

長持ちする製品：FUJIHORO が持つ圧倒的な凄み

75年以上にわたり、富士琺瑯工業株式会社のホーローに関する専門知識は、比類のない品質のキッチン用品を生み出してきたことを証明している。

「ホーロー製品の人気のひとつに優れた耐久性がある」

富士琺瑯工業株式会社 代表取締役社長 兼平 実

1947年創業の富士琺瑯工業株式会社は、日本を代表するキッチン用品メーカーである。鍋、キャセロールなどのホーロー製調理器具を専門としており、国内外で販売される豊富な品揃えを誇っているのが特徴だ。

「当社の強みは、使用する鋼材の品質にこだわっていることです。日本の一流メーカーから最適な特殊鋼を調達しています。最高の製品は、ホーロー用に特別に設計された鋼板を使用しなければ製造できません。しかも、ガラス素材のエナメルは富士琺瑯独自の焼成法で製造されているため、常に最高品質の製品ができるのです。製造プロセスには、何年もかけて開発した特殊な前処理技術も含まれています」と兼平社長は語る。

富士琺瑯の主要製品ラインのひとつに、長寿命で効率的な調理器具のEXシリーズがある。「この鍋は特に電磁調理器に適しており、エネルギー効率が非常に高いので、必要最小限の電力で手早く調理できるのです。また、熱伝導が良いということは、さまざまな方向から熱が伝わるため、料理がおいしくなります。」

「EXシリーズの製品は耐久性があり、100年以上使用できるため、廃棄物が少なく環境に優しいのも特徴です。大量に消費するのではなく、ひとつのものを長持ちさせるといわけです」

つくばの国内工場に加え、富士琺瑯は 1988 年からタイでも生産工場を稼働させている。日本が人口減少の影響を受けている中、100 年企業を目指す同社にとって、タイの拠点は今後重要な役割を果たすと期待されていると兼平氏はいう。

「私たちのモノづくりの核である銅板とガラスの融合には、特別な化学的知識が必要です。しかし、日本ではこれを理解できる無機化学の研究者がますます不足しています。これを補うため、タイの工場に技術開発チームを設置し、無機化学の優秀なタイの大学生を採用してきました」

「今後もつくば工場で新製品の開発を続けますが、同時にタイにも研究開発センターを置き、日本のエンジニアが若くて才能のあるタイ国内の専門家を教え、技術を伝えていきます」

顧客基盤の拡大を目指す中で、日本国外にも目を向けている。国際的な存在感を強化する同社の取り組みは、E コマースの売上高を拡大する推進力と密接に結びついているのだという。「輸出先のうち 60%はアジアですが、マレーシア、インドネシア、その他のアジア諸国でももっと拡大したいと考えています。食に深い関わりを持つ人々に、高品質の商品を通じて豊かな食文化を提供することにフォーカスし、現在 22 か国に輸出していますが、さらにネットワークを拡大させたいと考えています」

「E コマースは、新型コロナウイルスの大流行中も好調に推移しており、現在では国内外での販売チャネルとして成長しているのを実感しています。米国の E コマース市場は特に魅力的であり、現在 Amazon ルートを通じて米国市場への進出を試みています」

同社はすでにディズニーなど世界的ブランドとコラボレーションした商品シリーズを揃えているが、さらに多くの大手企業とのタイアップを確立することで、国際的な認知度を高めようと取り組んでいる。「当社の独自性は、設計の専門知識だけで

なく、他に類を見ない製造技術を提供し、コストを削減できるところです。このようなコラボレーション製品を作るためには、新しい金型を開発しなければなりません。その工程を外注するのではなく、自分たちで金型を作ることができるようになっていきます。これにより、パートナーの初期費用が削減されます」