 東京都渋谷区桜丘町 20-4 ネクシィーズスクエアビル

代表者 : 代表取締役社長 井上秀嗣

事業内容 : 電子雑誌出版・電子広告

株式会社ブランジスタメディアは、株式会社ブランジスタ（東証上場 6176）のグループ企業です。

本リリースに関するお問合せ 株式会社ブランジスタ 広報担当：田口隆一
e-mail: press@brangista.com / TEL : 03-6415-1183