

株式会社 傳來工房

メーカー直販eコマースによる情報発信とWEB市場新規開拓

需要拡大しているガーデンエクステリアWEB市場にメーカー直販型eコマース事業を展開し、連動する新物流体制と管理システムを導入。新市場開拓に向け、SNS連動型ホームページによる情報発信と受注体制を整備する。

■ 代表者	木村 努	■ 所在地	〒601-8317 京都府京都市南区吉祥院新田式ノ段町45番地
■ 設 立	1948年11月30日	■ TEL/FAX	TEL. 075-681-7321 / FAX. 075-661-5332
■ 資本金	50,000千円	■ URL	https://www.denraikohbo.jp
■ 従業員数	36人	■ E-mail	info@denrai.co.jp
■ 業 種	非鉄金属製造業	■ 得意分野	ブロンズアルミキャスト（傳来の鋳物）： 公共建築空間、ランドスケープやアート作品のデザイン・設計・製作・施工 プレミアムガーデン&エクステリアブランド（ディーズガーデン）： ガーデンエクステリア商品のデザイン・設計・製造・販売

補助事業の目的、取組のきっかけ

◆ ガーデンエクステリアブランドの立ち上げ

当社は1980年頃から大手エクステリアメーカーの協力企業として、新商品開発のデザイン及び開発業務に携わり、1985年頃よりアルミ鋳物製品製造の協力企業としてOEM生産（他社ブランド製品製造）を開始しました。

その後、取引メーカーが大手企業との合併統合による大規模な組織変更が行われる中で、コストダウンを中心とする各種要請があり、取引継続の見直し判断を迫られました。そして、この苦境を打破すべく、新規事業として自社オリジナルガーデンエクステリア事業「ディーズガーデン」を立ち上げました。

当時、ガーデンエクステリア市場は大手サッシメーカーによるアルミ型材を中心とした量産品が主流で、デザイン性を重視したエクステリア製品がなかったため、当社は造形的な南欧・北欧風デザイン市場に新商品を投入することで、大手メーカー製品と差別化を図りました。また、販売方法も独自化し、業界の一般的な販売ルートの商社や問屋を経由させず、全国のデザイン提案型エクステリア工事店を新規開拓し、約320社（435店舗）の工事店を特約店として直接契約することで、当事業を拡大させました。



ガーデン&エクステリア（ディーズガーデン）
南欧・北欧風デザインで商品展開

◆ 特約店ルートの売上停滞とビジネスモデルの見直し

大手メーカーとの差別化と独自の販売体制によって、右肩上がりの業績を築いてきたものの、数年前から売上が停滞傾向となりました。一方で、ディーズガーデンのWEBサイトでの問い合わせやカタログ請求数が急増していることもあり、特約店に頼る従来のビジネスモデルを見直し、新たな販売方法によるWEB市場開拓に踏み切りました。

補助事業の取組内容

◆ WEB市場開拓に向けたECサイトの立ち上げ

コロナ禍でインターネットを通じた情報検索や商品購入の機会が加速している中、これまで特約店に依存してきた製品の情報発信や販売に加えて、2021年4月からメーカー直販ガーデンエクステリア製品EC事業を開始しました。

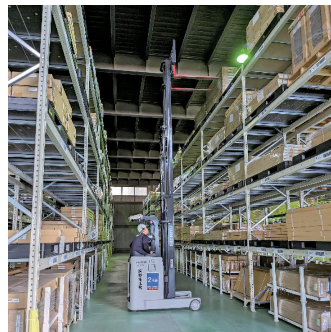


ディーズガーデンの
オンラインショップページ

◆ 事業化に伴う受注管理と物流管理の体制構築

ディーズガーデン事業は輸送・倉庫業務を外部に委託していましたが、特約店向けの物流にEC事業の物流が加わり、特にEC事業では単品発送が増えるため、物流費用の増加が収益悪化に繋がることが懸念されました。そこで、自社内の大型鋳造設備を解体した生産工場を物流倉庫に改装するとともに、EC対応型の受発注・入出庫管理システムを導入しました。

物流倉庫の収納ラックが560パレットに対して、ECサイトで販売する商品数は約2,000種類で、パレットには複数商品が置かれる状態となるため、導入した管理システムは日々の販売数や入荷数に対して流動的に保管場所を変えて管理できます。

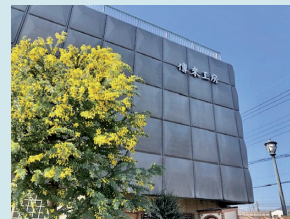


最上段6mの大型固定ラック
特注仕様のリーチ型ハイマストフォーク
リフトは爪部分のオプションカメラで高所
の安全作業を補助

企業概要

平安時代から「傳來」の屋号で引き継がれた鋳造技術が現在の「傳來工房」の原点です。

変化する時流に合わせてその技術を進化させ、金属工芸から軽量で自由な加工性のあるアルミ鋳造を主として建築デザイン分野に進出し、皇居、文教施設や重要文化財復元など数多くの意匠金属工事を手掛けてきました。さらに鋳造や原型技術をエクステリア製品に進出し、2003年からオリジナルブランド「ディーズガーデン」事業を立ち上げ、デザインから生産まで感性と技術を兼ね備えた独自のビジネスモデルを展開しております。



本社社屋

主要取引先

全国約320社（435店舗）のデザイン提案型エクステリア工事店

主要製品

ブロンズアルミ鋳物



（門扉・フェンス・手摺・アーチなど）

FRP製エクステリア製品



（物置、ポスト、表札など）

*FRP：ガラス繊維強化プラスチック

主な保有設備



耐候性試験機(2台)

Vプロセス
鋳造機

アクリルレーザー
加工機

アルゴン溶接機
(2台)

です。3定とは、「最も使いやすく、戻しやすく、管理しやすく、しかも美しく」というポイントを重視したものです。

受注管理と物流管理の構築においても、「3定」を踏まえて進めました。設備に要求する安全性、効率性はもちろんですが、倉庫作業及び管理部門の役割分担、作業手順、トラック・仮置き・ラックを含めた配置・動線、目標設定、運用ルール等を決めて計画的に進めました。

実作業時間の計測検証を実施した結果は、入庫作業の目標4分/品目に対して実績3.16分/品目、出庫作業の目標3分/品目に対して実績2.56分/品目となり、目標時間より早い作業が可能であることを確認しました。



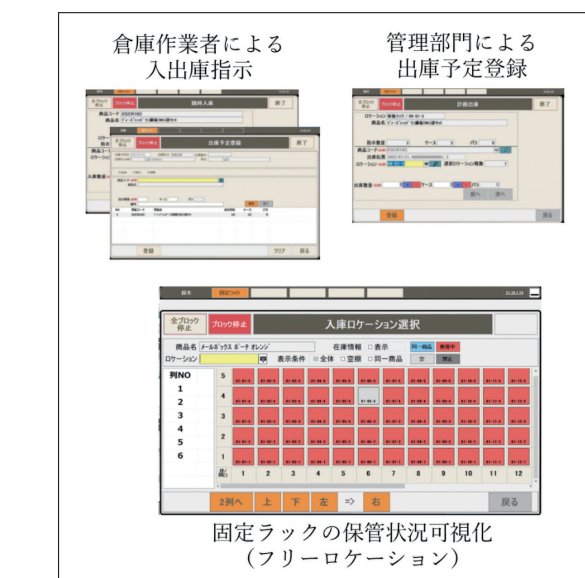
導入指導の様子

また、自社内に物流倉庫を持つことで、外部委託が発生していた倉庫賃料が不要となり、物流費用を35%削減することができました。

◆ SNS活用による認知度向上とDIY市場への展開

ディーズガーデン事業は当初からWEBサイトを立ち上げ、コンテンツ作りを実施してきましたが、今後はユーザーの利用頻度が高まっているInstagram、Pinterest、YouTubeなどSNS中心のWEB検索にも対応すべく、ECサイトに連動する効果的なWEB広告を発信することで、認知度の向上を目指します。

また、国内の人口や世帯数は減少し、戸建て住宅新築市場の先行きが厳しい中、住宅市場の半分を占めるマンション市場にエクステリア製品の拡充を図っていきます。マンションのエクステリアは施工が少ないことから、コロナ禍の影響で需要が高まっているDIY市場とも親和性が高いと言えます、ディーズガーデン事業拡大の好機と捉えています。



受発注・入出庫管理システム（スマートタナコン）
各部門のタブレット操作とバーコードスキャナーで、
リアルタイムの倉庫管理を実現

倉庫作業においては、以下の効果が得られました。

- ①在庫の条件がフリーロケーションのため、流動性の高いものや重量物など作業を優先した空き管理、指示が可能で効率性が高い。
- ②出荷指示は品番と数量の登録だけで、作業者はフォークリフトに設置したタブレットで保管位置を確認できるため生産性が向上した。
- ③タブレット操作が入出庫の数量入力も兼ねるので、日々の棚卸等、事務作業が大幅に削減した。

補助事業の成果と今後の展開

◆ 環境整備の実践による物流管理の運用

「環境整備」は当社を代表する社風ともいえる活動です。社内のすべての部署において、礼儀・規律・清潔・整頓・安全・衛生および3定（定位置・定品・定量）の「環境整備」の活動を徹底しています。これは、単なる整理整頓ではなく、仕事をする上での基礎力を高めるための日々の積み重ね