



平成 21 年度新事業創出・販路開拓ネットワーク整備・活用等事業

2009 年 11 月 24 日発行

展示会・見本市レポート第25号

発行：全国商工会連合会

編集：(財) 日本立地センター

協力：全国イノベーション推進機関ネットワーク

第 22 回 メガネの国際総合展IOFT2009

アジア最大級のメガネの総合展

会 期	2009年10月27日(火)～29日(木)
会 場	東京ビッグサイト
主 催	日本医用光学機器工業会、社団法人 福井県眼鏡協会、リード エグジビション ジャパン
事 務 局	http://www.ioft.jp
出 展 者	530社
出 展 料	1小間(3m×2.7m)=350,000円(税別)
募集期間	2008年10月～2009年8月
来場者数	15,868人
出展業種	フレーム・フレーム加工機器、フレーム素材・レンズ素材、レンズ・レンズ加工機器、サングラス、コンタクトレンズ・コンタクトレンズ関連製品、キャリアグラス(シニアグラス)、検査機器、スポーツグラス、眼鏡調整機器・眼鏡部品、検査機器、補聴器・補聴器関連製品、ケース、グラスチェーン、アクセサリ、店舗設計・ディスプレイ、レンズクリーナー、クロス、超音波洗浄器、コンピューター管理システム、販促ツール、その他
来場者の職業	メーカー、量販店、小売店、卸、バイヤー、海外バイヤー、ファッションメーカー、デザイナー 等
次回開催予定	2010年10月18日(月)～20日(水)

発行：全国商工会連合会 企業支援部 市場開拓支援課 03-3503-1256

編集・問い合わせ：(財) 日本立地センター 新事業支援部 03-3518-8964

◆ 時流商流 ◆

再生図る福井県のメガネ集積地

世界20カ国530社が出展したメガネの国際的な規模の展示会。毎年、国内外から有力なメガネメーカーが結集して開かれる中で、常に存在感を示しているのが国内生産シェア90%を誇る福井県の「福井ゾーン」だ。

福井県鯖江市は伝統的なメガネ産業の集積地として知られる。22年前の第1回開催から出展してきた福井ゾーンをのぞくと、地域の伝統産業の現状とこれからどのような活路を拓こうとしているのかが見えてくる。

鯖江メガネに代表される日本のメガネ産業は、1992年に約850社あった関連メーカーが13年後の2005年になると約600社に減少した。それ以降もさらに厳しい受注減を強いられているという。

鯖江メガネの場合、原因の第1は生産量の約8割を占めていた大手量販店からのOEMが中国にシフトしたうえ、価格も下落したこと。このため出荷額も1992年の1,100億円から2005年には670億円と大幅に減少した。

第2に、メガネの販売価格構造が大きく変わったことが追い打ちをかけた。販売価格が5,000円・7,000円・10,000円という「スリープライスショップ」が増え、メガネそのものが雑貨のように扱われるように、市場が変化したことだ。



「ものづくり産地」から「作って売る産地」へ

このようなメガネ産業を取り巻く環境の変化に対応し、鯖江メガネでは官民一体となった取り組みが成果を上げつつある。下請けに甘んじてきたメガネ部品各社の中には、収益力の高い自社ブランド商品作りを目指すメーカーが出てきていることだ。

福井県では鯖江メガネを内閣府の「地方の元気再生事業」に申請し、資金支援を受ける再生の道筋をつけた。また、アパレルメーカーと連携してデザイン力を吸収し、ブランド力を高めた自社製品を誕生させている。これによってメガネ店への直販が可能になったのである。「ものづくり産地」から「作って売る産地」への転換が、鯖江メガネのキーワードなのだ。

次頁からは、本展示会の中でもユニークな取り組みを行っている幾つかのブースを紹介する。



◆ ブース細見 ◆

メガネの地域ブランド「鯖 gumo」の卸も担当

★出 展 目 的 :東京の小売店募集

★代表商品の価格:メガネ「鯖 gumo」=25,000円(税別)

鯖江市の「ジュミックス」(<http://www.jumix.net>)はメガネ部品メーカーである清水工業所のデザインリフォーム部門として、新規事業に取り組む。

デザインリフォームとは、金属に匹敵する接続強度を持った樹脂ジョイントシステムを使って、レンズをそのままにしてフレームデザインをリフォームするもの。鯖江ブランドを立ち上げようと、2年前に新設した事業部門。

また、ジュミックスは部品メーカー10社が下請けから脱皮するため、半年前に立ち上げたメガネブランド「鯖 gumo」(<http://www.sabaemegane.com>)製品の卸を担当する。現在、取引先は東京中心のメガネ小売店10店舗。ジュミックスの清水実総合企画室長は「展示会で小売店を募集するのが目的です」と期待を寄せる。



オリジナルブランドのフレーム販売に注力

★出 展 目 的 :販路開拓

★代表商品の価格:「TURNING」=24,000円(税別)

谷口眼鏡(<http://www.turning-opt.co.jp>)は、プラスチックフレームの製造・販売会社。従業員数15名ながら、「職人の作るメガネフレーム」がキャッチフレーズ。

フレームの下請けからの脱皮を図ろうと、12年ほど前にオリジナルブランドを立ち上げた。オリジナルブランドの名前は、ターニングポイントと社名の谷口をミックスした「TURNING(ターニング)」。

出展の目的は新規顧客の開拓。同社によると、昨年9月の金融危機の影響がメガネ産業にも及んでおり、これまで以上に販売強化に力を入れているという。

手作りメガネで低価格輸入品に対抗

★出 展 目 的 : 手作りメガネのPR

★代表商品の価格:「STONE-D Green Room」=18,500円(税別)

サンオプチカル (<http://www.sunoptical.co.jp>) は、手作りのメガネを特徴とするメガネのプラスチック枠製造・販売会社。

ものづくりを大切にすることを経営理念とし、7年前から地元でメガネフレームを修理実習する「糸ノコ教室」を開講。初年度は10人程度に過ぎなかった生徒が、今では年間約200人が受講するまでに発展。

産地でもものづくりを体験してもらおうとの試みは、中国産の輸入増や「スリープライズショップ」の登場という危機感から生まれたもの。販売対策として打ち出した「自分のメガネを作ろう」とのキャンペーンもその一つ。

こうした経営対策が実り、現在、月10本ほどのオーダーメイドの注文があるという。



レンズの自社規格で顧客との信頼築く

★出 展 目 的 : 販路開拓

★代表商品の価格:サングラス「ムーヴィンハイド」=12,600円(税込み)

乾レンズ (<http://inuilens.com>) は、1953年創業のサングラス専門メーカー。紫外線に対し強いカット能力を持つレンズ製作に定評がある。

OEM供給一筋で製作してきたが、自社製品も1割あり、そのほとんどは通販製品。輸出比率は一時期8割に達していた。しかし、中国製品など低価格の海外製品に押され気味。

この対策として「お客様に良いものを提供」と言っているだけでは通用しない時代と判断。独自に「サングラスレンズの自社規格」を設け、顧客との信頼構築を図る。