

挑戦は、あなたの隣からはじまっている。

～挑戦する企業事例集～

2026年2月18日
中部経済産業局

「オリジナル商品を持ちたい」という思いが、フローズン飲料の常識を覆す

「日本一の有限会社、メーカーになりたい、オリジナル商品を持ちたい、形にできる技術はあるから活かしたいと思い続けてきた。コロナで現場が止まった時、休業申請すれば皆を休ませられるが、逆にその期間を使って開発する決断をした。（常務取締役 杉浦 義彰氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・自動車部品の組付けを主な事業として発展。事業継続のためには人手不足を見越した少人化が必須と考え、競合他社に先駆けて設備投資を開始。
- ・経営が苦しい時期は競合他社が設備投資しない時期でもあるため、このような時期に設備投資をする戦略で、いち早く取引先のニーズに対応出来る体制を整えてきた。量産品メーカーとして品質保証する能力を高めるかたわら、並行して試作事業にも参入し、取引先に改善提案できる力を養った。
- ・かねてからオリジナル商品に挑戦したいとの思いがあり、プロレーサー向けドライブシミュレータ「DRiVe-X」のハードデバイスや過冷却状態を長時間作り出すことができる過冷却飲料水製造機「SLUSHYICE（スラッシュアイス）」の開発を実施。いずれも事業化し、顧客提供実績あり。特に、SLUSHYICEは、自動車ワイパーの動作機構にヒントを得て液体に半回転運動を加える機構を確立し特許申請。衝撃を加えることで一気に液体をフローズン状態にするパフォーマンスは、スポーツ観戦イベント等で好評を得ている。メディア露出や猛暑の影響により、2025年は前年比3倍を売上げた。

○今後の展開

- ・小型で廉価なSLUSHYICEを開発し、バーやカフェ等への導入を目指す。



SLUSHYICE（出所：(株)杉浦HP(http://sugiura.co/?page_id=6170))



ドライブシミュレータ DRIVE-X（出所：(株)杉浦HP(http://sugiura.co/?page_id=4823))

<企業情報>

所在地：愛知県岡崎市合歓木町字郷東190-1

代表者：代表取締役社長 杉浦 彰

創業：1997年

従業員数：103名

資本金：500万円

事業内容：自動車用金属部品加工、製造

HP：<http://sugiura.co/>

菱輝金型工業株式会社

「飛び込んでいく精神」で自動車から航空機、核融合設備へと事業分野を開拓

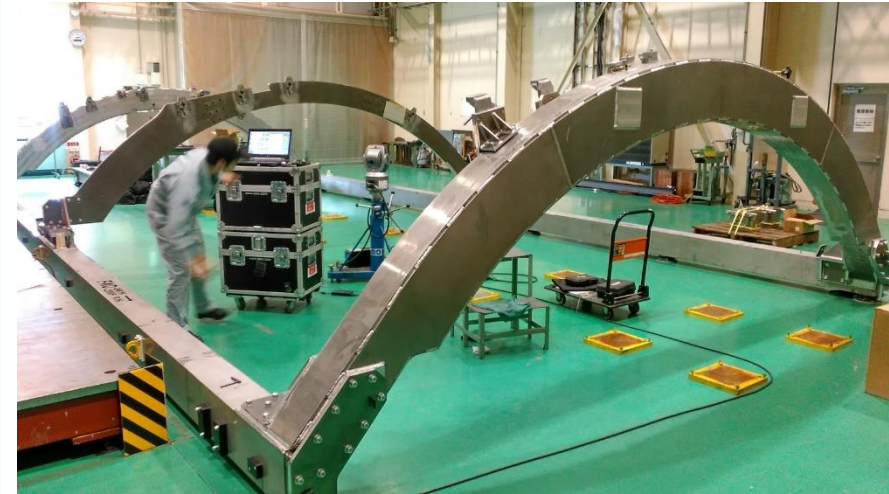
「値決めできない仕事ばかりでは、長く会社を続けられないと思い、若さ故の無謀さもあって、徐々に業態を変えていった。飛び込んでいく精神が一番。航空機の会社に飛び込み営業をかけ、テロを警戒した守衛に止められたこともあった。（代表取締役社長 原 康裕氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

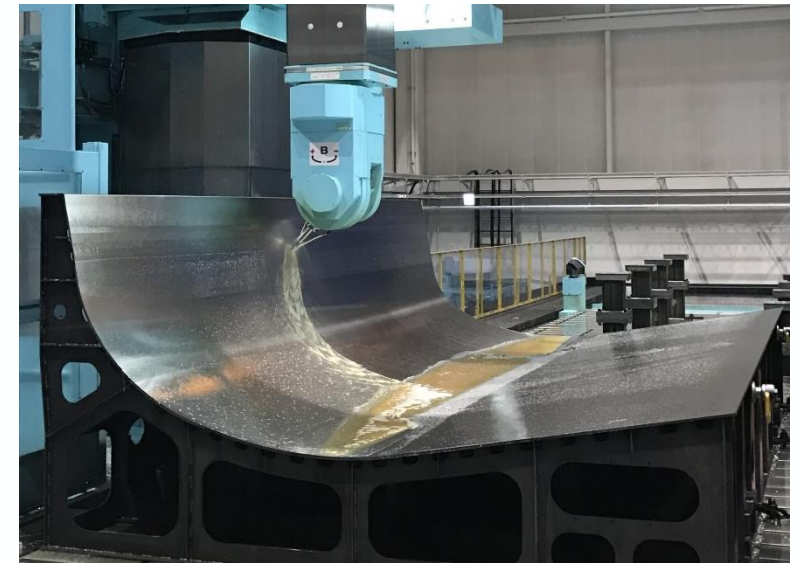
- ・自動車向けプレス金型の会社として創業。自動車関係が売上の8割を占めた時代もあったが、金型の付加価値が認められにくく、価格低減要請の渦に巻き込まれることや、部品共通化による需要減少に危機感を抱き、徐々に新規事業分野を開拓。
- ・大物金型や組立治具等を製作できる強みを活かし、新たな事業の柱として航空機向け金型・部品製造事業に参入。当初は飛び込み営業で仕事を取り、大企業と競合しない50億円以下の規模の市場を狙って事業を拡大し、航空機複合材分野においてトップシェアを獲得。参入当初は現場の大ブーイングがあったが、成功・失敗体験を多く積む中で、「面白そうなのでやってみたい」と応じる人材が育つようになった。
- ・着実な成長の中でも幾度となく危機を経験。特に、2021年は海外航空機メーカーの品質問題や新型コロナウイルスの流行などが立て続けに発生し、トップシェアを維持していても「何も仕事がなく、作りたくても作れない」状況に直面。新幹線、レーザー加工機の量産部品やインフラ向け工業製品など、仕事の幅を広げることで勝ち残っている。

○今後の展開

- ・継続して新事業分野を模索。研究施設への飛び込み営業がきっかけとなり、2024年から核融合のベンチャー企業との共同開発を開始。核融合設備の製品の切削設計に携わる。



航空機組立用治具(全長9m) (出所：菱輝金型工業(株)HP (<https://recruit.ryoki.co.jp/works/#caset3>))



航空機のドアパネル生産用金型(全長6m)
(出所：菱輝金型工業(株)HP (<https://recruit.ryoki.co.jp/works/#caset3>))

<企業情報>

所在地：愛知県一宮市多加木二丁目8番21号
代表者：代表取締役社長 原 康裕
創業：1954年

従業員数：130名
資本金：5,000万円
事業内容：航空宇宙関連事業、産業機器部品製造等
HP：<https://www.ryoki.co.jp/>

2度の経営危機を乗り越え、自動車部品から洗顔グッズまで幅広い商品を生み出す

「泡立て器が売れて儲かっていると思うでしょ、でもそれだけじゃない。時間をかけて作って、全くウケなかった商品も沢山ある。それでも「これを使った誰かが喜んでくれるかな」と考えながら、失敗を恐れず挑戦していくしかない（代表取締役 鳥越 豊氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・自動車用樹脂部品の試作品製造会社として創業し、度々危機を経験。1度目の危機は創業10年目、売上の95%を占めた取引先の仕事がゼロになり、1社依存の危険性を痛感、社長自ら足で稼いで取引先を開拓し、現在は月平均35社と取引を行うようになった。
- ・2度目の危機は、1998年頃から始まる試作レスの流れ。同社は90年代まで自動車業界にほぼ依存した形で試作をメインに事業を展開していたが、CADが浸透し、試作品がなくてもデジタル空間で製品評価を行うことができるようになった結果、受注量が激減。自動車オプションパーツの設計・製造に取組み自動車分野での事業領域を拡大すると共に、美容・生活関連雑貨の開発に取組み、異分野の売上比率は全体の3割まで上昇。
- ・美容・生活関連雑貨の大ヒット商品となった洗顔泡立て器は、濃密な泡立て機能がウケて累計販売200万個を突破。不織布マスクの内側に装着し口とマスクの間に空間をつくるマスクフレームは、半年で60万個を売上げ、2021年グッドデザイン賞を受賞。スタートアップの想いに共感し、障がいの有無に関わらず使える幼児向けチェアの開発にも協力。

○今後の展開

- ・環境配慮として資源循環を志向し、廃材を粉末化し樹脂とブレンドするフリーブレンド事業を立ち上げ、粉殻や卵の殻など多様な廃材を活用した新商品開発に取組む。



洗顔専用泡立て器「あわわプチ」
(出所：awa hour HP (<https://awahour.jp/>))



IKOU ポータブルチェア(出所：(株)鳥越樹脂工業HP
(<https://www.torigoejyushi.co.jp/service/story.html>))



フリーブレンド事業の製品群
(出所：中部経済産業局note (<https://chubu-meti-gov.note.jp/n/nb5971b3c0798>))

<企業情報>

所在地：愛知県一宮市平島二丁目6番20号

代表者：代表取締役 鳥越 豊

創業：1984年

従業員数：130名

資本金：1,500万円

事業内容：自動車用樹脂部品の試作、試作金型

HP：<https://www.torigoejyushi.co.jp/>

株式会社加藤数物

ものづくりの楽しさを伝えたい。町工場の挑戦が創造する学びと共創の輪

「若い世代はものを触って、道具を使って、ものづくりをすることを楽しむ経験や機会が減ってきている。企業理念に立ち返り、ものづくりを通して五感を使ってものをつくる充実感や人と人とが繋がる喜びを伝えたい。（代表取締役社長 加藤 晶平氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・1932年に木製の三角定規やコンパス等の数学や物理の学校教材の製造会社として創業。
- ・自動車部品プレス加工会社に姿を変えた後、自動車業界を取り巻く環境が変化中、市場の縮小や価格等の裁量権が限られる下請けとしての立場を懸念し、新事業に挑戦。
- ・創業のルーツである教育への強い思いから、「ものづくり+ひとづくり」をコンセプトに、スプーンやフォークを作るワークショップ事業を実施。ものづくりに触れる機会が失われつつある中、ものづくりに学び、ものづくりを通じて人と人が繋がる場を提供。各種イベントへの出展、出張講座、企業向けの研修等が好評で、5000人以上が体験。
- ・自社ブランド「k+（ケイ・プラス）」を創設し、小型で軽く熱伝導性に優れたアルミ製の「k+ minispoon」を販売。更に、木材を繋いで半球型のドームを組み立てる金具も開発。「ヒトデ」のような形で「人の手」を使い協力して組み立てることから「hitode bracket」と名付けた。犬小屋やキャンプでの使用等、想像力によって無限に作る楽しさと用途が広がり、工務店からの新たな接合部品の製造依頼など新分野展開にも繋がる。

○今後の展開

- ・当社の技術や可能性を知るきっかけとなり、会社全体に相乗効果を生み出していく新商品の輩出に取り組んでいる。また、ワークショップ事業や小学校の校外学習を受け入れるなど地域に開かれた工場を目指していく。

<企業情報>

所在地：愛知県豊川市足山田町西川94

代表者：代表取締役 加藤 晶平

創業：1932年

従業員数：15名

資本金：600万円

事業内容：金属プレス加工

HP：<https://kato-suubutu.com/>



ワークショップで作られたスプーンやフォーク

(出所：(株)加藤数物HP
(<https://katosuubutsu.wixsite.com/monohito/workshop>))



k+ minispoon
(出所：(株)加藤数物HP
(<https://k-plus.amebaownd.com/>))



hitode bracket
(出所：(株)加藤数物HP
(<https://hitode-bracket.com/about>))



hitode bracketを活用して組み立てた半球ドーム
(出所：(株)加藤数物HP
(<https://hitode-bracket.com/about>))

より高度な事業に挑戦したいという思いが、人工衛星となって宇宙へ飛び立つ

「小学生の頃は、祖父母がくれたホビーPCのプログラミングに夢中だった。幼少期に他界した父に代わり、大学を出てすぐ会社に入ってから、コンピュータが好きで、「より精度や管理が求められる分野に挑戦したい」と思っていた。（代表取締役社長 石川 実良氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

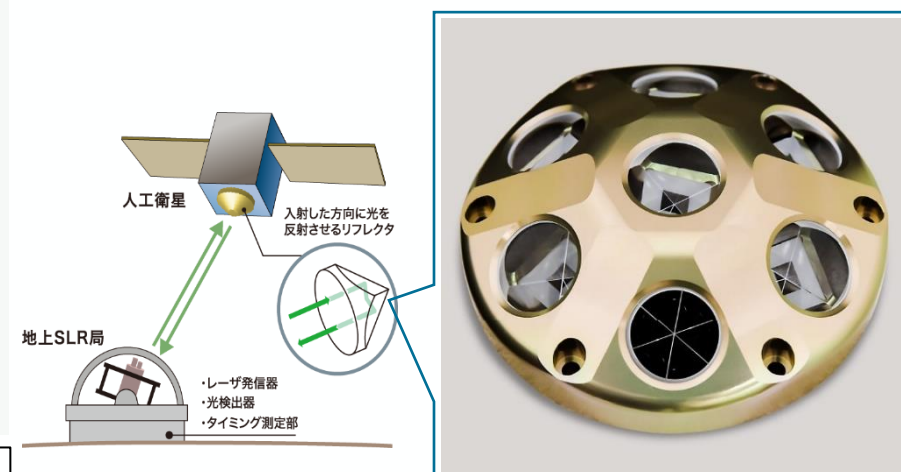
- ・三州瓦の産地で瓦金型メーカーとして創業。多品種小ロット生産に対応した瓦製造装置の設計・製造に取り組んで提案力と品質保証の能力を磨き、自動車部品を製造して欲しいとの要望を受けて自動車部品製造も実施。経営理念である「期待に応える」を実践し、「加工技術がないからできない」と断るのではなく、まずは無謀に思えてもやってみて、後から結果が付いてくるような挑戦を創業者から代々続けて来た。
- ・2017年以降は、航空宇宙分野に携わる友人が持ち込んだアイデアを形にし、自社として初めて航空宇宙部品の製作を開始。展示会への出展や、米国企業への営業活動、JISQ9100認証の取得を進め、静岡大学が開発した超小型人工衛星「蓬莱（ほうらい）」の金属フレームや、地上から照射されたレーザー光を反射させて跳ね返すことで人工衛星の位置をミリ単位で測定する小型リフレクターをはじめとする航空宇宙部品を製造。
- ・事業領域を拡大する過程では、異なる業種の要求事項に対応するため年々厳しいルールを課せられることとなった現場との軋轢や従業員の離職を経験。営業活動においても意気揚々と米国に乗り込んだ結果、自社製品が当時の最先端からすると時代遅れであることを知り、傷心帰国するなど、多くの難局を乗り越え現在に至る。

○今後の展開

- ・海外での販路拡大を狙い、欧米の民間宇宙開発企業等への売り込みを強化。



展示会出展の様子（出所：石敏鐵工(株)HP(<https://www.ishitoshi.co.jp/space/index.html>))



人工衛星の位置を把握するための部品（SLR用小型リフレクター）
（出所：石敏鐵工(株)HP(<https://www.ishitoshi.co.jp/slr/>))

<企業情報>

所在地：愛知県碧南市須磨町5番地17

代表者：代表取締役 石川 実良

創業：1948年

従業員数：18名

資本金：1,000万円

事業内容：瓦金型、自動車部品、航空宇宙部品製造

HP：<https://www.ishitoshi.co.jp/>

進化と継承のバランス。目指したのは世界で一番お肉がおいしく焼けるフライパン

「何もやらなかったら終わってしまう。良いものはそのまま、変えるところは変える。何がきっかけで世の中が変わるか誰にも分からない。固定観念に捕らわれず、世の中の常識と真逆であっても自社の強みを信じた。（代表取締役社長 石川 鋼逸氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・1938年創業時から培った鑄造技術で水道管部品、重機・ロボット等の産業機械部品を製造。自動車部品製造向けのアルミ溶解用鑄鉄ルツボ・ラドルの自社開発にも取り組んできたが、公共事業の減少により水道部品需要が減少。さらに、自動車産業が変革期を迎えアルミ部品の売上減少に強い危機感を抱く。
- ・付加価値の高い新事業を模索し、自社のコア技術である鑄造技術の特性等を見直し、一般消費者向け商品としてフライパンの自社開発に挑戦。
- ・薄くて軽いのが家庭用フライパンのトレンドであったが、お肉をしっかりと焼けないという欠点に着目。あえてフライパンの底を厚くすることで、よりお肉を美味しく焼けることを売りに他社製品と差別化を図る。無塗装仕上げで安全・安心を追求。
- ・職人の「思い」、料理を作る人の「想い」、重量の「重い」をかけて「おもいのフライパン」を自社ブランドとして商品化。お肉やワインのサブスクも手がけている。
- ・2023年、製造現場の見学と、フライパンの使い勝手を体験できる体感型施設「おもいのフライパンBASE」を設置。全国各地からの来訪者を受入れ、認知度が向上。

○今後の展開

- ・フライパン事業については海外展開を視野に入れて方向性を模索中。増加するインフラ整備需要を見込み、水道管・下水道管等でも自社技術を活かした製品を磨いていく。



代表取締役社長 石川 鋼逸氏
(出所：石川鑄造(株)HP
(<https://ishikawa-chuzo.co.jp/company/>))



製造工程 (出所：おもいのフライパン
公式サイト (<https://omo-pan.com/thought/>))



おもいのフライパン (出所：おもいのフライパン公式サイト (<https://omo-pan.com/>))



工場敷地内にある体験型施設「おもいのフライパンBASE」 (出所：【公式ショップ】
おもいのフライパン (<https://omo-pan.net/>))

<企業情報>

所在地：愛知県碧南市中松町1丁目12番地

代表者：代表取締役社長 石川 鋼逸

創業：1938年

従業員数：30名

資本金：2,400万円

事業内容：鋳鉄鑄物製造

HP：<https://ishikawa-chuzo.co.jp/>

自動車からカクテルへ。国内事業存続の危機感が生んだ、新事業へのチャレンジ

「将来が不確実な環境下では、既存事業を深化させながら新規事業を探索する両利きの経営が必須。継続的な新規事業への挑戦こそ企業の力となる（代表取締役社長 横山 栄介氏）」
「自社の強みを活かして、世界に驚きを与えるものを作りたい。（取締役 横山 哲也氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・自動車向けシート部品のプレス加工等を手がける。2006年が売上のピークであったが、生産能力が手一杯で約4年間は新規の仕事を断った結果、商圈が他社に移り、9年間連続で売上が減少。打開策として2010年にタイに進出するも、現地スタッフが数年で9割は日本と同じ作業ができることに、技術が差別化されていないことを痛感。将来への危機感を強めた。差別化された武器を複数持つべく新規技術である独自プレス技術を開発。
- ・同時期に、既存分野以外での新規事業立ち上げにも着手。自社の強みである独自の研磨技術を活かせる領域を探る中、事業担当者である横山哲也取締役が、バーテンダーとの会話からヒントを得てカクテルシェーカーを研究。2013年に「BIRDY.（バーディ）」としてブランドを創設した。開発に当たっては、日本中のバーを実際に訪れ、世界的なバーテンダーに試作品を使用してもらいながら、デザインや機能などを磨き上げた。
- ・海外にも積極的な展開を図っており、国際見本市などの出展を契機に、欧州・アジアなど26の国と地域へ販路を拡大。ものづくり補助金を活用し職人技術の自動化に取り組む。

○今後の展開

- ・バーツール事業について、キッチンツール等を含めたラインナップの拡充や前年度に行った生産能力の増強をてこに、2027年度には2025年度の約2倍までに売上拡大を図る。



BIRDY.のシェイカーを使うバーテンダー
(出所：BIRDY. SHOP(<https://www.birdy.shop/html/page6.html>))



スパークリング タンブラー
(テーブルウェア)
(出所：BIRDY.SHOP
(<https://www.birdy.shop/shop/detail/000000000110/>))



キッチンタオル
(バー&キッチンケアツール)
(出所：BIRDY.SHOP
(<https://www.birdy.shop/shopdetail/000000000409/kitchen-towel/page1/recommend/>))

＜企業情報＞

所在地：愛知県豊田市千石町 1 - 1 1 - 1
代表者：代表取締役社長 横山 栄介
創業：1951年（※設立：1957年）

従業員数：212名（国内）
資本金：4,000万円
事業内容：輸送用機械器具製造
HP：<https://yokoyama-co.com/>

苦節6年、1社1業種依存脱却にむけた努力が、H3ロケット打上げ成功として結実

「ロケット用配管部品事業が軌道に乗るまで6年かかった。結果が見えない中、エース級を含む従業員の大量退職も経験した。それでも諦めなかったのは「宇宙に参入したら世の中の役に立てる、すごくやりたい」というモチベーションがあったから。（代表取締役社長 秋庭新吉氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・自動車エンジン用配管部品等の試作、小口量産を行う会社として創業後、2000年東海豪雨で被災。危機をチャンスと捉えて移転を決意、旧工場の4倍の敷地面積の工場を建て、取引規模を広げながら発展。
- ・2017年以降は、自動車部品の共通化やCASEの進展による試作品需要の減少、1社依存体制からの脱却を目指し、H3ロケット用配管部品の開発・製造に従事。6年の歳月を経て、H3ロケット打ち上げ成功に貢献。さらに、技術力が認められ、防衛関連部品の製造も開始し、主要顧客以外の売上は、2017年の5%から、2024年には25%に拡大。
- ・近年は、従業員からのアイデアを受けて、自動車部品で培った技術を活かしたオープン機能つき薪ストーブや焚き火台など、BtoCのアウトドア製品開発にも取り組む。

○今後の展開

- ・小型改良版薪ストーブを開発し、手の届きやすい価格設定の商品を市場投入、従業員に経験を積んでもらうことで営業力を高めながら需要拡大を図る。
- ・H3ロケット用配管部品提供ノウハウを活かし、国内外の民間ロケット会社への販路拡大を目指す。



展示会でのPRの様子（出所：イセ工業(株)提供）



左 薪ストーブ、右上 焚き火台、右下 薪セット（出所：イセ工業(株)提供）

<企業情報>

所在地：愛知県安城市赤松町的場190番地1

代表者：代表取締役社長 秋庭 新吉

創業：1979年

従業員数：68名

資本金：1,200万円

事業内容：自動車・航空宇宙部品の試作・製造

HP：<https://ise-kogyo.co.jp/>

「人の和を広げよう」 異業種とのコラボレーションで新商品開発

「どこにチャンスがあるか分からない。
点と点を繋ぐことが会社の成長に繋がる。（代表取締役社長 杉山 恵一氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・1979年創業。試作プレス部品メーカーとして主に自動車部品メーカーの開発・試作品製造に携わってきたが、これまでの一社依存の体質に危機感を抱いていた。実際に2017年頃から部品共通化、製品サイクルの長期化、シミュレーション技術の進化など自動車業界の変革により、試作機会が激減。そこで、展示会への出展や自社商品の開発に挑むことを決意した。
- ・東海地方のモノづくり企業とデザイナーをマッチングし、新たなものづくりを生み出す「AICHI DESIGN VISION」に参加。デザインユニット「なかよし」とディスカッションを重ねいくつもの試作品を作る中で、小型燻製器「smoke-pod」を開発した。
- ・「smoke-pod」はプレス工法の中でも自社の強みである「絞り」工法で成形。一枚の板から器の形状にするため継ぎ目がなく、さらに自社の精度の高い技術や長年のノウハウを注ぎ込むことで、しわやひずみのない機能性・デザイン性の高い丸い形状を実現した。これまで「アウトドア用」の角張った商品が多かった燻製器だが、「家庭用」として日々の生活で使いやすく楽しめるという点で差別化を図っている。

○今後の展開

- ・「smoke-pod」の販路拡大に注力し、今後も外部と連携しながら新商品開発を続けていく。また「人の和を広げよう」を経営理念に、異業種交流により受注の幅も広がっている。将来的には試作に加え小ロットの生産受注にも力を入れていきたい。

<企業情報>

所在地 : 愛知県安城市野寺町宝殿26-1

代表者 : 代表取締役社長 杉山 恵一

創業 : 1979年

従業員数 : 15名

資本金 : 1,250万円

事業内容 : プレス部品の製作・各種治具の設計製作

HP : <https://tachyon.tkc.best-hp.jp/>



smoke-pod(出所 : smoke-pod公式サイト (<https://smokepod.base.shop/p/00002>))



プロジェクトメンバー(出所 : smoke-pod公式サイト (<https://smokepod.base.shop/p/00002>))



試作の様子(出所 : smoke-pod公式サイト (<https://smokepod.base.shop/p/00002>))

金型「じゃない方事業」に楽しく本気で取り組み、新しい市場を創出する

「できたから売ろうではない。世の中のニーズを捉えてものづくりをしないとイケない（代表取締役社長 野田 太一氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・創業以来、金型製作の技術向上に努め、電気鋳造を活かした高い意匠性と低コストを両立する金型は国内外の自動車メーカーで採用されている。
- ・一事業に依存しない体制を確立するため、新分野の開拓にも果敢に挑み、2021年に金型以外の新規事業に取り組む事業部として「じゃない方事業部」を設立。「社会にいま必要なモノを、必要としている場所と人に、すぐに届けよう」をスローガンに、精密金型で培った設計力を活かし、新たな市場の創出を積極的に行っている。
- ・「じゃない方事業部」の第一弾として、台風や集中豪雨などの大雨による水害から建物や設備を守る災害対策品の止水板「スーパー止水番2」を市場に展開。きっかけは本社横に水路があり、近年多発する水害に備えようと止水板の設置を検討したこと。これが市場で高く評価され本格販売に繋がり、これまで累計4,000枚以上の設置実績を誇っている。洪水被害の多い東南アジアへの販売網の構築も行っている。
- ・止水板をはじめとした防災製品の技術を結集し、デジタルサイネージを開発。そのほか耐震鉄骨シェルター、津波シェルター、蓄光式夜間誘導灯などの防災製品を中心に様々な新規事業を展開。「じゃない方事業」の売上は総売上の25%を占めるまでに成長。

○今後の展開

- ・「社会に貢献する会社」という経営理念のもと「防災・防犯・防衛」を軸に時流に合った事業を展開していく。

<企業情報>

所在地 : 愛知県江南市安良町地蔵51番地

代表者 : 代表取締役社長 野田 太一

創業 : 1965年

従業員数 : 228名

資本金 : 9,390万円

事業内容 : 各種金型製造、各種生産設備機器の製造

HP : <https://www.ktx.co.jp/>



スーパー止水番2

(出所 : KTX(株)HP(<https://www.ktx.co.jp/news/start-up/water-stop/p3642/>))



デジタルサイネージ (出所 : KTX(株)HP(<https://www.ktx.co.jp/other/>))

自動車部品から赤ちゃん向け食器へ。技術と挑戦で、新たな価値と未来を創造する

「出会いたいと思わないと出会えない。出会いたいと思っていると、偶然の出会いがチャンスに繋がる。難しい挑戦は、楽しいから続けられる。「難しいですね」と言いながら喜んで考えくれる社員が育っていることも頼もしい。（代表取締役副社長 美和 敬弘氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・金型技術と射出成形技術で自動車部品を中心に事業展開していたが、自動車分野は品質・価格要求への対応が難しく、また新規案件の受注ハードルも高いことから、リーマンショックを契機に「自動車一本では危ない」と危機感を抱く。
- ・自ら展示会や新事業説明会に足を運ぶことで積極的に情報収集し、航空機・鉄道・医療機器分野へ事業展開。特に医療機器分野は、展示会や商工団体の推薦による出会いをきっかけに、人工骨インプラント等のOEMを受注。粘り強く技術・実績を確立したことが功を奏し、医療機器分野は、現在総売上上の2割以上を占める事業に成長。
- ・さらに金型事業を金属以外に広げる中で、「ポリ乳酸」の生産技術開発の先駆者・小松道男技術士の講演を聞き、生分解性プラスチックに強い関心を持つ。この偶然の出会いを契機に共同開発を行い、耐久性の高い「耐熱ポリ乳酸樹脂」の製品化・事業化に成功。無塗装で「安全・安心」な赤ちゃん向け食器「iiwan」を開発し、自然志向層から支持を得て、EC・直販を中心に販売。現在はホテルや空港ラウンジでも多数採用されている。

○今後の展開

- ・設楽ダムでの植樹イベントでは、苗木の成長後に土中で自然分解し得る生分解性防獣ネットを地元漁網メーカーと共同開発・提供。今後は事業化も視野に入れており、生分解性プラスチックの可能性を広げる取組を継続している。



赤ちゃん向け食器「iiwan」
(出所：(株)豊栄工業HP
(<https://www.hoic.co.jp/brand/iiwan/>))



人工骨インプラント
(出所：(株)豊栄工業HP
(<https://www.hoic.co.jp/solution/medical-device/>))



生分解性防獣ネットの設置風景 (出所：(株)豊栄工業
HP(<https://www.hoic.co.jp/2025/10/1665/>))

<企業情報>

所在地：愛知県新城市川田字新間平1-369

代表者：代表取締役社長 美和 敬二

創業：1970年

従業員数：62名

資本金：1,892万円

事業内容：精密金属加工・バイオプラスチック製造

HP：<https://www.hoic.co.jp/>

鉄を削る技術を人の手に届けたい。金型で培った切削技術を生かし、異分野へ挑戦

「新しいことに挑戦して、失敗して学んでいる。成長するには常に挑戦していかなければならない。そして、鉄を削る技術を生かした上で、ニーズを掴んだ良いものを世に届けることの大切さを学んだ。（代表取締役社長 迫田 邦裕氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・創業時から、金型の設計・製造を行い、特に自動車のドア周りに必要不可欠なウェザーストリップの成形金型では高い評価を得る。しかし、自動車メーカー各社の海外進出に伴い、日本国内で金型製作のみを事業の柱として経営していくことが困難な状況となり、海外での現地生産を開始。
- ・さらに、自社技術を身近に感じられる商品、自社競争力を強化する商品を目指し、製品開発に着手。ゴルフクラブ設計者との出会いをきっかけにアイアンヘッドの製造に挑戦。高い精密加工技術を駆使し、正確無比かつ鉄本来の素材を生かした純粹無垢な打感を実現させ、「MUQU（ムク）」と名付けて販売を開始した。従業員が新事業開発に関わることで、エンドユーザーに届けるための品質の重要性が理解され、本業の金型事業においても改善提案が活発化するなど、従業員のマインドセットにもつながっている。
- ・現在は、健康・環境・観光の三本柱を軸に自社の強みを活かした新事業展開に挑戦。社長自らも医者である強みを生かし、医療ニーズを捉えた新商品開発にも取り組んでいる。

○今後の展開

- ・人の手による技の技術を高め、工業分野においても職人が注目される世界を目指し、現代の名工である従業員の名前を取り「FUKAMI」ブランドとして立ち上げた。インバウンド向けカフスボタンを2026年2月の東京ギフトショーで発表。



MUQU（アイアンヘッド）（出所：MUQU HP(<http://www.muqugolf.jp/>))



東京ギフトショーの様子



FUKAMIブランド カフス

（出所：メイクスタート(株)提供）

<企業情報>

所在地：愛知県清須市春日立作54-2

代表者：代表取締役社長 迫田 邦裕

創業：1971年

従業員数：40名

資本金：3,811万円

事業内容：自動車用の金型設計・製造

HP：<https://msgroup.co.jp/corporate.html>

Make Start

これまでの歩みを礎にさらなる挑戦を続けるため、
株式会社エムエス製作所から2026年1月に社名変更
（出所：メイクスタート(株)HP(<https://www.msgroup.co.jp/company-name-changed/>))

株式会社弘和テック

逆境を変革の契機に。60年以上磨き続けた切削技術を武器に、成長産業へ果敢に挑戦

「受け身のままでは中小企業は生きていけない。ものづくりを極めて変化する社会のニーズに柔軟に対応しながら常に攻めの姿勢を持つことで、顧客にとっても従業員にとっても魅力ある会社を作る。（代表取締役 林 俊信氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・1965年包装機部品メーカーとして創業。工作機械や半導体製造装置などの部品加工にも事業拡大していた矢先、リーマンショックにより売上げが大幅に落ち込んだ。
- ・生き残りをかけ、ボーイング787の国内での部品生産が始められて間もない航空宇宙産業への本格参入を決意。現場からの反発など痛みを伴いながらも、国際基準に沿った工程ルール等を社内整備し、JISQ9100認証を取得。
- ・独自の治具・刃具設計で難削材を切削加工する高度な技術力や徹底したトレーサビリティ管理により、航空機業界からの信頼を得て受注を獲得し、危機を乗り越えた。
- ・2020年、新型コロナによる影響が航空業界を直撃。航空機需要の低迷により、メーカーにおける生産計画の見直しのため部品需要が減少し、経営に大きな影響が生じた。そこで生産ノウハウや航空業界で培った技術力を活かし、成長産業である半導体製造装置のロボット部品等の生産を拡大。電解研磨や精密機械による高度なヘール加工など特殊な加工にも対応し、現在は航空宇宙分野とともに主力事業にまで成長した。

○今後の展開

- ・脱属人化に向けた生産管理ソフトを自社開発し、品質や納期の管理体制を一層強化しつつ、海外顧客の新規開拓など需要が見込める新規分野への進出を目指す。



航空機部品の加工事例（材質:インコネル718）
※エンジンケース・トライアル加工実績
航空機は材質・形状ともに難削材が多く、加工には高い技術力を要する。
（出所：(株)弘和テックHP(<https://www.kouwa-tec.co.jp/aerospace>))



半導体部品の加工事例（材質:SUS316L）
（出所：(株)弘和テックHP(<https://www.kouwa-tec.co.jp/semiconductor>))



半導体部品の加工事例（ヘール加工）
機械により精密加工を行うことで、手作業による精度のバラツキを避けつつ高い機密性を実現する。
（出所：(株)弘和テックHP(<https://www.kouwa-tec.co.jp/semiconductor>))

<企業情報>

所在地 : 愛知県あま市富塚布内13番地
代表者 : 代表取締役 林 俊信
創業 : 1965年

従業員数 : 31名程度
資本金 : 1,000万円
事業内容 : 輸送機械器具製造業
HP : <https://www.kouwa-tec.co.jp/>

工業部品からキッチン用品へ新展開。「縮む水切りラック」がばねの可能性を伸ばす

「大企業を辞めて中小企業に入った時、今後に危機感を感じた。言われた図面どおり作るだけでなく、新たにばねの可能性を広げた自分たちオリジナルの製品を生み出し続けていきたい。お店に自社製品が並んでいるのを見ると嬉しい。（代表取締役社長 荒川 和哉氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・創業以来、線ばね製造会社として自動車部品を製造。売上の9割以上を自動車業界に依存する状況に危機感を感じていた。そのような中、コロナによって売上が落ち込み、その後の売上が2019年以前の水準には戻らない厳しい状況に直面。
- ・2022年、BtoC向け自社ブランドの立ち上げを決断。プロジェクトメンバーには女性5名の有志が集まり、持ち寄った数あるアイデアをデザイナーと共に磨き上げる中、「ばねは部品」という思い込みから、「ばねによる商品」という発想に転換し、使用時は37cm、収納時は3cmまで縮めることができる「縮む水切りラック」が誕生。「lop loop（ルプ ループ）」という自社ブランドで販売を開始した。
- ・本製品の製造に必要な溶接や研磨を行う企業とのつながりができたことで、本業のばね部品製造においても受注の幅が広がっている。
- ・現在は専属社員を配置し、「バネから生まれる全く新しい暮らしの道具」をコンセプトに事業拡大を図っている。キッチン周りの新商品として「縮むセイロ」を販売開始。

○今後の展開

- ・3年後の売り上げ倍増を目指し、欧米など海外への販路開拓に向けた市場調査を実施中。
- ・社員が幸せに働ける「面白い会社」、「社員が月曜日を憂鬱に感じない会社」を目標として、さらなる取組を推進。



縮む水切りラック（出所：lop loop HP（<https://loploop.com/product/>））



縮むセイロ（出所：lop loop HP（<https://loploop.com/product/>））

<企業情報>

所在地：愛知県愛知郡東郷町大字春木字新池227番地

代表者：代表取締役社長 荒川 和哉

創業：1946年

従業員数：28名

資本金：1,000万円

事業内容：特殊線ばね製造

HP：<https://www.ishikawass.co.jp/>

ニッケンかみそり株式会社

救え！ぶどう農家。困りごとに真摯に向き合い、切る技術で未来を切り拓く

「どんなに小さな市場でもトップシェアを目指したい。些細な困りごとに真摯に向き合って対応していくのが当社の強み。（代表取締役社長 佐藤 達也氏）」

「海外営業の経験を活かし「断られてもノーダメージ、当たって砕ける」の精神でワイナリーに直電して販売台数を重ねた。（常務取締役 熊田 征純氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・1946年創業のカミソリ・刃物メーカー。男性・女性用カミソリ、眉そり、特殊薄刃などの企画・製造・販売を手掛ける。百貨市場をターゲットに売上を拡大したが、海外プライスリーダーとの価格競争、低価格な脱毛・電動カミソリの普及による市場縮小に直面。
- ・そこで「キレイ」をキーワードにニッチ市場に着目し、簡単に子供のヘアカットができる「ヘアカッター」や、家でも外でも使いやすい「鼻毛カッター」など、お客様から寄せられた小さな困りごとに耳を傾け、10年以上にわたるロングセラー商品を製造・販売。
- ・ぶどうの病害の原因となる巻つるを簡単に処理したい、という農家からの相談をきっかけに、構想から5年をかけて業界初となる電動式ぶどう巻つる処理機を開発。2023年に販売を開始し、当初は全国のワイナリーを起点に販路を開拓。その後、JAの紹介により、全国各地の剪定講習会の場を活用し、認知度向上に取り組んだ。こうした地道な活動に、2024年アトツギ甲子園出場による露出効果も加わり、発売から2年半で累計1,000台を販売するヒット商品へと成長した。

○今後の展開

- ・国内のぶどう生産量は世界の0.2%に過ぎない。500倍の規模の世界市場を目指して、ぶどう巻つる処理機の海外販路開拓を進めている。また、アトツギ甲子園を縁に繋がった表面処理技術を持つ企業のアトツギと共に、刃の改良に取り組んでいる。



ぶどう巻つる処理機と熊田氏（出所：ニッケンかみそり(株)提供）



左：ヘアカッター 右：鼻毛カッター
（出所：ニッケンかみそり(株)提供）

<企業情報>

所在地：岐阜県関市東貸上12-2

代表者：代表取締役社長 佐藤 達也

創業：1946年

従業員数：24名

資本金：4,000万円

事業内容：カミソリ、カッター等の企画・製造・開発

HP：<https://www.nikkenkamisori.co.jp/>

技術力を活かして自社開発に挑戦。ワクワクする仕事で新たな市場を切り拓く

「社長に就任して「会社とは」と考えた時、社員が誇れる会社になりたい、そのためには、ワクワクが仕事の中心にないといけないと思った。自社開発のシャワーヘッドが展示会で初めて外部から正当に評価されたとき、ものづくりの方向性に確信を持てた。その夜、社員全員で祝杯を挙げ思わず終電を逃した。（代表取締役社長 福島 康貴氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・プラスチック製品の製造会社として創業。オイルショック不況を乗り越えるため新技術を導入し、水周り部品へシフト。寸法の安定しにくい肉厚製品の製造技術が評価された。
- ・平成不況で社会の業況の先行きは不透明に。不確実な時代に対応すべく、2003年に腕時計部品の自社開発に取り組み大手企業1社から採用。量産化には至らなかったが新商品開発・提案の楽しさを認識。2006年現社長就任後、2009年にOEM供給実績のあったシャワーヘッドで再度自社開発に挑戦。マイクロ・ナノバブルを発生させるシャワーヘッドの製品化に成功し、試作を1年ほど続け、2010年に自社ブランド「if(イフ)」を立ち上げる。
- ・マイクロ・ナノバブルのエビデンスの検証や特許取得に苦労したが、検証の末、肌への好影響が明らかとなり、展示会での営業等により大手美容メーカーとのODM契約を獲得。
- ・現在シャワーヘッドは約90万本製造し売上の1/3を占める。各社の様々な需要に合わせた共同開発や、ODM製品の海外進出に向けたターゲット等の調査も進めている。

○今後の展開

- ・自然の大切さに着目し、創業60周年に向け「LIFE-TECH よりよく生きる文化をつくる」を掲げ、“BeBees”事業を始動。「食」を支える農業インフラであるミツバチから、人のインフラを考える研究を大学と実施。採蜜も行いシャンプー等に配合し「if」商品で展開予定。



if×BARTHのコラボ商品重炭酸バブルシャワー（出所：ifブランドページ
(https://isolafelice.jp/wppost/plg_WpPost_post.php?postid=962))



こだわりのシャワーヘッド「雅」
(出所：ifブランドページ
(https://isolafelice.jp/products/detail.php?product_id=9))



BeBees コンセプト
(出所：フクシマ化学(株)HP
(<https://fuku-net.co.jp/jobs/sp3.php>))



会社外観（出所：フクシマ化学(株)Instagram
(<https://www.instagram.com/p/DC31MsboFdM/>))

<企業情報>

所在地：岐阜県美濃加茂市加茂野町今泉1135

代表者：代表取締役社長 福島 康貴

創業：1966年

従業員数：100名

資本金：1,000万円

事業内容：プラスチック製品の製造

HP：<https://fuku-net.co.jp/>

一番近くにいる消費者は妻。夫婦二人三脚で世界に愛される美濃焼の器が誕生

「「徳利の小兵、小兵といえば徳利」と言われていたけれど、逆に言えば徳利以外には何もなかった。・・・息子が生まれたときに、「将来、息子の嫁さんに来てもらえる窯元にしよう」というのが、僕の目標になった。（現取締役会長 伊藤 克紀氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・最盛期の1970年代には、年間160万本の徳利を製造、日本一の生産量を誇ったが、熱燗文化の衰退と共に事業の98%を占めた徳利の需要が減少、業績赤字に転落。事業立て直しに向けて、決算書等を徹底的に分析し「どうやったら赤字から黒字に転換できるか」を突き詰めて作った「赤字対策書」を作り、経営を見直し、毎日必死に働いた。
- ・2000年代より夫婦二人三脚で商品開発を開始。デザインや形状は三代目社長夫人、釉薬は三代目社長が担当。「食器を買う女性の視点を取り入れる」という当時としては斬新な発想により、男性社会の焼き物業界で新しい商品を開発し、次々に市場投入した。
- ・2008年に「ぎやまん陶」を発表。釉薬開発に取り組む中で「漆の溜塗（ためぬり）」のような風合いの器を作ることをはらめいたことが開発の転機となった。商品は、Dior Paris 本店・パリの一流レストランや、ヴェルサイユ宮殿で開催された晩餐会にも採用。
- ・2013年発表の「リンカ」は、素朴な質感と色合いが好評となりNY「Roman & Williams Guild」で採用。英、米、スペイン、スイス、豪、台湾、中国、韓国、UAEに販路を拡大。

○今後の展開

- ・近年は、韓国専売の「ぎやまん陶」として、日本の白い雪を連想させる商品群を開発し、海外販路を拡大に取り組んでいるところ（国内は、茄子紺ブルー・漆ブラウン・利休グリーン・墨ブラックの4色展開）。



ぎやまん陶（出所：(株)カネコ小兵製陶所HP(<https://www.ko-hyo.com/giyaman/>))



リンカ（出所：(株)カネコ小兵製陶所HP(<https://www.ko-hyo.com/rinka/>))

<企業情報>

所在地：岐阜県土岐市下石町292-1
代表者：代表取締役社長 伊藤 祐輝
創業：1921年

従業員数：20名
資本金：1,000万円
事業内容：陶磁器製造・販売
HP：<https://www.ko-hyo.com/>

水まわりから生活を豊かに。技術とアイデアを詰め込んで、ニーズを具現化

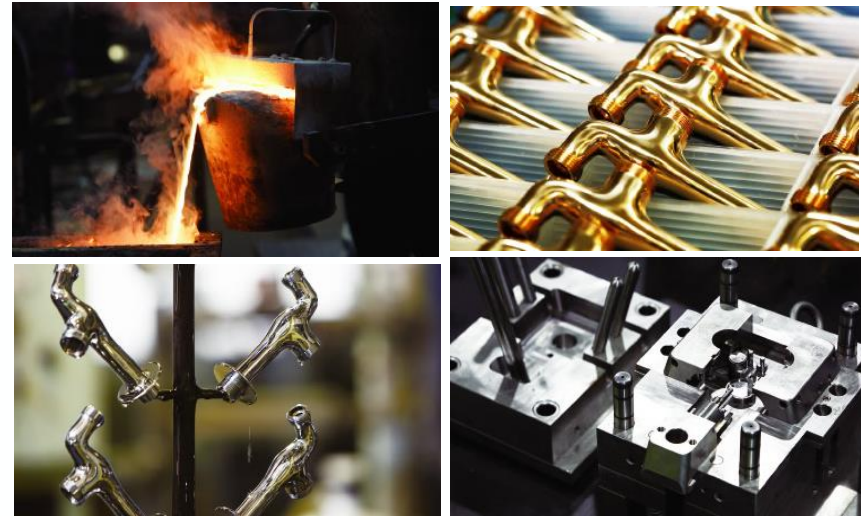
「昔地域に沢山いた金型をやるおっちゃん、今はいない。金型事業は「量産の火をけさないぞ、うちで金型やるぞ」という想いで始めた。水栓バルブ委員会の仲間とは「子供に継がせられるか？大丈夫か？」と声をかけ励ましあってきた。（代表取締役会長 早川 徹氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・1954年、山県郡美山町(当時)で水栓バルブの鍍金や研磨を行う会社として創業。大手との競合を避けながら、止水栓・分岐栓・減圧弁などを製造販売し手堅く事業を拡大。
- ・しかし、国内下水道整備需要が一巡し、人口減により住宅需要が鈍化する中、水栓類の国内需要が低下。加えて、水栓バルブの一大産地として知られてきた美山地区では、20年ほど前から、担い手不足等を要因とする産業集積の崩壊が起こりつつあった。
- ・このような中、早川社長（現会長）は、水栓以外の分野にも事業展開が容易なプラスチック成型に着目し金型・成型事業を立ち上げた。また、自社ブランド商品の開発にも力を入れており、展示会等で着想を得ながら、浄水・ナノバブル発生機能付きシャワーヘッドの設計・製造や、敏感肌にも優しい入浴剤「おぷろ」など、技術とアイデアを武器に、水に関する顧客のニーズを形にし続けている。
- ・加えて、域内の産業集積を維持すべく奮闘。2018年、山県市商工会が有志メンバー18者と共に「水栓バルブ委員会」を立ち上げると初代委員長に就任（～2024年）。人材・環境・新しい付加価値づくりの3本柱で産業の底上げに取り組んだ。

○今後の展開

- ・クラウドファンディングやECサイトを活用し、シャワーヘッドの海外販路開拓に取り組む。米国向けクラウドファンディングでは、1か月で1,000万円を売上げた実績あり。



設計・ casting・加工・研磨・めっきまで一貫通貫で対応。プラスチック金型も社内で製作
(出所：(株)水生活製作所HP (<https://www.mizsei.co.jp/company/production/>))



自社ブランドのシャワーヘッド
(出所：(株)水生活製作所提供)



入浴剤シリーズ「おぷろ」
(出所：(株)水生活製作所HP
(<https://www.mizsei.co.jp/product/bs-gcy/>))

<企業情報>

所在地 : 岐阜県山県市東深瀬94-2
代表者 : 代表取締役会長 早川 徹
創業 : 1954年

従業員数 : 142名
資本金 : 7,800万円
事業内容 : 給水栓類、配管継手類、浄水器類の製造販売等
HP : <https://www.mizsei.co.jp/>

株式会社中村製作所

どん底を味わった町工場の挑戦。「町（待ち）工場」から「攻める工場」へ

「リーマンショックで仕事が激減し、会社は危機的状況に。そんな時思い出した父親の口癖、「空気以外なんでも削ります」という言葉から新事業に挑戦。失敗は成功のための一歩。楽しみながら、一度挑戦してみることが大切。（代表取締役 山添 卓也氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・1914年に漁網編み機メーカーとして創業。工作機械部品加工会社として成長を続けていた矢先、取引先の1社依存により、リーマンショックで大きな打撃を受ける。
- ・そこで「空気以外なんでも削ります」という自社モットーに立ち返り、「町（待ち）工場」から「攻める工場」への転換を図る。0.001mm単位で高精度に加工できる切削加工技術を活かし、難削材チタンのワイングラスを製作。消費者向け商品の開発・販売に取り組むため、自社ブランド「MOLATURA（モラトゥーラ）」を立ち上げた。
- ・そのような中、陶器も削れるのではないかと発想から、地元四日市市の地場産業である「萬古焼」と自社技術を掛け合わせた「ベストポット」の開発に着手。ポット（陶器）と蓋（鋳物）の接合部分を隙間なく削り、また、ポットを二重構造にすることで、蓄熱効果を高め、素材のうまみを逃がさない余熱による無水調理を実現。
- ・2023年開設のオープンファクトリーでは、ベストポット製造過程の見学や体験が可能。MOLATURA商品を使用したカフェも併設し、中村製作所の技術の発信拠点となっている。

○今後の展開

- ・新商品として切削工具を模したチョコレートを開発し、現在はオープンファクトリーでパフェとして提供。将来的には、四日市市のご当地土産として、製造業の盛んな四日市市の認知度向上への貢献を目指すほか、今後も切削加工の可能性を追求していく。



中村製作所オープンファクトリー外観
工場見学可能なカフェ併設。夏季はかき氷を提供し、水も削れることをアピール。
(出所：(株)中村製作所HP(<https://www.nakamuraseisakusyo.co.jp/01comp-about.php>))



ベストポット
(出所：ベストポットwebサイト
(<https://www.molatura.jp/products/bestpot>))



釉薬塗布前のポット
萬古焼のポットを内製化。商品価値を理解してもらうよう、釉薬塗り体験などを実施。
(出所：オープンファクトリーにて撮影)

<企業情報>	
所在地	三重県四日市市広永町1245
代表者	代表取締役 山添 卓也
創業	1914年
従業員数	90名
資本金	2,000万円
事業内容	精密部品、産業機械、工作機械部品加工
HP	https://www.nakamuraseisakusyo.co.jp/index.php

「長く着られる服を作り、壊れたらリペアし、素材にして使う」繊維循環に挑む

「アパレル産業は世界2位の環境汚染産業。自然が好きだからなんとかしたい。ミヤモリに入社するまで、尊敬する師匠の会社で働いた。「繊維ビジネスから地球環境を再生する」という師匠の想いが、ずどーんと自分の中に入っている。（代表取締役社長 宮森 穂氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・1960年代に国内縫製工場として創業し、スポーツ・カジュアルウェアなど年間約60万枚を企画製造。価格競争力の高い海外製品の台頭により縫製の国内製造比率が30年で50%から1.5%まで激減する中、20年の長きにわたる業績不振を経験。
- ・蓄積された縫製技術の棚卸を進め、強み（技術や情熱）を顧客や社会が抱える課題にぶつけ、共にモノづくり（縫製）という切り口で課題解決に挑み、持続可能な社会の実現と自社の100年企業としての発展を目指す。
- ・BtoB向けリペア・リメイクを行うとともに、BtoCでは、顧客との対話を通じて思い出の品のリペアやリメイクを行う「ReForme（リフォルメ）」、ハギレを炭化させて鉛筆の芯の素材として再利用する「服の鉛筆」を展開。また、地元特産のハトムギのうち廃棄されてきたハトムギぬかから保湿性に優れた油を抽出し化粧品や服に用いる自社ブランド「Nercocia.（ネルコッチャ）」にも取り組む。

○今後の展開

- ・「すべての捨てるを過去にする」ことを目標として、従来廃棄物とされていた素材や、リペアに対して適正価格が設定される文化を根付かせるため、取引先への働きかけや、小学校での出前授業などを粘り強く継続実施。



ReForme店舗（出所：三井アウトレットパーク北陸小矢部HP
(<https://mitsui-shopping-park.com/mop/oyabe/shop/2920031.html>))



Nercocia. 商品ラインナップ（出所：(株)ミヤモリHP(<https://www.miyamori-co.com/info/>))

<企業情報>

所在地 : 富山県小矢部市埴生208
代表者 : 代表取締役社長 宮森 穂
創業 : 1966年

従業員数 : 120名
資本金 : 4,050万円
事業内容 : スポーツ・カジュアルウェア等の企画製造
HP : <https://www.miyamori-co.com/>

株式会社金森合金

創業300年。武具からロケット部品素材へ、数々の危機を技術と発想で乗り越える

「自社は小規模だが、うちは太平洋戦争も、リーマンショックも、コロナも乗り越えてきた会社。江戸時代から続いてきた鑄造の技術を活かして、能登半島地震からの復興に寄り添いつつ時代に合わせたビジネスを展開していきたい。（24代目 高下 裕子氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・加賀藩の招聘により1714年に武具・梵鐘・鍋釜の鑄造を行う鑄物商として創業。現在は主に食品・建設・繊維・プレス機械等の産業用機械部品を製造。精錬から鑄造まで一貫生産する技術力を活かし、高純度を求められるロケット部品素材を供給。
- ・リーマンショックの時代には製造業の動きが低迷し、メーカーからの受注生産中心であった金森合金も打撃を受けた。受注を回復するため、自社の金属製錬技術を突き詰め、従来よりも純度の高い金属精錬技術確立し、顧客の要望を上回る提案が可能となった。
- ・近年は主力の受注生産（BtoB事業）も伸び悩み、売上確保に課題を抱えていたところ、後継者である高下氏の主導で、2019年に自社ブランド「KAMAHACHI」を立ち上げ、BtoC事業にも着手。銅イオンの抗菌・消臭効果で花を167%みずみずしく長持ちさせる「針のない剣山」や地域で廃棄されたアルミ缶を循環させたテーブルウェア等のユニークな商品を企画・製造・販売。テーブルウェアはハイアット セントリック 金沢で採用。

○今後の展開

- ・今後の事業展開の象徴として、大阪・関西万博に能登半島地震で発生した災害廃材を利用した「記憶を紡ぐサインスタンド」を製作・提供。
- ・江戸時代から続く金属素材の循環事業を再定義、具体化、ブランド化し、原点回帰のビジネスモデルとして確立することを目指す。

<企業情報>

所在地 : 石川県金沢市松村6丁目100番地
代表者 : 代表取締役 金森 和治
創業 : 1714年

従業員数 : 9名
資本金 : 1,000万円
事業内容 : 非鉄金属製造
HP : <https://www.kanamori1714.jp/>



「廃棄アルミ缶を原料に製作したテーブルウェア」
(出所: (株)金森合金HP(<https://www.kanamori1714.jp/>))



「針のない剣山」
(出所: 特許庁HP
(https://www.jpo.go.jp/news/koho/kohoshi/special/03_page1.html))



能登半島地震などの災害廃材から制作・設置する「記憶を紡ぐサインスタンド」
(出所: 特許庁HP(https://www.jpo.go.jp/news/koho/kohoshi/special/03_page1.html))



夢、熱意を原動力に海外へ。金沢の純氷が、世界の有名レストラン・バーを魅了

「米国から「商材を扱いたい」という電話が来た時、周囲は「そんなの詐欺だよ、やめておけ」と言った。代金回収、訴訟、考え出せばいくらでもリスクはある。それでも、夢、熱意が勝った。やりたいこと、思っていることは発信しながら、来るべき時を待ち、チャンスが来た時に出来るように構えておくことが大切（代表取締役社長 蔵本 和彦氏）」

○事業展開の背景、効果・反響

- ・大正12年に氷の卸売業として創業し、石川県内の飲食店向けに氷を販売。生活必需品であった氷が、冷凍庫や業務用製氷機の登場、コンビニの台頭、保冷剤の普及を経てありふれた存在となり、「街の氷屋」として幾度となく存続危機を経験。
- ・新規事業を模索する中、新婚旅行で訪問した米国のバーで氷を目にし、商機を確信。3年の長きにわたり、SNSで米国の氷の課題、自社製品の魅力、アメリカンドリームへの熱意を発信し続けた結果、事業パートナーと出会い、2019年より米国への輸出を開始。
- ・ミネラルや空気を取り除く製法で製造され、溶けにくくすっきりした味わいの純氷は、バーテンダーの世界大会で公式の氷として採用されるだけでなく、有名レストランやバーでも使用されるようになり、2025年における海外向けの売上げは前年比160%に拡大、総売上の35%を占めるまでに成長。
- ・国内向けも石川県内の農家や茶舗と連携したオリジナルシロップを使ったかき氷の移動販売や、石川県外の高級スーパーや百貨店での取扱い等を通じ、販路を拡大している。

○今後の展開

- ・国内向けは氷のサブスク事業、海外向けはインド富裕層への純氷の販売、米国NYマンハッタンでの日本式かき氷の普及活動などを推進。設備投資による生産能力拡大を予定。

<企業情報>

所在地 : 石川県金沢市湊1-55-27
代表者 : 代表取締役社長 蔵本 和彦
創業 : 1923年

従業員数 : 30名
資本金 : 300万円
事業内容 : 純氷の製造・販売、かき氷の移動販売
HP : <https://ice-kuramoto.jp/>



純氷(球体型) (出所: (株)クラモト氷業HP (<https://ice-kuramoto.jp/products/>))



クラモトアイス (かき氷事業)
(出所: (株)クラモト氷業HP
(<https://ice-kuramoto.jp/kakigori/>))



製造風景
(出所: (株)クラモト氷業HP
(<https://ice-kuramoto.jp/recruit/>))

(事例集MAP)

<取組分野>
●：異分野展開
●：自社ブランド
●：海外展開

