

# タオル素材の新たな付加価値を求め 異業種とのコラボレーションによる自社ブランド構築

支援機関: 今治商工会議所

支援内容: 経営力の向上支援

支援区分: 経営革新

## 有限会社オルネット

### Information

#### 【企業概要】

社名: 有限会社 オルネット  
代表者: 代表取締役 森 和子  
業種: タオル雑貨販売業  
所在地: 愛媛県今治市八町西2丁目2-23  
資本金: 3,000,000円  
設立: 平成12年  
従業員: 11人



#### ◆ 業界動向・背景

約1世紀にわたりタオルの地場産業として栄え、今日全国トップクラスのシェアを誇る今治地域であるが、平成以降の外部環境の変化に伴い各社ともに約十数年前より大きな岐路に立たされている。

その主因として後進国の成長があげられる。特に「世界の工場」と呼ばれた中国におけるタオル生産の増大は、その安い人件費から超安価商品を国内産とは比較にならない価格で輸入が始まった。数年間の驚異的な輸入量増大により国内メーカーは輸入規制(セーフガード)を政府に求めたが、願いが叶わず国内消費は現在では80%~90%以上が輸入タオルという現状である。ただ当初は中国の低い技術力から粗悪品評価で「ただ安い」と言われ国産ブランドの地位が守られていた時期もあったが、今日では技術面での遜色もほとんど無く厳しい戦いが行われている。

「価格では勝てない」「通常製品では技術的な優

位性が確立できない」というなかで、新しい高付加価値商品づくりを目指すべく一流デザイナーとの連携による自社ブランドの確立・新素材開発等を通じた差別化商品を各社とも目指している。

また昨年、中国製品の品質問題が取り沙汰され若干国産品に風が吹いてきた感はあるが、輸入量が激減するまでには至っていない。



さらに国内流通も大きく様変わりしている。かつてタオルメーカーは大阪・名古屋・東京の間屋へ卸販売が中心で完全な下請け関係が構築されていた。

しかし問屋も消費者に受け入れられる為に「あくまで価格訴求に徹する」という考えの下、中国製にシフトした結果、国産タオル取引が激減し、国内タオルメーカー倒産及び廃業が増大した。

流通変革の嵐は問屋間の価格競争を結果的に助長させ、あわせてIT化の波と相俟って大阪の繊維問屋も倒産・廃業するという共食的な状況が発生し国内産タオルメーカー・問屋も大変な状況となっていた。そこで流通も自らが販売しなければ生き残りの道は無いと判断したタオルメーカー各社は、東京市場を重点ターゲットとし直販体制を整備し今日に至っている。

## ◆ 創業の経緯及び事業概要

平成12年創業の有限会社オルネットは、業界に大きなうねりが生じているなか(約20年前500軒以上あったタオルメーカーが、平成20年末には120社に激減)中国製低価格の輸入攻勢や流通経路の変革に対抗するべく、親会社の森清タオル株式会社から新商品開発・販売を目的に分離独立した会社である。同社創業者は森清タオル株式会社の前代表者の奥様で「タオルを買うのは女性、だからこそ女性の視点に立った新感覚で商品を作りたい」という理念のもとに、当時斬新なアイデアであった高級タオル素材を使い(オーガニックコットン等)ドックウェアの開発を始めた結果、その商品力は高く評価されニューヨークの展示会で2回の賞に輝く等注目された。

その後、繊維事業者向けの中小企業支援策が開始されると、その資金を活用しさらなる商品力向上(新ブランド構築)と販路拡大に向け東京圏を中心とした直販をスタートさせた。常に一步先の新感覚を取り入れた社長は、自社ブランド開発に

力を注ぎ、現在は“Dear Me”“OH Dear!”“雪花”といった3ブランド(加えて平成21年新ブランド発表「LAZURI」)を展開している。現在は売れ筋となった和洋折衷型の和ブランド「雪花」は、都内デザイナーの斬新なデザインと親会社が生み出す素材の高品質化により関連商品(雑貨等)への幅を広げ売上拡大につながっている。創業して8年目の同社はゼロからスタートし数億円の売上に達するビジネスを展開し、地場業者が生き残るための戦略としては模範的な企業といえる。常々社長が言われるのは、海外の安価な製品に打ち勝つには「自社ブランドのロイヤリティーの向上しかない」と断言され、特に都市圏を中心としたデザイナーの発掘に注力されている。

平成21年2月に開催される「東京ギフトショー」での新ブランド発表会が待ち遠しい。



### ◆ 拠点の具体的な支援内容

平成15年度～平成20年度に亘り、全国の中小繊維業者へ助成された助成金について施策活用方法及び事業計画書の作成方法、損益計画書の策定方法について支援を行った。その後は親会社を含めた経営全般面での支援を実施した。平成19年度に計画目標売上をほぼ達成し、さらなる売上拡大を図る為の方策及び経費面の削減方法、資金調達等財務面での支援を行った。

平成19年度は、新たな中小企業施策である『地域資源活用型補助事業』の制定により公募に関して施策説明を行い平成19年度に第2号認定を獲得した。さらに平成20年度には、地域資源活用型事業の新ブランド立ち上げの為の支援を実施し、合わせて(財)東予産業創造センターとの連携により地域資源活用型事業の補助金に関する支援を行った。

#### 【主な支援内容】

**Point**

- ◎事業計画書策定支援
- ◎販路開拓に関する予備調査(他支援機関との連携)
- ◎資金調達に関する支援



### ◆ 拠点を利用した事業者の声

平成20年度に支援機関を活用させていただいて最も有効だったのは、本業以外の補助金申請やデザイナーとの契約作成及び留意点等不慣れな部分を多に活用させていただいた事です。また資金面や顧問税理士への説明においては企業側に立って詳細な説明をしていただきました。特に中期経営計画策定支援については中々目標が見えない中で、将来の灯りをともしていただき事業に邁進できた事は有難かったと思います。



森 和子 社長



## Staff voice

### ◆ 支援に携わったスタッフの声

厳しい業界、先の見えない業界にとって新しい活路を見出す女性の視点にたった知恵とアイデアのビジネスが誕生しました。しかし一介の主婦であった彼女が社長という重責を担い東奔西走する姿はすばらしいものです。過去幾多の困難があり眠れない夜もあったと聞きますがそのご苦勞が身を結ぶものと固く信じています。

平成20年度には、補助金認定もいただき事業成功に向けて着実に進んでいます。

また複雑な補助金経理については経理担当者への詳細な説明を実施しました。特に過

去の事例から昨今の補助金は直接企業へ支援される傾向がある為、事前に詳細な説明をコーディネーターの立場からも実施し多額の助成金運用について経理面でのトラブル防止が必要だと思ひます。



応援コーディネーター  
矢野 幸治