技術・ノウハウ・価値観をつなぐ
箔一のナレッジ動画活用事例

株式会社箔一
ブランディング部 部長
福島 和恵

INTRODUCTION

自己紹介

福島　和恵

箔一　ブランディング部　部長



石川県羽咋（はくい）市出身。

大阪の住設機器メーカーでカタログ・WEBサイト制作などに従事。

2009年「石川の魅力を発信する仕事がしたい」と箔一へ入社。現在は、社外へのPRに加えインナーブランディングも担当。

箔一をご存じですか？



ABOUT HAKUICHI

輝きの文化を
明日の喜びに

箔一は1975年創業、金沢箔の製造・販売を通じて
伝統美を現代のライフスタイルに届ける企業です。
建築・化粧品・食品・観光など多彩な分野で金沢箔の可能性を広げ、
2025年に創業50周年を迎えました。



FOUNDER & ORIGIN

創業者の想い

創業者 浅野邦子が目指したのは「単なる金沢箔メーカー」ではなく「金沢箔を世界のブランド」にすること。

用途が仏壇等に限られていた金沢箔を、「特別なものから身近なものへ」と広げました。

社名「箔一」の由来は「箔屋で、女性で、一番に」という決意からつけられました。

現在は二代目の浅野達也がその想いを受け継ぎ、各分野の専門性を高めながら事業を展開しています。



HISTORY

50年のあゆみ









1975 創業

1976 あぶらとり紙 発売

1987 食用金箔 事業開始

1996 観光施設 建設

1997 建材分野 参入

2000 東京営業所 開設

2006 化粧品事業 開始

2025 大阪万博 技術協力









SERVICE

事業領域



工芸品

金箔工芸品の企画・製造・販売



化粧品

あぶらとり紙、金箔化粧品、材料販売



食品

食用金箔・銀箔のトッピング材料



箔材料

金箔、銀箔銅箔など金属箔の製造



建築装飾

コラボや、商業施設等の内外装装飾



文化観光

金箔体験など金沢文化の提供

VALUES

50年間、変わらないもの

手仕事による確かな品質



機械では再現できない、熟練の職人が受け継いだ繊細な技。

「本物」を届ける姿勢



創業時から受け継がれる、妥協のないものづくりへのこだわり。

金沢の地域文化への貢献



歴史や文化を伝えながら、街並みや文化財を守り、次世代へ繋ぐ。

CHALLENGES

課題①

技術は言葉だけで伝えられない。



職人の手仕事では

箔を扱う手の動き、速さ、タイミングなど、
長年の経験による「感覚」があります。

こうした繊細な技術は、
写真や文章だけでは十分に伝えきれません。

職人の「感覚」を、
どう次の世代へ伝えるか。

CHALLENGES

課題②

増え続ける商品知識をどう共有するか



新商品は年間100以上、
取扱品目は1,000以上。

商品の特徴だけでなく、使われている技法や
開発者のこだわりまで伝える必要があります。

書面だけでは、
十分に伝えきれないこともありました。

**商品に込めた技術やこだわりを、
どう正確に届けるか。**

CHALLENGES

課題③

接客ノウハウが店舗を越えて共有されにくい



金沢市内を中心に複数の店舗があり、
約80名の販売スタッフが働いています。

話し方やディスプレイの工夫など、
経験豊富なスタッフが持つノウハウがあります。しかし、そのノウハウを共有する機会は限られていました。

一人の経験を、
どうみんなの接客に活かすか。

CHALLENGES

課題④

経営者の想いや価値観をどう届けるか



事業や組織が広がるにつれ、経営者が社員に直接、方針や想いを伝えることが難しくなってきました。

文章だけでなく「なぜそう考えるのか」という背景や熱量まで、共有していく必要があります。

背景にある考えや熱量を伝えたい。

SOLUTION

ナレッジ動画の導入

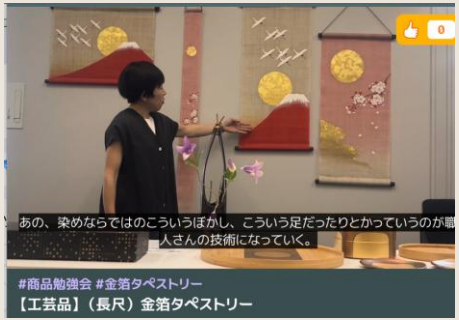
L is B社「ナレッジ動画」を選んだ3つの決め手

手軽さ



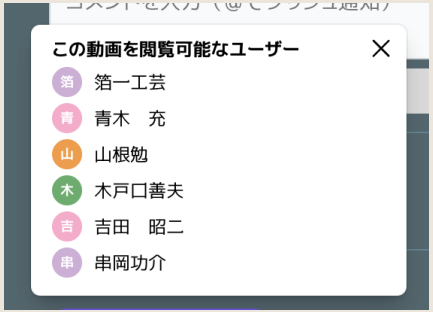
- スマホで撮影
- 場所を選ばず収録
- 即時アップロード

編集不要



- AI自動字幕化
- 編集の手間を削減
- 即日共有可能

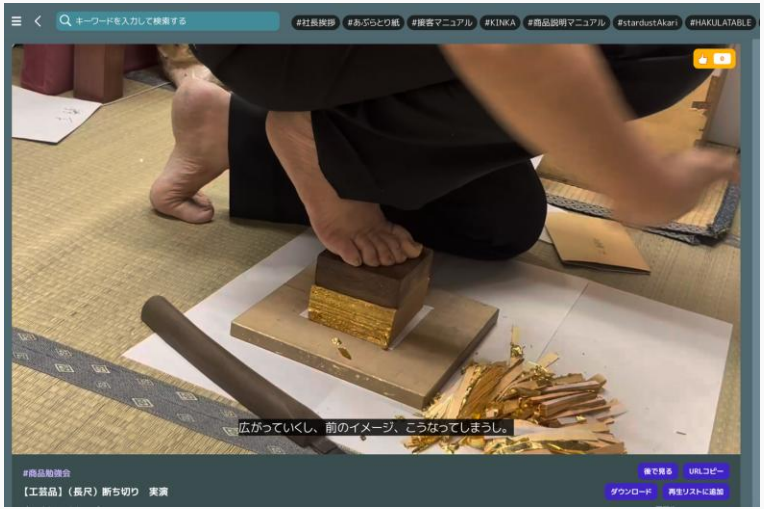
安全性



- 閲覧権限設定
- ノウハウを安全管理
- 情報漏洩リスク低減

CASE

活用事例①　技術継承
職人の手元の動きを、次の世代に繋げる。



職人の手元をスマホで撮影し、
そのまま共有。

感覚的な技術やニュアンスを、
映像で学べる環境を構築。

熟練の「感覚」を
見て覚える。

CASE

活用事例②　商品説明
動画化で知識共有を、スムーズに。



新商品の特徴・取り扱い方法を動画化。

AIによる自動字幕で編集の手間を抑えて即日共有。

共有辞書で専門用語も正確に表示。

新商品の魅力を
いち早く現場に伝える。

CASE

活用事例③　接客マニュアル
接客の「質」を動画で届ける。



優秀なスタッフの接客方法や、ディスプレイ方法を動画で共有。

店舗を越えて、質の高い接客を共有。
新人の早期戦力化にも貢献。

「見て学ぶ」ことで
接客品質の底上げへ。

CASE

活用事例④　経営方針の共有
映像だからこそ伝わる、熱量と想い。



トップメッセージを映像で配信。
声のトーンや熱量が、
テキスト以上に社員の心を動かす。
拠点を越えて、経営の想いを同じ温度感で共有できる。

声に宿る熱量が、
組織の一体感をつくる。

KNOWLEDGE RESULTS

ナレッジ動画で変わったこと

1
伝えるハードルが下がった



- スマホで撮影・共有
- 動画編集の知識不要
- 必要な時に残せる

2
言葉にしにくいことを残す



- 職人の手の動き
- 接客の話し方や間
- 経営者の声や熱量

3
知識を人に留めない



- ベテランの技術
- 優秀なスタッフの接客
- 商品開発者のこだわり

VISION

手仕事だからこそ、残していきたいもの

箔一のものづくりには、職人の技術だけでなく、
長年培ってきた経験や感覚、
ものづくりへの想いがあります。

ナレッジ動画を活用し、
これまで人から人へ受け継いできたものを次の世代へ繋げるために。
新しい技術も取り入れながら、
金沢箔の魅力を世界へ届けていきます。

ご清聴ありがとうございました。

HAKUICHI