

— 動き出したダイバーシティの取組み —

「取材協力」株式会社ふらここ（東京都中央区） 節句人形界の常識覆す女性パワー

雛人形や五月人形といった節句人形を製造し、インターネットのみで販売する株式会社ふらここは、2008年に創業された若い会社です。

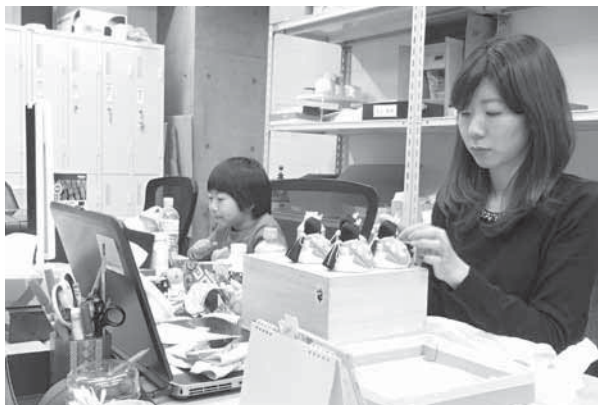
原英洋代表取締役は、祖父が人間国宝の人形師、母親もその技術を受け継ぐ人形師という家に生まれ、大学卒業後に大手出版社に就職した後、父親の急逝を受けて自らも人形師として家を継ぎました。

しかし、21世紀に入って節句人形の市場環境が大きく変化するのを目の当たりにした原代表取締役は、旧態依然の業界常識に疑問を感じ、新たなビジネスモデルを模索するため、敢えて

独立して新しい会社を設立することを決意します。

「節句人形界では、職人の感性で作られた人形を販売店が組み合わせて売るといって製販分離が当たり前でした。15年ほど前から、初節句の人形を孫のために買う際の決定権が祖父母から若い母親に移るとともに、ギフト商品としての需要も生じるようになり、大きくて高額な人形だけでなくコンパクトで若い女性の好みに合う人形へのニーズも出てきましたが、伝統産業の常識を覆すことは難しく、自分で起業する道を選んだのです」

製販一体のビジネスモデルを確立すべ



柔軟な勤務制度により子連れ出勤も認められています



顧客に近い感覚を持つ若い女性の視点で商品づくり



原英洋代表取締役

く、節句人形の企画、デザイン、製造、販売を貫いて行っている株式会社ふらここでは、創業以来、値引きを一切せず、作った人形は全て完売。10年目を迎えた現在は、特注品と定番商品を合わせて数百人の予約客が1年待ちという状況です。

節句人形界では、業績を低下させている企業も多く、廃業や倒産に追い込まれるケースも増えていますが、原代表取締役は、「少子化の時代とはいえ、毎年100万人の子どもが生まれており、節句人形が売れなくなっているのは、製販分離をはじめとする業界の商習慣によるところが大きい」と指摘しています。

伝統産業支えるダイバーシティ

「適正価格を確保しなければ、伝統産業を守ることはできない」という原代表取締役の持論を具現化するのには同社の女性社員であり、その女性社員を支えているのが創業当初からのダイバーシティ経営です。

顧客にもっとも近い感覚を持つ小さな子どもがいる母親の視点で商品づく

りや顧客サービスを考えることができるといって、女性を中心とする採用活動を行ってきた同社では、正規10人・非正規11人の社員21人全員が女性で構成されています。

一般的な人形販売店ではクレーム発生率が1割、返品も4〜5%に達していることから、株式会社ふらここは木目込部分の生地や髪の毛のほつれ直しといった細やかな検品作業と、最終仕上げを自社で徹底して実施。予約販売が中心で年間を通じて検品を計画的に実施できるため、時間的な制約の大きい子育て中の女性も、業務を遂行することが可能です。

検品や最終仕上げ、梱包といった業務を担う非正規社員については、可能な限り柔軟な勤務制度を整備し、時間的制約のある女性社員も助け合って仕事ができるように、学校の休み期間には子連れ出勤を認めたり、家族で参加できる食事会や日帰りバスツアーなどの社内イベントも実施しています。

創業以来、極めて低い離職率を維持している同社では、多様な能力を育成して発揮できる環境の整備を通して、同社の特徴であるオリジナリティのある商品の開発やキメ細かい顧客サービス、アフターフォローを実現。その高いクオリティは口コミによって広がり、年初の時点で雛人形は全て完売するという快挙も続けています。完売により購入できない顧客には、次年度の予約を受け付けるなど、より計画的な製造販売も進められています。