



小さな製品に大きな感動、 丁寧な手作業で驚かせる。

導入時期
2015年～

受け入れ実績
年約3回
約10名
(累計)

事業内容

金属洋食器、厨房用品、金属製品、
介護・介助用品の製造販売、
雑貨、ギフト用品の卸販売、
ネットショップ運営



きっかけ

ものづくりに興味がある人に
見て欲しかった、職人の技。



当社は1980年、金属洋食器研磨工場としてスタートしました。現在は、様々な金属製品の製造販売、またカトラリー製品を中心としたネットショップの運営も行っていますが、工場での高い磨きの技術と、長年積み重ねた丁寧なものづくりへの姿勢は今も変わりません。その技術を見ていただくため、今までクライアント向けの見学はしていましたが、観光で訪れる方向けの見学を始めることにしました。

実施内容

特別なことはせず、
工場の日常をそのまま見せる。

スプーンの研磨作業を説明しながら見学していただいています。自動研磨機、洗浄機、包装場、手磨きなど、普段は公開していない場所を周りながら、実際に製品ができていく過程をお見せしています。当社のオープンファクトリーは1週間前までの予約制なのですが、直前になっての問い合わせも多く、少人数でやっている当社としては業務の関係でお断りすることもあり、そこは心苦しい時がありますね。



製造の現場に光が当たる 意識改革の貴重なチャンス。

お客様の反応

創業からの磨きの技術に感心、
工程を知って「すごい」の声。



当社は創業以来、スプーンの磨きに特化していました。その磨きの技を見ていただく際にカトラリーを自動研磨機にセットして磨いていくのですが、自動といえども職人技が必要な作業です。カトラリーを一本ずつ丁寧にバリ取りすることや、素材が徐々に形になり、磨かれ包装され、製品として美しく仕上がっていくのを見て、感心、感動されているお客様が多いですね。小さなスプーンができるまでに多くの工程があることを説明すると皆さん大変驚かれます。また当社がオープンファクトリーを導入していることを、取引先の企業様に驚かれることもあります。



社内の変化

お客様に見ていただくことで
緊張感と意識改革が生まれた。

オープンファクトリーを始めたことで、お客様がいらっしゃる際にはいつもより整理整頓を心掛けたり、緊張感をもって仕事をできていると感じます。普段はお客様を招き入れることがない場所を公開することは、製造の現場に光が当たるチャンスでもあるので、社員のモチベーションアップに繋がっていると思います。一般の方が求めているものは何か?どんなものが良いのか?日頃からオープンファクトリーにより人の目線が入ることで、社内の様々な部分が良くなったと感じます。大きな意識改革になっていると思いますね。



オープンファクトリー担当



営業企画 小暮 勝幸さん

これから

自社ブランドの新製品を次々に。
時代に合わせたPRをスタート。



当社はカトラリー全般の知識が豊富ですが、近年は洋食器、家庭用キッチンツール、アウトドアグッズの他、介護用アイテムなどをOEMや自社ブランドで製品化し、オリジナリティ溢れる製品の開発を手掛けています。熱伝導の良いアルミ製アイスクリームスプーンやアルミ製ストロー、アウトドアファンへ新たな製品を発信したり、時代に合わせた新商品を次々とリリースしているところです。

オープンファクトリーでの
直販を目指す。



当社の製品PRの方法も時代に追いついていかなければいけないと、取り組みを始めたところです。新しいことをどんどん取り入れて、オープンファクトリーに関するイベントにも積極的に参加していきたいですし、当社の工場で感動してくださったお客様が簡単に製品を購入できるよう、カード決済やQRコード決済を取り入れたいなど、具体的にやりたいことも見えてきました。まずは当社の製品をその場で直接販売ができるようにしたいなと思っています。