

「B to C」の発想で 新しい価値を創造する ものづくり。

— 現状を変える、
「B to C」への挑戦 —

ものづくり企業にとって、「B to C」事業への参入は魅力的な選択肢のひとつだ。商品やサービスを一般消費者に直接販売できるため、企業間取引の「B to B」に比べ利益率が高く、アイデアと工夫次第では、新たな市場の創造も見込める。そのいっぽうで、商品をプロデュースし販売するといった「B to C」への展開には、経験も必要で課題も多い。そんな困難を乗り越え、日本を代表する工芸品、南部鉄器にホーローの釉薬を吹き付け、強さと美しさを兼ね備えた鍋「i-ru Pot(イルポット)」を開発した、老舗の「阪和ホーロー」と、3Dプリンターを武器に試作メーカーとして新たな道を模索する「大成モナック」が、「B to Cへの挑戦」による成果と「B to Bでの活用」について語った。



左から

大阪府商工労働部
大阪産業経済リサーチセンター主任研究員
松下 隆氏

株式会社大成モナック
プロダクトモデル事業部 次長
長野 泰幸氏

阪和ホーロー株式会社
代表取締役
高野 幸雄氏

「下請け型」のものづくり企業が攻めるには。

松下 最初に本日のテーマである「B to B」と「B to C」を簡単に定義すると、商品を業者を通して販売しているのが「B to B」。個人のお客様に直接販売するのが「B to C」。これを踏まえた上でお話いただけたら、まずは自己紹介からお願いします。

長野 当社では企業の開発担当やデザイナーの方々と一緒に、量産化の前段階にあたる「試作品」をつくっています。プロダクトのチームは10名ほど。

松下 どういった業種の試作が多いですか？

長野 大手企業から中小企業まで、スポーツ競技用品や工業製品の試作を請け負っています。

高野 弊社は昭和32年創業、今年で59期目です。ホーローというのは、おもに鉄素材にガラスをコーティングするもの。衛生性や耐蝕・耐熱性を上げる表面処理です。創業当時から部具メーカーとして、ガス器具や電子レンジ、石油ストーブなどの部品を製造してきました。今は、将来を見据えて「B to C」部門で奔走しているところです。



松下 それぞれ会社の特徴や強みを教えていただけますか？

長野 製品の量産時には必ず仕上がりへの妥協点が発生してしまいます。

いいものをお客様に提供するためには金型工程の前に入念な仕上がりイメージを掴んでおくことが大切です。そこで、クオリティが高く直に手にとって見て検証できる試作品が必要になるのです。真空注型というプラスチック成形技術は、金型を使用せずにマスターモデルに忠実な試作品をつくること

ができます。最近では仕事の波をなくすために、異業種への進出を心がけています。真空注型の小ロット生産技術と塗装技術を生かして、化石レプリカの世界にも乗り出しました。

松下 大成モナックさんは化石の造形が得意で、本物に近づける着色も特徴です。



長野 以前保有していた3Dプリンターから数えて、10年近くなりますが、昨年は国立科学博物館からも化石レプリカの依頼があり、3Dプリント+塗装で製作した製作物を展示しました。こういった3Dプリンターと、そこから展開した化石づくりのクオリティの高さが認められて、経産省の『ものづくり白書2014』にも掲載されました。

松下 博物館関係とのつながりはどうやって？

長野 兵庫県の「人と自然の博物館」へ営業プレゼンし、サンプルづくりのきっかけをいただきました。

松下 高野さんは、他社と比べて優位性はどこにあるとお考えですか？

高野 私自身、日本珪瑯工業会の会長を務めていますが、専業でホーロー加工している会社は、今や全国でも一桁になってしまいました。多い時には、大阪だけで40社以上あったのですが、その専業でやっている会社の内訳は、部品の加工か、鍋をつくるかのいずれか。弊社はどちらもできる。「どんなホーロー加工も請け負えます」と言えるのが強みです。設備的にも、8年前に省エネタイプのリジネバーナーを設置して、工場としても国内最新設備です。

長野 ホーロー加工って、どういう工程でおこなうのですか？
高野 金属加工したものに表面処理するのですが、加工前の鋼板の成形工程は外注しています。成型が済んだもの