京阪紙工 株式会社

3層強化段ボールでつくるBtoC商品、 デザイン性高め拡販目指す

事業内容

強化段ボール製の梱包箱やパレットが主力

3層強化段ボールの加工と製品販売を主力とする。 自動車部品や工作機械部品といった重量物の搬送用 段ボール箱や段ボールパレット、緩衝材などを製造し、 国内の輸出メーカーに販売。これらが売り上げの約80% を占める。強化段ボールは通常の段ボールより厚みが あるので硬く、強度に優れ、輸出梱包用の木箱や木製 パレットに代わり利用が増えている。

3層強化段ボールを製品加工できる数少ない企業

欧米や中国などへ輸出する際、木箱や木製パレットには 害虫駆除の薫蒸処理をする必要がある。処理をしていない 荷物を受け入れない国が多くなっている。一方、段ボール はこの処理が不要で、木製よりもリサイクルが容易。重量 も軽いため、航空便では圧倒的に分があり、需要が拡大 している。3層強化段ボールを製品に加工する企業は大阪 府内でも数社しかない。同社はこの優れた素材を一般に も広めるため、BtoC商品の開発にも力を注いでいる。

京阪紙工 株式会社

代表取締役 住谷 正司 TEL. 072-873-8393 FAX. 072-873-8372 資本金/10,000千円 主な取引先/工作機械メーカー、産業機械メーカー









補助事業

インクジェットプリンタを導入、 商品付加価値アップへ

「ものづくり補助金」を活用し本社工場にインクジェット プリンタを導入。BtoC商品にユーザーや小売業者の 要望に沿ったさまざまなデザインを印刷できる体制を 整えた。住谷正司社長は「唯一無二のデザインなど意匠 面で商品の付加価値を高められるようになった と、大き な期待を寄せている。

ローテーブル 「#table」にまず採用

インクジェットプリンタでシール状フィルムに木目や金属 調の図柄などを印刷。強化段ボールに貼り、カッティング マシンで加工する。この製法を3層強化段ボール製のアウト ドア・レジャー用ローテーブル 「#table」に採用し、 拡販を進めている。さまざまな図柄にでき、マット調や 光沢仕上げも可能でフィルムの素材も変更できる。今後 は強化段ボール製の緊急非常用簡易トイレ「@トイレ」 など先行開発した商品への応用も視野に入れている。

3層強化段ボールの素晴らしさ世に広めたい

代表取締役 住谷 正司

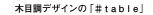
[@プロジェクト]商品は"軽くて、丈夫で、長 持ち"がコンセプトで、ブランド名には"あっ と驚かせ、あっと言う間に組み立てられる" の意味も込めています。

3層強化段ボールの素晴らしさを世に広めて いくのが使命だと考えています。



https://keihan-shikou.com/







クラウドファンディングに挑戦、大成功を収める

2017年11月に開かれた展示商談会 「中小企業 新ものづくり・新サービス展」に「#table」などを 出品した。これと併行して(株)マクアケ(東京都渋谷区) が運営するサイトでクラウドファンディングに挑戦し、 展示会のスタートと同時に、同サイトで「#table」 を売り出した。

ビジネスプロジェクトなどを支援するクラウドファン ディングで、「#table」は無地のほか、ウッドシリーズ やメタルシリーズなど図柄を印刷した10種を販売。 多くの人から支持が得られ3ヵ月の取り組みの結果、 目標額30万円に対し、想定を上回る175%の販売額 を達成し大成功を収めた。

大手家電量販店でも販売、商品浸透へ着実に歩む

クラウドファンディングはマーケティングも兼ねて おり、販売ターゲット把握のための貴重な情報が得ら れた。商品が実際にどんな人に受けるのか、世代や男女 別にリサーチできたという。マーケティング結果から、 「#table」の中の売れ筋商品は、(株)ヨドバシカメラ (東京都新宿区)が取り扱うことも決まった。現在、6つ の店舗と通販サイト「ヨドバシ・ドット・コム」で販売 されるなど、拡販に向けた歩みを着実に進めている。

今後の戦略

カラーリング技術を生かし、ラインアップ拡充進める

3層強化段ボールの複雑形状加工に対応した ことで、「@トイレ」を手始めに、バーベキューコンロ、 非常用ストーブ、イベント会場などで使われる組み 立て式舞台「@ステージ」、「#table」といった BtoC商品をさまざまに開発してきた。これら商品 は同社のブランド「@プロジェクト」として展開して おり、今後は導入したカラーリングの技術を生かし、 ラインアップの拡充を目指していく。

「@プロジェクト」商品、顧客が持ち込む企画を形に

商品開発は基本的に、顧客が持ち込む企画を形に するという姿勢で臨んでいる。住谷社長は「『こう いうものができないか」というニーズがあればすぐ に開発に取りかかり、商品化に向かう」と、顧客本位 を徹底。「#table」は趣味が登山のある銀行の 支店長の声をきっかけに開発した。「@ステージ」も ニーズを基に生み出し、大阪府枚方市の淀川河川 敷で行われたイベントで、能舞台として使用された 実績もある。

これまで、「@プロジェクト」の商品開発などは住谷 社長を中心に社内チームで取り組んできた。今後は 新事業部を立ち上げて対応することも検討する。

取材を終えて

開発力は折り紙つき、 打ち出す商品に期待

京阪紙工は国内の輸出メーカーを取引先としており、海外向けの旺盛な需要に支えられ、 業況は比較的好調に推移している。同社が手がける3層強化段ボールという素材は、優れた 機能・特徴を持ちながら、一般にはほとんど知られておらず、扱える企業も多いとは言えない。 だからこそ、住谷社長は「価値ある素材使って、喜ばれる商品をもっと提供していきたい」 と意欲を燃やす。「@プロジェクト商品」として、現在進行している複数の開発案件がある。 今後、どのような商品が飛び出すのか、非常に楽しみだ。

24 平成30年度ものづくり補助金成果事例集 平成30年度ものづくり補助金成果事例集 25