

Ⅲ. 事例のヒヤリング調査

1) 調査の目的

平成15年度及び平成16年度に自立事業を実施した事業者の内、成果の上がっている成功事例について、実施状況、成功要因と今後の見通し等を訪問ヒヤリングし、報告書にまとめた。

2) 調査の方法

アンケート調査の回答から当初計画に対し、実績及び5年後の売上予想が良い事業者をピックアップし、その中から36社を選定し、訪問ヒヤリング調査を実施した。

尚、ヒヤリングに際しては下記の項目表をもって訪問調査したが、本報告書では、
1) 自立事業の概要 2) 自立事業の進捗・実施状況 3) 成功要因 4) 本事業の今後の見通し 5) 本自立事業を実施して の順にまとめている。

自立事業 成功事例 ヒヤリング調査項目

I 貴業界の状況について

1. 貴業種・業界の現状
2. 貴社の既存事業の現況

II 実施した自立事業について

1. 本自立事業の概要と目標
2. 本自立事業の進捗・実施状況
3. 順調に進捗したポイント
 - ①事業の周到なる準備・計画
 - ②社長のリーダーシップ
 - ③組織的な成功への意識・熱意
 - ④商品の企画開発・生産技術力
 - ⑤新規販路の開拓
・新ルートの開拓 ・展示会出展 ・店舗開設 ・通販 ・輸出 など
 - ⑥デザイナー、コンサルタント等の活用
 - ⑦資金力
 - ⑧他社との連携 など
4. 本自立事業の今後の見通しと目標について

III 本自立事業について

1. 本自立事業を実施して貴社の経営に与えた影響等について
2. 他社及び今後申請する事業者へのアドバイス等

3) ヒヤリング報告 (31社採択年度別50音順)

株式会社イトイテキスタイル	その他織物(紙)	15年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>従来のアパレル向け織物製造は、縫製基地が中国に移転したこと、又、中国素材/製品の急激な輸入増等により非常に厳しい状況にある。本事業は、この厳しい状況を打破するために同社が独自に開発した「ささ和紙」素材を、糸や生地での販売ではなくタオル、靴下、シーツ、パジャマ、カーテン等の最終製品を自ら製造し、東京/渋谷のアンテナショップや通販で直接消費者に販売し、又、百貨店、専門店、生協等に卸売りするものである。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>渋谷神宮前のアンテナショップが、各メディアを通じて紹介されたお蔭で、ささ和紙商品の認知度が広まったこと、及び国内外の展示会に出展して市場拡大に努めて来たことが寄与し、初年度は計画値の2.5倍に達し、2年目も計画を上回る販売実績を上げている。</p> <p>ささ和紙の持つ抗菌性、消臭性、紫外線カットなどの健康に良い性能に加え、実際に使用してみるととても清潔感があり、又肌に優しい等の癒し効果もあり、リピーターが確実に増えている。今後とも大量販売を求めるのではなく、顧客を大切に丁寧な販売方法を築いていけば順調に販売実績をあげていけると確信している。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・ ささ和紙商品が、テレビ番組や雑誌などに取り上げられ、放映・掲載されるなどメディアにおける宣伝の相乗効果が大きかった。 ・ 渋谷/神宮前に開設したアンテナショップは、ささ和紙商品の認知度アップと新規先へのプレゼンの場として効果をあげている。 ・ ささ和紙商品の持つ特性が消費者の安心感を呼び起こし、継続的使用に結びついている。又、その良さを理解してくれた消費者の口コミ宣伝も寄与している。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>展示会には継続的に参加して、商品の宣伝に努めていく。</p> <p>一度使用すれば効果が認められる商品であると確信しているので、ブランドイメージを高めていくことが最重要と考えている。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>計画時には予想が出来なかったこととして、認知度を高め販路を確保できるまでにはかなりの時間と経費が必要であった。</p> <p>当初安易に考えていたが、より厳しい計画が必要であったことを痛感している。</p>		

<p>京都起毛株式会社 (共同申請：(株)アロウズ、ヴィパ (有))</p>	<p>縫製 (織物)</p>	<p>15年度単年</p>
<p>1) 自立事業の概要</p>		
<p>従来は紡績メーカーや服地卸から賃加工形式で、テキスタイル生地に起毛や特殊加工等を行っていたが、この二次加工の発注量が年々減少し先行きが不透明になっている。本事業では自社の加工技術を活かした染め上がりテキスタイル生地製品をアパレル等に販売する。</p> <p>また、共同申請の(株)アロウズが企画、当社が生地への後加工、ヴィパ (有) が製品化の担当をして、ジーンズやカットソーなどのアパレル製品の販売を行う。</p> <p>その他に縫製メーカー、プリントメーカー等と商品開発のコラボレーショングループを形成しており、婦人服、バック、アクセサリ、スカーフ等を共同開発し、より消費者に近いところに向けて販売する。</p>		
<p>2) 自立事業の進捗・実施状況</p>		
<p>大手紡績から、従来の賃加工ではなく、自社提案の生地商品が採用され受注が増えている。アパレル製品については、専門店向けのプレタポルテやカジュアル商品をプリント加工、縫製メーカー等とのコラボレーションにより、付加価値を高めた開発製品を販売している。</p> <p>また、共同申請者との事業では「MIZURA ミズラ」ブランドでジーンズを開発し販売している。シルクを部分使いすることで、またジーンズのウエストにあるラベル部分に西陣織を使うなど「和」のテイストを出し、裾部分にピーチ加工等を施したジーンズで問屋、代理店を經由して専門店に販売している。好評を得て徐々に売り上げが上がっている。ネットでも楽天で販売をスタートさせている。平成17年8月に「MIZURA ミズラ」ブランド製品の和柄ジーンズ、Tシャツ等をラスベガスのマジックショー展示会に出展して、アメリカ、シンガポールの店舗等から受注し、輸出に繋がった。海外にも通用する商品の企画と自信を得たが、更に海外展開を拡大させるには言葉の問題など克服しなければならない課題も多い。</p> <p>売り上げは計画を上回っており順調に推移している。</p>		
<p>3) 成功要因</p>		
<ul style="list-style-type: none"> ・商品開発コラボレーショングループのプリント加工業者、縫製メーカー等と常に情報の交換しており、より適確な市場ニーズを把握し、商品開発に生かした。 ・新商品等に迅速に対応できる企画開発力が客先から評価された。 		
<p>4) 本事業の今後の見通し</p>		
<p>自立事業実施後は、賃加工の取引形態が減少し、自社の企画提案による受注生産が増えており、販売先の当社への信頼感が高まっているので、今後も売上計画を上回る事ができると考えている。</p>		
<p>5) 本自立事業を実施して</p>		
<p>商品開発力、販売力は着実に養われたが、長い間、委託加工の仕事を中心に行っていたため、適切な価格を設定することが出来ず今後の課題である。</p> <p>近い将来、マーチャンダイジングのノウハウを養い、自社の小売店舗を持って自社商品の販売を行いたい。</p> <p>また、アパレルとコラボレーションして仕事をする事により、アパレルのものづくりのスケジュールがわかり、タイミングよく提案することが出来るようになった。受注待ちの姿勢から積極的に提案していこうとする意識に目覚め、社員にも良い影響を与えた。</p>		

創和テキスタイル株式会社	化合繊維物製造	15年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>自社の保有技術を最大限進化させ、先端素材を使った扁平糸織物を開発することで、他社が追従できない高付加価値商品を確認させ、この新商品を武器に、新たに産業資材分野への進出を図り、従来からの事業構造を改善していく。</p> <p>扁平織物が薄くて軽く、強力で利用効率が高くなり、結果的にコストが安くなるという利点を生かし、土木・建設用補強材として展開していく。ユーザーに直接販売することで、ユーザーのニーズを的確に把握し、また流通を短絡化することでコスト競争力を強化させながら自販力を高めていく。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>先端素材であるカーボンファイバーやアラミド繊維は取り扱いが難しく、また扁平にするためよじれが発生しやすく、融着糸の開発、織物での開織技術など技術的ハードルは高かったが、全社が一丸となってクリアすることでオンリーワンの技術を確認できた。</p> <p>新規分野への進出であるため、この分野に明るいコンサルタントを活用し、マーケットリサーチを行った。コンテナヤード、橋や高速道路の橋脚などの補強材として用いることで破損を半永久的に防止できることが判明した。又、道路の轍防止に効果があることがわかり、実際の道路に施工済みで経過を確認中である。生産工程を工程別に分断されていた設備を一体型設備に切り替えることにより、大幅に工程を短絡化させることが出来、またロス率の低減につながったことでコスト競争力が高まった。現状はこの商品が産業資材分野の種々の用途に広がってきている。輸出も土木用中心に増えてきている。当初計画を上回る販売状況で推移している。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・企業の未来構想を明確に、「脱委託加工」としていた。 ・既に当事業展開を構想として持っており、実行に移そうとしていたタイミングであった。 ・トップの本事業を推進していこうとする強力なリーダーシップ ・社員全員が生き残りへの改革は必須という危機意識を共有していた。 ・従来から商品の開発力、生産技術の向上を掲げており、高いレベルにあった。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>産業資材用途は採用までに試験が多く、期間も長期にわたる。現在も評価試験中の商品も多く、航空機、自動車など用途、分野は多岐にわたる。これらが採用されれば大きな分野の拡大が見込める。</p> <p>産学官共同開発にも取り組み始めている。扁平織物に留まらず、樹脂加工やコーティングなどいろんな加工が出来る企業と連携しながら、コンポジット分野へも事業領域の拡大を目指して、最終製品をも含めて取り組みを始めている。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>事業が既に計画中であった為「本事業」採択で計画推進への弾みがついた。従来の中肉厚地テキスタイル用生機事業（反・疋単位）から産業用途基布事業（メーター単位）へ部分的ではあるが転換が図られてきた。本事業の拡大により、既存事業を縮小均衡させながら体質強化を図り、選別受注が可能になってくる。両事業のバランスをとることで堅実な利益をもたらす企業に転換し始めており、更なる「自立への挑戦」という意欲が増してきた。</p>		

第一織物株式会社	化合織織物製造	15年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>従来は合織メーカーからの賃加工受注 100%であった。メーカーからの受注の減少傾向に対応すべく、数年前、自社企画生地製品の販売及び残反生地を利用したペット（犬）用レインコート等の販売をスタートさせた。その後も、受注先の合織メーカーとの客先でのバッティングを避けながら自社企画生地製品を国内販売に加えて輸出するなど自販力を付けていった。主な用途はアパレルやスポーツカジュアル衣料を中心とするものであった。</p> <p>自販比率を高めることが自立への道であると判断し、機能性が重視され、技術力を生かせるアウトドアを中心とするスポーツ衣料分野における衣料メーカー直販体制への転換を図るもの。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>機能性をより高めた生地の開発を推進し、ストレッチ性、防風性（通気性）、耐水性に優れた基本技術を確立した。これを「プライアンテックス」と商標登録をし、積極的に自販活動を行った。</p> <p>クリエイション・イン・青山の開催や中国の国際展示会に毎年出展しながら、顧客開拓のためのPRを国内外で行った。世界的な有名スポーツブランドに採用されるなど、スポーツ衣料素材として国内、海外のスポーツ、スポーツカジュアルメーカーに実績をつけることが出来、販売は拡大基調になってきた。</p> <p>また、中国、韓国も独自のエージェントを起用することで徐々に売上也伸びてきている。国内はまだ専門の商社や問屋を経由して販売することが多いが、ユーザーに直販するケースも徐々に増えつつある。輸出はユーザーから直接LCを取得して直輸出している。</p> <p>利益率のよい自販の拡大のお陰で、自販からの荒利が賃加工からの荒利を上回った。</p> <p>平成17年11月に東京都内にショールームを兼ねた営業所を開設し、自立化比率を更に上げていくことを目指している。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・もともとセールクロス（ヨットの帆）やパラグライダー用の生地製造業であり、高密度織物の技術に長けていた。 ・差別化商品への開発力マインドが旺盛である。 ・既に自立化に向けて自販を試みており、そこそこの実績を上げつつあった。 ・経営者が事業成功への強い信念をもって臨んだこと、社内に緊張感が常に漲っていた。 ・事業の妥当性、実現性を十分検討した上で、達成可能な計画を立て遂行していった。 ・小ロットの生産が出来るように生産体制を工夫した。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>韓国、中国向けが大きく伸びる見通しもあり、輸出の拡大に弾みをつけたい。欧米にも更に注力していく。今後も有効な国内、海外の展示会への出展を通じて、又、都内に開設したショールーム兼営業所を積極的に活用して、5年目の売上目標（460百万円）を前倒しで達成させたい。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>自社新商品の商標登録を行い、展示会などで高い評価を得、着実に販売実績が上がっている。本事業の将来性に大きな自信と確信を持った。</p>		

樋口繊維工業株式会社	ニット製品製造	15年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>従来は、自社製造設備による編み立て、縫製等の高い技術を生かし、アパレルからのOEM生産を主体として、高品質、高付加価値ニット製品を製造してきた。</p> <p>本事業では、自社企画室、製造部門と外部デザイナーが連携して自社ブランド商品を立ち上げ、直接専門店、百貨店等小売への販売を推進する。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>新商品の開発は素材にこだわり、他社の商品との差別化をした正絹使いの「シルクファクトリー」、海島綿使いの「コットンファクトリー」、スーパーファインウール使いの「ウールファクトリー」の三つの自社ブランドを立ち上げ、営業活動を進めた。</p> <p>販路としては、専門店・百貨店・通販（テレビショッピング、カタログ）など小売向けと自社アンテナショップ（店名：ファクトリーファイブ）を開設して消費者への直販事業を展開した。</p> <p>販路開拓は順調に進み、初年度で売上計画の2倍以上、2年目においては2億円超の売上を実現し、既に5年目の計画売上を大幅にクリアする実績となっており、本自立事業が当社のもう一つの新しい柱となってきている。</p> <p>平成18年度に向けては、上記3ブランドに「リネンファクトリー」を追加し、拡大展開して行く。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・アパレルの力が衰退し、既存事業のOEM生産が大幅に受注減となり、新事業構築に社員全員が危機感を持ち、真剣に取り組んだ。 ・その中で、非常にタイミング良く新販路開拓先が新しい商材、仕入れ先を探している機会に恵まれ、順調に商談がまとまった。 ・初年度で申請経費の2倍の自己資金を注ぎ込み、積極的に事業の推進を加速させた。 ・アンテナショップの開設・活用により消費者ニーズを的確・敏速に把握し、適品の生産に反映させることができた。しかし、当然のこととはいえ、小売店向けの本事業を実施すると商品在庫は相当量膨らんできているが、自己資金を投入することで今後も事業を推進拡大していく。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>事業の立ち上げは非常に順調に進み、計画を早期に実施することが出来た。</p> <p>今後については、シーズン毎に新商品の開発を次々と進めて行くことは簡単ではないが、アンテナショップで消費者ニーズを直接把握し、社内のデザイナー、パタンナー5名と外部デザイナー2名が連携して新商品の企画開発を進めていく。</p> <p>方向としては、本事業を今後の経営の柱とすべく継続拡大していきたい。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>計画を充実させれば充実させるほど経費は増加する。また新規の事業は支出は計画できても、収入はなかなか読みにくい。従って、資金的に余裕を持って対応出来れば他の項目は努力でクリアできると思う。</p>		

フジレース株式会社 (共同申請：ミツミテニー㈱)	インテリア製品製造 (レースカーテン)	15年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>当社はラッセル編機によるレースカーテンの製造を行ってきたが、アジア諸国の台頭が著しく、この分野では彼らには勝てないと判断し、まねの出来ないオンリーワン分野への転換を目指した。</p> <p>本事業はブラインドの生地（防炎品）を特殊な和紙を材料に、横糸挿入機を使って製造するものである。和紙にはホタテ貝殻を粉末にしたものを漉き込むことで、シックハウス症候群の原因となる有機化合物を吸着する効果や抗菌、防カビ、消臭効果を持たせた。この和紙をスリットし、撚糸することで糸にし、編み込んで環境にやさしい、和紙から来る今までにない落ち着きのある雰囲気ブラインドとなっている。</p> <p>共同事業者のミツミテニー㈱と耐光堅牢度4級という染色基準もクリアした。このブラインド生地を内外のブラインドメーカーに販売していくものである。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>2004年にインテリア分野では世界最大規模の展示会、ドイツの「ハイムテキスタイル」に出展し、大きな反響で世界各国から関心を持たれた。価格が高いことや従来ない商品であるため、多少時間がかかったが具体的な詰めがブラインドメーカーと進み、国内にも海外にも徐々に採用され始めた。</p> <p>現状は計画を上回る売り上げで推移している。現在、世界最大のブラインドメーカーと商談が進んでおり飛躍的に拡大できる可能性も出てきた。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・共同申請者ミツミテニーの染色技術、特殊和紙製造技術、和紙からのスリット技術及び撚糸技術を確立することで他にまねの出来ない独自の製品を作り上げた。 ・本商品の開発は15年前からスタートさせており、試行錯誤を長期間繰り返しながら、暖めてきた。 ・開発商品が環境にやさしく、建物空間を環境・安全・健康面を保全する機能を持つもので市場に評価された。 ・価格面で妥協せず、機能と新規性を直接ユーザーに訴えることで客先からの信頼を得た。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>海外最大手ブラインドメーカーとの取り組みで飛躍的な拡大の可能性が出てきた。</p> <p>国内のブラインドメーカーへの浸透度を高め本事業を主事業としていきたい。</p> <p>従来のレースカーテンは高付加価値品のみの生産にとどめ、全社の30%程度まで生産比率を下げたい。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>独自のオンリーワン商品を開発し、ハイムテキスタイルに毎年出展することで当社の知名度は格段に上がった。国内販売にも大きなプラス材料となっている。</p> <p>蓄積した技術を活用して新たな分野への挑戦する意欲が益々出てきた。</p>		

村上タオル株式会社	タオル製造	15年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>長年タオル問屋経由でホテル・サウナ向けの業務用タオルの製造を続けているが、今治地域では希少の「後晒し・後染め」での製法を用いて自社内一貫で生産している。</p> <p>本事業ではその製造技術、ノウハウを最大限に活用して生産した吸水性が良く、少量多品種に対応した生産体制を背景にして製造し、エステティックサロン、理容・美容店分野への直販事業を推進した。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>従来事業の業務用タオル（ホテル・サウナ用等）は既存取引先のタオル問屋に販売を任せ、本事業では高級感ある素材・色・風合いを表現し、独自ブランドとして立ち上げたタオル「タオルのエム工房」を理容・美容、エステ業界を対象に直接販売を進めた。</p> <p>商品の企画においては、イメージを大切にし、きれいで楽しさのある色や使いやすく肌触りの良い素材・織組織を揃え、東京南青山にアンテナショップを開設し、展示提案しながら販売先を開拓している。また自社ホームページにオリジナル商品を掲載し、インターネットでも受注できるようにしている。</p> <p>その結果、売上げは当初予定値以上の実績を上げ、現在は全社売上げの50%を占めるところまで成長している。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・本事業を展開しようと構想を練っていた非常に良いタイミングで採択を受け、スムーズに事業実施に踏み切れた。同時に社内的にも周知・徹底し、全員が成功への意識と熱意を持って実行している。 ・中小企業はともすれば、販売促進関係の費用は出し渋るものだが、本助成のおかげで、カタログ作成、展示会出展などに思い切って費用を掛ける事ができ、自社のアピールに大いに役立った。 ・エステサロン、理容・美容店向け専用タオルの売込みという範囲の狭い業界を対象としたが、業務用タオルの製造技術と品質が認められ、順調に販路開拓が進んだ。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>特に展示会についてはエステ、美容業界向けの催事に出展したが、競合する繊維関係の出展者が少なかった為、販路開拓の可能性が大きく、その後のフォローも東京のアンテナショップを拠点として継続している。</p> <p>スタートして3年目に入っている、東京・南青山の営業拠点が大変効果を上げている。今後は更に企画を充実させて、一層の事業拡大が出来ると思っている。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>本事業スタート時は既存取引先の多少の誤解もあったが、販売対象分野をよく説明し、理解を得て、既存取引先もエム工房商品の扱いや、専用タオルの企画を組む動きも出て来ている。</p> <p>しかし、既存事業の業務用タオルの受注は減少し続けており、本事業を実施しなければ大変な状況になっていたと思う。</p>		

<p>森清タオル株式会社 (共同申請：(有)オルネット、(株)ライム)</p>	<p>タオル製造</p>	<p>15年度単年</p>
<p>1) 自立事業の概要</p>		
<p>タオル製造業界は中国からの輸入増や国内ギフト商品としての需要減などで厳しい状況が続いている。従来は、タオル問屋からの発注に基づく下請的生産をしてきたが、今回自立事業として新分野での製造、販売事業をスタートさせた。</p> <p>オーガニックコットン使いのタオル地を素材として高付加価値のペット用品、ベビー用品等を企画開発し、小売店への販売と直営ショップでの直販を進める。</p>		
<p>2) 自立事業の進捗・実施状況</p>		
<p>数年前から子会社である(有)オルネットを設立し、新分野での企画販売事業を構想し試行してきたが、今から思えば商品企画力も弱く苦戦していた。</p> <p>今回はデザイン企画、販売に外部人材を活用し、東京にショップを出して消費者の新品に対する反応を把握しながら売れ筋商品の開発を進めた。</p> <p>女性の目から見て「かわいい、買いたくなる商品」を合言葉に高付加価値の商品作りが出来た。ギフトショーやニューヨークでのホームテキスタイルショーにも出展。またペットショップ、小売店などの開拓に加え、高感度セレクトショップ「サザビー」との直接取引や大手アパレルとの提案型OEMなど大きな商談が続いている。</p> <p>その実績としては、初年度で8千万円、2年目で1億2千万円と計画を大幅に超え、順調な事業スタートとなっている。</p>		
<p>3) 成功要因</p>		
<ul style="list-style-type: none"> ・ トップの事業に対する強い熱意が社内組織・意識を成功に向けて一致団結させた。 ・ 外部人材を起用した東京のデザインルームと本社生産現場との連携が大変よく、優れた商品企画ができた。 ・ 初年度で申請経費の2倍の経費を注ぎ込み、積極的に事業の推進を加速させた。 ・ 開設店舗が公園に近く、ペットとの散歩客が購買者になるという立地に恵まれ、消費者のニーズをつかみ易い。 ・ 内外の展示会に積極的に出展し、顧客の開拓が大きく進んだ。 		
<p>4) 本事業の今後の見通し</p>		
<p>本事業の採算ラインは売上2億円と試算している。最近は大先として目標にしていた高感度セレクトショップやアパレルから、企画の提案を含めた取り組みの申し入れがあり、実現に向かって努力中である。3年目で2億円は達成できる見込みであり、5年後は計画値を大幅にクリアした売上げが期待できる。本事業が今後の会社経営の中核の事業になっていくと思う。</p>		
<p>5) 本自立事業を実施して</p>		
<p>タオル問屋からのOEM生産のみの会社が、企画・デザイン・生産・販売と、事業を一挙に広げたが、製造現場、営業など社内の意識改革に一番苦勞した。</p> <p>絶対にやり遂げるという強い意識を持ち続け、現在は企画関係、営業関係ともに優秀な人材に恵まれ、企画、デザイン、製造を兼ね備えたメーカーとして評価されてきている。</p>		

株式会社ヤマニ	その他織物製造	15年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>絹織物業からスタートし、創業80年の歴史がある。約40年前にスクリーン印刷用メッシュクロス專業の製造業に転換し、順調に拡大しながら現在まで至っている。しかし、近年、印刷方式が多様化してきており、メッシュクロスが使用されない印刷方式が増えてくる兆しもあり、今後に備えて新商品の開発が急務と認識していた。</p> <p>本事業は従来の技術を生かし、プラズマテレビのディスプレイに使用される電磁シールド用基布を開発するもの。プラズマテレビの台頭で量的拡大が見込め、印刷メッシュ專業からの転換も期待できる。ディスプレイにシールド効果を持たせ、且つ画面がクリアに見えなければならないという、相反する機能を持たせた織物の開発となる。この開発にあたり、合織メーカーに極細のポリエステル原糸を開発してもらい、自社の織機も手を加え改良しなければならない。当社で生産した織物に、銅メッキを施すことで導電性を持たせるメッキ加工が出来るメーカーへの一手販売を行うもの。27ミクロンという糸の細さとい世界で初めての技術への挑戦である。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>商品の開発が実り、採用され始めた。プラズマテレビの普及が順調に拡大していったことに伴い当該商品の販売も急速に伸びてきている。販売計画を飛躍的に上回っており、順風満帆の推移といえる。自立事業に取り組む前の従業員は43名だったが、現在、本事業の拡大により56名となっている。雇用創出にも繋がっている。</p> <p>しかし、販売価格はスタート時から比べ低下しており、今後も量的にはまだまだ拡大の見通しはあるものの、家電製品は数量が増えてくれば値下げ要請が激しくなってくる恐れがある。発注量が多量になってきたことで、設備を更に増設しなければ、こなせない状況になってきた。IT分野は技術革新が日進月歩であり、当該商品が使用されなくなる、あるいは激減するリスクは常に考えておかねばならない。価格的にも益々厳しくなることも予想される。現在も一部、受注をことうっており、ある一定量以上は受注しない方針とし、自社内の生産シェアを一定以上増やさないことにした。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・ 従来事業の印刷用スクリーンメッシュにおいて、年々印刷技術の革新が進んでおり、それに対応してきた為、自社の技術の相当のレベルアップをしてきた。 ・ 新たな分野への進出をしなければならないという意識がトップをはじめ社内に漲っていた。 ・ 既に当事業の構想を持って開発を始めたところに自立事業とタイミングが非常によかった。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>本事業は順調すぎる程のレベルで推移している。ただ、本事業については上述の理由から現行以上の拡大はしない。本事業で開発チームを発足させており、2～3年毎に新たな分野、商品に挑戦していこうとしている。現在、次のターゲットも決定しており開発をスタートさせている。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>新分野に挑戦するにあたり、初めてプロジェクトチームを編成して取り組み、目標以上の達成を果たしたことで、やれば出来るという自信が社内に芽生え、社員への大きな刺激となった。中小企業でもキラリと光る存在、利益を出していくことで社会に還元できる会社となりたい。NHKのプロジェクトXに取り上げられるようなプロジェクトをやろうと社内で夢を語っている。</p>		

株式会社吉村ニット	ニット製品製造	15年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>問屋経由のアパレル向け OEM 生産が主体であったが、この下請生産から脱却するために、自社独自のブランド商品の開発に努めてきた結果、従来のニット製品（カットソー）に横編生地（セーター）や布帛を組み合わせて縫製し、その上にインクジェットで一枚一枚製品プリントを施すことで他社とは一線を画した商品「YOSHI・YOSHI」を開発。この商品のブランド力を高めるには、まずは欧米に輸出販売し知名度あげることが先決と考え、本事業では海外輸出（特に米国向け）を主体とする販売活動を行っている。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>初年度、2年目共に計画を大幅に上回る輸出実績を上げているが、3年目も計画の1.5倍の売上が見込まれている。海外で順調に拡販していることが、国内アパレルメーカーからも注目・評価され始めており、平成17年度の自社の決算（1月決算）は過去最高の売上・利益が見込まれている。</p> <p>「YOSHI・YOSHI」ブランドは海外輸出のみならず日本国内でも販売しているが、販売代理店は2社に絞り込み大量販売ではなく、商品のオリジナリティを高めるような販売活動をおこなっている。</p> <p>現在は婦人物ニット製品（対象年齢40歳～50歳）が主体であるが、布帛も複合することでパンツ、ジャケット、コート等も製造しブランドの総合化を進めていく。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・経編ニット（カットソー）に横編ニット（セーター）をドッキングし、その上にインクジェットプリントを施した商品は米国では存在せず、新鮮な商品として高い評価を得ている。 ・米国はジーンズ社会であるが、上述の商品はジーンズの上に良く合う単品商品として受け入れられている。 ・日本のアパレルメーカー向けの OEM 生産に長年携わってきた結果、縫製技術、商品開発力等のものづくり技術力は磨かれてきている。このものづくり技術力にカットソー、セーター、布帛、プリントを複合させたオリジナル商品を生み出したことが国内外での拡販に繋がっている。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>海外輸出販売の突破口となったのは、米国／ニューヨーク市で毎年二回開催される、婦人服の展示販売会であるコーテリー展に出展したことである。この展示会には全米各地からバイヤー（販売代理店も含む）が来場し発注していくが、展示会一年前から市場調査を続けてきたことが効果を発揮し、初回から優良顧客を獲得することが出来た。現在も展示会に出展するのみではなく、その前後に市場調査・販売活動を兼ねて米国を訪問し市場のニーズを掴む努力を続けている。</p> <p>一方、米国で販売実績を上げているという事実が、日本での販売活動の際にも話題となり、販路拡大に大いに役立っている。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>以前より輸出事業を模索していたが、今回の自立事業が大きな後押しとなった。正直なところここまで商量が拡大するとは考えておらず、現在は生産ラインの再構築等に追われる毎日である。単年ではなく、2年間の申請をすべきであったと実感している。</p>		

株式会社エイガールズ (共同申請：㈱シミズ産業)	ニット製品製造	15・16年度2年間
1) 自立事業の概要		
<p>商社・問屋からの賃加工やアパレルからのOEM生産を主体にニット生地を取り扱って来たが、取引先が海外生産を増加させて受注数量が減少し、価格的にも厳しい状況となってきた。</p> <p>この状況を打開する為にニット生地を本社である和歌山で開発し、東京の営業拠点の営業力、情報収集力を最大に活用し、縫製業者と共同で自社オリジナルカットソー製品を国内外に販売する製・販直結の新事業を展開する。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>初年度より東京・神宮前にアンテナショップの開設や、パリ・ニューヨーク・上海等の海外展示会にも積極的に出展し、営業活動を進めている。</p> <p>その結果、初年度、2年度ともに計画の2倍以上の実績を残すことができた。</p> <p>販路としては輸出が約3分の1で、国内が約3分の2である。国内の販路は百貨店を含む大型小売店と地方小売店が半々ぐらいである。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・OEM生産で培ってきた顧客満足度を高めるノウハウを感度・品質面に生かして自社ブランド商品の開発を進め提案した。 ・米国市場では商品が良ければブランド知名度が無くとも展示会で受注することが出来た。一方、中国は、有名ブランドを望んでおり、現状では売込みは難しい。 ・本自立事業のような新事業の構築については、社長のビジョンと強いリーダーシップに基づきスタートし、それを社員一丸となって企画・製造・販売を進めユーザーの信頼を得ることが重要である。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>本自立事業が当社の新分野や拡大経営の今後の方向性と思う。</p> <p>次の展開としては、フランスにショールーム・営業拠点を設置し、EU圏に着実に売り込みをしていく予定である。</p> <p>一方、ショップ運営については、採算が取れていない現状であり、もう少し合理的な場所への移転を検討中である。しかし直営店舗は消費者動向の把握やプレゼンの為に必要であり、継続運営していく。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>ニット生地メーカーが、カットソー製品販売の事業を展開していくことは自らがアパレル化することであり、在庫リスクが増加し、資金量も増加することになるが、当社ではショップでの販売品以外は受注生産を基本として実施している。</p>		

佐藤繊維株式会社	ニット製品製造	15・16年度2年間
1) 自立事業の概要		
<p>下請け賃加工形態からの脱却を目指し、紡績から製品まで一貫した製造ラインを保有することをメリットにした独自の企画・研究・開発により、ファッション性の高い高付加価値ニット製品を製造し、新規販路へ積極的に販売する。</p> <p>30歳から40歳代の高所得キャリアの婦人層を販売ターゲットとした商品を企画開発し、海外及び国内での展示会・ショールーム展をベースに自社で受注・生産・販売を行なう。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>「自分で創って自分で売る」精神を貫き、常に自社でしか作れないオンリーワン商品の企画を行ってきた。</p> <p>高付加価値商品といえども、その商品力を強くする方法として、ブランド力が必要であり、自社ブランドの3つが順調に認知されてきた。</p> <p>ニューヨークの展示会「コーテリー展」に出展したことで絶大な評価を得て、手応えをつかんだ。また、ニューヨーク、ロサンゼルスにおいてセールスレップを介した販売体制を構築し、受注生産方式で受注活動を実施し、米国での販売が本格化にしてきた。</p> <p>国内も大手セレクトショップに自社オリジナル製品とともに、他社ブランドとのダブルネームによる新規取引も増え順調に収益を上げられるようになってきた。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・「自分は世界の中で何が一番なのか」を知ることが重要で、どこにも真似できない強い商品を創ることが成功のカギだと実感している。 ・販路開拓においては、とにかく実践し、そこから得られる答えを自分で見つける事が必要。他人から聞いた事などは参考にはなるが、最終的には自分の考えがどうなのかである。 ・特に海外に販路を見出す場合は、多大な勉強代と時間も必要であり、実践が何よりも重要である。 ・ニット製品の一貫製造体制でのオリジナル企画商品の完成度が高く評価され、立ち上がりから順調に実施する事ができた。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>常に徹底したマーケティングを行っているので、市場と遊離せず、計画そのものが現実的で、地に足の付いた展開である。</p> <p>今後は世界展開を本格的にスタートさせるべく、展示会・ショールーム展への出展を積極的に仕掛けていく予定である。(ホンコン、ロサンゼルス、ダラス、パリ、イタリア)</p> <p>また、本事業を会社の柱事業とすべく社内デザイナーの育成、販売部門での人材確保、輸出入業務知識、技術の伝承等、人的資産の更なる強化を計っていきたい。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>夢の実現に向けスタートするきっかけとして大変ありがたい支援であった。</p> <p>会社の舵取り役としてのリーダーシップの重要性を大きく感じた。前進するための鳥瞰図的視野と決断力が身に付いた。</p> <p>自社企画商品の製造・販売には大きなリスクが伴うため、事業の効率化を計り、常に余裕を持ちながら、自社の意見を主張出来るビジネスの構築を目指したい。</p>		

辰巳織布株式会社	綿織物製造	15・16年度2年間
1) 自立事業の概要		
<p>短繊維織物の織布業として昭和35年設立で、生機の下請け的賃加工が中心である。本事業では従来の生機製織による賃加工から脱皮する為に、染色加工場との連携により、自社開発の織物を染色加工し、染め上げ織物の販売事業を推進する。</p> <p>販路開拓については、内外の展示会にオリジナル商品を出展し、アパレル・加工問屋などに提案していく。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>初年度から自社の得意とする高密度製織技術を活用した新商品の開発を積極的に進め、営業員も採用し、販路開拓に努めた。</p> <p>展示会への出展も15年度で、国内4回、海外3回、16年度も国内6回、海外3回を数え、全て社長自ら来場者の対応をした。</p> <p>その結果、賃加工から自立化への販売比率が徐々に増加し、初年度、2年目共に当初の売上計画値の3倍、2倍の実績を残した。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・従来から織布業の将来について、生機の賃織りから加工反販売への転換を考えていた時に本事業を実施することが出来、加速的に推進できた。 ・自社の特長を高密度織物技術に集約して新商品開発を進め、セールスポイントのある高密度・細番手使いのオリジナル商品を提案することができた。 ・自立事業に採択されたことで、会社の知名度と信用が補完され、素材メーカー、染色加工場販売先共に良い取り組みの連携が出来た。 ・数多くの展示会に精力的に出展もしたが、海外の有名ブランドに採用されたことが国内のアパレル向けにも良い影響を与えた。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>加工反販売の新事業では、染色加工に対する知識やアパレル業界の慣習への対応など克服していくべき問題点は多い。織布業としての生き残り、勝ち残れる経営をするには付加価値の高い商品を取り扱う本事業の成功が必須と考えている。5年後の計画値も必ず達成させたい。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>前向きに事業を展開したことにより、加工問屋など新しい取引先との取組みや、染色加工場とのコラボレーションが構築できており、今後の展開が進めやすくなった。</p> <p>販路を川下段階へ求める新事業では、従来とは違った営業力が必要であり、その業務に精通した外部人材とコンサルタント契約をしたが、期待していた効果は上がらなかった。従って今は自社で進める以外には方法は無いと営業員を増やし努力している。</p>		

ツバメタオル株式会社	タオル製造	15・16年度2年間
1) 自立事業の概要		
<p>国内タオル製造業は海外からの安価な輸入品の流入で、生産減を余儀なくされている。</p> <p>また最終製品を製造しているにも拘らず、タオル問屋からの下請的受注生産が中心で、流通経路も一次問屋、二次問屋から小売店、ユーザーと複雑である。</p> <p>本事業では海外では出来ない環境に配慮した生産工程の下で、人に安全で優しい高付加価値商品の開発を進め、東京にアンテナショップ兼ショールームを開設し、主に企業、団体、組合及び外商等をターゲットに企業の販促用タオルを直接販売していく。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>人と環境にやさしい物作りを目指し、製造工程においてサイジングでは化学糊を使わず天然糊を使用し、晒工程では苛性ソーダを使わず酵素で精練し、染色では食品色素や飲料による染めを行い、安全・安心な付加価値のある商品開発を進めた。</p> <p>販売については実績のある営業員の採用とジャパングリエーションなどの展示会に出展し、安全・安心な商品のアピールとともに販路開拓を実施した。</p> <p>販路としては直接ユーザーにアプローチすることで、新規顧客を開拓した</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・ 出展した展示会で上記製造法による開発商品を「食べれるタオル」（食しても害がないの意）のタイトルでアピール、大きな反響とマスコミの取材を受け、PRすることができた。 ・ 自立事業に採択されたことによる信用も得て、セールスプロモーション部門や外商部門を経由して有名企業の販促用名入れタオルの受注が進んだ。 ・ 東京にアンテナショップ兼ショールームを開設したことにより、得意先に対する新しい情報発信基地として、実際に商品を見ながら、国産タオルの良さをアピールすることができた。また営業の拠点として活用することで、フットワーク良く販路開拓を進めている。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>東京に営業の拠点を持ったことにより、得意先へのアピールが順調に進み、現在で約100社と取引が続いている。</p> <p>開発した新商品の方向性も時代の流れに沿っており、5年後の売上計画を十分にクリアできると思っている。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>直接ユーザーと接することで、日本製商品の良さ、優位性を説明する機会に恵まれ、相手からは情報、要望などを入手できるメリットは今後の新商品開発の方向を決める重要なヒントとなっている。</p> <p>従来の下請的タオル製造業から、自ら企画し販売する総合タオルメーカーへ業種転換を目指しているが、その第一歩は社員の前向きな意識改革であると考えている。本事業を実施したことで、社員にその意識が芽生え始めている。</p>		

株式会社ドゥ・ワン・ソーイング	縫製（織物）シャツ	15・16年度2年間
1) 自立事業の概要		
<p>大手シャツアパレル企業の下請縫製メーカーとして、有名ブランドシャツの縫製を長年続けてきた。近年は中国製品等の輸入増による受注減や価格低下、少量多品種に伴う生産効率ダウンなど厳しい状況になっていた。</p> <p>本事業では従来からの取引先である有名セレクトショップからの受注生産で蓄積された手の込んだ特殊縫製技術と少量生産の管理技術などを生かし、一枚から受注できる「パターンメイドシャツ」の企画・製造・販売を実施する。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>「パターンメイドシャツ」とは、生地サンプル帳から使用生地を、7パターン 275 サイズの中からシャツスタイルを選択し、ネック、袖丈などの寸法を採寸し、個別にオーダーを受け、一枚ずつ生産し、納品するシステムである。</p> <p>数年前には川下への展開を構想し、消費者（個人）を対象に、要望のある個人のところに採寸に出向く「出前オーダー事業」をスタートさせたが、受注量がまとまらず挫折した経緯がある。従い、本ビジネスモデルは販売先を紳士服のお誂え店、オーダーメイドのチェーン店など小売店を対象として展開した。</p> <p>初年度は販売受注体制の構築と小売代理店の募集に全力を注ぎ込んだ結果、新しい商材を求めていた小売店の開拓が順調に進み、計画以上の350店と取引がスタートした。その結果1年目、2年目とも計画以上の売上実績となった。</p> <p>事業実施前は100%賃加工であったが、現在は本自立事業が55%を占める迄になっている。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・本販売システムは、当社は使用生地のランニング在庫が必要となるが、全て受注生産であるので製品の見込み在庫をする必要はなく、在庫を必要最低限に抑えられる。また毎月新柄生地を数点追加することで新鮮さをアピールしている。 ・本業が不振となっていたスーツのオーダーメイド店などは何か新しい商材を求めていたタイミングであった。取り扱い小売店は店頭在庫の必要が無く、前金であるので売掛金は皆無であり資金負担の必要が無いメリットがあり小売店に大変評価された。 ・小売店にダイレクト販売という販売ルートの短縮でコストを大幅に下げることが出来たことで、消費者に魅力的な価格体系や、オーダーという満足感を打ち出せた。 ・賃加工からの脱却を合言葉に本事業の拡大推進をトップがリードし、全社員に徹底させた。 ・知名度UPのため、メンズファッション雑誌、新聞等に広告宣伝もしたが、本自立事業に採択され、多くのメディアの取材・紹介があり、小売店の開拓がスムーズに進んだ。 ・取り組んだ紳士服オーダー店から口コミで他のオーダー店を紹介してくるケースもあった。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>メンズシャツの小売店ルートのみで計画値はクリアしているが、インターネットでの販売とレディスシャツ分野にも進出し、更に拡大を進める。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>当事業のおかげで、小口対応できる受注・発注のシステム開発とカタログ、見本帖、広告宣伝など販売促進関係を思いきり実行することができ、自力で計画を実行するより2年は前倒しできた。</p>		

林田株式会社	ニット製品製造	15・16年度2年間
1) 自立事業の概要		
<p>1940年にニット製品製造下請業としてスタート。アパレル向け OEM 生産が主体であったが、中国より上質のカシミア原料を常時輸入し、自社工場（紀伊田辺）の技術力を活かすことにより、カシミアニットの林田として認知されるに至った。</p> <p>OEM より脱却するために従来より自社のブランドを立ち上げ主体性を持った事業を模索していた。本採択事業は平成15年度では、紳士・婦人用カジュアルブランドを立ち上げ、百貨店／専門店向けに直接販売し、翌16年度では、百貨店／専門店の店頭を借りて展示販売会を開設し直接消費者より受注販売していくものである。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>平成15年度の事業は自社のファクトリーブランド「ハンドアーツ」を立ち上げ、初年度は順調に推移。</p> <p>2年目には紳士・婦人服（布帛製品）の企画会社を傘下に組み入れたことにより、製品の幅が広がり国内はもとより、海外（イタリア／ミラノ）に於いても現地のメーカーとの提携ができ、同ブランド商品をイタリアで展示販売できることになった。</p> <p>一方、平成16年度の事業は百貨店、専門店の店頭にて消費者から一枚一枚を受注し、自社工場にて短納期にて納品するという、完全なパーソナルオーダー用受注即売事業である。</p> <p>05年秋冬シーズンに向け20回の受注会を開設したが、評判はすこぶる良く本事業も初年度、2年目ともに計画以上の売上で推移している。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・ファクトリーブランドを立ち上げた際にはニット製品のみであったが、布帛製品の企画会社を傘下に収めたことにより商品の幅が広がった。又、販路を従来の販売先よりセレクトショップを中心とした専門店に切り替えたことにより、新規取引先が拡大した。 ・中国から上質のカシミア原料を常時輸入し、自社工場で一枚一枚丹念なものづくりを心がけてきたことが、客先よりの信頼度が増し新規オーダーの受注に繋がっている。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>15年度事業、16年度事業共に計画以上に推移しており、5年後の数字も計画以上となることを確信している。今後は自社ブランドの更なる拡大のために、イタリアの展示会ピッティ・ウオモに出展していきたい。</p> <p>自社工場を駆使して一枚一枚のパーソナルオーダー受注を行っているが、販売商品のアフターケア（修繕）に留意することで顧客との繋がりを深め、リピートオーダーを獲得していく。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>OEM 生産脱却を目指して本事業を企画していた折に自立事業に採択されたお蔭で、前に進む勇気が倍増し、それまでの社内の沈滞ムードが一掃できた。2年間採択されたことを多いに感謝している。</p>		

和毛織株式会社	毛織物製造	15・16年度2年間
1) 自立事業の概要		
<p>従来事業は紳士用80%、婦人用20%の比率で毛織物の服地を大手アパレルメーカーに納入している。</p> <p>本事業では25歳から35歳の男女をターゲットにした、高品質な自社企画のカジュアルブランドを立ち上げ、独自の最終製品を自ら製造・販売するビジネスモデルを構築する。</p> <p>自社の織物を中心とするが、国内の織物メーカー、ニットメーカーからも素材を調達し、国内縫製工場で製品化し、セレクトショップ、百貨店及び直営ショップで直接消費者にも販売する。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>「日本人による、日本人のために作られた、大切に長く使える価値のある商品」をモットーに、外部よりデザイナー、パタンナー、プレスMDなどの人材を起用し、独自の企画でライフスタイルを提案する。息の長いカジュアルブランドを目指し「ピーナツ・レーベル」を構築した。</p> <p>東京神宮前に直営ショップ「ピーナツ・レーベル・ストアー」を開設し、一般消費者へ直接販売している。また、全国のセレクトショップやブランドのテイストがマッチした阪急百貨店やほか数社に取り上げられ、順調に事業がスタートしている。</p> <p>売上もほぼ計画通りで推移している。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・尾州産地の毛織物をベースに高付加価値製品をきっちり作り、適正価格で市場に提案した。 ・消費者やバイヤーから素材が良く、製品の品質も良いとの評価を得ている。 ・成功要因の最大のポイントは代表者の人的ネットワークから、デザイナー（バーバリー出身）、パタンナー（コムデギャルソン出身）、プレスMD（アングローバル出身）など、婦人アパレルのプロフェッショナルを外部人材として起用することが出来、良いチームとして機能したこと。 ・ファッション雑誌に取り上げられ、ショップのPRと掲載商品の販売が進んだ。 ・製品部門を持ったことにより、直営店舗でのダイレクトな消費者の反応や、専門店・百貨店ルートから取得した多様な情報などを新素材、新企画開発に生かすことができた。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>ブランドを大切に育てる為、セレクトショップへの販売は競合を避けて、一都市一店舗を守っており、現状の規模は小さいが徐々に拡大していく。現状のスケールでは未だ採算ベースに至っていないが、百貨店への新規出店が決定しており、更に2～3店舗の拡大が出来れば採算ベースに乗る為拡大に、努力を続ける。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>社内外に「新しいことにチャレンジしている」との前向きな会社と印象を与えることができた。</p> <p>織物からの販売から、製品の販売までのトータルな事業展開に道筋がついた。既存事業が年々減少している中で、新事業進出の絶好なタイミングに助成を頂き、是非とも成功させてモデルとなる様な事業に成長させたい。</p>		

渡邊パイル織物株式会社	タオル製造	15・16年度2年間
1) 自立事業の概要		
<p>タオル問屋の企画であるライセンスブランドやキャラクター物のタオルをOEM生産してきたが、生産地を海外にシフトされ受注量の減少が続いている。</p> <p>従い、本事業では長年蓄積してきた技術力を生かし、エンドユーザーの要望する新商品の開発を綿細番手・超長綿など高級な新素材を使用して開発し、それをファクトリーブランドとして展示会出展と自社ショップで提案するとともに、アパレルや小売店等の販路開拓を推進する。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>今まで世の中に無かったタオル生地を素材にこだわりつつ開発し、高付加価値商品の開発を高級綿糸で有名な紡績と組んで多点数の試作を自社企画開発した。</p> <p>この開發生地で従来のタオル問屋ルート以外のアパレルやリビング、ホームファッションの小売店等を対象にした展示会出展することにより提案した。</p> <p>今年度は、テキスタイルネットワーク、ジャパנקリエーション、CBFなど11回の出展でアピールし、成約につながってきている。</p> <p>売上げ実績は各年度共に計画の2倍以上となっており、5年後の予想売上も計画値を大幅に上回る見通しである。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・今まで考え、暖めてきた多数の開発商品を試作でき、各分野に提案プレゼンすることができた。 ・展示会の出展には営業人員が少ないこともあり、社長自ら総ての展示会に出向きPRに努めた。新開発商品が認められ、アパレルのみならず専門店、セレクトショップなどとの取組みが出来はじめた。 ・新開発のカシミヤ、ヤク、キャメルなど高級獣毛混ブランケットシリーズは大変好評で、高価であるにも拘らず、成約が進んでいる。尚、当商品はジャパנקリエーション2006のテキスタイルコンテストでエコロジー部門賞を受賞した。 ・また、C・B・F、J・Cなどの展示会の出展者同志で連携が生まれ、共同開発や優良顧客の紹介など他分野への展開も出来てきている。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>新開発のファクトリーブランド商品を自社ショップでプレゼンしながらユーザー、消費者の声を聞き取り、商品開発に反映させたマーケットイン型開発提案を基本にビジネス構築を進めていく。</p> <p>従来はタオル問屋のOEM生産が殆どであったが、本事業の実施を通して提案型ビジネスとはどういうものか、またその実践方法が理解できたので、今後の会社経営を支える柱事業に発展させていく。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>本事業の実施前は問屋からの下請的受注生産であったが、現状は当社からの企画提案による受注生産及び自社リスクでの販売が約70%となっている。</p>		

株式会社アクラム	ニット製品製造	16年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>1993年より製造拠点を中国に移し、スポーツウェアの対日輸出の拡販を図り、95年には東レ/香港と珠海に合弁の縫製工場を設立。大手アパレル及びスポーツメーカー等にパジャマ、ユニフォームを供給してきた。しかしながら、2000年頃より価格競争が激化し、大手メーカーのOEM生産に頼っているだけでは自社が生き残れないと判断し、03年度より路線を変更。自社企画商品(ユニフォーム)を日本国内で生産・販売することに着手し、全国のスポーツ小売店(小規模小売店)に、直接販売していく事業を手掛けることにした。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>以前は賃加工・OEMが売上の8割を占めていただけに、小売販売のノウハウは全くなく、小売、それもスポーツ衣料販売店に直接販売するものであるため、当初は大変苦勞した。しかしながら全国のスポーツ販売店を駆け回り、店主と直接話し込むなど顧客確保に努めてきた結果、現在では百数十店舗に販売を行っている。</p> <p>これらの店舗よりは毎日オーダーが入ってくるが、少ロット(最小一枚)短納期(最短一週間)対応により、初年度は計画達成、2年目も計画を上回っている。大手スポーツアパレルは供給商品(ユニフォーム)のサイクルを2~3年とし、メーカー主導の企画品を販売しているが、当社はお客様個人のデザイン要望も取り入れ制作しているため、大手メーカーでは出来ないきめの細かい対応をしている。今後とも顧客管理を徹底し、スピーディーにオーダーに対応することで当社独自の販売体制を構築していきたい。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・平成13年頃よりOEM生産から如何に脱却するか of 構想を練っていたので、今回の自立事業に応募するに当たっては十分な準備期間があったことが大きい。 ・従来より熱転写またはシルクプリントでユニフォームにマーキングをする加工をしていたが、発想を転換しマーク部分ではなく、地染部分を捺染する無地転写プリントを開発したことにより、生地 of 在庫リスクが大幅に削減でき、又、少ロット対応が可能になった。 ・CAD/CAMシステムを導入したことにより、生産能力が大幅に向上した。 		
4) 本事業 of 今後の見通し		
<p>初年度は計画をクリアし、二年目も計画を上回ると予測できるが、現在は大型ショッピングセンターが隆盛を強めるにつれ、街のスポーツ店が減少している傾向であり、06年度以降は売上拡大は難しいと予測される。しかしながら、お客様にはオンリーユーのユニフォームを一枚から提供できるという付加価値を活かし、消費者がこんな商品が欲しかったというような商品を提供していくことにより、益率 of 高い、そしてリピーターを確保できる事業に育てていけると確信している。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>中小メーカーであっても、自社開発商品を自社の販路を持ち、そこに販売していくことの重要性が理解できた。現在はニット商品が中心であるが、今後は素材開発(布帛商品)及びプリント技術の向上に努めることによりオリジナル商品を開発していきける自信がついた。</p>		

井上インテリア株式会社	インテリア製品製造	16年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>ジャガード織カーテン生地 of 製造業で、オーダー用カーテン生地を商社経由または直接インテリアの大手問屋に納入している。</p> <p>今回の事業ではオーダーカーテン生地製造で蓄積された「井上インテリアダイレクトジャガードシステム」の開発生産ノウハウを活用し、短納期・小ロット・多品種に対応した製織方法、デザイン、色のコーディネートとサイズを豊富に揃えた既製カーテンをホームセンター、量販店、インテリア専門店など小売店に直接販売する。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>従来のインテリア問屋等からの不確定な仮借に基づく生産体制からの脱却を目指し、「リテール・リンク・システム」を構築した。このシステムを稼働させることで販売、市場情報を即時に取得し、在庫管理、生産情報に反映させ、回転効率を上げ、欠品の排除や販売機会ロスの軽減に役立てた。</p> <p>既存カーテンのサイズは通常7サイズであるが、本事業では上記システムの導入もあって51サイズを展開し、消費者のサイズに対する要求は、ほぼ100%対応することが出来るようにした。</p> <p>初年度は大手ホームセンターや量販店への販路開拓ができ、計画売上に対して、3倍の実績を残すことが出来た。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・永年のオーダーカーテン生地製造業として培ってきた経験・知識により、既存の既製カーテンに対する一般消費者の不満な点を解消できる品質・種類・サイズを取り揃え、流通をカットし、より良いものを適正な価格で打ち出したことが市場に受け入れられた。 ・市場トレンドの変化が早い業界であるが、リテールリンクシステムの導入により、売場動向、売れ筋を的確につかみ、少量、短納期生産で欠品を大幅に減少できた。 ・新規開拓先であるホームセンターとの取り組みが順調に進み、新規オープンの5店舗に納品。更に地方量販店やカーテン専門店への販路開拓が進んでいる。 ・新規販路開拓において、既製カーテン売場を提案すると共に「リテール・リンク・システム」による欠品の少ない、在庫管理システムを提案している。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>今後は売上を年々拡大し、3年目では本事業を軌道に乗せ、5年後では更に大きくすることができると思っている。</p> <p>また、このシステムを活用して在庫を常に適正在庫に推移させ、今後は販売先とネットでのデータ交換により、ペーパーレスに発展させていく。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>会社経営の方向性について思案している最中で、小売店への直販事業に挑戦でき、良い結果が出ていることは、社員のやる気に繋がってきている。</p> <p>従来の商社、問屋依存体質から、徐々に小売店への販売が進み、利益率も改善してきた。</p>		

今井タオル株式会社	タオル製造	16年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>タオルケットを主力に、寝装・リビング問屋からの受注によるブランド物タオル製品全般を製造している。タオルケットの生産量は年間40万枚で国内一のシェアを誇っているが、最近では輸入品が増大し、生産減を余儀なくされている。</p> <p>本自立事業では、従来のタオル売場のイメージを払拭した商品企画（タオルで作った小物雑貨をケーキ屋、花屋の雰囲気のパッケージする）を武器に、東京に開設したショップでの直販と従来のタオル売場以外のファンシー雑貨専門小売店へ販売する事業を推進した。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>新商品の企画立案に外部デザイナーを起用し、自社企画部門と連携して開発したアピール力のある自社ブランド「fill-usine」（フィルユージーン）が立ち上がった。</p> <p>新商品はケーキ屋のイメージの「ショコラ」、花屋をイメージした「プラント」、モノトーンモダンの「バロック」などのシリーズを約100種類300点余りでスタートしたが、その後アイテムを増やし、現状は約200種類500点以上になっている。</p> <p>新規販路は従来のタオル売場よりもファンシーグッズの雑貨小物店や花屋、コーヒー売場、喫茶店など繊維品以外の売場が順調に開拓できている。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・従来のタオルのイメージから脱皮した新しいコンセプトに基づく新商品の開発がイメージ通り出来た。また商品のユニークさから雑誌に取り上げられアピールできた。 ・ギフトショー、ジャパנקリエーションなどへの出展で、ターゲットとしている繊維以外の売場の開拓が順調に進んだ。もちろん展示会後において徹底したフォローをしている。 ・東京に開設したアンテナショップは今治が本社の当社にとっては営業の拠点として、プレゼンの場として非常に利便性を発揮している ・新規採用した営業社員が優秀で成績も上がっている。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>助成の終了した本年7月からが本当の意味でのスタート地点だと肝に銘じ、努力を続けている。</p> <p>スタートから半年で約100社との取引が始まり、現在は約200社の小売店と取引をしている。</p> <p>実績は初年度、2年目と計画の約2倍以上の売上げとなっており、5年後では計画値を越える2億円達成を見込んでいる。</p> <p>更に今後は新しいアイテムを投入し、小売向け本事業のシェアを拡大していく。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>首都圏の新規取引先のフォローが今治からでは充分に出来ないが、東京に拠点を持ったことの意義は大きく、重要なことであった。</p> <p>小売向け事業の展開については、当初問屋からの圧力があつたが、今後の会社経営には不可欠と判断しており、勇気を持って拡大していく。</p>		

大郷カネタ株式会社	縫製（織物）シャツ	16年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>平成13年、シャツメーカー カネタ(株)が倒産に伴い、その子会社であった当社を現代表者(元カネタの幹部)が買い取り、従来の商権(オーダーシャツの下請縫製)を引継ぎ、厳しい環境下ながら再スタートした。その後、商圏拡大させたが下請縫製である以上、今後の生き残りは困難と判断し、オーダーシャツの消費者への直販をする自己完結型業態への転換を決意した。アンテナショップを設置し顧客開拓に注力することで比較的順調に小さいながらも拡大出来た。しかし、本格的な直営店展開を図り更なるスケールアップを目指したが資金面から推進できないでいた。</p> <p>本事業は直営店を開設することで自己完結型業態への確固たる地盤を築いていく。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>平成16年10月に東京三田に直営店を開設したことにより、地道な販促活動とも相まって、飛躍的な売上拡大をすることが出来た。更なる店舗展開を促進させるために増資と私募債の発行により資金を準備し、平成17年7月には東京日本橋と本郷、11月には駒込に開店し、直営4店舗体制を敷いた。</p> <p>独自の販売手法が効を奏すとともに日本経済新聞に記事で紹介されたこともあって、販売に弾みがつき計画を上回る業績で推移している。</p> <p>生地は日本製を使用しており、以前のつながりを生かし、西脇産地からの直接仕入れのルートも開けた。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・もともとオーダーシャツの生産能力、技術を保有していた。 ・明確な目的と周到な計画と準備がなされていた。 ・1枚1万円、2枚1万円、3枚1万円と消費者にも魅力的な独自の販売手法が支持された。 ・顧客の半数はリピーターになってくれ固定客を押さえられる。 ・受注生産のため生産ロスもないし、効率も高い。 ・運転資金も原則前金のためなんとか回る。 ・代表者が元親会社(カネタ)の幹部で業界を熟知していたことと、強いリーダーシップ。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>平成18年に市ヶ谷に出店を計画している。直営5店舗体制で特定のエリアを囲い込む形が完了するので、その後は当面の間、本事業をより充実させることに専念する。</p> <p>下請縫製(工賃加工)は増やさないが現在の規模は維持する。苦しかった再スタート時にお世話になったので当方から断ることは出来ない。自販のウエイトを80%まで引き上げ、工賃加工20%に止める構成にする計画。</p> <p>販売が拡大してくれば生産能力に支障をきたす恐れもあり提携工場の開発も急がれることになる(業界では優れた技術を持ちながら閉鎖の危機に追い込まれようとしているオーダーシャツ専業工場があり)。</p> <p>5年後の平成22年には直営店10店舗体制を目指している。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>業態転換に向けて推進するが銀行などの信用がまったく得られず悶々としていた時、本事業の採択で大いなる可能性を与えてくれた。</p>		

金野タオル株式会社	タオル製造	16年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>従来の取引形態は問屋からの下請的受注生産、OEM が主体であった。近年タオルは中国からの輸入攻勢が激しく、問屋からの受注も先細りの傾向が続いている。価格への対応も益々厳しくなってきた。本事業はオリジナル商品として4つのハウスブランドを立ち上げ、ギフトカタログ業者や小売店への販売と自社工場内に直営店を設け、自ら消費者に販売する。また、ネット販売も視野にいれている。商品は原材料から色柄・デザイン、蓄積された生産技術でこだわりのタオルを開発する。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>環境・健康にやさしいをコンセプトに、原料を吟味し、無漂白、無染色でエコマークに認定されたタオル、肌を弱酸性に保つタオル、本物志向で高品質のタオルなどを企画開発した。本事業でコンサルタントとデザイナーを外部人材として活用しており現在に至っている。従来の販売先と競合しないギフトカタログ小売問屋などに独自で新規販路を開拓し、売り上げも徐々に増えている。</p> <p>ファクトリーショップをオープンさせ、ショップ名をブランドとし、色数を揃えたカラータオル等消費者のニーズに応えるこだわりのタオルを品揃えし顧客も徐々に増えつつある。「商品の価値を訴えることができる売り場」を念頭にショップ運営を行っている。</p> <p>ネット販売は楽天に出展していたが、思うように売上が上がらず、通販王国に切り替えを決断した。販売は計画を上回っており、2年目以降も順調に拡大できると考えている。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・ 従来から現状を打開するためにこの計画を温めていたので本事業をスムーズに実行に移せた。 ・ こだわりのタオルを開発したことと色柄を豊富揃えた。 ・ 「自分でつくったものは自分で売る」を合言葉に経営者から全社社員が一丸となって取り組んだ。 ・ 直営店を設置したことで消費者のニーズが把握しやすく、商品開発にフィードバックできた。 ・ 日々の地道な販路開拓を継続して行った。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>ギフトカタログルート、直営店での販売は徐々に増えている。小物・雑貨の専門店にも販路開拓の手ごたえを得ている。市場での商品の評価が高まってきている。販売するための準備や仕組みが十分整ったので、販路の拡大をして売り上げ増大を図り、本事業を軌道に乗せたい。</p> <p>従来の OEM 生産についてもオリジナル企画を進め、当社が主体性を持った取引となるよう努力していきたい。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>以前から現状の取引形態では会社の将来は暗いと考え、何とか自立の道を探らなければならないと常々考えていた。問屋への販売では消費者のニーズがわからず、出来るだけ消費者に近いところで販売したいと考えていた。</p> <p>本事業で温めてきた構想を現実のものとし具体化できたことには大変感謝している。「自分でつくったものは自分で売る」という精神で今後も頑張っていきたい。</p>		

黒木織布株式会社 (共同申請：クロキ㈱)	綿織物製造	16年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>特定の顧客から受注生産で、糸を購入し、外注工場で糸染めし、自社で織り上げ、生機を販売、及び外注工場で後加工したデニム生地を販売している。最近、中国、インド、パキスタンなど海外のデニム生地のレベルも上がり付加価値のないデニム生地では競争力がなくなってきた。</p> <p>本事業は当社が高付加価値のデニム生地を開発・生産し、共同事業者のクロキ㈱が前加工の染色及び後加工を担当し、更に加工生地の販売を担当する。また、小ロット生産に対応し、天然染料を使えるため独自の染色機械及び付属機械等を整備する。新しいニーズに合ったデニム商品を企画開発し、この独自設備を駆使してどこにも真似の出来ない高級ジーンズ生地を生産し、ファッションアパレルやSPAなどに販売していくことで自立を図る。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>「自然に優しい」をテーマに高級オーガニックコットンを原料とし、染料は天然染料を使用した高付加価値のジーンズ生地を商品開発した。自社及び共同申請者の社内に、一貫した生産設備の整備や生産体制の構築などに一年をかけ、小ロットのニーズにも対応できるようになった。商品も更にいろいろな機能を持たせて差別化したり、後加工にも工夫も重ねて、ファッション市場に受け入れられるバリエーションのある商品を整えた。</p> <p>プルミエールビジョンをはじめ内外の展示会に出展し、商品のアピールに努めた。販売は共同申請者のクロキ㈱が行うが、東京原宿に設置したショールームでの自社展示会が効果的であったこともあり、ファッションアパレルやSPAなどへの直接販売が伸びてきている。海外への輸出は米国を中心に徐々に拡大しつつある。売り上げについては設備の整備に時間がかかり、販売のスタートが遅れたこともあり、現時点では多少計画を下回っているが、近々達成できる見通しである。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・小ロット生産ができ、独自の加工が出来る一貫設備を整備した。 ・デニムの原材料にこだわり、染料も天然材料にこだわり、どこにも出来ない高品質デニムを開発したい。 ・内外の展示会に積極的に出展を重ねPRに努め、ファッションアパレル市場にアピールしてきた。特に原宿のショールームが機能した。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>ようやく、商品及び会社の評価が市場で高まってきた。更にファッションアパレルやSPAに拡販していきたい。海外についても実績が出来、拡大しつつある。今後は欧州市場やアジア（韓国）市場にも注力していきたい。国内、海外ともにブランドを更に浸透させるように、展示会のみならず、あらゆる機会をつくり、PRに努めていきたい。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>メーカーが生き残るためには商品開発力と技術力が最も重要である。社内の人材の育成に力を入れていきたい。本事業で2年、3年かかる計画が1年で達成でき、スピードをもって事業が行えた。販売も拡大し始めていることで自信と弾みがつき、有難く感じている。</p>		

佐啓産業株式会社	その他繊維製品製造（着物）	16年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>喪装関連商品、七五三など儀式用のきものを製造販売しており、この分野のトップクラスのシェアを有している。しかし長年不振が続いており、ピークの3分の1の規模に縮小している。</p> <p>販売先は問屋が大半で、販売形態も実質的には委託販売が中心であり、製造メーカーが自己リスクで見込み生産をせざるを得ない状況になっている。</p> <p>和が見直され、きものに静かなブームが起きているなかで、色物のきものを「ひさかたろまん」とブランド化し確立させることと、直営店を開設して消費者向けに直接販売事業を推進していくもの。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>新ブランド「ひさかたろまん」が短期間にタイムリーに宣伝したことで、予想以上に市場に浸透し認知された。計画を大幅に上回る成果（売り上げ）が上がっている。</p> <p>販売先の業態はレンタル向け50%、物販30%、小売店10%、直営店10%となっている。手軽な、ちょっとした外出着として選択してもらえるような色柄、デザイン、価格を目指している。女子大生の卒業式用きもの・袴も拡大してきており、主力商品に育ちつつある。</p> <p>「ひさかたろまん」の販売経路でも従来商品が販売できるという相乗効果も出てきている。ネット販売をスタートさせてはいるが、まだ軌道に乗っておらず、更に工夫が必要である。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・ 自立事業申請以前にテスト的ではあるが、色物きもの販売をスタートさせおり、無理なく事業を実施していくことが出来た。 ・ 宣伝広告を短期間に集中して打てたことで、認知度が急速に高まった。 ・ 社長及び担当者が全社員に積極的にアピールすることで、全社の事業であるとの共通認識を持たせることが出来た。 ・ 和装の業界では色柄、デザインなどは男性が担当するのが一般的であるが、女性を起用したことで、従来にない色使い・デザインで差別化が図れた。 ・ 直営店では消費者と直接の接点ができることにより、品揃え、商品開発のための情報を消費者から教えられた。 ・ 直営店であるがゆえに在庫処分なども出来、ロスを減らし効率化できている。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>将来は直営店の多店舗展開をやりたいが、当面は現店舗の年商が1億円になるまで充実させ、ノウハウの蓄積と人材育成に努める。</p> <p>会社として、ピーク時の売上げ20億円が約1/3まで縮小しており、従来の喪装関連商品は更に減少すると思われ、新事業を伸ばすことで現状より3割増の年商を目指したい。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>採択されたことで、当初の計画が3倍の事業規模となり、大成功との認識をしている。本事業がなければ本業の不振が長期間続いていたこともあり、会社がどうなっていたかわからない状況の中で大変感謝している。</p>		

株式会社セイホウ	ニット生地製造	16年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>健康メディカル関連の製造業として、高機能糸や機能金属糸を使用した生地を医療関連メーカー向けを中心に販売してきた。今回の自立事業では、独自に開発した「ノンホルマリン加工繊維」・「銅繊維」・「ミネラル繊維」を使用した自社ブランド製品（ウエストベルト、ヒザサポーター等）を直接、スポーツ・ヘルスケア市場、一般生活者市場、産業資材市場に販売するもの。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>医療分野では製造メーカーに種々生地販売を行っており、同分野への製品の直販は既存取引先との軋轢を生むこととなるので、販売対象市場をスポーツ・ヘルスケア、一般生活用品、産業資材等に限定して商品開発を行った。</p> <p>ギフトショー、健康博覧会等に出展し、又、自社内に商品紹介のためのショールームを開設し、地道な宣伝・販売活動をおこなって来た結果、一年目は計画数字を達成。</p> <p>二年目には、介護関連商品を扱っているカインドウエアー・プラナ社と提携することにより、東急・高島屋・小田急百貨店等の専門店、百貨店にも販路が拡大している。</p> <p>「ウォームビズ」のお蔭もあり、自社製品のネックウォーマーの売れ行きも好調であり、今後も計画通りの売上を達成できるものと予測している。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・製造メーカーとして蓄積した技術を発揮して、独自に開発した機能金属糸やノンホルマリン加工繊維などを素材にしたオリジナル製品を開発できたこと。 ・自立事業に採択されたという実績が対外的に自社の評価を高め、そのことが社員の意識・意欲向上に繋がり、会社全体の資質が大きく上がったこと。 ・15年度に自立事業を申請するも採択されなかったが、諦めずに商品開発・販路整備等に時間をかけて準備できたことが今日の成功に繋がっている。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>特殊機能商品で評価も高く、一度使用すれば必ずリピーターになってもらえると確信している。この機能性を如何に広く認知させていくかが大きなポイントになるが、徐々ではあるが口コミ宣伝を通じて商品の愛好家も増えてきている。</p> <p>今後は百貨店への販売を更に強化すると共に、特殊素材を使用した差別化商品を開発していくことで、産業資材分野（特許取得済の車のエンジン保護カバー等）へも進出を図りたい。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>特殊機能商品を扱うだけに、自立事業に採択されたという実績は、自社商品の機能・価値を高め、販売活動の際には大きな勳章（宣伝）になった。</p> <p>「やればできるんだ」という活力が社内に生まれており、これは一重に自立事業に採択されたお蔭であると、心より感謝している</p>		

中越レース工業株式会社	その他繊維製品製造等 (エンブroidアリーレース)	16年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>エンブroidアリーレース(刺繍レース)の日本の大手メーカーであり、女性用下着用が90%、婦人アパレル用が10%の生産比率である。過去は全てレース問屋経由での受注であったが、直接エンドユーザー(下着メーカー、アパレルメーカー)とコンタクトしなければ企画開発もビジネスも効率が悪く生き残っていけないと判断し、アパレルメーカーとは直取引に切り替えた。注力の下着用に於いても直接取引への試みをスタートさせており、一部は切り替えることが出来た。本事業で全面的に直取引にすることで、企画開発力、価格競争力に於いて当業界での存在感を示し自立化を図るものである。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>デザイナーを起用することやヨーロッパからデザインを購入することで企画提案力が上がった。</p> <p>これにより、婦人下着メーカーとの直接取引も徐々に増えてきており、当初計画を大幅に上回る実績であり、2年目以降も大幅に超過達成できる予想である。会社全体の売り上げも平成15年12月期が20億円、17年を23億円、18年は25億円まで伸びる見通しである。</p> <p>現在、ユーザーとの直接取引比率は全社で50%を超えるレベルに達している。より高付加価値を目指す商品については自社内で設備の改良、増強を行いながら、開発、生産している。</p> <p>本事業ではないが、従来商品の汎用品については海外(韓国、中国、ベトナム)の協力工場へ生産シフトしながら、質と量を求め売り上げの拡大を図っている。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> 元々、企画提案力、品質の高さ、染色・整理加工を含む一貫した生産背景、納期管理については客先から高く評価されていた。 既に問屋を介在させずユーザーとの直接取引を試行的にスタートさせていた。 問屋を介在させないことでよりの確に客先のニーズを直接掴むことが出来、企画提案力の評価に繋がり、より自信になった。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>本事業は極めて順調に推移している。更にユーザーとの直接取引を増やし、自社が主体性を持ったビジネスに転換していきたい。</p> <p>近々、香港か上海に営業所の開設を計画している。中国をこれからの大きな市場とみなし、中国の有力下着メーカーと取り組みを始めようとしている。欧州向けにはJIMS展示会への出展を足がかりにビジネスチャンスを探り、米国向けには米国下着メーカーの生産拠点である台湾メーカーにワークを始めている。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>独自で自立に向かって計画遂行中であった折での本事業であり、スピードを上げて計画を実行に移せた。</p> <p>本事業から計画をきちんと立て、効率よい資金の使い方、計画を実行するに於いての段取り、時間の使い方などを学んだ。</p>		

株式会社トータス	縫製（織物）	16年度単年
1) 自立事業の概要		
<p>従来は、商社、問屋からの賃加工やOEM生産を中心に下請的縫製業を行っているが、これまで研究を続けてきたEM技術（抗酸化物質の繊維への吸着技術）を活用した健康衣料製品（Tシャツ、下着、腹巻等）を四本針偏平縫いの技術を併用して商品開発を行った。</p> <p>新規の販路開拓の方法としては、健康医療関連商品の展示会、商談会、百貨店の健康コーナーなどへ出展して販促を行い、また医療、介護専門店で販売を行う。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>コンサルタントと契約を行い、国内の健康関連展示会、都内や地方の百貨店の販売物産展等に積極的に参加して、商品のPR及び販売に繋げている。インターネット販売やカタログ製作、環境関連の雑誌に広告掲載などを行い、開発製品の販売促進を行っている。</p> <p>初年度は計画の約150%の売上が出来、その後も計画以上の売上を達成できる見込である。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> 着用すると血行が良くなる特殊加工を施し、健康志向をターゲットにした下着、腹巻き等が消費者に評価された。 積極的に、百貨店や商工会議所主催の物産展等に出展し、消費者と直接に対話をして、的確な消費者ニーズを把握し、商品開発に繋げた。 あくまで、個性のある商品をものづくりにこだわって開発したこと。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>地道な販売活動を通じ、商品の機能が徐々に理解され、購買者からの口コミで広がり始めている。販売対象となる高齢者中心の消費者に浸透してきており、今後、更に販売量が伸びると手ごたえを感じている。</p> <p>既存事業の売上を急激に減らさないで、本事業を拡大させることにより、売上の割合を半々程度にして、経営のバランスを取りたい。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>自立事業の申請及び遂行したことにより、自社の今までの経営状況や内容を客観的に分析し、将来の経営について考えるよい機会となり、感謝している。</p> <p>売上を伸ばすためには、人、物、金が必要と感じている。また、最も重要なポイントは販売戦略と思う。</p> <p>商品開発は得意であるが、販売は不得手なので、販売力をつけることが引き続き今後の課題である。</p>		

香川シームレス株式会社	靴下ストッキング製造	16・17年度2年間
1) 自立事業の概要		
<p>従来は、衣料用のストッキング、靴下等の相手先ブランドによるOEM生産が主体であった。本自立事業では今後、需要が期待できる医療用途のストッキングの新商品開発及び新規販路開拓を行う。</p> <p>新商品開発商品の着圧ストッキングは立ちっぱなしや、座りっぱなしにより発生する足のむくみやうっ血の予防や治療に効果がある。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>医療用途の着圧ストッキング「メディックピエド」を自社ブランドとして立ち上げた。「メディックピエド」は脚の形状に合わせた立体構造と部分別に設定された圧迫設計により足首から段階的に足への圧力が一定に保持できるように設計されている。</p> <p>事業の進捗実施状況は1年目は商品開発が中心に事業を進めた。2年目の現在、病院、薬局などへの販売活動や販売代理店を活用し拡販を図っている。</p> <p>また、併せて新規販路の開拓するため積極的に関連の展示会に出展したり、消費者への直接販売を目指しインターネット販売を開始した。</p> <p>現在は計画を若干下回っているが、販売に手ごたえが出てきており計画を達成させることは十分可能と考えている。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・事業を成功させるための最も重要なポイントは商品開発であり、開発した商品の特長を活かせる販売先を適確にリサーチした。 ・病院等への着圧ストッキングの着圧に関する効能のデータを数値化し、新規販路開拓を行なった。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>地道な販売活動がようやく実ってきており、今後は着実に実績を伸ばせると考えている。</p> <p>医療用の着圧ストッキングを開発したノウハウを活かし、医療用ではないが健康関連商品として、圧迫度を弱くした（緩やかに）着圧ストッキングの開発が可能となった。有望なマーケットである健康関連市場で開発商品の販売が今後、伸びていくことが期待できる。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>以前より、OEMや下請だけの仕事では生き残っていけないと考えていた。自立事業を契機に本事業のみの効果だけではなく、会社の生き残りを真剣に考え、取り組んだことが全社員に自立に向けての意識が高まった。</p> <p>本事業に取り組んだことが他事業にも波及効果が出ている。意欲を自信につなげる為にも是が非でも成功させたいと考えている。</p> <p>今後も引き続き、制度は変わっても繊維事業者への国の施策等による業界の方向性や支援をお願いしたい。</p>		

丸山繊維産業株式会社	繊維製品製造 (寒冷紗)	16・17年度2年間
1) 自立事業の概要		
<p>本事業は、自社のルーツである蚊帳に代表される粗目織物の技術を活かし、更に素材には自社開発の紙布（ブランド名：ならっ布）を使用して、奈良の地域文化に根ざした和風インテリア雑貨の企画、製造、販売を目指すものである。専門店や通販への販売が主となるが、消費者からの意見、要望を商品開発に活かすべく、平成17年6月には奈良町にアンテナショップを開設して情報の収集に努めている。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>初年度は計画の9割を達成。2年目は現時点では計画の三分の一程度であるが、今後も半年間精力的に販促活動を続けることにて計画売上の8～9割を達成したいと考えている。</p> <p>スリッター機、及び紐撚り機を導入したことで自社で紙糸の生産ができるようになり、色々な幅の紙糸の製作が可能になったことで、容易に商品開発ができるようになった。又、新規に3名のデザイナー（内1名は社内に雇用）を投入したことで、今まで自社内では思いもつかなかった商品開発も可能となっている（ポストカード、照明資材等）。</p> <p>奈良町に開設したアンテナショップに立ち寄るお客様からのニーズを商品開発に反映させるために、ショップ内で各種のものづくり講師を招き、文化教室を運営しながら来店客数を増やしている。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・ 本業の寒冷紗の販売が順調であり、本事業に人材・資金を継続投入できている。 ・ 平成15年度の自立事業に採択されなかったことが、本事業を一から見直すこととなり、結果的に十分な準備期間をかけることができた。 ・ デザイナーを3名登用したが、いずれも繊維以外から人選したことにより、既存の社員では思いつかない商品開発ができている。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>アンテナショップへの観光客の導入のため、奈良の観光協会に加盟。又、奈良県では2010年に平城京遷都1300年を大々的に祝う行事が計画されており、これに向けて奈良の風土、文化を活かした商品開発を行っている。</p> <p>幸いなことに本業の寒冷紗の販売が順調であり、今後とも本事業に人材・資金投入が可能な状況であるので、地元の百貨店の担当者とも相談しながら消費者の求める生活雑貨を開発していくことにて、ほぼ計画通りに推移していくと考えている。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>自社で企画・生産・販売していくリスクは大変大きいものだが、ネットや、アンテナショップを通じて商品を販売することで、最終消費者へ物を売るという仕組みができ視野が大きく広がった。今後の会社の方向性が明確になり、進むべき道が決定したことは、ひとえに自立事業のお蔭であると感謝している。</p>		

丸和ニット株式会社	ニット生地製造	16・17年度2年間
1) 自立事業の概要		
<p>年々、安価な海外製品の輸入が増え、国内メーカーへのボリューム商品の素材の発注が減少し、国内丸編ニット生地製造業を取り巻く景況が厳しくなっている。現状は、見込みで生機を生産し、商社、問屋等を中心に販売しており在庫リスクも負っている。</p> <p>本事業は、素材を原糸メーカーと連携し、開発を行い、また、コンピュータシステムを活用して柄出しの工夫、編み機を改良して編み方の工夫を行ない丸編ニット生地の新商品開発を行なう。新開発商品の販売先は、従来の間屋経由ではなく、アパレル等への直接販売を行う。</p>		
2) 自立事業の進捗・実施状況		
<p>ジャケット、パンツ用途に伝線やほつれのない裁ちきり使用が可能な丸編ニット生地の新開発商品「バランス」等を国内の有力アパレルに直接販売している。</p> <p>新規販路の開拓をするため新開発商品を中心に自社の単独展示会を年1～2回、東京で開催しており、客先の反応もよく着実に販路が広がっている。</p> <p>従来商品に比べ、新開発商品の付加価値を客先からも評価され、徐々に市場で受け入れられている。客先からの小ロットの受注にも小まめに対応している。</p> <p>しかし、より差別化商品を目指し、高級ゾーンの企画開発を進めているが、今まで得意としたボリュームゾーンの商品開発から、よりレベルの高い企画・開発力に欠ける部分がある。</p>		
3) 成功要因		
<ul style="list-style-type: none"> ・他社に真似ができない付加価値のある丸編ニット生地の開発を行い、丸編ニットの特徴を生かした製品サンプルを作成し、客先に提案できたこと。このことが評価され、ターゲットにしていたアパレルに販売することができた。 ・従来、問屋への販売が主体で、販売先の販売状況の情報が入ってこなかったが、本事業を契機にアパレルとの直接の会話から、タイムリーに販売状況の情報がとれるようになった。この情報を企画・開発に結びつけ、市場の売れ筋商品への対応をしていく。 		
4) 本事業の今後の見通し		
<p>デニム生地については、PTT繊維のソロテックス系を使用し、硫化染め等加工による商品開発とインディゴジャージーとも組み合わせながら展開していく。</p> <p>従来は技術（ハード）志向で商品企画を行なっていたが、自立事業後は、ファッション、トレンド（ソフト）をも重視し、市場ニーズに合致した商品を開発する力がついてきたので、今後も順調に売上は推移すると考えている。しかし、より高い企画力、開発力が求められており、よりレベルアップしていくことが今後の課題である。</p>		
5) 本自立事業を実施して		
<p>自立事業の公募が始まる前から、本事業をもともと計画していたが、実行するための一歩を中々踏み出せなかった。当社にとって自立事業が絶好のタイミングで実施され、思い切って実行に移す契機となった。社員一丸となって取り組むことで良い成果が見えてきており、社内に自信が生まれている。本事業に取り組んで良かったと思っている。</p>		

IV. まとめ

本調査（アンケート及びヒアリング）を行った結果として、順調な事業者の傾向や苦戦事例の傾向が見えてきたので、以下に総括する。

①事業計画と事業者意識

順調な滑り出しを実現できた事業者は、賃加工等の既存事業の先行きについて、以前から非常に大きな危機感、不安感を抱いていた。ヒアリングにおいて、なんと好調な事業者の約半数が、その原因として、「自立事業の公募以前から自社の改革のための具体的な構想を持ち、計画を検討していたことであること」と回答している。もちろん、既存事業の運営の合間に新たな事業計画を立てることは困難を伴ったと回想する事業者も多かったが、そのような状態にあっても、事業の開始にあたって、何度も計画を手直し、修正を行った。中には10年以上前から計画を練っていた事業者や初年度の応募に落選したために1年必死で計画を練り直し、改めて応募し見事に採択、順調な事業の開始が果たせた事業者、さらには、その計画に沿ったテスト販売を事前に行い、実戦経験に基づき計画を修正することで、万全の体制で自立事業の公募に臨んだ事業者もあった。

逆に苦戦中の事例の中には、たとえば、福祉、介護の市場は拡大しているという情報のみに頼りきり、具体的な販売計画などの準備が不足していたと反省する事業者などもあり、計画の緻密さの対比が、そのまま結果に反映した形となったように感じる。

また、自身の事業存続のためのラストチャンスであるという厳しい現状認識のもと、補助に頼るのみではなく、自身の資金等も機会を捉えて積極的に投資する事業者もあり、結果として、事業費が申請を大幅に上回ることになった事業者も少なくなかった。このような真摯な取組みと経営者の覚悟が、計画立案の過程などさまざまな場面で社内に伝播し、自社を現在の日本の産業構造に対応できる理想の繊維事業者にするのだという全社的な意気込みによって、本事業のみならず、従来の事業においても社員のモチベーションを向上したという効用もあったようである。

②技術力・開発力

ヒアリングにおいて、技術力・開発力がなければこれまでの順調な進捗は実現できなかったとする事業者は多かった。特に商品力に定評のある事業者においては、商品開発に当たって、綿密なマーケティングによる消費者ニーズの把握を行うこと、開発を裏打ちする技術力については、自社が保有する技術をそのまま活用するだけでなく、自社内や他事業者、他業種、他産地などの優れた技術との組合せを図ることで、他者に容易に真似のできないオンリーワン技術へと深化させることが重要であるという回答が目立った。

③外部人材の活用

目指す事業を現実のものとするためには、社内の人材だけでは達成できないという事業者がほとんどであった。そこで、外部人材を獲得する必要があるが、どう活用してよいかかわからない、イメージどおりの成果があがらないなどといった壁にぶつかる事業者も少なくなか

ったようである。ヒアリングで、うまく活用できたと回答した事業者においては、計画時に自社の弱点を整理し、どこからどこまでの業務範囲を外部人材に任せるのか、課題は難なのか、その課題さえ解決できれば自社のリソースで解決できるのかどうか、既に明確化されていた。逆に、失敗したと認識されている事例では、経験がない、判断がつかないことを理由に、とりあえず漠然と全部を外部人材に任せたものの、進捗状態の確認もできず、気づいた時には、事業自体が破綻していたというケースも多いようだ。コンサルやデザイナーはもちろん、商品開発でもこのケースに該当する事例は存在する。たとえば、事業計画の柱となる部品や付属品の技術開発について、自社の既存技術では解決が困難であったため、大学など外部に任せ、結果、成果が出ず、事業自体を断念せざるをえなくなった事業者は複数存在している。

また、最終的に初年度、順調な売上を挙げることができた事業者においても、一度はこのような失敗パターンにはまり、外部人材に一切の営業を任せたものの失敗、その後、社内で問題点を整理し、改めて自社人材で可能な限りの営業を行ったところ、成果が出てきたというケースもあった。自社事業計画をきちんと把握し、そのなかで、現在の自社のリソースでは解決が困難な課題をきちんと洗い出すことができれば、既にその問題の半分を解決したも同然であるという好例であるといえる。

④販路開拓・販売力

どんなに素晴らしい商品を開発しても、それを販売できなかつたらその事業は成り立たない。たとえば、マイクロファイバーを利用したメガネふきの販売事例では、直販を計画した事業者が2社あったが、いずれも売り先を開拓することが出来ず、現在苦戦している。事前の調査・準備が不足していたことが原因のようである。

ものづくりについては自信あるが販売はどうも苦手というのが中小川中製造事業者の一般的な傾向である。他方で、好調な事業者のヒアリングによると、主体性を持ったビジネスを構築するには販売力こそ不可欠であると考えている事業者が多くあった。その中には、広告宣伝を行い、ブランドイメージを確立することを最重要な事業者戦略として位置づけるなど、資金や時間を費やしても、地道な努力を実行している事業者も多かった。商品力はもちろんであるが、それを売るための工夫が好調な売上を支える大きな鍵となるようである。

また、販路を開拓する手段としては、各種の展示会を活用した事業者が多い。輸出に際しては、海外展示会への出展が新規先との契機になっているようだ。

直販については、アンテナショップは、店舗として売上を上げることが目的ではないため、売上以外の自社の商品紹介や消費者の趣向調査などを総合的に判断すれば、事業として意味があったと分析する事業者が多い。一方、直営店のような、直接の消費者への販売が主目的な店舗については、綿密な計画と店舗運営の能力がないと、運営が非常に難しいようで、販売実績を上げて発展させている事業者は非常に少ない。

総じて販売面については、好調な事業者といえども、積み残した課題はまだ少なくないようである。

⑤ 総括

本調査を通じて、事業を順調に進めている事業者は、それなりの理由があることが改めて明らかになった。経営者は会社の将来像などをしっかり持っており、従業員を巻き込み、会社単位で、自社における自立事業とはどうあるべきかを真摯に検討していた。練り上げられた綿密な計画と周到な準備の結果、他社に真似の出来ない優れた商品開発力を獲得した。

しかし、販売面については、ほとんどの事業者が現在も模索中である。現時点で売上が好調な事業者も、自立事業の本格的化の過程であるため、さらなる事業の拡大が必要があり、商品の付加価値の確保もさることながら、量についても追求せねばならず、そのための新規展開策等、今後も解決すべき課題は少なくない。

また、本自立事業以外の既存の事業との観点から、人や資金の遣り繰りが困難になり、採択事業が中止や新規開設店舗の撤退など、事業の縮小せざるを得なかった事業者もある。ヒアリングでも、事業が好調な事業者において、本事業に採択されたことによる与信増加が事業を行っていく上で特に重要だったというコメントもあった。本事業における厳正な審査などが、金融機関等への与信にも大きく影響を与えているようである。折角、すばらしい事業計画であっても、当面の資金不足で事業が成立しないというのは、全体からみても不経済である。本事業で輩出しつつある成功事例に続いていく事業者を成功に導く課題のひとつであるといえる。

本調査事業を通して、成功事例や課題点が中小繊維製造業者に認識され、事業の改善に寄与することで、繊維業界の活性化に繋がればと思う次第である。