



一流アスリートも愛用するマットレス

新素材のマットレス「エアウィーヴ airweave」を製造販売する。浅田真央選手をはじめとする一流アスリートが愛用し、海外遠征にも持参するとのこと。その他、大手航空会社国際線のファーストクラス、高級旅館、高級ホテル、大手エステサロン等、次々に採用されている。

業況等の動向について

参入事業の概要

新素材マットレス「エアウィーヴ airweave」の製造販売業。マットレスには、ウレタン素材といった、低反発素材のものがあるが、当社の手掛けるマットレスパッドは適度な反発力をもつ。極細繊維を密に編みこみ、体が沈みこまないようにした。その結果、体圧が分散され、寝返りがやすく、疲れがとれやすいとの好評を得ることになった。また、通気性がよいため、湿気がこもらない。

業歴 7 年だが、徐々に知名度があがり、2010 年売上実績 3 億 6,000 万円、2011 年はその 3 倍以上の売上を見込む。

異業種に参入した動機や経緯、きっかけ

前身会社(株)中部化学機械製作所は、魚網(樹脂製)の射出成形機械の製造販売を手掛けていた。が、売上が頭打ちとなり、新たな打開策を模索していた。

そこで、同社の主力事業であった射出成形機の製造・販売から撤退し、当時独自に技術をもっていたクッション材を用いたマットレスを開発した。

マーケティングについて

まず、新聞、雑誌に広告を出した。マットレスの展示会に出展した。が、惨憺たる結果だった。

そこで、「まずは実績を作るべし」と考え、国立スポーツ科学センター(JISS)の宿泊施設にマットレスを提供した。そこは、体が快適か、そうでないか、に鋭い感覚をもつオリンピック選手が集う場所で、マットレスの寝心地にも敏感に反応した。陸上選手、水泳選手、スキー選手、サッカー選手に次々と採用してもらい、北京オリンピック、バンクーバーオリンピックといった海外遠征にも携帯してもらっている。フィギュアスケートの浅田真央選手も愛用者のひとりで、2011 年より当社のグランドアンバサダーになってもらっている。浅田選手をCMに起用してから、売上は急増している。

その後、大手航空会社国際線ファーストクラス、高級旅館、高級ホテル、大手エステサロンに次々、採用が決まった。

いずれも、アンテナの高い、高付加価値を求める顧客層に受け入れられたと考える。

参入に際しての投資について

製造設備関連の投資、雑誌、新聞などの広告宣伝費が主な支出である。

参入して最も成果のあがったこと

ブランドの構築である。

参入して最も困難だったこと

マットレス業界の知識がなかったため、人々がいつマットレスを買うのか、いつ買い換えるのかが、わからなかった。

今後の展望・見通し

今後は、海外への販路展開を考えている。

異業種参入のメリット・デメリット

メリットは、売上増加、新たな販路の開拓、社員の士気向上等。デメリットは、特に感じていない。

異業種参入に際して注意すること、アドバイス

マーケティングを如何に実践するか、ブランドをどう構築するかが大切である。ブランドが確立するまで、闇雲な拡大路線、安易な価格競争は避けるのがよいと考える。

会社概要

設立:2004年11月(平成16年)

資本金:51,000千円

従業員数:40名

URL: <http://airweave.jp/>