

シリーズ

“キラリ企業”

の現場から 第68回

当社の支援サービスをご利用いただいている元気企業を紹介する“キラリ企業”の現場から。第68回目は二輪車用品の独自ブランド(ブランド名:AF)を展開しながら、ホンダ、ヤマハ、スズキの二輪車メーカーへOEM供給も実現している株式会社旭精器製作所を紹介します。今回は、3代目社長の古屋忠男氏にお話を聞きました。中小企業設備リース事業(注1)をはじめとする公社の支援メニューをご利用いただいています。

老舗の二輪車用品メーカー「旭精器製作所」の挑戦

株式会社 旭精器製作所

「明日必要なものを作る」を
経営理念に創業

株式会社旭精器製作所の前身は、1920年代に初代社長の古屋恵章氏が、当時普及し始めたセルロイド製の文房具・日用品の製造販売を行ったことが始まりである。当時の日本は、天然樟脳を原料とするセルロイドの製造が盛んであり、昭和初期には世界の生産の4割を占める産業に成長。同社も「明日必要なものを作る」という経営理念のもと、順調に成長していった。



株旭精器製作所 本社

戦後は、恵章氏が考案した蛍光灯用の虫取器(蛍光灯に追加で取り付け、光に誘われた虫が薬剤の中に入るというもので、不燃性のプラスチック製であった)が全国的なヒット商品になり活況を呈した。しかし虫取器は夏場に集中して販売される季節製品であったため、生産閑散期の穴埋めとして二輪車用品の製造を開始するようになった。

その後、ホンダのスーパーカブの登場により急速に拡大する二輪車業界の発展性に着目。昭和35年に二輪車用品の専業メーカーとなり、風防、サイドバック等を製造する現在の体制となっていった。

自社ブランドの展開と
メーカーへのOEM供給

二輪車用品メーカーとなった当時の話を聞いたところ、

「二代目社長の古屋剛司(現会長、現社長の兄)が中心になって二輪車用品メーカーに移行しましたが、当時の二輪車は本体のみで売られており、風防などの用品は後付けでしたので大変良く売れました。このときの移行や、その後のOEM供給の判断など、会長の目の付けどころが間違っていなかったということですね」と答えてくれた。

当時の二輪車及び用品の販売では、メーカーによるディーラー網や純正用品がなく、個人商店での販売が主力であった。有力な問屋をおさえたことで全国の販売店で同社製品が売られるようになり、同社のブランドが確立されていった。特に、昭和45年にホンダが製造した白パイに同社のサイドバックが採用されたことも、同社の知名度が高まる一因となった。

しかし、市場に変化が訪れたのは1970年代のスクーターブームである。各メーカーともスクーターの販売に力を入れ競争が激化。また、低価格化により新たな収益源の確保が必要になっていた。そこで、販売台数の増加で魅力的な市場となりつつあった用品市場にも目が向けられ、各社が純正用品化を進める戦略をとるようになった。同社は、メーカーの進出による業界の変化を予測し、自社ブランドに固執せず、二輪車メーカーへのOEM供給に柔軟に対応していった。

その後、業界内ではメーカーによる販売店の系列化が進み、メーカー純正用品しか扱えない販売店が増えた。自社ブランド製品は、二輪車用品の専門業者やインターネットでの販



AFブランドのチャンピオンバッグ

売が中心となり、現在では、自社ブランドとOEMの販売比率は、4:6と、自社ブランドが下回るようになった。一方、OEMでは、大手3社(ホンダ、ヤマハ、スズキ)の1次メーカーの地位を確立し、安定的な受注を確保している。

自社のノウハウを積み上げて

風防などの用品製造は、一見競合が多い厳しい業界のように思われるが、実は参入障壁が高くニッチな業界だという。それは、メーカーの安全基準、品質、コストなど要求が厳しく、極めて高度なノウハウが必要なためである。



AFブランドの風防

まず材料については、以前は硬質塩化ビニル板を使用していたが、ダイオキシン類の発生源として社会問題となったため、現在では、ポリカーボネイト板を使用するようになった。ポリカーボネイト板は、警察で使われる盾に使用されるほど衝撃に強く、透明であることから、二輪車用品に最適な素材である。しかし、材料の温度等の条件管理や成形が難しいなど、扱いにくいところがある。そこで同社では、二輪車用品の製造に適した配合を化学メーカーと共同で開発して、同社限定の原料を特別に供給してもらい対応している。

また1990年代には二輪車用品にも実用性のほかデザイン性も求められるようになり、3次曲線での加工が必要となった。しかし当時は、合成樹脂加工用のNC工作機が市場になかったため、同社は機械メーカーと共同で専用のNC工作機を開発して、第1号機として納入されている。

このように、求められる条件を達成するためにあらゆる努力を行うという姿勢が、同社の競争力の源泉である。このほかにも、さまざまな生産方法の改善を積み重ねて、品質・コストなどの諸問題をクリアしてきた。

業界の変化と今後の展望

しかし、日本国内の二輪車販売台数(注2)は、昭和57年に328万台でピークを迎えたのち減少傾向が続き、平成22年には38万台と約1/9に縮小している。一方、同じ年の海外市場の総需要は6,000万台、日本メーカーによる海外生産台数は既に1,300万台(国内の生産台数は66万台)である。業界のこの大きな変化をどのように考えているのか聞いてみた。

「最近の日本国内の二輪車販売はほぼ横ばいであり、それに対応した生産体制をとることで利益の確保を考えています。幸い、OEM供給品がメーカーを通じて国内外に販売されることもあり、今後も一定の売上があるでしょう。ただ、これだけではメーカーに依存することになるので、現在は二輪車用品を製造することで積み上げたノウハウを生かし、合成樹脂加工の専門業者として様々な開発プロジェクトに参加しています」

同社は、平成6年に郵便事業株式会社(当時は郵政省)に採用された、二輪車用の集配ボックスの開発プロジェクトに参加している。試作段階からノウハウを提供して協力を行い、採用後は、集配ボックスの製造を一手に引き受けて、累計12万台の出荷を支えた実績を持つ。

また、二輪車用品以外にも、合成樹脂の加工技術を評価され、車イスのスポークカバーや幼稚園向けの看板、遊具の生産も引き受けるようになった。特に、高密度ポリエチレンを使用した製品は、軽くて丈夫で腐食せず、多様な形状の製作に対応でき、着色が自由なことから、様々な用途での使用が見込まれており、今後の収益の柱となりそうである。こうして自社外の開発プロジェクトにも積極的に参加し、これまで培った技術を元に邁進する同社は、試作開発・短納期・小ロット生産など多様なニーズに対応し、既に開発メーカーにとって重要なパートナーとなっている。しかし現状に満足することはなく、昨年秋には、公社の中小企業設備リース事業を利用し設備導入に踏み切った。導入したのはCAD・CAMシステムで、設計・試作から加工・アッセンブリまで一貫して対応できる体制を強化するのが目的だ。これにより、持ち前の技術力に加え顧客への提案力もさらに磨かれていくだろう。これからますますのご活躍を期待する。

(設備リース課 稲葉隆二)

(注1)東京都の補助により、公社が運営するリース制度。中小企業の皆様の経営基盤強化や温暖化対策に役立つ設備投資をサポートしています。

(注2) (社)日本自動車工業会「二輪車販売台数(国内端末販売店向け出荷台数)」より

企業名:株式会社 旭精器製作所
 代表者:古屋 忠男
 資本金:5,000万円 従業員数:25名
 本社所在地:東京都足立区舎人2-16-21
 TEL:03-3853-1211
 FAX:03-3855-5549
 URL:http://www.af-asahi.co.jp