



普段の機械改良経験が家庭用撚糸機製造へ

ニット製品および意匠撚糸(モールヤーン、ファンシーヤーン)製造販売業。『特化する製品』を製造するために普段から既成の各種加工機械に改良を加えてきた。この機械改良経験を活用し家庭用撚糸機「ねじりっこ」の開発製造に着手、2007年からネット販売を開始した。

業況等の動向について

異業種に参入した動機や経緯、きっかけ

繊維業界全体の大きな流れも、広い意味で新規事業参入のきっかけを作った。順を追っていけば、繊維業は生産拠点の海外流出による影響もあり国内での製造販売が事業として成り立ちにくくなっている。基幹事業のニット製品製造に限ってみても主な産地である山形県・福島県・新潟県の取引額は、2,000億円 300億円と約7分の1にまで激減。その現状の中で生き残っていくためには『特化した製品』を作らざるを得ない、といったものである。

この状況を自社に置き換えてみた時『特化した製品』を製造する手段の一つとして特色のある糸の製造をすることは必要不可欠であると考えてきた。そのため製品製造に必要な各種加工機械をそのまま活用するだけでなく自社内で改良、時にはあらたに開発し製造まで実施。その過去の経験が繊維業である自社が機械(家庭用撚糸機)製造に乗り出せたきっかけでもある。具体的には顧客から『簡単な(低価格、軽量)撚糸機が作れないだろうか?』との問い合わせを受けたことが発端になる。問い合わせ先からは撚糸機製造に対する企画案も提示されたが企画案のままでは製造は不可能であった。しかし自社の機械改良などを一手に引き受けていた会長西信康氏の個人的知識・技術により企画案に改良を加えれば製造可能であることが判明。約2ヶ月の開発・試作期間を経て製品化にこぎつけたのである。なお、顧客の要請に応えた形での機械開発・製造であったためマーケティング活動は実施していない。

参入して最も成果のあったこと及び最も困難だったこと

効果のあったことは本業である意匠撚糸、ニット製品製造以外にも『こんなこと(撚糸機械製造)も出来るんだ』という企業アピールとなったことである。しかし今までの経験ではニット製品製造に関わる加工機械を自社製造していたものの販売製品として機械を製造した経験はない。そのため製品価値を向上させるための更なる機械部品加工技術の向上や使用材料の厳選、見た目の向上には苦慮した。

業況等について

2000年代に入ってから10年間は非常に悪い。現在の総売上高は50,000千円であり内訳としては80%がニット製品製造販売、15%が意匠撚糸製造販売となっている。

新規事業である家庭用撚糸機製造販売は2007年からインターネット(自社HP内)で開始し現在の売上高は2,500千円(売上高構成比5%)である。販売を開始してから4年間の累計販売台数は約350台で約12,500万円の売上を計上した。販売初年度は100台/年、次年度以降80台前後/年の販売数とほぼ横ばいで現在まで推移している。

今後の展望・見通し

販売がインターネット(自社HP内)でしか行っていないことで認知度はまだまだ低い。しかし4年間の販売実績からもたらされる手芸を趣味としている潜在的な個人顧客への拡大が見込まれるため今後は100~150台/年の販売台数へ増加すると予想している。

メリット・デメリット

家庭用撚糸機はネット販売のため一般消費者と直接やりとりができるようになったことは最大のメリットである。また資金繰りが非常に大変な繊維業にあって現金での取引ができる個人販売は資金面でもメリットをもたらしてくれた。

異業種参入時のアドバイス

自社製品のエンドユーザーと関わることができる製品を作ることが大切。

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

家庭用撚糸機製造に必要な費用は材料費(数千円)程度であったため支援制度は必要なかった。

異業種参入に際し、行政に対して望む支援

一般消費者の目に留まるような公共施設にて製品を展示できるスペースを確保して欲しい。繊維技術センターなどの専門機関には展示できるが、来館者が同一業界(繊維業界)内の人達であるため製品広告としては弱いと感じる。

会社概要

設立:昭和63年5月5日

資本金:1,500万円

従業員数:5名

URL: <http://www3.ocn.ne.jp/~viento8>