

株式会社 アスペクト



3Dプリンターはまだ歴史の浅い分野。若手社員を中心に、試行錯誤を繰り返しながら技術を高めている
撮影協力：東京大学 生産技術研究所 山中研究室

<※本記事は2018年12月号掲載当時の内容です。>

20年以上前から3Dプリンターを手がける

樹脂や金属などを固めて立体製品を生み出す3Dプリンターは、近年急速に認知度が高まり、大ブームを巻き起こしている。だが、アスペクトの代表取締役である早野誠治氏がこの分野に携わったのは、それよりずっと昔。総合会社に勤めていた1986年、積層造形(AM)の技術に初めて触れた早野氏は、1996年にアスペクトを創業してこの市場に参入した。

「ものづくりの方法は3種類に大別できるでしょう。そのうち、石器の製造から現代のマシニングセンターに連なる『切削』と、金型などを使った『成型』には長い歴史があります。一方、3Dプリンターのように素材をくっつけながら形をつくるやり方には、40年ほどの歴史しかありません。しかし、この新手法は、実に大きな可能性を秘めているのです」(早野氏)

切削は、刃物が入る素材でないと加工ができない。また、成型は金型を使うため、金型が抜けないような複雑な構造物をつくるのは難しい。これに対し、3Dプリンターはどんな複雑な構造物でも手がかけられるのが長所だ。また、大量生産には向かない代わりに、一点ものの製品を生み出すのは得意だ。

「これからは、『自分だけのモノ』を求める時代です。パーツ

を自分でデザインし、世界に1つしかない自動車や腕時計をつくりたいと考える人は、どんどん増えるでしょう。でも3Dプリンターを使えば、そうした望みもたやすく実現できます。また、工業製品を試作する際にも、短納期・低コストで一点ものの部品をつくることのできるのです」(早野氏)

企画・情報力を駆使して顧客に驚きを与える

アスペクトは創業当初、アメリカにある3Dプリンターメーカーの販売代理店業務も手がけていた。ところが2001年、そのメーカーは日本での販売を自力で行う方針に転換。代理店契約が打ち切れ、収益の大きな柱を失ったアスペクトは危機に陥ったが、早野氏はへこたれなかった。

「ピンチはチャンス。代理店契約がなくなったことで、自社オリジナルの装置の開発に専念できると頭を切り替えたのです。そこで東京都中小企業振興公社から助成金を受け、大学などと連携しながら、それまで販売していた輸入3Dプリンターより大きな製品をつくることのできる装置を開発しました」(早野氏)

同社には技術力という利点がある。これまでに蓄積してきたノウハウの厚みは、簡単にはまねできないだろう。しかし、

先端技術でものづくりの未来を変える

会社概要 (2020年12月現在)

代表：代表取締役社長 早野 誠治
業種：3Dプリンターの開発・販売・保守など
資本金：3,000万円
従業員：40名
所在地：東京都稲城市東長沼3104-1-101
TEL：042-370-7900 FAX：042-370-7901
URL：<https://aspect.jpn.com/>



貢献する姿勢は何より大事

強烈な逆風にさらされた時期もありました。でも、そんなときに周りから助けられたのは、普段から社会に貢献しようとする姿勢があったからだと思います。



写真の「RaFaEl(ラファエロ) II 300」など、多くの自社開発製品を生み出している



社内には数十にもおよぶ特許証が掲示されており、技術力の高さをうかがわせる



装飾品や食品といった素材も加工でき、意外な分野で新製品を生み出す可能性を秘めている

最大の強みは「企画力」だというのが早野氏の見立てだ。

「我々は、隠れたニーズや眠っている新技術を常に探しています。そして、社会の未来像なども見据えながら、技術を活かしてお客さまを『ワオ!』と驚かせる提案を練り上げる。その能力こそが、当社のもっとも自慢できる点ではないでしょうか。そこで大事なのは、情報を集めるネットワークです。

ただし、情報を得るために人とつながろうという発想はしません。それより、社会や産業に対して貢献することが優先です。基本は、ギブアンドテイクではなく『ギブアンドギブ』。世の中のために役立ち、人に与える姿勢を持つ人のところに、情報は自然に集まるものではないでしょうか」(早野氏)

未来を切り拓ける仕事の醍醐味を満喫

現在、アスペクトでは、東京大学などと協力して義足の開発・製造を行っている。3Dプリンターを使って、機能的で美しい義足をより多くの人に提供可能なシステムをつくらせようと研究を重ねているのだ。

「3Dプリンターが普及すれば、ものづくりのあり方は大きく変わるはず。また、医療や福祉、芸術などさまざまな分野で、人々の暮らしをよりよくしてくれるでしょう。もっとも期待して

いるのは宇宙開発。近い将来、人類が地球以外の星で建築を行う際には、限られた素材で自由な形を生み出せる3Dプリンターが大活躍してくれると期待しています」(早野氏)

3Dプリンターという新分野に挑戦することは、社員にとっても早野氏にとっても心躍ることのようだ。

「3Dプリンターの世界は、まだまだ未成熟。解決しなければならない課題は山積みです。でも、ここで大きな仕事を成し遂げることができれば業界のトップランナーになれるでしょうし、世の中に大きなインパクトも与えられます。そうした思いがあるため、若い社員たちも楽しみながら仕事ができているようですね。そして私自身も、新たな分野に挑戦できる楽しさを、日々感じられているのです」(早野氏)

企業からのメッセージ

AM(3Dプリンター)事業はこれから最終製品を造る装置として活躍します。

私たちが開発したRaFaElシリーズもすでにその域に手をかけ始めましたが、当時、資金繰り、ノウハウともに厳しかった時代に公社主催の制度に助けて頂いたことは言うまでもありません。今後もお客様のために、日々事業の拡大を邁進します。

ダイイチゴウセイ
第一合成 株式会社



河野氏が手にしているのは、出土品の形状や輪郭を測るために使われる「真弧(まこ)」。第一合成のオリジナル製品で、日本全国、そして世界の発掘現場や研究所で愛用されている

<※本記事は2019年1月号掲載当時の内容です。>

工業部門と文化財部門の2事業を抱える

第一合成には事業の柱が2つある。
1つ目の柱は、生産・物流現場で使われる箱などをつくる「工業部門」だ。運搬する製品や工場などに合わせてケースやパレットなどを企画・提案し、顧客の生産性向上に寄与して好評を得ている。また、基板などの精密機械を安全に運搬できる、静電気対策を施したケースづくりも得意だ。
2つ目の柱が「文化財部門」。文化財の保護や展示に使われる箱や展示台、文化財の測定を行う機器などの企画・製造、出土遺物の洗浄・注記委託業務などを手がけている。
運搬用ケース類と文化財関連事業。一見、不思議な組み合わせに見える。しかし、2つの事業を手がけるようになったのは自然な成り行きだったと代表取締役の河野良子氏は語る。
「創業直後の当社は、コンテナなどの合成樹脂製品を仕入れて売る専門商社でした。ところがお客さまからご要望を受けて、使いやすいコンテナを探そうと、それなら自社でつくってしまえばよいと考えてメーカーになったのです。文化財事業についても、きっかけはお客さまからのご要望でした。昔の発掘現場では出土品を保管するために木箱が使われていました

が、発掘に従事する女性には重すぎました。そこで軽くて丈夫なプラスチック製コンテナを提供して喜ばれ、全国の地方自治体に販路が広がりました。そこでさらに発掘での悩みを伺う中で、文化財事業が拡大していったのです」(河野氏)
顧客にまっすぐ向き合い、全力で課題を解決する。それが、第一合成が2つの事業を抱えるようになった理由なのだ。

柔軟な発想力を鍛える「社員コンバート」

創業者だった先代は柔軟な発想力の持ち主だった。そして、ものづくりに対し、いい意味でこだわりがなかったという。「父は既存の枠にとらわれず、新しくおもしろいモノをつくらうとする意識が強い人でした。たとえば、発掘日時や出土場所などを出土品に自動注記する『ジェットマーカ』という製品を開発した時は、いろいろな人から『第一合成はおもしろいモノをつくるね!』と褒められたものです。自分たちがムーブメントをつくっていると実感できていたからでしょう、当時は父も従業員も楽しそうに働いていました」(河野氏)
だが、先代が亡くなり河野氏が後を継ぐと、社内から自由な発想が出づらくなった。河野氏は相当悩んだようだ。
「社内の開発会議に、『当社にしかつくりえない製品』が出て

「当社にしかつくりえないモノ」を目指す

会社概要 (2020年12月現在)

代表: 代表取締役 河野 良子
業種: 物流用ケース・生産工程用パレット・文化財保存機器・森林保全機器などの開発・製造
資本金: 6,000万円
従業員: 45名
所在地: 東京都八王子市元本郷町1-25-5
TEL: 042-628-1100 FAX: 042-622-1884
URL: <https://www.daiichigosei.co.jp/>



未来を語る場を設ける

社員の自由な発想を伸ばし、単にご要望を満たすだけでなく、お客さまを驚かせ、感動させる製品をつくるのが当社の役割。そのため、社員から自由な発想が出る環境づくりに腐心しています。



「自分たちにしかできない仕事」は楽しく、社員のプロ意識が育つと河野氏は考えている



自由に語り合うスタイルの「未来会」は、社員の半数程度が参加して大いに盛り上がっているという



静電気対策が施されたコンテナ。顧客企業の仕事現場に合わせて工夫を施し、提案をする

こないのです。このままでは当社の存在意義はなくなってしまうと、当時はかなりの危機感を覚えましたね」(河野氏)
河野氏は2012年くらいから、社内の雰囲気を変えるための取り組みを開始。その1つが「社員コンバート」だった。
「従来の当社では、1人の社員が同じ仕事を続けるのが常でした。でも、それでは固定観念に縛られて発想が広がらなくなります。そこで、それまでとは違う部門・職種を経験させ、視野を広げてもらおうと考えたのです。また、社員が展示会や海外視察に参加しやすい環境も整えました」(河野氏)
短期的に業務効率下がっても、社員に幅広い経験を積ませることで柔軟な発想力が養われると河野氏は決断。数年たった2015年頃から、ようやく効果が表れてきた。

画期的な「自動植栽機」で森林事業に参入

第一合成は2015年、森林保全事業を始めた。その第一弾として開発したのが、苗木の自動植栽機「植樹」だ。回転刃を使って地面に穴を開け、投入口にセットした苗木を自動的に植える仕組みで、手植えに比べて半分程度の時間しかかからない。そして腰を曲げる必要がないため、山などの急斜面でも安全・容易に作業ができるのが特徴だ。斬新な製品で、早く

もさまざまな地方自治体から引き合いが来ている。
「きっかけは、東京都中小企業振興公社の『事業化チャレンジ道場』でした。実はチャレンジ道場に参加するのは2回目で、1回目は私だけが突っ走って失敗。でも2回目は、皆の取り組む姿勢が違ったんです。社員主導でいろいろなアイデアが出てきましたし、何より、楽しそうに取り組んでいました。まだまだ途中ですが、一人ひとりが柔軟な発想力を身につけるという目標には近づきつつあります」(河野氏)
河野氏の最終的な目標は、退職した社員が「最高の仕事人生だった」と胸を張れるような会社にする事だ。
「会社にとって一番大事なのは人。社員が仕事を楽しめる環境を整えることに、これからもこだわりたいですね」(河野氏)

企業からのメッセージ

「新しい仕事の質」を求めて、全社員が社内外で様々なチャレンジを続けてきた結果、ゼロベースでご相談頂く仕事が増えてきました。大変な傾向です。コロナ禍で世の中は一変し、時代が到来するスピードが早まったという受け止め方をしていますが、これからは社会課題解決集団として、社会に貢献できるように尽力してまいります。

イトウエヌシーコウギョウ
株式会社 伊東NC工業



現代表取締役の伊東大輔氏(左)は40歳で、会長の伊東歌津己氏(右)は75歳。次世代への技術継承と若手による社内改革が、伊東NC工業にとって大きなテーマだ

<※本記事は2019年2月号掲載当時の内容です。>

自動車向け部品の試作を手がける

伊東NC工業は、自動車のエンジンやトランスミッションに使われる部品の開発・製造や、半導体製造装置の部品加工などに携わるメーカーだ。中でも手がける機会が多いのは、次世代自動車の中核となるユニットの試作部品である。

試作品の開発・製造には、大量生産とはまったく違う難しさがあると、代表取締役の伊東大輔氏は語る。

「私たちがつくるのは、世の中に存在していない部品が中心。形状や素材が新しいため、これまでのノウハウが通用しないことはよくあります。また、設計図通りに製造するうちに問題点が浮かび上がり、発注元と連携しながら手直しをするケースも珍しくありません。そうした中、知恵を絞ってやり方を工夫し、テストを繰り返して完成形に近づける作業には苦労も多いですが、やりがいも大きいのです」(伊東大輔氏)

工場内には、1メートルを超える金属も加工できる大型マシニングセンターなど、先端の工作機械がズラリ。そして、社員の技術力の高さにも自信を持っていると、昨年8月まで同社を率いていた会長の伊東歌津己氏は胸を張る。

「当社は約40年間、試作品づくりを続けてきました。中に

は、頭を抱えるほど大変な製品もありましたね。でも当社のポリシーは、どんな難題でも断らないこと。難易度の高い製品を完成させることで技術が蓄積できるし、お客さまからの信頼も得られると考えているのです」(会長 伊東歌津己氏)

ベテランのノウハウを若手に継承

伊東NC工業は2018年、歌津己氏から大輔氏に代替わりした。技術力を磨いて顧客のどんな要望にも応えるという基本姿勢はこれまでと変わらないが、大輔氏は組織力を高めることでさらなるパワーアップを目指している。現在目指しているのは、「横」と「縦」の両面における組織強化だ。

「『横』とは、各自がどんな知識を持ち、どんな狙いで担当プロジェクトを進めているのか共有すること。そして『縦』とは、ベテランから次世代に技術を継承することです。中でも急務なのは後者で、定年近い技術者が蓄積してきた膨大なノウハウを、若手に効率よく教える必要があります」(大輔氏)

そこで伊東NC工業では、タブレット端末の導入などによって情報共有を進めている。

「昔気質の職人は『技術は先輩から盗め』という環境で育ってきました。そのため、高い技術を持っていても、それを人に

高度な技術を次世代に継承

会社概要 (2020年12月現在)

代表: 代表取締役 伊東 大輔
業種: 自動車用部品の開発・製造、半導体製造装置の部品加工など
資本金: 1,000万円
従業員: 25名
所在地: 東京都武蔵村山市伊奈平2-70-1
TEL: 042-560-8415 FAX: 042-560-9675
URL: <http://www.ito-nc.com/>



成長できる職場を目指す

今後もデジタルツールの導入などを通じて技術や知識の共有を進め、社員が仕事を通じて成長できる環境を整えていきたいと考えています。



精度の高い試作品を短納期で製造するため、先端の工作機械を多数導入している



4~6人程度のメンバーが適宜集まり、ものづくりに関する意見交換をする機会が多い



タブレット端末で情報を共有。ベテランでも簡単に使えるよう、操作しやすい仕組みにした

教えるのが上手ではないのです。そこで、作業に必要な情報を『セットアップシート』という枠組みに記録させてタブレット端末上で共有することで、ベテランのノウハウを若手が利用できるように工夫しました」(大輔氏)

「当社では各チームのメンバーが頻りに集まり、ものづくりに関する意見交換をしています。20~30代の若手にとっては、こういう場でベテランの仕事のやり方やモノの考え方を目の当たりにすることが、学びになっているのではないのでしょうか。一方、ベテラン側も若手の柔軟な発想に触れて、刺激を受けているようです」(歌津己氏)

「うちがやらずに誰がやる」の精神

社内の組織力アップのため伊東NC工業が熱心に取り組んでいるのは、中間管理職に対する教育だ。大輔氏は代表取締役就任後、外部から講師を招いて中間管理職に必要なスキルや果たすべき役割などを学ばせているという。

「職人はつい、自分の仕事に没頭しがち。社員数が少なかった頃は、経営者と従業員、あるいは従業員同士の距離が近かったため問題はなかったのですが、経営規模が大きくなるにつれて意思疎通や情報共有が難しくなってきました。そこ

で新しく職場の核となる若手の中間管理職に、組織を束ねるための知識を学んでもらおうというわけです」(大輔氏)

今後も伊東NC工業は、組織を整備して技術力を伸ばす方針。その原動力が、「うちがやらずに誰がやる」の精神だ。

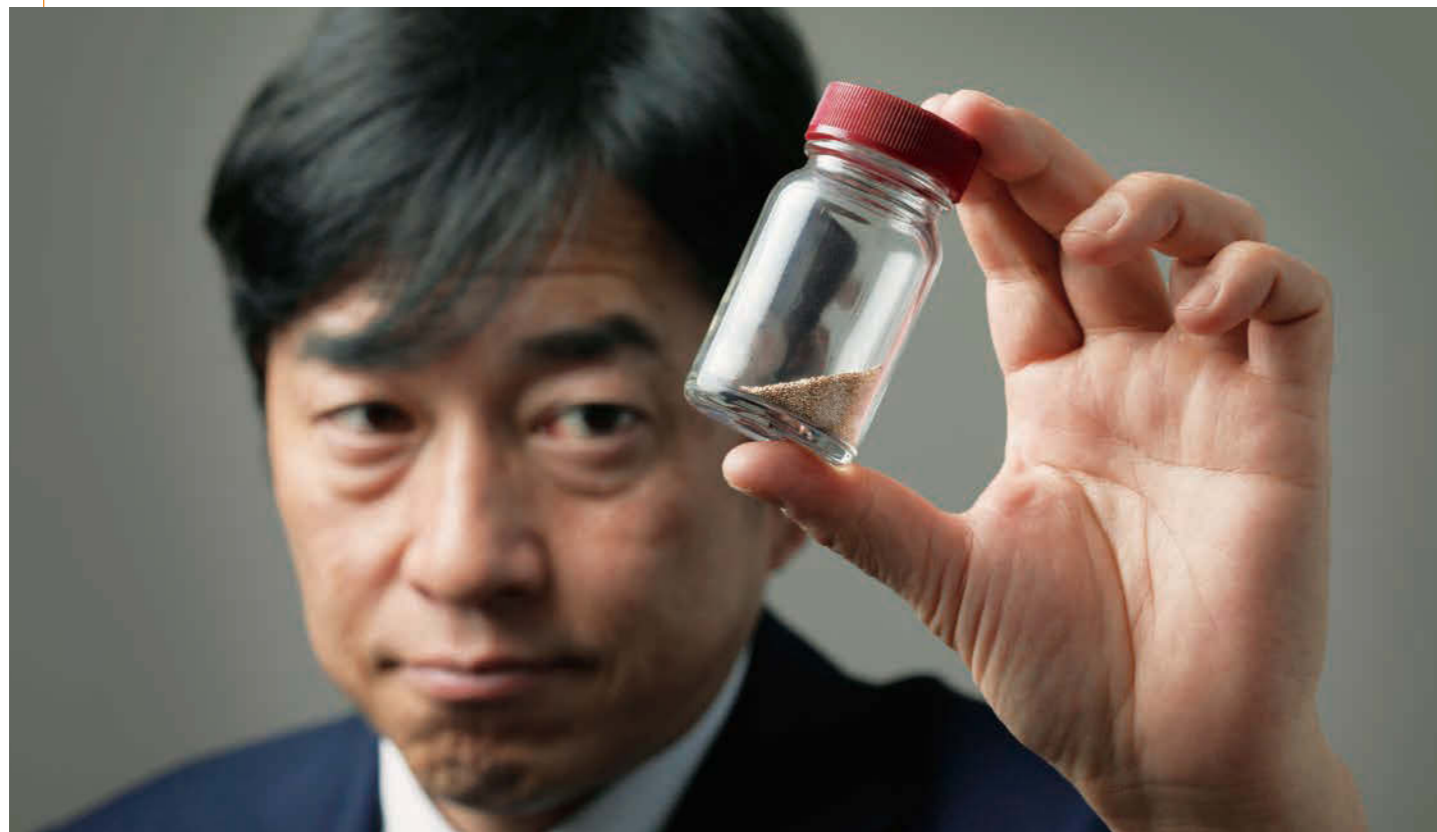
「次世代自動車の中核部品などの重要なプロジェクトを任せられるのは、本当にうれしい。お客さまから『困った時は、伊東NC工業に頼めば何とかしてくれる』と評価していただけることも多く、こちらとしても意気を感じます。

企業には社会貢献が不可欠だというのが先代の教え。私も世の中から受けた恩を返すため、従業員が働きやすい環境を整えながら、精一杯いい仕事をしたいですね」(大輔氏)

企業からのメッセージ

厳しい経済環境のなかではありますが、ただ我慢してはダメと考え取り組んでいます。オンラインの商談会や展示会への参加、公社の助成もあり導入した最新の6軸機をアピールし販路開拓するべくビッグサイトの展示会出展も計画中です。いずれ元に戻るとは考えず、騒動をバネに業績をさらに向上していきたいです。

株式会社 デュコル



代表取締役 山本邦明氏が手にしているのが金属粉のサンプル。粒の大きさがそろい、真球に近い、流動性が高くて加工しやすいのが特徴だ

<※本記事は2019年3月号掲載当時の内容です。>

企業に集じん・脱臭などの提案を行う

デュコルの代表取締役である山本邦明氏は以前、集じん機などを手がけるメーカーに勤めていた。2002年に独立して創業してからも、集じん装置や脱臭装置などの設計・施工を行って工場内の作業環境を改善する事業に取り組んでいる。

同社のポリシーは、顧客に対して誠実さを貫くことだ。

「集じん機などの中には高額なものもあります。そこで業者によっては、できるだけ高い設備を販売して目先の売り上げ確保を目指すところもあるのです。しかし私たちは、『売りっぱなしの仕事』はしません。お話を伺い、安い設備でも十分であればそちらを提案しますし、場合によっては設備の導入自体が必要ないと説明することだってあります」(山本氏)

集じん機などの設備には定期検査が義務づけられている。また、性能を維持するためにはメンテナンスも重要だ。デュコルは誠実さによって顧客からの信頼を得たことで、定期検査や長期メンテナンスの契約を着実に増やしてきた。また、他社が手がけた設備に不具合が見つかり、その修理を担当したのできっかけで新たな顧客を得たケースも多いという。

デュコルに「モノを売る」という意識は薄い。顧客の悩みに

寄り添い、さまざまな手段を編み出し課題解決することで売り上げを得るといのが、同社のスタイルなのだ。

3Dプリンターの普及で「粉体事業」が成長

ここ数年、デュコルには新たな経営の柱ができた。それは3Dプリンターの原料などに使われる金属粉をつくる「遠心粉末製造装置」の製造・販売事業だ。

「集じん機を手がけている関係で金属粉関連の企業とお付き合いがあるのですが、うち1社が廃業して当社が事業を引き継ぐことになりました。その会社ははんだ粉末をつくる装置を手がけていましたが、はんだ粉末の市場はすでに飽和状態でした。そこで銅や銀など融点が高い金属や、鉛を含まないはんだなど、技術的に難しい分野に挑戦しました」(山本氏)

粉体事業を始めたのは約10年前。当初は売れなかったが、5年ほど前から徐々に伸びてきた。今では全社の売り上げのうち、粉体事業が約4割を占めるまでに成長している。

「金属粉末製造の主流は、溶かした金属に高圧ガスを噴射して粉状にする『ガスアトマイザー機』です。これに対し、当社では回転するディスク上に溶けた金属を落とし、遠心力を使って粉にするやり方を採用。ディスクの回転数を変えることで粒

「粒ぞろいな金属粉」を生み出す

会社概要 (2020年12月現在)

代表: 代表取締役 山本 邦明

業種: 工場の作業環境改善設備の設計・製作・施工と、遠心粉末製造装置の製造・販売

資本金: 2,600万円

従業員: 12名

所在地: 東京都立区入谷9-6-15

TEL: 03-6698-2777 FAX: 03-6698-2687

URL: <http://www.ducol.co.jp/>



日本の製造現場を支える

当社が手がける事業は、日本の製造現場にとって「縁の下の力持ち」。他社とのつながりも生かしながら、幅広い場面でお客さまの仕事を支えたいですね。



自らと同じ価値観を持つ若手の育成は、山本氏にとって重要な課題の1つだ



遠心力を使った製造装置は、大きさがそろい真球に近い金属粉を生み出すことができる



いずれは遠心粉末製造装置を使って金属粉の受託生産に乗り出したいというのが山本氏の意向

の大きさがコントロールしやすいのが強みです。たとえばガスアトマイザー機で20~40ミクロンの金属粉をつくる場合、歩留まりは2割程度で、8割もロスになってしまいます。ところが当社のやり方なら、2~4割しかロスが出ません。また、ゆがみの少ない粒ができるのも特徴の1つです。粒が真球に近いため、なめらかで使いやすい金属粉になるのです」(山本氏)

デュコルにとって強い追い風となっているのが、3Dプリンターの普及だ。今、ものづくりの現場では3Dプリンターが使われるケースが急速に増えているため、原料となる金属粉へのニーズもさらに高まることが予想されるからだ。

他社とのつながりも生かし顧客の課題を解決

集じんや脱臭といった環境事業と、金属粉を生み出す粉体事業。どちらも好調だが、山本氏はこの2分野に強くこだわっているわけではない。

「以前、産業廃棄物処理会社から従業員の定着率が悪いと相談されました。そこで、工場の脱臭なども含めた環境改善を行ったところ、働きやすさが増して退職率が減ったのです。また、細かく砕いたホタテ貝の殻を畑に埋める案件に加わったこともあります。当社は殻を運び工程を担当しましたが、ベル

トコンベアを使うとお金と時間がかかるため、金属粉の分野で使われる『空気輸送』を応用して成功させました。企業が抱えるお悩みは千差万別です。当社が持つ技術だけにこだわらず、他社とのつながりなども生かしながら、お客さまの幅広い課題を解決していきたいですね」(山本氏)

今の課題の1つは、後継者の育成だ。山本氏は、身内ではなく社員に後継を任せたいと考えている。

「私はデュコルを同族会社にはしたくありません。いずれはお客さまの役に立つという価値観を共有し、かつ、激変する経営環境の中で当社を成長させられるような若手を育て、パトタッチしたいですね」(山本氏)

企業からのメッセージ

弊社は創業からこれまで、公社の「事業可能性評価事業」をはじめ、様々な事業を利用してきました。何度か経営危機がありましたが、公社の担当者に相談し、適切なアドバイスを頂き乗り越えてきました。現在は厳しい経営環境にありますが、今後もお客さまから必要とされる事業に取り組み続け、チャレンジしていきたいと思えます。

ケンキュウジヨ
株式会社 オリィ研究所



代表取締役 CEOの吉藤オリィ氏がつけているのは、体に装着して使える「OriHime eye」の試作品。通常のOriHime eyeは、視線入力装置とパソコンなどを組み合わせて使う

<※本記事は2019年4月号掲載当時の内容です。>

不登校経験が「居場所づくり支援」の原点

オリィ研究所が掲げるテーマは、「コミュニケーションテクノロジーで人類の孤独を解消する」というもの。現在は、病気やけがで学校に通えない子どもやひとり暮らしの高齢者、身体障がいなどの理由で外出が難しい人などを支えるために各種製品・サービスを開発している。その代表格が、カメラ・マイク・スピーカーを搭載した、高さ20cmほどの小型ロボット「OriHime(オリヒメ)」だ。学校や会社などに置くことで、まるでその場に本人の分身がいるような感覚を得られる。

同社の共同創設者で代表取締役・CEOを務める吉藤氏は、過去に3年半の不登校を経験したという。

「小学5年生の頃、私は病気で学校を長期間休みました。そして久しぶりに登校したとき、学校が自分の居場所にならなくなったと強く感じ、不登校がはじまったのです。その経験が、人々の孤独を解消できないかと考えた原点でした」(吉藤氏)

吉藤氏は大学在学中の2012年、東京都中小企業振興公社が主催する学生向けビジネスプランコンテスト「学生起業家選手権」に出場。OriHimeの原型となったロボットの企画案により、優秀賞と「オーディエンス賞」をダブル受賞した。

「不登校で家から出られない、あるいは障がいなどで体を動かせないという人にとって、自分が当たり前のように存在できる居場所を確保するのは難しいもの。私たちの使命は、そうした人々を技術によって手助けすることです」(吉藤氏)

分身ロボットで新たな働き方を生み出した

OriHimeの開発当初、吉藤氏はよく「テレビ電話でも同じ機能が果たせるのでは?」という質問を受けたという。しかし吉藤氏は、あえてロボットという形にこだわった。

「テレビ電話は、要件が終わったら切るのが普通。自然にずつつながっていることはできません。また、音声などの情報は伝えられても、人間の肉体が生み出す『存在感』は表現できないのです。だから私は、その人がまるでそこにいるような『分身ロボット』をつくりました」(吉藤氏)

ただし、オリィ研究所は「単なるロボットメーカー」ではない。技術でコミュニケーションの形を変え、孤独の解消を目指す企業である。その一環としてオープンさせたのが、体高120cmほどの大型分身ロボット「OriHime-D」が接客・配膳を行う「分身ロボットカフェ『DAWN』」だ。

「OriHime-Dを操作する『パイロット』は、筋萎縮性側索硬

技術でコミュニケーションの形を変える

会社概要 (2020年12月現在)

代表: 代表取締役CEO 吉藤 オリィ (健太郎)
業種: 「分身ロボット」など、人々の孤独を解消する
製品・サービスの開発・販売
資本金: 3億9,025万円
従業員: 24名
所在地: 東京都港区芝5-1-13三ツ輪三田ビル6F
URL: <http://orylab.com/>

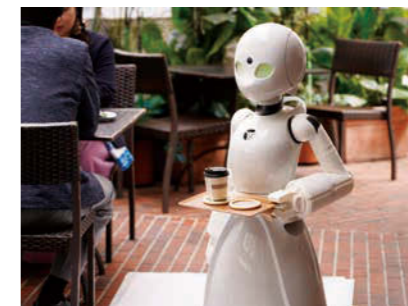


楽しめる会社

経営者としては、社員の皆にワクワクしながら働いてほしい。そして、彼らに将来「オリィ研究所で働いておもしろかったよね」と言ってもらえればうれしいですね。



行きたいところに行き、つながりたい人とつながるといふ願いを実現するのが分身ロボット



給仕するOriHime-D。「パイロット」と来店客は、内蔵マイク・スピーカーを通じて会話可能だ



分身ロボットカフェDAWNの様子。マスクコミでも広く取り上げられ、大きな話題を呼んだ

化症(ALS)などで体を動かすことが困難な人たちです。彼らは目の動きだけでPCを操作できるシステム『OriHime eye(オリヒメアイ)』を使い、離れた場所からOriHime-Dを動かしたり、来店客と会話したりしています。

DAWNへの反響は大きかったですね。来店客も盛り上がっていましたし、新たな働き方の可能性に興味を持たれた方も多かったです。そして、パイロットとして働く人たちにも楽しんでもらえました。病気によって肉体はベッドに縛りつけられていても、テクノロジーを活用することで心は部屋の外に出られる。そして働いたり他者と交流したりして、自らの居場所を確保することができるのです」(吉藤氏)

高速でプロトタイプをつくるのが役割

吉藤氏の役割は「0から1を生み出す」ことだ。困っている人々の希望を聞き、それを解決するアイデアを生み出し、自ら手を動かして素早くプロトタイプをつくる。

「一方、デザインをより使いやすくしたり量産化を行ったりする仕事は、他の方々にお任せしています。その意味で、墨田区の浜野製作所さんなどの他社と連携させていただいていることは、当社にとって大きな強みですね」(吉藤氏)

これまでの、居場所づくりへの支援を行ってきたオリィ研究所。しかしいずれは、居場所での振る舞い方についても手助けできないかと考えているそうだ。

「SNSが登場したことで、人間関係を維持することは易くなりました。でも、人と出会って新たな関係を結ぶことは、未だにハードルが高いと思うのですよ。そこで、同じ趣味を持つ人や互いに気が合いそうな人々を結びつける仕組みや、相手に好感を持たれるツールをつくれなかと考えています。この世には視力を改善する眼鏡や、聴覚を改善する補聴器があるのだから、コミュニケーション能力を改善する新たな福祉機器があってもいいと思うのです」(吉藤氏)

企業からのメッセージ

当社の強みを生かし、現在、分身ロボットカフェの常設化や外出困難者の就労支援事業に取り組んでいます。たとえ寝たきりや外出困難な状況になっても、分身ロボットカフェで働き、そこでつながった企業へパイロット達が就職していく、そんな社会とつながれる「居場所」を作ることがオリィ研究所の役割の一つだと考えています。

ソウマコウガク
株式会社 相馬光学



代表取締役会長の浦信夫氏(左)と代表取締役社長の明子氏(右)が手にしているのは、近赤外光を利用したマグロの脂肪含量測定装置「PiPITORO」

<※本記事は2019年5月号掲載当時の内容です。>

光分析技術を活かした多彩な機器を開発

相馬光学は、光分析・分光技術を核とする企業だ。代表取締役会長を務める浦信夫氏が1976年に創業し、当初から分光測定器の設計などを手がけていたが、89年に液体中の成分を分析するために不可欠な「高速液体クロマトグラフ装置」を自社開発してメーカーへと脱皮。現在はさまざまな光学機器や分析機器を開発しており、特に近年では、食肉に近赤外光をあててうまみ成分や脂肪の含量を測定する装置などユニークな製品を生み出して着実に売り上げを伸ばしている。また、太陽電池の性能を検査する装置を開発するなど、新たな事業へのチャレンジにも積極的だ。

相馬光学の自慢は、「製品の壊れにくさ」と「アナログへのこだわり」だと、代表取締役社長の浦明子氏は胸を張る。

「30年前につくられた当社製機器がメンテナンスで持ち込まれることも珍しくありません。お客さまから『相馬光学の製品は長持ちするね』と言われると、やはりうれしいですね。そろそろ装置の更新を…。なんてなかなか言えません。

アナログにこだわるのは、正確なデータ分析のためです。光分析されたデータをデジタル変換してしまうと、どうしても真

のデータが得られなくなることがあります。大学や企業などの研究機関では、正確なデータこそが何より大事。そうしたお客さまの期待に応えるには、アナログ信号での出力を貫くのが一番なのです。その結果、当社の測定機器は『30年壊れず、高い能力を発揮し続ける』という評価を勝ち取ることができ、リピーターを増やしているのではないのでしょうか」(明子氏)

思い切った権限委譲で円滑な事業承継を実現

2013年、相馬光学の経営は創業者の信夫氏から、次女の明子氏に引き継がれた。信夫氏も明子氏も、事業承継はとてスムーズに進んだと振り返る。

「父は代替わりの数年前から次期社長は私だと内外に公言していましたが、私に直接伝えはしませんでした。おそらく、私が後を継ぐ決心をするまで待っていたのでしょう。そして、しびれを切らした私が『私が社長を引き受ける』と言い出したらすぐ、スパッと会長職に退いたのです。

経験豊かな父からすれば、未熟な私に意見したいことが何度もあったはずですが、私にすべてを委ね、陰で見守ってくれています。本当に私が迷ったときや、あぶない橋を渡りそうになっているときにだけ、手をさしのべてくれます。そこは後継

情報を集めて新事業に挑戦

会社概要 (2020年12月現在)

代表: 代表取締役 浦明子
業種: 光学機器をはじめとする各種機器の開発・製造・販売
資本金: 1,000万円
従業員: 22名
所在地: 東京都西多摩郡日の出町平井23-6
TEL: 042-597-3256 FAX: 042-597-3208
URL: <http://www.somaopt.co.jp/>



商売の基本は人間関係

人と人とのつながりがビジネスの基本。口コミがきっかけで売り上げが伸びることは多く、食事会などでお客さまのニーズを聞いて製品開発のアイデアが浮かぶことも多々あります。



東京都の助成事業を利用するなど、外部の資金を上手に活用しながらものづくりを展開している



食肉脂質測定装置を使えば、牛肉に含まれる「オレイン酸」などを冷蔵庫内で測定できる



USBインターフェースを採用した小型・高速・高分解能の分光器も製造している

者にとって、本当にありがたい部分ですね」(明子氏)

「私は今でも技術屋のはしくれ。ですから技術面で伝えたいことがある場合は、社長や社員にきちんと話をします。ただし、経営に関して自らの意見を押しつけることはしません。

私は『我以外、みな我が師』だと考えています。経営者は謙虚な姿勢で、いろいろな人の意見を取り入れるべきです。現社長がそのような姿勢を持っている限り、私があえて経営に口を出す必要はないと思うのです」(信夫氏)

あえて失敗を経験させ、若手を伸ばす

世代交代が進んでいるのは、経営層だけではない。創業当時からベテランが磨いてきた技術を次世代に引き継ぐことも、当社にとって重要なテーマの1つだ。

「ベテランが一方向的な教え方をすると、若手は反発しがちです。そこで当社では、ひとまず若手に自由なものづくりを体験させます。自力で挑戦し、実力不足で失敗すると、『先輩はやっぱりすごい』と納得できるもの。そのタイミングで技術を教え込むと、素直な姿勢で受け入れやすくなり、成長も早まるのです。

専門バカに陥るのを避けるため、若手に多彩な仕事を経験

させることも心がけています。社長交代後に開発部と製造部を統合して技術部を新設したのは、ものづくりの幅広い局面に携われる仕組みを提供することで、柔軟な発想を持つ人材を育てるのが目的でした」(明子氏)

明子氏は、信夫氏の「期を逃さぬため、常にポケットの中に情報をため込んでおけ」という言葉を大切にしている。

「自分の考えに凝り固まるのではなく、広くアンテナを張って情報を集めること。そして、フットワークよく動いていろいろな方から知恵をいただくこと。当社は今後も、そうした姿勢を大事にしていきたいと思っています。そして、いつまでも新たな分野に挑戦し続けられるよう、しっかり準備をしておきたいですね」(明子氏)

企業からのメッセージ

掲載後、沢山の方よりご連絡頂戴し大変励みになりました。親子間での事業承継や、女性経営者であること等、色々なご意見が寄せられ、勉強にもなりました。

敷かれた線路を走ることで精一杯でしたが、新たな路線が増やせるよう日々精進致します。お客様と代理店様、なにより社員に支えられ、今日があることに感謝します。

オキノミヤイカコウギョウ
有限会社 興之宮医科工業



代表取締役の高橋貴子氏(右)が目指すのは、外にも内にも開かれた企業となること。人や他社とのつながりこそが、成長への原動力と考えているのだ

<※本記事は2019年6月号掲載当時の内容です。>

技術を活かし高品質な「鉗子」を製造

興之宮医科工業がつくっているのは、手術や治療の際、血管や組織などを挟んだり切り取ったりするために使われる医療器具の「鉗子(かんし)」。製品は医療機器の製造販売企業を通じ、全国の整形外科や耳鼻科などで使われている。

最大の強みは技術力だ。社内には高度な技術を持つ職人がいて、他社ではまねできないほど質が高くユニークな鉗子を生み出せる。これまでの画期的な製品としては「ひねり鉗子」。旧来の鉗子は先端部分に留め金があり、これが高価な内視鏡に傷をつけてしまうケースが多かった。しかし、ひねり鉗子には本体部分を文字通りひねらせて組織などを挟む仕組みを採用して、留め金をなくすことに成功したのだ。

ひねり鉗子などの複雑な製品をつくるのは手間がかかる。だが、医療現場からの要望にできる限り応えたいというのが代表取締役を務める高橋貴子氏の考えだ。

「欧米には最先端の医療機器メーカーが多数ありますし、最近では価格の安いアジア製品も台頭してきました。しかし、鉗子は人の命に直接関わる器具。医療現場で働く方が思い通りに使えるよう、日本人の手になじむサイズで、スムーズに

動き、かつ、こわれにくい製品を提供し続ける必要があります。ですから、今後もニーズはあるでしょうし、私たちが果たすべき役割も大きいと自負しています」(高橋氏)

「外部と連携して成長」という発想に転換

高橋氏が興之宮医科工業の経営を引き継いだのは2017年12月のこと。創業者で、高橋氏の実父である森山伸男氏(現取締役会長)が体調を崩したのがきっかけだった。

「私以外に引き受ける人がいないなら、やるしかない」と腹をくくりました。ただ、社長になって痛感したのは、すべての工程が各職人任せで、計画性がなかったこと。いろいろな仕組みを整備しないと、業務効率アップは望めないと感じました」(高橋氏)

鉗子づくりでは1人の職人が全工程を担当するケースが多いが、興之宮医科工業では以前から分業化を進めていた。ところが、誰がどの作業をどの程度進めているのか可視化されていなかったため、毎月の生産見込み数を把握できない状態だったのだ。そこで高橋氏は、生産工程表の導入を始めとする改革を進めた。このとき、前に進むエネルギーを与えてくれたのが「外部の力」だった。

高品質な「鉗子」の作り手

会社概要(2020年12月現在)

代表:代表取締役 高橋 貴子

業種:医療用鉗子の製造

資本金:300万円

従業員:8名

所在地:東京都江戸川区東松本2-17-6

TEL:03-3650-1259 FAX:03-3650-9105

URL:https://okinomiya.co.jp/

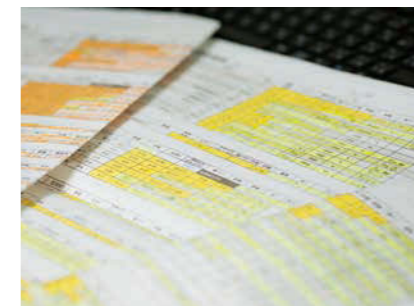


将来は輸出も

海外の病院でも当社の製品の良さを実感してもらえるようになるのが夢です。今すぐには難しいですが、いつか実現したいですね。



最年少の職人は40歳。若手の採用と育成は、持続的な成長を目指すうえで課題となっている



生産工程表をつくるなど生産体制を整備し、現場の状況を見える化した効果は大きかった



鉗子の扱いやすさ、切れ味は重要点。技術力のある興之宮医科工業の優位性は高い

「問題を抱え悩んでいた私は、会社に頼りました。まずは医療機器産業参入支援事業の会員に登録。そこで担当して下さったコーディネータの方に、当社が目指すべき方向性や未来像などを一緒に考えていただけたのは支えになりましたね。また、医療関係の展示会で関係者の方々との交流や、他のものづくり企業の紹介も、当社が成長していくうえで大きかったと感じています。他にも、江戸川区の相談員や金融機関に相談し、そこから情報や支援を得たこともありました。

以前の当社は、考え方が内向きだったと思います。自社ホームページもありませんでした。でも、公社などから力を借り、そこから広がったネットワークによって多くの支援をいただけたことで、社風が大きく変わりました。外部と連携しながら当社の技術を活かし、新たな付加価値を生み出していこうと考えるようになったのです」(高橋氏)

魅力と独自性のある製品づくりに挑みたい

単なるものづくりではなく、魅力とオリジナリティのある製品を生み出していく。それが高橋氏の目指す方向だ。

「1つ目のキーワードは『オープン』です。お客さまや他の企業などと積極的につながり、いろいろな意見を伺いながら

よりよい製品づくりに活かす。同時に、会社の置かれた状況や今後の青写真などを、従業員に向けて発信する。そうして、外と内の両面でオープンになることを目指しています。

2つ目のキーワードは『チャレンジ』です。ひねり鉗子のような現場のニーズに合ったオリジナルな製品を生み出したいですし、輸出も目指したいですね。公社では海外との取り引きの支援もしていただけるので、いずれはご相談したいと考えています。

オープン化とチャレンジを続けていけば、社内には自然と活気が生まれるでしょう。そうすれば、採用などにも良い影響が出るのではないかと期待しています」(高橋氏)

企業からのメッセージ

当社の強みである手づくりのよさは残しつつ、機械化による正確性・スピード感をプラスすることで、さらなる満足と安心をお届けしたいと考えております。貴重な技術をもつ企業の方々のご協力のもと、よりよいものづくりを目指しています。

今後もさまざまな公社の支援制度を活用させていただき、輝く町工場へと進化していきたいと思っております。

シミズガラス
株式会社 清水硝子



清水硝子では、代表取締役の清水三千代氏(右)やベテランの職人から、常務取締役を務める祐一郎氏(左)を始めとする次世代人材への引き継ぎを進めているところだ

<※本記事は2019年7月号掲載当時の内容です。>

スカイツリーにもかかわった江戸切子の老舗

清水硝子は1923年(大正12年)に創業された江戸切子の町工場。グラスや皿、小鉢を始めとするオリジナル商品に加え、結婚式の引き出物やイベントの記念品などのオーダーメイド製品も手がけている。同社代表取締役の清水三千代氏は、創業者の祖父・直次郎氏から数えて3代目だ。

「当社は長年、大手メーカーの下請けとしてクリスタルガラスの食器をつくっていました。ところが2009年、その企業がクリスタル事業から撤退。当時は売り上げが落ち込み、廃業すら考えたほどです。さらに江戸切子業界そのものも縮小傾向でしたから、当時は世の中に求められる製品を自力でつくらなければ生き残れないと悩みました」(清水三千代氏)

三千代氏と、長男で常務取締役を務める清水祐一郎氏は、魅力的な自社製品をつくろうと努力。訪日外国人観光客が増えて日本らしい土産へのニーズが高まったこともあり、売り上げ減には何とか歯止めがかかった。そして最大の転機となったのが、東京スカイツリー®の天望デッキへと続くエレベーター等の内装パーツを手がけたこと。華麗な展示演出は、大きな話題を呼んだ。

「メディアから取材されることが増えて江戸切子の存在感が高まり、当社への引き合いは以前より増えました。今は当社がどうというより、江戸切子業界全般を盛り上げていくのも大切だと考えています」(清水祐一郎氏)

さまざまな縁を大切にしておコラボを進める

祐一郎氏は清水硝子を「何でも屋さん」と表現する。自社のやり方にこだわり過ぎず、幅広い企業・社外デザイナーなどとコラボレーションできる柔軟性が強みだというのだ。

「当社は下請けの経験が長かったため、お客さまの要望を取り入れたものづくりが得意です。また、地元・葛飾の皆さまと協力しながら製品開発を行った経験も豊富にあります。

たとえば、中東のVIP向けに『“ザ・ジャパン”なプレゼントをお客さまに渡したい』という要望が寄せられました。そこで当社は葛飾のものづくり企業たちと提携しながら、漆塗りの箱に入れた大きなガラス皿に唐木の盾をつけた製品を提案して認められました。これは、当社の“コラボ力”が発揮された好例だと思います。東京スカイツリー®の案件も同様で、いろいろな企業・人との縁がきっかけで始まりました。当社の技術を評価いただける方といい縁を繋ぎ、かつ、常に挑戦し続けること。

挑戦を続ける伝統工芸の担い手

会社概要(2020年12月現在)

代表: 代表取締役 清水 三千代
常務取締役 清水 祐一郎
業種: 江戸切子製品の製造、販売など
資本金: 1,000万円
従業員: 7名
所在地: 東京都葛飾区堀切4-64-7
TEL: 03-3690-1205 FAX: 03-3690-1206
URL: <http://www2u.biglobe.ne.jp/~kirikoya/>



業界全体を盛り上げたい

祐一郎氏は江戸切子協同組合の広報スタッフの一員。「同業者の皆さんと手を取りながら、業界をどうやって盛り上げるかについても、日々考えています」



職人の約半数は30代の若手で、女性の姿も目立つ。職人志望者は、ここ数年増加傾向だ



さまざまな道具を駆使して色のついたガラスをカットし、美しい文様を生み出していく



華やかでいかにも日本らしい繊細なカットが、国内外を問わず人気となっている

それが当社の基本方針です」(祐一郎氏)

三千代氏と祐一郎氏が仕事を通じて培った縁は、業界の外に広がっている。その秘訣は、「誠実さ」にあるようだ。

「お客さまからお声がかかったら、とにかくしっかりとお話を伺います。そのうえで、当社の技術力やさまざまな繋がりを活かし、お客さまの期待に応えられる工夫をしていく、そういう姿勢を繰り返すことが何より大切だというのは、母と私に共通した思いですね」(祐一郎氏)

「従業員に対しても誠実でありたいですね。私も祐一郎も職人ではないので、従業員や他社のお力を借りなければ製品の1つもつくれません。ですから、皆さんが働きやすい環境を精いっぱい整えるため、今後も努力したいです」(三千代氏)

新たな試みを続け江戸切子を広める

江戸切子に関心を持つ人は着実に増えている。なかには、切子を実際につくってみたいと要望する人もいるそうだ。

「まったくの初心者が切子をつくるのは無理ですが、工房の見学会やワークショップなど、一般の方と江戸切子を繋ぐ場を提供できないかと考えているところです」(祐一郎氏)

海外市場へのアプローチも、清水硝子にとって大きな課題だ。

すでに大手旅行会社と協力し、富士山や歌舞伎の柄が入った商品を外国人向けに売り出しているという。

「ただし、まだ特筆できるほどのヒット商品は生まれていません。客単価が高すぎるのか商品に問題があるのか、これからは試行錯誤していきたいですね」(祐一郎氏)

自社と業界の未来について熱く語る祐一郎氏に対し、三千代氏も大きな期待をかけている。

「これからは、祐一郎や若手職人が引っ張っていく時代。私も徐々に、次世代へのパトタッチを進めています。もちろん、未来へ向かってどのような手を打つのか見えてこないなどの不満はありますが、若いセンスで道を切り開いてもらいたいと期待をしています」(三千代氏)

企業からのメッセージ

ご覧いただきありがとうございます。公社ご支援はじめ皆様のご縁を頂きながら歩んでおります。本掲載後も東京を代表する場所の仕事に携わらせて頂きました。公社「東京手仕事」事業の販路支援は、コロナ禍で飲食を始め業務用需要の落ち込みを受ける中、新たな機会を頂いています。引き続き、真摯にそして次世代育成へ向け努力して参ります。

株式会社 アングラーズ



代表取締役CEOの若槻嘉亮氏(左)と取締役CTOの渡邊新介氏(右)は現役のプログラマー。取締役COOの藤井紀生氏は立命館MOT卒業で、それぞれ得意分野を活かして事業を進めている

<※本記事は2019年8月号掲載当時の内容です。>

2週に1本のアプリを開発し有望株を見つけた

アングラーズは2012年に創業したベンチャー企業。スマートフォン向け釣果記録アプリ『ANGLERS(アングラーズ)』がヒットして話題となっている。創業メンバーは、代表取締役CEOを務める若槻嘉亮氏と取締役COOの藤井紀生氏、取締役CTOの渡邊新介氏の3人。若槻氏と渡邊氏は大学の同級生、若槻氏と藤井氏は麻雀仲間として知り合ったという。

「終身雇用制が崩れた現代、一企業に長く勤め、そこでしか通じない人材になるのは危険です。そこで私は以前から、会社を興してどんな場所でも通用する力を手に入れたいと考えていました。今は起業に失敗しても、莫大な借金を背負う危険性は低い。一方、起業で得た経験はどこで働く際にも役立つはずで、それはリスクよりリターンの方がずっと大きいからです。同じ考えを持っていた藤井と意気投合し、さらに、ITスキルに長けた渡邊を巻き込んで会社を創設しました」(若槻氏)

それまで西日本に住んでいた3人は横浜市に引っ越し、同居しながらスマホアプリの開発をスタート。とにかく多くのプロトタイプをつくり、有望なものを育てる方針に決めた。ところが、創業から1年間は暗黒時代だったという。

「2週間に1本のペースでアプリを開発。でも最初は手応えがなく、焦りました(笑)。そうした中、大の釣り好きである藤井が『ANGLERS』の原案を出したのです。これはいけるかもと感じ、釣り業界で有名な方にお目にかかって説明したところ、『釣り業界に必要な』と太鼓判を押していただきました。それで『ANGLERS』に集中しようと思ったのです」(若槻氏)

有益な釣りデータを提供してファンを獲得

『ANGLERS』は釣った魚の写真をスマホで撮ると、釣った場所や気象情報、水位などを自動記録するアプリ。これまでの釣果を振り返って楽しんだり、過去のデータから釣りの戦略を導き出したりする際にとても役立つ。また、他の人が公開した釣果などを参考にして釣りに活かすことも可能だ。

「釣りは『情報戦』です。どこに魚がいるか、どんな道具が釣りやすいのかなどを知れば、成功率はグンと高まります。ところが、世に出回っている情報は不十分。雑誌や新聞はリアルタイム性に欠けますし、ネットに出回っている情報も少なく不正確なのが現実です。そこで、料理レシピサービス『クックパッド』のように多くの人が投稿する仕組みをつくれれば、有益な情報がたくさん集まると考えました」(若槻氏)

アプリで釣り業界に変革を

会社概要(2020年12月現在)

代表: 代表取締役CEO 若槻 嘉亮
業種: スマホアプリ、WEBサービスの開発・運営
資本金: 1億3,004万円
従業員: 4名
所在地: 東京都町田市原町田6-9-8 アエタ町田4階
URL: <https://anglers.jp/>



公社の支援に感謝

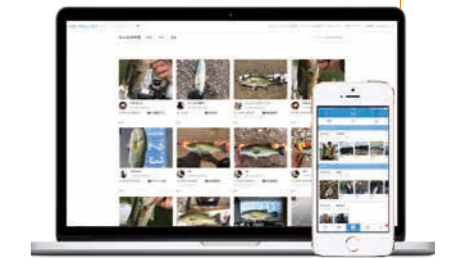
「当社は2015年に『創業助成金』を申請し、採択されました。また18年には『事業可能性評価事業』を利用しています。創業からしばらくは資金面で苦労したため、会社からの支援はありがたかったです」(若槻氏)



2019年11月まで、アングラーズは「町田新産業創造センター」を本拠地にして開発を行っていた



個人釣果を簡単に記録可能(左)／釣果は公開、非公開のどちらも選べる(右)



魚の種類や釣った場所、道具などのキーワードで、他の人の釣果を検索できるのもうれしい

『ANGLERS』には、アプリ上で釣り大会を開く機能もある。定められた期間内に全国のアプリ利用者が釣果を報告し合い、上位者には協賛企業から商品が送られる仕組みだ。

「リアルな釣り大会に参加するには、決められた日に決められた場所まで行かなければなりません。一方、『ANGLERS』の大会は参加へのハードルが低く、ときには1000人以上の参加者が押し寄せます。力試しをしたいと考える釣り人にとっては励みになるのではないのでしょうか。また、アプリの利用者が増えたことで、大物を釣った場所や道具といった貴重な情報を共有する人が増えました。『ANGLERS』によって、新たな釣りの楽しみ方が提案できていると自負しています」(若槻氏)

近い将来、収益化とグローバル展開を実現したい

2019年6月時点で『ANGLERS』の登録釣果数は100万件を超えた。これは類似サービスより突出して多い。またApp Storeでの評価も上々だ。そして2015年と16年には外部から資金調達を受け、開発体制をさらに充実させている。

「当面は広告収入の増加に重点を置きますが、いずれは、膨大な釣果を分析して得たデータを販売するなどの『プレミ

アムサービス』を導入したいですね。また、釣りの達人たちにスポットライトを当てる事業にも取り組みたいです。地方には、そこにある川や海岸を知り尽くしたベテランの釣り人がいます。彼らの貴重な技術・ノウハウを取り出すことができれば、多くのニーズが生まれるでしょう。私たちの手で新たなスターが生まれ出せるでしょう。海外でも釣りを楽しむ人が増えているので、グローバル展開も検討中です。

『ANGLERS』を開発したことで、リアルな世界をITの力で楽しく、便利にするやり方を学ぶことができました。将来はこのノウハウを活かし、別の分野でも斬新なサービスを生み出して人々の暮らしを便利にしたいです」(若槻氏)

企業からのメッセージ

公社の「創業助成事業」で構築した釣果記録の基盤をベースに、現在は釣果に紐付いた釣具の検索と、それをその場で価格比較や口コミを見て購入できるようにサービス拡大しています。誰もが釣りに行くときには必ず検索するサービスを目指し、今後世界にも展開できるように爆速で事業拡大していきます!

株式会社 モリカワ



モリカワにとって主力製品の1つである冷凍空調用のバルブ。市場では大きなシェアを獲得し、同社に大きな売り上げをもたらしている

<※本記事は2019年9月号掲載当時の内容です。>

「バルブ」と「環境」が事業の2本柱

1961年に創業され、豊島区東池袋に本社を置くモリカワには2つの事業部がある。創業直後から事業の柱である「バルブ事業部」が手がけるのは、食品倉庫や遠洋漁船などの大型冷凍設備に欠かせない冷媒用バルブだ。大型冷凍設備向けバルブの分野では国内市場の約7割というシェアを得ており、長年にわたって安定した売り上げをあげている。

一方、2つ目の「環境事業部」は1998年に創設された。主力製品は有機溶剤(VOC)ガス回収装置「REARTH」シリーズで、近年売り上げが急上昇中だという。

「当社にはもともと、冷媒用バルブで培ってきた冷却技術がありました。これを応用し、工場で排出される有機溶剤ガスを冷却して液化・回収するのが『REARTH』です。導入すれば、有毒なガスを除去して工場働く人々の健康を守れますし、温室効果ガスを除去して地球温暖化を防ぐこともできます。さらに、高価な有機溶剤を回収し再利用することで、材料費の削減にも役立つのです」(森川氏)

従業員の健康増進に力を入れたり、地球環境保護に関心を高めたりする企業は増加の一途。そして何より、コストダウン

を実現できるのがREARTHシリーズの大きな利点だ。現在、環境事業部の売り上げはバルブ事業部の5割ほどだが、近い将来、逆転する可能性もあると森川氏は期待している。

得意分野への集中が中小企業生き残りのカギ

モリカワの基本方針は、分野を絞って技術力を高め、各領域の「ニッチトップ」になるというものだ。

「たとえば環境事業の分野では、気化した有機溶剤の分解を抑制し高い液品質で液化するノウハウが求められます。これには長年にわたる技術の蓄積が必要なので、新規参入が難しいのです。もし他のメーカーが当社と同じような機械をつくっても、細かなノウハウが欠けているため、同じ性能は絶対に出せません」(森川氏)

長年にわたって「バルブ」と「環境」という2つの得意分野に集中し、プロフェッショナルな人材を育てたこと、そして、他企業を寄せつけないほどの技術を積み上げたことが、現在のモリカワの地位を築いたというわけである。

もう1つの基本方針は「共存共栄」。モリカワでは、周囲の企業・人々と良い関係性を築くことを大事にしている。

「中小企業が単独で事業を進めると、時間がかかるし、背負

2事業でニッチトップを維持

会社概要(2020年12月現在)

代表: 代表取締役社長 森川 毅

業種: 冷凍空調機器用バルブと有機溶剤ガス回収装置の開発・製造・販売

資本金: 9,700万円

従業員: 40名

所在地: 東京都豊島区東池袋5-45-5 ASビル4・5階

TEL: 03-5904-9945 FAX: 03-5904-9946

URL: <http://www.morikawa-ltd.co.jp/>



公社の支援が支えに

「当社は2007年、東京都中小企業振興公社が無限責任組合員として運用する『中小企業事業化支援ファンド』の投資第1号に選ばれるなど、公社から多くの支援を受けてきました。人材や資金に限度がある中小企業にとって、公社からの支援は非常にありがたいですね」



「REARTH」の事業展開には、公社の「ニッチトップ育成支援」を利用した



長野県千曲市にある工場では大手化学メーカーと共同の試験を行うなど、社外との提携を拡大中



森川氏自らが従業員全員と面談を行うなど、「顔の見える経営」の実現を目指している

うリスクも大きくなります。ですから『自前主義』は捨て、できるだけ多くの協力者を求めるべきではないでしょうか。特に人脈の乏しい海外市場に進出する際には、『ギブ・アンド・テイク』の順序が大事。最初から要求ばかりしては、良い関係性など築けません。まずはこちらから相手に価値を提供(=ギブ)し、その後で支援を求めています」(森川氏)

次世代にバトンをつなぐため人事・教育改革を実施

森川氏は自らの使命として2つを挙げている。まずは企業ビジョン「働きたい企業、世界一」にあるように、全従業員がモリカワで働けて良かったと実感できるよう、日々努力を重ねること。そしてもう1つは、創業者だった祖父と、その後を継いだ父から受け取ったバトンを次世代につなぐことだ。

「『バトンをつなぐ』と聞くと、消極的な印象を与えるかもしれませんが、すべてが猛スピードで変化する現代において企業を継続させるには、状況に応じて進化し続ける必要があります。攻めの姿勢を忘れず、常に挑戦して生き残りを目指すことが、われわれ後継者の役割だと思います」(森川氏)

その一貫として取り組んでいるのが人材育成だ。モリカワでは次期営業責任者と目される人材を、公社の「経営人財

NEXT20」にて育成している。また、今後は人事評価制度や教育制度についても改革を行う予定だ。

「どんな仕事をしたら会社から評価されるかという枠組みを、より明確にするつもりです。そうすれば、社員は仕事に打ち込み、成長しやすくなるでしょう。ただ、仕組みだけを整備してもうまくはいきません。上司から部下へのフィードバックはしっかり行うようにしますし、私自身が従業員と面談する機会も、年に1度以上設けるようにしています。中小企業は人材がすべて。働きやすく、成長しやすい環境に整えるため、今後も力を注ぎたいです」(森川氏)

企業からのメッセージ

コロナ禍において、難しい企業運営が求められておりますが、公社の「BCP策定支援事業」を利用したことで、企業を継続的に成長させる体制を整える事ができました。ピンチをチャンスに変えるべく、まずは私自身が変化を恐れず、攻めの姿勢を忘れずに、常に挑戦を続け、全社一丸となってこの状況を乗り越えて参ります。