

オーラルケア用品で健康を創造する

株式会社広栄社 大阪府河内長野市

健康ブームが到来している。健康にいい食材、栄養補助食品、健康法など、世は1億総健康マニア時代。ところが、意外と見落とされているのが、口の中の健康。歯科衛生が健康に大きな影響を及ぼす。

海外向けつまようじの専門メーカーとして長年培ってきた経験を活かして、独自の製造機の開発で、三角ようじ、歯間ブラシなどを提供しているのが株式会社広栄社だ。研究開発型企業としても注目度が高く、各種オーラルケア用品の開発で日本人の口の中から健康を創造する。

会社概要

会社名：株式会社広栄社
 所在地：大阪府河内長野市上原町885
 電話：0721-523-2901(代)
 創業：1917年1月
 設立：1961年10月
 資本金：1,000万円
 代表取締役社長：稲葉修
 従業員：20名
 事業内容：各種オーラルケア用品（三角ようじ、糸つきようじ、歯間ブラシ、歯ぐきブラシ、タンクリーナー、デンタルセット等）の製造および販売

URL <http://www.cleadent.co.jp/>



地場産業の礎を築く

河内長野はつまようじの産地として知られる。もともとはつまようじの材料となる黒文字（クスノキ科の灌木）や卯木（スイカズラ科で別名ウノハナ）の原木の供給地で、つまようじの生産は1880年代の前半にさかのぼる。

同社の初代・稲葉由太郎氏は1921年に三重県鈴鹿郡関町で創業。24年にアメリカからつまようじの製造機械の一部を導入、それを河内長野に設置した。同社は、それまで手作りであったようじづくりを、日本で初めて機械生産へと道を切り開いたパイオニアといえる。

材料となる白樺は材質が柔らかく家具や建材には不向きだが、変な味や臭いもなく、色も白く、つまようじには最適。それまでは何にも利用されなかった白樺材を初めて活用する道を開いた。

ヨーロッパに販路を求める

欧米ではつまようじといえば、ほとんどが白樺製で、ほとんどが薄平たい「平ようじ」。英語で「TOOTH PICK」と言えばこの「平ようじ」のことを指す。

苦心の末できた「平ようじ」は日本ではほとんど使われなかった。そこで、同社は昭和の初期（1920年代後半）頃からそれまでは考えられなかった海外市場に販路を求め、ヨーロッパ市場向けに輸出をするようになった。

50年代の半ばには、北欧の客先から、断面が二等辺三角形になった「三角ようじ」の製造依頼を受け、製造を始めた。歯の大切さを知っている北欧の国々では「つまようじ」に対する意識も格別。「三角ようじ」は薬局で売られる歯間清掃用具の一つとして欠かせないものと考えられ、需要も見込まれた。

ところが、73年の円の変動相場制移行に伴い円が急騰。同社は生産量の95%を輸出に頼っていたため採算が悪化した。国内市場へと目を向けようとしたが、国内はこけし型の「丸ようじ」が主流。自分のところが同じものをつくると産地内の同業者から悪人呼ばわりされかねない。



同社内に併設された「つまようじギャラリー」

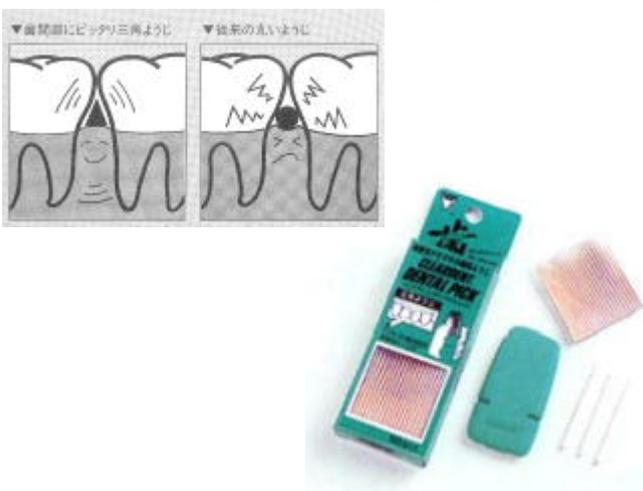
そこで、国内で市場を切り開くため、大手家庭用品メーカーへ「三角ようじ」を提案。そのうちの1社の目にとまり採用されたが、後に売上げ規模が小さいということで切られてしまった。

次に、大阪の中堅歯ブラシメーカーで採用されたが、そこで糸ようじをつくるように言われた。大手繊維メーカーからポリエステル糸の提供を受け、プラスチックメーカーに頼んでつくってもらい、早々と製品化に漕ぎつけた。ところが、円高により韓国や台湾、香港から安く入ってくるため、すぐに納入価格の値下げ要請を受け、最終的には断念せざるを得なかった。

考えてみると、三角ようじをつくっているのは、アメリカ、オーストラリア、北欧など人件費の高いところばかり。そこで、80年代初めにつまようじを自社ブランドでつくことを決意し、試作に取りかかった。

自社ブランドを立ち上げるためにはパッケージ等のデザインが重要と考え、大阪府のデザイン指導を受けた。そこで150人のモニターに試してもらったところ、同社が得意とする平ようじ、両端がとがった両先ようじの評価は散々だった。

その結果、三角ようじをメイン商品にすることを決めた。また、このとき「三角形のようじは歯に、丸いようじは料理に」というコンセプトも確立した。しかしながら、三角ようじを売るためには地を這うような苦労を経験。ありとあらゆる販路開拓に走ったが、思うようには売れなかった。



三角ようじは歯と歯ぐきをいたわる

そんな時、展示会に来た歯科医からの依頼が同社のターニングポイントになった。簡便で使いやすい歯間ブラシをつくってほしい。他社製はブラシの柄が太くて短いため、使い勝手が悪いという。

早速、同社は商品開発に取り組んだ。柄は奥歯に届く55ミリの長さで三本指で持てる使いやすい太さとし、ワイヤーは柄の先端より少し下で固定し折れにくい構造、キャップも通気性の良い構造を採用するなどさまざまな工夫を凝らした。これが、現在では同社の主力商品に育っている。

日産50万本のつまようじ量産機を開発

同社の稲葉社長は研究熱心だ。大阪府中小企業家同友会のメンバーで、オンリーワン研究会に属する。同研究会は開発型企業約70社で構成される。99年に龍谷大学のレンタルラボ（貸し研究室）に、開発研究の可能性のある企業として同研究会のなかの8社が審査を受けて入居、同社もその一員として選ばれている。入居企業には研究テーマに応じて指導教授が付く。

同社は、このほど同大学の技術指導を受け、日産50万本の能力を有する三角ようじ量産機の開発に成功、製造コストの大幅な削減を実現した。

一方、学会ともつながりが深い。商品開発に奔走する傍ら、日本人間工学会で講演したり口腔衛生学会では論文も発表している。

産地の復活をめざす

歯科医療に対する知識レベルのことを「デンタルIQ」という。稲葉社長は「日本人はもともと欧米人に比べてデンタルIQが低かったが、ここ数年で随分高まりつつある。当社の製品は単価は高いが、効用を考えれば十分受け入れられるものと考えている」と胸を張る。

河内長野市は10年程前には、全国シェアが96%とつまようじの独占産地であったが、安価な中国産品に押され、現在ではほぼ壊滅状態にある。

稲葉社長は、今回の量産機開発を契機に産地内業者へのOEM供給や包装材発注などで産地の復活をめざす。社長が休まる暇は、当分の間なさそうな気配である。（井阪英夫、山城満）