

# 明日へ チャレンジ



(有)小山カバーリング  
専務取締役  
小山 祐一氏

●企業名 有限会社 小山カバーリング かほく市高松工丁3番地  
●TEL 076(281)0335 FAX 076(281)1178  
●資本金 350万円 ●雇用従業員 7名  
●代表者 小山良二氏(62歳)  
●創業 西暦1950年8月  
●業種 カバーリング業  
●取材 広報委員 糺地哲也 ウノケ紙工業

かほく市内の企業をシリーズで紹介しています。今月は、「コーゲン」配合の商品を開発し、新たなマーケットに向けてチャレンジする企業をご紹介します。

となりませんが、創業時は組紐を営んでいました。父親の代でカバーリング業に移行しました。現在は売上の9割を占めていますが、私の代では完成品消費者向け商品の売上比率を上げていきたいと考えています。

**糺地** 最近、コーゲンの商品を作っているという話なのですが。

**小山** はい、コーゲンを練りこんだ糸で保湿手袋やレギンス、ストールなどを保水性に特化した商品を製造・販売しております。昨年の11月に大和百貨店の催事場に出店したとき、お客さんとの会話の中から、商品に関する色々なヒントを頂きました。また、今年2月にはモニターを募集し、アンケート調査を実施し、それから、商品を購入して頂いたお客様にはアンケートを記入して頂き、回収することにした。そこから、お客さんが求める商品が見えてきたという訳です。かつて、試行錯誤を繰り返しながら商品開発に取り組んできましたが、それは自分よりお客さんが求めるものではなかった。全然売れませんでした。ところが、お客さんが求めているものを商品にするとその商品は売れるし、またそれを使ったお客様が他の人に広めること

で、口コミによる売上にもつながっています。消費者のいるところに、消費者が求める商品を提供することに気がつきました。

**糺地** なるほど、それではなぜコーゲンを使うことになったのですか。コーゲンをネットで検索すると食べ物が多く、食べて体内から改善しようとするものや、また化粧品などのように皮膚から浸透させるものがありました。が、コーゲンにしようと思った理由はなんですか。

**小山** そうですね。初めからコーゲンは100%の訳ではありません。このままの状況では業界では生き残れないと感じ、平成20年頃から完成品(消費者向け商品)を色々挑戦してきました。例えば、最初はマイクロアクリルを使った商品を作りました。今思えば、馬鹿なことをしていました。今思えば、マイクロアクリルを使った発熱繊維は、大手のユニクロさんが競争相手となるわけだから、価格で太刀打ちできるわけがないし、発熱繊維といえどヒートテックやユニクロのイメージがあったに違いはないと思います。このときは、自社の規模も考えず、勝ち目がなかった。対して取り組んでいました。

**糺地** その後、どうしましたか。

**小山** 幾度も幾度も失敗を重ねましたが、ある時、自身が乾燥肌で困っていたが、クリームを塗っていたので、自分以外にもそういう悩みを抱えている人が多くいることに気づきました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業ができないことをすれば、大企業が競争相手とはなりません。大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

## 青年部 県下統一福祉増進事業 ～老人ホーム慰問～

青年部は6月29日、県下統一福祉事業の一環として特別養護老人ホーム「あかしあ荘」、同「ことぶき園」に氷室饅頭を贈呈した。

岡田栄喜部長はじめ7名が両施設を慰問し氷室饅頭や花束を手渡しするなど入居者と交流を行った。



## 2013年度版「テレホンガイドかほく」を作成します!!

かほく市商工会青年部では「テレホンガイドかほく 2013年度版」の作成を計画しています。(来春発行予定)作成にあたり、恐れ入りますが、次の点をご確認くださいようお願いいたします。

### 電話帳について

平成24年11月1日現在のNTT電話帳データを引用します。NTTホームページで、名前、住所、電話番号をご確認ください。

変更等のある方、新たに掲載されたい方、掲載したくない方は平成24年9月30日までに必ずNTTへご連絡願います。

### 地図について

「テレホンガイドかほく 2009年度版」と地図の内容が変更となっている方は、平成24年8月20日までに必ず「かほく市商工会青年部」にご連絡願います。

### かほく市商工会青年部

TEL282-5661(担当:中山)

### お問い合わせ先:局番なしの「116」番へ!

\*個人情報保護法施行から作成にあたっては、NTT電話帳データを引用しております。

## 広報委員紹介



**櫻井 誠二**  
(桜井木材)  
今回二度目の広報委員となり、前回は「これからの広報を引き継いでより充実した紙面になるように」を配ってまいりましたが、今回はマンネリ化にならないよう内容、新企画を打ち出した広報を目指したいと思っております。



**中田 和彦**  
(中田菓子舗)  
今年度また広報委員になりました。心新たに頑張りたいと思っております。また今年も地元企業や店舗への取材や訪問いたしますので、その際は宜しくお願い致します。



**砂山 和義**  
(砂山組)  
広報委員に就任しました。地元商工会が低迷している中、地元企業が街、地元企業の皆様が元気な活動あるかほくに発展するよう広報活動を通して、少しでもお役に立てるよう頑張ります。



**飯田 泰夫**  
(飯田製粉)  
今回、初めて広報委員を担当することになりました。市民の皆様にも少しでも感情を持っていただけるような情報の発信に努めてまいります。宜しくお願い致します。



**山本 要一**  
(山本巻コム)  
今年初めて繊維部会から理事に選出され、広報委員を担うことになりました。広報活動は何もかわりませんが、三年間がはつとやりますので、ご一緒をお願いします。



**塩本 裕之**  
(塩本エナリス)  
はじめまして、こんど繊維部会の理事になり、広報委員になりました。塩本です。広報活動は何もかわりませんが、三年間がはつとやりますので、ご一緒をお願いします。



**木守 清信**  
(木守製工)  
今年度より広報委員を担当することになりました。初めての広報委員ですが、皆様が興味を持って読んで頂ける紙面にすることを努力いたします。



**糺地 哲也**  
(ウノケ紙工業)  
初めての広報委員ですが、みんなで協力し、紙面を通してかほくの魅力を伝えるように頑張りたいと思っております。



**岩井 佳行**  
(アワイ製菓)  
広報委員二期目となり、高松イワイ製菓の岩井です。今年度は縁ある中学校のPTA広報委員も引き受けています。広報紙の作成は難しいですが、達成感もあります。微力ながら頑張ります。



**高島 弘**  
(タカシマ電機)  
今年から初めて広報委員をさせて頂きました。商業部会の高島 弘です。まったく初めてのことで、みなさまの足手まといにならないように業務を全うしたいと思っております。



**油野 明弘**  
(油野製菓除菌堂)  
前回は引き続き広報委員をさせて頂きました。いろいろな情報を知りたく、お知らせ出来るよう努めて行きたいと思っております。



**森 喜代子**  
(森商工)  
皆様楽しんで読んでいただける紙面づくりを目指し、身近な情報、嬉しい情報をお伝えしたいと思っております。引き続き、広報委員をさせて頂くことになりました。よろしくお願いいたします。

## 当選

## おめでとうおめでとうございます

## 5月号読者プレゼント

5月号「お店紹介」の読者プレゼントに沢山のご応募をいただきありがとうございます。応募総数75通の中から抽選しましたところ、次の皆様が当選されました。おめでとございます。今回当たらなかった応募ハガキはW抽選に回ります。ご期待下さい。

### ミニプレゼント

- 石塚 俊治(高松) 鳥井 弘子(高松) 津田 収一(高松)
- 中田 秋来(高松) 山澤 省吾(外日色) 中川 慶子(中沼)
- 宗藤 洋子(七尾) 新蔵 笑子(白尾) 康平(高松)
- 長谷外喜美(高松) 山本 瑞季(宇野気) 前多 清子(長柄町)
- 小寺富美江(木津) 岡田 繁勝(高松) 架谷 将史(内日色)
- 広瀬 寛七(蓬松本) 正博(二ツ屋)

### ヘアリフレ

- 岡島 千草(松浜) 藤本 育代(高松) 岸 康平(高松)
- 沢田 千鶴(内日色) 高平 和代(内日色) 香林 朝子(高松)
- 森 悦子(高松) 砂原真紀子(横山) 寺田 久枝(高松)
- 吉田智世子(松浜)

### お買物券10名様

今月号にも読者プレゼントを掲載しております。皆様のご応募をお待ちしております。



た。そして、周りの人にも色々聞きましました。当初は靴下を考えていたのですが、手あれで悩んでいる人が結構いることに気づいたのです。それで、保湿クリームのような手袋があればクリームを塗る必要がなくなり、経済的にもいいのではないかと考えたのです。「保湿性があるもの」それが、コーゲン練りこみ糸との出会いでした。コーゲン自体はごく最近の2005年頃によりやくペブド態という構造が解明され、その後研究開発が進み、最近では化粧品や食べ物に利用される様になっています。ここからが試行錯誤の始まりです。

**糺地** なかなかそういうふうなアイデアは浮かびませんが。

**小山** 我々の業界が「何かしなければ生き残れない」ということで、それほど厳しい状況で崖っぷちに立たされているから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。

**糺地** それはどういうことですか。

**小山** 小規模企業が大企業と同じことをやっても成功するのは難しいということですから、大企業が得意なこととは何かを探してみました。例えば、大型店が出店しないような辺鄙な田舎に商品を販売すると

商品が売れないことに対して、バイヤー、消費者は見るとは思いません。自分には悪いと思ってしまう。買わない理由が自分にあるから、必死なんです。苦悩する状態の時に、経営戦略の一つで「ランチエスター経営」を聞きにきました。自分が歩んできたことに当てはめると、すべてが合う、なるほどと思いました。ショックでした。今までこれがいいと思ってやっていたことが、ダメなことばかりだったので。失敗だったことを素直に受け入れ、何を為すべきなのかをお客様に聞くことでヒントをもらい、消費者であるお客様に接近しなければ、我々のような小規模企業は生きられないことを学びました。