



ブランド広告に込めた想い

「仕掛ける」。160年変わらない、瀧定のDNA。

瀧定は1864年の創業以来、日本の繊維産業とともに歩んできました。多くのお客様や産地の皆様に支えられ、繊維業界を代表する一社として歩みを重ねてきたのです。いわゆる「老舗」と言えば、保守的な印象を持たれる方も多いでしょう。しかし瀧定を支えてきたのは、むしろ挑戦する企業文化です。課別独立採算制によるレジリエントな機動力。社員一人ひとりが自ら企画を立て、お客様や産地と向き合い、新しい価値を提案するアグレッシブな姿勢。そうした「仕掛ける文化」が、新しい素材やファッションを世に広め、160年の歴史を創ってきたのです。



瀧定名古屋から瀧定へ。未来に向けた決意表明。

市場環境が大きく変化する今、企業にもますます「変わり続ける力」が求められています。こうした中、私たちは「瀧定名古屋株式会社」から「瀧定株式会社」へ社名を変更しました。「瀧定」という社名には、創業以来受け継がれてきた挑戦の精神があります。この原点に立ち返りながらも変化を恐れることなく、名古屋にとどまらず、日本、そして世界で、新たな価値を仕掛けていく。その決意を形にしたのが、このブランド広告です。2026年8月、新聞や交通広告に掲出され、多くの方の目を惹きました。



繊維の可能性を新たな価値に、「オール瀧定」。

[ブランド広告コピー]

起維 こ新 せを

マーケットニーズに応えるだけじゃない。

トレンドに乗っかるだけじゃない。

過去の延長線上だけが未来じゃない。

一人ひとりの挑戦で創るんだ。

新しいニーズを、最先端のトレンドを、

ワクワクする未来を。

世界に向けて仕掛けていくんだ。

繊維の可能性を上げ、新たな価値に。

仕掛ける、瀧定。

キャッチコピーの「維新を起こせ」には2つの意味を込めています。ひとつは、未来に向けて自ら革新を起こしていく姿勢。もうひとつは、繊維から新しい価値を生み出していく、瀧定ならではの存在意義です。お客様のニーズに応えたり、流行を追いかけるだけでなく、繊維の可能性を掘り起こし、率先してマーケットやトレンドを創っていく、それこそが瀧定イズムなのです。

瀧定を象徴するグリーンフラッグの前に登場する“主役”は、すべて瀧定ブランドを担う社員です。営業、企画、デザイン、管理など、それぞれ役割は異なりますが、一人ひとりが自ら考え、行動する、「仕掛ける」仲間です。これからも私たちは、部署や世代を越えた「オール瀧定」で、未来に向けて仕掛けていきます。



※社員に広告のコンセプトを伝え、出演を依頼したところ、想定以上に多くの方が賛同・快諾。本社イベントホールをスタジオに仕立て、撮影しながらレイアウトを検討していった。右下写真の左は撮影の合間にクリエイティブ・ディレクターと会話する瀧定社長。「あらゆる部門の社員が出演してこそ、瀧定のブランド広告」。