

# GT・スパイラル有限公司

## 土木・農業用基礎杭など、様々な用途で活用できるねじり平鋼「GT・スパイラル」の開発

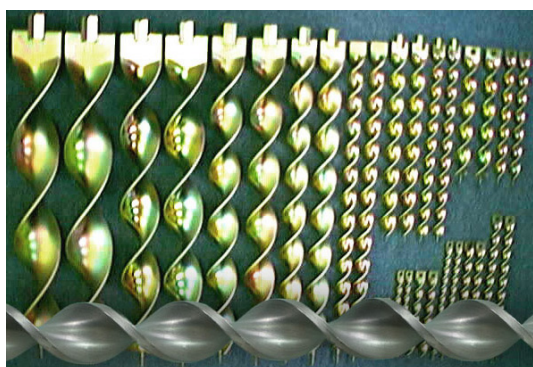
### 企業の概要

昭和44年に、当社の前身である後藤鉄工所を設立した。その頃から、製品としてのGT・スパイラルを製造していた。GT・スパイラルとは、特殊な技術により、ネジリを加えた平鋼である。ネジリ技術により、一般の鋼材やアルミ、ステンレスなどの延性のある素材の加工が可能である。

後藤鉄工所時代に出願した特許が、平成12年1月に取得でき、平成13年2月にGT・スパイラル有限公司を設立した。特許は、基本技術としての「ねじり平鋼」である。また、平成15年4月には、GT・スパイラルを用いた工法が、「GT・スパイラル支柱基礎杭工法」として、国土交通省の新技術情報提供システム（NETIS）にも登録された。

GT・スパイラルは、既存の杭に比べて、柔らかい地盤に使える、地盤の強度を最大限に活用、単純なねじ込み作業でスピーディーな施工、工期短縮が見込め経費削減、床掘り・廃土処理不要で自然環境に優しい、再利用が可能などの利点がある。

GT・スパイラル



当社の事業は、土木、農業、機械、装飾金物、小型商品の5分野で展開している。

土木用基礎杭は、道路付属構造物、軟弱地盤、各種構造物基礎として用いられている。環境保全に厳しい全国各地の公園内や湿地・干潟等で、観察デッキや木道の基礎としても採用されている。

農業用基礎杭は、ハウス基礎、防霜扇支柱基礎、

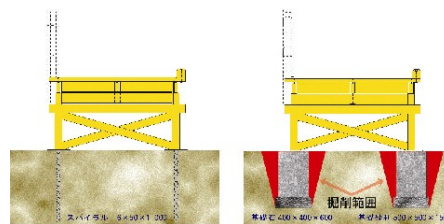
防蛾灯支柱基礎、防風ネット支柱基礎、果樹支線支柱アンカーなどに用いられている。GT・スパイラル杭は、コンクリート基礎の1/20の重量、1/6の施工期間、1/5の施工工数であり、最大40%の施工コストを削減することが可能となっている。

機械組み込みは、送りねじ、搬送シャフト、流体制御、熱交換の用途がある。

装飾金物については、LOUIS VUITTONの新店舗「ルイ・ヴィトン ナゴヤ ミッドランド スクエア店」の店舗外観装飾に採用され脚光を浴びた。

小型商品には、クイックテントペグ、クイック旗立て、ゴールポスト用ペグなどがある。

GT・スパイラル工法 従来工法(コンクリート基礎)



土木分野はコンスタントに売上があるが、今後の伸びしろは小さいと見ている。そのため、農業、機械分野の売上を伸ばしたい。また、小型商品の充実も図りたい。

### ■年表■

平成12年	GT・スパイラルの特許取得
平成13年	会社設立
平成15年	NETISへの登録
平成17年	異分野連携新事業分野開拓（新連携）計画の認定取得
平成18年	第9回熊本県工業大賞受賞
平成19年	第2回ものづくり日本大賞 九州経済産業局長賞受賞

### 出展の理由ときっかけ

平成17年4月に新連携事業計画の認定を受け、同年10月の中小企業総合展2005 in Tokyoに初めて出展した。それ以降、販路開拓やマーケティングなどのため、継続的に応募し出展の機会を得ている。



代表  
後藤 常郎

## 会社概要

本社 〒860-0821 熊本県熊本市本山 1-6-3  
電話 096-211-1517 FAX 096-211-1518  
URL [http://ww21.tiki.ne.jp/~spiral/home\\_f.htm](http://ww21.tiki.ne.jp/~spiral/home_f.htm)  
業務内容 土木・農業用基礎杭、機械組み込み、小型商品、装飾金物など  
設立年 平成 13 年 2 月  
資本金 1,000 万円(平成 19 年 12 月現在)  
従業員 10 名(平成 19 年 12 月現在)

## 出展に対する期待

研究開発を中心とし、売上には結びついていなかったため、販路拡大を目的に出展した。また、マーケティングとして、商品開発の方向性を見極めるといった目的もあった。さらに、研究開発と一緒に行ってくれる企業を探すことも期待していた。

## 出展による成果

### 取引先の即時確保

3 件の販売・業務提携の商談があり、1 件の販売先、1 件の業務提携が決定した。販売先の 1 社はイベントの中日にブースに訪問してくれ、その日のうちに電話があり、イベント終了後の週末に当社を訪問してくれた。その後、3 回訪問してくれて契約となった。

### 大型の業務提携と海外展開の実現

業務提携を行った企業とは、将来的には 1 億円程度の仕事になる見込みである。

また、アジアを中心とした海外展開を考えている。韓国での引き合いがあり、プロジェクトを進めている。また、中国、台湾から商品販売の契約を結びたいという話もある。

## 成功のポイント

### 研究開発成果の商品化の進展とPR

素材つまり根幹の技術が世界的にもユニークであり、従来品に比べて、低コスト、軽量の素材という優位性がある。10 年近く研究開発を行ってきた成果が徐々に現れてきている。GT・スパイラルの特徴が目に見える形で商品化され、ポスターだけでなく、具体的な商品を多く展示するなど、上手くアピールできている。

## 共同研究による事業分野の強化

平成 17 年 4 月に新連携事業計画の認定を受け、継続して研究開発を進めている。連携企業のうち 2 社とは、以前から、共同研究、委託研究などを行い、助言をもらうなどしていた。

認定後、初めて共同研究を行う 1 社とは、機械分野の事業展開の強化につながるものと期待している。共同研究に基づき、事業分野の強化を図ってきた。

## 今後の事業展開

農業、機械分野の売上を伸ばしたい。販売地域としては、九州での導入実績が多いが、全国展開、そして海外展開も考えている。特に、今後は関東方面に展開していきたい。個別の公共事業よりも、全国展開しているメーカーとのタイアップを重点的に進めている。メーカーの製品の基礎部品に組み込んでもらい展開するという方法である。

## 今後出展する企業に対して

準備段階での集客対策が重要である。顧客や関係者への電話やメールでの連絡や、案内状の郵送などは必須であろう。また、当日は、たまたま訪問してくれる人と、従来からの顧客の両方の対応を考える必要がある。

ブース設置に関しては、最少人数で対応できるような展示スタイルをとっている企業もあるが、ブースに人がいないような状況を作らないようにすべきである。具体的に商談ができる人間がいる必要がある。

カタログを会場で配布するが、カタログは常に多くある状態にしておくべきである。残りが少なくなると、遠慮してカタログを持って帰ってくれなくなる。