



はばたく 2021

中小企業・小規模事業者 商工会

300社 30選



生活者の視点による製品開発で他社との差別化 自主ブランドの立ち上げで海外販路拡大

創業1932年のプラスチック生活用品メーカー。収納用品を中心に47アイテムものグッドデザイン賞を受賞するなど、生活者の視点でコンセプトやデザインを重視して他社との差別化を図っている。同社の製品は整理収納アドバイザーの有名タレントから高く評価され、テレビや雑誌でも多数紹介。また、海外展示会へ出展し欧米への市場拡大から、現在26か国へ販売している。海外市場を視野に世界ブランドの確立を目指す。環境にやさしいCNF材料の研究にも取り組み「地域未来牽引企業」に認定されている。

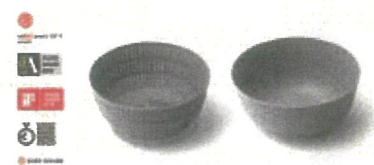
所在地 奈良県葛城市加守646-2
電話/FAX 074-577-3223/074-576-7335
URL <http://www.yoshikawakuni.co.jp/>
代表者 代表取締役社長 吉川 利幸

創業 1932年
資本金 2,000万円
従業員数 95人



デザインの考え方を基軸にしたプラスチック収納の新製品開発

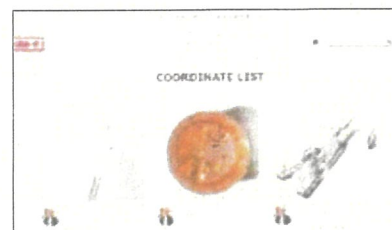
プラスチック日用雑貨において消費者（生活者）の視点やトレンドを意識している。商品独自のコンセプトやデザインを製品に反映させ他社商品との差別化を図る。その成果は1984年に「メッシュラウンドバスケット」がグッドデザイン商品認定を受賞。以降同社製品は13年連続受賞となる。その間、1996年に中小企業長官特別賞を受賞など、現在まで47アイテムが受賞。また、収納アイテムに特化し、統一デザインとサイズにこだわったブランド「Like-it」を立ち上げ海外の販路拡大も図っている。



多数のデザイン賞を受賞する高い評価

コロナ禍のピンチをチャンスに、オンラインストアでブランド力を向上

コロナ禍においては、展示会の中止や顧客を直接訪問することができないため、新規開拓が非常に難しい状態である。しかし、オンラインでの商談の切り替えや、自社のオンラインストアを見直してネット販売に注力した結果、巣ごもり需要を捉え、B to C販売を伸ばしている。オンラインストアでは、商品の開発者の想いに加えて、より詳しい機能や特徴を紹介している。また、収納のコーディネート例等の情報を発信して顧客への安心提供やコミュニケーションの場となり、ブランド力の向上につながっている。



ライクストアのコーディネート情報

海外展示会への継続的参加による顧客獲得とNetflix番組での取り上げ

2015、2016、2017年度にJAPANブランド補助金を活用し海外販路開拓の一環としてドイツおよび米国で出展した。英国企業との商談を皮切りにドイツ、フランス、スイス市場へ進出。また、米国では日用生活品を扱う店舗への進出を果たしている。2017年度に海外への輸出で成果を上げている「奈良県海外展開リーディングカンパニー（輸出）」企業として県より表彰された。さらに米国の「The Home Edit」のNetflix新番組（2020）でLike-it商品が使われ反響を呼んだ。



奈良県庁で受賞式（左から2番目）