

MARKET ANALYSIS REPORT

マーケット分析レポート

貴社専用診断 — 3C分析・SWOT分析 —

対象	貴社ウェブサイト（トップ／オーダーメイド・OEM／生地販売の各ページ） 業種：帆布生地の販売、トートバッグ・業務用バッグの製作
比較対象	同じ領域でサービスを公開している3社
調査日	2026年9月25日
発行日	2026年9月25日

「宮崎真一」

SHINICHI MIYAZAKI

ブランドマネージャー・ウェブ解析士
戦略的ウェブ制作工房エルタジェール

診断の結論

貴社は、比較した4社のなかで唯一、「生地を売る」と「1個から縫う」を一つの工房で担っている事業者です。この強みはすでに事例として積み上がっています。あとは、それを一言で伝える看板を掲げる段階にあります。

市場での現在地 国内の自社工房で縫製し、生地60種以上を扱い、来訪相談にも対応しています。公開情報で見える限り、この組み合わせを持つ事業者は比較範囲に見当たりません。ただしサイト上では、強みが「生地」「オーダーメイド」「OEM」の3つの窓口に分かれて見えています。

最大の機会 公開されている制作事例12件のうち9件が、業務用の道具・機材を収納するバッグです。介護の現場、プロスポーツの機材、送電線ケーブル、撮影用の三脚などが並びます。この用途を正面から打ち出している同業は、比較範囲では確認できませんでした。

最重要課題 **最重要** 「業務用・機材収納バッグの特注」専用ページをつくり、事例を用途別に整理すること（詳細は9ページ）

3つの指標（5段階）

ポジショニング強度

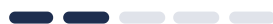
3 / 5



国内縫製と生地販売の組み合わせは独自性が高い一方、それを一言で表す看板がまだありません。

差別化明確性

2 / 5



強み5項目が同じ重さで並んでおり、依頼の決め手がどれなのかが読み手に伝わりにくい状態です。

成長ポテンシャル

4 / 5



単価を上げやすい業務用の領域で、実績の芽がすでに9件あります。伸ばす余地は大きいと見えています。

調査の方法 2026年9月25日時点で公開されている各社のウェブサイトの記載のみをもとにしています。アクセス数や問い合わせ数など、貴社内部のデータは使っていません。「推定」と書いた箇所は、公開情報から読み取った仮説です。スコアは宮崎の評価であり、今後データで検証していくための出発点です。

顧客：誰が、何に迷っているか

貴社のサイトの記載と、公開されている制作事例から、依頼主を大きく3つに分けました。

A. 業務用の担当者

企業・団体の現場責任者、総務、機材管理者

状況

三脚、ケーブル、刺繍フレームなど、既製のバッグでは寸法や強度が合わない道具を運び、しまう必要がある

求めるもの

中身にぴったりの寸法。防水・難燃・摩耗への強さ。数個～数十個という数量

迷うこと

1個だけ試作してもらえるか。費用はどれくらいか。どこまで細かく相談できるか

B. 自治体・学校・施設

自治体、幼稚園・学校、病院、公共施設の担当者

状況

卒園記念品、入館証の回収袋、スタッフ用バッグなどを予算内・年度内に用意したい

求めるもの

国産であることの安心。名入れや刺繍。公的機関での納入実績

迷うこと

予算に収まるか。年度の締めに間に合うか。見積もりを取る前に概算が知りたい

C. 個人・つくり手

ハンドメイド作家、1点ものを求める個人

状況

質の良い帆布を少量買いたい。あるいは、自分用の1点を縫ってほしい

求めるもの

生地の色と厚みの選択肢。手軽な購入方法

迷うこと

1mあたりの値段が分からない。5m単位が基本。メールかFAXで見積もりを頼む手間

主な検索意図（想定）

顧客	想定される検索語の例	求めている答え
A. 業務用の担当者	機材 収納バッグ オーダー／三脚ケース 特注／工具袋 帆布 製作	「この用途で作ったことがあるか」
B. 自治体・学校・施設	卒園記念品 トートバッグ 名入れ／帆布バッグ OEM 小ロット 国産	「予算と納期に収まるか」
C. 個人・つくり手	8号帆布 生地 購入／パラフィン帆布 切り売り	「いくらで、何mから買えるか」

※検索語は、公開されている事例と競合サイトから想定した例です。実際の検索回数は、Search Consoleのデータで確かめる必要があります。

3つの顧客に共通する迷い 「価格の目安が見えない」ことです。見積もりを頼むのは、買い手にとって小さくない一歩です。概算が分からないと、比較検討の段階で候補から外れてしまう可能性があります（推定）。

競合：訴求軸の比較

性格の異なる3社を選びました。いちばん近い「国内の帆布縫製工房」、ノベルティを大量に扱う「印刷トートバッグ型」、海外工場で生産する「輸入OEM型」です。

訴求軸	静岡帆布	トートバッグ工房	GSK	貴社	空白地帯
国内の自社工場で縫製	○	△	-	○	
1個からの製作	△	○	-	○	
生地そのものの販売	-	-	-	○	貴社の独自領域
機能素材（防水・難燃・高強度）	○	△	○	○	
納期の目安を公開	-	△	○	○	
価格の目安を公開	-	-	-	-	◎ 空白
実績の数字を明示	△	○	△	△	
業務用・機材収納を看板にする	-	-	-	△	◎ 空白
来訪・対面で相談	△	-	-	○	

○=はっきり打ち出している △=一部の記載にとどまる -=公開情報では確認できなかった（その会社ができない、という意味ではありません）

表から読み取れること

- 「**生地の販売**」は、比べた中で**貴社だけ**が持つ窓口です。生地から選んで縫ってもらえる、という体験は他社にはありません。
- 「**価格の目安**」は4社とも公開していません。最初に公開した事業者が、比較の基準を握りやすい状況です。
- 業務用・機材収納**は、貴社の事例に最もはっきり表れている強みです。ただ、まだ看板にはなっていません（△）。他社も看板にしていなかったため、先に掲げる余地があります。
- 実績の数字は、トートバッグ工房の「年間700万個以上」がいちばん分かりやすい表現です。貴社のトップページには「年間〇〇件以上」という枠がすでにあり、**数字を入れれば同じ種類の信頼材料になります。**

競合：各社の打ち出し方

各社の良いところは、貴社のサイトづくりの参考にもなります。公開されている記載だけをもとに整理しました。

静岡帆布

静岡日和株式会社／静岡市 shizuoka-biyori.net

型

国内の帆布縫製工房（貴社にいちばん近い）

打ち出している点

外部に委託しない自社工房での一貫生産。2010年創業。修理・補修に対応し、長く使える。オンラインで打ち合わせできる。ウェルダー加工など多様な加工

公開されていない点

最小ロットの数字、納期、価格の目安。生地の販売

参考になること

「修理して長く使う」という、買った後の安心まで語っている

トートバッグ工房

totebag.jp

型

ノベルティ・販促用の印刷トートバッグ

打ち出している点

年間700万個以上の販売数。1個からの印刷。JANコード貼りや封入、分割納品までまとめて対応。短納期

公開されていない点

生産地、価格の目安（見積もり申請後に提示）

参考になること

実績を一つの大きな数字で見せている。納品までの作業をまとめて引き受けることを具体的に書いている

GSK

株式会社GSK gskbag-oem.com

型

海外工場で生産する輸入OEM

打ち出している点

100個から（経済ロットは1,000個～）。コットン、ジュート、ターポリン、タイベックなど素材の幅。納期は45日～＋輸入期間と明記

公開されていない点

価格の目安、所在地

参考になること

最小ロット・経済ロット・納期を数字で並べ、発注する人が計画を立てやすい

市場の構図（推定）

この市場は、大きく2つに分かれています。1つは「**数と価格**」で選ばれる大量生産型（トートバッグ工房・GSK）。もう1つは「**仕様と品質**」で選ばれる国内工房型（静岡帆布・貴社）です。貴社が大量生産型と同じ土俵で価格を比べられる必要はありません。「**既製品では合わないものを、生地から選んで1個から作れる**」という、国内工房型のなかでもさらに尖った位置を取れます。

※生地販売の比較先として、1m単位でネット購入できる生地専門店（生地のマルイシ等）も参照しました。

自社：いま伝えていること、伝わりきっていないこと

現在の訴求（トップページ「強み」の5項目）

訴求	サイト上の表現	見立て
ワンストップ	生地から製品製造まで全対応	最も独自性が高い。ここを主役にする価値があります
廃盤生地への対応	廃盤になった生地の代替品を相談できる	生地を扱う工房ならではの強み。業務用の継続発注に効きます
迅速な対応	スピードが命の時代。迅速対応をモットー	納期の目安が公開済みなので、数字で語れます
Made in Japan	東京から、世界に誇る品質	自治体・学校への安心材料として有効です
小ロット	一つから、心を込めて	「1個で試作し、良ければ50個」という流れで語ると法人に届きます

公開事例12件の内訳

業務用の道具・機材の収納		9件
記念品・個人向け		2件
張り替え		1件

業務用の内訳：介護スタッフ用ショルダー／プロスポーツ団体の機材バッグ／防水の画材バッグ／送電線ケーブル収納／清掃員用ポーチ／刺繍フレーム収納／競技ダーツケース／撮影用三脚ケース／公共施設の入館証回収袋

伝わっている強み

- 納期の目安（1点で約1ヶ月、サンプル2～3週、量産1～2ヶ月）を公開している
- 事例のタイトルが用途で書かれていて、検索する人に伝わりやすい
- 事例の更新が月1～2回続いている（直近は9月8日と8月11日）
- 来訪予約フォームと駐車場があり、FAQは14項目以上ある

伸びしろ

- トップページに「年間〇〇件以上」が、数字の入らないまま載っている
- トップページにh1見出しがない（検索エンジンにページの主題が伝わりにくい）
- お客様の声は3件。業務用の声はまだない
- 生地は単価が出ておらず、メールかFAXで見積もりを頼む形。基本は5m単位

SWOT分析

3Cで見た事実を、内側（強み・弱み）と外側（機会・脅威）に分けて整理しました。

Strengths 強み

- 生地60種以上を自社で扱い、生地選びから縫製まで一か所で完結する
- 個人は1個から、法人は50個から、国内の工房で縫製する
- 防水・難燃・コーデュラなどの機能素材と加工に対応する
- 納期の目安を公開していて、発注する人が計画を立てやすい
- 自治体・学校・病院・プロスポーツ団体での実績がある
- 来訪して相談でき、駐車場もある

Weaknesses 弱み

- トップページにh1見出しがない
- 「年間〇〇件以上」が、数字の入らないまま公開されている
- 価格の目安がどのページにもない
- 生地の購入はメールかFAXで見積もりを頼む形で、基本は5m単位
- お客様の声が3件にとどまる
- 強み5項目が同じ重さで並び、決め手が一つに絞られていない

Opportunities 機会

- 業務用・機材収納を看板にしている同業が、比較範囲では見当たらない
- 「国産」「小ロット」を重視する法人・団体の需要。大量生産型とは住み分けられる
- 用途が具体的な検索語は競合が少なく、事例ページで上位を狙いやすい（推定）
- 自治体・学校の記念品は、毎年くり返し発生する
- 生地を買いに来た人を「縫ってほしい」相談へつなげられる

Threats 脅威

- ノベルティ用途では、大量生産型との価格比較になりやすい
- 生地は、1m単位でネット購入できる専門店と比べられやすい
- 国内縫製は人手に限りがあり、受注が増えると納期が延びる可能性がある
- 原材料と物価の上昇
- 価格が見えないことで、問い合わせる前に候補から外れる可能性（推定）

推奨する差別化ポジション

SWOTの「強み×機会」を掛け合わせ、貴社が最も自然に立てる位置を2つ挙げます。

生地から選べる、業務用バッグの工房 第一推奨

根拠	公開事例の4件に3件（9件／12件）が業務用です。60種以上の生地と機能素材を持ち、1個から試作できます。この3つがそろって初めて「既製品では合わない道具のためのバッグ」に応えられます。
必要な施策	業務用の専用ページをつくる。事例を用途別に整理する。「中身の寸法と写真を送れば相談できる」という入口を設ける。
持続性	生地の在庫と、用途ごとの縫製の経験は、短期間では真似できません。大量生産型にとって、1個の試作は採算が合いにくい領域です。

顔の見える国産工房の、記念品・備品づくり 第二推奨

根拠	区役所・幼稚園・病院・公共施設での実績があります。来訪して相談でき、国内で縫製しています。
必要な施策	卒園・周年・年度末といった時期に合わせて提案する。見積もりの例を公開する。名入れ・刺繍の見本を載せる。
持続性	公的機関での実績と地域での紹介は、時間をかけて積み上がる資産です。

2つのポジションの関係

第一推奨が「単価と指名」を、第二推奨が「毎年くり返す受注」を生みます。両方の土台は、生地と国内縫製という同じ強みです。まず第一推奨で看板を立て、第二推奨を年間の仕事の柱として育てる順番をおすすめします。

【最重要】今すぐ取り組むべき課題

最重要課題

「業務用・機材収納バッグの特注」専用ページをつくり、事例を用途別に整理する

根拠となる分析データ

事例の偏り	公開事例12件のうち9件が業務用の道具・機材の収納です。貴社が選ばれている理由が、すでに事例に表れています。
競合の空白	比較した3社はいずれも、業務用・機材収納を看板にしていません（4ページ）。
今の見え方	業務用の事例は「制作事例」の一覧に他の事例と混ざっていて、用途で探せません。専用の入口也没有。

期待される効果

- **指名での法人の問い合わせ**：「〇〇を入れるバッグを作りたい」という具体的な相談を、比較の段階を経ずに受けやすくなります。
- **単価の向上**：業務用は寸法の設計や素材選びへの対価を理解してもらいやすく、ノベルティよりも価格で比べられにくい領域です（推定）。
- **検索での見つけやすさ**：用途が具体的な検索語は競合が少なく、既存の事例を活かして上位を狙えます（推定）。

効果は次の指標で確かめます：専用ページ経由の問い合わせ件数／問い合わせに占める法人の割合／平均見積もり額。

次に取り組むべき具体的な一歩

- 1 **事例12件に用途のタグを付ける**
「業務用・機材収納」「記念品」「張り替え」に分けます。今ある素材だけで、すぐ始められます。
- 2 **業務用の相談でよく出る質問を5つ書き出す**
寸法の測り方、試作の費用、素材の選び方など。これが専用ページの骨格になります。
- 3 **いまの数字を測っておく**
GA4で「事例ページを見た人が問い合わせに進んだか」を計測する設定をします。専用ページを公開した後と比べるための物差しです。

次の一步のご案内

このレポートで特定された最重要課題への具体的な実行プランは、
30分の無料相談にてご提示します。

データに基づいた戦略的なアプローチで、
貴社のデジタル成長を一気に前進させるご提案ができます。

ご相談は完全無料、営業日（平日 8:00～16:00）で承ります。

ご予約・お問い合わせ

ウェブサイトのお問い合わせから、ご都合の
よい日時をお知らせください。

shinichi-miyazaki.website

info@shinichi-miyazaki.website



QRコードからサイトへ

宮崎真一について

英字新聞The Japan Timesの記者として、事実を確かめる訓練を受けました。その後はセールスライティングで「書いたものを測る」ことを学び、2021年に独立しています。WordPressサイトの制作は80件を超えました。ウェブ解析士として、サイトを「作って終わり」にせず、数字で確かめながら育てるお手伝いをしています。デジタル庁デジタル推進委員、つくば市ワンストップ窓口相談員も務めています。私は「主張する人」ではなく「検証する人」でありたいと考えています。貴社の良さを言葉にし、それが本当に届いたかを数字で確かめます。

宮崎 真一

ブランドマネージャー・ウェブ解析士
戦略的ウェブ制作工房エルタジェール

本レポートは公開情報にもとづく分析です。
内容の無断転載はご遠慮ください。