

ホタテ貝との出会い

産業機械商社でクリーニングのシステムを紹介する営業マンだったが、人員削減をきっかけに地元である尼崎で平成11年、布団丸洗いシステムの拡販事業を個人創業。同12年に(有)テイクネットを設立、同年に増資、(株)テイクネットに改称した。創業当時は経営は苦しく、新規事業を模索する中、注目したのが人から紹介されたホタテ貝だった。バイオ分野に可能性を感じていた竹中氏は、ホタテ貝のカルシウム成分がクリーニングに活用できるとひらめいた。電気科出身と専門外ながら焼成時間や温度など研究を重ね、ホタテ貝天然成分100%の洗濯槽クリーナー「洗濯槽快」を同14年に発売した。

大手量販店での実演販売がヒットのきっかけ、口コミで成長

付き合いのあるクリーニング業者向けでなく、あえて一般消費者向けの商品に挑戦したのだが、洗剤業界は大手数社が市場を独占しており、無名の企業では全く相手にしてもらえず販路開拓には非常に苦労した。「洗濯物の除菌消臭と同時に洗濯槽のカビ取りができる画期的な商品。使っていたければ商品の良さが実感できるはず」という信念のもと、馳染みのクリーニング店で店頭販売を依頼し、積極的に各地の展示会に出展して商品をPRして回った。そんな中、商工会議所起創会会員の声掛けで参加した懇親会で商品が話題になり、大手量販店で実演販売が決定。確かな効果と天然素材で人と環境に優しい点がエコ志向の消費者に受け、他の量販店からも次々と声がかかるようになった。口コミでファンを増やして現在では年間100万個以上を売り上げ、

この人

株式会社 テイクネット 代表取締役 竹中 利和さん (61)



「ホタテ貝で人と自然にやさしいものづくりを」

国内洗濯槽クリーナー市場でシェア1割を占め、海外へも取引が拡大している。

真似のできない商品をつくる

同社の強みは高い企画開発力。第三者機関への検査検証を基に、プロならびに消費者の意見を取り入れながら商品化を進め、介護やペット、部屋干しの臭いを根源から断つ消臭スプレー「パティミスト」シリーズや、また、TV「がっちりマンデー」でも全国放映された血液汚れの専用合成洗剤「ルナマジック」など、ホタテ貝商品の先駆者として、大手企業が真似できないニッチな新商品開発に取り組んでいる。

同社製品は滋賀県近江八幡市の工場(株)テイクフクト)で製造している。

「海外で製造してコストを下げるより、国内で雇用・製造することで微力ながら地域経済に貢献していく」。従業員にはものづくりに携わる人間として社員・パートの身分に関係なく、初めて商品が店に陳列された時の感動を忘れず、自分の手がけた商品が世界に流通しているという誇りを持つて仕事をしてもらいたい」と。

趣味は仕事と語る竹中氏。平成22年に新設した工場が、今年7月にさらに増築予定のため、準備に奔走する日々だが、「人を大切に」をモットーに、京阪神の経営者のための異業種交流会「未来会」にも出席し、業界業種の隔たりなく自己研鑽に努められている。3年前には長男の孝仁氏が入社し、頼もしい右腕となりつつある。「ホタテ貝のパワーはまだまだ世間に認知されていません。今後も使ってみて「すごい!」と感動を与えられるような商品を数多く開発して、会社を育てていきたいです」と夢を語つていただいた。

(永田)