

[機構について](#) > [情報提供活動](#) > [動画で見る企業事例「企業未来！チャレンジ21」](#) > [2004年放送分](#) > [7月3日放送分 消費者のつばやきを形に～運動用水着メーカーの商品開発術～](#)

7月3日放送分 消費者のつばやきを形に～運動用水着メーカーの商品開発術～

3日(TX・TVO・TSC)

4日(TVH・OX・TVA・RCC・TVQ・OTV)

5日(BSJ)

【企業レポート】

東京都のフットマーク株式会社(資本金8,500万円、従業員数51名)は、水泳帽の販売で国内シェアNO.1を誇る会社。今では、一般プールでも着用が義務付けられている水泳帽は、同社が小中学校における水泳指導の普及を追い風に広めたもの。「水と健康の商品・サービス」を掲げて、消費者の健康をトータルサポートする同社の活動を紹介する。

ビジネスHOT情報
機構発足・支部設立

消費者のつばやきを形に ～運動用水着メーカーの商品開発術～

[視聴覚教材No. TV16-14](#)

[動画配信中\(新規ウィンドウ\)](#)



東京墨田区にやってきた志垣さん。今日は夏らしく、水着を開発している会社を訪ねる。

こちらは(株)フットマークの磯部社長。



創業当時はオムツカバーを作っていた同社は、紙おむつの登場や少子化を機に、学童用水泳帽の製造に着手した。



当時は一般的ではなかった水泳帽も、水泳教育の広まりを追い風に大ヒット。



今では、水泳帽のみではなく、幅広く水泳用品を製造。消費者の声を参考に、水中運動用水着など、特長ある製品を開発してきた結果、製品種類は2万点を数えるまでになった。

POINT: 消費者一人一人の声を謙虚に聞き、製品化



スポーツクラブでは、水中ウォーキングなどを中心とした水中運動教室が開かれている。ここには同社製品の利用者がいっぱい。



こちらの女性からは、水着の着にくさを指摘された。こういった声を取り入れ、商品の開発・改良に活かしてゆく。

スクール部。一つの部門で、企画・デザインという入り口から、仕入れ・営業という出口までをこなす。その方が仕事が面白いと磯部社長は語る。



POINT: 一つの部門で企画、開発、営業まですべてをやる



ゴーグルと水泳帽が一つになった試作品。プールでの子供達の忘れ物が多いことをヒントにした。

POINT: 現場の人たちの不便さが商品開発のヒント



また、商品創造部では肢体不自由の方向けの商品を開発中。今は、ある一人の人のためにこの商品を研究しているが、同じニーズは全国にあると磯部社長は考える。

POINT:

- ・同じニーズはたくさんあるはず
- ・開発した技術をより広い消費者向けの製品に応用



東京都中小企業投資育成会社の小崎さん。消費者の声にもならないつぶやきを捉えて、商品開発力の維持・向上を図っていると同社を高く評価。

POINT: 消費者のつぶやきをキャッチして商品化



新しいか、世の中の役に立つか、利益ができるか、この3つを念頭において商売をしていると、磯部社長は自らの方針を語った。



[ひとつ上の階層へ](#)

[利用規約](#) [法的事項](#) [プライバシーポリシー](#)

Copyright©2007 Organization for Small & Medium Enterprises and Regional Innovation, JAPAN