

独自技術を応用した自社企画商品の開発による経営革新

～下請からの脱皮を図る安全精工舎の取り組み～

調査研究部 小野 顕弘

企業名 : 株式会社安全精工舎
事業内容 : ガス及び水道機器関連部材の製造・販売
資本金 : 10百万円
従業者数 : 20名
住所 : 藤井寺市大井1丁目4番62号

▶▶ はじめに

近年、景気の低迷や大手企業の海外進出などによる受注量の減少に対応して、独自商品を企画開発し、その製造販売事業に取り組む例が見られます。

しかし、市場規模の拡大が見込みにくい昨今の厳しい市場環境にあって、保有する経験やノウハウに限りのある中小企業者が自社企画商品事業に取り組むには、リスクが大きいことから、必ずしも成功する企業は多くはありません。

その中において今回は、初めて取り組んだ自社企画商品事業を着実に実施し、下請事業からの脱皮に成功した企業事例を紹介します。

1 企業の沿革

株式会社安全精工舎（以下A社）は、現社長が昭和59年にガス機器関連部材の金属加工及び組立事業で創業した製造事業者です。創業後、生産技術の高度化や事業内容の拡大、新規取引先の開拓などを行いながら、ガスや水道機器関連部材の下請製造事業を実施し、安定的に事業展開を行ってきました。

しかし、近年の景気低迷の影響を受け、ここ数年受注量が減少してきたことから、事業継続のための対策として、これまでの金属加工の技術ノウハウを活用して、付加価値の見込める自社企画商品の開発に取り組むこととしました。

2 新事業への取り組み

A社では、新事業に取り組むにあたって、まず市場調査から開始し、自社技術の活用が可能で一定の市場規模の見込める商品という視点で検討を行い、LPガス用金属フレキシブルホースの開発に取り組みました。この商品は、ガス給湯器とガス配管を接続する部材で、商品特性上、安全性が強く求められる商品でしたので、商品開発のポイントをその点に絞込み、開発を進めました。

そして、従来商品の真鍮などの金属製のナットとニップルで直接チューブを挟み込み接続していたものに対して、ナットにゴム製のOリングを装着することにより、接続箇所の密閉性を高め、外部からの埃や水などの浸入による素材の劣化を防ぎ、接続箇所からのガス漏れ防止機能の向上を図りました。

また、ステンレス素材に焼入れや塗装など独自の加工を加えることにより、柔軟性と強度に優れたコーティングステンレスパイプを組み合わせて、施工性と安全性を併せ持つ商品としました。完成した商品はA社の社名をとって「アンゼンガスフレキPA」という名称とし、(財)日本エルピーガス機器検査協会の型式承認を得て、平成13年末より販売を開始しました。

商品の販売は、従来事業とは異なる新たな販路の構築が必要であったため、必ずしも順調ではありませんでしたが、高品質でコストパフォーマンスに優れた商品であったこともあり、対象業界の企業に対してDMを発送し、訪問営業を実施する活動を、全社をあげて取り組むことで、着実に販売実績を築いていきました。

その中で、代理店ルートの開拓にも成功したことから、現在では一定の受注を獲得しており、今後一層の市場シェアの確保に向けて、代理店の増加やホームページの開設による知名度向上などに取り組んでおり、一層の事業拡大が期待されます。

3 事業化の課題克服

この事業化に当たっては、A社にとって初めての取り組みで様々なノウハウ不足という要因もあり、課題は多かったのですが、中でも一番の課題は、販路の構築を含めた商品の販売でした。A社は、業界での事業歴が長いとはいえ、下請事業を実施していたため、取引先以外の業界企業に対するA社自身の知名度は低く、商品の販売に当たっては、対外的に商品及び企業の信頼性を構築することが課題となりました。

そのため、商品については詳細な性能試験を実施し、そのデータ蓄積に努め、品質性能の向上を図るとともに、実用新案の取得や経営革新支援法の計画承認など、外部の評価による信用の獲得にも取り組みました。特に経営革新支援法については、何度も計画の修正を繰り返し、ようやく承認を受けるに至ったそうです。

しかし、その努力の甲斐があつて、業界企業に対する信用度が向上し、新規取引先開拓が比較的スムーズに行えるようになるとともに、商品の優秀性もあつて、口コミや紹介などによる販売の拡大も実現できたとのことでした。

また一方で、金融機関からの評価が向上するという効果もあり、公的な融資制度等の活用により、新商品開発における技術開発や試作品製作などの開発費用、量産設備の設置や改良などの設備資金などの資金需要に対応することができたとのことでした。

4 新事業成功のポイント

下請体質の根強いA社が、自社企画商品事業に成功できたポイントはいくつかあり、例えば事業開始にあたって、市場性や技術面など幅広い情報を収集し、その分析に基づいて適切な事業内容を選択したことや、有能な社員が存在したことなども重要なものです。

しかし、最も重要なのは、事業計画を立案し、取り組みの道筋を明らかにした上で、PDCA（Plan-Do-Check-Action）サイクルに沿って、着実かつ効率的に取り組みを実施したことでしょう。

特にA社の場合、自社企画商品事業は初めての取り組みでノウハウ不足の状態であり、取引先などの関係者、

そして直接的に事業を担う従業員の協力が必要であり、それらすべての関係者の納得を得、協力を仰ぐためには、事業計画は必要不可欠でした。実際にA社では、特に技術開発面で様々な課題が発生したのですが、その都度取引先の協力や従業員の創意工夫により、それら問題を解決し、事業化を実現しています。一般的に事業成功のためには、計画的な取り組みの重要性が述べられていますが、この事例からもそのことが理解できると思います。

5 今後の取り組み

A社では、この商品の事業化の成功により、さらに新たな商品開発にも取り組み、ニッチ市場向け商品として、焼酎サーバー用のコックを開発し、信楽焼、万古焼、備前焼などの各地の窯元組合に採用され、また引き合いも増加しています。さらに、本年新たな商品として、エアコンの室外機と室内機をつなぐ冷媒用配管の接続金具であるクイックジョイント及びクイックユニオンの開発に取り組むことを計画しています。

これは、従来配管工が手作業で行っていた金属配管の接続作業において、容易でしかも確実に実施できる配管接続金具で、従来にはない新たな商品の開発計画となっており、近年の熟練作業不足という市場環境に合い、かつ競争力の見込める商品として、今後の発展が期待されます。

▶▶ おわりに

今回の事例紹介に当たって、お忙しい中ヒアリングにご協力いただき、また詳細な内容まで丁寧にご説明いただいた社長様、技術開発部長様には感謝を述べたいと思います。今後も、着実に新事業開発に取り組み、一層の企業発展を実現されますことを祈念いたします。