TREND Eye's
ビジネスに役立つ最新トレンド分析

浅野撚糸

岐阜県の町工場、浅野撚糸の「エアーかおる」から探るヒットのワケ

技術力をヒット商品開発につなげる!

日本の産業を下支えしてきたのは、高い技術を有する町工場や中小企業だ。ところが昨今、製造業の海外移転などを理由に、苦境に立たされる企業が少なくない。そんななか、技術を強みに自社でヒット商品を開発した企業に注目が集まっている。

浅野雅己
Masami Asano

浅野撚糸株式会社代表取締役。中学校の体育教諭を経て、1987年に浅野撚糸に入社。95年、創業者である父の跡を継ぎ、代表取締役就任。一時廃業の危機に瀕した同社を「エアーかおる」のヒットによってV字回復させる。

取引先の発言で奮起し執念の商品開発

苦境に立たされているものづくり企業にとって、自社開発のオリジナル製品による販路開拓は、会社の生き残りに関わる切実な課題だ。

ユニークな発想で自社の技術を活かした新商品を開発し、ヒットさせた企業がある。例えば電子機器などに使われる機能性フィルムメーカーのコスモテックは、腕に巻いて繰り返し書いたり消したりできるメモ「wemo」を開発。同社の社員が、病院で看護師が腕にメモしているのを見て「腕に巻けて、油性ボールペンで書けるうえ、消しゴムでキレイに消せて、水に濡れても字が消えないメモが作れないか」と考えたことが開発のきっかけだ。また、金網メーカーの石川金網は、世界初の金属製の折り紙「おりあみ／ORIAMI®」を開発。職人が金網の端材で鶴などを折って遊んでいたことが、開発のヒントになったという。紙より丈夫で子どもから高齢者まで扱いやすく、お土産にも最適なので海外からの旅行客にもウケている。

苦境をバネに、ヒット商品開発に粘り強く取り組んだ企業もある。鋳物メーカーの錦見鋳造は、1・5ミリメートルの薄さの「魔法のフライパン」を開発。従来、鋳物は重さがネックだったが、10年に及ぶ試行錯誤の末、軽量化に成功。女性でも片手でラクラク持てて、家庭用コンロの火力でもプロ級の料理が作れるという口コミで、最大4年待ちの大ヒットを記録。開発の原動力は「値下げをのまないなら、代わりはいくらでもいる」と取引先に見下された悔しさだったという。

廃業の危機のなか世界初の撚糸を開発

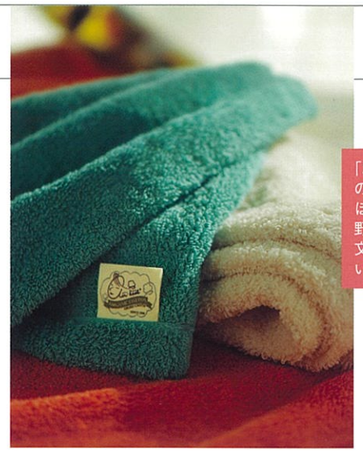
岐阜県の浅野撚糸もまた、廃業の危機に瀕しながらも愚直にものづくりに向き合い、ヒット商品を開発した企業だ。

同社は2000年頃から経営難に陥った。当時を、代表の浅野雅己氏は次のように振り返る。

「円高の影響で大手企業との取引が激減したうえ、追い打ちをかけるように撚糸加工技術が海外に流出し、撚糸業界全体が大打撃を受けました。当社では、社員を3分の1に減らし、一部の協力工場との取引を停止しても、業績改善の見込は立たなかった。私は全国の繊維業者へ営業に駆け回りました」

苦しい全国行脚のなか、偶然目にした看板を頼りに尋ねたのが繊維商社「クラレトレーディング」だ。同社は新開発の、水に溶ける糸の製品化を検討していた。その糸に大きな可能性を感じた浅野氏は、4年にわたる試行錯誤の末、次の工法にたどりついた。綿糸に水溶性の糸を合わせ、元々の撚りとは逆方向に撚った後、熱湯に入れる。すると水溶性の糸だけが溶けて繊維の間にすき間ができ、ふんわり膨らむ糸となる。この糸こそが、伸縮性にも通気性にも優れる世界初の撚糸「スーパーゼロ」だ。

その後、地元の信用金庫を通じて知り合った三重県津市のタオルメーカー「おぼろタオル」と共同で「スーパーゼロ」を使用したタオル開発に着手。2年後に、ふっくらと柔らかく、吸水性も通気性も抜群のタオルが誕生。タオル製造で100年の歴史を持つおぼろタオルが「こんなタオルは、どこにもない」と胸を張る出来栄えだった。



「エアーかおる」という名前は、エアーのように軽いタオルであることを表すほか、クラレトレーディングのK、浅野撚糸のA、おぼろタオルのOの頭文字と、「Live（3社の感性が生きている）」のLを合わせて名付けられた。

自社ブランドで勝負をかける

品質には自信があったものの、足を棒にして全国のタオル問屋に営業をしても、なかなか買い手がつかなかった。

転機が訪れたのは、遠方に夫婦で営業に出かけた夜のことだった。寿司店で夕食をとっていると、夫人が言った。

「いつか社員や協力工場の人たちとも一緒に、お寿司を食べに来ようね。お父さん、大変だけど、あきらめたらだめだよ」

綱渡りの経営が続き、夫人も心労を募らせていた。だからこそ、その言葉がありがたかった。

その夜、浅野氏は自社ブランド立ち上げを決断。数日後に「エアーかおる」というブランド名をつけ、百貨店などでの販売を開始。数年間は売れなかったが、バスタオルの半分サイズの「エニータイム」をメインに据えると、売上が伸び始めた。

「吸水性や柔らかさではなく、『バスタオルの半分サイズなのに、髪と全身をしっかりふける』『洗濯の量も減る』など、どんな場面で役立つかを具体的に説明するなどの伝え方の工夫が、消費者の心に響いたんです」

エニータイムで品質の良さを実感した消費者はフェイスタオルやバスタオルも追加で買い求める。今や「エアーかおる」は、月間20万枚、累計750万枚を売り上げる大ヒット商品だ。

「エアーかおる」のヒットにより、浅野撚糸は撚糸業界を牽引するトップランナーとなった。

「現在は、和紙でできた糸に、水溶性の糸とゴムを撚り合わせて作った軽くて伸縮性のある撚糸を使い、ジーンズを作れないかと研究を重ねています。どん底の経営の辛さを味わったからこそ、成功に安心せずに常に数年先を見据え、将来のための投資を続けているのです」

ヒット商品開発に共通法則はない。しかし、浅野撚糸はもちろん、冒頭で紹介したコスモテックや、石川金網、錦見鋳造も、自社の誇る技術を活かし、社会に前向きな変化をもたらしたいという思いで新たな商品を開発し、ヒットさせた。苦境に負けず、技術を強みに未来を切り拓いた4社の事例は、ものづくりの未来を明るく照らす羅針盤となるだろう。

腕に巻けるメモ
コスモテック wemo

腕に巻いて使用する「ウェアラブルメモ」。何度でも「書く／消す」が可能。業務用フィルムや粘着シートの技術を活かして開発した。農業、漁業、医療などさまざまな業界の現場最前線で働く人に愛用されている。

技術を活かして販路開拓
ものづくり企業のヒット商品事例

磨き上げた技術を活用し、町工場や中小企業が自社でヒット商品を開発。商品の独創性もさることながら、細部に至るまで高い技術を駆使して作られているからこその高品質が大きな売りとなっている。

鉄鋳物なのに厚さ1.5mm!
錦見鋳造 魔法のフライパン

鉄鋳物の調理器具は畜熱性が高く、料理が美味しく仕上がるが、重いことがネック。そこで軽量化のため、徹底的に薄さにこだわった。ホテルのシェフに使ってもらい意見を求めて、それを家庭用商品の開発に反映させた。

世界初!
金網でできた折り紙
石川金網 おりあみ／ORIAMI®

布のようにしなやかで、紙のように張りがある、金属の金網でできた折り紙。折り紙と変わらない折り心地。日本折紙協会や折り紙アーティストの協力を得て、さらにモニター販売による顧客の声を活かして完成させた。