菊水産業 株式会社

純国産黒文字楊枝の復活へ 生産自動化ラインを構築

復活した国産黒文字楊枝

復活した
国産黒文字楊枝

三方削りの自動化を実現

事業内容 黒文字楊枝量産化の基礎を構築

昭和３５年、先代の場工耕司氏が黒文字楊枝専門の製造販売業として「場工爪楊枝商店」を創業。昭和４０年には黒文字楊枝の半自動化製造機を開発し量産化に成功する。昭和５８年には「菊水産業」を設立。黒文字の産地に一次加工用の工場を開設し黒文字楊枝の量産体制を強化するとともに、国内外の材料を用い楊枝や箸など多様な木材製品の生産加工を手がけていく。

その一方で、自然環境の変化から材料である国産黒文字の入荷が減少傾向を示す。また木材加工品の多くが海外から輸入されるようになる。同社では安価な海外製品とのコスト競争から採算が悪化。黒文字楊枝の国内生産撤退を余儀なくされ、平成元年には中国産黒文字楊枝を輸入し販売する業態に転じた。現状、茶道に通じる本来の黒文字楊枝は、地元・大阪府河内長野市をはじめ地場産業として発展した全国どの産地でも生産されなくなった。

補助事業 作業工程の自動化で生産性向上を目指す

国内で販売されている黒文字楊枝は大半が中国産の製品。昔ながらの国産黒文字楊枝を知る茶道関係者は「海外品の特性として時間経過による表皮の劣化（変色）が顕著」と指摘する。こうした理由から、昔ながらの国産黒文字を使用した純国産品を待望する声が強い。ただ国内で対応可能な生産者は皆無。本事業はこうした要望に応え、国産黒文字楊枝の量産化を可能にする「黒文字楊枝の全自動化製造機械」の導入を提案した。生産性向上と製造コストの削減を実現し、納得価格で市場流通可能な生産・販売事業を模索した。

黒文字楊枝は原木を「カット、分割、成形割、三方削り」の加工工程を経て完成品となる。過去に創業者が開発した半自動化機械はカットから成形割までを自動化するもので、最終工程の三方削りは熟練者の手作業で仕上げられていた。本事業提案では長年培ったものづくりのノウハウを基に、全工程を自動化する設備の開発および導入をイメージした。

菊水産業 株式会社

代表取締役　場工（ばく）　正広

〒586-0085　大阪府河内長野市日野1100

TEL. 0721-54-1630

FAX. 0721-54-0417

資本金／15,000千円

従業員／5名

企画力　小ロットOK　オンリーワン技術　量産OK　連携力

国産にこだわった高級楊枝を提供

専務取締役　末延 秋恵

お茶席でも日常でも、口に入れる楊枝だからこそ国産にこだわりたい。斬新なパッケージデザインと衛生包装にこだわったジャパニーズメイドの高級楊枝を提供します。

http://kikusuisangyo.co.jp/

具体的成果 三方削り作業の自動化を実現。生産コスト削減へメド

黒文字楊枝量産化のカギを握る「三方削り」の自動化をメーンに設備開発企業を探った。結果、各種自動機を製作する（株）平安製作所（大阪府柏原市）が、今回の取り組みを理解し開発に協力した。両社間で半自動製造機の仕組みを基本に、新たな製造機製作の打ち合わせを開始。効率化に向けた機械設備の加工条件やバランス調整などについて検討を重ね、各機械設備の最適な仕様を決定した。平成２６年７月、正式に黒文字楊枝製作機一式を発注。平成２７年４月に待望の黒文字楊枝生産自動化設備が納入された。

末延秋恵専務は黒文字の原木が各工程を経て三方削りの最終工程へ移送される状況を見て、「熟練者が１本ずつ手で削っていた三方削りが自動化された。完成品の形状や精度においても納得できる成果が得られた」と評価。ただ、全行程を繋ぐ一貫したシステム形成を目指したが、材料となる植物特有の不均一性による課題や不十分なラインバランス調整などから、現状は部分的に人手の介在が必要な稼働状況となっている。一貫したライン化には時間を有するも、自動化に必要なデータや安定稼働への課題は明確になった。今後も調整を続けることでライン化は可能であり、生産コスト低減への仕組みは整ったと言える。

今後の戦略 材料の安定確保に植樹や育成活動を推進

いっそうの効率的稼働を図るため、引き続き全工程が連動した黒文字楊枝生産ラインの構築を目指す。ただ、量産化には原材料となる黒文字原木の安定確保が必須条件になる。同社では黒文字の入手先を国内全域に広げ、繁殖や生育状況の確認を地道に続けている。末延専務自ら全国を行脚、山に入り伐採作業に加わるなどエネルギッシュな姿勢で事業を引っ張る。さらに植樹により新たな栽培地を広げるなど、材料の育成に向けた活動にも力を注ぐ。一方、新規導入した製造機械では９cmと１２cmの黒文字楊枝の製造が可能。将来は「黒文字を材料に、６cmの爪楊枝から２４cmの箸まで、多様な製品を製作できるよう柔軟な機械構成に拡充していく」というのが末延専務の考え。

また販売促進の一環として、新たに会社のロゴを製作しパッケージや商品構成にも工夫を凝らした。海外製品との差別化を図る「ジャパニーズメイドの高級楊枝」として、商品価値の向上を強くアピールする。さらに香木である黒文字は、古くから煎じ茶として飲用されていた。そこで、加工後の廃材をお茶として製品化することで「伐採作業者の処遇改善に活用できれば」と末延専務は考えている。

取材を終えて

創業者の夢を繋ぐ 強い思いで事業を牽引

末延専務は「祖父が育て築いてきた“夢”を復活させたい」一念で、Webデザイナーから転身し現在の事業再興に取り組む。彼女の強く熱い想いがなければ、純国産黒文字楊枝の復活はなかっただろう。たかが楊枝、されど楊枝—。伝統文化を支える１つの道具として、コスト重視の製品か否かを見極め、可能な限り国内での生産拡大を期待する。原料生産から伐採作業者の処遇改善をも考慮するものづくりへの姿勢に敬意を表したい。