

今回は、奈良県大和郡山市にある岩崎工業株式会社（奈良支部）の岩崎 能久 社長を訪ねました。

製品について

当社が扱っている製品は家庭用の食品用密封容器から弁当箱、冷水筒、醤油差しやペールなどの水周り・キッチン用品、また、園芸用品等を扱っております。当社では、「TRUE BASIC」をキ

ーワードとしており、お蔭様で昔からのスタンダードなロングセラーもありますが、その「TRUE BASIC」に基づきつつ、「Always New」「Something New」、「創る」「製る」を心がけ、商品開発に注力しております。

社 名	岩崎工業株式会社 (IWASAKI INDUSTRY INC.)
住 所	奈良県大和郡山市額田部北町 1216-5
電話/FAX	0743-56-1311/0743-56-1316
資本金	4億 9,060 万円
設立	昭和 47 年 4 月 1 日
年間純売上	32 億 19 百万円
事業内容	プラスチック家庭日用品及び園芸用品の製造販売

商品開発に関する 4 つのキーワード

私は商品開発の業務に携わっていた期間が長かったので、社長となった現在も商品開発優先の思考となります。いつも商品開発において考えることは、新しい素材、新しい機能、新しいフォルム、新しい製造方法、です。

については、劇的な物性をもったノーベル賞的な素晴らしい樹脂を開発する作業ではなく、樹脂独特の「混ぜ合わせの妙」により、よいところだけを引き継ぐ「優性遺伝」のような地に足をつけた素材作りを心がけています。は、例をあげると、耐久性と衛生面と軟らかさを兼ね備えた密封できる容器で、さらに蓋をとらずにレンジできるものを製作しました。レンジをする際ラップがいらないので手間がかからずゴミが出ないエコ問題も視野にいれています。さらに、お客様が直接手にしてお使いいただくものですから、商品に安全、安心を満たすのは当然だと考え、安全性を証明する「電子レンジ容器検済ラベル」(日本プラスチック日用品工業組合)をすべての商品に貼っています。シール単価、全品への貼付工賃も含めると相当なコストとなりますが、安全性の証明には代えられないと考えています。安全性へのこだわりは、それだけでは

なく、耐熱温度等については、試験片ではなく、仕上がった商品そのもので実測テストを行う、ということで徹底しております。 については、デザインはもちろんのこと、我々の考える「フォルム」とは、使い勝手も考え、例えば容器を洗う際に洗い易いようにコーナー部分を丸くしたり、容器の縁を大きくして、レンジ加熱した際の持ちにくさを解消したりと、デザインを損ねることなく、使い勝手を工夫しております。

は、例えば、軽量の水筒を作ろうとして、肉薄でありながら、耐熱性も必要とするため、インジェクションブロー成形を使用したりと、上記のような新しい素材を使って、新しい機能、新しいフォルムを持った製品を作るために、従来の製造方法、既存の設備にこだわらず新しい作り方にも取り組む、ということです。

「TRUE BASIC」ということ

商品開発の際、気をつけなければいけない点は、「TRUE BASIC」すなわち商品の充足を確認した上で、ものづくりに携わる者としてのフィールドを忘れないことが大切です。以前、キャラクター物の立体製氷器を作ったのですが、発売した年にもものすごく売れたので他のキャラクターでも作って大量生産したものの、次の年は全然売れずに在庫の山ということがありました。後でわかったことですが、流通の段階では好評で売れていたが、消費者の段階では売れていなかったようです。充足された商品ではなく、外面に頼ったものであったためだと思います。

つまり、キャラクター物の商品を作る際に心がけていることは、キャラクターだけに頼らないで、自分達のベーシックな商品を基本に考えるということです。高品質+高付加価値を充足した商品とした上で、さらにキャラクターという付加価値をつけるのです。キャラクターだけでもある程度売れますが、長続きしないと考えています。

業界では先発が有利です。商品開発する際には人の後を行ったら大きな魚はいないと考え、「TRUE BASIC」という考えを包括しつつ、半歩ずつでも前に進みながら、今まで世の中になかった商品で消費者に驚きを与えていきたいと考えております。

私が目指す会社創り



本社ショールーム

日用品分野のものづくりは、日本がナンバーワンだと思いますが、コストだけを見ると中国やインドには勝てないので汎用品的な売り方はやめていこうと思っています。例えば、肉薄で軽く、しかも耐熱性もある素材を用いた製品を製造します。特殊な素材の為材料費は高いが、その分高く売って商品の存在感を出す、そういった他にないもの、オンリーワンかつグローバルワンな商品作りをしていこうと思っています。

今まで5W1Hという言葉が使われてきましたが我々の議論は6W3Hでやっていかなければならないと考えております。もう1つのWは「Why(なぜ)」、もう2つのHは「How much(いくら)」「How many(いくつ売るか)」です。

また、マーケティング議論の際の3つの柱として、作りきれますか?(考えられますか?) 売れますか? 儲けられますか?、の3点が非常に大切であると考えます。

やはり、社員が自社の商品に自信が持てる会社になりたい。自社の製品に対し、こんな商品は駄目だと思っていただけないと思います。会社も製品もオンリーワンでナンバーワンを目指す。そんな会社創りをしていきたいと思っています。

協会への要望について

原油価格が上昇し、材料メーカーから原料値上げ要求が相次いでおりますが、協会でまとめて材料を購入するような仕組み作りはできないものかと思えます。もちろん、会員企業によって使用するグレードは違うでしょうが、特殊なグレードは各社でブレ



ンドすればいいので、多くの会社が賛同する基本的なグレードを共同購入できるようにして、原料仕入れ価格を下げることであれば組合参画のメリットも出ると思えます。

ありがとうございました

取材：事務局 山本・芹澤