

シリーズ

“キラリ企業”

の現場から 第94回

当社の支援サービスをご利用いただいている元気企業を紹介する“キラリ企業”の現場から。

第94回は、各種刺しゅう加工を手掛ける株式会社グレイスエンブ(足立区)を紹介します。常に最先端の刺しゅう技術に挑戦し、強みを磨き続ける同社の取り組みを、岡部弘文会長と大智社長にお聞きしました。同社には、経営基盤を強化する設備導入をサポートする「中小企業設備リース事業」(10P参照)をご利用いただいています。

「他で出来ないものをやる!刺しゅう技術へのあくなき挑戦」

株式会社グレイスエンブ

スリッパ加工から刺しゅう業へ

日暮里・舎人ライナー高野駅から10分ほどの住宅街の一角に株式会社グレイスエンブ(以下同社)の刺しゅう工場はある。入口には同社が得意とする刺しゅう製品が飾られている。女性従業員が多く、なごやかな雰囲気会社だ。衣料品をはじめ、帽子、ワッペン、鞆、ネームタグなどを対象に、刺しゅう加工を手掛けている。

同社は、昭和48年に現会長の父がスリッパ製造業として創業した「有限会社岡部商店」を始まりとする。その後、弘文氏が事業を引き継いだ。次第に地方工場製の安価なスリッパが増えて都内では採算が合わなくなった。付加価値の高い刺しゅう入りスリッパを手掛けるために刺しゅう加工用の設備を導入、これが現在の刺しゅう業への転換点となった。



岡部弘文会長、社長の大智氏と従業員のみなさん

経営危機から学んだ教訓

刺しゅう業に転換してからの10年間はバブル期の需要拡大に乗り、売上は順調に伸び、1台、2台と刺しゅう設備を増設していった。「当時は仕事がいくらでもあり、設備投資もこわなかった」という。

しかし、バブルの崩壊とともに状況は一変する。売上がそれまでの1/3に減少した。このままではいけないと、当時流行っていたTシャツのプリント加工を始めたものの、元々技術的な素地のない事業であったことから軌道にのらず、

多額の設備資金の支払いが資金繰りを圧迫するようになる。決断の早い弘文氏は1年でこの事業に見切りをつけ、設備を買って取ってくれるメーカーを必死で探して苦境を凌いだが、一時は町内会費の500円の支払いにも困るほどの窮状であったという。この経験から「中途半端にいろんなものに手をだしてもだめ」「借金をしたら身動きがとれなくなる」という二つのことを悟り、「本業への専念」と「無借金経営」がその後の経営方針となった。

業界最先端技術を常に先取りする研究心

刺しゅう業に進出して以来、一貫して掲げているモットーがある。「他ではできないものをやる」と「どんなものにも刺しゅうをする」だ。

同社が手掛けるのは、複数のマシンヘッドを持つ多頭式刺しゅう機(コンピューターマシン)を使用した量産刺しゅう加工だ。PCで作成するデザインデータをもとに、同じデザインの刺しゅう加工を、短納期で量産する。単純なものなら設備次第でどこでもできることになるが、汎用設備が開発されていない特殊な刺しゅうは量産できる企業が少ないため、製品を差別化したいアパレル関係のニーズは高い。汎用設備への改造や工夫等によって、こうした最先端の刺しゅうを可能にするのが同社の技術力であり、最大の強みである。この強みを支えているのは、長年蓄積した刺しゅう機やデザインデータに関する知識と、粘り強い研究心である。

代表的なものとして、スタジャンのワッペン等に使用されている「サガラ刺しゅう」という加工がある。タオル生地のようなフワフワした手触りと立体感を持たせた刺しゅう



「サガラ刺しゅう」で加工したワッペン

で、これができる企業は都内でも限られており、全国から問い合わせがある。他にも、スパンコール刺しゅう、3D刺しゅうなどの特殊刺しゅうを多数手掛けている。

革製品への刺しゅう技術で 足立ブランド認定企業に

一方、「どんなものにも刺しゅうをする」の代表例が「革」への刺しゅう加工だ。

バブル後の苦境を脱した後、衣料品の海外生産が加速するようになる。値引き競争では勝ち目がないと考え、都内立地を生かせる近場の受注先の開拓を始めたところ、足立区の地場産業である鞆や袋物の会社から革製品への刺しゅうのオーダーが持ち込まれた。革は布よりも素材が硬いために通常と同じ方法ではミシンの針が折れてしまう。また、密度を濃く縫うと生地が切れるといった課題もあり、手間のかかる仕事として手掛ける同業者が少なかった。同社は持前の研究心を発揮して、素材によってミシンの針を替える、その針を素早く替えるための工具を自作、また縫う速度を調整する、固定具や送り機を工夫するなど、試行錯誤しながらオーダーをこなし、設備の改良を重ねていった。結果、鞆やベルトといった革製品への刺しゅう技術を確立し、この技術が評価されて平成20年には「足立ブランド(注1)」に認定された。

支援策をフル活用して事業基盤を強化

足立ブランドに認定されたことを契機に、技術PRと販路開拓のために販促製品の見本市である「プレミアム・インセンティブショー」に出展した。集客効果を高めるために刺しゅう機を持ち込み実演を行ったところ、音楽プロダクションからコンサートグッズのオーダーが入るなど、これまでの取引では縁がなかった企業から問い合わせが来るようになった。この出展に際し、商工会議所の紹介で展示会等出展支援助成事業(注2)を活用したことが、公社及び公的な支援制度の存在を知るきっかけとなった。

平成25年には中小企業設備リース事業を活用してミシン設備の更新に踏み切る。刺しゅう業にとってミシン設備は最大の経営資源であり、設備更新は重大な経営判断である。設備が老朽化すると0.1ミリ単位の繊細な刺しゅう表現ができなくなるため、品質は低下する。当時、単価より仕上がりの良さを重視する顧客層



中小企業設備リース事業を利用して導入した、タジマ社製の「20頭式12色刺繍機」

が、海外に発注していた仕事を再び国内生産に戻す動きを見せ始めていた。過去に設備投資で苦い経験をしたことから設備更新を抑えてきた同社であったが、こうした国

内回帰の動きを取りこむためには老朽化設備の更新が不可欠となっていた。同社では、国の補助金等も活用して、工場内の設備更新と生産能力増強をすすめている。

東京オリンピックを目標に

平成23年からは長男の大智氏が社長に就任し、弘文氏は会長として二人三脚での経営体制が始まっている。これからの同社について大智社長に聞いた。「これまでもそうであったように、お客さんのオーダーに答え、難しい仕事であっても『ノー』と言わない会社でありたい。いろいろなことに挑戦して可能性を広げていきたい。父が東京一の刺しゅう屋を目指してやってきた。自分は日本一の刺しゅう屋を目指していきたい。」

現在、新たに取り組んでいるのが「紙」への刺しゅう加工だ。元々はデザイン関係の雑誌社からのオーダーで取り組み始めたものであるが、布よりも大きい紙の市場性に可能性を感じているという。デザイナーの提案や



和紙に刺しゅう加工でデザインしたカレンダー
ドイツやフランスの見本市へも出品した

展示会での反応などを取り入れながら、刺しゅうの特徴が生かせる用途を模索している。「2020年に開催される東京オリンピックに向けた販促業界の需要拡大は大きなチャンス。自社製品開発も視野に入れて臨みたい」と目標は明確だ。

たゆまぬ挑戦を続ける同社を、これからも公社が実施しているメニューを活用して支援していきたい。

(設備リース課 井上里絵)

※注釈

(注1)足立ブランド認定企業…

足立区内産業の優れた製品・技術を認定し、その素晴らしさを全国にPRし、ネットワークを広げていくことで区内産業のより一層の発展と足立区のイメージアップを図ることを目的とした事業

(注2)展示会等出展支援助成事業…

中小企業が行う展示会出展などの販路開拓への取り組みに対し、経費の一部を助成する事業

企業名：株式会社グレイスエンブ
 代表者：代表取締役 岡部 大智
 資本金：1,000万円 従業員数：13名
 本社所在地：東京都足立区興野2-14-25
 TEL：03-3890-6789
 FAX：03-3890-6757
 URL：http://www.grace-emb.co.jp