

キラリ TOKYO

—輝く企業の現場から—

第160回 フットマーク株式会社



少人数制のチームを編成し、世の中の変化にあわせた新商品を企画。全社員が当事者意識を持ち、「これが私の商品」と胸を張れるようなものづくりを目指す

水泳帽子や介護用品で名をはせる企業

フットマークは1946年に創業された企業だ。当初は赤ちゃん用おむつカバーの製造を手がけていたが、1970年代に学校用水泳帽子の事業を開始。現在もこの分野では、国内市場で圧倒的なシェアを獲得している。そして1980年代からは、老人用のおむつカバーなど介護分野にも進出した。

「現在の事業の柱は、水泳帽子や水着、ゴーグルなどの『水泳事業』、食事用エプロンなどの『介護事業』、東京大学との共同開発によって生まれた機能性インナーを始めとする『健康インナー事業』の3本です。当社が取り扱っている商品の総数は約3000ですが、そのうち約1000アイテムが毎年入れ替わっています」(代表取締役社長・三瓶 芳氏)

定番商品の販売に安住せず、常に新商品の開発に挑戦し続けるのがフットマークの伝統だ。

「今、注力している新商品は2つあります。1つ目は、通学カバンの『RAKUSACK®(ラクサク)』。学校の中には全教科書の持ち帰りを義務づけるところが少なくありませんし、場合によっては部活動や塾の道具を持ち運ぶ必要があるため、子どもたちの荷物は非常に重いのです。そこで『RAKUSACK®』

では、ストラップの形や内部構造を工夫することで、重さを感じにくくして楽に背負えるようにしています。

2つ目は、大人用のエプロン『Table with(テーブル・ウィズ)』です。デザイン性が高くレストランなどで着用しても違和感がないため、お気に入りの服を汚す心配をせずに食事を楽しむことができます。『新しい大人の食事習慣』として、世の中に提案している商品ですね」(三瓶氏)

個人のニーズに寄り添った商品を開発

フットマーク最大の強みは、新商品を次々と生み出す力だ。その核となっているのが「1/1(いちぶんのいち)の視点」である。

『『RAKUSACK®』開発のきっかけは、水泳関連商品の意見ヒアリングに来てもらった小・中学生の親御さんから、通学カバンがあまりに重いと聞いたことでした。当社は昔から水泳バッグを手がけていたため、その技術を応用し、子どもたちの通学を楽にしたいと考えたのです。大規模なデータに頼るのではなく、一人ひとりからお話を伺って悩みを聞き取る。そして、それらに最適な商品をつくるのが当社の基本姿勢です」(三瓶氏)

そのため同社では、ユーザーから意見を募る「座談会」など

「個人」に向けた商品づくりにこだわる

[会社概要]

代 表：代表取締役社長 三瓶 芳 氏

業 種：水泳・体育用品、介護用品、
健康ウェアなどの企画・製造・販売

資本金：8500万円

従業員：58名（2019年12月現在）

所在地：東京都墨田区緑2-7-12

TEL：0120-210-657

<http://www.footmark.co.jp>



異業界挑戦の可能性も

「お客さまのニーズに応えることが、当社の基本。たとえば、子どもたちからの声を聞くうちに、教育やファッション、遊びなど、これまでとはまったく異なる事業に乗り出す可能性もあると思います」（三瓶氏）



社屋の一角には誰でも見学できる博物館「フットマークギャラリー」がある（要予約）



消費者のニーズを集めるため、「座談会」などのイベントを定期的に行っている



『Table with』。さりげなくおしゃれなデザインで、幅広い衣服になじむ

のイベントを頻繁に開催している。また、WEBサイトやフリーダイヤルなどから寄せられる消費者の声をもとに、商品開発をスタートするケースも少なくないという。

「数百万人の悩みを解決するような商品は、大企業に任せればよい。当社の使命は、かゆいところに手が届く商品を限られたお客さまに向け、フットワークよく提供することだと思うのです。そうした『中小企業だからできること』に徹することが、生き残りの道だと考えています」（三瓶氏）

今後も「変わり続ける企業」を目指す

フットマークでは、各部門の人数を最大5人としている。中には、1人だけしかメンバーがいない部門もあるそうだ。

「人数が増えすぎると個人の意見が通りづらくなるし、当事者意識も薄れがちです。自分の手がけた商品に責任を持ち、『これが私の手がけた仕事だ!』と誇りを感じてもらうには、少人数のチームで動いてもらう方がいいですね。そのためには、各チームや個人に大きな裁量を与え、同時に、経営指標などの管理も任せようとしています」（三瓶氏）

つまり、フットマークの社内には小さなベンチャー企業がいくつも存在しているようなもの。そうすることで同社では、新たな

アイデアが生まれやすい環境を整えている。

今後も時代の変化に応じ、変わり続けられる企業でありたいというのが、三瓶氏の掲げる目標だ。

「当社はよく、『何をやっているのかわからない会社』だといわれます。おむつカバーから水泳用品、介護用品など、一見すると脈絡なくいろいろな事業に手を出しているように見えるからでしょう。でも根底にあるのは、お客さま一人ひとりの悩みを解消したいという強い気持ちです。

今後も社会の変化とともに、お客さまからの期待も変わってでしょう。それに対応して、当社も新しい商品を生み出し続ける。そこだけはつらぬいていきたいですね」（三瓶氏）

取材後記

「こんな製品が欲しい」という声を紐解き、顧客の潜在ニーズを捉えてものづくりを行う当社。時代が変わっても世の中から必要とされ続ける秘訣は、顧客に寄り添い、自身を変化させることを恐れない心にあるとのこと。変化し続けた結果、20年後は現在とはまったく違うものをつくっている可能性もあると話す三瓶社長の姿が大変印象的でした。今後もフットマーク(株)から目が離せません。（企業人材支援課 保科友香）