

# 魅

せまです！<sup>2</sup>活き湧く<sup>2</sup>

地域資源

100年後にも愛されるものづくりを目指して  
山形鋳物の新たな挑戦

独立行政法人中小企業基盤整備機構 東北地域活性化支援事務局

PM 板垣良直

## ●事業化に至ったきっかけ

山形鋳物団地協同組合との出会いは、平成19年11月。当該組合が防犯灯プロジェクト<sup>※1</sup>の成功とカロツツェリアプロジェクトへの参画によって山形鋳物の知名度と製法の優位性が認知され、市外の団体や企業等からのオファーが増え始めた時期にあたる。オファーのほとんどが街路灯やサイン等エクステリア製品への需要であり、組合及び組合員の収益拡大と山形鋳物の需要拡大に向けた好機と捉え、積極的に事業化に着手、今日に至っている。

今回の地域資源認定に向けた事業は、この延長線上のものであり、「環境、景観性」に敏感な街づくり

関連する地域行政も含めた商工業団体が求められる建設業界、旅館、小学校等

の高度な付加価値需要に対応し得るオリジナルエクステリア製品の開発を進め、広く市県外を含めた市場を開拓し、組合及び組合員の収益だけでなく、山形県の優れた地域資源である山形鋳物において、

ハードソフトの両側面の付加価値を加えて進化し続ける「新生・山形鋳物」としてのポジショニング確立  
・知名度のアップと需要拡大  
・水平展開による地域経済活性化への貢献をめざして実施されたものである。

※1 防犯灯プロジェクト：山形市の発注を受け、工業デザイナー「奥山清行氏」のデザ

ン監修によって実施した完全オリジナル製品の開発プロジェクト。組合員を含む県内21事業者の水平ネットワークにより、平成13年から4年間で約1万8000灯を製作し、カロツツェリアプロジェクト創成につながった。

## ●事業計画作成における苦労や今だから言える話

最も苦労したのは「販路開拓の方策と見込市場の数値化、物流システム」の3点である。当該組合が本事業で着眼したアドバンテージ要因は、

・街の個性的な景観に合った、オンリーワン意匠デザインによる感性価値  
・防犯、環境負荷低減等、付加機能性によるソリューション価値  
という要因による価値創造であり、時代ニーズとしては顕在化しているものの、

地域市場においては潜在ニーズの域を出ない状況にある。よって、実ビジネスとして考えると「見込市場の規模はつかめない」、「具体的な販路開拓方策も設定できない」というジレンマに陥ってしまう。また、仮に超広域から注文を受けた場合、「その形状と重量から物流の問題をどうクリアするか」という、様々な課題に取り組むことになった。

## ●課題をどう乗り越えたか

「モノ（物）じゃなくてさ、コト（知財）を商品にしたらどうかかな？」

課題をクリアするきっかけは、こうした発想の転換から始まった。つまり、山形県内のエリアには完成品の納品



山形西高鋳物フェンス



ソーラー照明灯



防犯灯



ネオソーラー灯

・県外の広域エリアの注文は、最短距離にある鋳物技術者との連携による製品化

という商品政策とビジネスモデルによる対応である。とはいえ、この時点でも、市場規模の特定は不可であったが、

やがて、建築関連専門家のアドバイス

から「オンラインワンデザインによるエクステリア製品がもたらす建築デザイナーのメリット」が明確になったこと、カロッツェリア研究会が有する販路の活用が可能になったことで、規模は不明ながら、販路開拓の対象と方策が明確になり、ようやく諸課題は解決へと進み、認定に至ったのである。

●実際の事業化に至るまでの苦勞(資金調達・販路開拓等)

事業化に至るまでの道のりについては、以下、当該組合自身の文章を抜粋してご紹介する。とはいえ、ようやくスタートラインにたつたばかりであり、今後、試験事業↓本事業の中において、様々な課題が見え隠れしており、まだまだ予断は許せない状況といえよう。ただ、それら課題も、当該組合のあくなきチャレンジ精神があれば、乗り越えられることを確信しているが。

★地域産業資源活用事業計画認定の道

防犯灯とカロッツェリアプロジェクトで一定の成果を収めたものの、組合として、独自の製品開発を継続的に進めていくのは容易ではないと感じていた。1つは開発コストの問題。製品開発には多額のコストがかかる。防犯灯のように大口が確約さ

れた発注ならば、最初から開発コストを製造コストの中に織り込むことができるが、通常は数個のテストオーダーからスタートするので、初期の開発費をどう調達するかという問題が生じる。組合事業として取り組む以上、赤字は避けなければならぬ。少なくとも開発コストを償却できる製品売上げが担保できなければ組合の共同事業として成立はしないのである。関連してもう1つ大きな問題があった。それは販売チャンネルの問題である。組合には専従の営業職員はいないし、営業のノウハウもない。組合員はほとんどが下請業者であり圧倒的に販売チャンネルが不足している。そんな折り、国では地域資源活用促進法が制定になり、地域資源を活用した新たな取組みについて、地域資源活用促進プログラムという支援パッケージができたという情報が中小企業団体中央会経由で入ってきた。支援パッケージの中には、試作開発費を支援する補助メニューも新設されるとい

う。1つ目の問題は何とかクリア出来る可能性が出てきた。そして2番目の問題も、カロッツェリアプロジェクトの地道な積み重ねが解決してくれた。カロッツェリア研究会が法人化して販売サポートの体制が整備されたこと、同研究会の会員企業が有する全国の販売チャンネルを、当組合が活用できる見込みが立ったのである。

企業概要

- ・名 称：山形鋳物工業団地協同組合
- ・資本金：1260万円
- (出資金)
- ・住 所：山形市鋳物町10番地
- ・従業員数：組合員9社
- ・代表者名：理事長 五百川好則
- ・連絡先：事務局長：横尾政雄
- (023)643-6031



五百川好則理事長

