

解説 1

顧客の求める「カタチ」を実現する、 組合せ技術

富士工業(株)
佐藤栄作*

当社はレンジフード（家庭用換気扇）のメーカーとして国内シェアにおいてはトップの企業である。この度、工法改善、技術開発、新商品開発を目的として立ち上げた「栄作工房」（栄作は自分の名前）、これに加え実際に当社商品の開発初期段階において「試作」という形で関わり顧客満足を第一とする技術的提案、企画する部門も加わり、特殊技術グループという職場を展開することになった。

写真1はデザインと幅サイズを可変としたレンジフード「ロレーナ」である。デザインや特性に特化すればするほど数量は見込めない。しかもサイズに対してもある程度対応可能な商品を提案した場合、それはすでにセミオーダーメイドと言える。つまり現場の数だけ種類がある、まさに1

個づくり生産である。このようなものほかの量産品のつくり方はやはり同じにならない。試作技術との組み合わせで生産対応している製品だ。

これまでも生産数量の少ない製品に対しては、タレパン、レーザ、ベンダーなどの汎用加工機を駆使して要求に近い形で製品実現を試みてきた。しかし、一般的な使用方法に留まれば差別化は生まれず価格競争に陥る。とって専用金型投資をしても採算が合わない。ではどうするか。どこの企業においても金型費、保持保全、置き場にかかる経費にお悩みであろう。それについては当社においてもまったく同様である。おそらく多くのプレス業者の悩み、問題であるはずである。だがここが差別化ポイントである。ここではそんな悩みを抱える自分も含めた方々に僭越ではあるが、筆者の試行錯誤の一端をいくつかの事例を交え紹介したい。

*(さとう えいさく)：栄作工房 工房長
〒229-0006 相模原市中央区淵野辺 2-1-9
TEL:042-753-1005 FAX:042-753-8321



写真1 幅寸法変化に対応可能製品

1 個づくりの意味と価値

ここ最近の展示会などを訪ねると目立つフレーズに気が付く。「試作」「1個から…」、それをかなえる手段に従来からの板金加工技能や技術、機械または3Dプリンターなどがある。これらに共通するのは金型をつくらない使用しない、だから短納期、低コストというわけだ。確かに試作とはそれを前提としたものだ。現物、そのものがあれば、顧客においても市場でのイメージを抱かせやすいし実際に触れ、五感に訴えることができる。