

視覚障がい者と健常者の両方に 安心安全を提供

事業内容

ゴム商社からスタートし、土木や福祉分野などでのものづくりを模索

産業用ゴム資材の製造と販売を手がける「錦城護謨」は、昭和11年に大阪市西区で「錦城護謨製造所」として創業した。社名の錦城は、大阪城の別名に由来している。当初はゴムの専門商社で、横浜港へ荷揚げされるゴムを買い付けて工場に販売していた。そのうちゴムでものづくりを行うようになり、家電向けやOA機器などに使用されるようになった。

昭和47年に大阪府八尾市の現在地に本社工場を移転し、新たな設備や工場の建設を重ねながら企業規模を拡大した。昭和54年に土木分野に地盤改良材を使った工事の施工を開始し、土木事業に参入。材料の製造と現場での工事を一貫して請け負っている。羽田空港や関西国際空港などの地盤改良に貢献している。現在は土木、環境や防災、福祉、医療のテーマで新規事業を模索している。

補助事業

ユニバーサルデザインを意識した「HODOHKUN」の開発

島根県の視覚障がい者が、のちに「錦城護謨」が販売する歩行誘導ソフトマット「HODOHKUN Guideway」のもととなる製品「歩導くん」を発明。一人で自由に行動したいという思いから発明に至ったという。「錦城護謨」が島根県で土木事業の仕事をしていた縁で、元請け先から「歩導くん」の紹介を受けた。発明者と話し合いを始め、平成26年に量産化するべく本格的な開発が始まった。中小企業庁の「ものづくり補助金」を活用し、高価な金型に投資しながら試作を重ねた。太田泰造社長は、「金型を5面作るとは従来ではありえない」と振り返る。

また、社内に一般製品向けのデザインを手がける社員がいないため、外部からデザイナーを起用してユニバーサルデザインの考えに即した製品作りを目指した。汚れ対策が必須であったため、汚れを目立たせなくする表面形状を検討し、かつわかりやすくするための表面に工夫を施した。まためくれ対策なども改良を加え、平成27年10月に完成。発明品を「HODOHKUN Guideway」と名付けて、平成27年11月に販売を始めた。

錦城護謨 株式会社

代表取締役社長 太田 泰造
〒581-0068 大阪府八尾市跡部北の町1-4-25
TEL. 072-992-2321
FAX. 072-993-7706
資本金/80,000千円
従業員/284名

企画力 オンライン技術 量産 OK 試作 OK 連携力

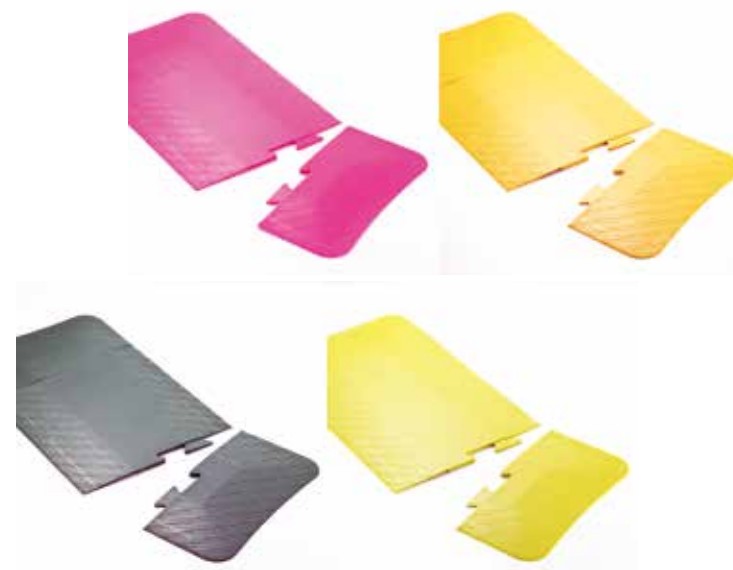
工場力にこだわった経営に注力

代表取締役社長 太田 泰造

顧客から「錦城護謨」と一緒にやりたいと求められる会社になるように心がけています。そのためすべてが魅力的にならないといけないと感じており、開発や生産など自社の工場力にこだわって経営しています。



<http://www.kinjogomu.jp/>



なめらかですっきりとしたデザイン



工場力に磨きをかける



公共施設や学校などで採用が進む

具体的成果

ドイツで開かれたiFデザインアワードで金賞を受賞

「従来の点字ブロックだけでは、すべての人を満足させることができないのではないか」と太田社長は言葉を慎重に選びながら話す。視覚障がい者の歩行を支援する有効な道具の1つだが、そのほかの健常者などにとって通行を阻害する可能性がある。両者間の壁を壊す役割を「HODOHKUN」に託した。製品の特徴としてマット表面の段差を少なくしたことで、荷物を載せた台車やベビーカー、病院のストレッチャーなどが通りやすいなどのメリットが生まれている。

またマットという性質から、任意の場所に専門的な工事を施すことなく設置できる。そこに着目した公共施設や特別支援学校などで採用が進んでおり、障がい者の自立を促す動きの一助になりつつある。「HODOHKUN」を導入した支援学校の卒業式では、視覚障がい者と同行者が卒業証書を受け取りに行くのが通例だったが、視覚障がい者が単独で証書を受け取るようになったという。ユニバーサルデザインを意識した製品デザインも高い評価を受けている。ドイツで年に1回産業製品のデザインを競う「2016年度iFデザインアワード」において、日本企業で初めて金賞を受賞した。「より良いモノを作りたい」という思いが結実した瞬間だった。

今後の戦略

2020東京オリンピック・パラリンピックの需要を期待

「HODOHKUN」で福祉という新たな分野に飛び込んだ「錦城護謨」。平成28年7月までに1,200万円を売り上げた。「この結果に満足かといえば、まだまだ」と太田社長は話す。視覚障がい者の行動に資する製品を展開することで、さらなる可能性が見えてきている。平成32年(2020年)の東京オリンピック・パラリンピックを福祉・土木分野における重要な分岐点にしている。巨額を投じた施設の新たな建設などが計画されているが、需要はそれだけにとどまらなと見ている。

パラリンピックでは特に視覚障がい者の選手や観客が集まるため、開催地東京を中心とした施設のバリアフリー化が急務となる。ただ太田社長は、「既存の設備のバリアフリー化は道半ば」と指摘している。「HODOHKUN」の訴求点は、敷設が簡便であること。既存設備に組み込みやすい。そうしたメリットもいかしつつ現在、資材の売り込みをオリンピック・パラリンピック向けに積極的に行っている。また東京オリンピック・パラリンピックの開催に先駆けて、日本で開催される「ラグビーワールドカップ2019」向けの需要も開拓していく。

取材を終えて

「HODOHKUN」 きっかけに新たな展開へ

福祉という未開拓の分野に進出し外部デザイナーを起用したりと、これまでにない試みに取り組んだ。従来と異なる仕事に対応することを「HODOHKUN」を通じて社外に示したため、本業のゴム製品で新たな仕事を受注するようになってきたという。「HODOHKUN」の開発以前は「対応できないので断っていた」というから、新製品の開発が「錦城護謨」のマインドを変えていったのは明らか。医療分野への本格参入も控えており、「HODOHKUN」の果たした役割の大きさを感ぜずにはいられない。