

「おもい」の体感基地

# *omoi* のフライパン BASE

石川鑄造株式会社

会社概要（2023年8月現在）

- 事業内容: 鋳鉄・鋳物業
- 設立: 1938年
- 資本金: 2400万円
- 社員数: 40名
- 代表者: 代表取締役社長 石川鋼逸
- 本社所在地: 愛知県碧南市中松町1-12
  
- 取引銀行: 碧海信用金庫
- 主な納入: 帝研加工
- 代表的商品: おもいのフライパン
- アクセス: 名鉄碧南中央駅徒歩10分



# おもいのフライパン

鋳物の熱伝導の良さ。  
これは調理器具に  
最大限に活かせると感じました。

同じようなフライパンは世の中にもたくさんあるんです。  
そこで私たちは料理の安全に着目し、  
テフロン加工をしない無塗装のフライパンを作りました。

料理は体に入るもの。  
安全・安心の無塗装。

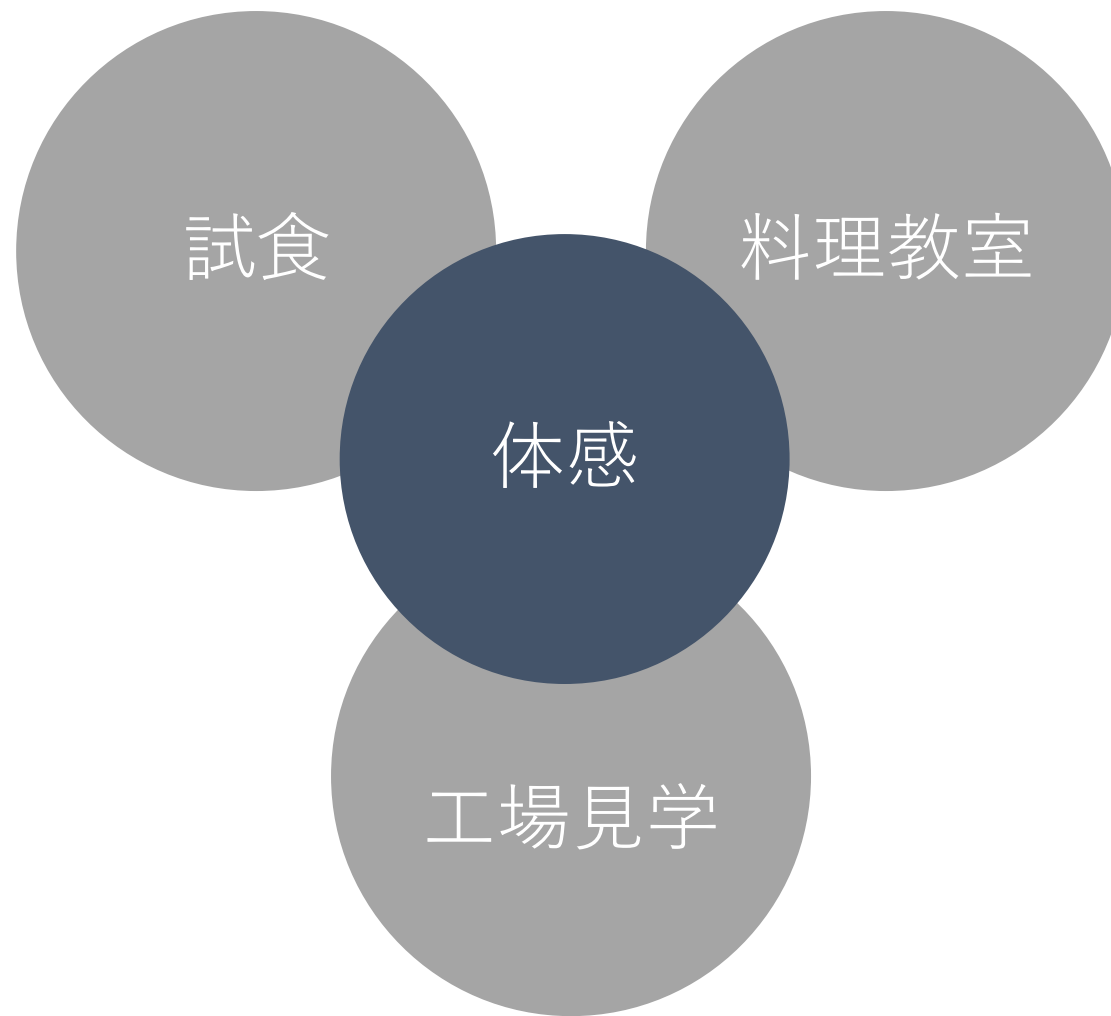
樹脂コーティングは熱分解をする可能性があり、人体への影響  
も心配されます。しかし、無塗装のおもいのシリーズ製品はその  
心配がありません。使いつづけることで油膜は層になり、艶のある  
黒色が深みを増します。

肉を焼く部分を分厚くすることで  
世界で一番お肉が  
おいしく焼けるフライパンが完成しました。  
厚くするとお肉はおいしく焼き上がるようになります、しかし厚すぎると重く  
なってしまう。  
調理器具として重すぎでは不便があります。  
フライパンの肉厚をいくつにするかを社内で何度も協議を重ね、試作を何回もさ  
せていただいて、  
開発から約3年、ようやく理想とする厚みと重さのバランスが完成しました。



*omoi* のフライパン BASE

ユーザーが体感できる施設を創る。





氏名	岡崎 太郎
年齢	39
住所	愛知県刈谷市
家族構成	妻(34)娘(8)息子(4)
住居	一戸建て
職業	中小企業経営者(男性) 製造業
年商	年商10億
従業員数	60名
趣味	時計、車、経営者仲間との飲み会、経営のセミナーに参加
ショップ	豆家、地元先輩が経営する食事の美味しい居酒屋(地元経営者と共に)、地元のチェーン店(家族)
雑誌	業界誌、日経トレンディ、FOLT、ダイヤモンド
ネット	製造業のマッチングサイト ジェグテック
テレビ	ガイアの夜明け、カンブリア宮殿、WBS、がっちりマンデー
ラジオ	@FM、GROVAL R-VISION
新聞	日経新聞、中経新聞、日刊工業新聞
SNS	Facebook、Instagram

中小企業の二代目として生まれ、自営業者を両親に持ち、家業だった仕事を大きくしようと奔走し、事業規模を拡大して従業員数も増やし一息ついている。勉強熱心で事業意欲旺盛。様々な勉強会やセミナーに顔を出し、日々努力をかせがない性格。商工会議所青年部の製造部会の委員長をやっている

日頃から、アンテナをはって、元気で参考になる企業をベンチマークしている

商工会議所にも熱心に参加して、地域の製造業の仲間との連携や、地域産業の発展に貢献したいと思っている

そんな中、テレビでみた、石川鑄造が、**BtoB**から、**BtoC**へチャレンジしているニュースをみて

自社や、地域産業に参考になるのではと思い、ファクトリーツアーを申し込み、地域の経営者仲間と共に訪問したいと思っている

【目的】

人との繋がり広げる      OEMやコラボ商品の受注      フライパン以外の鋳物製品の受注拡大      講師活動のきっかけ作り



氏名	大府 さやか
年齢	33
住所	愛知県大府市
家族構成	夫(34)娘(8)息子(4)
住居	一戸建て
職業	パート
趣味	雑貨、カフェめぐり、ものづくり、クラフトなどに興味をもっている
ショップ	イケア、オンセブンデイズ
雑誌	ケリー、チークなどの地元誌
ネット	
テレビ	キャッチ
SNS	Instagram

モノづくりや、クラフトなどに日頃から興味をもっている。地域で開催される、クラフトイベントなどに参加することも愉しみにしている。  
地元企業のモノづくりや、日本製のモノなどにも興味があり、夏休みの家族での日帰り旅行で、地元産業の工場見学を探している

【目的】

- 夏休み等のものづくり体験（自由研究）
- 親子料理教室
- 鋳物の知識や関心を深める



氏名	刈谷 小百合
年齢	32
住所	愛知県刈谷市
家族構成	夫(32)
住居	マンション
職業	会社員
年商	
従業員数	
趣味	料理 食べ歩き 友人との食事会
ショップ	県内のカフェやレストラン
雑誌	VERY BAILA オレンジページ
ネット	
テレビ	21時以降のドラマ
ラジオ	
新聞	
SNS	Instagram

料理教室に来るかたのイメージは？

- ・ 結婚 1 年目
- ・ 料理歴は浅いがこれから頑張りたい
- ・ 夫と一緒に楽しめる（喜んでもらえる）料理が作りたい
- ・ Instagramなどで話題のカフェやレストランに食べに行っている
- ・ Instagramに自分の作った料理やお弁当を投稿し始めた

料理教室のテーマ

- ・ 地元の名店のシェフが教える家庭料理やワインに合うおつまみ作り





氏名	半田 麻里
年齢	48
住所	愛知県半田市
家族構成	夫(51) 息子(20) 娘(17)
住居	一戸建て
職業	パート
年商	
従業員数	
趣味	料理 ランニング スポーツジム
ショップ	カルディ こだわりの食材を扱うスーパー
雑誌	LEE リンネル クロワッサン
ネット	
テレビ	情報番組 ライフスタイル系の番組
ラジオ	
新聞	
SNS	Instagram

料理教室に来るかたのイメージは？

- ・子育ても落ち着き自分の時間が持てるようになった
- ・本人、娘ともに女性特有な体調不良等があるため食事のバランスや栄養に気遣うようになった（鉄分など）

料理教室のテーマ

- ・健康的で美味しい料理作り（栄養学込み）



氏名	大府 大輔(大府 さやかの夫)ペルソナ②
年齢	34
住所	愛知県大府市
家族構成	妻(33) 娘(8) 息子(4)
住居	一戸建て
職業	会社員
年商	
従業員数	
趣味	キャンプ DIY
ショップ	
雑誌	アウトドア系の雑誌 モノマガジン
ネット	YouTube(アウトドア系)
テレビ	
ラジオ	
新聞	
SNS	Instagram Facebook

料理教室に来るかたのイメージは？

- ・ 以前家族で参加したものづくり体験でおもいのフライパンを購入
- ・ 昨年家族でキャンプに行き始めた
- ・ いつもは妻が料理担当だがそろそろ自分もキャンプ料理を家族に振る舞いたい

料理教室のテーマ

- ・ アウトドア商品を使った料理教室

## キャッチコピー

「おもい」の体感基地 *omoi* のフライパン BASE

## 施設説明

工場見学を通して職人のものづくりの「おもい」

料理教室を通して安全安心でおいしい料理を食べてもらいたい「おもい」

フライパンを通して鋳物の良さを知ってもらいたいという「おもい」

*omoi* のフライパン BASE に来て碧南の良さを知ってもらいたいという「おもい」

そんな私たちの「おもい」をここから体感してもらいたい

施設の体感ポイント

- 視覚 作業工程を画像で見る
- 聴覚 開発秘話を聞く
- 嗅覚 お肉の焼いた時の匂い
- 味覚 お肉の試食
- 触覚 商品サンプルに触れる

試食の体感ポイント

- 視覚 お肉の焼き具合
- 聴覚 お肉の焼いた音
- 嗅覚 お肉の焼いた時の匂い
- 味覚 お肉の試食
- 触覚 お肉の断面のやわらかさ

製造工程の体感ポイント

- 視覚 1500℃の鉄の液体の流れ
- 聴覚 職人が商品ひとつひとつを丁寧に造り上げる音
- 嗅覚 工場内の鋳物独特の匂い
- 味覚 特になし
- 触覚 材料や砂型等を触る

料理教室の体感ポイント

- 視覚 おもいのフライパンの使い方
- 聴覚 おもいのフライパンが発する音
- 嗅覚 おもいのフライパンで作った料理の匂い
- 味覚 料理の試食
- 触覚 おもいのフライパンの使用感



素材にこだわる

鋳物工場が生み出した、おもいのフライパン こだわったのは  
徹底的に自社で作り出した、鉄の素材を活かしたデザイン

.....  
.....  
.....





完成予想図



製造業としての自社製造、メイドインジャパンのモノづくりを体感してもらう為の製造ラインを直に見る事が出来る、ファクトリーツアーを行います。

◎鋳物(おもいのフライパン)の製造工程を30分程度見学ができます。

◎大人の社会見学としてだけでなく、夏休みの自由研究の課題にも活用できるような取り組み。





世界一おいしくお肉が焼けるフライパンを目指して造られた“おもいのフライパン”  
実際にどのような焼き具合で食べられるかを体感してもらう為の試食を行う

◎お肉に試食を行いながら、実際にフライパンを使って焼く体感してもらう

◎サブスクで使う、当月の肉を試食で使って、サブスク肉とフライパンのセットを創る



地域でブランド力があるシェフとのタイアップによる、“おもいのフライパン”を利用した料理教室を不定期に行います。

◎ どんなシェフと

◎ どれぐらいの周期で



ショップとして販売

工場直営店としての強みを生かして

◎訳アリ品の販売

◎ここでしか手に入らない商品の販売

◎岡崎製材・帆布・包丁・ワインなどの商品販売





初年度は、商工会議所・経営者勉強会などの産業観光のメニューとして、ファクトリーツアーを製作して、告知していく。 団体客を対象にした予約で行っていく

- ◎ ファクトリーツアーの流れ 工場見学・石川社長のレク・試食・販売
- ◎ 販促の仕方を決める ブランドストーリーとチラシの作成
- ◎ ツアーを創る



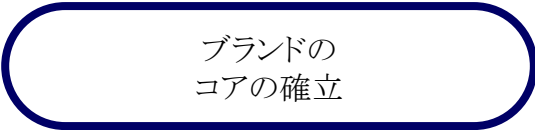
繋がりのあるメディアへのアプローチや、プレスリリースの配信。ブログの活用やフェイスブックでの展開などSNSで効果的なキーワードを使って発信。2年目以降は地元の飲食店などからの発信など

◎メディアへの発信

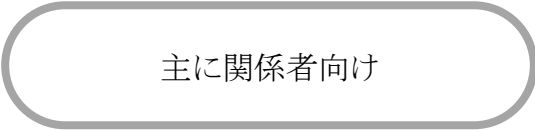
◎SNSなどのデジタルマーケティング・アナログなチラシなどでの展開

◎バーチャル工場見学(YouTube)

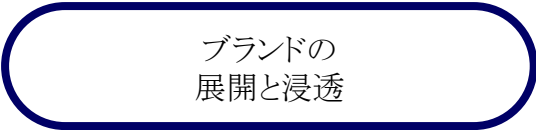




- ◎業界向けツアー開始
- ◎スポットの料理教室開始
- ◎施設オープン・PR



- ◎社内モチベーションUP
- ◎取引先などの関係者向けPR



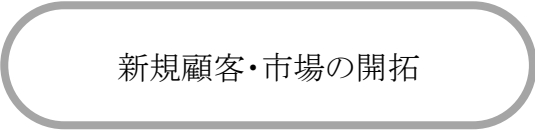
- ◎個人客のツアー開始
- ◎顧客や一般消費者との接点の開発



コアなファンづくり



- ◎おもパンモービルによる全国行脚
- ◎信用力の強化



新規顧客・市場の開拓