

三菱UFJビジネススクエア

SQUET

スケット

12

<http://www.squet.jp>

本誌はSQUETサイトでも読めます

2017 December

著者に聞く! 特別編

唐池恒二

企業最前線

オバナヤ・セメントックス

転機晴朗

笹崎静雄 埼玉種畜牧場(サイボクハム)

トップインタビュー

金子健作 アイビーアイ

2018年 予測と提言

特集

切り拓け、ニッポン!



NIPPON

企業最前線

純国産の天然資源にこだわり 「安い・狭い・深い」商品開発

オバナヤ・セメントックス

本社 名古屋市瑞穂区
設立 1953年4月(創業1917年)
売上高 22億5000万円(2017年6月期)
従業員数 56人

オバナヤ・セメントックスは、石灰石粉末(炭酸カルシウム、以下タンカル)を原料とした商品で、畜産飼料や建材向けに提供するタンカル・ミネラル事業をはじめ、飼料添加物や畜産機械を提供するクリーン・アグリ事業、建築・土木構造物の補修材料を提供するセメントックス事業の3つを手がける。その歴史は長く、今年4月に創業100周年を迎えた。

現在の事業は90年前、米穀商・尾花屋商店を営んでいた佐藤正晴氏(現社長の祖父)が、米の搗精(精白工程の一つ)に用いていたタンカル粉末の販売を手がけたことに始まる。その後、名古屋市で最初のアスファルト道路舗装の際、強度を高める添加剤として同社のタンカルが求められて販売が拡大。戦後はさらにその用途を建築・土木、窯業、畜産飼料などへと広がった。「タンカルは国内で採れる数少ない天然資源。しかも、さまざまな用途に使えることに着目したのです」と佐藤正徳社長(58歳)は話す。

もう一つの代表的商品が鶏や豚、

牛などの飼料に混ぜて使う「ミネゲン」だ。2500万年前の貝の化石を含む天然の鉱物で、カルシウムをはじめミネラルを多く含み、鶏が好んで食べることに注目した創業者らが商品化。1956年に発売すると大ヒット。いまも続くロングセラーとなった。

建築資材から家畜飼料まで 同一材料での用途を多様化

原料となる天然の石灰石やミネラル鉱石を採掘する山を確保していることも優位性の一つ。石灰石は三重県いなべ市、ミネラルは福島県東白川郡の採掘会社と長期にわたる独占契約を締結。原料を安定的に確保したうえで、商品開発の独自性を存分に発揮してきた。顧客の声に耳を傾け、新商品開発に邁進してきた結果、品目数は現在、3事業合わせて200種類にものぼる。最近では養牛農家に対



佐藤正徳社長

象にした子牛の代用乳自動溶解装置「ミルクメーカー楽らく」、コンクリート構造物の簡易補修スプレー「かため太郎」などが好評だ。

顧客の声を聞き漏らさず 商品化に結び付ける

現在の経営戦略は、「安い」「狭い」「深い」の3つ。「安い」とは単なる値下げではなく、「付加価値を高めるような安さの追求」を意味する。以前は、セメント(モルタル)は1袋当たり数十キログラム入りで販売していたが、最近では10キロや5キロに小分けするなどバリエーションを増やした。持ち運びが楽になり、ムダなく使い切れるため、顧客の評判もいい。



①三重県のタンカル製造工場。研究開発部門を併設した、同社の開発・製造の中核拠点だ。②③簡易補修スプレー「かため太郎」。現場の調査中に補修ができるため、建築物の調査会社やコンサルティング会社などの中で好評。④子牛向け代用乳自動溶解装置「ミルクメーカー楽らく」。畜産飼料の顧客である和牛繁殖農家からの要望に応じて開発した人気製品だ。

同様にコンクリート構造物の簡易補修剤も、ドラム缶で販売すれば1回の販売額は大きくなるが、あえて単価の低い小型スプレー缶にして「かため太郎」として販売した。少量にすることで新たな価値を生み出すことがわかった。たとえばコンクリート構造物の調査中にもし不具合が見つかった際、調査員がこのスプレー缶を持参していればその場で簡単な補修が可能になるからだ。補修作業を効率化できるだけでなく、調査作業自体の付加価値を高めることにもなり、業界で好評を得ているという。「狭い」と「深い」は、商品のターゲットを絞り、専門化することである。「ひところは大手に伍して受注額の大きい事業に走った時代もありましたが、結局は身の丈に合わずに失敗した苦い経験があります」(佐藤社長)。こうした経験から、いまではマスマーケットは追わず、他社がやらないニッチ市場に活路を求めることにした。その代表的な例が、酒造会社と共同開発した「ドライTMR飼料」という商品だ。牧草や配合飼料に焼

酎粕を加え、ミネラルなどの栄養剤を混ぜて乾燥させた飼料で、九州や離島の和牛農家を中心に出荷している。離島では飼料を本土から入手するだけで手間とコストがかかるため、保存性の高い飼料が欠かせないのだ。

同社は企業規模からは想像できないほど専門性の高い商品を生み出す。その秘密は、顧客の悩みを漏らさず吸収し、確実に商品化に結びつける営業姿勢が全社員に染みついてきていることだ。「いまでは私が号令をかけなくても、新商品のアイデアが次々と出てくるのです」と佐藤社長。今後も地道な商品開発力を大事にしながら、ニッチ市場を貪欲に開拓していく考えだ。

石灰石(炭酸カルシウム)を原料とする商品を取り扱い、さまざまなアイデアを取り入れて事業を多角化。お客様のニーズに応じていく姿勢が支持され続けて、今年創業100周年を迎えられた企業様です。

●銀行取引店
三菱東京UFJ銀行
平針支店
支店長
石塚雄志



取材・文◎森野進 撮影◎伊藤卓哉