

株式会社 アイザック



アイザックが得意としているのは、筐体・架台・フレームなどの大型板金。溶接時に生じがちな歪みを最小限に抑え、余計な機械加工をしなくても済むほどの技術力を持っている

<※本記事は2020年8月取材当時の内容です。>

技術力と提案力のある職人が最大の武器

アイザックは1967年に創業された金属加工会社だ。当初は精密板金のみを手がけていたが、好不況の影響を抑えるため大型板金にも進出。現在は大型板金と精密板金の2分野で、試作品など「一点モノ」の製品を生み出している。

同社にとって最大の強みは職人たちの技術力だと、代表取締役の佐川英雄氏は胸を張る。

「現代は機械加工が主流で、当社でもNC(数値制御)加工による製品が売り上げの約半分を占めます。しかし、世の中には形があまりに複雑で、機械ではどうしても仕上げられない製品が存在するのです。そうした『人間にしか作れないモノ』を生み出すのは、やはり職人の技術と知恵ですね。当社が多くのお客様から選ばれている理由は、なんと言っても優秀な職人をたくさん抱えているから。そのため、社員の教育には常に力を注いでいます」(佐川氏)

急ぎの仕事に対応できる点、そして、顧客の要望に合わせて製品をアレンジできる点もアイザックの長所だ。

「当社の職人は溶接技術だけでなく、提案力も兼ね備えています。図面通りに製品を作るだけでなく、打ち合わせの場で

さらさらとラフスケッチを描き、『こう作る方が、もっと安く、早くできますよ』などとすぐにアイデアを出せるのです。時には図面がない状態で依頼を受け、ベテランの職人が経験に基づいて製作することもありますよ」(佐川氏)

積極的な社外交流で受注増と情報収集に成功

アイザックは、顧客の視点を意識した情報発信も意識している。例えば同社は、金属を切断・溶接・加工して大型製品を作ることを指す「製缶」という業界用語を使わない。

「『製缶』を聞くと、他業界の人は缶メーカーだと誤解するでしょう。そこで当社はホームページなどで、『大型板金』と呼ぶようにしました。その結果、目に見えて検索数や問い合わせ数が伸びたのです」(佐川氏)

この事例に象徴されるように、常識にとらわれず顧客視点に立って柔軟に考えることが、アイザックの基本姿勢だ。

同社は多摩地域の異業種交流グループ「ACE-21」に参加するなど、社外との交流に積極的な企業としても知られる。

「当社は大企業の系列ではなく、独立系の企業。ですから、待ちの姿勢ばかりでは仕事を増やせません。そこで、東京都

顧客視点で柔軟に対応

会社概要(2020年12月現在)

代表: 代表取締役 佐川 英雄

業種: 大型板金、精密板金、架台枠組、筐体溶接など金属製品の設計・製造・開発

資本金: 1,000万円

従業員: 21名

所在地: 東京都八王子市美山町2161-10

URL: <https://cc-isac.jp/>

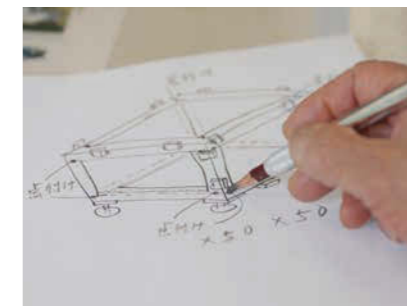


Webからの集客に工夫

当社はリーマン・ショックの直後にホームページを開設しました。今では、ホームページ経由の注文・問い合わせがかなり多くなっています。不況時は、とにかくもがいてみるのが大事。動けば、何らかの活路が開けると思うのです。



2019年、「革新的事業展開設備投資支援事業」に採択され、最新鋭機械を購入する際に3分の2を助成された



職人の教育に効果的なのが、モノの完成イメージを図で伝えること。佐川氏も若手に対し、ラフスケッチを手早く描きながら指導している



試作から製作したオールステンレスの食品関連装置。大型板金制作に精通したノウハウと技術力がアイザックの武器だ

中小企業振興公社が主催する『ビジネスマッチングin東京』などの商談会や展示会に参加することで、ネットワークを広げています。こうした場で知り合った企業から注文をいただいたことは、これまで何度もありましたよ」(佐川氏)

他社との交流で得られるのは、受注だけではない。業界の最新動向などに触れられる点もメリットだと佐川氏。

「どんなに高い技術力を持っていても、その生かしどころを知らなければ無意味です。技術的な流行や業界動向などをキャッチし、機敏に経営の舵取りを行うためには、他社と交流して情報を得ることが大切だと私は考えています」(佐川氏)

現在は研究開発や技術向上の好機である

70代後半にさしかかっている佐川氏は、現在も経営の陣頭指揮を執っている。今の目標は、これからニーズ増が見込まれるチタン関連の技術を伸ばすことだ。

「当社はリーマン・ショックで仕事が減った期間に、全社を挙げて溶接資格の取得に励みました。その結果、以前より付加価値の高い仕事ができるようになったのです。そして今は、チタンの研究開発と溶接技術の向上に取り組んでいます。新

型コロナウイルスの感染拡大はピンチかもしれませんが、ものは考えよう。時間がある時期だからこそ、新たな挑戦に取り組むチャンスだとも言えるのです」(佐川氏)

佐川氏は、次世代へのパトタッチも考えているようだ。すでに交流会への参加など一部の業務は、専務取締役を務める長男・剛氏と、取締役の次男・学氏に任せている。

「ただ、私自身は『生涯現役』を目指しています(笑)。頭と体が動く間は、経営者として社会の役に立ちたいですね。

この世界、技術があれば仕事は絶対にあります。これからも『人にしかできない仕事』を追求し、会社を成長させていきたいと思っています」(佐川氏)

企業からのメッセージ

弊社は2019年、公社の「革新的事業展開設備投資支援事業」を利用し、設備のイノベーションを行いました。現状、新型コロナウイルスにより私たちモノづくり企業にも様々な影響が出ています。しかし、こういう時だからこそ下を向かず、モノづくりへの情熱を燃やして技術向上を目指していきたいと思っています。

株式会社 エスキャリア・ライフエージェンシー



食育サポーターと一緒に調理することで、子どものコミュニケーション能力なども伸びる

<※本記事は2018年2月号掲載当時の内容です。>

自身の育児経験が起業の出発点

エスキャリア・ライフエージェンシーは、子育て中の家庭などを対象とした作り置きサービス「エスキッチン」を手がけている企業。2016年10月に設立され、2017年1月からサービスの提供を開始した。

代表取締役を務める城 梨沙氏が同社を設立したのは、子育て中の体験がきっかけだったという。

「26歳からフリーランスのキャリアカウンセラーとして働いていた私の生活は、30歳の時に長女が生まれて一変しました。夫と共に育児・家事に取り組みましたが、育休も産休もないフリーランスにとって、仕事との両立は本当に大変でした。このままでは私も夫もやりたい仕事に打ち込めないと追い詰められ、ある日思い切って掃除の代行サービスを頼んでみたのです。すると、『家事を外注するとこんなに楽になるのか！』と発見。私にとっては革命的な経験でした」(城氏)

作り置きの分野で起業を決意したのは、育児を通じ、食事を毎日用意することの大変さを実感したからだ。

「部屋が汚くても人は生きていけますが、食事はそうはいきません。特に子どもには、栄養のバランスが取れた食事を毎日

食べさせる必要があります。これは働く父母にとって、かなりの負担です。また当時は、つわりで味覚が変化した女性に対応したり、子どもの成長に合わせて食事内容を変えたりするようなきめ細かな作り置きサービスはほとんどありませんでした。そこで、私がそんなサービスを提供し、世の中のママ・パパを支えようと考えたのです」(城氏)

子供の自信や自立性なども育てる

エスキッチンでは、管理栄養士などの資格取得者や学校などでの調理経験者である「食育サポーター」を各家庭に派遣している。2018年1月現在で提供しているのは、産前産後のママ向けに買い物代行・調理サービスを提供する「マタニティプラン」、子どもを含む家族用に3～4日分の食事を提供する「作り置きプラン」、食育サポーターが各家庭の小学生以上の子どもと一緒にご飯を作る「お手伝いプラン」の3プランだ。

「妊娠中で立つことすらつらい時期は、マタニティプランがカバー。そしてママが仕事に復帰した後は、作り置きプランを利用していただく仕組みです。食事作りから3～4日間だけでも解放されれば、精神的なゆとりがかなり生まれるはずですよ」(城氏)

そして、一番の目玉はお手伝いプラン。これは、作り置き以外

料理を通して「共育」文化を広める

会社概要 (2020年12月現在)

代表: 代表取締役 城 梨沙

業種: 育児との両立支援サービス、育児コミュニティの運営

資本金: 300万円

従業員: 2名

所在地: 東京都渋谷区神宮前6-10-9

原宿董友ビル4階 サクラサク内

TEL: 050-3757-0166

URL: <https://es-lifeagency.co.jp/>



お手伝いプランでは、子どもでも作れるメニューを提案。季節の食材を取り入れるなど「食育」にも配慮している



その日に食べられる料理はもちろん、下ごしらえだけした冷凍おかずなども提供する



賞状を手渡すなど、子どものやる気や自信を伸ばすために創意工夫を施す

にたくさんのメリットがあるという。

「私の子どもたちは、日頃から幅広い人々と触れ合っています。ファミリーサポート制度で近隣に住むおばあさんに面倒を見てもらうこともありますし、家庭で受け入れている学生インターンに遊んでもらう機会も多いですね。言わば『家庭内ダイバーシティ』を進めることで、子どもに刺激を与え、現代人に必要な『人と関わる力』を磨かせているのです。

お手伝いプランの狙いも、まさにそのあたりにあります。子どもが食育サポーターと一緒に調理することで、調理スキルはもちろん、コミュニケーション能力なども高められるでしょう。さらに、料理を作り上げた達成感や、調理する際に創意工夫を行うことなどを通じて、子どもの自信や自立性、自己表現力を自然に育む効果もあるのです」(城氏)

チームで子育てする文化を根付かせたい

サービス開始以来、エスキッチンの利用者は順調に拡大中。城氏はこの事業を成長させることで、日本に「共育」という文化を根付かせたいと考えている。

「日本には、たった1人で仕事・育児・家事を抱えるママがたくさんいます。でも、当社のような企業や地域社会、ママ・パパ同

士が助け合いながら、チームとして子育てを行う文化が広まれば、大人も楽になりますし、子どもの成長にもプラスだと思うのです」

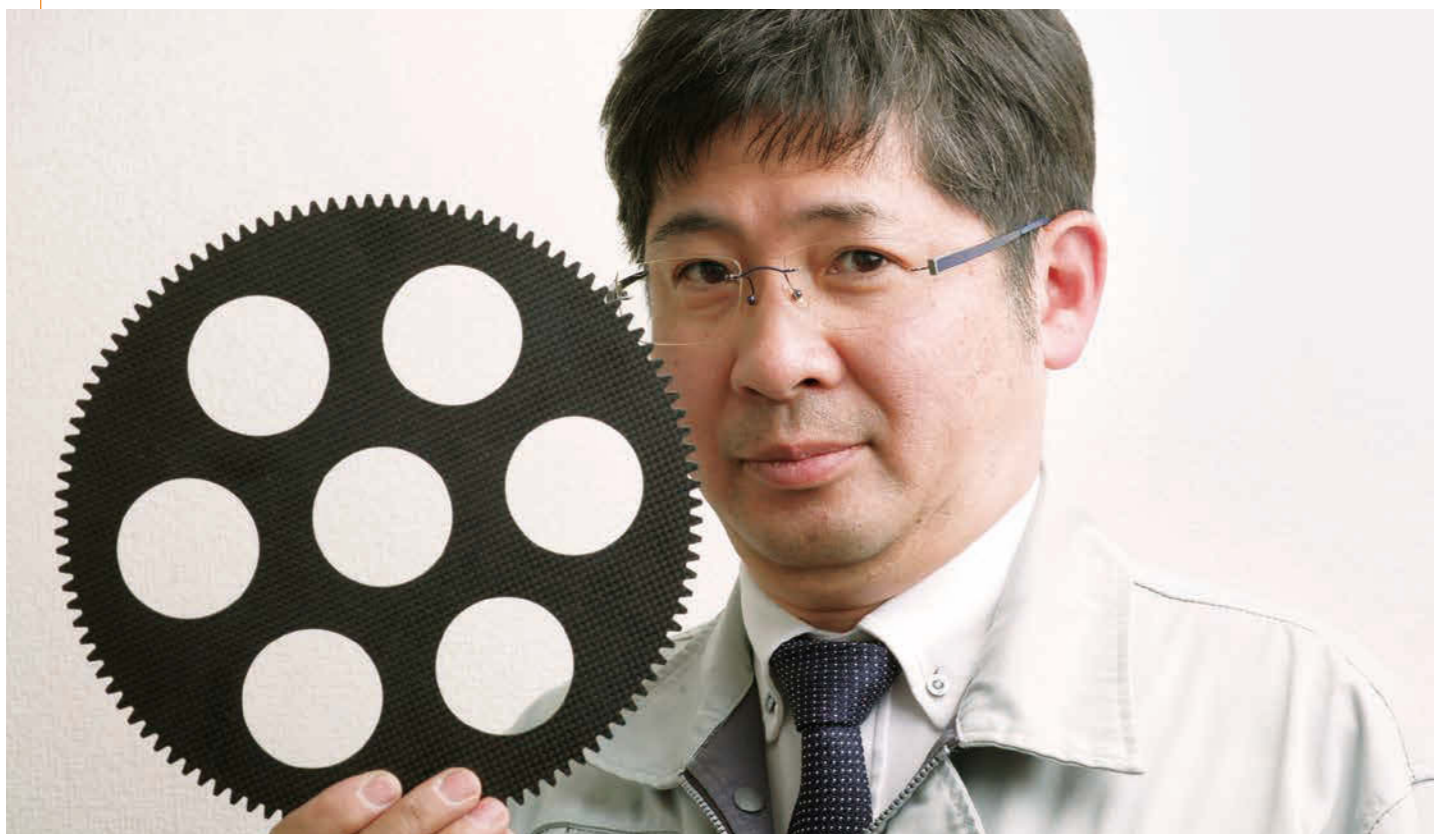
城氏はキャリアカウンセラー時代、若い女性から出産後のキャリアについて相談される機会が多かった。彼女たちが抱えている不安を、エスキッチンによって少しでも軽くすることが、現在の目標だ。

「私の子どもを含めた若い世代が、自然体で仕事と育児を両立させられるようにしたい。社会全体で子育てしていく「チーム育児」文化を広げていくことが私たちの目標です」(城氏)

企業からのメッセージ

公社の女性起業家ゼミを利用し創業スタートいたしました。創業期を乗り越え5期目を迎えることができました。首都圏を中心に事故無く安全にサービスを届けることを第一に運営をしております。今後は、食育サポーターを各地域で増やし、エリアを拡大することで、より子育て家庭の力になっていきたいと思っております。

ヨネヤマセイサクシヨ
株式会社 米山製作所



金属やセラミック、プラスチック、ゴムなど、硬い素材から柔らかい素材まで対応出来るのがウォータージェットの利点の1つ

<※本記事は2018年3月号掲載当時の内容です。>

高圧力の細い水流で多彩な素材を加工

米山製作所は、高圧力の細い水流によってさまざまな素材を切断・加工する「ウォータージェット加工」の専門企業だ。手がけるのは、一点モノ、あるいは小ロット量製品の製造が中心。中には、航空・宇宙やインフラ産業の分野で広く知られるプロジェクトに関わる製品も含まれている。また、不具合を起こしたモノの内部構造を調べる際に、製品の切断を依頼されるケースもあるそうだ。

「ウォータージェットで加工できる素材は幅が広く、金属やガラス、プラスチックはもちろん、スポンジなど柔らかいモノでも対応が可能です。さらに、ウォータージェットでの加工は、熱影響や化学反応、そしてストレスが極めて小さいので、ダメージが少なく素材機能を活かすことができます。そのため、レーザー加工など他の手法ではうまく作れなかった製品が、ウォータージェットを使ったために希望通り仕上がったというケースは多いですね。もちろん、ウォータージェットは万能ではありません。当社ではお客さまのご要望を伺い、他の加工法がベターだと判断した場合は、そちらをご紹介することもあります」と、代表取締役を務める米山俊臣氏は語る。

ウォータージェットの良さを知って売り上げ増

米山氏の父・堅持氏が創業したのは、1975年のこと。以来、主手がけていたのはプリント基板用金型の加工だった。その後、公的機関から「社長が機械を動かして仕事をしているようじゃダメ」と助言を受け、1990年にウォータージェット加工機を初めて導入。しかし、最初は、なかなか仕事につながらなかった。

「当時、ウォータージェットをご存じのお客さまはほぼゼロ。それどころか、私たち自身もその特徴を理解していなかったため、適切な提案ができず売り上げを伸ばせなかったのです。そんな頃、会社の「ビジネスサポートTOKYO」や商談会を通じて新規取引先と出会えたのはありがたかったですね。徐々にお客さまが増え、さまざまなニーズに応えるうちに、ノウハウや、『この種の加工ならウォータージェットの強みが生かせる』と自信を持てる分野が増えました」(米山氏)

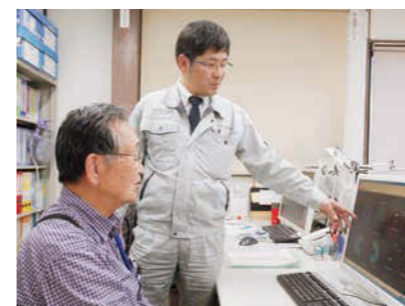
そして、1996年、同社は大きな決断をする。主要顧客だったプリント基板メーカーが移転したのを機に、金型加工をやめてウォータージェット専門となったのだ。

「その企業から得られる売上高は大きかったので、一緒に

自社技術の利点を徹底提案

会社概要 (2020年12月現在)

代表: 代表取締役 米山 俊臣
業種: ウォータージェット受託加工専門
資本金: 1,575万円
従業員: 9名
所在地: 東京都西多摩郡瑞穂町箱根ヶ崎東松原24-10
TEL: 042-556-2358 FAX: 042-556-2131
URL: <https://www.yoneyama.co.jp/>



創業者で現在は相談役を務める堅持氏(左)と代表取締役の俊臣氏



高圧の水流で素材を加工。水と天然石の研磨剤だけしか使わないため、環境にもやさしい



加工するモノに対する負担が小さいため、製品の内部を調べる検査にもよく使われる

移転することも考えました。でも、その道を選んだら、顧客企業に合わせて今後も移転を迫られる可能性があります。それなら、技術力を磨いて独立独歩で進むべきだと判断したのです。その後は、さらに本気になってウォータージェットに取り組みました」(米山氏)

技術力向上と他社との連携を常に模索

米山製作所は2009年、経済産業省の「元気なモノ作り中小企業300社」に選定された。技術力や提案力を評価され、顧客も着実に増えている。しかし、米山氏は、決して慢心していない。

「自分たちの技術がいつまで通用するのか。また、ウォータージェットのように素材に与えるストレスが小さく、さらに高い精度を出せる新たな工法が登場したらどうするのか。そういった不安は常に抱えていますね。ただ、新技術が実用化されるまでに数年はかかるもの。そこで、情報を集めるなど新技術や業界の動向を勉強する努力は怠らないようにしています。また、ウォータージェットの技術を究めることにもこだわり続けるつもりです」(米山氏)

米山氏が掲げる今後の目標は、ウォータージェットの事業

をとにかく継続すること。

「長年商売をする中で、『自社技術の強み・弱みを理解し、お客さまに寄り添った提案ができれば、ファンは増える』と実感しました。そこで、今後は、ウォータージェットの利点をさらに情報発信し、課題解決を求めのお客さまと出会う努力をしたいですね。また、世の中のさまざまな工法には、それぞれに強みと弱みがあります。お客さまの課題を解決するため、ウォータージェット以外の加工技術を持っている企業と連携することもぜひ進めていきたいですね」(米山氏)

企業からのメッセージ

父が闘病から復帰、その後に「事業承継」を何とか済ませたのが12年前、掲載当時は「従業員の高齢化」「技術承継」の問題を抱えていました。今は「資金繰り」「装置老朽化」などの問題を抱えながらも従業員に支えられて問題解決と新たなチャレンジを続けています。

シ ョ ウ ワ キ ケ イ ソ ウ

昭和機器計装 株式会社



企業にとって最大の財産は「人」と篠原氏。外部企業と提携して研修プログラムを作成するなど、人材育成に注力している

<※本記事は2018年4月号掲載当時の内容です。>

売上げ減を契機に社内改革をスタート

昭和機器計装は、水や空気などがどの程度流れているのか測る「流量計」を設計・製造・販売している企業だ。主力商品は、高温や振動、結露といった過酷な環境にも耐えうる「フラッター流量計」シリーズで、製鉄所をはじめとする各種工場、上下水関連施設、海運・造船産業などで広く使われている。

製品力と技術力がものをいい、2013年頃までの同社では好業績を維持できていた。しかし、2014年、ある大口顧客からの受注が激減したため、全社の売上高・営業利益率ともに大きく落ち込んでしまった。そんな中で代表取締役役に就任したのが、創業者の娘婿である篠原利彦氏だ。

「当時の我が社は、ひと言で表せば『下町の町工場』。老朽化した設備があるほか、1人のスタッフにしかできない工程が多く、生産効率も高いとは言えませんでした。また、社内のコミュニケーション不足も課題でしたね」（篠原氏）

篠原氏は前職で製品の製造責任者を担当し、生産性改革に成功した経験があった。その経験を生かし、就任直後から急ピッチで社内改革を進めていった。

営業力強化と労働環境の整備を進めた

篠原氏はまず、営業力強化と労働環境の整備に取り組んだ。営業力強化では、営業部員をセミナーに参加させ、改めて営業の基本について学んでもらった。労働環境の整備では、設備や工具などを導入して作業しやすい環境を整えたことに加え、作業工程や内容について責任者を中心に各担当者で再検討を実施した。さらに万一の事態に備えるため、部材供給元や業務委託先の二重化を進めている。

「それまでは『これはAさんしかできない』という作業が多く、仕事の待ち時間が発生しがちで効率が悪かったのです。そこで、1人のスタッフが複数の仕事を掛け持てるよう『マルチタスク化』を進めました」

売上げ増のため、新分野への進出も図っている。2016年、東京都中小企業振興公社の「事業化チャレンジ道場」を活用して、従来とは異なった業界に向けた流量計を新たに開発。また、既存製品を改良し、東南アジア向けに輸出することも検討している。

篠原氏が挑戦したもう一つの取り組みは、従業員にとって魅力的な会社を作り上げることだ。

楽しく働ける職場づくりに全力

会社概要（2020年12月現在）

代表：代表取締役社長 篠原 利彦

業種：機械器具製造業

資本金：2,400万円

従業員：正社員15名

嘱託・パートなど22名

所在地：東京都大田区東糀谷6-4-17

TEL：03-6756-0601 FAX：03-6756-0602

URL：http://www.showa-kk.com/



効率化に向けての秘訣

社員のマルチスキル化を図ることです。作業工程や手順を常に見直し、設備や工具を的確に導入して「作業しやすい環境」を現場が自ら整えることが重要です。



将来は、製造スタッフにもCADや製図の知識を学ばせるなど、幅広い人材の育成を目指す予定



売上高の約7割を占めるフラッター流量計。水や空気の流量を簡便に把握できる点が高く評価されている



全従業員に向けて行われる「事業説明会」では、経営情報なども正直に伝えている

「仕事にやりがいと楽しさがあれば、人は自ずと努力します。そこで、従業員が興味を持っている仕事にチャレンジできる仕組みを整えたいですね。また、働きやすい環境の整備も大切。AEDの設置や人間ドック受診制度の充実などを積極的に進めています。さらに、従業員一人ひとりと数年先の目標を共有し、その目標に向かって学ぶ外部研修プログラムも新設しました。今後は、従業員の給与額引き上げも行っていきたいと考えています」

社内・外を問わず正直な姿勢で向き合う

篠原氏が経営者として最も大切にしているのは「正直さ」だ。取引先はもちろん、同業者とも積極的に交流会を開いて情報交換を行う。一方、従業員に対しては、月1回開かれる「事業会議」や年2回の「事業説明会」などを通じ、細かい経営情報を共有している。

「地域や顧客に貢献することは、当社にとって大きな軸。そこで、お客さまに対しては何事も包み隠さずお付き合いをするという方針を貫いています。その姿勢は、従業員に対しても変わりません。全員に『昭和機器計装は私の会社だ』という意識を持って欲しいことから、会社の現状を正しく伝えているの

です。私は、当社をさらに働きやすい会社に育て、従業員や関係する方々が5年、10年後も一緒に働きたいと思う会社にしていきたいと考えています」

今後は売上げ確保のため、既存製品であるフラッパー型流量計の分野で、業界ナンバーワンを目指す昭和機器計装。さらに、自社の強みを生かしながら、装置組み込み型流量計などの新規分野にも進出を図る方針だ。

企業からのメッセージ

企業にとって最大の財産は「人」、人の育成が重要と考えています。今年度から「組織の能力を高める研修」「個人の能力・技能を高める自発的な学び」この二つのテーマで人材育成を行っています。特に「組織の能力を高める研修」は、公社のオーダーメイド研修で、弊社の実情に合った研修を行って頂いています。

株式会社 チバダイス



社員が働きやすい環境づくりに腐心している、経営者の千葉氏。その思いは社員にも伝わり、互いに支え合う社風を生み出している

<※本記事は2018年6月号掲載当時の内容です。>

歯車についての総合ソリューションを提案

チバダイスは、家電、OA機器、自動車、医療機器などに使われる小型歯車や、各種歯車用金型の設計・製造を手がける企業。棒状の金属に歯車などの型を刻む「CD加工（長尺棒特殊切削加工）」は同社の独自技術で、小さな手間、低いコストで高精度な製品を生み出すことが可能だ。また、プラスチック歯車の量産品と同等の試作品を最短3日間で納品できるサービス「スピードトライ®」も、多くの顧客から好評を博している。

サービスの多彩さや幅広い提案力も強みだ。

「ほとんどの歯車メーカーは、金型や成形、歯切り（歯車のギザギザを削り出すこと）など、特定の分野に絞って事業を展開しています。一方、当社はこれらすべての分野を手がけていますから、お客さまのニーズに合わせて柔軟な対応・提案ができるのです。また、製造する金型や歯車の種類も豊富ですし、歯車の耐久性や騒音低減などの実験を行う『プラスチック・ギヤ・システム研究所』も運営しています。格好良いえば、当社は『歯車に関する総合ソリューション業』なのです」（代表取締役社長 千葉英樹氏）

社員同士が自然と支え合う風土がある

埼玉県八潮市にあるチバダイスの工場では、屋上にフットサルコートが設置されている。また、工場の床はコンクリートではなく木製だ。ここでは、「社員の働きやすさを何より優先する」という経営者のこだわりが詰まっている。

「フットサルコートをつくったのは、私が社長に就任して数年たった頃です。休み時間をつまらなそうに過ごしている社員を見て、皆で楽しむ場をつくれなかと考えたのがきっかけでした。鉄柵の設置費や人工芝代に数百万円かかりましたが、社員が楽しそうにボールを蹴っている姿を見ると、それ以上の価値があったと思います。一方、床に木材を張ると決めたのは先代（千葉氏の実父 文夫氏）でした。コンクリートの上で長時間作業をしていると疲れて、かかとが痛くなるのですが、木の床だと疲れを感じにくいですね。

仕事は楽しくやる方がいい。そして社内に笑顔が増えれば業績も自然についてくると考えているのです」（千葉氏）

現在、チバダイスでは、2か月に1度のペースで全員参加の飲み会を開催。新年会や忘年会、社員旅行などのイベントも毎年開かれている。さらに、有志だけが参加する社内イベント

社員の幸せにこだわりを続ける

会社概要（2020年12月現在）

代表：代表取締役社長 千葉 英樹

業種：歯車・金型加工業

資本金：4,800万円

従業員：30名

所在地：東京都葛飾区高砂1-26-2

TEL：03-3696-4441 FAX：03-3696-4443

URL：<http://www.chibadies.co.jp/>



人間性を大切にしたい

技術力はもちろん必要ですが、さらに大切なのが人間性。あいさつや人と人とのつながりの大切さを、折に触れ社員に伝えています。



数千万円を投じて最新機器を導入。精度の高い製品をつくるために投資を怠らない



チバダイスが手がけているさまざまな歯車製品。精度の高さと短納期を両立させている



屋上のフットサルコートでは、他社の従業員も加えた対抗戦が行われることもある

もあり、社員同士の距離は非常に近いようだ。

「皆が支え合うのは当社の伝統。たとえば独り暮らしの若手社員が風邪で寝込むと、私が何も言わなくても、上司や同僚が訪問してご飯を食べさせたり、病院に連れて行ったりしますね。こういう社風は、もしかすると『今風』ではないかもしれませんが。世の中には、人間関係の距離が近すぎることを暑苦しく感じる人もいます。でも私は、社員と密接に関わり、可能な限り皆の面倒を見たいのです。今、当社で頑張ってくれている社員のほとんどは、当社に居心地の良さを感じているのではないかと思いますよ」（千葉氏）

会社を「大きくする」より「強くする」に主眼

歯車のパイオニアとしてしっかりと地歩を固めてきたチバダイス。リーマン・ショック後の不況期などにも積極的に投資を行い、技術力を高めて顧客を広げている。しかし千葉氏は、経営規模の拡大には興味がないようだ。

「当社の企業理念は『歯車を育む、人を育む』。歯車を通じて社員全員が成長することがチバダイスの存在意義だと私は信じています。ですから売上高が伸びても、会社の中身が悪くなって社員が不幸に陥っては意味がないのです」（千葉氏）

量より質の追求。そうした経営方針を今後も崩すつもりはないと、千葉氏は語る。

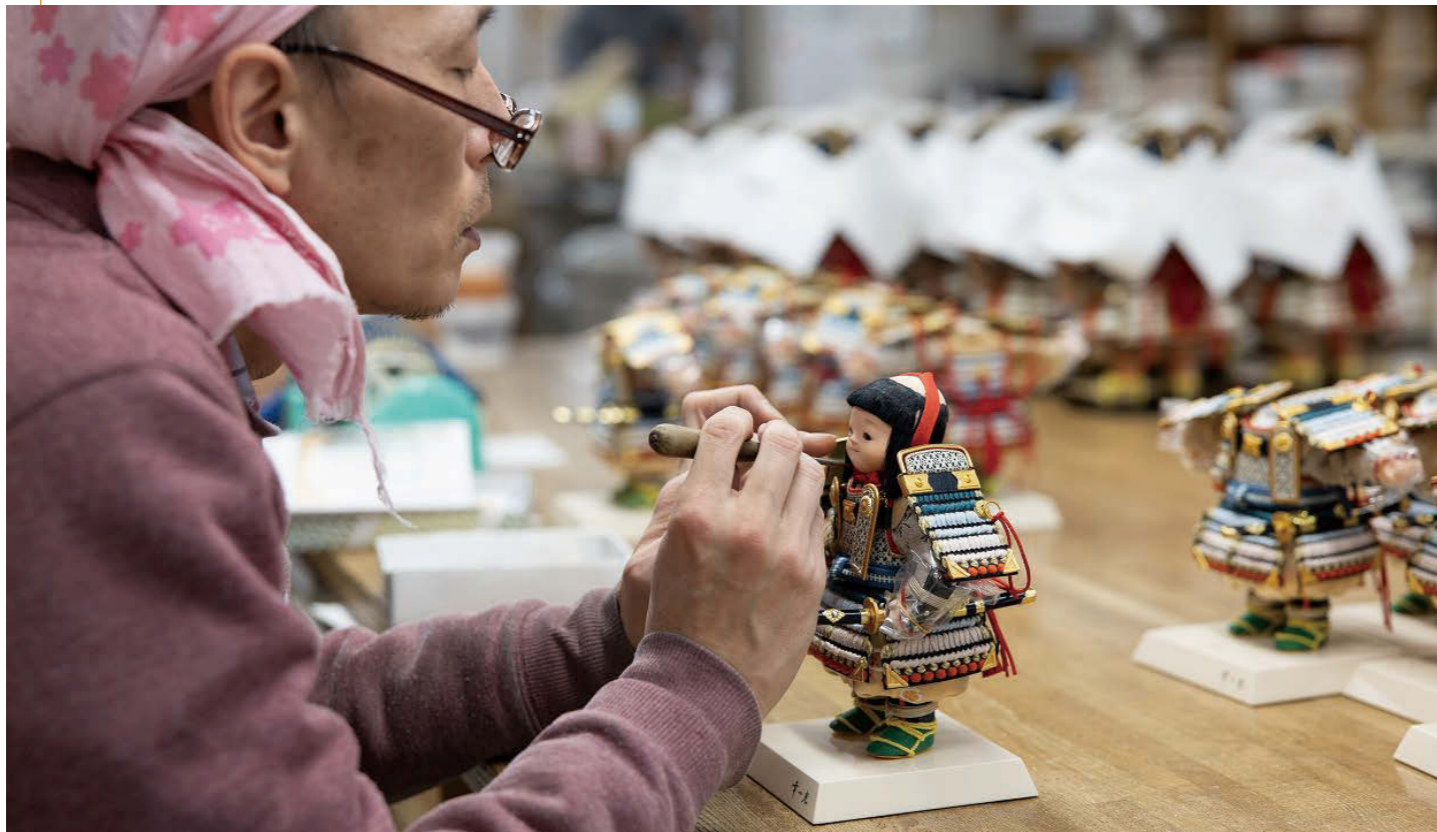
「全社員が幸せに働き続けられる会社を維持するためには、社員1人あたりの利益率や、安全性などが重要。これらのデータは、常に厳しく追いつめるつもりです。また、これまで世の中になかった製品を、自分たちの手で生み出すことにもこだわっていききたいですね」（千葉氏）

会社を大きくすることにはこだわらない。チバダイスの目的は、あくまで「会社を強くすること」なのである。

企業からのメッセージ

取材時とは状況が一変しコロナ禍にありますが、未来を見据え若手を中心とした従業員教育、技術の蓄積に注力しています。これを実現するために今現在まで積極的な設備投資を継続し、公社の設備投資支援事業も大いに活用させて頂きました。小形歯車のソリューションカンパニーを目指し邁進していきます。

マツザキニンギョウ
株式会社 松崎人形



明るくて開放的な工房には、四代目・松崎篤氏を含め若手社員の姿も多い。技術の継承と、若手の斬新な発想力を伸ばすことが、松崎人形にとって重要な課題だ

<※本記事は2018年7月号掲載当時の内容です。>

「原型」づくりの能力が最大の強み

松崎人形は、ひな人形や五月人形などを手がける足立区の工房。創業は1920年で、100年近い歴史を誇る老舗だ。

節句人形は、型に桐塑(とうそ。桐の粉末に生麩糊を混ぜてつくった粘土)を詰め込んでつくった胴体に溝を彫り、そこに布生地を差し込む(木目込む)ことでつくられる「江戸木目込人形」と、ワラなどでつくられた胴体に衣装を着せた「江戸衣裳着人形」とに大別される。松崎人形は両方を手がけており、これは業界でもかなり珍しい。

人形づくりの世界では分業制が敷かれ、頭(かしら)と胴は別々の工房でつくられるのが普通。しかし、松崎人形は両方を手がけており、トータルデザインされた人形づくりが特徴だ。

三代目である社長の松崎光正(幸一光・こういっこう)氏は、美術大学で彫刻を専攻。大学在学中に二代目だった父が急逝したことで、松崎人形を継ぐことになった。

「人形の印象を左右するのは、やはり顔。人形の表情は最後に顔を描き込む作家によって異なります。そのため、人形づくりで最も難しいのが顔をつくることです。たとえば江戸木目込人形の場合、木彫りなどでつくった原型から型取りし、素焼き、

石膏などで量産するのですが、多くの工房は他社から購入した頭に表情を描いて人形をつくるため、どうしても差別化が難しいですね。一方、当社のように原型づくりから手がける工房なら、個性豊かな頭を生み出せます。人形師で頭の原型をつくる職人は私を含めて日本に数人しかいませんので、そこが当社にとって一番の強みかもしれません」(松崎氏)

情報感度を高め、新分野にも積極的に挑戦

高度成長期までは飛ぶように売れていた日本人形だったが、1980年代に入ると停滞の兆しが見え始めた。そこで松崎氏は、売れる商品を生み出すためさまざまな努力を重ねてきた。

「たとえば1983年から作り始めた金太郎人形では、新機軸を数多く取り入れました。職人にとって裸の人形は難しい素材で、それまで当社では手がけたことがなかったのですが、ニーズがあると見込んで、あえて挑戦しましたね。ただし、昼間は通常業務があるため、新製品の開発に取組む余裕はありません。そこで、夜の工房に一人で残ってコツコツ試作を重ねました。この習慣は、今も続いています。新しいものを自由につくるのは楽しくて、まったく苦にはなりません」(松崎氏)

伝統に新発想・新技術をプラス

会社概要(2020年12月現在)

代表:代表取締役 松崎 光正(松崎 幸一光)
業種:日本人形開発・製造業
資本金:1,000万円
従業員:14名
所在地:東京都足立区栗原2-4-6
TEL:03-3884-3884 FAX:03-3884-3886
URL:https://www.koikko.com/



技術を伝える場が必要

若い人の中には、職人になりたいと考える人がたくさんいます。行政などと連携し、そういう方々に技術を伝える学校があればいいですね。



頭・胴から衣装まですべて手がけているため、美しいトータルデザインが実現できる



木目込人形の「ことわざむらい」シリーズ。現代の暮らしに合う小さなサイズが好評だ



展示会ではさまざまな工夫を盛り込んだ新製品を出展して、人気を博している

現在、最大のターゲットはひな人形や五月人形の市場。しかし、新分野の開拓も必要だと松崎氏は考えている。

「ニーズに応じ、節句人形以外の人形を生み出すことも考えています。また場合によっては、当社の技術を活かして人形以外のものをつくることだってあり得るでしょう。そのためには、常にアンテナを張ってさまざまな情報を得ること。そして、新たな商品を生み出すための柔軟性を維持続けることを、普段から心がけています」(松崎氏)

次代に技術継承する仕組みを整えたい

今も第一線で活躍する松崎氏だが、年齢は60代半ば。息子の篤氏など、次代への引継ぎは常に意識している。

「若い人々の感覚はやはり新鮮。先日も、若い女性スタッフたちに製品づくりについて意見を聞いたのですが、僕には思いつかないような提案がいくつも出たのです。この優秀な発想力を活かさない手はないと、改めて感じました」(松崎氏)

「いずれは父も引退しますが、今の時点ではまだ私が父に取って代われるとは思いません。そこで、経営・営業・技術などの分野で自分にできることは何かを模索し、徐々に私の領分を増やさなければと考えています」(四代目・松崎篤氏)

東京都雛人形工業協同組合の理事長でもある松崎氏は、業界全体を盛り上げる取組みにも注力したいと目を輝かせている。

「市場が地盤沈下して各社の売上げが縮小すると、せっかくの技術も途絶えてしまいます。幸い、業界には若手も多い。彼らが食べていける仕組みを整えることが、我々年配者の仕事だと思うのです。たとえば、技術を教える学校を設立できれば、後継者育成にも業界活性化にも役立つでしょう。

この業界では、多くの人々が協力してものづくりをしています。自社が栄えることばかりを考えてはダメ。業界全体を盛り上げる努力が必要だと思うのです」(松崎氏)

企業からのメッセージ

会社の東京手仕事プロジェクトに初年度から参加させていただき、従来の商品ラインナップとは別の新しいラインが出来、更にその効果で次々と新しい取組が出来ています。方法は無限にあると思います。

オオモリ コウギョウ
大森クローム工業 株式会社



仕事に必要な100項目のスキルを明示し、各社員の習熟度に応じて指導・育成。自力で考え、自ら行動できる人材を育てるため、さまざまな工夫を凝らしている

<※本記事は2018年8月号掲載当時の内容です。>

技術力と大物加工が評価の原動力

金属に工業用硬質クロムめっきを施すとさまざまな機能が付与され、金型や工具などの性能が向上し、寿命を大きく伸ばすことができる。大森クローム工業は、その「工業用硬質クロムめっき」を手がける企業だ。同社がめっきした金型・工具はさまざまな業界で使われており、まさに日本のものづくりを支える存在だといえる。

同社の強みの1つは、30トン級のクレーンや3万リットル級のめっき槽といった施設を備えていること。そのため、大型製品へのめっきにも対応が可能だ。そしてもう1つが、手がけられる工程・分野の広さ。めっき処理はもちろん、研磨などの前処理や高精度な治具の製作などもすべて社内でカバーしていると代表取締役社長の宮川容子氏は語る。

「工業用硬質クロムめっきを手がける企業の中で、当社のように幅広い分野を手がけるところは少数派。ですから、さまざまな処理方法の中からお客様のニーズに最適なやり方を提案できるのです。また大手顧客の先端ニーズに対応するため、東北工場（岩手県北上市）に研究部門を置くなど、新技術の開発にも取り組んでいます」（宮川氏）

同社は技術力の高さを生かし、アルミやカーボンといった難素材へのめっきも手がける。一方、近年需要が高まっている、リユース・リサイクル品への再めっき・部分めっきも得意としている。

「めっきのように顧客密着」がポリシー

大田区・大森にある東京本社は、住宅街のど真ん中。工業団地内にある東北工場や埼玉工場（埼玉県本庄市）に比べると、環境や騒音などで気を遣う部分は大きい。

「環境を守るための努力は決して怠りません。工場内の排水は、さまざまな処理を行い、循環・再利用しています」（宮川氏）

環境コストの割合は、決して小さくない。それでも都内で工場を維持するのは、顧客に寄り添おうとする思いがあるからだ。

「当社は1951年の創業以来、京浜工業地帯を中心とするお客様の要望に応じてきました。今でも、東京周辺にある企業のつながりは強いですね。都心に工場があれば、そうしたお客様と直接お目にかかって細かいご要望を伺えますし、急ぎの発注にもお応えしやすいのです。

顧客に寄り添ってものづくりを支える

会社概要（2020年12月現在）

代表：代表取締役社長 宮川 容子
業種：工業用硬質クロムめっき業
資本金：3,000万円
従業員：70名
所在地：東京都大田区大森西1-1-3
TEL：03-3761-3101 FAX：03-3761-3040
URL：http://www.ohmori-cr.co.jp/



「100年企業」を目指す

日本のものづくりを支えるため、これからもお客さまのお役に立ちたいですね。現在、創業68年目ですが、100年企業を目指してがんばります。



技術項目の見える化で、指導も社員の到達度と次のステップも一目瞭然だ



若手社員に多彩な経験を積ませることで、能力とやる気を高める工夫をしている



バスタブをつくる金型にめっき処理を施したところ。技術力の高さは、顧客からの評価も高い

めっきは、単独では存在できません。金属などの表面にくっつくことで、初めて人の役に立ちます。当社も同じ。お客さまの近くで仕事を続けることによって、大きな付加価値や安心感を提供できているのだと思います」（宮川氏）

社員一丸で経営参加できる仕組みを模索中

宮川氏が今、最も重視している課題は「人材育成」だ。「世の中が大きく移り変わる中、お客さまのニーズも急激に変わりつつあります。そうした変化に対応できるのは、柔軟な発想力を持つ若手。当社では従業員の平均年齢が37歳くらいと、かなり若いのですが、彼らに存分に力を発揮させる環境を整えようと力を入れています」（宮川氏）

その一環が、「巨匠への道」と名付けられたスキル評価シートだ。求められるスキルを100項目に分類し、社員一人ひとりの習熟度を、自己評価と複数の上司による評価を通じて可視化。その上で、各自が今後伸ばすべきスキルを明らかにしたり、「職人」「匠」「巨匠」という社内資格を認定したりすることで、社員のやる気を引き出している。

「優秀な人材を採用し活躍し続けてもらうことは、中小企業にとって何より大切です。そのためには、社員に『おもしろそう

な会社だ』『ここなら、やりがいがある』と感じてもらえる仕組みを整えなければならないでしょう。そこで当社では、仕事を上から押しつけるのではなく、社員が納得して自ら積極的に取り組める職場づくりをしています。たとえば、若手職人に展示会へ参加する機会を提供することで、自分たちが手がけている製品にどんなニーズがあるのか身を持って感じてもらうたり、ホームページやダイレクトメールの企画を立てさせたりしていますね。そうして『製造現場』や『営業』などの枠組みを取り払い、皆が一丸となって主体的に経営に参加できるような職場をつくること。それが、今の私の目標なのです」（宮川氏）

企業からのメッセージ

掲載後はたくさんの声を掛けて頂き「頑張っていかなければ」と励まされました。現在はコロナ禍で受注が少ないお客様に寄り添いながら、営業しています。苦しい時代だからこそ時代の変化・アフターコロナを見据え、社員全員が発言し経営参加が出来る、又どんな環境でも社員が成長と幸せを実感できる組織を目指していきます。

タマヤキン
多摩冶金 株式会社



品質に一切の妥協を許さず、世界最高水準のサービスを提供していくため、誠実・直感・挑戦という「3つの精神」などを定めた

<※本記事は2018年9月号掲載当時の内容です。>

大型旅客機エンジンなどの加工を手がける

多摩冶金は鉄鋼材料に加え、チタン合金やアルミ合金、ニッケル合金などの熱処理加工を手がける企業だ。加熱した日本刀を水で冷やして強くするように、多摩冶金も熱処理することで金属の性質を変え、顧客の多彩な要望に答えている。ただし、はるか昔の刀工のように勘と経験だけに頼るわけではない。ベースにあるのはITと科学知識、そして高度な技術力である。

同社の主力事業は航空・宇宙関連分野だ。たとえば、欧州大手メーカーであるエアバス社製の航空機では、エンジン中心部の熱処理加工を担当。エアバス社のような「プライムメーカー」から「特殊工程」と呼ばれる熱処理加工を委託される企業には、航空宇宙産業の国際認証制度である「Nadcap」が必要だが、多摩冶金は熱処理専門会社では日本に6社しかない認証企業のうちの1社だと、代表取締役社長の山田 毅氏は胸を張る。

「いち早く参入し技術を高めてきたおかげで、航空機関連事業は売上額の5割を超えるまでに成長しました。ただ、一分野だけに集中するのはリスクがあります。そこで現在は、医療

やエネルギー、各種インフラ事業関連など、人の命や暮らしを支え守る分野で付加価値の高いサービスを提供できないかと模索しているところで」（山田 毅氏）

企業の存在意義を再確認して社員と共有

毅氏は2017年8月に、創業者で祖父の故・山田 啓氏と、先代である父・仁氏の後を継いで3代目社長に就任した。その際、現在は取締役副社長を務める弟の真輔氏と協力し、多摩冶金の使命（ミッション）・志（ビジョン）・精神（スピリッツ）を見直したという。

「当社は世代交代を行い、これから『100年企業』を目指そうと努力しています。一方、当社を取り巻く社会や経営環境が急激に変わりつつあることも実感しているところで。こうした中、会社の存在意義や果たすべき役割を再確認して『The TAMAYAKIN Way』としてまとめ、社員全員で共有する必要があると考えました」（山田氏）

ここで「精神」として挙げられているのは、誠実・直感・挑戦の3つ。このうち「誠実」と「直感」は、創業者の故・啓氏が好んだ言葉だった。そこに毅氏と真輔氏は、激動の現代にふさわしい「挑戦」の言葉をつけ加えた。

真面目にひたむきに、金属と向き合う

会社概要（2020年12月現在）

代表：代表取締役社長 山田 毅
業種：金属熱処理加工業
資本金：2,000万円
従業員：120名（大連工場も含む）
所在地：東京都武蔵村山市伊奈平2-77-1
TEL：042-560-4331 FAX：042-560-4550
URL：http://www.tamayakin.co.jp/



誠実さを社員全員で共有

仕事、お客さま、そして金属に対し、できる限り誠実に向き合うこと。その姿勢を社員全体で共有できていることが、我々にとって最大の強みです。



工場内に設置された炉。加熱と冷却を行うことで、金属を目的通りに加工していく



会社の「革新的事業展開設備投資支援事業」を活用して導入した、低温焼き戻しの専用機。特注品で、要求水準の厳しい製品にも対応できる



中国大連工場では約60人が勤務。2018年7月には、創業15周年の記念祝賀会が行われた

「中でも重視しているのは、誠実さです。寸法を測ったり外観を見たりしても、製品が正しく熱処理されたかどうかはわかりません。そこで当社では、資格を持つ専門スタッフが認定された設備を使い、決められた工程をきちんと踏んで熱処理を実行。さらに、すべての工程・検査結果を正確に記録し、必要な時に顧客に提供できる仕組みを整えています。そうしてお客さまに対して誠心誠意を尽くし、信頼を得ることは、我々にとって絶対にゆるがせにできない点なのです。

祖父はよく、『鉄は正直である』と語っていました。誠実に処理すれば、金属は必ず応えてくれるという意味です。創業から70年近くが経ちましたが、この祖父の思いは、今も当社の中に息づいています」（山田氏）

売り上げ拡大と労働環境整備を並行して実施

毅氏は今年、「5カ年計画」を立てた。そこで掲げられている目標は、2023年までに現在6億円の売上額を8億円に伸ばし、10パーセント以上の営業利益率を確保することだ。

「そのためには、商圏拡大が不可欠です。航空機分野では全国のお客さまとお取り引きがありますが、他分野でも首都圏以外の企業に向け、積極的にアプローチしています」（山田氏）

毅氏が2023年までに実現したい目標は、もうひとつある。それは、多摩地区で最も働きやすい企業になることだ。

「休みが取りやすい、給料がいいなどの定量的な面はもちろん、仕事の楽しさが味わえるという定性的な面も追求したいですね。そのためには、教育制度の充実をさらに進めることが大事だと考えています。また、正社員・パートなどの区分を見直して業務内容と待遇の不公平感を解消するため社員種別制度を導入し、努力した人に見返りを与えられる評価制度につなげていきたいと思っています。そうして長く働きたくないような環境を整えれば、良い人材が集まり、会社の成長が実現できて、さらに働きやすい環境が整うという、プラスの循環が生まれるはずだと信じているのです」（山田氏）

企業からのメッセージ

コロナ禍で弊社の売上の約6割を占めていた航空機部品の売上は、約半分になってしまいました。しかし、困難な時だからこそ次のステップに進むために変化するチャンスと考えて、できるだけ多くの人のお話を聞いてヒントを得ようとしています。自分たちの強みを活かして新たな活路を拓いていきたいです。

株式会社 メトロール



正社員の平均年齢は34歳と若いですが、一人ひとりには大きな裁量を与えられている。また、製造業としては珍しく従業員の女性比率が6割を超えている点は、同社の特徴のひとつ

<※本記事は2018年10月号掲載当時の内容です。>

世界で通用する工業用センサを生み出す

メトロールは、工場の自動化に貢献する「高精度工業用センサ」の開発・製造・販売を手がけている企業だ。CNC工作機械の加工不良を未然に防ぐ新製品「精密着座確認用エアマイクロセンサ」を始め、高品質な自社開発製品を数多く生み出している。現在、72カ国・約3000社と取引を行っており、海外売上比率は6割以上。国内はもちろん、グローバル市場での評価も非常に高い。

同社を立ち上げたのは、現・代表取締役社長 松橋 卓司氏（以下、松橋氏）の実父である故・松橋 章氏。創業に際し、章氏は2つの思いを大切にしていたという。

「1つ目の思いは、『規模は小さくても、下請けではなく自社ブランドを持ち、世界で通用する製品をつくる』というもの。そして2つ目は、『全従業員が能力を発揮でき、幸せになれる職場にする』ことでした。この2つは、いまま当社を貫く基本理念として息づいています」（松橋氏）

メトロールは創業から17年たった1993年、「Customer satisfaction（顧客の満足）」「Everyone satisfaction（全従業員の満足）」「Productivity（生産性）」「Speed（速さ）」の

4つを組み合わせた「CEPS（セプス）」という企業理念を打ち立てた。このうち、ひときわ大きくデザインされているのがEの文字。従業員の幸せを第一に考える姿勢は、設立時からまったくぶれることなく維持されている。

社員を雑務から解放するために積極投資

従業員満足度向上のため、松橋氏は多くの取り組みを実行している。たとえば経費精算の面では、社員に配布したコーポレートカードで自動的に決済・会計処理される仕組みを導入。クラウドやAI（人工知能）といった技術を活用して、社員を雑務から解放する仕組みづくりを進めているところ。また、仕事の醍醐味を味わえる環境の整備も心がけているという。

「営業職なら、若いうちから海外の特定国を担当させ、展示会の企画から販売計画の立案まで幅広い仕事を任せています。技術職も、新技術への挑戦や海外出張の申請などがあれば、ドンドン認めていますね。先日30代の技術者が求めてきた数千万円の自動組立ロボットや五軸工作機械導入を、翌日には決済してしまいました。

人は上司から押しつけられた仕事より、自分から取り組もうとする仕事の方がずっと楽しく感じられるもの。自主性を重んじ

イノベーションは自主性から生まれる

会社概要（2020年12月現在）

代表：代表取締役社長 松橋 卓司
業種：高精度工業用センサの開発・製造・販売
資本金：4,000万円
従業員：108名
所在地：東京都立川市高松町1-100
立飛リアルエステート25号棟5階
TEL：042-527-3278 FAX：042-528-1442
URL：<https://www.metrol.co.jp/>

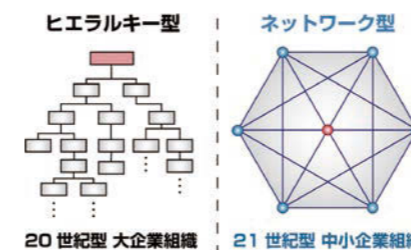


社内ルールを徹底排除

人はノルマやルールで縛られると、アイデア力もやる気もしぼんでしまいがち。従業員が主体的に新たな仕事に挑戦したいと思える環境をつくるのが、経営者の役割なのです。



図1 縦割りを排した柔軟な組織



多くの企業がヒエラルキー型組織であるのに対し、メトロールではネットワーク型組織になっている



新製品の「エアマイクロセンサ」。CNC工作機械の加工不良発生を未然に防止できる（2015年 東京都ベンチャー技術大賞 優秀賞）



タイ・バンコクでの展示会の様子。若手社員が自ら企画を立て、実施したという

ることは、従業員満足度向上に欠かせない条件です」（松橋氏）

そんな同社は、組織のつくり方も独特だ。一般の企業ではピラミッド型の組織が普通だが、メトロールではプロジェクトごとに流動的なチームをつくるやり方を採用している。

「当社の全社員は、技術や語学などの強みをひとつ以上持っています。そして、プロジェクトチームが発足することに強みを持ち寄り、チームの中で役立てます。プロジェクトチームは必要に応じ、途中で人数が増減しますし、ひとりのメンバーが複数のプロジェクトを兼務するのも当たり前です」（松橋氏）

社員同士が化学反応を起こしやすい組織を

こうした『ネットワーク型組織』（図1参照）にしたことで、部門間の壁はなくなった。すると、開発職は自分のつくった製品が現場でどのように役立っているか実感できるようになったという。また、現場の声が開発部門にスムーズに届き、それが新たなアイデアにつながる機会も増えたそうだ。

「イノベーションは、ノルマや命令からは生まれません。できるだけ社内ルールを少なくし、若い人々のやりたいようにやらせる。そして、社員同士が『化学反応』を起こしやすくなるよう環境を整え、組織も変えていく。そうすれば、会社は自然と

いい方向に進むのではないかと思います」（松橋氏）

企業の多くは管理が優先で組織を細分化し、規則を設けて従業員を小さな箱の中に押し込めようと考えがちだ。だが、松橋氏の発想は真逆である。

「今後も当社では、社員の自主性をさらに伸ばし、イノベーションが起こりやすい組織・風土づくりを進める方針です。そうすれば、世の中になかった優れた製品を生み出して社会貢献できる可能性が高まるでしょう。それに伴って得た利益を、従業員満足度の向上や将来に向けた新たな環境の整備や新規の設備投資に回すことで、さらなる好循環をもたらすことが、経営者としての目標ですね」（松橋氏）

企業からのメッセージ

当社注力製品【エアマイクロセンサ】は、「2015年度東京都ベンチャー技術大賞 優秀賞」をキッカケに大手企業から引き合いが増えたことで、事業全体の付加価値を大きく向上させました。結果、2018年には「東京都経営革新優秀賞」をいただきました。今後も業界のデファクトスタンダードを目指した製品開発に取り組んでいきます。

株式会社 江北ゴム製作所



代表取締役社長を務める菅原 健太氏は、現在41歳。社内には若いメンバーも多く、はつらつとした雰囲気も満ちている

<※本記事は2018年11月号掲載当時の内容です。>

幅広い分野のゴム製品を手がける

江北ゴム製作所は、工業用ゴムを製造・販売する企業。工場や工事現場などで使われるベルトコンベア用の大型ゴム、インフラ向けや自動車、事務機器などに組み込まれるゴム製品、金属をコーティングして防蝕性・防錆性を高める「ゴムライニング」などを手がける。さらに、ゴルフ用のティーや人工芝マットといった、時代のニーズに合った独自商品も開発している。

そんな同社にとって最大の強みは「対応力」だと、代表取締役社長を務める菅原 健太氏は胸を張る。

「お客さまからいただくご相談の中には、技術、あるいは納期の面で難易度が高い案件が少なくありません。たとえば、熱や酸などの条件が厳しい場所で使われるゴム製品を、通常より短期間で納めるよう求められることもありますね。でも、まずは『できます』と答え、その後で最良の解決方法を必死に練り上げるのが当社のモットーなのです」(菅原氏)

背景にあるのは、これまでに蓄積してきた多彩なノウハウだ。中小規模のゴムメーカーは、特定の分野に集中するのが普通。しかし、江北ゴム製作所は手がける製品の幅が広く、ゴム成型用金型の設計・製作まで社内で行っている。

「やれる仕事が多い分、提案できる解決手段も多い。ですから、さまざまなご要望に対応する自信があるのです」(菅原氏)

顧客ニーズに応えるうちに多角化が進んだ

江北ゴム製作所は数年前から、PVC(塩ビ)ライニングも手がけるようになった。一般的には、事業分野を絞る方が業務効率の向上や技術の蓄積もしやすいものだが、なぜ、あえて新分野への挑戦を続けるのだろうか？

「せっかく引き合いがあったのに、『うちではできません』とお断りするのは悔しいじゃないですか(笑)。それに、切実な課題を抱え、当社を頼っていただいたお客さまの期待には、ぜひ応えたい。それで手を尽くして実現の道を模索するうちに、いつの間にかやれることが増えていたのです」(菅原氏)

国内市場が縮小する中、同じことを繰り返しては成長できないというのが菅原氏の考え。勝ち残りを図るため、江北ゴム製作所は新たなニッチを貪欲に狙い続けている。

「私は、『ローテクこそがハイテク』だと考えています。最新鋭の設備を入れるより、従業員が磨いてきた技術を他分野でも応用できないかと工夫する。そうしてマニュアル化できない点を突き詰めることで、結果的にはよい製品が生み出せるし、

ゴムに関する困りごとを全力で解決

会社概要 (2020年12月現在)

代表: 代表取締役社長 菅原 健太
業種: 工業用ゴム製品の製造・販売
資本金: 5,000万円
従業員: 76名
所在地: 東京都足立区堀之内1-13-34
TEL: 03-3897-4331 FAX: 03-3897-7366
URL: <http://www.kouhoku.co.jp/>



挑戦が社内に活力を生む

新たな分野に挑戦する際には困難もありますが、私自身も従業員も楽しいのです。それが前向きなエネルギーになって、企業の成長に寄与していますね。



若手女性の姿が目立つ社内。女性活用は、ものづくりの現場にとって重要なテーマだと菅原氏



ベルトコンベアなどに使われる「プリー」。耐摩耗性などが高く、顧客から強く支持されている



使用条件に合わせたゴムを提案することで、さまざまな産業を支えている

新分野にも対応できるのではないのでしょうか」(菅原氏)

女性職人の採用・育成にも注力

人材こそが、企業にとって最大の財産だと考えている江北ゴム製作所。当然、採用や教育には力を入れている。

「国内のものづくり現場では、60、70代のベテランばかりというところが珍しくありません。しかし当社は、従業員の平均年齢が約37歳。毎年若手を採用し、じっくり育てています」

十数年前から、女性技術職の積極採用も行っている。現在、社内の女性比率は約4割。山梨工場には、女性従業員だけが勤務する「女性専用棟」があるそうだ。

「『職人は男性』という先入観は、もう古いと思います。女性は細かな点に気がつくので、製品の小さな不具合も見落としません。また、素直な人が多いので、新たな技術や知識も吸収しやすいと感じます。3年前に、東京工場に女性専用の休憩室とミーティングルームを新設しましたが、今後も女性が働きやすい環境を整備する方針です」(菅原氏)

以前は8~9億円前後で推移してきた売上額だが、昨年、初めて10億円を突破。2、3年のうちに、これを13億円にまで伸ばす計画を立てている。ただし、顧客ニーズを満たすことができ

れば、業績は自然とついてくるというのが菅原氏の信念だ。

「当社が目指すのは、『関東ナンバーワンの“ゴムの困りごと”解決集団』です。お客さまに真摯に向き合い、多少無理なご要望にも応え続ける。横柄にならず謙虚に学び続ける。それらを愚直に続けられ、売り上げも伸ばせるでしょう。」

そのためには、組織変革を進めるつもりです。個人の力に頼っていた業務を、皆で協力しながら進められるよう整備したい。そうすれば、営業・製造・技術・品質保証といった各部門が、今より力を発揮できると期待しています」(菅原氏)

企業からのメッセージ

会社の「IT専門家派遣事業」などの利用により生産工程の見える化が可能になり、顧客への早い納期回答が可能になりました。

現在は、WITHコロナ的环境下でも成長できる企業を目指し、自ら近づく!発信する!をテーマに

1. ホームページに「困りごと解決事例」を毎月UP
 2. 納期回答+1活動「お困りごと、お引き合いございませんか?」顧客への声掛け
- など、受け身の体制からの脱却を推進しております。