

シートベルトカバー「Ving」で世界の人々に貢献したい

創業にいたる動機

当社は、自動車用シートベルトを包み込む新発想のシートベルトカバー（商品名/Ving）の企画製造販売および特許管理を主な事業とする、いわゆるファブレス型の企業である。

事業開始の動機は、小林社長が50歳を過ぎてアメリカに滞在中、乳ガンの手術を受けた友人がシートベルトをする際、頸部から胸部にかけての患部周辺が痛むためタオルをあてがっているのを見て「なんとかならないものか?」と思い試作品を作り始めたところにある。

この後、さまざまな方々に話を聞くと、チャイルドシート卒業後の子供達および小柄な女性などシートベルトが体の大きさに合わない人たちからは、「圧迫感を感じる」「首の周りにあたって痛い」などの意見が寄せられた。社長自身も常日頃、背広などの洋服が傷んで困っていたという。

この他、シートベルトは事故の衝突時の強烈な衝撃で肩や首に裂傷や骨折、摩擦によるヤケドなどを起こす可能性があり、少しでもこの状況を緩和できればと考えた。また、後部座席のシートベルト着用率が低いことから、着用促進につながればとも考えていた。

商品化への取り組み

～大学・研究機関、企業と連携～

約5年の歳月をかけ百以上の試作品作成を重ね、ようやく商品化にたどりついた。開発に際しては、自社にとどまらず、大学、研究機関、企業等の協力を得ながら商品としての品質向上とその証明に努めた。

いわゆる産学連携では、日本大学芸術学部デザイン学科インダストリアルデザイン研究室の先生方とともに共同研究開発を行い、商品の改良を行ってきた。

平成17年8月末、(財)日本自動車研究所において衝突実験を行い、10km/h時及び30km/h時における



Ving FREE
(表側にファスナーのあるタイプ)

Ving 装着時と非装着時の比較を実施。これにより、Ving を装着している際に衝突事故に遭った場合もシートベルトの機能を低下させないことを確認した。また、これ以外に普段の圧迫感及び擦れの状態を調べるための静的実験もニッタ株式会社様の協力を得て行った。

こうした取り組みは、単に品質向上およびその証明に好影響を及ぼすだけでなく、顧客満足度を高め、結果としてVingブランドを高める効用があるといえる。

事業化への取り組み ～公社支援を有効活用～

平成17年7月に、当公社の事業可能性評価事業において「事業の可能性十分あり」の評価を獲得。マネージャーのアドバイスを受けながら、更なる商品改良を進め、基本となる商品と製造・生産管理体制の確立を図ってきた。その後、販売拠点となるオフィスと在庫を保管する場所が必要になったことから、平成17年12月末に当公社の創業支援施設に入居し本格的に事業を開始した。翌年1月に開催された東京オートサロンでは、お客様の反応は予想以上に良かったが、資金面や人材面が潤沢でなかったため、新商品を世間に告知するための営業力と資金力不足に悩んでいた。直面している課題についてマネージャーに相談したところ、公社の市場開拓助成事業と中小企業ニューマーケット開拓支援事業の活用を薦められた。

助成事業では、年間計画に基づき福祉関係・ベン

企業概要

(株) Ving

東京都世田谷区三軒茶屋 1-18-11

スクウェア・フィールド 4F

URL: <http://www.vingving.com/>

代表取締役 小林 京三

資本金 1,000万円

業種 家具・装備品製造業

主要製品 シートベルトカバー（商品名/Ving）の
企画・製造販売

チャー向け・車用品関係等の展示会に出展し、その経費の一部の助成を受けた。一方、販路開拓支援では、多くのビジネスナビゲータから幅広い業種の企業の紹介を受けるとともに、営業先への同行とアフターフォローをしてもらった。その結果、個人・企業を問わず様々な販売先に商品を納品することが出来た。

こうした小さな積み重ねが「実績」となりベンチャー企業ながらも営業先への信用も増していき、各種媒体への掲載をはじめ、



Ving RICH（体接地面側にファスナー、表にポケットがあるタイプ）

全国からの問合せや直接販売の本数も増えてきた。

その結果、ニチレイマグネット(株)との製造及び販売実施の協議がまとまり、平成19年4月より同社がVingの製造及び日本国内における総販売元となった。

事業化の秘訣はここにあり

当社は、身近に起こっている事象からビジネスシーズを見出し、人的ネットワークをうまく活用し試行錯誤を繰り返しながら商品化に辿り着いた。その後も、ファブレスという企業形態を選択し、国内外の特許を取得。また、限られた経営資源をうまく活用するため公的支援を有効活用し、見事事業化を達成した。

ここに至る状況判断は、社長の手腕（経営センス）によるものが大きく、これまでの経験で培った「生きるための知恵」ともいえる素晴らしさである。今後、創業を目指す方々のきつといい手本になるはずである。

マネージャーの声

高級車の営業をやられていた代表だけあって、起業当初、自動車業界での人脈を活かしてトップ営業は勿論、多くの情報収集をされ、販売拡大や商品開発に大変努力されていた。特に、営業出身の経営者にしては珍しいのだが、商品開発が大好きで自らが次々と新しいアイデアを出し、次々と試作をするという毎日であった。我々マネージャー達も色々な試作品を使わせていただき感想や改善提案をすると、次週には対策品が出来てくるという状態であった。

すべての自動車の運転席、助手席、後部座席などに標準装備することが代表の夢であり、この夢を実現する為には、自分一人だけの力では困難と判断され、昨年、生産と国内での一般販売を中堅の企業に依頼された。代表はライセンスホルダーとして商品開発を、シートベルトカバーのエバンジェリスト（自社製品の啓発活動を行う職種）として企業への直接営業と海外市場開拓を担当されている。

すべてを自らが出来る事に越した事はないが、ベンチャー企業では自ずと限界がある。VingさんのようにB to Cは資本力や販売ルートの有る企業に依頼し、自らはB to B営業や開発など自分の得意な分野に特化して、経営拡大を図られるのも一つの成功するパターンであると考えます。

企業の声

道路交通法改正により「全席シートベルト着用義務」が法令化され、本年6月以降施行されることになった。これを追い風に今後は女性をターゲットとし、ファッションの一部としての商品コンセプトを前面に出した商品作りや販売促進を積極的に進めていきたい。合わせて現状の課題であるコストダウンを成功させ、多くの方々にご利用いただけるリーズナブルな商品開発にも挑戦したい。

また将来的には、米国、韓国をはじめ世界各国の代理店政策を推し進め、シートベルトカバー Ving が世界のスタンダードとなるべく事業活動を推し進めたい。