

[機構について](#) > [情報提供活動](#) > [動画で見る企業事例「企業未来!チャレンジ21」](#) > [2003年放送分](#) > 10月18日放送分 販路を生かして商品開発 ~鉛筆メーカーのおがくずリサイクル~

10月18日放送分 販路を生かして商品開発 ~鉛筆メーカーのおがくずリサイクル~

10月18日(TX・TVO・TSC)

19日(TVA・TVH・OX・TVQ・RCC・TVQ・OTV)

20日(BSJ)

東京都の北星鉛筆株式会社(資本金4,000万円、従業員数28名)は、市場の縮小に対応するため、鉛筆製造の過程で廃棄される『おがくず』の商品化に取り組んだ。しかし、新商品第一号は販路を確保できず、失敗。その経験から、今度は既存事業で培った同社の強みを活用できる木製教材用粘土を武器に新分野へ進出した。自社の持つノウハウや販路を活用することで、新分野で成功を収めている同社の経営を紹介する。

販路を生かして商品開発

~鉛筆メーカーのおがくずリサイクル~

[視聴覚教材No. TV15-29](#) >

[動画配信中\(新規ウィンドウ\)](#)



子供と粘土で遊ぶ志垣さん。今、使っている粘土は、なんと鉛筆メーカーが開発したもの。鉛筆メーカーが何故、粘土を? 今日はその秘密を志垣さんが探る。

こちらは粘土を開発した北星鉛筆(株)の杉谷社長。まずは、鉛筆工場へ。





社長と志垣さんがもっているのは、鉛筆のもと。板と板の間に芯が挟まっている。

これを機械で鉛筆の形に削っていけばできあがり。



鉛筆の完成までに、材料の40%がおがくずとなる。杉谷社長が考えたのは、この40%分の再利用。

まず、初めに粉にしたおがくずを圧縮して薪を作ったが、販路の開拓や在庫管理で苦戦。しかし、おがくずを粉にすれば色々な利用法があることを発見したと杉谷社長はいう。



POINT: 加工することで売れる商品になった





そのような試行錯誤の末に開発したのが志垣さんが遊んでいた粘土。杉谷社長は、文房具ならば「鉛筆で作った販売ルート」を利用して販売することができると確信していた。

POINT: 既存の販路を生かして売れる商品を開発



国内では減っている鉛筆需要も中国など海外では伸びている。「粘土の利益で鉛筆のコストを下げれば、中国にも勝てる！」と杉谷社長はおがくず粘土の成功に期待を膨らませます。

POINT: 廃材を利益に還元して競争力を強化



今回の粘土作りのキーマン、林原氏。生分解性製品の研究をしている林原氏は、「リサイクルして使ったあとも、自然に還る又は燃やせるようにしなければならない」と語った。



杉谷社長が粘土に続くおがくず製品として開発したのが、絵の具。玉川大学と連携して研究を進めている。





鉛筆メーカーが粘土を開発した理由。それは、「鉛筆がある限り、鉛筆を作りつづける。粘土や絵の具の開発も全て鉛筆を作りつづけるための一つの方法。」と語った杉谷社長の言葉にあった。

[ひとつ上の階層へ](#)

[利用規約](#) [法的事項](#) [プライバシーポリシー](#)

Copyright©2007 Organization for Small & Medium Enterprises and Regional Innovation, JAPAN