



雛人形・五月人形を中心とする節句人形の製造販売

# 株式会社 ふらここ

furacoco.ne.jp

作り手の想いとお客さまのニーズをあわせる  
答えが3Dソフトの活用でした。



代表取締役  
原 英洋

## 1 課題と向き合う



### 顧客のニーズを より近い視線で捉え提案したい

私達は雛人形や五月人形の製造・販売を手がけています。今は若いお母様ご自身ニーズでお人形を購入されますので、従来の視点とは異なる、若い女性の嗜好に合わせて作り手にも若い女性の感性が必要になりました。加えて、今までの工程ではプロの造形師、いわゆる職人さんがいて、粘土を削って原型を仕上げます。それを更に別の職人さんに渡して型を取るんですが、その際に粘土の原型は壊れて無くなってしまいます。私どもが人形をお客様に販売して、例えば「もう少し目が大きい方が可愛い!」なんて声を聞く。そして、次の作成の際にもうちょっと目元を大きくしようとするとゼロから造形しなおすのでニーズに合わせた商品を提案することが困難でした。



## 2 スマートものづくり実践



### 勉強会の何気ない会話から 道が開かれた

お客さまのニーズに合わせるために若い女性がものづくりに携わる。そのためのやり方としてパソコンを使って技術を繋げればと考え、たどり着いた答えが3Dソフトでした。たまたまご縁で異業種の勉強会に出席した際に、フィギュア制作にお詳しい社長さんから3Dソフトのことを教えていただきました。実際に説明を聞いて、プリンターまで自社で揃えると高額になってしまうので、3Dソフトのみの導入を決めました。出力は安く、精度良く行ってくれる会社に任せれば良い・・・と割り切りました。当初は3Dソフトを用いたデザインを私がやっていましたが、現在は昨年入社した美大出身の若手にゼロから操作を身につけてもらい、今年は新商品のデザインも担当しました。



## 3 課題解決



### お客様の反応をみつつ 対応がスピーディーに・・・

3Dソフトで作るのはあくまでも原型です。人形の一番最初のおもとなんですがこの「社内で原型を作れるようになった」ということが大きかったと思います。それがデータとしてパソコンに残っていれば、以前のデータを基本としてすぐに手直しが出来ます。3Dソフトを導入してからは、毎年商品の改良を行えるようになりラインアップも15種類まで増やすことができました。メインシーズンはひな祭りと端午の節句ですが、販売したお客様の反応を確認しながらタイムリーに次の年に向けた改良が出来るのは大きな強みです。今までに無い人形作りを行うことで、会社も順調に成長しています。前年対比で売上は120%以上を維持して成長してこれたのは、お客様のニーズをつかんで若い女性スタッフたちが「ものづくり」を始めた結果だと思います。



### スマートものづくり導入を考えている企業へ

新しいものの導入は定着するまでにある程度時間はかかりますが、データの蓄積や情報の共有は生産性の向上には欠かせないと感じます。新しい技術や動向、様々な専門家を探すときには勉強会などで異業種の方と話しをすることが多いです。信頼関係を築き、それってどうやってるの?とか質問し、共有する。こうしたことが新しい取り組みを始めることに役立っています。



3Dソフトを用いて雛人形の顔を作り上げるデザイナー



ラインアップが増えた雛人形



3Dプリンターで作成した原型