

「1枚1万円」カーテン需要呼び起こす

インテリックス

ヒントは100円均一ショップだった。

「カーテンも同じように安くわかりやすい価格にできないだろうか」

カーテン業界でも均一価格の販売方法が現れ始めた2002年、木村明人社長が「1窓1万円」の「ジャストカーテン」を思いついた。

大手メーカーや家具店で買うと3万~5万円、高級店だと10万円近くするオーダーカーテンが縦2.4倍、横2.1倍のサイズまでならどれでも1窓1万円。

シンプルな宣伝文句は新たなカーテン需要を呼び起こし、たちまち問い合わせや注文が殺到した。

「カーテンは高い、本当の値段がわからない、というマイナスイメージが先行し、消費者が市場から遠のいていた。消費者と向き合い、市場を拡大するには、カーテンの価格をまずわかりやすいものにすることが大切だと思った」

初の製造小売り方式

木村社長は顧客最優先主義を強調する。

低価格化を可能にしたのは、流通コストの徹底的なカット

と、国内屈指の自社縫製加工工場による業界初の製造小売り（SPA）方式の導入だった。

カーテンは、織物工場からブランドメーカー、代理店、小売店と流通経路が複雑で、その過程で流通コストやブランド料（ロイヤルティー）がかさみ、最終的な価格に上乗せされる。

そこでインテリックスは、いくつも重なる流過程を省き、商品の企画から販売まで一貫して自社で行うシステムを作り上げた。生地を国内、海外の織物工場から直接仕入れ、自社工場で縫製し、直営店から消費者に届ける。実にシンプル。商慣習や業界の体質にとらわれることのない地方を基盤にした若くて小回りのきく中堅企業だからできた新業態といえるだろう。

「ジャストカーテン」はたちまち全国の消費者に受け入れられた。直営店は和歌山市に隣接する岩出市のバイパス道路沿いに1号店を開業したのを皮切りに大阪、神戸、名古屋、湘南台（神奈川）など9店に拡大。全国の小売店や量販店に卸売りも行う。2004年には中国・杭州市に現地法人を開設して市場開拓に本腰を入れると同時に中国、トルコから刺繍生地の直接仕入



色鮮やかな生地が並ぶ「ジャストカーテン」の店内。見ているだけで楽しくなる
和歌山県岩出市

れも始めた。06年11月に和歌山市に新設した本社・和歌山工場は広さ2000平方メートル、月産25万平方メートル（カーテン2万5000枚に相当）と西日本最大級、全国でも5本の指に入る規模を誇る。小売り部門を充実させるため販売ノウハウ、店舗運営、社員研修を均一化したフランチャイズ方式の「パートナーショップシステム」も今年度中に立ち上げる。

「ジャストカーテン」として

扱っているのは現在1500種類。シックなものからカラフルなデザインまでバリエーションは豊富だ。店頭ではスタッフが問取りや家具の色などを聞きながら、親切にアドバイスしてくれる。遮光、防炎、紫外線対策、消臭、花粉対策などの「機能カーテン」も人気がある。

「業界のユニクロ」

SPAへの事業転換と時代にマッチした低価格・高品質商品

の展開で急成長する姿は「カーテン業界のユニクロ」とも評される。

本社玄関を入るとフロアにいた社員全員が仕事の手を止め、立ち上がってあいさつしてくれた。整理整頓された工場内は清潔で明るい。一人一人がカーテンづくりを楽しんでいる。行き届いた社員教育と職場環境がインテリックスの成長を象徴しているように思えた。

（出崎敦史）

■会社概要

▷本社=和歌山市里174の1

(☎073・462・7717)

▷設立=1990年8月

▷資本金=1000万円

▷売上高=16億7800万円

▷従業員数=212人

▷事業内容=オーダーカーテンの縫製加工ほか

和歌山 発



「二重価格」打破 買い替え促す

——カーテン業界の現況と今後をどう見えていますか

「国土交通省が発表した2009年度の新築住宅の着工戸数は前年度より25.4%も減少し、77万戸でした。80万戸を切ったのは実に45年ぶり、という深刻な住宅不況の影響は大きい。新築の家が減れば、カーテンの需要も減るわけで、とても厳しい状態です」

——そのなかでもインテリックスは成長を続けていますね

「新築のカーテン需要の伸びが見込めないで、部屋の模様替えや雰囲気づくりなどでカーテンの買い替えを考えるお客さまをいかに引きつけるか、が重要になるでしょう。そのためにはカーテンが高い買い物であってはならない。1枚3万円も5万円もするカーテンは、もったいないから買い替えずに長く使おうとします。でも1枚1万円だったら、同じ出費で3枚買える。だったら夏用と冬用で2枚買おうとか、隣の部屋のカーテンもついでに買い替えてみよう



木村明人社長

きむら・あきひと 青山学院大学経営学部卒。1982年、住江織物入社。5年後、退社して実家のある和歌山市に戻り、90年に「インテリックス」設立。2007年、和歌山県「アントレプレナー（起業家）大賞」受賞。和歌山市出身。52歳。

とか、新たな購買意欲が出てくる。そういった小さな顧客ニーズを掘り起こしていく積み重ねが、カーテン市場全体のパイの拡大につながると思います」

——「ジャストカーテン」のように業界に革命を起こす発想の源は何ですか

「原点はお客さまが一番求めているものは何かを見つけることだと思います。大手インテリアメーカーに勤めていた経験から、カーテン価格にはいくつもの流通経費、ブランド料が上乗せされてい

ることに疑問があった。定価を高め設定し、そこから割り引きした価格をつけて売る二重価格のようなやり方が慣例化していた。それを何とかしたかった。ジャストカーテンはちょうど、ぴったりという意味のJustと公正、正義という意味のJusticeの両方からつけたネーミングなんです」

——今後について

「安心してお好みのカーテンを楽しく選んでもらえる店を目指し、これからも誠意を持って仕事に取り組みたい」

イチ押し！ 障害者の絵プリント 人気商品に



豊富な色柄がそろった「ジャストカーテン」の店頭でひとときカラフルでいきいきしたデザインが目を引く。和歌山市の社会福祉法人「つわぶき会」の障害者が描いた絵をプリントしたオリジナル商品「ゆかいな仲間たち」。動物や魚が自由にのびのびとパステル調で描かれた印象的なカーテンだ。2月から店頭で並べられ「子供部屋につけてみたい」と来店客の反応も上々という。

つわぶき会の岩橋正純理事長とインテリックスの木村社長は小、中学校の同級生で、木村社長がつわぶき会のカレンダーに使用された施設利用者の作品を見て感動し「ぜひカーテンにしてみたい」と思ったのが商品化のきっかけだった。

カーテンが懸け橋になった地域の障害者支援。今後もオリジナル柄カーテンの企画・開発で新たな需要の開拓を目指す。