

日本の繊細なものづくりを世界へ
SDGsにも貢献する“一生モノ”のニットを

宇土寿和 株式会社ユーティーオー
代表取締役社長



UTO

【旅行業で培った「世界基準」でカシミアを扱って30年、岩手・北上から日本の高い技術を世界へ発信】

近年「エシカル（倫理的）なファッション」が取り上げられるようになり大量生産・消費に疑問が投げかけられるようになりました。アパレルの仕事をする以前に、ファッション業界の視察ツアー等を手がける旅行代理店を営んだ経験から、世界的デザイナーの島田順子氏や世界基準のものづくりの先端で様々な啓示を受けて「**最高級の素材で最高の製品をお届けして長くご愛用いただくこと**」をモットーに、内モンゴルの特定エリアのカシミアを用いて、**世界的にも珍しいオーダーメイド方式**を採用するものづくりを推進してまいりました。カシミアに特化したブランドを確立する過程では様々な紆余曲折を経験しましたが、2014年から自社工場の所在地である**岩手県北上市の「ふるさと納税」返礼品**として採用されたことを受け、毎年北上市への2億円の寄付金を達成し、日本全国の愛用者にカシミアニットをお届けしています。

2023年には**英国サヴィルローの超名門店「ハンツマン」**をはじめ、欧米・オーストラリアなど海外の高級ブティックでも取り扱いが決定。当社ブランドの品質に絶賛を受けて、日本のみならず今後は世界へと発信してまいります。

お伝えできる専門内容

■カシミアニットの専門家としての知識やアドバイス

1. ニットのお手入れ法：保管・修繕・気をつけること
2. カシミア山羊について：なぜカシミアは軽く暖かい？なぜ高価なのか？
3. ニットについて：ニットの定義、歴史、製法など
4. オーダーメイドのカシミアはファッションのSDGsの最先端「カシミアは農産物」



織研新聞社より
カシミアニットの専門書を執筆

■日本と海外との「ものづくり」の発想の違いについて

1. 日本と海外のアパレル業界でのコンセプトの違い：「モノづくりブランド」と「アパレルブランド」の違い
2. ヨーロッパから、日本の文化発信において学ぶべきこと：「モノ＝製品」に「物語」をのせること
3. 日本の価値観で大切にすべきこと：「作る都合」より「お客様第一」であることの素晴らしさ
4. これからの日本の「ものづくり」の方向性：こだわりも大切につつ「売る」という出口で経営が成り立つ視点の重要性
5. 英国サビルロウストリートに学ぶ世界最高の仕立てとは？ 身も心も満足するファッションの「ご馳走」



■中小企業が手がける「地方創生」への意欲

1. 地元の行政や企業との交流、工場設立の計画から実現まで
2. ふるさと納税返礼品の事業活用法：ふるさとの誇りや想いを製品コンセプトに載せてお届けする
3. 職人さんとの関係性：高度な職人技に対して営業企画の力量が問われている「土農工商」の歴史的背景より



■ヨーロッパ旅行のスペシャリストとして旅行記や文化論の発信

1. オウンドメディア「ニットだより」にてヨーロッパ旅行記等を1992年から90号にわたり31年以上連載



UTO 「ニットだより」

宇土寿和（うと としかず）

株式会社ユーティーオー 代表取締役社長

- 1950年 長崎県島原市に生まれる
- 1971年 海外旅行会社に入社
- 1973年 ランを視察するタイ・シンガポールの旅を企画・成功
同年 独立し 旅行会社（株）CTC設立
- 1974年 テストラベル設立メンバーに加わる
- 1975年 「欧州ファッションツアー」にて島田順子氏と出会う
- 1980年 株式会社レ・アール（ニットアパレル）へ転職
- 1992年 株式会社ビーエッチエフ・インターナショナル
（bhf international）創立。本社は南青山骨董通り
- 2000年 株式会社ユーティーオーへ社名変更
- 2005年 山梨工場設立
- 2008年 中国・内モンゴルへカシミヤを視察
- 2011年 山梨工場閉鎖し、岩手県北上市に工場を移転
インターネット販売開始
- 2014年 ふるさと納税の北上市の返礼品として採用
- 2022年 岩手県北上市市制度30年 発展功労賞受賞



昆虫学者になる夢が消え、自転車での九州一周旅行や30年に渡る長寿紀行番組『兼高かおる 世界の旅』を通じて旅への憧れを抱いて、旅行業界に就職。海外旅行者が少なかった時代、憧れの海外は旅行会社の社員にもまだ遠く「世界を見たい」という思いから、蘭を視察するタイ・シンガポールの旅を出版社を巻き込み新人ながら一人で企画・成功させた。その後独立し、2社の旅行会社設立に関わる。**アマチュア音楽家たちの夢である海外演奏の機会を提供する日本初のツアー**をはじめ、**ヨーロッパへのファッション視察ツアー**を毎年企画・添乗し、**ファッションデザイナーの島田順子氏**と出会い「**日本一は日本中から、世界一は世界中からお客様が来る**」という言葉に深く感銘を受ける。ニットアパレルからの声かけを受け、異分野であることに戸惑いながら転職し、10年で4億から33億に成長させることに貢献。その間、ニットメーカーの生産の実情を知り、日本のメーカーでは珍しい、イタリア、イギリスの工場への発注を通じて、**製品アイテムを絞ることで品質が向上し、世界中からオーダーが来る**ことを肌で実感する。高度な技術を持つニット職人との出会いもあり、「bhf international」ブランドを創立。業績が振るわず、在庫と借金で苦しむ時代を経て2001年からは南青山骨董通りに戻り、カシミヤに特化した「UTO」へとブランド名を変更。**2005年に自社工場を設立し、悲願の企画・製造・販売を一貫したものづくり**をスタート。OEM生産受注の厳しさや、工場閉鎖などを経て、2011年から岩手県北上市に工場を新設、ネット販売を開始。

北上市のふるさと納税返礼品の提案を受け、以後、通算17億円の売り上げを計上。2023年からは英国の超名門店「ハンツマン」での取り扱いを皮切りに、海外へと事業展開を図っている。



2011年より
岩手県北上市の
自社工場で生産開始



2008年内モンゴル
カシミヤ視察
最高級のカシミヤで世界一の
製品作りを。



アパレルブランドへの道の土台となつた旅行会社経営時代の様々なエピソードを盛り込んだ著書



日本の中小製造業が抱える「よいものを価値に見合った価格で売る」という課題を解決するためのヒントを詰め込んだ著書。

幻冬社刊

TBS『がちりマンデー』 2020年12月 旅行添乗員からアパレル業界への挑戦

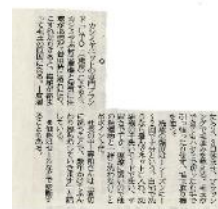


新聞掲載多数

岩手日日新聞 2022年12月 「工場でカシミアづくり体験」



読売新聞 2022年12月 「カシミアのお手入れ」



岩手日報 2022年12月 「カシミア製品のアップサイクル」



NHK『美の壺』 2018年1月



フジテレビ『ノンストップ』 2016年5月 カシミアニットの魅力をご紹介



【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社ユーティーオー 広報担当 (片山)

〒107-0062 東京都港区南青山5-4-35 たつむら青山607

Mobile : : 070-3990-5417 / e-mail : katayama@uto-knit.com



UTOホームページ