

Vol.  
07  
2021  
September

# 十 OHハCO おはこ 番

中小企業による、中小企業のためのビジネスメディア



伝統産業で新たなニーズを生み出す  
アイデアと手法



OHACO WEB



中小企業約5,000社に直送！

## 経営者が読むべきビジネス情報誌

FREE

### CONTENTS

03	特集	有限会社大橋量器 伝統産業で新たなニーズを生み出す アイデアと手法
07		強運会計士の「目から鱗」経営 秘伝の売上増加方法を教えます ITに強い敏腕若手税理士のすぐ使える旬な税ニュース コロナ禍だったけど税収は過去最高？
08		中小企業の経営にまつわる悩みを法的に解決！ 藤田弁護士法律相談所 従業員が新型コロナウイルス感染症のワクチン接種に消極的です
09		最期の1%まで幸せに生きる 一人ひとりの居場所がここにはある ——いのちの輝き
10		ビジネス高速化委員会 大阪の仕事が岐阜です、岐阜の仕事を福岡です話
11		こころと身体健康増進室 ワレнда要因
12		わたしのコレ推し 予想できない展開が魅力！ジャルジャル
13	特集2	社労士として中小企業の未来を見据える 社会保険労務士法人 とうかい
15		SMC-POWER制作事例紹介 株式会社大原自動車学校
17		B to B 掲示板
18		プレゼント

OHACO  
公式 SNS



YouTube にて  
配信中！

ビジネス知識をアップデート！



OHACO TV

おすすめビジネスツールの紹介

企業のビジネス事例紹介

最新ITトレンド情報解説の

役立つビジネスグッズの紹介



吉本昌史



太田明子

株式会社 SMC-POWER  
コンサルタントも応援出演！

ぜひご覧ください！

即効・便利なツールを  
ご紹介します！

Akari  
Tsuchiya

土屋 明梨

2021年3月 梶山女学園大学教育学部 卒業  
2021年4月 株式会社SMC-POWER 入社  
コンサルティング課配属

WEB・SNS・コンテンツマーケティングや動画  
企画を得意とし、入社2カ月で10本の動画と、  
各企業に向けた企画書を8つ作成。若い思考と  
知識への貪欲さを武器に、SNSを活用した顧客  
視点でのマーケティング戦略を得意としていま  
す。企業における「これって何だろう？」「誰に聞  
いたら教えてくれるのだろうか？」を解決します。

Masato  
Itabashi

板橋 正人

2021年3月 名古屋学院大学商学部 卒業  
2021年4月 株式会社SMC-POWER 入社  
コンサルティング課配属

学生時代、企業とタッグを組み「売上をアップさ  
せる」為の施策を提案し実施。その経験を活かし、  
企業戦略の分析、WEB広告、マーケティング戦略  
を得意とします。さらに現在は、次なる分野のス  
ペシャリストとなるべく、新たな勉強を始めまし  
た。探究心と情熱を武器に、企業の“できない、わ  
からない”を“できた！わかった！”へと導きます。

OHACO TV

右記よりご視聴ください！



Youtube



OHACO TV ご視聴はコチラから！  
チャンネル登録・いいね お願いします！

C-POWER  
Group  
株式会社  
SMC-POWER





## 伝統産業で 新たなニーズを生み出す アイデアと手法

取材・文 笹田理恵

うちは酒造メーカーとのつながりが弱く、売り上げが落ちていました。先代の父親から売上1億と聞いていたのに、私が継いだ1993年には5600万まで落ち込んでいました。

1年商が半減した状態での継業には苦勞があったのでは。

全国営業で酒造メーカーに直接出向きましたね。4年後には売上が8000万を超えたので「枘酒の需要はまだある」と思っていたんですが時代の流れで酒の楽しみ方が変わり、枘の需要が縮小して5年目から下降。これで決定的に業界が衰退すると分かり新しいチャレンジをせざるをえなくなりました。

強い危機感を感じてすぐ、新しいものづくりを始められたんですか？

8年目でも違う業界での枘の活用方法を悶々と考えていましたが全く良い案が浮かびませんでした。枘がインテリアにならないかと考えながら東京に出向き、雑貨店で商品タグを見て提案先を探し、試作品を持って各社に飛び込んだりしました。

1手探り状態で新しい商品開発が進み始めたんですね。

最初は、提案先で採用されて漆塗りの枘を作りました。漆を塗る技術はなかったのですが、とんとん拍子で話が進み、東京ギフトショーのメイン商材に。初めて違う業界で成功できそうなイメージを持てました。

しかし、1000セット程度の注文を

予想していたのに3000セットの受注で困ってしまった。死に物狂いで中古設備や人を集めたけれど品質や納期がうまくいかず、結局は返品の手。何百万の大赤字でした。

新しい枘の開発は軌道に乗らなかったんですね。

自社の強みを生かしながら横展開するのがセオリーなのに、「塗り」という経験のないスキルに手を出したのは大きな反省点でしたね。

しかし、世の中が独自のオリジナル商品を求める流れに変わり始めていると気付いたんです。特注への問合せが増え始めた頃に取り組んだのが「N O」と言わない営業。製作機械と合わない特注品も手作りで何とかしました。

1特注品での挑戦で印象に残っている商品は？

大分のお寺から「八角形の枘を30個作って」と言われた時はさすがに断ろうかと思いましたが。新たに機械パーツを作るなど多額の費用がかかる上、10回やって1回成功するような状態でしたね。でも、それを納めることができて、今も八角形の枘が商品として売っているのも無理してやった経験が生きていると思います。

1お客様のニーズに挑戦することで、自社のスキルが高まるわけですね。

その後、漆塗りの問合せも増えました。失敗したのは3000個だけ50個なら大丈夫など具合が分かり、弱みだった

## 大橋量器 株式会社

節分の豆まきや酒器として使われる「枘」の生産量は、岐阜県大垣市が全国の8割を占めています。生活様式の変化などで枘業界の需要は落ち込みつつある中、新しい枘の使い方を提案し、ニーズを生み出し続けている大橋量器の大橋博行代表に話を伺いました。

商材も時間が経って強みになります。

こういった商材が工場にたまっているのでも何とかなしたいと工場の一角に店舗を作りました。店があることで外部からうちを理解してもらえる窓口ができました。

メディアに取り上げられ、

新たな枘の価値観を発信

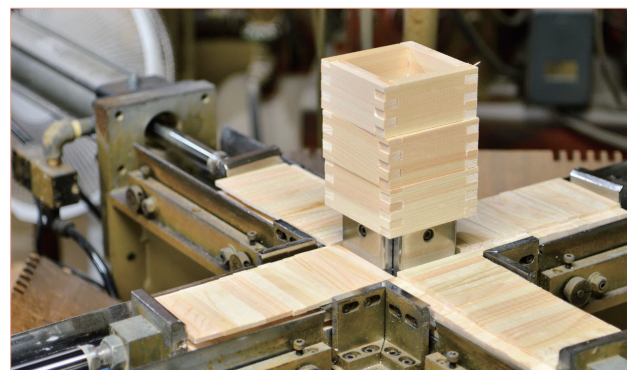
1店舗ができたことで、テレビや新聞などマスメディアから注目されるようになりました。そのきっかけは？

店舗工事中にテレビ局の方がたまたま訪れて「枘を売る店を作る」と伝えたら目の色が変わったんです。その時は直近の撮影日にとにかく間に合わせるよう、急ピッチで店を仕上げました。

その後も旅番組のロケが偶然に前を通るなど、店ができてすぐ人気番組で立て続けに取材されました。「私たちが作った物を何とか見てもらいたい、買ってもらいたい」という思いがそういう結果につながりましたね。

1その後、世界的ファッショブランドの「ポールスミス」で自社商品が販売されるなど枘の可能性が一気に広がります。

カラフルなキッチングッズが流行した時期に「枘もコスメしよう」という合言葉で開発した「カラー枘」ですね。枘にカラフルなグラフィックを印刷した商品です。



1大垣市で1950年に創業。枘メーカーとしては、後発でしょうか？  
大垣市で枘づくりが始まったのは1890年。最盛期には市内に9社の枘メーカーがありましたが、うちは後発です。我々が始めた頃は、農業で枘が計量器として必要だった時代なので、1950〜1960年代ははかりで生計を立てていました。しかし、法改正ではかりの検定が簡略化された後は、大手酒造メーカーが枘を日本酒の販促品として打ち出したことをきっかけに「枘は日本酒を飲む器」とニーズが変化します。

1酒器としての需要は、大手メーカーが戦略的に打ち出したものだったんですね。

### 会社概要 Company Data

【所在地】岐阜県大垣市西外側町2-8  
【創業】1950年  
【年商】2億7千万円(2019年度)  
【従業員数】28名(2021年8月現在)  
【URL】<http://www.masukoubou.jp/>

大橋量器 公式HP  
こちらから

