

### Ⅲ. 事例のヒアリング調査

#### 1) 調査の目的

平成15～17年度に自立事業を実施した企業の内、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、今後の見通し等を訪問ヒアリングし、今後の事業遂行の参考に資するため、レポートに取りまとめた。

#### 2) 調査の方法

アンケート調査の回答から当初の5年間の売上計画に対し、実績及び売上予想が好調な企業をピックアップし、その中から平成17年度採択者を中心に17社を選定して、ヒアリング調査を実施した。

#### 3) ヒアリング調査先 (15社50音順)

- |              |          |            |
|--------------|----------|------------|
| ①青野パイル(株)    | ②岡山工芸    | ③(株)カズマ    |
| ④関西繊維興業(株)   | ⑤(株)成願   | ⑥(株)鈴寅     |
| ⑦東播染工(株)     | ⑧(株)トーヨ  | ⑨豊泉産業(株)   |
| ⑩服部テキスタイル(株) | ⑪(有)福田織物 | ⑫(株)マシュール  |
| ⑬松岡機業(株)     | ⑭松尾捺染(株) | ⑮丸和繊維工業(株) |

#### 4) ヒアリング報告

事業が順調に進捗している事例のヒアリング調査であり、それぞれに参考となる部分が多い。その例として、下請的立場からの脱却は生半可な思いではなく、会社をあげて経営者の強い理念、情熱が感じられ、新しいビジネスモデルの策定においても、商品開発、ターゲットとする販路などに従来事業で蓄積された技術、ノウハウが活かされている。

更に、販路開拓においても積極的な展示会への出展とともに、取引先や消費者の評価をすばやく把握し、売れるものづくりに反映して事業を進めている。

本レポートでは、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 の順にまとめた。

① 青野パイル㈱	その他繊維製品等製造 (パイル織物)	17・18年度2年間
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>商社及びファイバーメーカーからの委託により、アパレル、寝装、インテリア用のパイル織・編物を製造している。そのうちパイル編物のアパレル向けベロア生地の販売については平成16年度に自立事業を実施し、国内大手アパレルや海外にも順調に販路拡大を続けている。</p> <p>今回はパイル織物を自社の超高密度シール織り技術及びシャーリングカット技術を活かし、資材分野への販路開拓を進める。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>資材分野の販路開拓は、ターゲットとするユーザーを決めて、先方が必要とする規格・性能をクリアした織物を開発することから始めた。</p> <p>超高密度シール織り技術による特殊工業資材用シール織物はOA機器メーカー、弱電メーカー向けのブラシ部品に、モヘア、アルパカ、シルクなど高級天然素材シール織物は高級ぬいぐるみ、バッグ、帽子等の生活資材用途への2分野向けに商品開発した。</p> <p>特に工業資材の場合はユーザーが具体的に求めている機能・性能を開示してくれない。従い、当方である程度その点を推測しながらまた、関連情報を取得し、それを基に粘り強く試作を繰り返し実施した。</p> <p>その結果、工業資材用ではOA機器のブラシ用途に採用され、生活資材用では玩具用（ぬいぐるみ作成用生地）に成約できた。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・社長の持ち前の行動力とバイタリティで新規顧客開拓と友好関係の構築。</li> <li>・織り組織、コーティング、ヒートセットなどそれぞれの加工条件を変えての研究・開発の繰り返しとともに、客先が評価できる最終部品の形状にまで納入業者と連携して開発を繰り返し、客先の要求にマッチさせた。</li> <li>・当社の特殊織技術を活用した商品開発力と納入業者、ユーザーとの良好な信頼関係。</li> <li>・品質の安定生産のためシャーリング機、毛割機など生産設備を新設・改造し内製化を進めた。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>産業用資材分野では取引の成立までに試作・テストの繰り返しで相当な時間が掛るが、一旦採用が決まれば長期な継続した取引となる。従い、今回スタートしている販路の継続とそれ以外のユーザーも更に開拓していけば拡大方向で推移して行くと思う。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>本事業を積極的に実行したことにより、自力での販路開拓のやり方が見えてきつつあり、今後の経営の方向が明確になった。</p> <p>開発の課題が産地内の加工で行き詰ったことがあったが、他産地の技術で問題を解決することができた。今後は更に商品及びユーザーの要望が多様化する中で、他産地の情報取得や交流も大切と思っている。</p>		

② 岡山工芸	染色・整理	17・18年度2年間
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>つぶし問屋(白生地を染め上げて反物にする)から生地の支給を受け、手描き友禅のあらゆる加工を施す下請的染色加工業を続けている。当社の受注先であるつぶし問屋はかつては京都に36社あったが、現在は5社に減り、和装業界の扱い量もピーク時の6%ぐらいまで減少している。この要因としては、時代の変化からの着物離れが根底にあるが、複雑な流通形態からくる小売価格に対する消費者の不信感も大きい。このような状況から今後の方向としては委託加工を減らし、これらの問題をクリアする為、消費者の声を直に聞くことが出来る自販事業を実施する。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>京都丹後の絹織物はもとより、全国産地の優れた絹織物を素材として、織と京友禅の染技法を融合させた自社企画ブランド「たゆたゆ」を立ち上げ、着物(振袖、黒留袖、色留袖、訪問着、着羽尺等)や和装小物(帯揚、帯締、ショール)などをトータルに開発した。</p> <p>販売については、適正な小売価格を設定し、前売り問屋や小売店の催事や展示会に積極的に社員を派遣して顧客に商品説明することで売上増に結びつけた。その結果、初年度から計画値を上回る1億円の売上実績を上げることが出来た。</p> <p>従来はつぶし問屋からの受注加工が100%であったが、現在は自社企画商品の販売が売上金額の半分以上を占めるまで拡大してきた。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・創業以来、つぶし問屋の委託加工を受けながらも独自に作家としての創作活動を続け、きものコンテストなどに出品し、ものづくり技術を磨いてきた。</li> <li>・自社企画商品が消費者ニーズに合った品揃えとなり、前売り問屋10社と大手小売店6社に納入が決まり、販路開拓が進んだ。</li> <li>・取引先の催事には社員が出張し、商品のアピールに努め、顧客と直接対話することは消費者ニーズが見え、次の企画に非常に参考となっている。</li> <li>・本事業で、自販事業を推進したことにより、会社の雰囲気は従来の賃加工業務とは変わり、社員の前向きなやる気に繋がる好影響がでている。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>大手小売店の自社オリジナル商品の評価が高く、作家物、一点物など高価な友禅の別注が急激に増えてきている。</p> <p>和装業界は、大手問屋、小売店の倒産など逆風の状況であるが、積極的な販促活動により、順調に販路開拓が進んでいる。販売実績も初年度、2年目ともに計画を上回り、4年目で5年目売上予定をキャッチアップ出来る見通しである。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>下請的加工業からの脱却が見えてきており、社内の意識が良い方向に大きく変化している。当初は、自販や催事販売に出向くことが既存取引先からの苦情に繋がらないかと心配したが、問屋から「衰退しかけた伝統的染色技術と手描友禅職人を温存できる目途が開けた」と感謝された。うれしい誤算である。</p>		

③ ㈱カズマ	インテリア製品製造	16年度単年
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>従来はレースカーテンや刺繍カーテン、オーダーカーテン等をカーテン問屋や大手小売店のOEM生産を行っていた。繊細なレースパターンを表現したレースカーテンなど高い技術力を持っている。本事業は独自の企画商品を小売専門店などに直接販売するもので、しかも、小売専門店と「製販同盟」を構築し、情報を共有化することで商品開発や価格の改善に繋げようとするものである。商品としては写真をリアルに再現したルックレース、インクジェットを活用したプリントカーテン、夜間に見えないレースカーテン、マジックミラーや光触媒などの加工した高機能レースカーテンなどのオリジナル企画商品である。外部スタッフとしてデザイン、小売にも精通したコンサルタントを活用する。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>製販同盟構想を打ち出したことにより、当社と小売店との間で情報を共有し、双方の在庫削減や物流コストを低減することができ、双方に粗利益の改善が見られるようになった。このことが製販同盟のネットワークが益々広がることに繋がっている。現在は52社96店舗にまで拡大しており、今後も拡大基調にある。受発注のシステムを共有することで事務の合理化や納期の短縮化にも繋がっている。</p> <p>本社内に直営のアンテナショップを開設したことで、消費者と直接向き合い、自社開発商品の商品力を検証することにも繋がっている。又、全社員が小売に取り組むという意識改革にも繋がっている。売り上げも順調に拡大しており、計画を大きくアップしている。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・製販同盟構想が小売店にも十分なメリットがあることが理解され、うまく軌道に乗った。情報を共有することでコミュニケーションが密になり、生産、在庫、物流、システム、販売、商品開発などの面で、それぞれに双方が立ち入ることになり改善に繋がった。改善されたコストを双方で分け合うことを基本にしているため小売店も真剣に対応している。</li> <li>・外部スタッフがしっかり機能したことで、企画提案など小売店への説得力が増した。</li> <li>・インクジェットプリンターを導入したことで小ロット対応ができ、プリントカーテンのバラエティーを在庫の心配なく、トレンドを先取りし、新鮮な提案が出来た。</li> <li>・直営の店舗で陳列方法やレイアウト、接客や商品説明、新企画商品など消費者と直接対話することでノウハウを学ぶことができた。顧客に店舗に来てもらい意見交換することで双方が向上でき、又、当社の取り組み姿勢に対して小売店からの評価も高まった。</li> <li>・経営者が強い信念と情熱をもって取り組んでおり、全社員も一丸となって取り組めた。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>製販同盟のネットワークはますます拡大しており、今後も拡大が続く見通しである。売り上げも順調に拡大すると思われる。5年目の計画値5億円も十分にクリアできそうだ。</p> <p>今後は世界に通用するような独自のブランドの確立を目指しての構想を検討している。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>着実に成果が現れており自信を深めている。今までにないビジネスモデル「製販同盟」に挑戦する上で、自立事業が大いに役に立った。更なる自立を目指して挑戦していきたい。</p>		

④ 関西繊維興業(株)	ニット製品製造	17・18年度2年間
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>ミセス・レディスのカットソー製品を大手アパレルからOEMで受注生産している。</p> <p>本事業では、地方都市在住の60才前後のミセスをターゲットした日本の和を意識した自社ブランド「クィーンフェザー」を立ち上げ、百貨店の売場を活用して、派遣を含む自社販売員により販売する事業を構築する。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>高年齢ミセスをターゲットした商品で、地方百貨店に狙いを定め、販路開拓を進めた。大手アパレルも高年齢向け商品の扱いは少なく、九州地区の百貨店から取引が始まり、近畿地区も販路開拓が順調に進んでいる。</p> <p>当初は、7店舗への納品からスタートしたが、現在は26店舗への納入が決定している。従い、売上実績も計画値を大幅にクリアしている。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ターゲットとした高年齢ミセスの顧客は中国をはじめとした安価な輸入品より、少々高価でも日本製を要望している。</li> <li>・本事業のおかげで、自社販売員、デザイナー、コンサルタントなどの積極的な採用、活用により、営業活動を活発に遂行できた。</li> <li>・半期に一度の展示会を開催し、百貨店のバイヤーを招致した結果、今まで取引のなかった近鉄百貨店などと商談が成立した。</li> <li>・毎月開催する戦略会議には、本事業に関わる社員はもとより、共同申請者、コンサルタント、販売員も加え、販売状況、売場情報、新商品企画などの打ち合わせも拡販に貢献した。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>実施前は、アパレルからのOEMが100%であったが、現在は本事業が50%を占めるまでに拡大し、受身のOEMでは会社経営の将来ビジョンも作成できなかったが、現在は将来の計画を立てられるようになった。</p> <p>しかし、既存事業の大手アパレルからのOEM生産は予想以上に数量減と工賃ダウンが激しく苦慮している。その為にも本事業の拡販をスピードアップしていく。</p> <p>国内の更なる販路開拓とともに、海外市場（中国・上海）への進出の為、具体的に展示場の開設や取引経路・形態の検討を進めている。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>ものづくりに対する社員の意識が飛躍的に向上した。OEM生産ではアパレルの要望どおりのものづくりであったが、今では顧客のニーズを考えたものづくりが出来つつあり、製造直販を真の強みとして、セールスポイントにしていく。</p> <p>百貨店との取引は委託販売・消化仕入の方法で在庫リスクが伴うが、最近では品揃えと在庫の相関関係が見通せるまでになってきた。</p>		

⑤ ㈱成 願	タオル製造	17・18年度2年間
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>創業以来タオル製造業で、3～4年前は殆どがタオル問屋、寝装具問屋への販売であった。その後小売店への販売を一部始めてきている。</p> <p>本事業では激増する輸入品と差別化できる真珠パウダー練り込み繊維（特許出願）を使用したタオル製品及び関連繊維製品をトータルに企画・開発し「真珠の恵み」ブランドで提案・販路開拓を進める。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>新規販路開拓を進めるための重要施策として各種展示会への出展を実行した。</p> <p>出展した展示会はギフトショー・ジャパングリェーション・健康博覧会・バラエティギフト国際商談会などであり、それぞれ200社以上の小売店・卸などと面談を行ない、真珠商品のもつ保湿効果、UVケア機能をアピールした。具体的な成果としては大手ギフト問屋が重点販売商品として取り上げ、全国の販売店に販売促進をした。大手通販は内祝商品として採用。大手小売店にも納入し、店頭での反応も良く、即リピート注文が入っている。</p> <p>真珠練り込み繊維を使用したタオルハンカチは、ハンカチ大手問屋とのオリジナル企画にも発展し、百貨店などの店頭で販売された。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・真珠練り込み繊維の保湿・UVケアなどの機能を活かした商品をタオル製品はもとより、マフラー、綿毛布、レディスインナー、手袋などを総合的に展開した。</li> <li>・ギフト専門卸に対し、セットアップしたギフトの提案を東西各1名の専属営業員により販路開拓に注力し、約20社の総合カタログに採用された。</li> <li>・展示会に積極的に出展し、来客者に対し会期後、出張訪問し具体的な商談を実行した。</li> <li>・真珠練り込み繊維は、当社が製法特許を出願しているため、類似品が出廻らず輸入品とも差別化ができ、販促活動がスムーズに進んだ。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>雑貨、セレクトショップなどこれまでに取引の無かった業界からの関心度も上がっており、真珠練り込み繊維を使用したオリジナル商品の企画も進んでいくと思われる。真珠繊維が業界紙・マスコミなどで取り上げられ、繊維関連メーカーから取組みの要請が増えている。従い弊社取扱品以外の繊維業界との新たな商品企画・販売提携などを含めたコラボレーションが実現できると考えている。</p> <p>出展した展示会には欧米、アジアなど海外のバイヤーも訪れ、商社を通じてスペイン、アメリカ向けにオファーを出している。また、台湾企業は代理店契約を希望するなどの動きがあり、海外販売が実現する可能性は大である。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>以上の様な結果から問屋のOEM生産が減少し、新規顧客への販売が全社売上の60%まで上がってきている。当社は平成15年6月に民事再生法を申請するに到ってしまったが、本事業のおかげもあって平成19年2月に民事再生手続きを終了することができた。</p>		

⑥ ㈱鈴 貞	染色・整理	16・17年度2年間
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>当社は染色加工業で産業用資材用途が50%、インテリア用途が50%で産元からの賃加工である。産業用資材分野は靴、鞆、家具、カーシート用の合成皮革の基布の加工であり、インテリア分野はカーテンの染色加工である。以前は、アパレル用の仕事も受けていたが、クレームと返品が多く、現在は行っていない。</p> <p>本事業はオパール加工などによるオリジナルの高機能製品や光触媒加工製品等、他社が真似できない優れた商品を開発し、国内外のスポーツアパレルメーカーや生活関連メーカーに直接提案していく。また海外展示会へ積極的な出展をはかり、販路開拓を進める。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>カーテンを主力とする大手のインテリア問屋としっかり組んで、オリジナル商品の開発を行い、同社の見本帳に採用・掲載されるなど順調に販路開拓を進めている。</p> <p>従来の販売先と違ったところでは、化粧品会社にUVカット加工を施し、商品で化粧品のイメージと同じ機能加工が採用の要因となり、カーテン、日傘等の商品化等が新規に決定した。</p> <p>また、通販誌にも省エネ効果があるカーテンが採用・掲載された。</p> <p>海外向けでもハイムテキスタイルやテクテキスタイルなどの海外展示会に出展し、オパール加工生地やオリジナルブランドの「M e s a」(ナノサイズの厚みの金属コーティングした繊維シート)の商談がまとまりつつある。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 広幅(3m)のオパール加工が出来るオンリーワンの技術を開発し、加工機を配備した。</li> <li>・ 従来の主たる取引先である産元にユーザー及びユーザーに近いところへ販売する事業になることの理解をもらい、調整を行った。</li> <li>・ ハイムテキスタイル展に出展し、プライベートブースを構え、新規商品開発をアピールした。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>当社のオパール加工技術などは市場ニーズに合致し、評価も高いため、今後販促活動を続ければ需要が拡大できると考えている。国内での拡販を目指してインテリア、衣料、スポーツ、産業用資材などの分野に当社の加工技術を広くPRする。</p> <p>ターゲットをあまり絞り込まずに加工商品の技術バリエーションを多分野に提案する。</p> <p>海外販売をより拡大するには海外展示会への継続出展は不可欠と考えており、そのための人材を育成することが大切と考えている。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>危機感を持ち、絶えずやる気をもって事業を行ってきたことが実を結びかけていると思う。競争に勝つためには、絶えず技術開発することが必要であり、たゆまぬ努力をしなければ採算の合う取引にたどりつけない。</p> <p>国内には素晴らしい技術力を持っている繊維企業が多いので、海外展示会(産業用資材用途)にジャパンブースという方法で合同出展したく、行政の力で機会を設けてほしい。</p>		

⑦ 東播染工機	染色・整理	17年度単年
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>平成15年度に既存の染色、サイジング、仕上加工部門に加えて織布部門を新設し、先染め織物の一貫生産体制に取り組んで来た。これまでは産元商社を通じて部門別（加工工程別）の受注生産（賃加工）を主体におこなってきたが、本事業では織機台数を大幅に増やし、先染・織布・整理加工の一貫した生産工場としての基盤整備の更なる充実を図り、既存の産元商社からの受注に加え、紡績経由アパレル向けの一貫生産品の受注を行う。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>西脇地区は織布・染色・整理加工等の生産工程が別々の工場で行われており、それを産元商社が束ねるという図式となっている。このような分業体制が主流となっている中で、染色・整理加工を本業としている当社が、今回自社内の織布部門を増設したことで、先染織物の一貫工場に変身でき、大手紡績との直接取引が確立し、売上高も順調に伸びている。</p> <p>しかしながら西脇地区全体の生産高が従来の6分の1まで減少しており（月産3,000万mから500万mに低下）、今後ますます激化していく中国品との競合に打ち勝つためには、小ロット、短納期生産に加え、高付加価値新商品の開発が不可避となってくる。このためにはデザイン開発力、素材開発力を高め、中国品では真似の出来ない商品作りを継続していくことで、計画以上の売上を確保できる。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 取組み先との綿密な事業計画の策定に基づく事業の実施が、良好な連携関係になっている。</li> <li>・ 納期、品質、コスト等全ての面で一貫生産工場であるがゆえのメリットがある。</li> <li>・ 織布、染色、仕上げ工程が全て自社内で行われるので、工程間の連携が可能になり他の工程の遅れを取り戻す等のフォローアップが容易に行え、客の安心度・信頼度が高まり、受注が増えた。</li> <li>・ 元々、ニット糸の染色加工品を西脇産地の産元とは関係なく、紡績から受注していたことが自立化を目指す礎となっていた。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>大手紡績経由シャツメーカーとの取引は今後も拡大を目指していくが、業界そのものが縮小傾向を抜け出せず、量的な拡大は容易ではない。輸入品が主体となっている量販店においても日本製の生地を扱う動きが出てきているので、先染の織布・染色・整理加工を全て揃えた一貫工場としてのメリットを活かし、高付加価値商品の売り込みを図っていく。今後、商品企画能力を更に開発していくことで、先染一貫工場としての地位を確立できる。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>先染の一貫工場を目指して、自社にて設立した織布部門の拡大を検討していた正にその時期に、採択戴けたことは、誠にありがたく感謝している。只、産地がこれだけ疲弊してくると、個々の企業に対する支援は勿論大切であると思うが、それ以上に産地全体の底上げ的な支援も不可欠ではないかと切に考える。</p>		



⑧ (株)トーヨ	縫製（織物）	16・17年度2年間
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>創業当初は、紳士服の縫製であったが、その後婦人既製服の縫製へとアイテムを変換した。縫製業は、次第に受注量が減少し、工賃面、経営面でも厳しさが増してきている。現在は、比較的工賃の良い大手アパレルのプレタに近い高級婦人物が50%と、帝人グループと10年前から開発した産業災害防護服関連が50%であるが、いずれも得意先からの下請的OEM生産である。</p> <p>本事業では、強靱なアラミド繊維等と長年に亘り蓄積した縫製技術を活用した高機能性防護服を企画・研究・開発し、自社ブランドで製造・販売する。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>森林作業用者の災害防止服であるチェーンソー防護服、刈払機防護具等を開発し、自社ブランド「グリーンボーイ（防衣）」として、製造・販売を始めた。</p> <p>販路開拓は、森林組合や防護服を必要とする企業等を直接訪問してカタログやPR用DVD等を用いての営業活動の他、国内の各種展示会への積極的な出展と、専門誌等に広告宣伝も行い、広くユーザーにPRを行った。</p> <p>その結果、四国地区の森林組合への納入や、林業機械販売会社等との代理店契約が進み、ルートの西日本地域はほぼ網羅できている。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 企画の段階から、現場のニーズ収集に努め、開発では安全のための性能を最重要点として、チェーンソーメーカー、刈払機メーカーに試験装置の製作を発注し、自社に設置して、何度も性能と安全を確かめた。（国内には試験装置のある試験センターも試験のJIS規格もない）</li> <li>・ 林業作業防護服は競合品も少なく、一方では労働災害に対する安全のニーズが高まってきていることも追い風であった。</li> <li>・ 機能・性能を最大に重視して開発した結果、第18回中小企業優秀新技術・新製品賞「優秀賞」を受賞し、商品の宣伝・アピールに寄与した。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>産業労働事故に対する社会の安全意識が高まっており、また地球温暖化の面からも植林、下草刈など林業関係は追い風であり、今後大きく需要が伸びると思われる。</p> <p>従い、更なる販路開拓のために、自社ホームページを整備し、全国に向けてアピールすることと、生育の早い熱帯から亜熱帯地域（オーストラリア、東南アジア）向けの輸出も大いに可能性ありと思っている。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>初年度の時点では、婦人アパレル製品のOEM縫製が約50%あったが、現在は減少させ、全面的に防護服分野に転換できた。</p> <p>今後は、徐々に自販分野を増やして行きたい。</p>		

⑨ 豊泉産業(株)	寝装・寝具製造	16年度単年
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>従来は、先染ジャガード機を生かした寝装用途の生地を中間問屋からのOEMで生産を行ってきた。商品企画は取引先から指示を受け、各ブランドの傾向の情報をとり、意向を反映した図案を提案してテキスタイルで納品していた。</p> <p>寝装業界での国産の寝装品の販売量が減少するにつれて単価の値崩れは止まらなくなっている。</p> <p>本事業では厳しい現状を打破するため問屋に頼らず自社の力でより消費者に近いところへの販売を行うこととした。</p> <p>受注を取る上で企画力を前面に出し、オリジナルの自主企画商品を立案するなど、企画提案できる販売手法をとり、消費者の動向を見据え小売店などに販売する。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>自社企画商品をGMS、ホームセンター、カタログギフト、小売店などに販売を行った。具体的な販売商品は寝装用カバー、シーツ、寝装雑貨、座布団、暖簾、インテリア雑貨である。</p> <p>オリジナル商品では和のテーマ・イメージで自社ブランド商品を立ち上げ、カタログギフト卸や通販業者に採用・掲載された。</p> <p>企画提案に関してはコンサルタント、デザイナーなどを有効に活用しながら、コンセプト及び図案から製品化まで販売先に対してプレゼンテーションを行った。</p> <p>GMSについては間接的に企画をプレゼンテーションしてテキスタイルで納めるものと製品で納めるものと2通りの対応を行った。</p> <p>自立事業の売上は2年目で会社全体の10%強となり、18年も20%を超える順調な見通しとなっているが、従来事業が予想以上に減少傾向となり立て直しを図っている。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・取引先に対して、待ちから攻めの姿勢をもち、積極的に企画開発商品のプレゼンテーションを行った。プレゼンテーションの能力が認められるとその次の取引にも繋がっていく。</li> <li>・外部デザイナーと協力して、ギフト、通販用にテーマを設けて、自社ブランドの提案を行いメーカー直販としてのメリットを評価された。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>今後、企画提案をより充実するためには、企画ソースの種がつかないようにすることである。しかしながら、毎年、新しい企画や柄をおこすとコストもかかってくる。上代に対しての納入掛率が厳しいので、いかに前で適確な情報をとり、客先のニーズに答えられるかが課題となる。</p> <p>寝装品に関しては、ギフト需要は頭うちなので自家消費需要の市場ニーズをしっかりとマーケティングし、対応できる商品の開発を進めることが今後の課題と考えている。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>本事業を実施しなかったら、会社全体の売上はもっと減少していたと思う。</p> <p>売れる商品は模倣商品が作られ、中国品が安く市場に出回ってしまう。その結果、廉価なものに販売シェアが取られてしまい、国内での需要は手間がかかる商品やクイックデリバリーの商品が主体となりつつある。</p>		

⑩ 服部テキスタイル㈱	綿織物製造	17年度単年
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>近年はブライダルクロス、ベッドリネン等の用途には超広幅、高密度に加え様々な素材を使用した高級品が要求されてきている。本事業ではそれに対応できるジャカードレピア織機を導入することにより、他社との差別化を図り、従来の下請けビジネスより脱却することを目標としている。既存事業は問屋よりの受注が主であるが、これを機に自社主導型取引に転換し、ホテル並びにリネンサプライ業者への直販（寝装・寝具、ナイトウェア等）を図っていく。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>自社企画商品のベッドリネン類の直販は、某ホテルの本部購買部への営業とホテル各営業所用度と密接な連携を図ってきたことが奏功し、東京を中心に同ホテルチェーンの定番商品として採用され、各地のホテルへの納入を実現し、売上高も1億円を超える規模に成長している。</p> <p>商社・問屋の持ち込む中国品との競合があるものの、当社の技術力（加工力）及び品質・納期の管理能力を買われて一歩先んじている。</p> <p>ベッドリネン・ルームリネンは自社の直販、テーブルクロス・ブライダルクロスは問屋経由販売を遵守することで問屋との軋轢を回避しつつ、売上も伸ばしている。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・比類ない超広幅高密度織物の製織可能なジャガード付レピア機を導入し、企画デザインのアウトソーシングで様々な商品開発が進み、カタログ配布で販売が進んでいる。</li> <li>・本自立事業で、社内に設置した染色整理加工機を活用することにより、超広幅織物の一貫加工が可能となり、様々な商品作りに成功し、新企画・短納期対応で顧客の心を捉えた。</li> <li>・紡績以上に綿花、糸、織物に関する知識を、リネンサプライヤー以上に洗濯技術を蓄え、ホテル以上にリネン品に関する顧客満足を追求することで、様々な商品開発が進んでいる。</li> <li>・長年経験した西脇地区の染色・整理加工の加工技術が応用できている</li> <li>・企画・織・染色・整理の一貫加工場が確立でき、特殊分野での商品開発力・生産能力・短納期対応力が付き、あらゆる面で競争力が増している。</li> <li>・縫製工場との連携で、織物だけでなくナイトウェア等の製品開発に成功した。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>超高級品のベッドリネンは、エジプトの超長綿コンパクトヤーンを使用し、某大手リネンサプライで高い評価を得るものの、世界で認められている超高級ブランドの競合となり、苦戦を強いられている。しかし、欧州品に負けないものづくりの技で、更なる技術革新を進めて競合を乗り越けて行く。現在ブライダル分野では新商品である100%ポリエステル織物が売れているが、更なる商品開発を進め、各種展示会で知名度を高めるとともに、ブライダル業界への直接提案を計画している。よって、売上計画は順調に進捗していくものと確信している。またゆくゆくは中国市場の最高級ホテルへの販売も模索しており、輸出も視野に入れている。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>現在は計画以上の売上があるが、大きな効果が期待できるのは5年～10年先と考える。今回自立事業に採択されたことをきっかけに、長年の夢であるノンケミカル製品を研究し、ブームのオーガニックコットンを上回る肌に優しい天然派商品（タオル、シーツ、パジャマ、下着、トレーナー等）の生産で、独自のブランドを立ち上げ店舗開設を目指したい。</p>		

⑪ (有) 福田織物	綿織物製造	16年度単年
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>従来は、産元などの下請けで取引はほとんど賃加工による生機での織布製造であった。</p> <p>本事業は国内展示会を受注販売の柱として、アパレルや小売店等へシャツ、ブラウス、スカート用途のテキスタイル販売を行う。海外にも進出して商社や現地エージェントを通して、細番手の綿、麻等のテキスタイル販売を行う。また、ショールームやホームページの開設を行い、PR・販売の場としての活用やプレゼンテーション力を高めることを目的とする。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>生機での賃加工の取引はゼロになり、販売先の7割近くがアパレル、小売店等に直接の販売になってきている。(一部、産地問屋にテキスタイル販売は有り)</p> <p>CBFなど定期的に出展しているが、出展を継続するたびにリピーターの来場者が増え、商談が進んでいる。受注ロットは小さいが、顧客が増えているので売上が伸びている。その結果、受注量が増えたので加工先にも発注が増え、以前より信頼が高くなっている。</p> <p>従来、産元が行っていた糸商、加工業などとの手配や段取りについて、直接行なうことになり、系統立ててネットワークを組み立てることができ、生産にもよい影響を与え、高品質商品の安定生産に繋がっている。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・最も得意な商品(綿の細番手織物)に特化して商品開発を進め、展示会で主力商品として提案した。</li> <li>・販売の為に営業担当に経験者を入れず若い人材を一から育て、業界にしがらみのない新しい感覚の販路開拓を行った。</li> <li>・外部人材についてはあくまでアドバイザー的存在とし、自社の営業力でアパレルへの販路開拓に飛びこんで本事業に取り掛かったこと。</li> <li>・新規販路開拓ではアパレルの仕入れ担当者、デザイナーに当社の商品のイメージを徹底してPRして認知されるようにした。</li> <li>・新規の取引については小ロットでも最低ロットにこだわらず、受注を取り、リスクを恐れず次の発注に繋げた。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>産地の垣根をとりはらって、他産地の京都、福井、愛知、滋賀などの加工場で自社商品の加工をし、従来の商品との差別化をはかった商品の開発を進める。</p> <p>海外販売する場合は市場に通用する商品開発を進めると同時に、対応できる人材の育成が必要と感じている。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>どんなに素晴らしい計画を立てても、強い意志をもって最後まであきらめずに命がけでやらなければ成功しないと思う。</p> <p>本事業がなかったらここまでスピーディに行えなかった。</p> <p>織布業はじめ、周囲の環境はますます厳しく、産地内では加工場、サイジングなどの廃業及び撤退が続く、産地のスケールが先細りしてしまわないかと懸念している。</p>		

⑫ (株)マシュール	縫製（織物）	17年度単年
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>従来は大手ベビー・子供服メーカー各社より賃加工およびOEMで縫製を受けていたが、その後アイテムを増やし大手レディスアパレルの縫製も受けたが、次第に中国に生産がシフトされ、大幅な数量減と工賃の下落で苦しい状況に追い込まれた。</p> <p>このような状況から国内での縫製業の今後の方向としては、ベビー・子供アパレル、レディスアパレルへの直取引でも利益は確保できず、ユーザーへの直販しかないとの熟慮の上、伝統ある高知よさこい祭りの衣装全般を一貫して企画・製造・販売する事業を展開することとした。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>よさこい祭りは、今や全国300ヵ所以上に飛び火し、年々増加傾向にある。その衣装全般の販売を20年以上に亘り蓄積された縫製技術とパリで活躍したデザイナーや経験豊富なコーディネーターのアドバイスを活かし、最終消費者への提案・販売を実施した。</p> <p>販売方法は、近い地域については訪問による営業を実施したが、ほとんどは自社のホームページによるネット販売が主体で、計画以上の実績を上げた。</p> <p>順調に売上げが伸びた要因として、検索キーワードやホームページの更新など検索上位対策を常時実施したことが上げられる。特にインターネット販売中心で、事業目標を大幅に上回る結果を出している稀有なケースである。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・よさこい踊りチームはそれぞれが特異なチームコンセプトを持っており、ユーザーの意向に沿ったスタイル、デザインをタイムリーに提案した。</li> <li>・「Webでよさこい衣装の販路拡大」の課題について、この分野に優れた良い人材を雇用することができた。</li> <li>・縫製業である弊社が直接製造・販売するということがユーザーに信頼と安心感を与えられた。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>よさこい衣装はスタイルが洋装化してきているので、これは弊社が得意とする方向である。</p> <p>特殊な商品であるため、一回納品したチームのリピートは必ず声が掛かってくるので、更なる新規顧客開拓とともに今後とも拡大していくと思われる。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>既存事業では想像できない最終顧客からの様々な商品に対する貴重な意見、情報、提案を直接聞くことができた。それを分析、活用することにより、新たな企画、事業へのヒントが生まれ、経営戦略の策定に繋がる。</p> <p>地方の一縫製業者でも技術、人材や事業主の不屈のリーダーシップがあれば成功できる事例として誇れると思う。</p> <p>本事業を実施したことにより、知名度が県内はもとより全国にインターネットを通じて周知でき、本事業以外のオリジナルユニフォームや祭りグッズなど他の新規商品の受注に好影響が出ている。</p>		

⑬ 松岡機業(株)	絹織物製造	17・18年度2年間
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>元来、絹のスカーフの製造販売を行っていた。その後、中国産品の流入により婦人服用生地、後染めドビー織物に転換し、生地問屋や商社からの受注生産をしている。受注量が年々減少し、先が見通せない状況であった。当社の絹織物と共同申請者の毛皮素材とコラボレーションした、コートやストール等のアウター製品を中心に、マフラー、アクセサリ等小物製品も生産し、アパレルへの販売を行う。新たにコンサルタント、デザイナー、営業員など外部人材を活用して事業推進する。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>当初、どのアパレルにどう攻めればよいのかも分からず、展示会に出展しても展示方法も未熟、来場されたアパレルへの対応もできず、苦労の連続であった。外部人材が機能してきたことや共同申請者との連携も進み、徐々にアパレルの客先が開拓でき始めた。現在、大手アパレル3社と取引できており、OEM製品の生産販売を行っている。加えて、アパレル用素材として絹をベースとした織物が20社程度のアパレルに販売できるまでになった。生機生産は自社で、染色は他産地と連携し染め生地をつくり、共同申請者は毛皮部分だけを一旦、縫製し、その後地元縫製産地の鶴岡で最終縫製を行いアウター製品に仕上げている。</p> <p>CBF展示会に4回連続で出展し、回を重ねるたびに当社自身も成長進化できた。徐々にアパレルにも認知され始め、新規客先の開拓に繋がった。東京に営業所を設置したことで顧客対応がしっかりでき、売り上げも計画を上回る実績を残せた。共同申請者との連携が非常にうまくかみ合っており、コラボ商品は高い評価を得ている。コラボ商品だけでなく、絹織物、絹製品や毛皮製品の販売も本事業の相乗効果で拡大している。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 良い共同申請者を得たこと。双方とも高い技術力を持ちながら従来事業に大きな危機感を抱いていた。全くの異業種との組み合わせで、双方の得意分野を生かし、それぞれの責任を十分果たし、リスクも相応に両方で負担しながら、懸命に本事業に取り組んだ。更に、地元銀行が共同申請者になっているユニークな事例である。</li> <li>・ 外部スタッフ、コンサルタント、デザイナー、営業員がそれぞれの役割を果たした。</li> <li>・ 東京に営業所を開設し、アパレルへの迅速な対応ができたこと。</li> <li>・ 経営者の強いリーダーシップを持って推進したことで、社員の意識が大きく変わった。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>計画を上回る実績となっているが、成功とまではまだ言えないと認識している。拡大ばかりを目指すのではなく、現在の顧客、商権をしっかりフォローしながら商品企画力、技術力の向上に努め、当面は実力を蓄える時と考えている。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>本事業のお蔭で新事業の一步を踏み出せたことに感謝している。右も左も分からない段階からのスタートであり、懸命に取り組んできたことで徐々に前途が開けてきて自信も出てきた。CBFへの出展の機会を得たことでここまで来れたと思う。従来事業が益々縮小しており、この自立事業に取り組んで本当によかった。</p>		

⑭ 松尾捺染株式会社	染色・整理	17年度単年
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>従来は、ハンカチ、カットソー、インテリア用途の生地プリント委託加工を行っている。特にハンカチ用ではライセンスブランド、キャラクターブランドの柄を多く手掛けているプリントのトップメーカーである。</p> <p>現在の取扱いの割合は、ハンカチ約40%、エプロン、袋物等約20%、衣料約20%、教育関係約20%である。本事業ではハンカチ及びカジュアル衣料、雑貨等を自社企画で製造し、ハンカチメーカーやアパレル等に自販する。また、自社企画を提案してOEM生産も行う。</p> <p>カジュアル衣料はメンズを中心に企画し、テキスタイルを仕入れ、プリント加工は自社で行い、刺繍、縫製等は外注で行い、小売店、自社店舗、インターネットで販売して行く。</p> <p>オリジナルブランドのメンズカジュアル衣料を取り扱う店舗を東京の神宮前に出店した。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>ハンカチ類の販路開拓は大手ハンカチメーカーに直接、企画提案して成約、売上も順調に推移している。カジュアル衣料・雑貨は自社のデザイナーを育成しながら、メンズカジュアルブランドを立ち上げ、大人のストリートファッションのブルゾン、ジャケット、トレーナー、ジーンズ、Tシャツ、靴、帽子、ベルト等を企画生産して販売している。音楽バンドへの商品提供を行い、着用してもらうなど話題性をとったり、数誌のファッション雑誌にも掲載されるなど自社ブランドを多くの消費者に認知してもらった。</p> <p>カジュアル衣料の新規販路開拓のため「フロンティア合同展」に出展したが、あまり、効果はなかった。今後も積極的に各種展示会への出展参加を検討している。また、インターネット販売は自社サイトを開設して、オーダープリントTシャツ、トレーナー等の販売を行っている。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・ハンカチの自社企画生産・販売については委託加工を受けている問屋、販売先との調整に時間をかけて行き、自販できる環境を整えた。</li> <li>・他社が真似のできないカットソーへの新しいプリント技術の機械システムを開発した。</li> <li>・オリジナルプリントのTシャツ、トレーナー等を消費者ニーズに即応できる社内の仕組みを構築した。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>ハンカチの販売は順調に推移しているが、2006秋冬シーズンでの自社ブランドのカジュアル衣料、雑貨などの商品の店舗販売は不調であった。レビューを行い、体制を整えて今後も継続してチャレンジしていきたい。</p> <p>加工に関しては、光触媒など付加価値の高い技術にチャレンジして、新しいものづくりを生み出して行く。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>以前より消費者への製品販売を手掛けたいと思っていたことが自立事業をきっかけに行うことが出来、念願がかない大変ありがたく感じている。</p> <p>自立事業で背中を押していただきましたが、今後は自社の力で本事業を軌道に乗せ、より内容を高めて目標を達成したいと思っている。</p>		

⑮ 丸和繊維工業(株)	ニット製品製造	17・18年度2年間
<b>1) 自立事業の概要</b>		
<p>自社オリジナル商品企画（素材開発、編み組織開発）をアパレルに提案（提案型OEM）するとともに、青森の自社工場にて生産した製品を、新たに開拓した専門店等に直接販売する。製品の種類も従来の軽衣料品に加え重衣料の販売も行うことで新たな販路も確保していく。</p> <p>2年目（18年度）には直営店舗を開設して消費者に直接販売する。</p>		
<b>2) 自立事業の進捗・実施状況</b>		
<p>外部人材（アドバイザー、デザイナー）を活用することで、従来には無い商品開発が進み、更には自社の技術力、商品開発力をフルに引き出す結果にも繋がり、初年度はアパレル、SPA、小売店を中心に、計画の倍額に近い売り上げを確保した。又、産地企業による合同展示会をねばり強く継続的に開催して来たことにより、客先の絞込み、囲い込みが出来ている。但し、合同展示会のデメリットとしては、自社製品の情報だけを来場者に取られることもあるので、今後は何らかの手立てを講じていく必要がある。</p> <p>従来の受動的受注活動では、値段の低いメーカーにオーダーが流れるケースもあったが、企画提案型取引を確立することにより、売り先には主要な商品供給者として取り組みが強固になった。</p>		
<b>3) 成功要因</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>・企画提案型取引の遂行には数多の障害があったが、絶対にやり遂げるという強い信念（執念）があったからこそ奏功している。この信念が社員の間にも広がり、全員が「やれば出来る」という自信をもっている。</li> <li>・外部人材の活用により、従来には無い商品開発が進み、新しい客先を呼び込むことが出来た。</li> <li>・ニット製品でありながら布帛タイプの商品開発が奏功している。</li> <li>・産地の合同展示会を継続的に開催してきたことで、固定客が確保できた。</li> </ul>		
<b>4) 本事業の今後の見通し</b>		
<p>自社企画商品の提案・販売を続けることで、自社の展示会・内見会に足を運ぶ客先が増え、客が増えるにつれて、客先からも新しい商品アイデアを入手する機会が多くなり、それが自社の技術力向上に繋がっている。しかし、提案型販売を遂行していくためには、小ロット、短納期生産を心がけねばならずコストアップに繋がることもある。又、金を掛けてソフト面の充実を図っている割には、売値に反映できていないのが実情でもある。幸いなことに社内での体質改善が浸透してきているので、自社商品の付加価値を高める努力を継続していけば道が開けていくと確信している。尚、18年度事業にては自社店舗の開設を目指しているが、現在の提案型取引の増大に伴い、店舗開設準備のための時間的な余裕が無く、遅れ気味となっている。</p>		
<b>5) 本自立事業を実施して</b>		
<p>以前より提案型取引を目指していたが、なかなか実現できなかった。しかし、そこに自立事業で採択戴き、国の後押しを得ることとなり、絶対に成功させてやるという信念（時にはこれがプレッシャーになっているが）にて本事業を展開している。</p>		