

コミック本のフィルム包装 サービス力を武器に抜群のシェア

株式会社ダイワハイテックス

「コミック本は包装したら売れない」という業界常識を覆し、フィルム包装機「コミックシュリンカー」で市場を創出。現在も国内シェア約90%とほぼ独占状態だ。

ダ

イワハイテックスは、書店に並ぶコミック本のフィルム包装機市場を創出したベンチャー企業。取引先書店数は約五五〇〇店。三四万〜二六〇万円の三種類の包装機を製造販売する。

**書店主の「ささやき」をきっかけに
新たなビジネスに挑戦**

会社設立は一九七八年、業務用包装機の仕入販売からスタートした。大石孝一社長は当時を振り返り、「創業当初は、食べていくのがやっとだった」と語る。転機となったのは設立から二年後、展示会で出会った書店主の「立ち読みと本の



若い社員が多く社内はアットホームな雰囲気



書店の新規オープン時に営業担当者が応援に駆けつける「猫の手キャンペーン」

汚れを防ぐため、コミック本にカバーをかけられないかな」というささやきだった。それまで取り扱っていた包装機の売れ行きが思わしくなく、独自の商品開発を模索していたときでもあり、同社では早速、クリーニング用包装機を参考にしながら、本を透明フィルムで包む機械を開発した。

しかし、すぐには売れなかった。ほとんどの書店主は「フィルムで包んでしまつたら、売れる本も売れなくなる」と関心を示さなかったという。

それでも、大石氏は諦めなかった。わずかな数にせよ、購入してくれた書店での顧客の反応を見て、「お金を出して本を買うお客さんは、きれいな本を望んでいる。フィルムで包んだら売れない」というのは、先入観にすぎない」との確信を得たためである。実際に機械の性能を上げ、使い勝手をよくすると、徐々に売れ始めた。売れ行きに拍車がかかったのは初号機の発売から約二年後。大手取次の調べで、フィルム包装により書店でのコ

ミック本の売り上げが約一五%伸びることがわかってからである。さらに幸運だったのは直販営業に加えて、取次各社を販売窓口にすることができた点。「取次のお墨付きを得ることで、書店からの信頼感が格段に向上した」と大石氏。

**徹底した顧客サービスで
参入障壁をつくる**

しかし、同社の真髄はそこからである。機械だけなら、マネして作ろうとすれば、後発メーカーでも作れてしまう。市場占有率を維持するためには、その先を行く必要がある。そこで、客先である書店に対し、ただ機械を売るだけでなく、サービスに努めるようにした。その際の行動規範は「お客様に喜んでいただく」とである。

たとえば、何かの理由で客先の機械が故障したとしよう。このようなとき、同社では連絡を受けると、すぐに代替機を宅配便で送る。機械の修理や故障の因果関係の追求も大事だが、それが何よりも客先が一番喜ぶ行為だと考えるためだ。

実は、機械自体がこうしたサービスをしやすいように工夫されている。卓上タイプを除くと、同社の機械は三段のプロックに分かれている。これは、あらかじめ宅配便で送ることを想定したものだ。また、劣化して使用できなくなった副資材（フィルム）も、理由を添えて返品してもらえば無料で新品と交換する。顧客サービスの極めつけは「猫の手キャンペーン」である。書店の新規オープンの際には、短時間に大量のフィルム包装をこなさなければならぬ。このよう

なとき、同社では客先から依頼があると、応援用の機械を携えて営業担当者が出向いて、無償で包装を手伝う。時には泊まりがけになる場合もあるが、「生涯顧客をつくるための必要経費」と割り切っている。「お客さんが包装機を買うのは、機械が欲しいためではなく、本をフィルム包装することで、少しでも売り上げを伸ばしたいと思うからです。こうしたお客さんの意向を汲み取り、これからはサービス重視の姿勢を貫く」と大石氏は語る。



●わが社のここが一番!

書店内で簡単に包装ができる「コミックシュリンカー」。熱をかけるとフィルムが収縮して本をきれいに包むシュリンク包装は、いまやコミック本の顔にさえなっている。近年では、製品の品質だけでなく、経営品質の向上にも力を入れる同社。1999年度の「板橋経営品賞 大賞」を受賞。昨年は経済産業省の「元気なモノ作り中小企業300社2007年版」に選出されるなど、外部評価は高まるばかりである。

価値が認められ
数々の賞を受賞



包装された本は店頭でもきれいなまま

●会社概要

事業内容 書店向け包装機械の製造および販売

所在地 東京都板橋区大原町 36-18

電話 03-3558-8131

URL http://www.daiwa-hi.co.jp

DATA