

後継ぎ 若手経営者の 100年戦略

vol.45

日の出毛織
大阪府泉大津市
三代目 藤原 康穂 さん

オーガニックの毛布で 心地良さを未来へ紡ぐ

オーガニック素材にこだわって事業を展開してきた日の出毛織は、国産オーガニックコットン毛布の草分けだ。2017年二代目が社長就任したが逝去し、廃業が否かを迫られる中、長女の藤原康穂さんが後を継いだ。先代が開発したオーガニックコットン製品を筆頭に、自社のリブランディングに奮闘している。



「瞑想（めいそう）用ブランケットなど、毛布を毛布として売らない企画開発やプロモーションを意識しています」と語る藤原代表

**祖母が繰り返し話した効果が
葛藤もなく家業に就く**

大阪府南部に位置する泉大津市。同市は、国産毛布の90%以上を生産する日本屈指の「毛布のまち」で、1968年創業の日の出毛織も、その一翼を担っている。「祖母の実家である藤善織物の毛布事業を、婿養子の祖父がのれん分けする形で開業しました。父も婿養子ですが、専務として日の出

を支え続けました。毛布は、ギフト商品の定番だった時代もありましたが、住環境の向上や、安価な海外製品の流入、後継者や技術者の減少などで、産業としては下火です。今では、地元でも毛布が特産であることを知らない人が増え、若い世代ほど顕著です」

そう語るのは、三代目で代表取締役の藤原康穂さんだ。毛布は買い替え需要が少なく、睡眠の質を高めるべく、目が向けられるのは、枕やマットレスがほとんど。毛布を問屋に卸すだけでは経営が先細ると、父・正輝さんは早くから新規事業や販路開拓に奔走していたという。事業の大変さからか、長女である藤原さんは、祖

社名 日の出毛織株式会社
(ひのでけおり)
所在地 大阪府泉大津市我孫子153番地
電話 0725-32-8321
代表者 藤原康穂 代表取締役
従業員 3人
【泉大津商工会議所】

HPはコチラから



父からも父親からも家を継ぐことを強いられずに育った。「あえて言えば、祖母が常日頃から『康穂は家を継ぐ子』と口にしていて、幼心に意味も分からず『そうなんや』と思っていました」と笑う。

だが、藤原さんはスポーツトレーナーになるという夢を抱いて大学に進学。在学中に家業を意識し始めるものの、「3年間は外で働きたい」と携帯電話事業会社で働いた。ショップ店員として働き、副店長への昇格の話が出たところ、父親から「そろそろ戻ってこないか」と水を向けられた。就職して2年も経っておらず、約束の3年にはまだ早い。

「話が違ふなと思いつつ、前職の給料は良かったものの、ルーティン業務で自身の成長を感じられずにいた時期でした。父がそう言うなら、2009年4月末まで働き、5月1日に日の出に入りました。祖母の言葉の効力か、葛藤も覚悟もなく転職しました」

**オーガニックコットンの
毛布を時代に先駆けて開発**

家業入りした藤原さんは、常に父親と行動をとるに、営業と事



世界的なオーガニック認証を各種取得。ふんわりした質感と、環境や人権に配慮したモノづくりに定評がある



先代が計画していた工場縮小を英断。織機を15台から3台にして、運営コストの軽減を図った



11月後半に発表される新ブランドen&(えんと)のロゴ
生成りの白と茶綿を組み合わせ、肌に優しい「染めないオーガニックコットン」の自社製品を継承



**異業種コラボや
地域連携で未来を開く**

「確かな文獻は残っていませんが、日本初ではないかと言われている」と藤原さん。翌年には日本オーガニックコットン流通機構(NOC)に加入し、2003年にはNOCの法人化に尽力。翌年には理事を務めるなど、オーガニックコットン毛布の草分けとして、業界で名が知られていった。

同社のオーガニックコットン毛布の生産は93年に始まった。開発の発端は、正輝さんの趣味である沖釣りや、きれいな海を守りたいという思いから、農薬を使わないオーガニックコットンに興味を持った。加えて、綿花栽培は化学処理をしないため、生産者や土壌にも負荷をかけない。全国の繊維関連企業5社と連携し、オーガニックコットンを米国から取り寄せた。

「オーガニック製品は通常価格の3〜4倍と値が張るため、主力事業ではなく細々です。それでもSDGsが提唱されるずっと前から、自然環境や地域経済が持続するモノづくりを続けてきたことに誇りを感じています」

だが、17年に二代目に就任した父親が同年、逝去してしまう。15年前から患っていた肝臓がんによるもので、藤原さんの家業入りを急いだことにも合点がいく。「経営状況も悪く、身内からは家業を畳む潮時という意見も出ました。継いでも苦勞するのは目に見えているからと。でも、悔しくなってきた、やってみないと分からない、もう半ば意地で後継者の道を選びました」

さらに、今年冬には日本の有名デザイナーズブランドからオーガニックコットン生地が2パターン発売予定など、次々と新風を吹かせている。「経営ビジョンは『人と地球にぬくもりを。五感に心地良い25度の世界を未来に紡ぐ』。100年後の世界は、オーガニックコットンを使う人もつくる人も、みんなが今以上に心地良く、笑顔になっている。そういう世界に寄与する企業でありたいです。そのためには、まずは私の代で経営を黒字化できるように、取り組んでいる事業を軌道に乗せていきます」

う考えた藤原さんが注力したのは、オーガニックコットン毛布の販路開拓だ。毛布を、日々頑張る人々を優しく包み込む上質なアイテムと位置付け、小売事業やOEM事業にも取り組んだ。23年には自動車メーカーのマツダと協業してクッションブランケットを開発し、24年には泉大津市と泉大津商工会議所が企画・運営する、産地の未来を創造するコンセプトショップ「COON(コ・オン)」に参画。日本最大のギフトショー「東京ギフトショー2024秋」に出展し、商品化やふるさと納税返礼品の道を開いた。

さらに、今年冬には日本の有名デザイナーズブランドからオーガニックコットン生地が2パターン発売予定など、次々と新風を吹かせている。「経営ビジョンは『人と地球にぬくもりを。五感に心地良い25度の世界を未来に紡ぐ』。100年後の世界は、オーガニックコットンを使う人もつくる人も、みんなが今以上に心地良く、笑顔になっている。そういう世界に寄与する企業でありたいです。そのためには、まずは私の代で経営を黒字化できるように、取り組んでいる事業を軌道に乗せていきます」