

我社の主力商品で高付加価値である シースルー靴下の多色化・鮮明化を図る

Market ～市場環境～

～ 100年の伝統に裏打ちされた「奈良のくつした」 ～

奈良県における靴下産業は、明治時代に農業の副業として始まったとされている。繊維問屋の集積地である大阪に近いという利便性、ナイロン糸をいち早く取り入れたことなどから、靴下づくりが盛んとなり今日では国内最大の産地となっている。

Products

～取扱商品～

テグスを使ったシースルー靴下を製造している ヤマトソックス株式会社

当社は、シースルーにこだわった婦人靴下を中心とした靴下メーカーであり、中でもカラーテグスシースルー靴下については国内最大のシェアを持っている。更に得意先オリジナル商品も製造し、東京市場でも支持を得ている。

「 カラーテグスシースルー靴下 」



BackGround

～事業化にいたる経緯・背景～

【 安価な外国製品の台頭 】

靴下は現在外国産の安い商品が入ってきており、国内で生産すると単価的に合わなくなっている。

【 外国製品と国内製品における品質の同質化 】

品質に関して海外においては、最新鋭の編機導入により機能が向上。国内での蓄積されたノウハウにおける優位性が薄れ、品質による外国製品との差別化がむずかしくなっている。

【 「シースルー靴下」の多色化・鮮明化による他社との差別化 】

従来の編機では単色で、かつ柄と柄の間が不鮮明だった「シースルー靴下」に対し、より多彩かつ鮮明な柄出しを可能とすることが、輸入品・国内他社との差別化となり、優位性を確保するためにも新しい編機を導入し付加価値の高い商品開発に取り組んだ。

通常の靴下

価格 国内品＞輸入品（安価）

品質 国内品＝輸入品（同質）

最新鋭の編機活用の為、品質は大きく
変わらなくなっている。
■技術的優位性なし。

シースルー靴下

輸入品＝靴下の最終工程で蒸気を
あててセットする際、糸が縮みかた
なる傾向。

国産品＝編み方などのノウハウに
より、糸がかたくならない。
■技術的優位性あり。

ヤマトソックス 株式会社

- 設立 平成14年12月
- 所属団体 高取町商工会、奈良県繊維工業協同組合連合会
- 資本金 1,000万円
- 従業員数 5名
- 事業内容 靴下製造
- 本社所在地 奈良県高市郡明日香村大字稲淵1126番地
- TEL 0744-54-2364
- URL <http://yamamoto-socks.com/>
- E-MAIL hy34518@ybb.ne.jp



■代表者 代表取締役 山本 浩

当社は、平成4年に明日香村で靴下製造業を開業し、平成14年に現社名の法人組織を設立しました。日本製にこだわり良いものを少人数で、ものづくりをしています。特にオリジナル商品に力を入れて海外製品とは違い履きやすさ、丈夫なソックス作りをしています。

Contents

～事業の概要・成果～

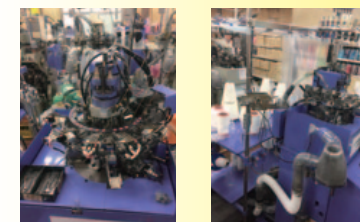
- 5色系対応の編機導入による、多色かつ鮮明な「カラーテグスシースルーソックス」の実現
- 機械式編機からデータ制御編機導入による、生産効率の向上

5色のカラーテグスを使った、針数3種類の新しい編機の導入により、今まで無かった色使いが出来るようになり、カラーバリエーションが広がった。

春夏企画が中心だった、シースルーソックスに対し、防寒着素材アンゴラ糸・カシミア糸を使うことが可能になり、秋冬企画による通年販売が可能となった。

機械式（ドラム式）編機からデータ制御の編機になることで、手動で行っていた調整等をデータ化し生産効率30%アップ、更にデザイン等のデータ化により、追加生産等の顧客ニーズに対し即時対応が可能になった。

【 5色系対応の編機導入 】



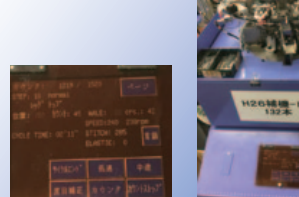
【 5色の糸を使ったカラーバリエーションの拡大 】



【 アンゴラ糸等の使用による秋冬物への拡大 】



【 データ制御による生産効率アップ 】



Task

～事業化における課題～

課題① 需要拡大による生産能力の向上

カラーテグスシースルーソックスの開発により需要が拡大。導入した編機3台でも生産が追いつかない状況になった。

課題② 出荷体制の見直し

昨今の物流業者の体制により、需要拡大による出荷増に対して、今までのリードタイムだと即日出荷ができず、顧客からの注文に対して対応ができなくなった。



Solution

～解決への道筋～

施策① 自社による同編機追加導入

自社で同編機を更に複数台追加導入し、生産能力の拡充を行った。



施策② 更なる生産効率の向上

生産効率の向上を行うと共に、顧客からの注文締め切り時間を前倒しにして即日出荷対応を行っているが、今後は物流体制を根本から見直すことも視野に入れている。



Future

～今後の事業スケジュール～

- 秋冬企画の充実により、30歳代から60歳代ミセス需要の取り込みを図る。
- 関東中心の販売エリアを拡大し、京阪神・中部・九州地域にも進出。
- ホームページ開設により、新規優良顧客の獲得を図る。
- ミセスをターゲットにした息が長く柄も飽きられにくい商品により、安定した売上を確保すると共に新たな施策で更なる販売拡大を目指す。