



楽天ショップ・クッション部門でNO1に

従来、インテリア用品の縫製加工を請け負っていたが、最終製品を製造販売するようになった。ブランド名は「hanalolo」。主にソファ・クッションを販売する。インターネットで販売し、「楽天ショップ」クッション部門で1位を獲得した。

業況等の動向について

本業の動向について

インテリア用品、介護用品の縫製請負業を主業とする。開発品があるため、一定の利益は確保しているものの、リーマンショック後は、生産数量、売上が減少し、業績はやや低調な推移を辿っている。

異業種に参入した動機やきっかけ

リーマンショック後、生産数量が減った。数十名のお針子さん(縫製を担当する人)を抱えていたため、新規の仕事を得る必要があった。

そこで、これまでに培った技術力を活かし、ソファ・ビーズクッション等の自社商品の開発・製造・販売に取り組んだ。

異業種参入事業の概要について

現在の参入事業の概要は、売上高が 30,000 千円、売上高構成比は 15.0%となっている。

主な取扱商品は、ソファ・クッション。ブランド名「hanalolo」で展開。テトラ型、オニオン型がある。主な販路として、インターネット販売を利用し、「楽天ショップ」のクッション部門で1位を獲得するに至った。

なお、生地、裁断、縫製すべて国内で製造している。

マーケティングについて

導入として、高品質・低価格帯のもの(4段スムーズ、パイエル生地を使用。福井の生地)を、サンプル価格で販売した。こうした商品によって、品質を理解してもらい、リピーターの獲得に努めたい。

今後は、これを足がかりに、高品質・高価格帯(高級ジャガード生地。江南の生地)の販売につなげたい。

参入に際しての投資について

投資総額は約 10,000 千円で、主に広告宣伝費である。楽天でのテスト販売費用である。サンプル価格で購入してもらい、購入者にレビューを書いてもらった。その結果、ランキングに登場できるようになってきた。ブランド名の浸透には時間がかかったが、当初は 1,000 千円/月の広告費をかけていたのが、現在は 200 千円/月程度となっている。

参入して最も成果のあがったこと

お客様との出会いで新しい商品が生まれ、次のお客様に繋がっていくこと。

参入して最も困難だったこと

品質には絶対の自信を持っている。ただし、その品質の良さをいかに消費者に知ってもらうかが難しいところである。

大手家具流通店の大量生産、大量消費とは一線を画したい。

今後の展望・見通し

第一段階として、低価格帯製品の認知度はあがった。次のステップとしては、高価格帯製品の販売促進が課題となる。そのためにも、流通手段を拡大したい。

異業種参入に際して注意すること、アドバイス

品質、技術の追求が必要である。デザインから製品におとこむ技、生地・材料面での制約からどう製品を作るのか、それと同時に製品の安全性、耐久性をどう確保するのかなど、課題は多い。

行政の支援について

異業種参入に際し、役に立った行政、支援機関の制度
尾張繊維技術センターにおける技術相談が役立った。

異業種参入に際し、行政に対して望む支援

今後も技術面でのサポートの充実を行政には望みたい。

会社概要

設立: 1989年(平成元年)

資本金: 300万円

従業員数: 18名

URL:

<http://www.rakuten.ne.jp/gold/auc-brainsewing/>