

# 神戸を拠点とした口コミが 全国に通じる信頼を生む。



神戸市の整形外科医院で週1回、無料の歩行教室を開催している。歩行訓練には美・フォームラボが使われている。

## 【株式会社 須磨歩行研究所】

<http://www.sumahokou.com/>

関節痛など足のトラブルに悩む人に向けた、正しい歩行と姿勢を保つためのトレーニングシューズ「美・フォームラボ」が、神戸市の女性を中心に、口コミで人気を広まっている。製造・販売を手掛けるのは株式会社須磨歩行研究所。靴の街・神戸において、エリアを限定する口コミ戦略で信頼度を高めてきた取り組みを紹介する。

### 歩行を研究し、一から靴づくりを見直す。

代表取締役の高山昌俊氏は、かつて靴メーカーに24年間勤務。大手パレルメーカーの靴の設計・デザインから製造まで手掛け、フランス・パリコレクション出品のキャリアも持つ。

「そんな同氏が「正しい歩行」のためのシューズ開発に目覚めたのは、自身が35歳のとき。仕事で得意先を訪問中、突然ひどい腰痛に襲われ歩けなくなった経験からだ。

「当時は仕事柄、品質の良いとされる靴を履いていましたし、歩き方もきれいなフォームを心がけていました。それなのになぜ?と思ったところから、歩行と靴の関係性に着目するように

なつたのです」

仕事の合間をぬっては、歩行の仕組みや体の構造を研究。関節に負担をかけない理想の歩き方を追求した。とくに足裏の荷重移動は、かかとから着地し小指側へ、さらに拇指球(親指の付け根)へ移動し最後は親指から抜けるのが理想的との考えにたどり着く。

そこで、この荷重の流れを靴でサポートすべく、これまでの靴づくりを一から見直し、まったく新しいソールの開発に着手。そして、かかと部分をやや高くし、歩いた時に荷重が親指にスムーズに移行するよう外側から内側へなめらかな傾斜をつけるなどの独自の構造が生まれた。

当初、この開発を勤務先の靴メーカーに提案したが、「需要が見込めない」と受け入れられなかったため、仕事の傍ら、自費で研究・開発を進めた。

着手から約3年、試作品が完成する。関節痛に悩まされていた知人の母親らに提供すると、しばらく履くうちに歩行が楽になり、やがて病院通いも必要なくなつたという。手ごたえを感じた同氏は本格的な製品化に向けて、2007年に須磨歩行研究所を設立。その後もモニターテストや実証データの蓄積を重ね、翌年「美・フォームラボ」の正式販売を開始する。

### 商品の信頼度を高める口コミの密度を重視。

発売以降、美・フォームラボの出荷数は年々増え続けている。購入者の多くは、神戸市内の整骨院や整形外科の患者の口コミから広がった。

きっかけは、知人の紹介による神戸市内の整形外科医院院長との出会いだった。同院長が高山氏の歩行研究や美・フォームラボの効果に興味を持つ一方、高山氏側も医療関係者との意見交換の機会を求めていたことから交流がはじまった。やがて同院が定期的に開催している整骨院向けの勉強会に、高山氏が歩行の講師として招かれるようになる。

「受講してくださった方々から、院内で美・フォームラボを紹介してくれるという申し出をいただきました。整骨院では物品の販売が行えるので、直接的なPRとなり、多くの患者さんがご購入くださいました」

その結果、患者同士で評判が広まり、さらに家族や親せき、友人と、身近な人へ口コミの輪が広がっていく。

以前、東京でのPRも検討したがなかった。しかし、「使ってみなければ良さがわからない商品ですから、販売する側が一



高山社長がデザイン・設計を手掛ける。スニーカータイプのほか、メンスはビジネスシューズタイプもある。

生懸命アピールしてもお客さまにはなかなか響きません。信頼を得るためにも、まずは神戸市界隈に限った密度の濃い口コミが重要だと考えています」

現在同社では、正しい歩き方を広めるべく歩行教室を開催。歩行動作をセンサーで測定し、数値化したデータをもとにアドバイスを行っている。2010年には、美・フォームラボのソール部分の特許を取得。口コミの信頼度を高める素材が揃った。

さらに、2011年、イタリミアミラノで開催された世界最大規模の靴の国際見本市「ミカム」に出展。複数の海外企業が興味を示し、現在7カ国の企業と商談が進行中だ。

地元神戸での絶大な信頼を原動力に、同社のビジネスはグローバルな展開へと歩きはじめ



「90歳まで生きることを想定して、出来るだけ長く歩ける人生設計をしてほしい」と語る高山社長。