



自社製生地によるオーダーカーテンの製造

24 時間オートメーション生産体制によるカーテン生地の製造を主に手掛ける。このような一貫した生産体制により、「カーテン生地製造では国内 1 位」となっている。その自社製カーテン生地を使用して取り付け箇所の採寸から縫製、加工、取付けまでを行なう品質重視の「フルオーダーメイドカーテン」の製造を手掛ける。

業況等の動向について

本業の動向について

創業当時は寝具の織物製造を手掛け、現在は 24 時間オートメーションによるインテリア用品用織物(シーツ等の寝具生地、カーテン生地他)、カーシート用織物を製造。

リーマンショック以降受注は減少、昨今の円高の影響も受け、一時はカーシート用生地の受注も激減したが、最近では回復傾向にある。

異業種参入事業の概要

生地選びから取り付け箇所の採寸、縫製など全ての工程を、職人が手作り。加工(形状記憶加工技術、染色加工技術)、取り付け作業まで一貫して行うフルオーダーカーテンの製造を手掛ける。近年のデフレや円高等の影響から品質よりも安価なものを求める風潮に傾いている。業況的には、売上高 6 億 5,000 万円(売上高構成比 40.0%)となっている。

異業種に参入した動機や経緯、きっかけ

インテリア用品の業界には約 20 年前から事業を展開、カーテン生地もインテリアメーカーの OEM 生産も手掛け、24 時間フル生産ということもあり、カーテン生地製造では国内 1 位である。そのカーテン生地を使用して他社にはないオーダーメイド、一貫生産という品質重視の製品作りを行いたいという思いからオーダーメイドカーテンの製造を始めた。

マーケティングについて

自社以外の他社の製品の技術(加工等)、オリジナル製品を製造するために、ヨーロッパのインテリア製品、カーテン製品の柄などを勉強し、日本向けの柄などを研究した。

参入に際しての投資について

マシンや形状記憶の機械装置、店舗改装などに 1 億円を投資している。

参入して最も成果のあがったこと

お客様のニーズに合わせた納得のいく製品作りと、より良い製品をお客様も納得のいく価格でご提供できるということ。

参入して最も困難だったこと

工場以外に工房が 3 店舗あり、全てを把握するのが困難である。時には、営業面でなかなか上手くいかないことがある。

参入に際して活用した自社の技術ノウハウについて

24 時間オートメーションによる生地生産。糸から生地を織

り自社オリジナルの生地を作り、その生地により、縫製、加工までの一貫生産できること。縫製は 10 箇所以上を細部にわたるまで、職人による手作業によって行い、納得のいく製品作りができる。

今後の展望・見通し

フルオーダーシステムによる製品作りから、様々な加工技術等を高め(特に形状記憶技術は国内でもトップクラスといえる)、他社と十分競争できる体制を整える。何よりも社内の技術者から営業までの活力もあり、自社製品をインテリアショップや工務店を通じてお客様に提供することなどを考えている。

メリット・デメリット

自社のオーダーカーテンの需要をみて、自社製品の品質の良さが判明したので販路拡大の検討などに繋がった。反面、輸入品が増え、大手量販店や通信販売等でセット価格販売もしているが、品質では勝るものの価格では厳しいものがある。

異業種参入時のアドバイス

自社製品について一貫生産を行うこと。それにより自社の製品を最後まで見届けることができる。

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

設備投資などに、補助金などは活用したことはある。

異業種参入に際し、行政に対して望む支援

中国などで 9 割方を製造し、日本国内で一箇所を加工しただけで、日本製と表示されているカーテンが横行、安価で市場に出ている。現状をもっと重く見て水際で止めるなどの対策(生産国偽装防止)を考えてほしい。純粋に国内生産を行っている製造業の衰退を防ぐこと及び技術の継承が出来る体制作りを支援してほしい。

会社概要

設立: 1968 年(昭和 43 年)10 月

資本金: 9,800 万円

従業員数: 56 名

URL: <http://www.maruna.co.jp>