

# “キラリ企業”の現場から

第

125

回

## 日本の鉄道インフラを支える 使命感と技術力を結集

林総事株式会社

### 林総事の挑戦と継続力

林総事株式会社(以下同社)は、鉄道の信号機やレール等の保守・保安に必要な装置の開発から迅速な供給までを行う国内シェア最大級の鉄道保安装置総合メーカーである。同社は、昭和56年、大田区大森で従業員数5~6名の小さな町工場としてスタートし、年々会社の規模を拡大している。現在の売上規模は当時の10倍、従業員規模は8倍にも上る。

「創業当時は、当社が拡大し、海外進出をするなんて考えてもいなかった。」同社に長く勤務する社員は口々にそう語る。それほど目覚ましい成長を遂げることができたのは、林源社長の「失敗を恐れない挑戦」と同社に備わる「地道な継続力」の賜物だと言える。今回は、そんな同社の成長劇をひも解いていきたい。



「座屈防止板」  
線路のまくらぎを補助し、  
レールの座屈張り出しを防止する機器

### 生産の1割しかない事業を「5割」にまで拡大

もともと同社が身を置く鉄道保安装置業界は数社による寡占状態であり、競合他社は少ない。また「数年の設置実績を持つこと」が取引の条件となるため参入障壁が高く外部環境の変化に左右されないという利点を持つ。しかし一方で、発注側である鉄道会社の数が増えることもほとんど無いため、「新規顧客を獲得する」という概念もない。こうした業界特有の事情に加え、同社の装置は「一度設置すれば半永久的に使用ができる優れもの」という強みを持つ反面、やがて訪れる受注件数の限界があることをも示唆していた。そこで、林社長は立ち上がった。

林社長が考えたのは、これまでメインとしていなかった事業の拡大であった。もともと同社は、鉄道のポイントを切り替える際に必要とされる「信号保安装置」や高速・高密度化する鉄道の運行に因應するためにレールを保持しその安全性を高める「分岐用部品」を中心とする「信号」分野と、鉄道関連部品の長寿性及び耐久性を確保する「保線」分野の2分野で装置・機器を製造している。創業当時は「信号」分野での生産がメインであり、全体の9割を占めていた。

林社長は、「この2分野のどちらにも対応できる会社は林総事のほかに無いのではないか。」ということに目をつけ、全体生産の1割程度である「保線」分野にて自社製品の開発に力を入れた。開発から製品化までに10年以上の時間を要したが、「座屈防止板」という装置を市場に送り出すことに成功した。「座屈防止板」とは、線路のまくらぎの端部・センター部に取付けることにより、まくらぎの横方向の抵抗力を抑制し、レールの変形や歪曲を防止する装置である。座屈防止板の製品化はまくらぎの数だけ受注数量が確保できるうえに、すでに取引を行う企業のニーズと合致したことで受注件数が増えたため取引の拡大につながった。

林社長の読み通り、「保線」分野では次第に新規顧客も増え、その生産は全体の「5割」に拡大した。

公社のさまざまな支援サービスをご利用いただいている元気企業を紹介する“キラリ企業”の現場から。第125回は、鉄道の保安装置の開発と迅速な供給を行う林総事株式会社をご紹介します。同社には、「ものづくり中小企業魅力体験受入支援事業」や「事業化チャレンジ道場」などをご活用いただいております。



林総事株式会社  
代表取締役  
林 源氏

代表者 / 林 源  
資本金 / 2,000万円 従業員 / 43名  
所在地 / 東京都大田区大森東5-12-14  
TEL / 03-3762-8451 FAX / 03-3762-8454  
URL / <http://hayashisoji.com>

### 国内シェアにも限りがある。ならば海外へいこう。

同社は次に海外市場へ目を向けた。はじめは、現地特有の文化と馴染めず取引の中止を余儀なくされたり、現地の状況に見合った仕様にする「ローカライズ」で苦戦し、落としどころの模索に明け暮れた。海外進出の苦労は絶えなかったが、そんな中でも同社は現地に営業担当者を駐在させ、現地企業との直接交渉を実施し、海外の鉄道メーカーに社員を出向させ確度の高い学びの機会を与えたり、海外展示会への出展に力を入れるなどアグレッシブな戦略で海外へ乗り込んでいった。次第にサンプルの作成、現地調査の実施、設計といった形で受注を獲得するようになり、最終的には現地での製品化及び設置に成功した。台湾、香港、ミャンマー、ジャカルタ、インドなど東南アジアを中心に次々と販路を拡大した。また、平成28年からJICAの協力を得て、南アフリカの軌道調査も行っている。

最近では、途上国の政府などからも設置調査の依頼があり、基礎インフラのない地域での仕事も増えている。海外の政府機関とのネットワークの構築や装置の強みを十分にPRし、同社の装置を採用してもらうことが直近の目標であるようだ。同社の挑戦はまだまだ終わらない。



海外展示会へ出展した際の同社のブースの様子  
説明員の中に和服を身に着けた人を起用し、日本製品のPRに努める

### 成長の主役は「人」

成長の秘訣は「人材確保」である。「数回の面接だけで人は分からない。」「面接で『志望動機』は聞かない。表面的なことよりもその人の内面をみたい。」など人材確保に関する「思い」が強い同社。そんな思いから、長く公社の「ものづくり中小企業魅力体験受入支援事業(※)」を利用しており、毎年3~4名の都立高校や工業高校、大学、職業能力センターからのインターンシップ生を受け入れている。

インターンシップによる学生との関わりを通じた採用方法を中心に据えたのは、長年の人材確保における苦戦があったからだという。数回の面接審査で採用した人材とのマッチングが不十分で人が定着しない時期があった。近年は、インターンシップで半年~3年、学生との密なコミュニケーションを取ることで、マッチングの確度が高くなり、若手社員の採用数が大幅に増加した。彼らがまた成長劇の主役の1人となり、林総事を支え続けている。

会社規模の拡大から海外進出といった「挑戦」と数多くの失敗にも諦めない「継続力」が、今後も同社の発展に寄与することだろう。

(企画課 高井はな子)

※ものづくり中小企業魅力体験受入支援事業……  
都内の工業高校・産業高校及び高等専門学校(高専)の生徒・学生が企業で実践的な技術・技能を学習するため、中小企業魅力体験(インターンシップ)として受入れていただいた企業を支援する事業。



都立六郷工科高等学校のインターンシップ生を受け入れた際の記念撮影