

【新規認定】

株式会社トーホー

令和3年度ひょうごオンリーワン企業 認定企業



株式会社トーホー

代表取締役社長 上村 勝敏 氏

営業の現場で
お客様の声から
本当に欲しい製品を作り、
エッチング技術を磨く

—「ひょうごオンリーワン企業」認定のご感想をお願いします。

弊社は納期を大切にしてきました。銘板は最後に取り付けるものなので、納期通りの正確な対応をしないとイケません。納期が遅れることにより、お客様にご迷惑をかけることとなります。そのため、弊社は大部分を内製化して短納期を実現しようと考え、実践してきました。お客様の要望を聞いて、いかに短納期を実現できるか日夜改善に取り組んできた結果としてオンリーワン企業に認定されることになったと思っています。弊社が認定されたことにより、お客様からも反応をいただき、特に社員からも反響は大きかったです。コロナ禍前は、毎週月曜日に全体朝礼を100人以上で実施し、そこですべて報告していました。今はそれができない時代なので、対面での報告ができていないことが残念でなりません。

—自社のオンリーワンの強みはどこにあると思いますか。

弊社の納品物は、営業担当が納品します。そのため、弊社では営業の業務を在宅勤務でできることはほとんどないのが実状です。もちろん、一部の業務は在宅でも行えます。しかし、弊社では地方を除いて納品はすべて営業が行っています。納品に行くことによって、同時に営業活動も行う、ということです。弊社が取り扱う商品は手で持ち運びができないほど重いものではないので、原則として営業担当が持参しています。コロナ禍のような緊急の時でも、納品物を直接、弊社の営業担当がお届けすることで、お客様に喜んでもらえます。弊社では、営業活動を通じて、お客様の声を直接聴くことを最も大切なことと考えています。例えば、「なぜ、ネームプレートの文字はすぐに消えるのか」とお客様に問われたことを受けて、ステンレスの超耐久性プレートを納めたことがあります。既に特許は切れていますが、新幹線のエッチング製点字も実は弊社の製品です。こうした例は枚挙にいとまはないですが、弊社はお客様から「こん

PROFILE

1944年大阪府生まれ。1967年東邦銘板株式会社(現株式会社トーホー)へ入社、営業部配属。1987年より子会社の株式会社ファンクス(現フェイステック株式会社)の代表取締役社長を歴任後、1997年より現職。趣味はスポーツで特にラグビーを愛し、休日には少年ラグビーチームのコーチとして指導に勤めています。



本社・工場等の写真



エッチング製品の写真等

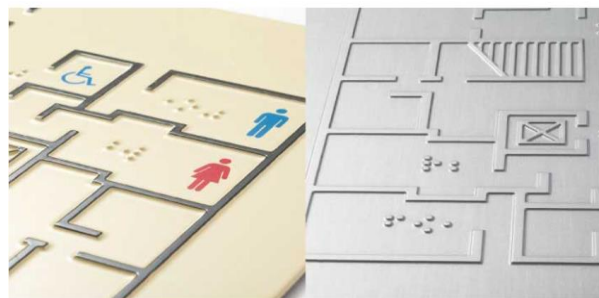
なことできないか？」と相談されたものを製品にしてみました。元々、社員皆がオンリーワンだという気持ちで業務に取り組んでできました。

—御社の代表的な製品は点字と超耐鋼性銘板ですね。

屋外で使って絶対に文字が消えない技術は、エッチング(化学薬品の腐食作用を利用して金属を溶解加工する技術)しかありません。ステンレスに凹凸をつけて色付けをすると、ステンレスが腐らない限り、絶対に劣化しないのです。しかし、特殊構造なので他社では真似ができません。今はすでに特許が切れているものが多いですが、技術的な蓄積を重ねている点が当社の特徴の一つになります。

今、世の中にあるエッチング製品は弊社製が多くあると思います。身近なものといえば、車両や注意表示などが挙げられます。誘導灯のサインなどは弊社の子会社が製造しています。

弊社は研究開発部を設けており、現在は3名が所属しています。お客様からのニーズは多岐にわたり、たくさんの要望にも応えられる体制を整備しています。また、お客様に自社工場を見てもらうことも大切なことだと思っています。弊社工場へお越しいただいて目で見て頂くことで、製品の品



超耐鋼性銘板の写真等

質も理解してもらえます。また、弊社が自社技術ですべての対応を実現していることも確認して頂けます。工場まで足を運んで頂いて生産の現場を見てもらっている銘板メーカーは他にはないと思います。

—ものづくりに対するこだわりが強い。

弊社が作っているものは目で判別するものなので、当たり前ですが見てすぐに理解できることが大切です。同時に、製品に耐久性があることが求められます。そして、お客様の要望に応じていくことが最も大切です。インクジェットを工業関係に活用できるようにしたのは弊社がはじめてです。これもお客様からの要望に応じていった結果なのです。どのように要望に応えられるかを常に考え続けています。その実践の成果として、オンリーワンの製品を実現しています。



お客様の声を営業の現場で拾い上げている

—もともとお父様が立ち上げた会社です。

会社は父親が立ち上げましたが、突然「営業をしてくれ」と頼まれて私が入社しました。当時、社員数20人くらいで営業が3人の体制で、私が加わって営業が4人体制になりました。当時はルートセールスしかしていませんでしたので業績はマイナスでした。しかし、今考えてみるとお客様に恵まれていたと思います。他社との競争も多かったのですが、とにかく負けず嫌いなので営業に駆け回り、入社して3年で業績をプラスにすることができました。当時はオートバイ、自転車の足を使う営業が当たり前で、広範囲をカバーするような営業を展開できませんでした。そこで、運転免許を取得し、営業用に自動車を購入したのです。自動車で営業をすることで名古屋など広い範囲で営業できるようになり、お客様を拡大することができました。



様々なネームプレートや装飾サインを手掛ける

―やはり、営業の現場に多くのヒントがあるということですね。

営業担当が、納品のときにお客様の声に耳を傾けることで、製品につながるヒントを頂けます。営業ではないですが、材料を調達する際も同じで、調達先の現場の声を聞くことにもヒントが隠されています。

そうすることで、他社の納期に関する情報や、製品に対する潜在的なニーズがわかったりします。現場の声に耳を傾けることが何より大切なことです。

―今後の展望をお聞かせください。

弊社は今後も事業領域を広げるよりも、現在の事業を中心に展開する考えです。実は弊社の同業他社は10～20人規模の会社が多く、担い手不足から廃業を余儀なくされているケースが増えていきます。現在はこうした事業者の事業継続性に課題を感じているお客様に対し、トーホーの名前をいかに知ってもらうかに注力しています。

そして、お客様のお役に立つよう尽力したいと思います。弊社のように大部分を内製化している会社は他にはないので、必ずお役に立てると考えています。

―「オンリーワン」をめざす企業へのメッセージをお願いします。

自分たちの製品が、どこに利用してもらい、どこに需要があるかを見据えてお客様の要望に応えていくために真摯に取り組んでいくことが、何よりも大切なのではないのでしょうか。その上で、自社

のことを知ってもらうことに全力を尽くすことが重要になります。

そのためには、言葉で伝えるだけでなく、会社も製品も実際に見てもらうことに努めるのがよいと考えています。その中でお客様の声に耳を傾けて、それに応える努力を続ける先にオンリーワンの技術があるのだと考えます。



研究開発・製造・営業が連携してものづくり

TECHNOLOGY

独自の特許技術を用いたデザイン性の高いプレート
点字エッチング

点字エッチング製品群

株式会社トーホーは、数十年の年月が経っても、鮮明に表示し、重厚に輝く超耐久性ネームプレートから、超大型の商業用装飾サインまで、ネームプレート、表記のトータルサプライヤーとして、お客様の製品にマッチしたネームプレート、シール・ラベル、サインなど各種表記を自社製造販売しています。主要製品は、各種金属銘板、エッチング銘板、エッチング点字銘板、アルマイト染色銘板、メタルフォト銘板、シルクスクリーン印刷、シーリング印刷、バーコードラベル、大型エッチング加工、イオンプレーティング加工、プラスチック彫刻加工、板金加工印刷、デジタル印刷、カッティング印刷、機械彫刻加工、ビル／商業施設サイン、グラフィックサイン、ビジュアルサイン、ポスター・ディスプレイ、企画デザイン／製作／施工です。

特に金属銘板では業界シェア40%を超える世界トップクラスの技術を誇り、営業エリアは北は北海道から南は鹿児島県まで全国区に販路を広げています。

私たちは、お客様に「プラス1」の感動を生み出すために、納期、品質、生産性における業務の改善、向上を図り、「安全、安定、安心」して使用していただける製品をお届けするよう努めています。



中部と東京の営業所

開発に至った経緯

株式会社トーホーの点字エッチングは、お客様からの要望から、開発に取り組みました。従来の点字は点字部分が崩れやすいことが弱点でした。そこで、弊社エッチング技術を駆使し、点字部分がつぶれない製品の開発をスタート。点字の利用者が不安を抱かない表現方法に配慮を続け、約3年の月日を経て違和感のない触り心地を追求し、耐久性も兼ね備えた点字エッチングを開発しました。

独自性

株式会社トーホーで製作する点字エッチングは、自社開発の点字フォントで原版の作成を行い、専門機関で校正、監修後、フィルム原版の作成を行い、深彫り対応のマスキングを行い、独自の特許技術を用いてエッチングを行い、ドーム形状に仕上げます。

こうして、自ら培ったエッチング技術を活用し、図柄と点字を一体化したデザイン性の高い強固な点字エッチング銘板が誕生しました。

今後の展望

株式会社トーホーは、これまで培ってきたエッチング技術をもとに、点字エッチングの他、エスカレーターのスレップ部分の滑り止めエッチングなどを開発してきました。このエッチング技術で新たな製品を開発し、成長につなげる一環として、2021年にIT化により、新しい業務生産管理システムに更新しました。さらなる生産性、品質、納期の向上を目指す取り組みを進めています。

TOPICS

尼崎産業フェアへ出展します！

株式会社トーホーでは、エッチング技術を駆使した弊社の製品のPRのために積極的に展示会へ出展いたします。新型コロナウイルスの影響でここ数年は展示会自体の開催見送りが多くなっていましたが、2022年7月7日～7月8日に開催が予定されている尼崎産業フェアへ出展いたします。



2019年出展時

沿革

- | | | | |
|-------|--|-------|---|
| 1960年 | 創業者 上村豊夫 尼崎市北大物町に、東邦銘板株式会社を設立、金属エッチング銘板の製造販売を開始 | 2001年 | SUS円筒棒エッチング製法開発(香港メトロ車両握り棒エッチング開始)
ISO9001認証取得
東京営業所関東営業部開設 |
| 1968年 | SUSエッチング銘板のブラックメッキ製法開発 | 2002年 | トーホーグループDASH21(5カ年)計画スタート |
| 1970年 | 水道メータ用目盛板の融着システムの特許取得、アルフォート銘板製作設備の完備 | 2003年 | メタルアートエッチング技術の開発 |
| 1971年 | SUS板金加工大型パネルのエッチング製法開発 | 2005年 | ISO14001、ISO9001統合認証取得 |
| 1979年 | 工場設備の近代化5カ年計画スタート | 2006年 | (株)名古屋銘板の事業継承 上村勝敏代表取締役社長就任 |
| 1984年 | 工場設備の近代化5カ年計画達成 | 2006年 | トーホーグループDASH21計画達成 |
| 1985年 | スクリーン印刷工場とオフセット印刷工場を集約、(株)ファンクスを設立、上村和輝 初代社長に就任
コンピューター導入による事務の合理化及び工程管理システムのスタート | 2007年 | トーホーグループDASH2010計画スタート |
| 1987年 | 上村和輝 代表取締役社長就任
工場設備の新10カ年計画スタート | 2009年 | 中部地区事業部門を完全統合し、(株)トーホー中部事業所を開設 |
| 1989年 | 大型加工機導入、第二工場竣工 | 2010年 | JISQ/AS9100認証取得
100年企業をめざし「NEXT50」のスタート |
| 1990年 | (株)ファンクス スクリーン印刷の世界最先端技術を誇るスウェーデン・レクラムテック社に技術研修生を派遣 | 2011年 | 「東北大震災我ら一丸活気で元気を支援!」、DASH SMART2015 5カ年計画スタート |
| 1993年 | 新本社工場竣工移転 社名を株式会社トーホーに改称、資本金を4940万円に増資 | 2013年 | 中期経営計画スタート |
| 1994年 | 製版部門にマッキントッシュ導入、デジタル製版システムのスタート | 2016年 | 中部事業所新社屋竣工(中部事業所・春日井工場を集約)、中部事業所クリーンルーム完備 |
| 1996年 | 金属エッチング点字システム特許取得 | 2018年 | フェイステック(株)大物事業所の開設 |
| 1997年 | 上村和輝代表取締役会長就任、上村勝敏代表取締役社長就任、経営システム強化計画スタート | 2019年 | 生産性向上に向け、新型自動エッチング機械2機導入 |
| | | 2020年 | 創立60周年 |

会社概要

所在地 〒660-0805
兵庫県尼崎市西長洲町2丁目5番25号
電話 06-6401-0262(代)
FAX 06-6489-3326
URL <http://www.toho-np.co.jp/>

従業員数 211名(2021年1月現在)
資本金 4,940万円
設立 1960年 年11月
代表者 代表取締役社長
上村勝敏

事業概要

ネームプレート、スクリーン印刷、シール印刷、ラベル等の金属銘板・表記の総合メーカー