

# 温暖な気候の国々でも評価されるマフラー 編み出した特殊技術で、海外へ「ご縁」を紡ぐ

## 有限会社 プランドル飯田

<http://www.prendreiiida.com/>



### PROFILE 企業情報

- 所在地: 石川県河北郡津幡町
- 業種: 刺繍・繊維製品製造販売
- 資本金: 300万円
- 創業: 1978年12月 ●従業者数: 10人



リストバンド刺繍から発展したアイデア商品群

### 会社のピンチが販路拡大へのきっかけに

当社は、創業当初、刺繍や縫製に特化した製品(リストバンドやヘアバンドなど)の製造を中心に行っていた。しかし、10年程前に取引先が倒産し受注が半減したことを契機に、蓄積してきた縫製技術を活かした独自の製品づくりに着手するようになった。

試行錯誤を重ね、特殊な編み方によって縫い目のないサポーターの実現に成功。従来のサポーターと比べて、関節部分にフィットしてズレ落ちにくい**優れた伸縮性や通気性を併せ持つ製品として特許を取得**している。また、その後も丸編みニットの特徴を活かしたマフラーの開発を手掛けている。常にエンドユーザーにとってどのような製品が受け入れられるかを焦点に置き、流行色を取り入れつつ選ぶ楽しみもある多色展開や、綿などの自然素材を用いた製品づくりを行うことで、マフラーもサポーター同様、同社の代表的な製品として人気を得ている。

創業当初からの刺繍品製造においては、そのきめ細やかな技術が認められ、2008年から阪神タイガースの公式リストバンドの企画製造を請け負う契約を締結している。



特殊な技術で編み上げたマフラー

「我が社はものづくりには自信がありますが、販路を確立するのが難しかったのです。石川県産

業創出支援機構 (ISICO) から、3年間の補助金を受けていたことをきっかけとし、販路を拡大しました。

### 温暖な気候の国でマフラーが好評な理由

徐々に販路を拡大していくうちに飯田道昭社長の目は海外に向き、経済産業省の「小規模事業者等JAPANブランド育成・地域産業資源活用支援補助金」の採択企業が対象となる日本公庫の海外展開資金(クールジャパン関連)も活用して、台湾やシンガポールなどの展示会にも出展をはじめた。

最初に手応えを感じたのは、パリの展示会に出展したマフラーである。「催事販売で手に取った方に『今まで見たことがない』と好評で、パリ在住の日本人デザイナーと提携することができたのです」。現地にツテのあるデザイナーにマフラーのパッケージやブランドロゴのデザインを手掛けてもらい、マフラーを継続的にパリで販売するきっかけになった。さらにマフラーは台湾やシンガポールの展示会でも好評を得る。「温かい気候ではマフラーは必要ないと思われがちですが、ホテルやデパート、オフィスの中は冷房がきいていて非常に寒いんです。特に**働く女性の冷え対策**としての需要がありました」。

石川県の産業には九谷焼や輪島塗などの伝統工芸も多い。そのような企業と協賛して海外の展示会に出展することもある。「日本の技に対する海外の反応を肌で感じると同時に、開発のヒントもたくさん得られます」と意欲を見せた。



フランスで販売のマフラー「マフィン」。大きく広げると、スヌードやボレロなど様々なアレンジしての着用が可能。リバーシブルの色合いも人気である。新商品のコットン100は、オールシーズン使用可能で、授乳時の目隠しとしても活用できる

### 海外展開のヒントをうかがいました

#### Q 海外展開を考えたきっかけは？

最初はサポーター販売での進出を考えていました。年を取って膝や腰が痛くなるのは世界共通です。ヨーロッパも日本と同じように高齢化が進んでいると考えたのです。



縦に長く伸びる膝サポーター

#### Q 海外での販売方法は？

アマゾン等のサイトで販売はしていますが、当社の商品は性質上、画面の写真だけでは伝わりにくいところがあります。手に取って品質を肌で感じてもらう、クチコミによる販路拡大のほうが効果的であると実感しています。そのため、展示会などで直接試していただくことを重要視しています。

#### Q 初めて海外展開するコツは？

当社も、商工会や自治体など、存在は知っていても取組み・制度等支援内容の詳細は、理解していませんでした。しかし、一度補助金を活用させていただきましたところ、その有効性を実感。諸手続きを煩雑と感じている人は多いと思いますが、是非一度チャレンジしていただきたいと思っています。

### Interview 我が社の「イズム」



#### 海外展開を検討する企業の方へ

**新商品開発の鍵は人とのつながり「ご縁」を大切にすることです**

飯田 道昭氏  
◆有限会社 プランドル飯田 代表取締役

どんな分野にも言えることですが、目まぐるしく動き続ける世界の情報をキャッチするために、常にアンテナを立てておく必要があります。我が社のような地方の中小企業にとって、まずは東京に出ることが大きなハードルでした。しかし人を介して何度も足を運び、人とのつながりを求めました。きっかけがあれば、仕事がなくても月に1回は上京するように努めていました。そうするうちに東京の音楽事務所からお声をかけていただき、有名アーティストのコンサートで販売するグッズなども手掛けるようになりました。今では海外でのコンサートでも、当社の製品が販売されていま



台湾の百貨店における催事

す。それは何よりも、人との「ご縁」を大切にしてきたことが実を結んだものだと思います。