

仙台経済界

本染めにこだわった 小さくても強い会社

(株)伊藤染工場

伊藤染工場は創業192

1年。暖簾や手ぬぐい、半

る。

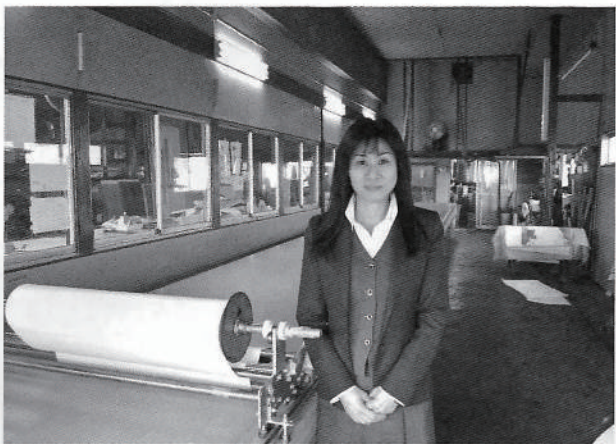
「特に収益率が上がりま
した。これは社員ひとりひ
とりが経営的な視点で仕事
をするようになったことの
表れです」と伊藤氏は言う。

7年前から経営誌を全員
に配り、月1回、1時間程
度の勉強会を開いている。
委員会活動を始めて4年。
昨年からは半年かけて社の
進むべき方向性や人事制度

について、社員全員で考え
るワークシヨップを実施。
こうして議論された内容
は、15年1月から実際の
職務や給与に反映されてい

オリジナル商品の開発やネット展開を模索

震災前から共同研究を行
ってきた岩手大とは、震災
後、「絆ざくら」シリーズ
を開発。大学生が桜をモチ



捺染台の前に立つ伊藤純子社長

ーフにデザイン
した柄を伊藤染
工場の伝統技術
で染め上げた帆
前掛けやベンケ
ース、ポーチな
どを商品化し、
義援金付き販売
をしている。受
注生産がメーン
だった同社にと
って、オリジナ
ル商品開発は新
たなステージの
始まりとも言え
る。

る。まさに社員ひとりひと
りが考え、責任をもって動
く、「小さくても強い会社」
が完成した瞬間だ。

考えている。顧客との関係
性が薄くならないよう、必
ず手書きの手紙をつけてお
り、店の看板とも言える帆
前掛けを注文した客から
は、お礼の手紙や扱って
いる商品が送られてくること
が多いという。

伊藤氏は「将来的には社
屋の奥にある石蔵をギヤラ
リーにしたい」と夢を語っ
た。

纏や大漁旗などの染物屋と
して、「一刷毛に心を込め
て 共に感動」を社是に、
岩手県花巻市で伝統的な手
仕事を守りながら、現代的
な経営感覚で生き残りをか
けた改革を行ってきた。
2001年、42歳で3代
目社長に就任した当時を
「大変な状態だった」と伊
藤純子氏は振り返る。「家
を継ぐはずだった兄の急逝
により、当時まったくその
つもりがなかった自分が継
ぐことに。それこそ毎日が
勉強でした」

職場では、「よき伝統」と
「悪しき習慣」が共存して
いた。伊藤氏は「結局は人。
腕よりもチームワークの方
が大切。社員の能力を發揮
できる環境づくりを考え続
けた」と語る。

た。それまでは生産能力に関
わりなく受けていた仕事は
工程管理の裏付けを経た上
で受注。さらに手があけば
他の工程にも回るなど、ひ
とりが1・2〜1・3人分
の仕事を受け持ち、仕事上
の失敗も報告し合い、次に
生かす仕組みをつくりあげ
た。こうした改善により、
社員20人による「小さく
ても強い会社」へと生まれ変
わった同社は、伊藤氏の社
長就任後は黒字を続けてい

当時抱えていた社員は
60人にのぼり、多くは伊
藤氏を「社長と認めない」
50〜60代の古株ばかり。作
れば売れる時代を経て、い
ろいろなものに手を出した
結果、薄利多売の体質に陥
り、バブル崩壊後はニーズ
の変化に対応できず、赤字
経営を続けていた。
そんな中で社長に就任し
た伊藤氏が目指したのは、
「小さくても強い会社」。
社長が「父さん」、先輩
は「兄さん」と呼ばれる昔
ながらの職人気質が色濃い

現代的な工程管理と仕事
のレシビ化、見える化など
を導入するとともに、外注
すべきものは外注するな
ど、仕事も絞りこんだ。同
業者が機械によるプリント
へと移行していく中、手仕
事による本物にこだわっ

社是
一刷毛に心を込めて 共に感動