

パーツフィーダの生産能力10倍に 短納期や量産対応が可能で販売先拡充

事業内容

LED技術で大手メーカーから信頼

昭和47年の設立から独自の設計開発技術で高度な電子基板などのOEM（相手先ブランド生産）を手がけてきた。中でもLED（発光ダイオード）事業は大きな柱に成長。工場や運動場などの施設の高天井用やスーパーなどの冷蔵ショーケース用に特化しOEM生産を伸ばしている。高天井用は平成27年から自社製品「アマテラス」を発売。日本製のチップや電子基板を採用し、タイで組み立て、高品質の製品を安価に提供している。

IH用基板や医療機器にも注力

ファミリーレストランなど飲食店向けの業務用IH用の基板もOEM生産している。昭和50年から医療分野にも進出。40年以上製造販売する医療機器の筋肉コリ解消用ばんそうこうの「ロイヤルトップ」や「プチバン」は今後、国内だけでなく中国やタイなど海外での販売拡大が期待されている。

和光電研 株式会社

取締役社長 坊垣(ぼうがき) 彰三
〒581-0039 大阪府八尾市太田新町1-33
TEL. 072-948-1551 FAX. 072-948-1368
資本金/20,000千円 従業員/26名
主な取引先/大手LED照明メーカー、大手業務用IHメーカー、鍼灸院、接骨院
主な保有設備/パーツフィーダ
主力製品/ショーケース用や高天井、道路灯LED、IH基板、インバーター電源、筋肉コリ解消用ばんそうこう

短納期 企画力 小ロット OK オンライン 量産 OK 海外 対応 試作 OK 連携力

補助事業

鍼灸院や接骨院で高評価

筋肉コリ解消用ばんそうこうは、ステンレス製の粒の先端部がツボを押し、1cm当たり5kgの指圧効果があるのが特徴。刺さなくてもはり治療と同様の効果が期待できる。当初は鍼灸院や接骨院を中心に販売し、ネット販売中心に一般向けにも広まりつつある。

健康ブームの需要拡大に対応

国内外市場で健康ブームの中、社会環境の変化で身体のコリの解消を求める人が増えている。家庭でも気軽に治療したいニーズが高まっている。こうした中、既存のパーツフィーダ装置は老朽化し、粒の粘着シートへの位置決め精度が低下したり、処理能力が限界で需要拡大に対応できなかつたりしたことが喫緊の課題であった。これらの課題を解決したのが平成28年の独自仕様の新パーツフィーダ装置の導入だ。処理能力の大幅向上や複数タイプのばんそうこうの同時生産を実現した。

プチバンは成長の柱 次の柱の育成も必要

取締役社長 坊垣(ぼうがき) 彰三

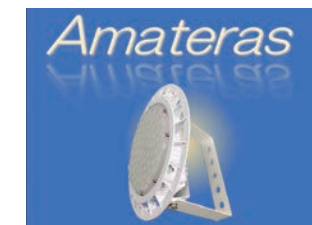
「プチバン」は鍼灸院などで40年以上の販売実績があります。ツボへ正確に貼り付けることで首・肩・腰のコリがやわらぎます。国内外で販売を広げ当社の成長の柱にしていきたい。今後は「プチバン」と同様の新製品も増やして参ります。



筋肉コリ解消用ばんそうこう「プチバン」



「ものづくり補助金」で新規導入した新型パーツフィーダ



自社製品の高天井用LED照明「アマテラス」

具体的成果

パーツフィーダの処理能力向上

新パーツフィーダ装置導入で重視したのは処理能力アップと複数種類のばんそうこうへの対応。大阪府八尾市と八尾商工会議所のマッチングで購入先を同市内の省力機器製造販売の(有)ユタカ製作所製品に決定した。個別の機能部分を独自設計し、何度も調整を繰り返して完成させた。これにより処理能力は従来機比約10倍にアップ。1日当たり60シートを製造でき、量産や短納期に対応できるようになった。不良品は同40%が1%と40分の1に低減。メンテナンス時間は同15分の1に短縮し、稼働率や生産効率も向上した。角形だけでなく丸形のばんそうこうも生産できるようになった。肌弱い人向けの材料も増やした。

コスト競争力の強化で販売拡充

新パーツフィーダ装置導入で低コスト化が実現できたことも今後の普及拡大にとってメリットが大きい。一般向けの「プチバン」の消費税別直販価格(60粒入り)が2,160円。原価は従来に比べ半分強低減できた。今後中国など海外販売するうえで価格競争力もつけた。さらに量産化しコスト削減を図っていくとしている。

今後の戦略

ドラッグストアや高齢者施設開拓

これまで「プチバン」は鍼灸院や接骨院や一般のリピーター顧客を中心に展開してきた。国内では今後、処理能力アップの高精度の利点を生かし、これまで控えていたドラッグストア向けにも積極的に売り込む。スポーツジムなど身体のケアの必要な団体や高齢社会の中、老人医療施設や介護施設などにも「プチバン」の良さを伝え販路を開拓する。

中国の販売強化やタイで展示会

また海外販売にも力を入れる考え。先行して代理店契約が決まった中国で「プチバン」の販売を開始した。販売にあたり商標や意匠登録も終えている。中国は富裕層で健康ブームが広がっており、ここをターゲットに販路開拓を強化する。タイは平成29年9月にバンコクで医療関連の展示会に初出展し、商談を進めている。坊垣彰三社長は大手化学メーカーやJETRO(ジェトロ:(独)日本貿易振興機構)の出身で海外赴任や中小企業の海外支援の経験を自社の製品開発や販路開拓にも生かしていく。

「プチバン」のような家庭用鍼用器具業界の国内市場規模は平成28年で4億円強とまだまだ小規模だ。しかし高齢化社会と中国などの巨大市場をターゲットにすると市場規模が大きくなると考えられる。同社は平成32年には同国内市場の約3分の1のシェアを目指す。

取材を終えて

「プチバン」一般向け 認知度アップがカギ

首・肩・腰のコリや張りは中高年だけでなく、スマートフォンやパソコンなどを使う若者が増え世代を問わず共通の悩み。こうした人が増えるとともに医療機器や健康市場も拡大している。医療機器の筋肉コリ解消用ばんそうこうの一般向け販売は磁気型が主流。ステンレス型の「プチバン」は、鍼灸院や接骨院に認められていても認知度が低かった。量産化で一般向けに力を入れている中、ステンレス型の良さをいかにわかりやすく伝えていけるかが普及のカギである。

<http://www.wakohdenken.co.jp/>