

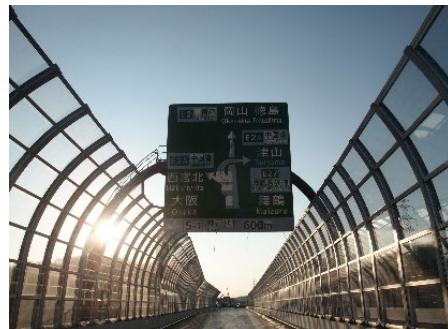
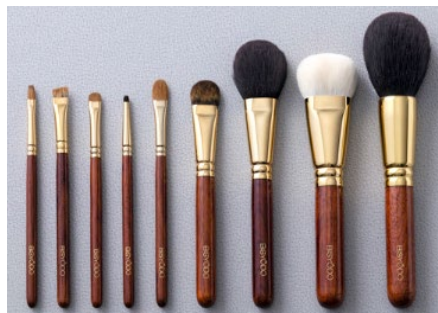


関西おもしろ企業事例集

～ 企業訪問から見える新たな

兆: KIZASHI ~

Vol.14 手仕事が欠かせないものづくり編



「兆 : KIZASHI」について

近畿経済産業局では、近畿2府5県における経済産業施策の総合的な窓口機関として年間1000件以上、地域企業の実態把握や施策立案のための企業訪問を行っています。

様々な特色を備えた企業が多数立地する関西では、地域のエンドユーザーの目や耳に届くことが少ない加工産業や部品製造、OEM生産をはじめ、独自技術で意欲的に新しいことにチャレンジしている「おもしろい」企業の活動に出会えるのも、この企業訪問の特徴です。

今回のKIZASHIでは、昨今、生産現場の機械化・デジタル化・ロボット化が進むなか、改めて手仕事が欠かせないものづくりに着目しました。

テクノロジーの進展や生産現場改革により、ものづくり現場の自動化が進み、また最近では、DX（デジタル・トランスフォーメーション）という言葉が飛び交うように、デジタル化への注目が一層高まっています。

そのような中、デジタル化への対応を図りつつも、ものづくりの要所では人の手による熟練された技術に重きを置きながら、高品質・高付加価値な製品を提供し、それが企業価値の向上、ブランディングに繋げている事例をとりまとめました。

多くの皆様にご覧いただき、今後のビジネスの参考になれば幸いです。

令和3年9月15日

近畿経済産業局 総務企画部
中小企業政策調査課
2025NEXT関西企画室

目次

【企業の取組事例】

株式会社生田	P1
株式会社ウエダ美粧堂	P2
カネキチ工業株式会社	P3
川村義肢株式会社	P4
光和産業株式会社	P5
株式会社タレックス	P6
株式会社馬場刃物製作所	P7
ヤマヤ株式会社	P8
株式会社由利	P9
吉川清商店	P10
あとがき	P11
	P12



オープンな工房と販売で見学者を魅了する 完全ハンドメイドを支える職人技術

完全ハンドメイドのランドセル

株式会社生田は、ランドセルを主に扱う革製品製造販売業者。分業が一般的なランドセル業界において、数少ない自社一貫生産を行う企業である。革の裁断から、縫製、完成品への仕上げまで、すべての工程を同社の職人が手作業で行い、子どもたちの元へ届ける。以前はランドセルのパーツのみを製造していたが、製品に責任を持ちたい、他社との差別化を図りたいとの思いから、自社一貫生産をスタートさせた。

販売のデジタル化で顧客管理が容易に

同社のランドセル製造は、完全受注生産で行う。注文はセミオーダーで、自社の工房に直接出向くか、自社ホームページ上から注文可能な仕組みを構築し、遠方からの注文にも応える。革の種類や本体の色、肩ベルトの形状等、それぞれ数種類の中から選ぶ事ができ、最終完成品のイメージ画像や金額がホームページ上で容易に確認できるように工夫されている。

社内的にも、以前は数百本のランドセルを同時に製造しながら、注文書を紙で保管していたため、顧客管理に苦慮していた。ホームページでの受注をきっかけに、注文内容を社内の生産管理システムに連携させる仕組みとすることで、生産管理と顧客管理が容易となった。

効率化とスキルアップで魅せたブランディング

システム導入の恩恵は、職人のスキル向上にもつながった。最も顕著な効果は、工房長の顧客管理業務の時間が軽減したことで、職人への技能伝承の時間が確保できたこと。あわせて職人の育成環境が充実させることで、職人の技術向上に繋がった。

加えて同社では、「工房見学会」や「ランドセル見学ツアー」を開催。成長した職人が、革の裁断から仕上げまで、実際に手作業でランドセルを製造している工程を見せる機会を創出している。販売や管理はデジタル化で効率化する一方、作り手の顔が見えるランドセル作りを追求し、オープンな見学会を通じて、職人が愛情を込めて作っている姿を見てもらうことで、「生田ランドセル」としてのブランド価値向上に繋げている。

初めてランドセルを背負ったワクワク

初めてランドセルを背負った「ワクワク」を思い出すような、大人のリュック型のかばんを作りたいという思いから『IKUTA KABAN』というブランドを立ち上げた。ランドセル作りで培われた手作業での技術力を活かして、新たに本革のビジネスバッグの製造・販売を開始。地域とのつながりを大切にしつつも、他社商品との差別化を意識し、ランドセル文化と共に、かばんに込められた生田の歴史を後世が紡いでいく。

UYEDA BISYŌDO
Producing cosmetic / make-up brush



日本伝統の技 × 西欧で培われた技

ウエダ美粧堂の筆づくり

一本一本心を込めた職人技でふんわり美肌 プロ仕上げ～日本製高級化粧筆～

日本唯一の「原毛輸入加工会社」

優しい肌触りとムラのない粉付きの高級化粧筆で知られる株式会社ウエダ美粧堂は、1945年に創業。材料輸入元の中国で原毛を見極める目利き力や、季節や環境で変化する原毛の柔らかさやコシを引き出す高度な精毛技術は同社にしかなく、広島県熊野町等の筆製造業者への原毛も一部同社が卸している。

OEMから始まった化粧筆製造だが、2013年に立ち上げた自社ブランドは、大阪製ブランドに認定され、また動物愛護の時流を機に開発した、人工毛による化粧筆がグッドデザイン賞を受賞するなど、同社の化粧筆は高評価で人気を博している。

繊細な手作業、機械まで自社製作

化粧筆の製造は、高級品から化粧パレットのミニブラシに至るまで、すべて手作業である。一部、下処理工程に機械を用いるが、化粧筆の命である繊細な穂先は、各工程に携わる職人一人ひとりが入念に毛を選別し整える。硬さ・太さ・うねりが一本一本違う動物毛の自然な毛先を利用して、常に均一で高品質な製品を作るためには、どうしても人の手でしかできないためだ。工程毎の検品もすべて人の手と目によって行われている。途中工程の機械設備や穂先の形を決める樹脂成型は、毛の特質を知り尽くした先代（現会長）がすべて自分で開発・製造したもので、機械とはいえ、どこまでも手作りである。

販路はデジタルを駆使

化粧筆の製造はどこまでも手作業だが、販路は店舗販売の他、オンラインショップも展開している。

従来、化粧筆はプロが使う道具という認識だったが、昨今はいろいろなメイク動画がアップされ、化粧筆の使い方も若者に浸透してきた。クラウドファンディングを利用したプロジェクトは開始当日で設定額を軽々と達成した。

また、中国や韓国をはじめとするアジアやアラビア地域ではしっかりとメイクする人が多く、そこに市場を見出している。英語・簡体字・繁体字のウェブサイトでは、商品販売だけではなく、展示会の告知やOEM提携先の募集まで行っており、あらゆる面から海外展開を図っている。

新規技術×伝統技術で進化し続ける

同社の特徴は、伝統技術を活かしながらも絶えず新技術を開発し続けていることである。伝統的な和筆と西洋画筆の両方の精毛方法を掛け合わせて編み出した新規技術、また限りなく動物毛に近い人工毛の開発と穂先作りの伝統技術の融合は、日本製化粧筆の高い品質と環境・動物愛護への配慮を両立させ、世界市場で大きな強みとなっている。これからもユーザーニーズとともに、社会要請にも応えていくために、伝統技術と品質を守りながら、新しい技術や商品開発に挑戦し続けていく。

KANEKICHI



命を吹き込む職人作業 ニットへの想いも一緒に紡ぐ吊り編み機

新旧の機械が稼働する和歌山のニット産地

カネキチ工業株式会社は、1920年創業の老舗ニット生地メーカー。同社が位置する和歌山県北部地域は、古くから綿織物生地製造が盛んな地域。ニット（莫大小）生地も、1900年代初頭から生産がスタートし繁栄してきた。第二次世界大戦により多くの工場が空襲の被害を受けたものの、古い機械は焼けずに残ったため、現在では新旧の機械が揃う世界有数のニット生地産地として栄えている。

吊り編み機への拘り

1970年頃から、ニット生地生産に高速化の波が押し寄せた。「シンカー編み機」と呼ばれる高速式の編み機が開発され普及したのである。シンカー編み機は給糸口が多く、旧式の編み機と比べて約20倍以上のスピードで生産ができることから、経済成長を背景に、同地域のニット生地生産者の多くが採用した。

一方同社は、製造の高速化が進む中、「吊り編み機」と呼ばれる旧式の編み機の使用を継続している。吊り編み機はゆっくり製造されるため生産性は落ちるものの、余分な力がかからないで生地が編み上がる。空気を含むように編み込まれた生地は柔らかく、手触りに独特の風合いを持ち、また、繰り返し洗濯しても柔らかな風合いが失われにくいという特徴がある。同社は、吊り編み機から作られるニット生地に拘りを持ち、機械のメンテナンスが難しくなる中、今も吊り編み機で製造し続けている。

職人技術が支える吊り編み機製ニット

吊り編み機での製造は、人の手が大きく支えている。吊り編み機によって製造されるニット生地は、気温や湿度によって出来上がりが違ってくる。そのため、経験の備わった職人が、日々の気候の違いを、テンションの微調整やメンテナンスによって品質を維持している。

加えて、古い機械のため、歯車をはじめとした様々な部品が露出しており、製造時には大量の糸埃が付着するため、一反編み上がる度にパーツを外して埃の掃除を行い、油を挿し直す必要がある。

吊り編み機ならではの手間のかかる作業は、時間はかかるものの、機械に命を吹き込む大切な時間である。それが同社の品質を支える礎となっている。

ニットの価値を守る

手間のかかる吊り編み機への拘りを補うため、同社はデジタル化にも注力している。吊り編み機でのボーダー（2色）柄の製造は、従来は実現不可能とされていたが、同社は独自でプログラムを作成し、ボーダー柄を実現した。

同社が作るニット生地は、国内外の有名ブランドの商品となって世界中に広まっている。しかし同社は、決して無理をした生産を行わない。それは、手間暇をかけて生地を作る事で商品の品質を保つため。丹精込めて作ったニット生地の価値を損なわないよう、社員全員で吊り編み機と技術を守り続けている。

KAWAMURA GROUP



一品一様への「あきらめない」への拘りは、 「お客さまの願いに応えたい」ために

障害のある人に寄り添う企業

大阪府大東市に本社を構える川村義肢株式会社は義肢装具（※）業界のリーディングカンパニー。

※義肢：義手・義足のこと。

装具：治癒や病状の軽減を目的として装着する器具

障害のある人々の気持ちに寄り添うことを信条としており、義肢装具の製造販売だけではなく、車椅子や福祉用具、住宅改修などを通じて、お客さまの暮らしをトータルでサポートしている。

自動化を活用した手仕事

義手や義足は、殆どがオーダーメイド。利用者によって一つひとつ形や大きさが違うため手作業で作られ、かつ作業工程も多い。そこで当社では、職人が金具を手作業で作成していた工程を、自社製の機械装置(治具)を開発して自動化。

障害者も職人として活躍している当社では、この工程も治具を使うことで障害者が作業できるように簡易化した。結果、不良品の軽減や、作業時間が、従来の1/15へと、大幅な時間短縮に繋がった。

デジタル化によって生まれた余力は、職人の技能継承や技術・改善提案の創出に活かしている。

又、コロナ禍により、従来のリアル工場見学をオンライン見学に切り替え、職人技を技術として社内に留めるだけでなく、積極的に義肢装具の製造工程や働く社員の姿を開示している。

同社独自の「製販分離」体制

同社の特徴は他にもある。製販分離体制を採用している事だ。製造は工場の製造スタッフが、販売（利用者との接点）は義肢装具士が主に行っている。義肢業界の多くは、義肢装具士が製販共に携わっているが、同社では製販を分離させる事でそれぞれにノウハウが貯まり、顧客により良いサービスと製品を効率良く繋げる事ができるようにしている。

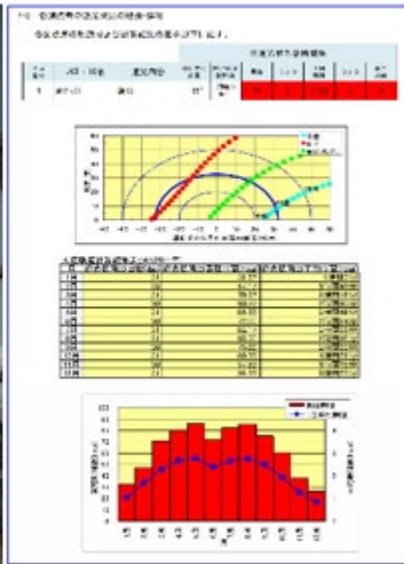
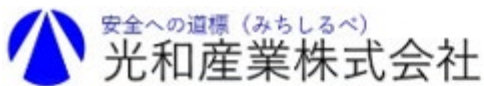
製販分離を可能としているのは、社内のシステム化が大きく寄与している。例えば軟性装具の製作では、義肢装具士が参院先(病院等)からお客さまのカルテや採寸データをスマホやタブレットで工場へ送信。受信したデータは、工場のPCがシステム処理し、シートを直ちに裁断できる仕組みを構築した。デジタル化は、製造工程の簡易化と短期納品化だけでなくお客様の痛みの早期軽減に繋げている。

どんなことも「あきらめない」

一品一様の製品を生み出す当社では、多様な障害者が活躍している。同社の障害者雇用率は約5%、一般企業の法定雇用率（約2%）に比して多くの障害者が活躍している。しかし、障害者でも特別扱いしない。全社のフラットな社風は、障害者の適性能力を最大限に引き出している。

製品の短納期化は利用者の入院・治療期間の短縮となり、医療費の削減へと貢献している。

同社は今日も「あきらめない」を創り出している。



標識は地域毎に違いがある!? ITとものづくりで実現する「安全への道標(みちしるべ)」

近畿圏における道路標識のリーディングカンパニー

光和産業株式会社は、昭和26年に道路標識の製作・設置工事を取り扱う企業(日本スコッチライト株式会社)として創業。

昭和61年の標識令の大幅改正に伴い、業界内でも先だってコンピュータを導入し、標識文字の統一化、英字の併設化に対応した。また、従来の道路標識は逆光時にドライバーが見えづらいため、逆光時でも見やすい標識として『逆光対策標識』を開発した。業界事情に応える対応力と高い開発力から、近畿圏の道路標識の約20%のシェアを占めるなど、業界内は高い認知を誇る。

逆光対策の必要性を定量化

道路標識は大きく分けると「本標識」と「補助標識」があり、「本標識」の「案内・警戒標識」は道路管理者が、「規制・指示標識」は警察が管理しており、規格や文字のフォントも異なることから、規格等に柔軟に対応出来る前工程処理をIT化したことで、高い生産性確保に繋がっている。

また同社の強みである「逆光対策」においては、独自の逆光状況診断ソフトを開発。標識設置場所の逆光状況を定量的に示す仕組みを提供している。これにより、逆光対策標識の必要性の有無について、道路管理者の判断の一助として機能し、新名神高速道路などの多くの現場で採用されている。

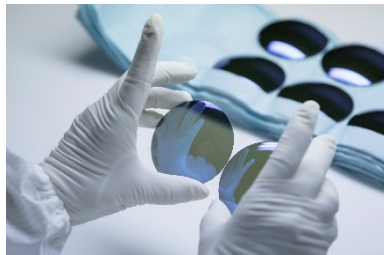
開発力を武器に手作業が繋ぐニーズ抽出機会

道路管理者が管理する「案内・警戒標識」の内、特に案内標識は標識ごとに標示内容が異なるため、下地の反射シートをアルミ基板全面に貼り付けた後、カッティングシステムで製作した文字、矢印等の標示内容は手貼りせざるを得ない。また、警察が管理する「規制・指示標識」も、警視庁、各警察本部で印刷された反射シートを貼るアルミ基板の形状が少しずつ違うので、印刷されたシートであっても手貼りせざるを得ない。そのため、標識を製造する上での「貼り工程」は自動化が難しく手仕事とせざるを得ないが、同社はこうした手仕事も率先して受注することで、地域毎の違いを直接聞き取れる機会として活用。こうした違いをデータベース化し、持ち前の開発力と独自のアイデアを提案しつづけることで、業界内での信頼性向上に繋がっている。

社会的課題の解決と共に実現する理念

昨今、社会的課題ともいえる「高速道路逆走」事案が急増している。高速道路における逆走は大きな事故に繋がる可能性が非常に多く、それが人命を奪う可能性が非常に高いことから、同社では、逆走の原因としてケースが多い、サービスエリアの出入り口間違いを防止する逆走防止用の標識を独自開発した。今後は当該標識の販売拡大を目指し、同社の理念である「安全への道標」を広めていく。

TALEX
POLARIZED LENSMAKER
SINCE 1938



「はたらくサングラス」を支えるのは高度な手仕事。アナログ技術こそが高品質の証。

眼鏡レンズ発祥の地で生まれた独自技術

株式会社タレックスは1938年創業（前身の田村レンズ製作所が同年設立）のサングラスの偏光レンズ専門メーカー。

大阪市生野区田島町は「眼鏡レンズ発祥の地」であり、同社もガラス製レンズの製造を行っていた。プラスチックレンズの台頭に契機に、同社はプラスチック製偏光レンズの製造に注力し、1975年に世界初の光学的要素を満たした全面均整球面プラスチック偏光レンズを開発。1984年のロサンゼルスオリンピックの指定サングラスにも採用され、同社の技術が世界に発信された。

紫外線や太陽・照明の照り返しなど「目に有害な光」だけを取り除く、厚さわずか0.03mmの独自に開発した「雑光カットフィルター」を挟み込んだ偏光レンズは、原料の調合から成型・染色・コーティング・偏光フィルターの製造に至るまで、すべてを自社工場で一貫生産しているのが同社の強みである。

デジタルを活用したブランディング

同社のサングラスは、販売店での体験だけでなく、ホームページやSNSを用いて、偏光レンズを着用した際の見え方を疑似体験できる。同社製品の魅力を的確に伝えてくれるパートナー企業や、釣りやアウトドアの専門会社などと協力して販売を展開。デジタルの活用や外部リソースとうまく連携して、自社製品のブランディングを行っている。

職人技術が光る製造ライン

製造ラインでは、全工程の60%をアナログ（手作業）で行っている。レンズの間に0.03mmの偏光フィルターを挟み込む、その技術は、まさに職人技とも言えるべき究極のハンドメイドでしか実現できない。このように、同社の「見え方の質＝品質」へのこだわりが、60%の手作業工程に凝縮されている。対して全工程で6000以上もの品質管理項目を設けると同時に、すべてのレンズにロット番号管理など積極的に機械化・デジタル化を行い、省力化に取り組んでいる。すなわち、手作業でなければ成し遂げられない工程に人員を集中させることで、同社の強みである「偏光レンズ」を生み出す源泉となっている。

傍（はた）に居る人を楽（らく）にする

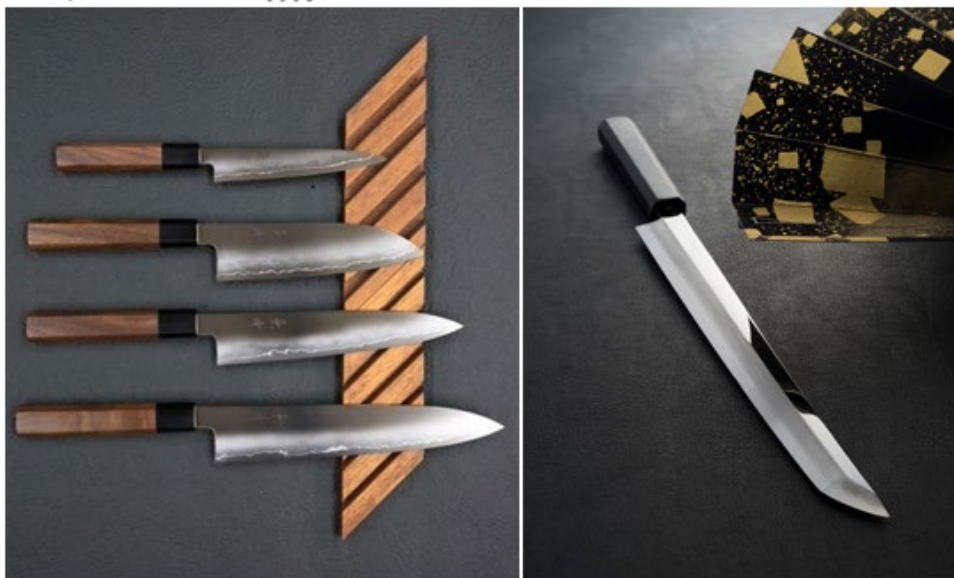
2020年、同社の偏光サングラスはJR西日本の運転士に採用された。さらに、農作業や医療等の現場でも採用されており、より身近な社会に必要とされる「はたらくサングラス」作りに取り組んでいる。今後も同社は「はたらくサングラス」として

- ・はた（傍）の人をラク（楽）にする
- ・働く人のお役に立つ

人間の五感で最も重要な「目を守るための機能」の認知度を向上させ、サングラス文化を広めていく。



BABA CUTLERY WORKS
馬場刃物製作所
SAKAI JAPAN
1916



職人の想いがこもった一本は 「根拠あるものづくり」の技から生まれる

刃物産地としての地位向上を担う

株式会社馬場刃物製作所は、創業100年を超える包丁製造業者。同社が所在する大阪府堺市は、刃物の産地として600年以上の歴史を持ち、特に「打刃物」と呼ばれる包丁製造は、職人の手仕事でつくられる伝統工芸であり、世界的ブランドである。

同社も1916年の創業以来、鍛冶工程から刃付け（研ぎ）、柄付けまでの工程を、一貫して完全手作りで行う。創業者は堺刃物工業協同組合の初代理事長を務めるなど、堺の刃物産地としての地位向上を目指し、ものづくりに取り組んでいる。

同社は料理人用包丁と家庭用包丁の両方を製造しているが、近年は海外で日本の和包丁が重宝されており、海外販売も積極的に行っている。

「根拠あるものづくり」製品分析を知見を活かす

包丁製造は、長年、鍛冶師や刃付師などの職人による手作りで行われるが、同社では科学的な分析を取り入れて製造している。刃の金属成分や厚み、刃先の角度等、刃の細部に至るまで徹底的に分析して数値化する。そこから得られた結果を製造現場にフィードバックし、包丁づくりに活かしている。さらに、常に品質の改善を考え、ブランド力の向上のために、職人の勘だけに頼るのではなく、様々なデータから裏打ちされた「根拠あるものづくり」を同社では体現している。

手仕事による切れ味、使い心地

同社が包丁づくりにおいて特に重要視するのが「切れ味」である。「切れ味」とは、単純に良く切れるのではなく「すっと切れる」感覚のこと。刃の厚みや刃先の角度は当然ながら、指が当たるマチの部分は丸く磨き上げ、柄の部分も「握りやすさ」を追求しテーパード加工を施す等、人の手に馴染みやすく、使う側の感覚を考えながら作られている。

包丁一本一本を確認しながら、丁寧な手作業で作る事で、決して数値化できない人間の感覚的な部分がある。それこそが、同社が手作業で製品を作る付加価値であり、それが同社の、堺の打刃物というブランディングを支える糧となっている。

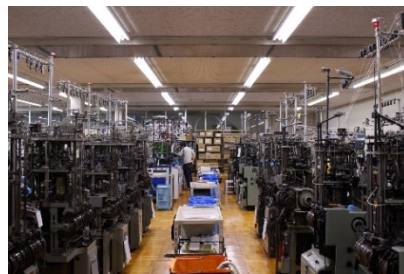
世界中のファンのもとへ

同社はこれまでに築き上げた技術を活かし、オリジナルブランドの包丁を販売している。ユーザーが和包丁に慣れてくるのに合わせ、数種類シリーズを展開。堺と共に世界的な刃物の産地である岐阜県関市メーカーとタイアップして作り上げた包丁もある。

ユーザーの困りごとを徹底的に取り込んだ製品づくりにより得られた同社への信頼は、日本国内に留まらず、世界中にファンがいる。今後も丹精込めて手作りした包丁を、世界中のファンのもとに届ける。



人から始まる、自然と生活のハーモニー



「オーガニックコットン靴下」を世界に！ 伝統技術と職人技で作る環境に優しい靴下

OEM生産の脱却から自社ブランド製造へ

ヤマヤ株式会社は、1820年に木綿業として創業し、1983年に法人化した靴下の企画・製造業者である。同社がある奈良県広陵町は、全国有数の靴下の生産地であり、同社もOEMを中心に靴下製造を行ってきた。地域全体としてもOEM生産が主流の中、同社は他社に先駆けて自社ブランド商品に着手し、1994年に自社ブランド「ORGANIC GARDEN」と「Hoffmann」を展開。「ガラ紡糸」や「和紙混糸」といった、同社オリジナルの素材やデザインにこだわった商品を投入したが、これらのブランドが浸透するには約25年を要した。

また同社は2013年、奈良市内に直営店「糸季(しき)」をオープンし、インバウンド等の観光客をターゲットに販売をスタートさせた。こうした取組により2020年度には、売上に占める自社ブランド商品比率が50%を超える等、自社ブランド展開では他社の追随を許していない。

伝統技術が支える靴下製造

同社の強みは、先代から受け継がれた靴下編み機(約100台)と、それを使いこなす職人の伝統技術である。編み機は数百本の針と糸を組み合わせて靴下を作るが、編み機の特性と素材との摺り合わせる知識が求められる。また、編み上がった靴下は、つま先から履き口まで連なった、一本の棒状で出てくるため、この後は全て手作業で完成させる。

さらに同社が素材開発を行った「オーガニックコットン靴下」は、SDGs対応商品として、環境に

優しい天然染料の糸を使用しているため、編み機との相性など、特殊技術が必要になり、職人の経験と技術力が集約されて作られている。

情報発信は積極的にデジタル化

同社は、製造では技術力や経験といったアナログな力を必要とするが、販売においては、積極的にデジタル技術の活用を行っている。

直営店「糸季」では、商品販売だけでなく、ホームページやSNSを用いた広告戦略、ブランドの確立を積極的に行っており、リピーター化を増やしている。コロナ禍においても、同社の編み機や商品特性等を積極的に発信することにより、海外ユーザーの新たな獲得にも繋がり、同社のInstagramは開設1年で6,000人のフォロワーを獲得している。

社内DX化と地域ブランド化でさらなる飛躍を！

同社では、次期社長候補(20代)を中心に、受発注システム等のバックオフィスのデジタル化を進めており、直営店とECを融合させた販売を目指している。2020年には、2店舗目の直営店「YAHAE」を東京にオープン。積極的な展開を行っている。

奈良県広陵町では、靴下事業者、行政が連携して、靴下の地域ブランド化を進めており、靴下製造の歴史が裏付ける技術力を世界に発信している。

同社では、伝統技術と職人技に裏付けられたものづくりと自社ブランド展開により、高付加価値な靴下を世界中に届けるべく、奮闘している。



鞆の街で輝く 手作業のリレーが作るブランディング

鞆の街豊岡で活躍

株式会社由利は、日本有数の鞆の産地として知られる兵庫県豊岡市で、有名ブランドのOEMのほか、オリジナルブランドの企画から製造・販売まで一貫して行う鞆メーカー。もともと金物店を営んでいた先代が、1964年に地場産業である鞆製造業に業態を変更し創業した。

同社の作る高い品質の鞆は、国内外の有名ブランドからの信頼も厚く、多くの注文を受ける。また豊岡市内には、自社ショップの「ARTPHERE」、
「Atelier nuu」を展開。鞆の街なのに鞆を買える店が少ないとの声をもとに自社ショップをオープンし、オリジナルブランド商品の販売を行っている。

「平面作業」のデジタル化

同社では、製造工程におけるデジタル化を積極的に導入している。自動裁断機での生地裁断や自動コバ塗機でのコバ塗り（革の裁断面を保護する加工）、生地の在庫管理等、製造工程における「平面的な作業」は積極的にデジタルツールを導入している。

また、製造工程の進捗管理においてもデジタルを活用。工程分析表という同社独自のシステムを用いて、製造工程の漏れや作業手順の誤りを防ぎながら、同時に納期管理も行うなど、生産工程全体の管理をシステム化・デジタル化している。

アナログに支えられる「立体作業」

一方、生地縫製や金具の取付、仕上げ等、平面である生地を立体的な鞆に仕上げていく「立体的な作業」については、ほとんどが手作業で行われている。鞆はアイテムが多く、アイテム毎に僅かに形状や色などが異なっており、かつ新製品が早いサイクルで誕生するため、手作業が製造の中心となる。

検品も手作業を中心に行うことで、人の目・人の手で複数回の検品を行うことは、不良品率を限りなくゼロにしている。

有名ブランドから信頼される品質は、職人による手作業から手作業へのリレーが原点であり、同社そして鞆産地としてのブランディングを支えている。

フィードバックサイクル・マネジメント

同社の人材育成を支えているのは、フィードバックサイクル・マネジメントという独自のシステム。

企画、製造、修理等の7つの工程でそれぞれの気づきをフィードバックしあう事で、お互いの強み弱みを把握して、製品価値の向上に繋げている。

自社ショップの展開もその一環。お客様の反応をフィードバックしたり、職人自らがショップに訪問しお客様の反応を直に感じる事で、自らが作った商品の価値を肌で感じる。

鞆製造から鞆創造へ。豊岡の鞆仲間と切磋琢磨しつつ、鞆で人々の人生を豊かにしていく。



貫き続けたグローブへの想い brother's (兄弟) で未来へ繋ぐ

野球用グローブの産地・奈良県三宅町

吉川清商店が所在する奈良県磯城郡三宅町は、古くから野球用グローブの生産を行う歴史のある地域。同社も1952年の創業以来、国内外の大手メーカーのOEMを中心に、硬式や軟式、少年用等の各種野球用グローブの製造を行ってきた。

グローブの製造工程は、ほとんどを手作業で行われ、ひとつのグローブが出来上がるまでに多くの工程がある。通常は、革の裁断や縫製工程は自社で、紐通し工程は外注して対応、のように工程毎に分業することが多い。その中で同社は、全ての工程を一貫して自社で行えることが強みである。

受注減を契機に敢えて作り続ける決断

三宅町のグローブ製造業者は、ピーク時には100を超えていたが、大手メーカーが生産拠点を海外に移転した事により受注が減少。同業者が廃業していく中、同社は二つの理由により事業を継続した。

一つは、技術を受け継ぐ後継者がいたこと。そしてもう一つは、その後継者がグローブに熱い想いを持っていたことである。

手の大きさや守備位置、利き手等で形が違うグローブの形状。機械縫製が難しく、ほぼすべてが手作業で作られる。そのため技術を継承する後継者の存在が不可欠であり、受注が減っていてもグローブを作り続けると決断するきっかけとなった。

決断から生まれた効果

後継者の存在は、同社にとって大きな転機となった。オリジナルブランド「bro's」の立ち上げもその一つ。「bro's」とは英語の「brother's (兄弟)」から命名したもので、兄弟で後を継いだことに由来する。オーダーメイドグローブが中心の「bro's」は、すべての工程を職人の手で行うため、グローブに込める職人の想いも強くなる。

さらに、新型裁断機の導入も転機の一つとなった。これまで同社では、革の裁断を手作業で行っていたが、裁断機を導入する事で、作業時間が20分の1となり、生地ロスも大きく減少した。加えて、裁断サイズが細かく調整できるため、より自由度の高いグローブが作れるようになった。

次の100年に向けて

同社のグローブは、敢えて固く仕上げる事を拘りとしている。固く仕上げる事で、耐久性の高くなる事に加え、使い手が少しずつ自分の手に馴染ませ、自分のグローブを作っていく過程を楽しんで欲しいという想いが込められている。

2021年、三宅町はグローブ生産100周年を迎え、町全体でイベント等も企画されている。次の100年に向け、グローブと共に町全体が活性化していくよう、今日も同社は想いを込めてグローブ作りに邁進している。

あしがき

今回、本事例集で取り上げた企業は、長い年月、自社で培ってきた熟練した技術を用いて、非常に質の高い、オリジナリティあふれる製品を作っています。他社が容易に真似できない熟練した技術は、高い付加価値を生む源泉にもなっています。

しかしながら、これらの企業は、今後も人手もコストも必要な手仕事をそのまま変わらず続けていくのでしょうか？ 答えはノーだと考えます。

現在、これらの企業は、「一品一様への対応」や「高品質・高付加価値な製品の提供」、「ものづくり現場を魅せる機会の創出」等、製品や企業価値の向上、ブランディングに繋げるために、人による熟練した技術を磨き続けています。

一方、世の中では機械化、デジタル化、ひいてはDX（デジタルトランスフォーメーション）が進展しています。これらの企業においても、新たな顧客獲得を見据えたネット販売や幅広い顧客ニーズを感知するためのマーケティング、バックオフィス業務や一部工程では、コスト削減のためのデジタルツールを導入しています。熟練した手仕事による技術を保ちつつも、生産性の向上や販路開拓、管理業務等においてはデジタル技術をうまく活用することで、経営基盤の強化を図っています。さらにこれらの取組は、技能承継にかかる時間的余白を生みだし、人材育成をより強化することも可能としています。

すなわち、手仕事による技術をしっかりと事業の中心に置きつつ、変えるべきところは新しい挑戦をしていることが分かりました。

核となる手仕事についても、将来的には、中でも機械化・デジタル化・ロボットによる代替が可能となる部分が出てくるかもしれません。その時どのような事業の有り様になっているのでしょうか。楽しみでもあります。

あとがき

今回のKIZASHIでは「手仕事がかかせないものづくり」に着目しましたが、これらの企業においても、事業全体を俯瞰しつつ自社を取り巻く環境や製品の価値に応じた変革に取り組んでいます。

企業は生き物であり、常に変わり続けなければならない。それは熟練した手仕事の価値を認め、今もそれを大事にしている企業でも変わりありません。

企業経営で重要なのは、その企業のあり方、進むべき方向を決め、そこで必要となる経営判断では、何を残し、何を換え、何を捨てるのかという、変革し続けることであると考えます。

令和3年9月15日

近畿経済産業局 総務企画部
中小企業政策調査課
2025NEXT関西企画室

関西おもしろ企業事例集

～企業訪問から見える新たな

兆：KIZASHI～



[https://www.kansai.meti.go.jp/
1-9chushoresearch/jirei/jireitop.html](https://www.kansai.meti.go.jp/1-9chushoresearch/jirei/jireitop.html)

【バックナンバー】

- | | | |
|--------|---------------------|----------|
| Vol.1 | 当局若手職員が注目した企業編 | (R1年5月) |
| Vol.2 | オープンファクトリー編 | (R1年6月) |
| Vol.3 | 社員も会社も輝く企業編 | (R1年7月) |
| Vol.4 | 20代の起業家編 | (R1年9月) |
| Vol.5 | 2019上半期特別編 | (R1年10月) |
| Vol.6 | 新たな価値を生み出すコネクター編 | (R1年12月) |
| Vol.7 | 尖る中小企業のブランディング編 | (R2年2月) |
| Vol.8 | 食品ロス削減に貢献する企業編 | (R2年3月) |
| Vol.9 | 商工会議所（地域の取組）編 | (R2年5月) |
| Vol.10 | 社会変化に対応する働き方編 | (R2年7月) |
| Vol.11 | 新たな日常に向き合うビジネス編 | (R2年10月) |
| Vol.12 | オープンファクトリーver.2編 | (R3年2月) |
| Vol.13 | プラスチック問題を解決する10の企業編 | (R3年7月) |

お問い合わせ先

近畿経済産業局 中小企業政策調査課

TEL：06-6966-6057

MAIL：kin-chushokigyoseisaku@meti.go.jp