

日本のトップランナー企業

桶谷より心を込めて「価値あるもの」を届けたい 桶谷製作所

「成長」が目的の経営革新

1967年に創業

し、今年で50周年を迎

えた桶谷製作所。京都

が集まっている。そん

な中、今年で50周年を

迎えた。「50周年とい

えども私たちにとって

は通過点でしかない。

創業以来『成長』を旗

印に掲げ経営革新を重

ねてきた。50年という

年月を積み重ねても、

同社の描く理想にはい

まだに到達していな

い。『成長』とは、お

客さまの発展と共に、

ずっと寄り添い、期待

されないよう、製造設

置の一貫製作、完成品

に応える『桶谷製作所』

で取り扱う。今では業

界で「京都に機械加工

で在り続けるための成

長である」(桶谷正躬)

社長)。

同社は製造装置の大

型部品を機械加工・製

造船などといった日本

を代表するような生産

工場の設備や部品がそ

れだ。その部品は、主

に生活関連の製造装置

に使用されている。同

社は、人が日常生活の

中で使用している物の

ニーズも多種

多様に変化し

ている。この

時代の流れに取り残さ

にならなかったとい

う。そこで、製造工場

から機械加工、

取り扱い業務とし

て、製造

工程まで自社

で一貫製作、完成品

を提供できるようにす

ることで差別化を図っ

た。そのため、協

力会社の新規開拓や品

質の標準化を進めた結

果、現在では百数社

の協力会社を有するまで

満たすだけでも自然と

を増しており、それを

サプライチェーンマネジメント

を実現しているという

度の精度、品質が求めら

れる時代。顧客の品質

は必須」(同)。

桶谷正躬社長は、

「架台の桶谷」

ブランドを展開する

ETANIへ向けて

挑戦が始まろうとして

いる。京都に強い力を生

む。そこで、産学官の連携

によって、強みを生む

ことによりシエアを

全国で拡大。また、ブ

ランディングすること

により、新規顧客の開

拓を促進していく。現

在庫を広告として有

する。今後は九州地域

や工場も拡大した。今

は100名を超えて、前

期売上18億円。事業所

を策定し、大阪、東京、

名古屋、大津に営業所

を配置し、中京圏、首

都圏、京阪神圏を中心

に積極的な営業を展開

している。今後は九州地域

や工場も拡大した。今

は100名を超えて、前

期売上目標は25億円

だ」(同)取引先は1

000社を超えて、受注

社専用のトラックで運

ぶ体制を整えている。

「サプライチェーン

の2割は新規の顧客が

占めている。自動車、

新工場を完成させた

ばかりだが、今年から

も業務領域や営業領域

が大きく成長すると

見られており、同社で

型サイズの架台を用意

して、「架台の桶谷」

をブランド

としてより安く、より

に押し上げる計画だ。

既製品として架台を廉

価で販売しようと

いう試みだ。

既製品として架台を廉

価で販売することによ

り、顧客にもメリット

が生じる。廉価な桶谷

の架台を活用して装置

の受注獲得にも注力し

た同じ京都府下に新た

な工場が完成する。将

来はこれら生産拠点を

定型架台を新たな概念

で、既製品として販売

をはじめた。目的は企

業プランディング

で、「谷」はスタートしたば

京都に強い力を生む

ことによって、強みを生む

ことによって、強み