特集　事業戦略ガイド2026

春夏に積極姿勢

イラン情勢悪化で慎重さも

本紙では3～4月上旬に有力寝具製造卸を対象にアンケートを実施した（回答8社）。26春夏は、前春夏に比べて計画数を増やす卸が半数に上った一方、26秋冬はイラン情勢の悪化による先行きの不透明感から慎重姿勢が目立つ。

26春夏向け半数増やす

26春夏向け生産・仕入れ計画数量は、「25春夏シーズンと比べて増やす」が半数に上った。

「暑さの長期化が見込まれるため」（昭和西川）、「需要が回復基調で、生産が追いつけるように増員中」（龍宮）といった理由を挙げている。

夏の長期化、猛暑への対応策は、「クーラーを併用しての就寝が推奨されているため、クーラーを併用して快適性と省エネを両立できる寝具を開発」（nishikawa）、「クーラー併用を想定した商品提案」（ロマンス小杉）、「寝具内にこもりがちな熱を放出し、表面温度の上昇を抑える放熱テクノロジーを搭載した商品を展開」（フランスベッド）、「極端に冷たいよりも蒸れないとの視点から、麻などの天然繊維製品を中心に販売」（山甚物産）、「綿や麻素材のラインアップ強化」（大津コーポレーション）などに取り組む。

26春夏では「エネルギー価格の高騰や供給不安による消費マインドのさらなる低下を懸念」（同）、「コスト高による販売数減が予測される」（山甚物産）、「原材料や石油の高騰など生活費を圧迫する要因が多く、耐久消費財で優先順位の低い寝具はまだまだ厳しい市況と考えられる」（ルナール）など慎重な見方もある。

26秋冬計画「未定」37％

26秋冬向け寝具の生産・仕入れ数量は「未定」「前シーズン並み」とも37％で、合わせて74％に上った。イラン情勢の悪化による先行きの見通しづらさから、慎重な姿勢がうかがえる。

大津コーポレーションは「26秋冬向け寝具はエネルギー供給の不安さや景気後退によって消費マインドの停滞が続く厳しい局面になると予測する。国産の機能性商品を軸とした企画を推進しているものの、不透明な経済状況から需要予測が難航し、具体的な数量計画の策定が課題」と難しさを挙げる。

ロマンス小杉も「石油系を含めた原料高で検討課題がある」として未定と回答した。

「残暑が続き販売期間の減少」（昭和西川）も秋冬ビジネスの課題となる。

37・5％が値上げ予定

「26年の値上げ」に関しては、37・5％が値上げ予定と回答した。昭和西川は平均10～15％程度の値上げを予定。「石油をはじめ原料の値上げ、円安、運転手確保の費用、輸送費アップが見込まれる」と理由を挙げる。

フランスベッドは、平均3％程度の値上げを予定。1日から一部製品を値上げした。「海外調達製品で特に円安と材料価格の高騰が大きく影響している」と理由を示す。ルナールは平均10～20％の値上げ予定。「調達、製造コストがまだまだ上がると考えられるので、状況に合わせて対応する」姿勢で臨む。

山甚物産は「現時点では分からない」と回答。「全ての資材のコスト高が考えられるが、上がり幅は中東情勢などによって大きく変わるので、現状では見込み付かない部分が多い」とする。

龍宮は「今のところ、（既存品の）値上げは予定していない」とする一方、「リニューアル品は、加工賃なども含めて新しい価格設定となる見込み。急激な価格変動の際は、数カ月前からアナウンスして対応する」と、状況を踏まえながら決める。

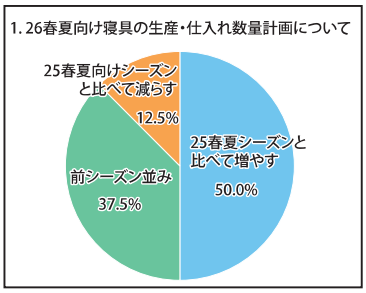
自販強化75％

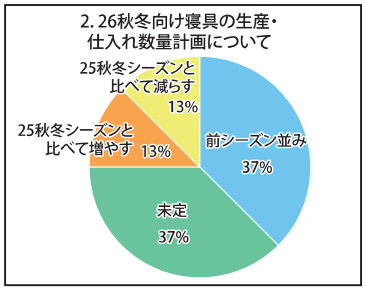
自販を強化する企業は、前回と同じ75％。nishikawaは「公式オンラインショップの強化と、直営店舗の出店でSPA型企業への転換を加速していく」、昭和西川も「電子商取引（EC）販路強化、直営店の店舗網の再構築、既存店の増床、路面店、海外出店に取り組む。山甚物産は「クラウドファンディングなどを活用し、他社にない商品を販売」、大津コーポレーションは「自社ECと会員セールを強化し直接販売を拡大」、龍宮は「自社ECサイトで販売し、自販比率を上げる。別注品にも可能な限り対応する」と方向性を示す。

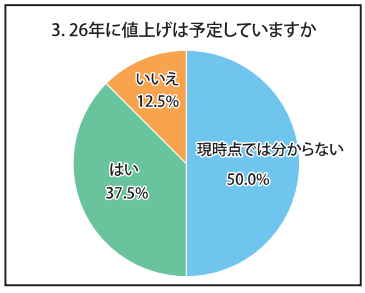
サステイナブル商材を増やすかは昨年の50％から38％に減り、やや後退感が見られる。

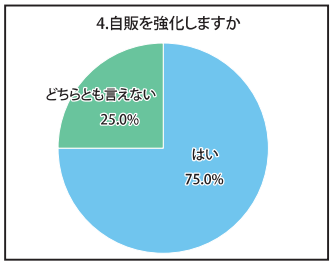
回答企業

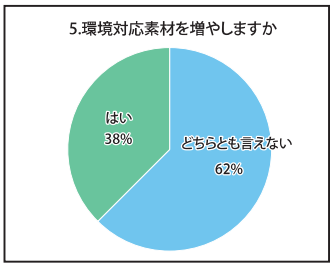
nishikawa、フランスベッド、昭和西川、ロマンス小杉、山甚物産、大津コーポレーション、龍宮、ルナール











独自測定技術で最適寝姿勢

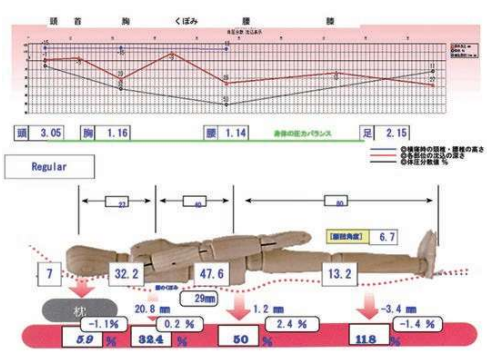
数値化で納得感得る

■はしもとフトンズ

睡眠の質が重視され、個々に合った寝具を求める声が強まっている。寝具専門店や百貨店を中心に寝具製造卸の測定サービス導入が進む中、東京都練馬区の「眠りの専門店・はしもとフトンズ」は、独自の体圧分散測定診断で高い信頼を得ている。店主の橋本起一氏が日本語データベースを使い独学で構築したシステムで、測定機器も自作した。

体圧測定診断のスタートから5年。蓄積された数百人のデータから、男女別に「部位の重さ×沈み込み係数×面積調整係数＝沈み込みの深さ」という独自の方程式を導き出した。理想的な寝姿勢は立位に近いとされるが、立った状態と寝た状態では重力のかかり方が違う。同店はこの差を重視し、最適なマットレスと枕を提案している。

自作測定機器の一部



視覚的にも分かりやすい測定データ

身長・体重を入力し、体のマットレス接地面積や頭・胸・腰・足の位置と重さを解析。身長に基づく「接地分散値」と体重に基づく「体圧分散値」から、各部位の沈み込みをミリ単位で算出し、腰部のくぼみに最適なマットレスを導く。「反り腰には沈み込みを抑えたもの、平背には腰のくぼみを支えるもの」など、細かな調整も行う。外傷による腰痛がある場合は「治療後に測定を」と帰す徹底ぶりだ。

マットレスは3分割タイプに限定し、頭・腰・足の位置とローテーション日を記したカードを添付。製品ごとに適切な入れ替えを促し、合う寝心地を長く保つ仕組みも整えた。

オーダーメード枕は首筋と後頭部の高さ、首から後頭部までの長さを測り、立位姿勢に近い顔角度5度に合わせて調整する。横向き寝にも対応しており、その場で寝返りのコツも伝授する。中材はへたりにくく、柔らかい備長炭パイプのみを使用し、一度作れば4、5年は来店不要とする。

口コミやレビュー評価で評判は広がり、区外・都外からの来客も増加。「若い人ほど納得してくれる」そうだ。POSシステムも独自構築し、顧客は1万5千人に上る。「やっと自分に合った寝具に出会えたと言われるのが一番」と、妻のとしえさんと笑顔を見せた。来年創業70周年を迎える同店の挑戦は続く。

「この記事は『繊維ニュース』を発行するダイセンの転載許諾を受けています」