

鳴本石材株式会社

—「石のチカラ」を伝える、業界のオールラウンダー—

会社概要

本社・工場 岡山県笠岡市茂平 2918-23	従業員数 140人 (国内 50人、海外 90人)
営業所 笠岡 関西 (神戸) 関東 (埼玉)	事業内容 石材全般 (墓石用・モニュメント・造園用・各種建築用) の製造
代表取締役社長 鳴本 太郎	および輸入卸販売
創業 1971 (昭和 46) 年 6 月	関連会社 泉州鳴本石材有限公司
設立 1983 (昭和 58) 年 1 月 25 日	東亜敬業(株) 霊園サービス(有)
資本金 8 千万円	U R L http://narumoto.co.jp
売上高 20 億円 (2018 年 12 月期)	

「知ってる!? 悠久の時が流れる石の島〜海を越え、日本の礎を築いたせとうち備讃諸島〜」は本年5月、日本遺産^(注1)に認定された。

◆北木島で石材加工業を創業

岡山県・笠岡諸島の北木島で産出される北木石の歴史は古く、大阪城の石垣や日本銀行本店など日本に名を残す歴史的建築物に使われている。島に生まれた鳴本哲矢氏(現・相談役)が石材加工業を創業したのは1971(昭和46)年、20歳の時である。長男である鳴本太郎社長の少年時代の記憶によると、早朝から真夜中まで石を削る音が響き、石を山積みにしたトラックが狭い道を行き交い、島全体が大いに賑わっていたという。経済成長や人口増、霊園ブームによって、建築石材や墓石は作れば作るだけ飛ぶように売れた時代であった。

鳴本相談役は1983(昭和58)年、鳴本石材株式会社に法人化するとともに、墓石専門の第二工場を新設、以降は墓石をメインに順調に加工事業を拡大していく。その一方で、前年には大阪営業所を開設するなど「自らの力」で販売にも乗り出す。のち高成長が終焉を迎え、特定の問屋に依存する周辺同業者が受注を失い淘汰される中、生き残ることができた理由は、加工を続けながら卸機能も備えることで得た「販売力」にあった。

◆品質を担保する「仕入力」と「生産力」

北木石はじめ国産石だけでは旺盛かつ多様な需要に対応できなくなったことから、1984(昭和59)年の韓国を手始めに、同社はいち早く海外産の輸入を開始している。その品質を担保するのは、中間業者を通さない丁場^(注2)への直接買い付けである。今では世界中の石材を取り扱う貿易商社でもある。

生産面では工場が手狭となったため、島から本州部の現地に1989(平成元)年、本社工場を移転した。また安い人件費を背景に中国で加工が始まると、安価な墓石が押し寄せ、当地をはじめ国内の加工産地は衰退の一途を辿っていく。同社も2005(平成17)年に独資で中国工場を設立したが、国内工場を残すことで技術力を保持するとともに、内外の工場を使い分けることで、多様な顧客ニーズに応える体制としている。

墓は一生に一度の高価な買い物ながら、天



本社・工場

(注1) 文化庁が地域の歴史的魅惑や特色を通じて文化・伝統を語るストーリーとして認定し、地域活性化を目指す取り組み。良質な花崗岩と石切り技術で、長きにわたり日本の建築文化を支えてきた瀬戸内の備讃諸島が評価された。

(注2) 採石場のこと、石切り場ともいう。

然素材である石は何一つ同じものはない。購入者からのクレームの多寡は、業界側からすると墓石の品質を測る目安の一つだという。鳴本社長は「サンマやサバなら、ばらつきがあっても大怪我はないですが、マグロはそうはいきません」と、自社の目利き力をその仕入れに例える。もっとも、その「仕入力」や他社にはない「生産力」に安住したくないと語る。仮にこれらがなくとも提案力や人間力で選ばれる、すなわち、同社の販売先である墓石小売店をサポートする営業担当者をはじめとした「人材力」こそが最大の強みとなる会社を目指している。

◆モノからコトへ

鳴本社長は大学卒業後に同業他社で修業後、2004(平成16)年に入社した。入社後は製造、仕入、企画、中国工場立ち上げなどあらゆる業務を経験。生産部門の責任者となった際には、本社国内工場の改革を行っている。数値管理や多能工化を推進、現場の意識変革に注力し、3年間で黒字転換を果たしている。2代目社長に就任したのは34歳、2014(平成26)年である。何の前触れもなく、鳴本相談役から社員旅行の晩に告げられ、その30分後の宴会で社員には発表されたという。

この世代交代は、マーケットが「モノ消費」から「コト消費」へ変わっていくことの象徴でもある。墓石を差別化する要素は「デザイン」「加工」「素材」だという。同社では、意匠にこだわった「和モダン」シリーズ、加工証明書を添付しメイドインジャパンをPRする「鳴本プレミアム墓石」などを展開している。また国内各産地の仕入力を生かした「日本銘石物語」ブランドでは、北木石や大島石といった国産高級石の歴史や特徴というストーリーを訴求する。ユーザーの目線で国内加工や国産材の魅力を伝えることは、販売先小売店への販促ツール提供という面もあるが、川上から川下まであらゆる領域で「石」に関わる同社だからこそ可能なマーケティング戦略といえる。



社長
鳴本 太郎 氏

家族は妻と三男一女、父母の3世代同居。持論は「家庭円満なくして社員満足なし。社員満足なくして商売繁盛なし。商売繁盛なくして地域貢献なし」。現在、笠岡青年会議所理事長。

◆石のチカラ~Force of Stone~

同社は2017年、石の資料館を中心とした複合施設「K's LABO」を北木島に開設した。ミュージアム、ショップ、カフェ、レンタサイクル、マリッジジャー。「北木石」の歴史と文化を感じ、島で「コト」を楽しむ。サービスは違っても、同社がエンドユーザーに伝えたい物語は墓石と同じように思える。

樹木葬や納骨堂など供養そのものの変化もあって、墓石を取り巻く市場は縮小し、昨今は墓じまいさえ増えている。墓石販売ビジネスから“供養業”への展開を模索する同業者が多い中、鳴本社長はこれからも「石のチカラ」を未来に伝えたいという。本年4月には関東営業所を開設、引き続きシェア拡大を進めていく。一方で、墓石以外の石材活用の可能性など、時代や顧客ニーズの変化には常にアンテナを張っていく。「創業者の基本路線を継承しつつも自分なりのカラーを」と鳴本社長はあくまで自然体である。

(当研究所 北村哲彦)



K's LABO