71

株式会社 眞田化鋼

オリジナル製品「雨にも強い、風にも強い住宅用換気孔」を開発

“雨にも強い” 住宅用換気孔

樹脂成形機と取り出しロボを導入

金型メンテ力がものづくりの源泉

事業内容 高品質で廉価なオリジナル製品にこだわり

創業６４年、建築用金物を振り出しとする住宅向けプラスチック製品メーカーの「眞田化鋼」。売り上げの４０―５０％を占める住宅用換気孔を主力に、建築金物資材や家具金物用部材なども商品ラインアップにそろえる。一部、大手ハウスメーカーのＯＥＭ（相手先ブランド）生産品もあるが、あくまで下請けでなく完成品メーカー。

社員は、バラに由来する「S･ROSE（エス･ローズ）」のブランドに誇りを持ち、高品質で廉価なオリジナル製品にこだわってきた。単純な安値追求でなく、高機能で高価な商品で付加価値を狙うのでもなく、本当に必要な機能に、１つ特徴ある機能を添えた“プラスアルファ”の商品づくりに存在意義を見出した。人々に「ちょうどいい」を届けるメーカーとして、ユニークなポジションを築いている。ものづくりの企画設計から生産、組立までを社内一貫で対応しているのが強みだ。製品の安定品質や短納期実現の裏付けとなっている。

補助事業 精度良く省エネのハイブリッド型射出成形機を導入

時代とともに住宅における換気の機能は変わってきた。木枠からプラスチック、ステンレスなどの金属へと換気用建築資材の材料も変遷。一時代主力だった木枠向けの部品は、今やリフォーム用途に限られ、数も少ない。戸建て住宅では強制換気システムの採用が進み、自然換気のための“通気孔”が残るのみだ。

「S・ROSEブランド」として「他社に差別化できる商品を作りたい」。格段の高機能化でなく、ちょうどいいもの。それが「暴風雨、暴風雪にも耐えられる換気孔」だった。当初は、雨風に当たるフード部を金属で作り、プラスチック製の防風マウント本体と組み合わせるユニット式の換気孔を構想した。しかし、雨水を入れない構造を作るには、現有の樹脂成形機では精度が不足。新しい金型の製作と成形機の更新を一度に行うのは、町工場にはあまりにリスクが高すぎる。そんなときに助けとなったのが、中小企業庁の「ものづくり補助金」。申請に挑戦し、最新のハイブリッド型射出成形機を導入できた。

株式会社 眞田化鋼

代表取締役　眞田 廣幸

〒544-0006　大阪市生野区中川東1－9－2

TEL. 06－6751－4372

FAX. 06－6758－7089

資本金／10,000千円

従業員／8名

短納期　企画力　小ロットOK　量産OK　試作OK

世の中にありそうでないものを作り続けていきます

代表取締役 **真田 廣幸**

リーズナブルかつ自分たちのできる範囲で付加価値を付けているメーカーです。これからも、今までとちょっと違う、世の中にありそうでないものを作っていきたいと思います。

http://s-rose.co.jp/

具体的成果 オール樹脂で完成、生産性改善の副次的効果も大

当初、金属とプラスチックの組み合わせで構想していた換気孔の新商品は、適当な金属部品の提供業者が見つからず、オールプラスチックで実現することになった。カバーの樹脂材料には通常のＡＢＳ樹脂ではなく、耐光性、耐候性にすぐれたＡＳＡ樹脂を採用。十分に機能を満たすことが確認できた。

早速、平成２７年春に開かれた建設資材の展示商談会に出展。デザインやアイデアなど評判も良く、暴風に悩む沖縄地域での試験採用も決まった。平成２８年春の展示会ではリフォームや電設資材の会社が関心を寄せた。最新の成形機の導入は、新商品製造の効果だけでなく、工場に革新的な変化をもたらした。関西電力管内で電気料金の高止まりに悩む中、樹脂成形にかかる電気代が２０％以上削減できた。補助事業と同時に単独の投資で、中古だが取り出しロボットも購入。従来、手作業だったのを自動化でき、設備の稼働状況も改善できた。高齢化が進む工場で、大きな戦力となっている。

今後の戦略 ネットでアピール、ちょうど良いを届けるメーカーに

３年ほど前に会社や製品を紹介するホームページを作成した。ユニークな商品をつくる会社の存在を全国の顧客に知ってほしい、とエンドユーザーに対する知名度向上を期待してのことだった。これまで営業力は手薄で、付き合いのある商社などを通じて細々と展開してきた。今はホームページのほか、各種展示会にも出展するなどして、自らを積極的にアピールしていこうとしている。というのも、住宅市場は少子高齢化の進展を背景に、縮小が避けられない。仮に１０％への消費増税が実行されていれば、需要の大きな落ち込みは確実で、一気に冬の時代を迎えると業界には悲観ムードが漂っていた。

今回、同社がものづくり補助金を使った新商品開発に取り組んだのも、こうした“冬”への備えが目的だった。奪い合うパイは小さくなっても、良い商材を持ってさえいれば、持続可能な経営を目指していけると考えていたためだ。１つ特徴的な機能を入れることで「これまでありそうで、なかったもの」を作っていく。安価で便利な商品が、顧客に喜ばれて、新しい商品作りにつながる。無理のない、身の丈に合った経営規模で、世の中のちょうど良いモノを今後も作り続けていきたい考えだ。

取材を終えて

ちょうど良いモノ。それはニッチ市場にある

住宅業界では高級品と低価格品の二極化が進み、その中間に位置する市場は決して多くの人を対象にしていない。最低限の機能を満たした上で、自分に必要な機能が付加されている商品。かゆいところに手が届くものを探すのは、なかなか至難の業だ。しかし今はネット社会。ウェブ上でメーカー側の誘導さえ確かであれば、顧客は自分の欲しいものを見つけることができる。小さなメーカーにも商機が訪れている。