

書籍用包装機械の製造・販売で 新しいビジネスモデルを構築

書店で販売されているコミック本を手にとると、そのほとんどが透明なビニールで包装されている。

以前はコミックも他の書籍と同じように裸のまま書棚に並んでいたものだが、近ごろは包装して販売することが当たり前になった。その理由を、「立ち読み防止」と考える人は多いだろう。しかし、もともとの発想は違っていた。

書籍用シュリンカーの分野に
特化し、市場シェアを独占

東京都板橋区の「ダイワハイテックス」は、全国の書店を対象とした書籍の包装機械（シュリンカー）と包装資材（シュリンク袋・フィルム）の製造・販売を事業の中心としている。社員は四〇名ほどだが、得意先の書店は全国各地に約五五〇〇店。そして、書籍用シュリンカーの市場シェアは九〇%以上というから、競争力は抜群

の企業だ。一九七八年に同社を創業した大石孝一社長に、コミック本包装の経緯を伺った。

「平積みされている本を買う場合、お客様の多くは下のほうにあるきれいなものを選びます。そこで、「きれいな本をお客様に」という考えから、書籍をビニールで包装することを提案しました」

包装する目的はあくまでも購入する側のニーズに應えることだった。それが結果的には立ち読み防止にもつながったというわけだ。

この事業を立ち上げたのは一九八〇年。当初はシュリンカーの導入を持ちかけても、「本を包装してしまったら売れるわけがない」という概念から、なかなか書店に受け入れられなかったという。しかし、「お金を出して購入するお客様はきれいな本を望むに違いない」と、粘り強く提案を続けたところ、導入する書店が少しずつ現れはじめた。すると「売り上げが一五

投入スペースに置いておくだけで文庫本からA5判までの書籍を自動的に包装する専用シュリンカー。



%も伸びた」というケースもあり、貢献が実証され、コミック本を中心に書籍を包装して販売する書店が広がっていった。

包装後のコミック。スリップ（短冊状の売上・注文カード）が抜き取れるように上部が空いている。



株式会社ダイワハイテックス（東京都板橋区）
大石孝一 社長



複数のパーツに分解できることが
メンテナンスにも役立っている。

て他にもあるにもかかわらず、書籍用シュリンカーの分野で同社が他の追随を許さないのには、どんな理由があるのだろうか。

設定を変えずに、サイズの違う書籍をびったり包装

「ふつうなら、一つでどんな物でも包装できる汎用性をもった機械を設計したほうが売れると考えるでしょう。しかし当社では、あえて書籍用以外には使えないシュリンカーに特化しました。個別のニーズだけに対応すれば売り先が限定されるので、一台当たりの開発・製造コストはかさみますが、お客様（書店）の希望に添えるためには、そうすべきだと考えたからです」

特化することで可能になった同社の書籍用シュリンカーのパフォーマンスをみてみよう。

最大のポイントともいえるのが、大きさの違う書籍をランダムにセットしても、サイズに合わせて自動的に包装してしまう機能だ。書籍のサイズは同じに見えても実は微妙に違う。この機能があることで、人の手でサイズごとに分けたり、機械の設定をいちいち変更する必要がなくなった。

メンテナンスにも工夫がある。もし、シュリンカーに何らかの不具合が発生した場合は、連絡を受けるとすぐに代替機を専用の箱に入れて宅配便で発送する。受け取った書店は、故障した機械を代替機が入っていた箱に入れて返送し、それを同社で修理するという方法だ。

「当社の規模では、全国のお客様を担当者がすぐに訪問して修理することは不可能ですが、この方法によって、不具合にすぐ対応できるようにしています」

訪問できない代わりに、送料はすべて同社で負担する。また、シュリンカー自体も、簡単に複数のパーツに分解できるように設計されているので、問題のある部分だけを外して宅配便でやりとりすればいいような仕組みになっている。

顧客への対応を最重要視し 開発に専念するファブレス企業

他にも、「機械を購入していただいたお客様には、営業、技術、サービス消耗品受注担当者の名前と顔写真が入った案内状を送付する」「包装資材（シュリンクフィルム）を無料で交換する」「書店が新規オープンする際には、初期店頭在庫のコミック包装を社員が訪問して手伝う」などの顧客サービスをこなしている。機械自体の性能はもちろんだが、こうした顧客対応を含め、全体のビジネスモデルを構築していることが、同社の強みだ。

「優秀な機械を作れば売れるだろうという考え方は自己満足でしかありません。お客様が何を望んでいるかを見つけて出すことが先で、それに添えて満足していただくことが、私たちの役割だと考えています」と大石社長は言う。

そのために、同社では製造部門を外部に委託するファブレス企業の体制をとっている。

「お客様と接点がある部分は必ず当社で担当します。代わりに設計・開発が終わり、同じことの繰り返しになった製造作業は、抱え込まずに外注しています。こうすることにより、マーケティング、

営業、開発といった分野に人員や資金を集中させることができるからです」

現在、同社では書籍包装の技術と、顧客との接点から得たアイデアを生かして、新たな事業に取り組んでいる。とくに、深刻な問題となっている書店での万引き問題では、防犯タグを使ったオペレーションを開発し、書店に提案している。「書店支援企業」を標榜し、これからも「お客様が第一」、そして「人まねをしない独自性あるメーカー」という理念のもとで、書店のあらゆるニーズに添えていくと言う。



株式会社 ダイワハイテックス

書籍専用包装機械・資材の
製造・販売

〒174-0061
東京都板橋区大原町36-18
TEL: 03-3558-8131
FAX: 03-3558-8132
資本金: 1000万円
社員: 42人
<http://www.daiwa-hi.co.jp>

ダイワハイテックス
大石幸一社長。