

Kyoto Natural Factory

会社概要

1. Kyoto Natural Factory

- ・「京都の自然と共生し、ナチュラル素材をベースにまごころ込めた京都発のオンリーワン製品を開発する」をモットーに、石鹸・化粧品などを中心に、天然・自然原料を活かした自社ブランド製品の製造販売を行う。
- ・自社ブランドの取扱だけでなく、自然食品やアロマオイルの卸売や、OEM化粧品の製造も実施。
- ・現在は、木材を活用したビジネスモデルとして、京の銘木である「北山杉」を加工したスピーカー「NENRIN」を製造・販売している。

事業概要

1. 北山杉事業

○「NENRIN」

- ・京の銘木である「北山杉」を加工したスピーカー。
- ・2015年第8回京都文化ベンチャーコンペティション 京都府知事賞 最優秀賞受賞。
- ・北山杉の丸太を筒状にくり抜いて加工したことによるフルウッドのボディーが織り成す濃厚なデザイン、小口径ながら豊かな低域と高域に渡る鮮やかな音色が特徴。



○「NENRIN」事業への思い

- ・原材料となる床柱用の北山杉は和風建築の減少に伴い、需要が減少。
- ・「北山杉」という京都の伝統産業を守るため、北山杉を活用した新たなビジネスモデルの創出を決意。
- ・世界に発信できる製品「NENRIN」を完成し、今後も木材産業の活性化につなげていくことを目指す。

2. 京のしゃぼん屋(販売店)

- ・京都の手作り石鹸販売店。
- ・天然、自然原料にこだわりぬいた、「100%自然化粧品」を取扱。
- ・自社ブランド製品は、京都以外では販売せず、ブランド力を高めている。
- ・当販売店の製品作りを障がい者が担当するなど、障がい者の雇用の場を創出。いずれは障がい者作業所を独立して運営することを視野に入れる。

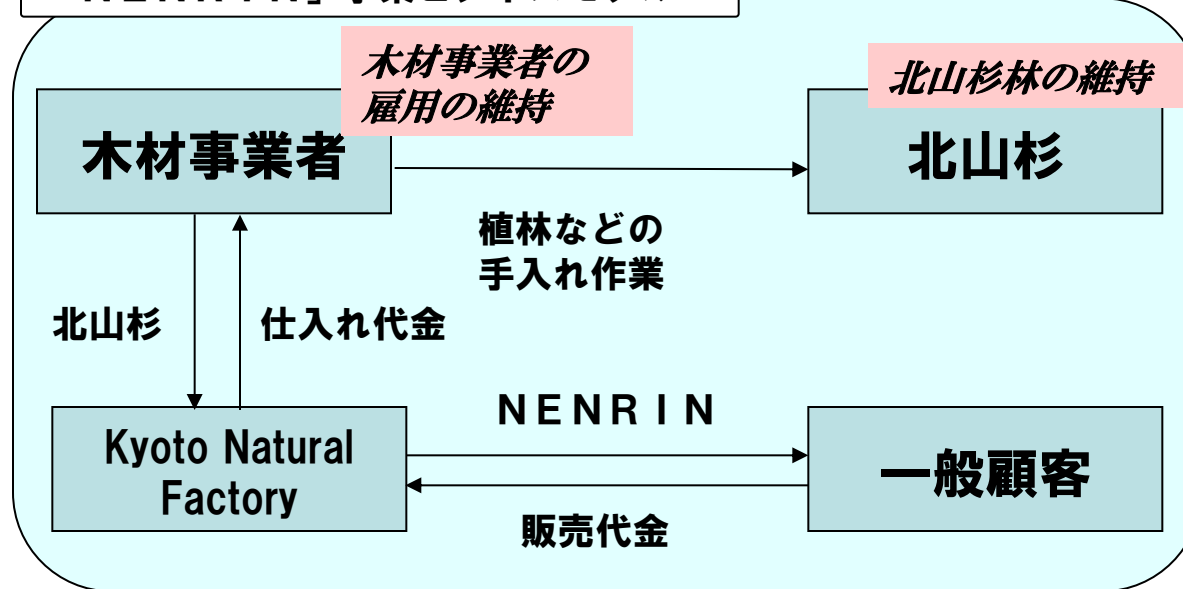


3. 京都企業とのコラボレーション商品の開発

- ・京都の食品企業4社とコラボし、リップクリームを販売。
- ・また、地元のホテル・豆腐屋・絵の具屋・禅寺と提携して、石鹸を開発。
- ・地元企業との連携の中で、地域の活性化に取り組む。

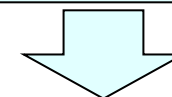


「NENRIN」事業ビジネスモデル



経営戦略

- (事業1) 北山杉を利用したビジネスモデルの創出による北山杉林の維持 (環境)
- (事業2) 障がい者の積極的な雇用 (社会)
- (事業3) 地元企業との連携の中で生み出す地域活性化 (経済)



企業のサステナビリティの確立へ

企業のサステナビリティとは：企業が事業活動を通じて環境・社会・経済に与える影響を考慮し、長期的な企業戦略を立てていく取組

事業の特徴・ポイント

- ・北山杉を利用したビジネスモデルの創出による木材産業の活性化。
- ・「NENRIN」などのオンリーワン商品の開発や、京都でしか買うことが出来ないという付加価値を創出する差別化戦略の実施。
- ・「企業のサステナビリティ」確立に向けた事業展開。

産業経済研究員からの一言

◎「NENRIN」については、<http://www.knf.jp/speaker.html> ◎Kyoto natural Factoryについては、<http://www.knf.jp/>

- ・同社は「サステナビリティ」を事業の核として、地域の産業(林業の振興)や社会(障がい者雇用)を継続させる仕組みを「北山杉」の用途開発で構築しようとしている。
- ・手作り石鹸と同様に、NENRINでも「京都の知名度(地域ブランド力)の高さ」+「こだわり素材」=「オンリーワン商品」という強みを創出している。
- ・今後は、こうしたオンリーワン商品をいかに必要とするターゲット層に訴求するかが、事業の成否を左右するであろう。