

流氷や地元産品にこだわった商品づくり IoT型自動製造機による生産性向上

網走の冬の風物詩「流氷」を仕込みに使用した商品をはじめ、網走産麦芽や小麦、サクランボ等、地元の産品を原材料として味や色にこだわった商品づくりを行う地ビールメーカー。2013年から輸出スタート(2013年売上高比率2.7%)。商談会へ積極的に参加し海外売上高比率が年々増加(2018年は11%)。国内外からの受注数量増が製造能力を超えたため、ものづくり補助金を活用してIoT型自動製造ライン等を導入し生産性向上と海外販売事業を強化。

- 所在地 北海道網走市南6条西2丁目2番地
- 設立 1998年
- 電話/FAX 0152-45-5100/0152-45-5101
- 資本金 1,000万円
- URL <http://www.takahasi.co.jp/beer/>
- 従業員数 18人
- 代表者 代表取締役社長 長岡 拓児



魅力の際立った商品で価格競争を回避

ドイツ伝統製法に加え、東京農業大学の研究シーズを活用し「流氷」を使用した青色発泡酒の成功。続いて多様な副原料を投入できる製法を強みにピンク、緑色発泡酒など他社との差別化を狙った商品を開発。価格競争に陥らない戦略を実行している。差別化された商品は海外バイヤーの目にとまり、英国のパブ、中国のSNSインフルエンサー、香港・台湾・シンガポール等の小売店に受入れられる高いブランド力を構築。近年は、IoT型自動充填機の導入などで生産効率を飛躍的に伸ばしている。



流氷DRAFT

最先端IoTの活用と設備増強でチャンスロス解消とコスト削減を実現

アジア圏を中心に海外からオーダーも増える中、手動で行う瓶詰めなど生産能力の限界が生じた。このため、ものづくり補助金を活用した自動充填機ラインの導入で、1時間350本の生産から1,500本へと飛躍的に生産能力を高めた。同時に生産中の異常感知センサーと社内LANを連携させた先端的な「IoT型自動充填機」としたことで、製造能力強化に加え生産コスト約8割減を達成するなどの生産性向上を図った。これにより、生産能力不足で受注を見送ってきたチャンスロスの解消と生産コストの削減で一層の収益向上を実現した。



IoT型自動充填機

IoT型生産ラインの活用により高齢者でも長く活躍できる職場を実現

売上・出荷の増加にあわせた設備の導入や、これまで人手で行っていた製造工程を自動化することで業務負担が軽減され低離職率に繋がっている(退職数÷年初人員数:2012年38%→2015年22%→2017年6%)。また、非正規雇用の定年制限を設けていないほか、IoT生産設備の技能獲得が可能な職場環境を整備しており、実務経験があり元気な70代や80代の高齢者が継続的に活躍できている。このような取組は、政府が目指す生涯現役社会の実現を先取りした取組でもある。



活躍する高齢者従業員