

株式会社 三栄金属製作所

パンチング材を内製化し
顧客の利便性を向上

事業内容

金型製作、プレス加工
樹脂成形の一貫生産体制

キッチンや洗面、風呂といった水回りに使われる金具など、さまざまなプレス部品を手がける。現在、水回り品は65アイテム以上を手がけ、ほかにも防水シートの留め具は月間50万個、化粧品ボトルのキャップは月間30万個を製造する。金型製作からプレス加工、樹脂成形、組立、検査まで、社内に一貫した生産体制を持つのも強みだ。日系のプレス加工業や金型メーカーが少ないベトナムにも工場を構え、海外へ生産移管する住宅設備メーカーのものづくりも支える。

「ものづくりは、人づくり」

文敬祐社長の「ものづくりは人づくり。分け隔てなく、人を大事にしたい」との考えから、平成29年に男女育児休業制度を導入し、企業型確定拠出年金にも加入した。また、ベトナムからの研修生も数多く受け入れ、人材育成にも積極的に取り組む。

補助事業

金型の自社製作を契機に業容拡大

昭和45年、アルミサッシ関連の部品製造業者として、文社長の父が大阪市生野区で創業した。文社長は昭和51年に入社。その後、文社長の弟や、別の会社で金型製作に携わっていた義弟も参画。金型を自社製造する体制を整えたことにより、本業のプレス加工の仕事も増え、企業規模が拡大した。その後も、外部から調達していた樹脂部品を内製化し、金属部品と樹脂部品のインサート成形加工も自社で手がけるようになった。

ワンストップ企業志向で顧客を楽に

文社長は「お客さまの立場に立って、自分たちがどういう仕事をすればお客さまが楽になるかを考えなさいと社内ですべて言っている」という。一つの会社で異なった種類の加工やサービスに対応できる“ワンストップ企業”を目指しており、これを経営の中心に置くことで、取引拡大だけでなく顧客との信頼関係も強くしてきた。

株式会社 三栄金属製作所

代表取締役 文(ぶん) 敬祐(けいすく)
〒544-0006 大阪市生野区中川東1-8-19
TEL. 06-6754-7682 FAX. 06-6754-7678
資本金/3,000千円 従業員/80名
主な取引先/住宅メーカー、OA機器メーカー、化粧品メーカー
主な保有設備/ワイヤカット放電機2台、NCフライス、マシニング、細孔加工機、プレス機50台、タッパ-5台
主力製品/金型、水回り金具、樹脂インサート金具、丁番・引手、OA機器部品、化粧品ディスプレイ金具

短納期
オンライン
ワンストップ
重産OK
海外対応

とことん付き合い信頼される存在に

代表取締役 文(ぶん) 敬祐(けいすく)
代表取締役 文 敬祐(山下 裕司)

取引は、一業種一社を信念としています。その一社ととことん付き合い、付加価値の高い製品やサービスを提供することで、最も信頼される存在になりたいと常に考えています。



<http://www.sanei-1970.com/>



パンチング材を使った製品

新たに導入した
プレス機

工場の様子

具体的成果

積極提案で顧客との交流が活発化

「ものづくり補助金」の支援を受けて、パンチング材を製作できる精密プレス機を平成26年に導入。これまで、キッチンの排水溝用のかごなどに使うパンチング材は規格品を使用していたため、必要なサイズに切り分けると無駄になる部分も多く、一定の在庫を抱えないといけなかったという悩みもあった。今回、オリジナルのパンチング材を製作できる体制が整ったことで、「顧客に、技術やコスト面で提案できるようになった」という。提案を受け、顧客から「こういうものができないか」と新たなオファーが舞い込むことも増えたという。

いつか BtoC にチャレンジを

今後の課題は、オリジナルのパンチング材を使って、新たな分野の顧客や市場を開拓することだ。キャンプなどで照明として使うランタンの虫よけカバーをパンチング材で作れないか、といった相談も寄せられているというが、ビジネスとして具体化するまでには至っていない。文社長は「BtoB（企業間取引）だけではなく、BtoC（企業と一般消費者間の取引）を目指した商品の開発もできればチャレンジしたい」と話している。

今後の戦略

後継者がいない加工業者の事業を継承

現在、工場は大阪市生野区と東大阪市に6拠点を持つ。トラックの荷台用丁番などを製造する花園工場（大阪府東大阪市）は平成29年秋に、後継者がおらず廃業を考えていた会社の事業を継承する形で同社に加わった。平成30年6月にはベトナムで新工場が稼働。これまでは賃貸物件で操業していたが、順調に仕事量も拡大していることから、新たに土地を取得して自社工場を建設した。

「今後、日本での人材不足はさらに深刻になる。大手企業のように自動化設備を導入すれば解決するという簡単な話ではない。ものづくり技術を守っていくためにも、ベトナムで人材を育て、日本で活躍してもらうというルートを確認しなければ生き残れない」と文社長は語る。

ベトナムに根を下ろして人材育成

文社長は昭和33年生まれ。5年後に65歳を迎えた時点で、ベトナムに生活の拠点を移すという。「ベトナム工場を側面からバックアップしたい」と控えめに語る文社長だが、国民の平均年齢が28歳と若く経済発展が著しい現地で、人材育成はもちろん、新ビジネスの展開や取引の拡大も虎視眈々と狙っている。

取材を終えて

お客さまファーストを
もう一度

平成30年に入り、「お客さまファーストをもう一度意識しよう」と社内では呼びかけているという。前年までは「チャレンジ・チャレンジ・チャレンジ」を合言葉に、全社一丸となって前進を続けてきた。高い到達点を目指して仕事に没頭するあまり、原点であるはずの顧客の姿を見失っていないか、という問いかけだ。挑戦と顧客第一主義。この2つの歯車がかみ合えば、企業としてもっと速いスピードで成長を遂げるのではないかと、感じさせる取材だった。