

企業研究

学生が聞く



2018

1

靴下製造で創業し、今年で63年となる。現在の主力は肌着。独自の起毛法で柔らかな肌触りのブランド「もちはだ」は約50年続く。老舗だが、インターネットも積極活用。クラウドファンディングで資金を集め、会員制交流サイト(SNS)でPRする。兵庫県立大の山口隆英教授のゼミ生が鷺尾吉正社長を訪ねた。

鷲尾吉正社長(59)

## ワシオ(加古川市)

「主要な客層が40、50歳代なので、若い人に商品を知つてもらうことが重要。きっかけづくりになればと、1年ほど前からツイッターや写真投稿のインスタグラムなどSNSで情報発信を始めました。昨年12月に動画投稿サイト『ユーチューブ』の人気投稿者に商

品を動画で紹介してもらうと、配信から1週間で4千万円と通常の4倍強の売り上げにつなりました

—新商品の開発は。

「もちはだを最高の日當着にするのが目標。2016年にはアウトドアブランド『YETINA（イエティナ）』を設けました。パ

「主要な客層が40、50歳代なので、若い人に商品を知つてもらうことが重要。きっかけづくりになればと、1年ほど前からツイッ

品を動画で紹介してもらうと、配信から1週間で4千円と通常の4倍強の売り上げにつながりました」



鷲尾吉正社長(右)に話を聞く兵庫県立大3年の中田結季子さん(中央)と大槻憲司さん=加古川市志方町高畠



「カヤスエットは、釣りやキャンプで愛用してもらっています。デザインを重視した長袖Tシャツの製作では、クラウドファンディングで目標の13倍に当たる約650万円を集めました」  
—求める人物像は。

「当社は今、転換期にあります。この会社で働いたことを財産にできる前向きな方に来てほしいですね」

兵庫県関連企業と大学生の就職マッチングを支援する「Mラボ事業」(県、神戸新聞社など共催)の一環で、学生が企業を訪ね、経営者に話を聞きました。企業研究に生かしてください。

A photograph showing a row of folded shirts on a shelf in a clothing store. The shirts are neatly arranged in a color gradient from light blue to dark red. In the foreground, a light blue long-sleeved shirt is prominently displayed on a hanger.

保温性が特徴の肌着「ナナカマド」

靴下製造の鷲尾商店が前身で、1955年に創業。従業員46人。肌着や靴下などを製造販売し、2018年2月期の売上高は5億3千万円。18年春の新卒採用はなかった。加古川市志方町高畑741の1。  
079・452・0311

くつて、独自の技術を守り  
続けています」

成長の基軸は「保温性肌着」