

13 株式会社スタッフス

ヘアカラー市場のパイオニア。
機械化・自動化を推し進めて
優位性を高め、
世界に本格展開



スタッフが手がける高品質のカラーチャート



手作業がまだまだ多い



改良型のワインダーを導入。生産能力が従来比1・5倍と大幅に拡大した



繊維産地・一宮に本社工場を置く

data すたっふす

代表者役職名・氏名／代表取締役・白木行彦

設立年月日／昭和50年3月1日

住 所／〒491-0201

一宮市奥町字蘇東55番地

電 話／0586-62-0121

F A X／0586-61-5605

U R L／<http://www.staffs.co.jp>

E-Mail／mail@staffs.co.jp

資 本 金／1000万円

業 種／サロン向けなど各種カラーチャート、

ヘアカラー用ディスプレイなど

ヘアカラー関連商品

要求される数段高い品質

スタッフスが立地する愛知県北西部の一宮市は、古くから繊維・織物産業で栄え、今も関連産業が集積している。そんな中であって、同社は「ヘアカラー」というニッチながら高付加価値の市場で地歩を築いてきた。創業した昭和50年ごろはまだヘアカラーの概念が一般化しておらず、同社はパイオニア企業でもある。白木行彦社長の祖父の代から染色業を営んできたが、ちょっとしたきっかけからヘアカラーの世界に参入することになった。

とはいえ同社が手がけるヘアカラーチャートの染色は、一般的な繊維製品と比べ、数段高いクオリティーが求められる。製品アイテムも膨大だ。必然的に熟練作業者のスキルやノウハウを生かした手作業に頼らざるを得なかった。よって「顧客の高品

質、短納期化の要望は強まる一方で、機械化を進める必要に迫られていた」（白木孝明常務）。

補助金で機械化に弾みつく

以前はものづくり補助金の存在自体知らず、独自で機械化・自動化を進めてきたが、金融機関から誘われて応募することにした。幸い「平成26年度補正ものづくり・商業・サービス革新補助金」に採択され、機械化に弾みがつくことになった。

テーマは「ヘアカラーサンプルの海外向製品への本格参入事業」。国内市場の停滞に対応して、日本のヘアカラーメーカーは海外市場に打って出ている。ヘアカラーの市場は年間約1000億円内外とされ、スタッフスの売り上げはヘアカラーの出荷額に連動する。国内市場のシュリンクとともに、同社の事業も伸び悩んでいた。カラーサンプルを手が

ける同社にとっても、海外に本格進出する必要に迫られていたが、現地メーカーと対抗するためには、更なるコストダウンや納期短縮が求められていた。

改良型ワインダーなど導入

コスト面でネックになっているのは、毛束をポビンに装着するポビンアップ工程、糸の本数や長さを調整する整経（せいけい）工程、自動毛束加工機の糸のほつれ、絡みなど。もとより自動化・合理化が難しい仕事であり、トラブルが発生すれば作業者が対応していた。そのため生産性が低下し、歩留まりも上がらなかった。

今回導入した機械は、改良型6鍾（すい）ワインダーと自動計測箱詰機。旧型のワインダーは2台で1日40キログラム、年換算で1万5800キログラムだったが、改良型は1台で同30キログラムの能力があり、従来

設備とあわせ年換算2万4000キログラムとなり、生産能力は1・5倍に拡大した。

また製品の箱詰めは従来、すべて手作業で1日50キログラムが限界だった。自動箱詰機を2台導入することで、手作業と合算で同100キログラムとなり、トータルでリードタイムは50%も短縮、30日以内の出荷が可能になった。

縮小する国内市場、海外に活路

今回の大きな狙いは海外展開への対応がある。現在、海外比率は数%と高くない。しかし「国内では高シェアを持つが、今後市場は確実にシュリンクする」（同）以上、海外に活路を見出すのは当然の戦略だ。今のところ、基本的には直販で対応しているが、中国・上海には今年、販売会社を設立し、中国市場はここを窓口としている。

「東アジア、東南アジアのヘアカラーメーカーはすぐにほしい」という要望が多く、これまでの手作業頼りでは対応が難しかった。一連の設備投資で海外の同業他社に対しての優位性は拡大し、海外市場に対応したカラーサンプルの開発提案も視野に入れている。将来は海外生産の可能性もあるが「加工部門を移す可能性はあるが、あくまで心臓部は日本に残す」考えで、メイドイン・ジャパンにこだわり続ける。



メイドイン・ジャパンにこだわる