

広島で ガンバル企業

経済活動がますますグローバル化する現代では、あらゆる分野において「包装」のニーズは拡大の一途をたどっている。60年にわたり、食品の包装機械や関連装置の技術開発に取り組み、大型機から中小企業向けのコンパクトな機械まで製造販売する「西原製作所」。2016年「ひろしま産業振興機構」の評価制度を利用し、その結果を指針として新たな取り組みを進める。

株式会社 西原製作所・株式会社 シーエンス 代表取締役 | 西原 英治氏 にしはら・えいじ

独自の技術力で、商品の保存・包装に欠かせない シール機、包装機、医療関連機器を開発、製造

商品を広く流通させるためには、保存や包装は不可欠の要素だ。1953（昭和28）年設立の西原製作所は、糸の編機の製造・販売から始まり、1958（昭和33）年には包装諸機械、主に食品業界における商品の保存、包装の技術開発に着手した。

ポリ袋などをシールするためのインパルスシール機を皮切りに、60年にわたり、パッケージ内の脱気と開口部の接着を行う「真空包装機」、内部に不活性ガスを充填密封包装を行う「ガス充填包装機」、「袋詰シール機」「トレーガス充填機」および関連装置の技術開発を進めてきた。真空包装機と深絞り真空包装機を主力として、国内はもとより海外市場においても高い競争力を有している。

もう一つの柱は、自動機械、生産機械の分野。「注射針CNC研削装置」、「注射針ロータリー研磨機」および注射器の筒である「シリンジ組み立て機」など医療関連機器も製造している。また、省力機械の開発も手がけ、さまざまな業界に対応すべく、その技術力を蓄積してきた。

創業以来、開発型企業としてその高い技術が評価を受けてきた。「先代の社長は経営者というより、よそにはない面白い機械を作ろうと意気込む職人魂の塊のような人でしたからね」と社長の西原英治氏は語る。

その技術の一端を紹介しよう。



世界の約30カ国に商品を輸出している

真空包装機

主力の真空包装機のなかでも、独自のノウハウを持つ手動のテーブルタイプは、主に国内の中小の加工食品会社をエンドユーザーとしており、2～3年サイクルで継続してマイナーなモデルチェンジを行って現場のニーズに応え、納入後のサービスなどにもきめ細かく対応してきた。

一方、自動ラインに用いられるコンベアタイプは海外での評判が高く、タイのSenta Pack社、ベトナムのAsian Machinery社と代理店契約を締結している。

また、自社開発し、2015年秋から自社ブランドで販売を開始した「深絞り真空包装機」は、食品に限らず、多岐の用途に対応でき、さまざまなオプションにも使用可能。さらに、操作はシンプル、メンテナンスもサービスも自社対応ができるため、ドイツ製品が世界シェア50パーセントを誇るなかであって、揺るがぬ地位をキープしている。

医療関連機器

「注射針CNC研削装置」は、研削パターン500種類以上、多種多様な注射針の研削に対応でき、オプションの針供給装置、針自動取り出し装置、針原管治具セット装置、治具運搬コンベアと連動すれば、治具供給から研削、アゴバリ取りに至る全工程の自動運転が可能になるというスグレモノで、高精度を誇る広島オンリーワンの商品である。

医療器具生産設備はおよそ40年前から開発製造を着手して、一時は会社の40%を占める売り上げになったが、国内での受注量は徐々に減少していった。ところが、約10年前にこの医療関連機器を知った中国の企業からの注文がきっかけとなって、海外向けに製造を再開することとなった。

2004（平成16）年には、販売および輸出入業務を担当する「株式会社シーエンス」を設立。国内外の代理店や特約店を中心に、食品加工会社にも直接販売も行う。海外では中国、タイ、ベトナム、インドネシアに代理店を置き、ブラジルはTRADING MARKS社、メキシコにはPROECO PACK社と特約店契約を結んでいる。



整頓されたきれいな工場内



主力商品の一つ
「多機能型深絞り真空包装機 NF-20 型」

「ひろしま産業振興機構」の評価制度で課題を洗い出し、 補助金や助成金を活用してさらなる飛躍を

どんなにすばらしい開発力、技術力があっても、高性能、高精度の機械であっても、熾烈な価格競争を勝ち抜かねば収益は上がらない。グローバル企業となるためには、自社の開発力、技術力、蓄積したノウハウをどう活かしていくかが問われている。

そこで、2016（平成28）年、「ひろしま産業振興機構」の評価制度を利用し、課題を洗い出した。「専門家の冷静な分析の結果を見て、あらためて課題を認識できました。指摘されたところを見直し、次のステップにつながる力としたい。また、自社の実力が外部から高く評価されていることをもっとアピールしなくては…」と西原氏。

課題として挙げられたのは、

1. 営業力の強化

技術力の優位性を自らが認識し、市場に認知させ、「Nishihara」ブランドを浸透させるブランド戦略が必要。たとえば、「ガス充填包装機」には独自のノウハウが数多くあり、付加価値を持たせた営業展開が可能。海外売り上げが50パーセント以上で、現在も拡大中。なかでも中国での知名度は高く、サービスの良さも評判であることから、可能性は大きい。

2. 利益率の改善

製造原価を下げるために加工部品の内製化の検討も必

要だが、視点を変えて、販売またはサービスに付加価値を付ける。

3. 販売またはサービスに付加価値を付けるための知財戦略

海外メーカー品は価格が高く、納入後の改造にも国内対応の難しさがある。ここに着目し、技術やソフトウェアをオープンにするという販売戦略およびサービス体制の充実を図る。そのためには、メンテナンスやサービスに必要な開示すべき技術は権利取得する。模倣される恐れのある保護すべき技術は保護体制を構築する。また、ブランド戦略の一環として、海外での商標登録も必要である。

4. 人材

製造に必要な資格取得だけでなく、経理や営業など業務全般にわたる資格取得にも力を入れる。経営および販路開拓を外部のコンサルタントに依頼したり、社員教育を社外に委託することも検討する必要がある。の4点。

「メイド・イン・ジャパンの誇りであるすばらしい技術の評価していただきながら、温存してはもったいない。今後は、蓄積したノウハウや技術を転用していかに売れる商品化に結び付けるかですね。開発力とともに、レベルの高い若い人材を確保し、海外に向けてもっと営業力を強化していきたい」と、西原氏は世界を見据えた戦略に意欲を見せる。

ものづくり魂が産み出した メイド・イン・ジャパン。 オリジナル技術による保存・包装器機や 医療器具用製造装置が世界へ羽ばたく

株式会社西原製作所・株式会社シーエンス 会社概要

住 所／広島県広島市西区商工センター8丁目8-17

代 表 者／西原英治

設 立／1953（昭和28）年

事業内容／真空包装機・ガス充填機・トレーシール機・殺菌装置等食品関連装置および省力機械の設計・製造・販売ならびに医療器具用製造装置の開発・製造

