特集1

自社開発で生き残る〝オンリーワン〟企業の発想力！

規模や場所のハンディキャップを逆手に取り他社がまねできない独自の製品を開発し、業績を上げ続けている企業がある。地域の原材料に一手間も二手間もかけてヒット商品に育てた〝オンリーワン〟企業の発想力に迫った。

ブナの木の有効利用で世界ブランドへ駆け上がる

ブナコ

青森県弘前市

社　名　ブナコ株式会社
所在地　青森県弘前市豊原1-5-4
電　話　0172-34-8715
H　P　www.bunaco.co.jp
代表者　倉田昌直　代表取締役
従業員　約25人

広大なブナの森を有する青森県は、ブナの木を有効活用するべく独自の技術を開発した。その技術を継承し、優れたデザイン力でモダンなプロダクトを生み出しているのが、地元木工メーカーのブナコだ。テーブルウエアや照明、スピーカーと、ジャンルレスな商品開発で、世界に名を轟かす自社ブランドを確立している。

ブナの有効活用に向けて生まれた独自の技術

大根のかつらむきのようにブナ材を厚さ1㎜にむき、細いテープ状にくるくると巻きつける。その独自の技法でつくられる特徴的な形状の工芸品が「ブナコ」であり、社名でもあり、「BUNACO」としてブランド名にもなっている。

「BUNACOの技術は、青森県工業試験場が開発したもので、うちじゃないんです」

そうさらりと語るのはブナコ代表取締役の倉田昌直さんだ。ブナはスギやヒノキに比べて保水力が高く、腐りやすい。割れや反りなどのねじれも生じやすく、建材にも家具材にも不向きとされてきた。そのブナを何とか活用できないかと、ブナの蓄積量日本一の青森県が1956年に考案、開発したのがBUNACOというわけだ。加工技術の特許も県が取得しており、民間企業は製造許可を得て初めて商品化できる。そこで、製品化するため県の経済界の有志らが会社を立ち上げ、製造・販売に乗り出した。

「でも3年で倒産。理由は分からないんですけどね。それで私の祖父が『地元で生まれた技術が途絶えるのはもったいない』と会社を買い取りました。それがブナコ漆器製造株式会社の始まりで、63年に父が設立しました」

厚さ約1㎜、長さ約2mの薄板を仕入れ、それを幅6～12㎜のテープ状にカットするところから自社で行う。カットした材を芯材に巻きつけてコイル状にし、それを湯呑み茶碗を使って成形する「型上げ」、乾燥、パテ埋め、塗装を経て仕上げる。商品によって異なるが、細かな作業まで含めると約30工程にも及び、それらをすべて自社工場で担う。それも機械はほとんど使わず、分業制による職人一人一人の手仕事が、ブナコ・クオリティーを支えている。

▲小学校の旧校舎を活用して2017年4月に開設した西目屋工場。ヨーロッパ向け大型ランプシェードの製造拠点であり、JR東日本の豪華クルーズトレイン「四季島」の立ち寄りスポットとして話題に

入社1カ月で社長に就任 営業力を経営力にシフト

BUNACOは、今でこそ国内外から高く評価されるブランドだが、創業当初はかなり伸び悩んでいたという。早期に海外輸出を試みるも失敗に終わっている。

「そんな状況が10年は続いたでしょうか。私が大学を出て、東京の取引先で営業マンをしていた頃のことです。入社から2年が過ぎたある日、父からブナコ入社を促されました。継ぐ気ではいましたが、早いなと正直思いましたね。営業の仕事も面白くなってきたところでしたから」

だが、事態は思わぬ方向へ転がる。倉田さんは80年5月に退職し、6月1日に入社するのだが、その1カ月後に先代が急逝してしまう