2 阿川ランドセル 株式会社

型紙を不要にしたＣＡＤシステム

多品種小ロットと量産の両面に応える生産体制を構築

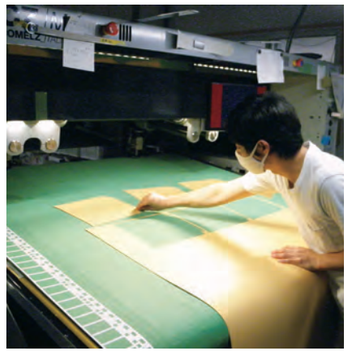
平成25年度 補助事業と具体的成果

■ 事業テーマ

自動裁断機導入による
ランドセルの生産能力向上・短納期化計画

■ 事業概要

ランドセル市場は顧客ニーズの多様化を受け、メーカーへの量産および短納期依頼が急増している。阿川ランドセルは、生地裁断工程の自動化による生産効率化に着手。「平成25年度ものづくり補助金」を活用し、ナイフカッティングマシン（自動裁断機）及びＣＡＤシステムを導入した。結果、人手による型紙裁断や金型の型取りが不要になり生地の裁断時間を半減。納期短縮化を図り生産量も1.5～２倍に拡大した。受注増加傾向に組み立て要員も拡充し、順調に収益を伸ばしている。



新鋭機ナイフカッティングマシン

課題	取組	成果
●量産および短納期ニーズへの対応	●構成素材の生地裁断工程を自動化	●生産能力向上で製造工程を効率化

業務内容

60年以上、丈夫で高品質のランドセルを製造

同社は昭和30年の創業以来、一貫してランドセルの製造を手掛けてきた。手縫いを基本とした手作りのオーダーメイド品をはじめ、量産品でも10個単位の小ロット受注に特化。取扱店を介した大手百貨店向けの製品供給で実績を重ねてきた。特に型崩れしない丈夫な製品作りにこだわり、安全性の確保や品質維持には生地の裁断から完成まで各工程で自社基準の厳しい検品体制を整備している。またクッション性の高い肩ベルト部分の開発など、快適性を追求した製品開発で他社との差別化を図っている。

ものづくり補助金制度が新規設備投資を後押し

一方、ランドセルを取り巻く需要は、長年にわたり時代の景況感や少子化の影響を映し、常に順風満帆な環境とは言えなかった。現状では顧客ニーズが素材や色彩、機能など時代や流行とともに多様化し、低価格品と高価格品の２極化傾向も鮮明になっている。同社では量産及び短納期化への生産対応がさらなる事業拡大には不可欠と判断。阿川政明社長は「ものづくり補助金制度が設備投資への決断を後押ししてくれた」と、平成27年に生地の裁断や管理を自動化する新規システムの導入に踏み切った。その後は、量販店向けに積極展開する卸問屋と取引関係を構築。大手スーパーマーケット向けにランドセルの量的生産を始めた。

ランドセル製造風景①

強みとビジョン

デザインや納期要請に対応、融通が利くメーカー

これまで同社は、同業の大手メーカーが参入できない多品種小ロット製品に特化した製造で事業特性を発揮してきた。さらに裁断工程の自動化で量産体制を完備。今では「２極化する製品需要を網羅できる体制が受注拡大の強みになっている」（阿川社長）という。また多様な製品を扱うことでデザイン性も向上。製品のモデルチェンジなど、問屋が求める形状変更や短納期要請にも「融通が利くメーカー」として応え、業容を広げている。

ランドセル製造風景②

新たな形状製品の製造技術に補助金の申請を計画

現状、ランドセルの形状はデザイン性を重視し、従来の「学習院型」から「キューブ型」へ主流を移そうとしている。キューブ型は視的にスマートな形状である上、背中に触れる角の部分が張っておらず、日常使用する児童にとって優しい構造。ただキューブ形状のランドセル製造は従来の手法と異なり専用の技術が必要になる。そのため同社では新たな製造機の導入を検討、「本年度のものづくり補助金を申請し技術拡張を図りたい」（阿川社長）考え。時流を察知する情報力の強化とともに、事業発展に向けた生産体制の確立に余念がない。

キューブ型㋐と学習院型㋑

積極的な設備投資で事業拡大を推進

これまでランドセルの製造一筋にまい進、多様な取り組みで事業を拡大してきました。今後は本補助事業の成果を生かし、さらなる競争力強化を図り、製品の売り上げ及び利益の拡大を目指します。そのためにも積極的な設備投資や新規雇用を継続し、事業拡大を進めるための技術力向上に努めていく所存です。

●社　名　阿川ランドセル 株式会社
●代表者　代表取締役　阿川 政明
●住　所　〒544-0022
大阪市生野区舎利寺2-6-17
●ＴＥＬ　06-6731-3477　●ＦＡＸ　06-6731-3478
●資本金　10,000千円　●従業員　20名
<<< 代表取締役　阿川 政明

●主な取引先　ランドセル卸問屋
●主な保有設備　ナイフカッティングマシン、ＣＡＤシステム、まとめ機など
●主力製品　各種ランドセル

短納期　小ロットOK　量産OK

REPORTER'S EYE

同社にとって生地裁断自動化への設備投資は英断であった。取扱店からの大手スーパー向け生産委託も「すでに量産体制が整っていたから実現した」（阿川社長）はなし。打診後の導入準備では競争力を欠き、現在の事業発展はなかっただろう。一方、ランドセル市場は少子化基調にあっても、個人ニーズの多様化から底堅い消費傾向が続きそう。大手メーカーの量産効果とは一線を画す同社の柔軟な生産体制に将来性を感じた。