



大塚産業マテリアル

時代の変化に対応する技術革新と日々の改善
 会社を少しずつ前進させて未来へつなげる

プロフィール

社名 大塚産業マテリアル株式会社 (おつかさ
 んぎょうマテリアル)
 所在地 滋賀県長浜市八幡中山町1
 電話 0749-74-8888
 代表者 大塚敬一郎 代表取締役会長
 創業 宝永3 (1706) 年
 従業員 国内: 140人、国外: 470人
 【長浜商工会議所】



HPはこちら



事業拡大に伴い2022年に稼働開始した浅井新工場



蚊帳はかつて、嫁入り道具の一つでもあった



大塚蚊帳の社名は、昭和19年に大塚産業に改めた

成形機により不織布をさまざまな形に加工できる



現在の主要製品の一つ、自動車用サイドパネルカバー (成形品)



合成技術で固めたFRPで製造した飛行機ハンドル

蚊帳の生産から事業転換

江戸時代、現在の滋賀県に当たる近江の国では蚊帳の生産が盛んで、「浜蚊帳」として全国各地にその名を知られていた。琵琶湖の北東部沿岸にある長浜市では、寛文年間(1661-73)に蚊帳づくりが始まったとされており、長浜の大塚吉平が蚊帳を売り始めたのもその頃とされている。

「ただ、年代がはつきり確定できるのは宝永3(1706)年が最初で、その年を創業年としています。なぜこの辺りで蚊帳の生産が盛んになったかという点、近くに琵琶湖があり盆地なので湿度が高く、乾燥していると切れやすい糸も、湿気があって切れずに織りやすかったからです。蚊帳だけでなく、ちりめんやビロードなどの繊維産業

ました。しかし、本業の蚊帳が売れなくなっていくのです」

自動車メーカーに売り込む

「自分たちから働き掛けなければ、何もできません。私の父は遠縁のついでトヨタ自動車工業に壁紙を売り込もうと、『動く応接間のイメージ』でどうかと、車の内装に自社の壁紙を提案しました。その時は採用されませんでした。それが縁でパイプができ、今度は自社で開発したポリエチレン製の織物を売り込んだところ、シートにクッションを付けるバネ受け用の布として採用されたのです。それがきっかけで、開発や生産を自動車関連に傾注していきました」



大塚会長は長浜商工会議所の会頭を務めて4期目。「コロナ禍にできなかったことを、今懸命にやっています」



野球部が昭和23、24年に全国都市対抗野球大会に北陸代表として出場

業の依頼でエアバッグの袋部分の開発に取り組み、昭和44年には完成し、特許も取った。しかし、エアバッグを火薬で瞬時に安全に膨らませる技術が日本ではまだ確立されていなかったため、実際に採用されるには至らなかった。

62年には会社を事業別に4社に分社化し、大塚産業グループを結成。大塚産業マテリアルは、主に自動車用内装品などの生産を行っていた。その後、海外生産も比較的早くから始めている。「縫製を国内で行っていると採算が合わなくなってきたので、アパレル産業が早くから海外生産を始めていたこともあり、当社も1990年頃から中国への進出を検討していました。中国に最初の工場を設立したのは2002年です。06年にはタイにも進出しましたが7年ほ

どで撤退し、米国と中国の貿易競争が起こったのでチャイナ・プラズ・ワンということでも17年にベトナムにも進出しました」

改善提案評価制度を実施

大塚産業マテリアルになってからも、技術革新への挑戦が止まることはなかった。以前は1枚のシートを裁断・縫製することで自動車の座席の立体形状に合わせてきたが、このままではシエアを存続することができないと考え、不織布(繊維を織らずに結合させたシート状のもの)の3D/CADによる成形技術の開発に取り組んだ。これにより、1枚の不織布を成形してどんな複雑な立体形状でも再現でき、縫製よりも生産リードタイムを大幅に短縮できるようになった。

「昨日と今日、今日と明日、少しずつでも改善して前進しないと、会社は生き残っていきません。そのため、全従業員を対象に改善提案を評価する制度があります。どんな小さなことでもいい。この小さな改善の積み重ねが生産アップにつながっている。制度を始めて25年になりますが、統計を見ると、

が発達しました」と、大塚産業マテリアル代表取締役会長の大塚敬一郎さんは説明する。
 天保7(1836)年には三井越後屋呉服店(三越の前身)との取引を開始。時代は下り、昭和10年には法人化して大塚蚊帳株式会社となったが、昭和40年頃から蚊帳の需要が減ってきた。そこで、縫製と樹脂加工の技術を生かして自動車関連産業に参入し、今は自動車の内装・シート製造がメインになっている。
 「当社は、時代の環境変化に常に対応してきました。戦争中は繊維を樹脂で固めたFRP(繊維強化プラスチック)を開発して、飛行機のハンドルを製造していました。戦後は琵琶湖周辺に生えているヨシを使った壁紙を開発したところ、高級な壁紙として欧米でよく売れ

提案件数が多くなるにつれ、売り上げも利益も増えていきます。私は改善提案件数と利益の伸びには相関関係があると思っています。会社は、先祖から受け継いでいく大玉送りのようなもので、急ぎ過ぎたり玉が大き過ぎたりしたら落としてしまいます。それぞれの代の社長が、大玉を落とさないような方法や戦術を考えて会社を運営していく。そして一番の目標は、会社を未来永劫つなげていくことだと思っております」
 時代の変化に対応する技術革新と日々の改善。これが大塚産業マテリアルの強さの秘密といえる。

大塚産業マテリアルの強さの秘密

- 一、代々受け継いできた、企業は継続すべきであるという信念
- 二、社会に支えられてきたことに感謝し、社会に奉仕してきたこと
- 三、技術革新と日々改善への努力