

# 成長につなぐ — 事例17 ゴールズ&169ターゲット

206

## シナノ



長野県佐久市は全国有数のブルーノンの産地としても知られる。「食べて歩いて健康長寿」をテーマに開催された「第12回佐久びんころウォーク」

人生に寄り添い続けている。2019年に100周年を記念して作成された同社のロゴには、山から街へポールとともに紡いできた歴史が表現されている。根底にある思いを柳澤光宏社長はこう語る。「若い頃はスキーや登山を楽しめ、健康を意識する年齢になつたらウォーキングポール、足が悪くなつたらつえといったように、当社にはライフステージに対応したポールがある」。スポーツから健康福祉の領域まで、人間の活動に関わるこ

老舗ポールメーカーのシナノ（長野県佐久市）。日本のスキー文化を黎明期から支えてきた技術力や、ものつくりに対する姿勢は、健康長寿社会の「相棒」として愛用者の

## ポール市場開拓 健康長寿社会支える

とへの使命感がうかがえる。とりわけウォーキングポールはコロナ禍の健康意識の高まりを背景に需要が伸長。とはいえ約4000万人とみられる日本のウォーキング人口のうちポール利用者はまだ数%にすぎない。市場開拓の余地は大きい。

柳澤氏は普及団体である日本ポールウォーキング協会代表理事として、指導者の育成やイベント開催を通じ、商品に触れてもらう機会や定着の仕掛けづくりに尽力する。こうした活動が奏功し、23年には台湾にポールウォーキング協会が発足。この9月末に佐



直営3店舗目として今年1月にオープンした「ステッキ工房シナノ横浜ランドマークプラザ店」

久市内で開催されたウォーキングイベントには台湾から21人が参加し、交流を深めた。ビジネスにおける目下の課題は海外市場の深耕と顧客との接点拡大だ。輸出先はアジア地域が中心だが、国や地域によって店舗戦略が異なるため、自社商品の品質をどう訴求するか頭を悩ませる。

ブランド浸透とニーズを踏まえた商品開発を狙い、国内ではつえ専門店「ステッキ工房シナノ」の名称で直営店展開も始めている。東京・吉祥寺（武蔵野市）および有楽町（千代田区）に続く3店舗目をこの1月、横浜市内にオープン。関東圏以外の出店計画もある。