

Sheetmetal

ましん&そふと

金属加工の総合誌/板金・製缶・プレス・鉄鋼

特集 2015年を展望する

設備投資意欲が回復

——新春アンケート調査

板金需要業界は全体的に 横ばい～上昇の見込み

——主要業種別トレンド分析





①神戸本工場にあるショールームに展示された各種金網とパンチングメタル製品／②CFRP・板厚1mmに直径1mmの穴あけ加工した製品／③東レグループの東レプラスチック精工と共同開発したCFRTP(熱可塑性炭素繊維樹脂)をパンチングした製品を持つ奥谷智彦専務

総合金網、パンチングメタルで グローバルニッチトップを目指す

創業120年、妥協を許さない技術力 ——“We are Punchingman”

株式会社 奥谷金網製作所

老舗の総合金網メーカー

1895年に奥谷儀三郎氏によって創業された奥谷金網製作所は、総合金網メーカーとして一般家庭、建築土木、造船および各プラント工事などといった重工業からエレクトロニクス、半導体製造装置などで使用される各種金網を幅広く提供している。

国内では神戸駅前の本社のほか、明石工場、堺工場、東京営業所、姫路営業所と、計5カ所の拠点を持っている。主力工場である明石工場は、オープンして50年の歴史を持つ神戸市内で最も歴史のある工業団地、神戸鉄工団地内に立地しており、主にパンチングメタル(打抜金網)を製造、全国の大手メーカーをはじめとする多くの顧客から品質、価格ともに高い評価を得ている。また、インターネットを

通じての受注も多く、最終納入社数は数万社にのぼり、直接取引する顧客や販売代理店の数だけでも7,000～8,000社となっている。

神戸市を代表する老舗の金属加工業者である同社は、世界一を目指して技術力の向上を心がけ、社員が一丸となって努力している。2013年6月には米国・シカゴに、2014年7月にはドイツ・デュッセルドルフに事務所を開設し、グローバルニッチトップを目指してチャレンジしている。

同社の今を奥谷智彦専務に聞いた。

1895年に創業——創業120周年を迎える
——日清戦争が終わった1895年に創業し、今年で120周年を迎える老舗企業とうかがっています。

奥谷智彦(以下、姓のみ) 私の父、奥谷勝彦が5代目社長です。神戸市内には川崎重工業や三菱重工業、神戸製鋼所(コベルコ)など、創業100年超の大手製造企業が何社ありますが、中小製造業に限れば、兵庫県内で120年間、事業を継承してきた企業はあまり例がないのではないのでしょうか。当社は、創業当初から金網製造を主力に、地域密着型の企業として事業を営んできました。また、高度成長期における重工業の発展とともに、当社も1962年には神戸駅前に本社ビルを新設し、金網・パンチングメタルメーカーとして発展してきました。中でも、パンチングメタルは自社ブランド製品として製造販売を行うようになっていきました。

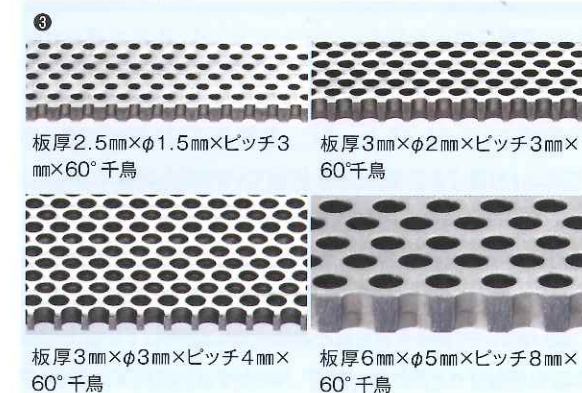
Web販売サイト「OKUTANI総合サイト」 「パンチングワールド」など

——1999年という業界としては早い時期からWebサイトを活用した営業活動に取り組まれています、この仕組みづくりを手がけたのが奥谷専務とうかがっています。

奥谷 私は学生時代から金網を切る仕事を手伝いながら学校に通い、家業がすっかり体に染みついています。ただ大学卒業後は、一度はほかの世界ものにぞいてみたいと考え、アパレルメーカーで6年間、生産管理や営業の仕事に従事しました。1995年の阪神・淡路大震災を経験し、ミレニアムを迎える2年前の1998年、28歳で会社に戻りました。アパレル業界を経験して家業に戻ると、世界が一変しました。地域密着で金網・パンチングメタルを手がけてきましたが、これからは従来のビジネスモデルでやっていけるのか、不安でした。世間では、バブル崩壊後のデフレ不況で大型企業の倒産や銀行破綻が相次ぎました。製造業でも産業空洞化が叫ばれ、家電御三家の仕事で回っていた関西の中小製造業界も、大きな変化に見舞われました。また、1995年の阪神・淡路大震災では神戸の本社ビルも半壊する被害を受け、その中で当社のこれからの事業をどうすべきかを考え、インターネットの活用に行き着きました。

——前例が少ない中、どのようなコンセプトで販売サイトを立ち上げられたのでしょうか。

奥谷 当時はまだ、製造業でWebを使った販売を行う企業は少なかったのですが、Windowsの普及でインターネットが急速に普及してきました。そこで、外部のWeb制作会社にも相談し、1999年から自社で製造する各種金網やパンチングメタルの販売サイトを立ち上げることを計画しました。その名も「OKUTANI総合サイト」。Webサイト開設の背景には「既存のお客さまを大切にしたい」という思いがありました。「お客さまが知りたい情報をどこよりも詳しく、即座に伝えるようにしたい」という考えで作成したWebサイトのコンテンツには、お客さまへの細かい気配りを散りばめました。Web



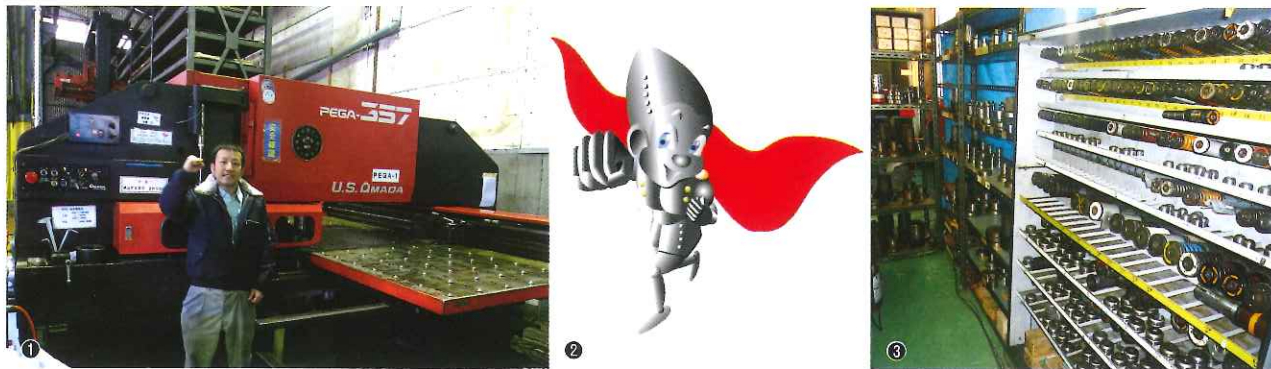
①パンチングメタル専門サイトの「パンチングワールド」。同社では各種金網の製品ごとに専門サイトがあり、計5サイト展開している
②奥谷金網製作所の神戸本社ビル。1階はショールームになっている
③同社のパンチングメタル製品「スーパーパンチング™」。材料はすべてステンレスで、板厚より小さい孔径を加工している

会社情報

社名	株式会社 奥谷金網製作所
代表取締役	奥谷 勝彦
本社	兵庫県神戸市中央区相生町 4-5-5 078-351-2531
明石工場	兵庫県神戸市西区伊川谷町潤和730-6 078-974-1907
その他の事業所	堺工場、姫路営業所、東京営業所、シカゴ事務所、デュッセルドルフ事務所
設立	1948年(1895年創業)
従業員	50名
業種	各種金網・パンチングメタル、工業用金網・スクリーン・フィルターなど
URL	http://www.okutanikanaami.co.jp/

主要設備(本社工場)

●パンチングマシン: PEGA-357Ⅱ×2台など ●パンチングプレス: 10数台 ●シャーリングマシン: H-2565、DGT-3065 ●2次元CAD/CAM: AP100/40 ●自動倉庫MARS ●パンチ・レーザ複合マシン×1台 ●レベラー ●マシニングセンタなど



①明石工場の主力設備であるパンチングマシンPEGA-357Ⅱの前に立つ福永副工場長は「パンチングマン」のキャラクターのモデル／②奥谷キャラクターの「パンチングマン」／③製品種類が豊富なため、パンチングマシンが保有する金型の種類も多い

サイト上で多くの製品を見ることができ、すぐに問い合わせができるよう工夫しました。また、各製品ごとにキャラクターを設定し、お客さまに親近感を持っていただくようにしました。今では製品ごとのキャラクターも6人になりました。

——「OKUTANI総合サイト」は製品ごとのキャラクター(商品担当)の存在によって、製品の特徴を細かく説明し、御社の取り組みや情報をきちんとお客さまに理解していただけるユニークなサイトだと思います。Webサイトに対する評価や反応はいかがですか。

奥谷 当社の取り組みや情報を積極的に更新していった結果、Webサイトのアクセス数や問い合わせ件数が日を追うごとに増えていきました。全国から問い合わせが来るようになり、「阪神間〜播磨地域」という商圏の壁を取り払うことができました。問い合わせ件数は、1日平均10件以上あり、売上も倍増しました。新規の顧客数は年間500〜700件にのびました。しかし、Webサイトからの問い合わせは手軽で新規取引にもつながりやすい一方、リピーターになっていただくのが難しい。「OKUTANI」というブランドへのロイヤリティ(忠誠心・愛着心)はそれほど高くありません。一般的にインターネットからのお客さまの傾向としては「製品」「ブランド」よりも「安さ」を求める傾向が強い。そこで当社は徹底して製品の品質をPRしました。それがキャラクターの誕生にもつながりました。現在は、パンチング金属専門サイトの「パンチングワールド」をはじめ、各種金網の製品ごとの専門サイトがあり、合計5サイトで展開しています。

ショールームの誕生

——御社は神戸本社ビル(JR神戸駅北西徒歩3分)の1階に立派なショールームをお持ちですね。外観はブティック風で、季節がら、クリスマスデコレーションも賑やかです。

奥谷 ショールームは2008年にオープンしました。目的は、インターネットというバーチャルワールドでは確認できない商

品をリアルに体感していただくこと。リピート率を高めるには、見て、触って、感じてもらうことが重要だと考えました。金網やパンチング金属などの製品が陳列された商品棚は、アクセサリ販売店のような華やかさがあります。これによりお客さまも、Webサイトやカタログだけで商品を判断するのではなく、実際に製品を見て、触れることが可能になり、バーチャルワールドとリアルワールドの相乗効果が生まれました。

「世界一の技術力」を目指し海外展開

——ショールームをオープンさせた頃から、御社のスローガンは「日本一の技術力」から「世界一の技術力」に変わりました。これもきっかけがあったのですか。

奥谷 2008年に、ドイツ・ハノーバーで開催された国際板金加工見本市「EuroBLECH」を視察する機会がありました。そこで、当社と同規模の欧州のパンチング金属メーカーが数多く出展しているのを目の当たりにし、新鮮な驚きを感じました。それと同時に、出展されているパンチング金属の品質を見て、当社の製品も欧州メーカーと真っ向勝負ができるという自信を持ち、品質に妥協しない当社の製品を欧州のお客さまにも知ってもらいたいと考えました。

——具体的には、どのような海外展開の取り組みを進めてこられたのでしょうか。

奥谷 2009年に中小企業の製品開発を支援する経済産業省・近畿経済産業局「地域産業資源活用事業計画」に認定された板厚以下の小孔径・小ピッチ(狭い隙間)加工を行った「スーパーパンチング™」を開発し、この製品を中心に海外展開を考えました。商標ロゴは現在、米国・欧州各国・日本で取得しています。2011、2012年には、国際産業見本市「ハノーバーメッセ」にブースを出展しました。板厚以下の小孔径を加工した「スーパーパンチング」は、工業先進国で需要が生まれてくる製品なので、欧州に次いで米国へも紹介したいと考え、2012年9月には米国・シカゴ

で開催された「IMTS」(シカゴ工作機械見本市)にも出展しました。ハノーバーメッセは産業全般の見本市、IMTSは工作機械の見本市でしたが、いずれも同業者に関心を持っていただき、欧米での販売に自信を深めることができました。2012年にはJETRO(日本貿易振興機構)から輸出有望案件発掘支援企業として採択され、専門家派遣などを支援していただけるようになりました。そして2013年6月にシカゴ郊外に北米事務所を開設、11月にはシカゴで開催された「FABTECH 2013」に単独出展しました。2014年3月には米国の大手パンチングメーカー・Accurateと「SUPER PUNCHING」の北米地域独占販売契約を締結しました。欧州でも2014年7月に、ドイツ・デュッセルドルフに事務所を開設するとともに、10月には「EuroBLECH 2014」に単独ブースを出展しました。今回は同業メーカーを中心に多くの来場や引合いがあり、欧州最大の有力なパンチング金属メーカーのCEOがブースを訪れ、今後、両社で交流を行っていくことに合意しました。

——私もEuroBLECHで御社のブースに伺いましたが、若い女性スタッフが見事に対応されていました。

奥谷 今回は5名の社員を連れていきました。これまでのハノーバーメッセ、IMTS、FABTECHにも社員を同行し、海外経験を積んでもらうだけでなく、同業者のブースも見て見聞を広めてもらうのと、社員のモチベーションアップにも役立っていると思います。社内でも最近では英会話の研修会を始めており、参加者も増えています。

グローバルニッチトップを目指す

——最近、経済産業省も中小製造業の海外進出をバックアップすることで、グローバルニッチトップを育成することに熱心ですが、奥谷専務のお話を聞くと、御社もグローバルニッチトップを目指されているように感じます。

奥谷 当初からそのことを目指していたわけではありませんが、経産省やJETRO、兵庫県、神戸市などの行政も積極的に支援してくださるので、それを活用させていただき、グローバル企業として欧米を中心とした工業先進国で評価される製品を今後も提供していきたいと思っています。2012年からは、金属だけでなくプラスチック(樹脂)シートのパンチング加工にも取り組んでいます。樹脂は、金属と比べ軽量化による省エネ効果があり、従来は射出成形や切削加工が主な加工方法でしたが、当社では、「スーパーパンチング」での加工技術を活かし、樹脂特有のプレス加工時



同社は昨年10月、ドイツ・ハノーバー国際見本市で開催された「EuroBLECH 2014」に出展。ブースは好評を博す

に発生する裏面のバリを極力なくしています。2013年には、CFRTP(熱可塑性炭素繊維樹脂)シートのパンチング加工を東レグループの東レプラスチック精工と共同で開発しています。CFRTPは、軽量化はもちろん、強度や耐食性、防錆性にも優れ、多種多様な製品部材として注目されています。——やはり「継続は力なり」。創業120年という歴史が御社の企業文化を育み、世界一を目指す技術力を培ってこれたのですね。

奥谷 歴史のことをあまり意識したことはありませんが、来年4月から神戸全市内の公立中学1年生が使う理科の教科書の副教材に、当社が紹介されることになりました。そこで当社を知った中学生が、10年後に社会人として巣立つときに、当社のような企業もあるということを思い出して、入社してもらえればありがたいと思います。

——ありがとうございました。



左:奥谷キャラクター「こあみちゃん」のモデルとなった女性社員の方を、「こあみちゃん」と同じポーズで撮影
右:創業年の「1895」と、奥谷キャラクター「こあみちゃん」を描き入れた社有車