



転倒予防靴下、医療/介護に特化した靴下製造

下請けの靴下製造をしていたが、あぜ編み技術による持続保温を開発し、転倒予防靴下、医療・介護用に特化した靴下を自社で企画・開発・製造から販売までを手がける。

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

参入するきっかけは、糖尿病患者の要望に応え「冷えない靴下」を開発したことから、困った人への機能に特化した靴下を開発製造。その頃、高齢者の転倒事故が大きな障害につながることを知り、広島大学大学院と共同で開発に取り組み、経済産業省・ひろしま産業振興機構・広島県産業アカデミー・東広島市・東広島商工会議所・科学技術振興機構の研究支援による、産官学の連携で「転倒予防靴下」を開発・製造することができた。

マーケティングなどは特にしていないが、これからまだ進む高齢化～超高齢化社会に市場ニーズが必ずあると感じていた。

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

参入による成果は、自社ブランドを構築できたことである。開発した技術に関してメーカーの協力を得られたことも非常に大きなことだ。

困難だったことは販路開拓と、商品機能がなかなか理解されず、32ヶ月赤字が続いたことである。

業況等について

本業の靴下製造は大正4年創業の老舗企業である。業況に関しては、2007年主力取引先から大幅な受注減を余儀なくされ、売上減は以前の約4割になっていた。転倒予防靴下・医療、介護用靴下の売上高は180,000千円、売上高構成比としては60%を占める主力商品となっている。医療機関で採用されることで商品機能の信用性が高まり、多方面から注文を受けることになる。商品の認知度が上がるにつれ売上も伸びている。

今後の展望・見通し

リーマンショック以降、世の中に対する不安から健康維持に関心が高まった感がある。

2025年まで市場は拡大傾向。転倒予防することで、事故、怪我を防止することが社会保障(医療費、介護費用)の増加を抑止する効果がある。

当社ブランド名でテルモ(株)と戦略的に販売に取り組むことになり、さらに販路を拡大。

福祉機器コンテスト(日本リハビリテーション工学協会主

催)で優秀賞をはじめ多数受賞の経歴をもつ商品である。

メリット・デメリット

メリットとしては、メーカーとして直接販売することでお客様よりお礼の手紙が届くようになり、従業員(会社全体)のモチベーションが上がったことと、製品に愛着と仕事に対して誇りが持てるようになったことである。

デメリットは、クレーム対応が必要になったことである。メリット、デメリットともにお客様の声を直接聞けるようになった。

異業種参入時のアドバイス

商品開発に投資することが最も大切なことであり、商品力(開発力)があれば得意先との関係維持に接待は必要ないと思っている。

提案型の営業を行うことで、メーカーの信頼を積み重ねていくと、新しい取り組みに敵対することなく協力を得られるようになる。受け身のままでは自社の技術も向上していかない。

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

H16年広島県 中小企業経営革新支援対策費 補助金
呉産業振興センター福祉研究会の勉強会でコーディネーターの助言で知る。

異業種参入に際し、行政に対して望む支援

助成金、補助金の情報が少ない。
新聞、雑誌など幅広いところで情報公開してほしい。

会社概要

設立:平成3年4月 (創業:大正4年)

資本金:1,000万円

従業員数:34名<パート含む>

URL: <http://corporation-pearlstar.com>