

正しく・美しい姿勢にしてくれる 「フィール・アライナ」

健康に役立つ商品で高齢化社会に貢献

当社は昭和21年に磯部徳三氏（初代社長）がゴム布製品製造卸（赤ちゃんのおむつカバー、ぞうり袋、リュックサックなどの学童用品）を目的として墨田区緑に創業した。

赤ちゃんのおむつカバーの製造業としてその産声をあげ、いまではお年寄りのおむつカバーやパジャマ、シーツなどの介護用品へと事業拡大し、さらには、東京大学との共同研究により、公社支援製品となった、歩行支援商品「フィール・アライナ」の開発に成功した。

現在は、“健康”に役立つ創意あふれる商品・サービスを開発することを使命として少子高齢社会に貢献している会社である。



正しく・美しい姿勢にしてくれる「フィール・アライナ」

墨田区からの紹介で支援製品に

健康であるためには、正しく体を動かすことが大切であり、体を動かすことにより自然治癒力が向上する。この自然治癒力をサポートすることにより、未然に病

気を防ぐことが可能となる。「フィール・アライナ」を開発するにあたり、当初は老人の転倒防止、転ばないためにはどのようにすればよいか、その視点から考え始めた。試行錯誤を繰り返しながらの開発であったが、正しい姿勢を保つサポート機能を特化することにより年齢を問わず、健康に貢献する製品として日の目を見ることとなった。「フィール・アライナ」は、身に着けるだけで『正しく・美しい姿勢に』してくれるタイツで、自分では気づかない姿勢のクセの矯正から、辛いヒザ痛・腰痛の予防、そして保温性にも優れている。

この「フィール・アライナ」は、墨田区の助成金を得て試作した製品であり、区から公社のニューマーケット開拓支援事業を紹介されたのを契機に支援製品のひとつとなった。

ビジネスナビゲータの力を得てキッカケづくり

ビジネスナビゲータに同行して売込先を訪問する場合、事前にナビゲータが製品の概要説明（特徴・新規性等）を終えているので、スムーズに具体的な話に入ることができる。企業自身も事前にプレゼンテーション力、交渉力を備えていなければならないが、このノウハウもビジネスナビゲータから伝授され、成約に向け企業と一体となって活動をしている。視点を変えれば、社員の営業力・交渉力向上にも一役買ったOJTといえる。

このようなビジネスナビゲータの支援活動に直に触れ、「これまでの公的機関が行ってきた支援活動とは、異質のものである。」と直感し、認識も新たに本事業に取り組むこととなった。ニューマーケット開拓支援事業を活用したときのメリットは何であるか。この問いに、「この制度を利用しての最大の利点は“想像も出来ないキッカケづくり”であり、本当にありがたい制度である。」と答えてくれた。

「フィール・アライナ」は、ビジネスナビゲータと二人三脚の販路開拓を行った結果、10社以上との成約

企業概要

フットマーク(株)
 東京都墨田区緑 2-7-12
 URL: <http://www.footmark.co.jp/>
 代表取締役 磯部 成文
 資本金 8,500万円
 業種 介護用品、体育用品製造販売業
 主要製品 介護用品 / ヘルスケア用品・用具・出産用品 / 学校水泳・体育用品の企画・スイミング用品・用具 / プール備品・遊具の企画、製造、販売他

報告があり、誇れる成果を挙げることでできた支援製品のひとつといえる。現在は、セールスサポート事業（ニューマーケット開拓支援事業の卒業製品を対象とした有料の事業）にフィールドを移し、引き続き公社の支援企業となっている。

「健康な人が、健康な家族を作り、健康な街を作る」の志を持ち、「健康づくりに役立つ創意あふれる商品・サービスを開発すること」を使命とし、感度を鋭く磨き、新しいことを先取りし、よりよい商品を創造し、高齢社会に貢献していこうと考えている。

確立した販路を大切にしていきたい

「フィール・アライナ」については、営業に割ける人員にも限りがあるので、新規の販路開拓に力を入れるより、本事業で確立した販路を確実に継続取引とすることに力を入れ、その取引先と新たな製品開発を行うなど、取引先との連携強化に主眼をおいて活動していくことを考えている。

また、当社の経営理念である「お客様が第一」に基づく、「人を想い、笑顔を創る。すべては、健康快互（けんこうかいご）から」を合言葉に、また換言すれば、「時代が変わり、産業が移り変わっても互いを思い合い、健康を願う気持ちは、いつの時代でも不変であり、健



「お客様が第一」をモットーとする社員一同

ナビゲータの声

赤ちゃんのオムツカバーからスタートしたフットマーク社は時流を捕らえて高齢者用オムツカバーを始めとする各種介護用品を開発販売してきている。因みに「介護」という言葉は同社磯部社長のオリジナルで商標登録されているが、氏の寛大な配慮から一般用語として世間で自由に使用されている。

「フィール・アライナ」も介護用を含めて健康用品として広範囲用途に販売されているが、ビジネスナビゲータに就任して間もないころに着用してみたところとても良い感触であった。同社は同製品の一部を「上がり3ホールも疲れなない」というキャッチコピーとともにゴルフ用にも販路を広げつつあったので、早速かねてからの知己・佐川八重子氏の「桜ゴルフ」に紹介しその販売チャンネルに乗せてもらうこととした。

結果、ゴルフ場の売店のみならずキャディーさん、グリーンキーパーさん等従業員にも人気を博し、今や全国100箇所を超えるゴルフ場に納入されることとなり好調な販売実績を記録している。

企業の声

東京大学大学院・渡會先生のアライメント理論を商品化した「フィール・アライナ」は、医療費削減のための重要課題である、予防医学を推進してゆく上でも社会に必要とされるインナーウェアだと考えております。弊社として新規事業でもあり、新しい市場への展開を図るうえで、販売力強化が課題でありましたが、公社の支援商品として認定された後は、ビジネスナビゲータの方々のご協力で、次々に新販路を開拓することが出来ました。また、新商品のアイデアや改良のアドバイスなど、経験に基づいた確かな意見をいただき、開発スピードもアップしました。

今後も、新事業、新商品を発展させてゆくために、様々な分野のプロ集団であるビジネスナビゲータの支援をいただきたいと思います。