

「もっと綺麗に もっと笑顔を」 日本一目指す「ヘアピン屋」

桜井市西宮にある株式会社ニシダは、昭和34(1959)年に父親がヘアピンの製造メーカー「西田商店」として創業した。母親の後を継いだ3代目の代表取締役・西田康弘さん(50)は、入念な検品でヘアピンの品質管理に力を入れている。合わせてヘアサロンの客には「もっと綺麗(きれい)に、もっと笑顔を」と思いやりの詰まった付加価値の高いオリジナル商品の開発に余念がない。「マイクロビーズクッション」は、業務用として20年間守り続けているヒット商品。海外展開を含め来年度に向けて、新製品の出荷も頭に入っている。

Made
in
奈良

桜井市 株式会社ニシダ

代表取締役
西田 康弘さん



ヘアピンは業務用に特化した特殊な部品として、イベント事や成人式、結婚式、卒業式などできれいに着飾る時に使われる部品という立ち位置だった。農業の閑散期に内職がなかったため、農機具の隣でヘアピンを作っている家が何軒もあった創業時。そのピンをまとめて東京に売りに行くのが父親の役目だった。「高度経済成長期だったので、奈良の地場産業をまとめられたというのが、良かったのかもしれないですね」と話す西田社長。

昭和53(1978)年9月に法人化した父親は、5年後に49歳という若さで亡くなった。西田社長が17歳の時だった。後を任された母親はバブル期で守りの経営に徹し、女性として切り盛りした。

会社は客や売れるルートがあるものの、次第に先細ってきた。西田社長の20代は大阪での会社勤め。ある時、母親から「この会社ではないですね。売り上げも悪いし。畳もうかな」と言われたことが、自身の会社再生へのスタートだった。

そして、古くからいる従業員に提案したのが「マイクロビーズクッション」の製造。「当時は何でピン屋がクッションなんか作るねん。こんな奇抜なモノ売れるわけないやろ。第一、こんなモノどうやって売るねん、と大反対されました」と振り返る西田社長。

「その時、膝の上に手置

きするというのが、新しい文化として定着したいと思ったんです。お客さんが美容室に来た時、長くて2時間ぐらい店にいるわけだから。その方たちが座って接客されている間は、楽な環境にいてもらうという提案なんです。サロン受けが良かったんです」と話す。

現在、美容室が日本に20数万軒あり、コンビニの4倍ほどある。理容室は10数万軒で、全部合わせて30万軒以上になる計算。1軒で10台イスがある店もある。一人でやっている店が多いが、そんな店でもだいたい2台はある。西田社長が30歳の時「そのイスの数分、出ればごっつい市場になる。それを目指してやっていきましよう」と母親と従業員に説明した。

西田社長は36歳で母親から代表をバトンタッチ。クッションは、年間平均して1万5000個を出荷。多い時で4万個出たことも。定価8800円(税込)。美容室だとその7掛け。「女性誌の時代で、カラーリングの放置時間にクッションに手を置き、雑



④美容室で人気の「マイクロビーズクッション」⑤使いやすい容器に入ったヘアピン



ヘアサロンでの手置き「マイクロビーズクッション」人気 業務用のオリジナル商品開発へ意欲旺盛

誌を読んでもらったらいけるな」と自信を深めた。

見る見るうちに美容室の客に好評。美容室から「お客さんが欲しいと言っている。この商品の定価を付けてくれたら、店売りができるから」ということ。2年ほどで小さくなってくる消耗品。客からのリピートがあることに目がいった。

「1年間2000円か3000円でお客さんに喜んでもらって、買い替えの時に来たら替えたらいいかな」というのが、美容室の立ち位置でしょう。2年に1回ずつ注文が来るだけでもまあまあ出ていくな」と考えた。

マイクロビーズクッションは、温かくて軽くて楽。「触り心地が良くて癒される」と女性の気持ちをしづかみした。桜井市のふるさと納税返礼品の一つにも。今度はもう一つ進化させたのが、クッションとひざ掛けをボタンでつなげたセット商品。

西田社長は「ひざ掛けというのは、今までもある文化。冷えるお客さんには、ひざ掛けを掛けます。セット売りすることで単価が取れますし、プラスひざ掛けも売れる。ひざ掛けは税込み4180円。セットで1万2980円。1個売ったら2000円ほど儲かります。これをピンとは別に売ります」と声が弾む。

このほか、美容室のイスを倒した時、イスと腰の間

に隙間ができる。左右に引っ張ると、隙間が埋まる商品名は「のびるクッション」。5060円(税込み)。「月に何人かは腰痛のお客さんがいます。その時に、これを使ってあげるのです。テーマはお客さんへの思いやりです」とこ

やか。仕入れるヘアピンケースも、使いやすさを強調する思いやりの一つ。インスタグラムでニシダ公式の「Firu(Firu)」のブランドで検索。現在、インスタグラムを使って宣伝する「インフルエンサー」が200人。楽天などの市場に誘導し、買ってもらう努力は欠かせない。

また、海外ではイタリア、サウジアラビア、中国、イギリスで、有名なブランドのファッションショーの楽屋で、モデルに着付けして、セットするのに裏方の部品として活躍している。西田社長は「ピンについては工場に新しい機械も入れます。高額ですが、国の補助金がありますので。クッションなどで儲けてピンに投資するという、そんなスタイルです」とも。

ただ、コロナの影響は隠せない。結婚式ひとつとっても縮小や延期、中止。結婚式の予約で美容室が流行る。その時に出てくる部品がヘアピン。旅館関係で、着物を着て接客する人も確実にヘアピンを使う機会が減る。「自治体には成人式を継続して

やってほしいですね。文化の継承と着る機会がなくなりますよ、と提唱していきたいです。そうすれば着物屋も潤うし、同窓会をすれば絶対に食事をします。経済活動をするならば、そういう機会を奪ってはいけません。しかも、その時には綺麗に着飾って会おうよ、綺麗な私を見て、ということのを思うのです」と、自治体への注文もチャクリ。

「ヘアピン屋」は日本に10軒もない状況。「いずれにしても、もとのピン屋に戻るわけですが、将来は日本で唯一生き残るピン屋がウチになると思います。なぜかという、稼げる企業になろうと思ったら、商品やお客さんへの思いやりの前に、社員がプライドを持って、仕事をしてもうえる環境づくりが大切ですから」と将来を見据える。

○創業=昭和34(1959)年5月
○代表取締役=西田康弘
○従業員数=9人
○資本金=1000万円
○事業内容=理美容機器具・用品の製造卸
○本社住所=桜井市西宮194-1
○電話番号=0744(45)2211
○ファクス=0744(43)4411



<https://www.nishida-co.jp>