



ミツワの挑戦

ターゲットを明確に

～BtoBからBtoCへの事業転換の挑戦～



美顔ローラー「ユビタマゴ」をご存知だろうか？大手テレビ通販にも採用され、発売2年の販売累計が9万個を突破した。いまや「ユビタマゴII」「ユビタマゴ生活セット」などシリーズ化している。開発・販売しているのは、東京・足立区のプラスチック成形メーカー、ミツワ株式会社である。

社長の三輪隆一は、2代目社長に就任してから業態を市場の変化に合わせて変えてきた。目指すは受託型の成形業からの脱皮。図面待ちではなく、デザイナーを雇い自社でディスプレイ什器の設計をはじめた。引き合いがあればすぐに社内でデザインし、3Dプリンターや手加工により一晩で試作品を作り、実物を見ながら打ち合わせした。小回りが利くことで、スピードを重視する広告代理店や売り場スペースが限られているコンビニの化粧品売り場などに重宝され、売り上げが伸びていった。

ユビタマゴは、東京・青山のカリスマ整体師からの企画が持ち込まれスタートした。この案件に限らず、三輪はあらゆる飛び込みの相談にできるだけ対応してきた。同業者の中には「よくある話で商売にならないよ」、「彼らはお金持っていないから型代出ないよ」などとネガティブな反応が非常に多い。そういった人は有名企業の案件には目の色を変えるが、三輪は逆だ。大企業の案件は「ほんとにうち

がふさわしいと思って引き合いに来てくれるか」をまず一番に確認して慎重に対応する。

ユビタマゴの商品化にあたり、三輪はまず方針を決めた。開発費はこれこれ以内、ターゲットは30代40代の働く女性、小売価格はこれこれ以下。そして、大きさ、材質を変えた多数の試作品を作り、従業員、家族、友人、近所の人に試してもらい意見を聞いた。そして1年をかけてようやく完成にこぎつけた。ずっと試作品で顔をマッサージしていたため、三輪自身の顔が美肌ですっきりし若々しくなるという副産物も生まれた。

ユビタマゴを商品化した三輪は、あらゆる女性雑誌にサンプルを提供し、読者プレゼントなどで認知度を上げた。同時に、商品を持って、大手百貨店、小売店に来る日も来る日も営業した。某大手雑貨チェーンからは「うちは1個売れたら1個入れてもらう方式だから、商品1点で取引口座を持つのは無理だよ」と言われるなど、直販だけでなく問屋、卸売業者の必要性も学んだ。そんな中でつながった縁から、テレビ通販最大手のSHOPチャンネルで取り上げてもらうことができた。画面上でキャストが顔をマッサージする、ふたをしてポンと叩くと内側の鋼球が外れて付着した皮脂の汚れが清掃できる、ギフトにも最適……実際にキャストの顔半分がリフトアップした効果が映し出さ

れると、画面上の注文カウンターが一気に上がっていく。一晩で3000台売れたこともあった。

ユビタマゴのヒットで会社のドメイン(本業)は、射出成形業から美容用品メーカーへ変わった。昨年、無添加原料を使った「ユビタマゴ・洗顔ソープ」を商品化した。その生産には、工場にある設備の射出成形機は使わない。

三輪は振り返る。「以前の受託の成形の売り上げシェアはどんどん落ちている。もしそれしかやっていなかったら、いま頃会社が無くなっていただかもしれない」そして、今後について「日本の美容は世界に認知されている。ぜひ海外進出したい。国際意匠登録も済ませた。弁理士さんに相談しなくても自力でできた。なんでもやればできるんだとわかった」

ミツワの次の挑戦はもうスタートしている。



Company Profile

- 会社名：ミツワ株式会社
- 代表者：代表取締役 三輪隆一
- 所在地：〒121-0831 東京都足立区舎人1丁目16番12号
- TEL：03-3899-1477 / FAX：03-3855-1616
- 設立：昭和42年11月
- 資本金：1500万円
- 従業員：15名
- 業務内容：各種プラスチック成形・加工、商品企画・開発・販売