



## 研磨石の製造から人の感性に触れる石の製造へ

国広産業株式会社 奈良県葛城市

国広産業株式会社は、1972年の創業以来、樹脂製のバレル研磨用研磨石の製造に専ら取り組み、今日では、国内シェア70%を占めるニッチトップ企業となっている。

同社は少量・多品種・短納期を特長として350種類を超える製品を取り扱い、顧客ニーズに柔軟に対応することで揺るぎない信頼を獲得している。

積み重ねた信頼を確固たるものとし、顧客の新たな笑顔を創出すべく、従来のBtoBに求められる機能性の向上に加え、主にBtoCで重要となる人間の感性に触れるという価値の創造に日々取り組んでいる。

このようにして生まれた石という素材を活かした商品は、手に取った人々の感性に触れ、心を豊かにし、世界に彩りを添える。同社はこれからも人々の心の豊かさを追い求めることにより、成長を続けていく。

### 会社概要



会社名：国広産業株式会社  
所在地：奈良県葛城市新村39番地  
電話：0745-62-1428  
FAX：0745-62-9113  
創業：1972（昭和47）年7月  
設立：1994（平成6）年12月  
代表者：代表取締役 影石 崇  
資本金：1,000万円  
従業員：38名  
事業内容：バレル研磨用研磨石製造業  
URL：<https://kunihiro1972.jp/>



同社ロゴ（左）と製造しているバレル研磨用研磨石（右）



### ゼロからの事業承継

国広産業株式会社は、社長の影石崇氏が創業者である父から2009年4月に承継した会社で、バレル研磨\*用研磨石製造という隙間市場で、ニッチトップ戦略を追求し続け、2022年には創業50周年を迎えた。国広産業という社名の由来は、自社の製品が国に広く伝わっていくようにという創業者の思いが込められている。

※バレル研磨とは、樽やバケツのようなバレル状の容器に製品、研磨石、研磨材、研磨助剤、水を入れ、容器に回転運動や振動を与えて研磨する加工法。容器が運動し、製品と研磨石が擦れ合っており、製品全体を摩擦によって研磨する。

同社のこれまでの道のりは決して平坦なものではなく、その最たる例が、リーマンショックであり、崇氏の社長就任とも重なる出来事であった。バブル崩壊後、低迷していた景気の回復が進み、今後は自動車業界が大きく動くと思われていた2000年代初頭、自動車部品を製造する取引先から同社に対して受注を大きく増やしたいという相談があった。同社は生産能力を拡大するため、2007年4月に橿原市にあった工場を現在の本社工場となっている葛城市へと移転したが、その後間もなく2008年9月にリーマンショックが発生。取引先からの受注もなくなり、稼働率の低い新工場と多額の建設資金借入が重くのしかかる状況となった。



2007年に建設した本社工場

そのような中で実父が急逝し、2009年4月に急遽社長に就任することとなった。当時は入社5

年目で製造部門しか経験がなく、決算書の読み方も全く分からず、自社がどれほど危機的な状況にあるのか理解できない状況での社長就任となった。

経営者としてのマネジメント能力不足の中、業界全体の混乱や多額の借入負担、取引先や従業員から寄せられる不安など、最悪ともいえる状況であったが、「決算書の読み方を一から学び、あらゆる分野の経費の削減や自社製品の原価構成の見直しに踏み込むなど、自分にできることを全て最後までやり抜いて必死に業績を立て直した。この経験があるからこそ、自分自身に主体性が身に付き、今がある」と影石社長は振り返る。

## 「stone speaker」の開発

危機を乗り越えた同社は、以降順調に成長を重ね国内シェア 70%程度まで業容を拡大するが、既存のビジネスモデルに限界を感じ、新事業創出の必要性を模索していた。2018年に東京で開催された新価値創造展に販路開拓を目的に出展したところ、参加者の建築家やデザイナーから寄せられた「研磨石の素材（材質）を建築素材として利用できないか」という声をヒントに、石という素材そのものを活かすというアイデアを得た。それ以降、同社の商品開発には機能性の向上だけでなく、「人間の感性に訴えかける」ことが新たな軸として加わった。



石という素材を活かした雑貨

“感性に訴えかける”商品の開発を進める中、2021年に奈良県が実施したデジタルマーケティング伴走支援事業の支援企業に選定された。同事業を活用してECサイトを開設し、BtoBからBtoCへの事業拡大を図った。石という素材を活かしたインテリア製品販売と並行して、ECサイトの目玉となる商品の開発に取り組み、生み出されたの

が『stone speaker』である。

同商品は、石の響きが音を奏でる無電源のスピーカーで、洞窟や鍾乳洞などの中で反響する音をイメージした優しい音色を奏でることが大きな特長となっている。機能性だけが求められていた研磨石とは異なり、インテリアとしてのデザイン性も意識しながら、細部の調整に試行錯誤を重ねて開発を進めた結果、満足のいく商品が完成した。



無電源で音を奏でる「stone speaker」

商品の反響を確認するためクラウドファンディングを利用した結果、本当に受け入れられるのかという不安から控えめに設定した目標金額 150 千円に対し、3,628 千円という多額の出資金が集まった。この成功体験から、「『stone speaker』の開発だけにとどまらず、従来の BtoB において求められる機能性という価値に加え、今後は BtoC において必要となる“人間の感性に触れる”という新たな付加価値の創出につながる商品開発に注力していきたい」と影石社長は戦略を練っている。

## stone で世界を彩り豊かに

影石社長は「機能性を実現するために今まで培ってきた技術力。そして、展示会で着想を得た風合いやアート性といった人間の感性に触れる創造力。この組み合わせによって相乗効果を発揮出来るのは、今まで愚直に研磨石の製造と向き合ってきた我々だけだ。今後も人の感性に訴えかける素材を活かした高付加価値商品を生み出し、人の心を豊かにしていきたい」と語る。

同社がビジョンとして掲げる「stone で世界を彩り豊かに」という言葉には、影石社長の熱い思いが込められている。（藤岡奨太、大橋 徹）