



## お客様のニーズが分かって 視点が大きく変わった。

導入時期  
2005年～

受け入れ実績  
約200回  
約500名  
(累計)

### 事業内容

農具、園芸具の製造販売及び  
農具、園芸具に関する企画開発

### 主要取扱商品

平鍬・備中鍬・唐鍬・鋤・立鎌  
櫛形エンピ・芋掘り・穴掘るゾー  
スピンショベル「花とかじや」  
園芸具・鉋・メンテナンスサービス

お客様のご要望にお応えして、オー  
ダーメイドの農具製造、自社・他社製  
品を問わない鍬の修理などもお受け  
しています。



### きっかけ

会長の“にいがた県央マイスター”  
認定を機に開始。

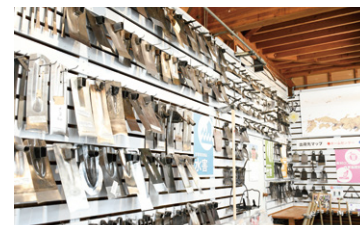


2005年に当社の会長が「第1回に  
いがた県央マイスター」に認定されました。  
これは、新潟県県央地域の卓越した技術  
者や技能者を表彰する制度で、新潟県  
三条地域振興局によって認定されます。  
「伝統の技術を伝える匠の技を、せ  
っかくなら取引先の間屋さんだけでなく  
一般のお客様にも知っていただく」、  
「まず製品を見て、さらに製品を作って  
いる場所も一緒に見てもらおう」、と  
いうところから始まりました。

### 実施内容

実際の工程に沿って並ぶ作業場。  
ありのままを見せる。

鍬製造の工程に合わせた工場見学と、  
ショールームでの展示品の説明が主な  
内容です。工場では私の説明の他に製品  
や工程についてお客様から質問をして  
いただく時間も設けています。

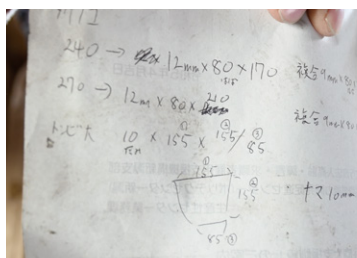


# モノを作る人と使う人が 繋がりが触れ合う場所づくり。

## お客様の反応

エンドユーザーに  
製品の価値を理解してもらう。

昔ながらの変わらない工場をありのままお見せしています。いつもの風景をそのままに、作業に合わせた導線で、仕事の流れを説明しながら進みます。火花が飛び散る迫力の現場は見学の魅力の一つ。土間を通じて振動が伝わります。参加したお客様からは「鍛造仕事を五感で感じられた」などのお言葉をいただいていますね。こうして鍛造による農具作りの工程を見学いただくことで、製品の価値に気づいてもらうことができます。



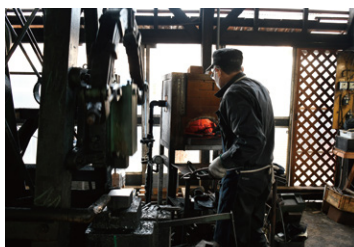
無造作に置かれた手書きのメモや工場のそこら中に置いてある、実際に使われている道具もお客様にとっては興味深い展示物のようです。手にとって見せたり、受けた質問にその場で実物を見せたりしながら答えることもありますね。

## 社内の変化

お客様の目線を知る、  
職人にとっても貴重な機会。



オープンファクトリーでは、見学をしている最中にお客様が職人に声を掛けることもあります。実際にお客様と職人が話をし、お客様には製品の知識を深めていただき、職人にはお客様の目線を直接知ってもらうことができます。取り扱い方や種類など聞かれることは様々ですが、そういった経験は職人にも良い影響を与えているのではないかなと思います。



オープンファクトリー担当



代表取締役社長 相田 聡さん

## これから

埋もれた需要を見つけ出す  
大きなきっかけに。

通常、一般のお客様が工場ですぐ職人と触れ合うことはなかなかないと思いますが、オープンファクトリーは実際に製品を使う時の困りごとを相談いただき、その中から新しい製品が生まれることも多いです。また、量販店にはない製品に出会う場でもあります。工場を見てその後ショールームで実際に製品を見て触れたお客様が、ここでお気に入りを見つけていただくこともあります。製品のファンになってもらうチャンスととらえています。



これからも引き続き、遠方からのお客様やリピーターのお客様が立ち寄れる、農具の交流基地として、やって行きたいですね。新製品やお買い得製品、企画展示やオリジナルグッズを用意して、これからも常に進化させながら、来てくださるお客様の需要に応えたいと思います。



自社製品のファンを  
これからも増やし続けたい。

消費者に情報が届き、企業とお客様とで  
お互い共有できるのは、貴重なことだと  
感じます。オープンファクトリーをはじめ  
としたPRをきっかけに、自社製品のファン  
を増やすことができました。これからも  
増やし続けていきたいです。