

年表

1953	・マーク・デイビスが生まれる (のちのオーナー兼社長)	1991 夏	・素材をソルボセインに変更 ・フロッキング加工の中止
1973	・海軍に入隊 非破壊検査学校に通う 原子力潜水艦の検査業務に従事	1991 秋	ヘルス・サウス・リハビリテーション社から注文を受ける
1979	・電力会社に勤める 非破壊検査に従事	1992 3月	ウォール・ストリート・ジャーナルのコラムで取り上げられる これによって高級顧客向けノベルティ・贈答品専門店ブルックストーン・チェーンへ売り込むことに成功する
1985	・電力研究所に勤める 非破壊検査の実施と原子力および石油産業に対する 非破壊検査の訓練を行うコンサルティング会社を作る	1992 8月	全米スポーツ用品協会ショーに参加
1989 初め	・手と腕のエクササイズマシンのアイデアを思いつく	1992 11月	・クラウト・デイヴィス・マーケティングにデザインを依頼 透明なグラムシェル型のケースを使い始める
1989 6月	・特許調査の実施と申請業務をすることに合意 ・サウスカロライナ州のゴム製品企業で試作 素材:ネオプレン フロッキング加工	1993 2月	世界最大のスポーツ用品展示会、アトランタのスーパー・ ショーに出展
1989 終り	・金型をアラバマ州に移し生産を開始	1994 6月	マーケティング責任者が辞職
1990 6月	・見本市に参加	1998	引退(目標)

プロセス

マーク・デビスはソフトボールが大好き



腕の力をつける方法を探していた。

テニスボールを握る。

「テニスボールよりも良い形は何だろう？」

冷蔵庫の中にヒントが...

卵 自然に手になじむ！

すぐさまマーケティングと販売促進について検討



アイデアを弁理士に話す

特許性がない

マークの友人

スーパーのカートの上に幼児用シートを置くアイデアを特許化

「ベビー・シッター」

別の弁理士のところへ...



弁理士 興奮！



前の弁理士の半分の費用で特許調査の実施と申請業務をする



どうやって「卵」を作る？



マイク、サウスカロライナ州のゴム製品企業を見つける。
試作用の4個取り金型を作ることで合意

- 硬く耐久性のあるネオプレンで作られた。
- 表面をフロッキングしたい！
(テニスボールのような柔らかい綿毛のような)



インディアナ州の企業を見つける。



「卵」の生産 緑色と紫色 綿毛がついている
残念なことに、硬かった...

金型 サウスカロライナ州の企業



アラバマ州バーミングガム アラバスターの企業へ移す。
マークもアラバスターに引っ越し。

アラバスターのゴム製品企業に「卵」を作らせ始める。



パッケージのデザイン

地元でマーケティング企業を経営する兄弟に助けを借りた。

ブルッグストーン社

カラフルな2インチ×2インチ×3インチのギフトボックス

エグストラ社(1992年11月～)

4インチ×8インチの透明なクラムシェル型のケース

各地の見本市に参加し続ける → 売上は伸びない



売れ行きが伸びない...

- 製品のアイデアは正しい
- パッケージは魅力的

だけど...

「卵」自体がネオプレン製で硬かった



ネオプレンを柔らかくしたい



油を加える必要がある！

しかし... 表面をつるつるにし、フロック加工が困難



マークは圧縮しにくい(柔らかい)ゴムを探さざるを得ない



金型業者たちに相談

「マーク、ソルボセインで卵を作る必要があるな。」

柔軟な合成ゴム



扱っている業者を探す。



オハイオ州ケント「ハミルトン&ケント・ソルボセイン社」

ソルボセインを扱っている唯一の会社(特許を保有)



オハイオ州ケント「ハミルトン&ケント・ソルボセイン社」

「卵」の製造法を開発することに合意



ソルボセイン製の新しい「卵」の製造 フロッキングは中止

申し分のない製品

「卵」は射出成型で作られた。

- ①合成ゴム素材を蝶番で接合された金型の間に置く。
- ②油圧プレス機によって、金型を高温高压にする。
- ③合成ゴムを金型の隙間に押し出される。



資金繰り

時期	額面	収集方法
89年6月から90年1月までの間	18000ドル	友人や非破壊検査の受講者から
会社設立直後	1400ドル	1.4%の会社の持ち分と交換
会社設立に先立って	2万ドル	投資家から
その後	5万ドル	投資家から



コスト

時期	額面	利用目的
1989年6月あたり	1400ドル	試作用の4個取り金型
89年の終わり	8000ドル	量産用金型の作成、製品包装資材
1990年6月	1000ドル+ α	見本市の代と旅費
1990年の初め	2000ドル	金型の修正
91年夏	600ドル	新たな試作用金型
91年夏	$1500 \times 4 = 6000$ ドル	新たな金型を4つ
91年夏の後	8500ドル	81個取り金型
最終的に	$1500 \times 16 = 24000$ ドル	最終的に使用した金型
合計	51500ドル	



マーケティング

4つの主要市場

①医療およびリハビリテーション市場

他の器具とは違う訓練ができる。



身体・作業療法製品として受け入れてもらうことに成功。

国際的な医療器具代理店

ハイジェニックス社と契約を結ぶ。



②エクササイズおよびフィットネス市場

販売数量の5%を注文するGNC社を顧客にする。



スポーツ用品店に注目する。

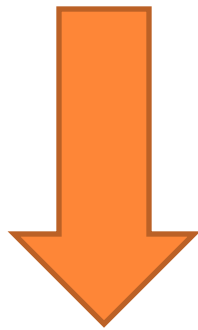
トップ100社のうち25社に受け入れられる。

目標:93年待つまでに40社に納入すること。



③ギフト・ノベルティ(贈呈品)市場

ブルックストーンはこのセグメントで最大のシェアを占めた。



1992年に9万個、1993年に16万5000個を発注。



④プレミアム・広告市場

エグストラ社は顧客から代金をもらい

エグササイザーの表面に顧客の会社のロゴなどを印刷。



顧客の会社の製品または会社の存在の認知度を上げる
役目を果たす。



国際市場において

国際市場は成長し、製品は24カ国で売られた。

しかし、**問題発生**

国ごとの輸入税、輸送費用、中間業者との追加経費により粗利は平均8%だけとなる。



海外での販売に集中しないことにする。



サポート体制

サポートシステムは店舗識別プログラム

顧客から問合せがあった時、顧客の居場所に一番近い、エグササイザーを販売する小売店を見つけるためのシステム。



直売制度があるからといって小売業者のビジネスを弱めるつもりはない。

ということを伝えることができるマーケティング・ツール。



マーケティング手法

ゲリラまたはショットガン・アプローチと呼ばれるマーケティング手法を使用した。



販売のためにはどんな機会も逃さない。

さらに、ホーム・ショッピング・ネットワークとQVCのようなメディアを使用した。

