

ショートストーリー

世界に広がるYKKグループ
-とっておきのエピソード-

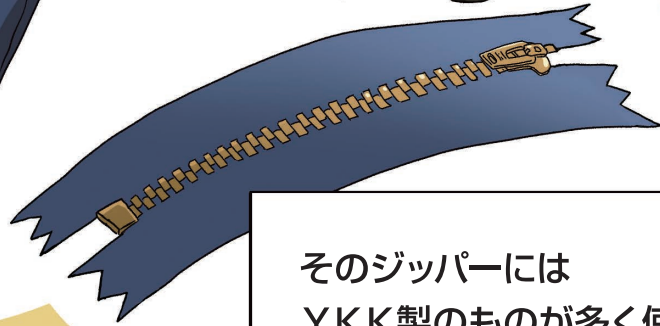
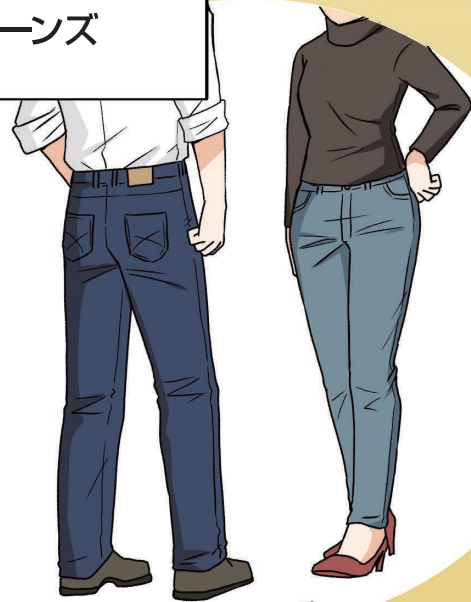
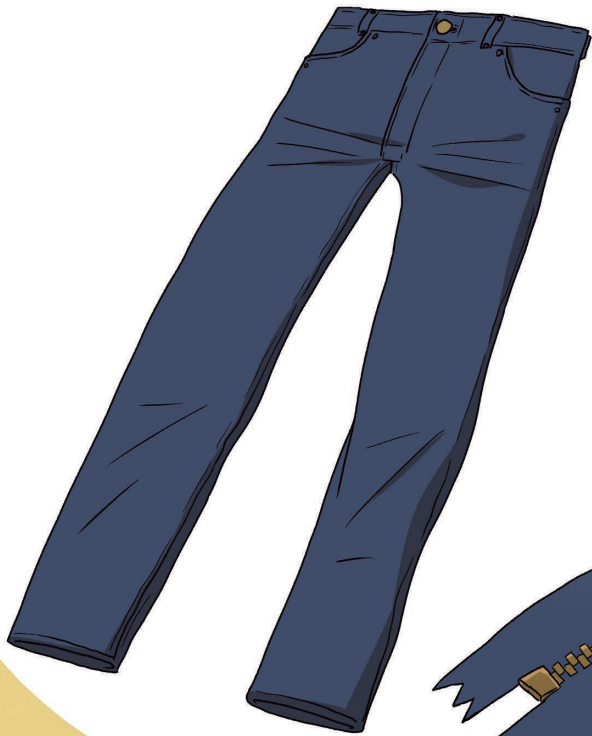
YKK[®] YKK
ap[®]

第7話 挑戦 (前篇)



制作/ad-manga.com

現在もUSAで愛され続けているジーンズ



そのジッパーには
YKK製のものが多く使われている

そしてその裏側には多くの努力があった——

YKKのUSAでの始まりは1960年

※1964年 NYの小さなオフィスに製造拠点を開設

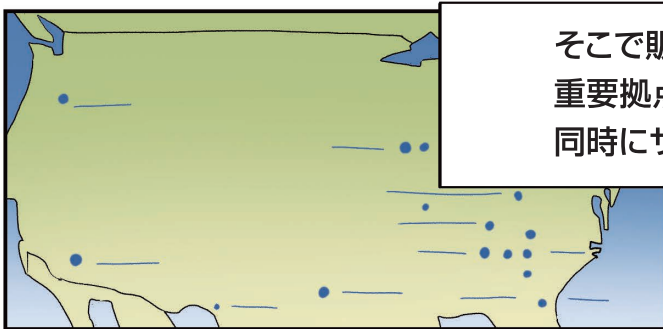
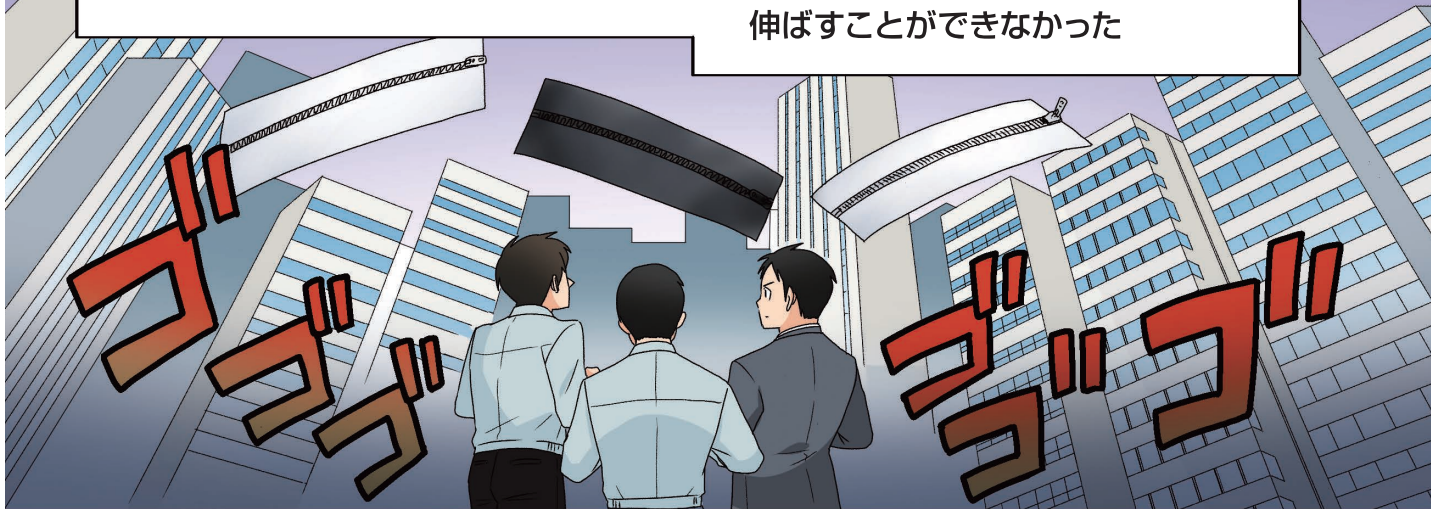


どんな小さなオーダーでも
対応しよう！

YKKは他社に負けないサービスで
顧客に対応していたが
現地生産を行っていないため限界があった

そもそも当時USAには
大手のジッパー会社などの
競合が点在し

全米をカバーできていないYKKは
なかなか売上を
伸ばすことができなかった



そこで販売網の整備のため
重要拠点に営業支店を開設
同時にサービスの為の加工場を展開し

少しずつ売上を
向上させていった



初進出から10年後——

YKKジッパーは婦人服やブーツにも使われ
各地域の工場も拡充させ
コツコツと顧客の信頼をつみあげてきた

しかし主要材料や一部の製品は
日本からの輸入に頼っており

さらに第一次ニクソンショックの影響で
為替リスクが高まることに——

黒部から
輸入しているからな…

どうしよう…



そうした逆境の中
USAでの一貫生産工場建設に
立ち上がったのがLである

他社製に負けていけない！
追いつけ追い越せ！

L(42歳)

1974年

YKKはジョージア州メーコンに
原料からの一貫生産工場を建設

これにより日本からの
輸入に頼らず短納期での
大量生産が可能となった

Made in USA

Yes!

そして——なるべくしてYKKは
ジーンズ用ジッパーに挑戦することになる

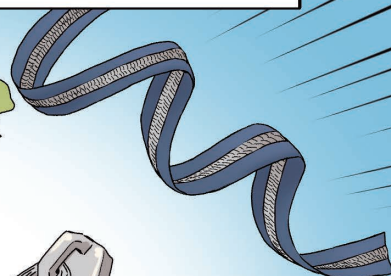
米国南部では
綿花の生産地に近かったためか
ジーンズ大手ブランドの
縫製工場が集中していた



そのためYKK南部支店では
売り上げを伸ばすために
一大分野であるジーンズの市場の開拓に
挑戦するしかなかった

USAのビジネスモデルは日本とは違っていた

当時の日本では
ジッパーの「完成品」を
ジーンズメーカーや工場に
納品するのに対して



USAは広大であり
現在ほど物流が発達していなかった当時は
パーツを別々に納品し顧客が半自動機で
ジーンズのジッパー部分を完成させるという
やり方をとっていたのだ

品質に優れたチェーンや
スライダーを販売するよう
やってきたが…

USAのビジネスモデルに
参入しなければならない

南部支店の営業責任者
H(40歳)





品質に優れたジーンズ用ジッパーと
USAの作業工程にあわせた
新しい縫製機械の開発が必要だ!

こうしてHたちは
日本の開発陣や
現地の技術者・販売員を巻き込み

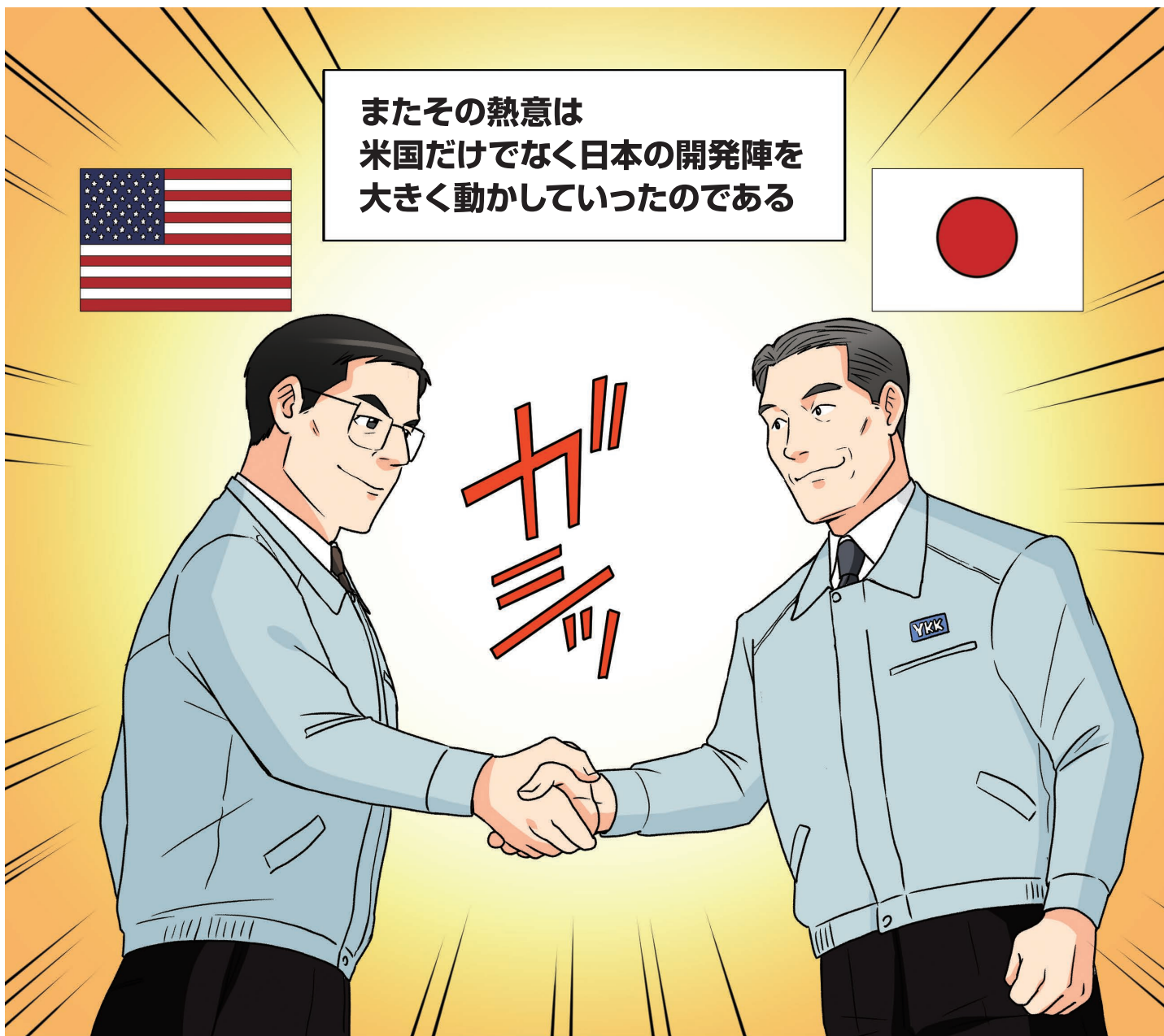


高品質のジーンズ用ジッパーおよび
顧客のためにも作業工程を短縮できる
機械の開発に着手した

一方Lもメーコン工場長として
「小さな無駄を省くことが大きな利益を生む」
という考え方を現地スタッフに繰り返し伝えて



メーコン工場のフル稼働のため
大きな市場であるジーンズ分野の攻略は
YKK USA社
一丸となって取り組む必要があった



YKKのジーンズへの挑戦は順調かと思われた…

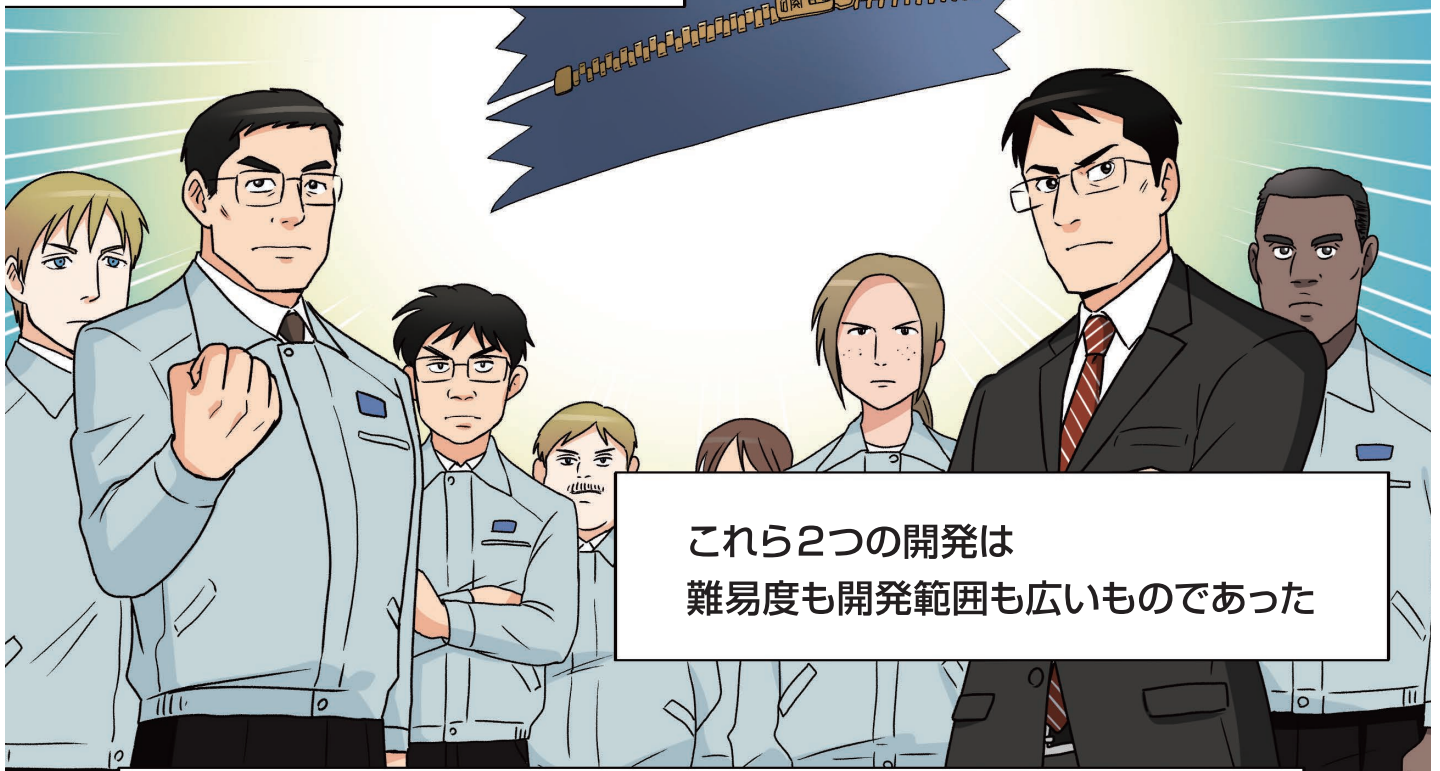
しかし現実には厳しかった——

過酷な履き方に耐えられる
ジーンズ用ジッパーは限られており
強度も操作性も求められていた



競合他社の品質はそれなりに優れており
何より顧客との間には
長年の信頼関係が培われていた

そんな状況の中
他社よりも品質に優れており
しかも現地の縫製工場に
受け入れられるもの



これら2つの開発は
難易度も開発範囲も広いものであった

ここからがオールYKKへのさらなる試練である

後篇へつづく