

いま、
日本は町工場を
引っ張る女社長
の挑戦ノンフィクション・ライター
大宮 知信

プロのものづくりを守る

日本の「ものづくり」を支える中小企業が存亡の危機に瀕している。日本製成品は新興国の製成品に次々にシェアを奪われ、大企業は海外に生産拠点を移している。アベノミクス効果による景気回復で倒産件数が減少しつつあるといわれるが、二〇一三年の休廃業数は二万八九四三件で、過去十年で二倍に増えている。こうした「隠れ倒産」の増加は、景気が回復しているところか、相変わらず中小企業の経営環境の厳しさを浮き彫りにしている。

一方では元気な中小企業もある。名前すら聞いたことのない町工場が高い技術力で市場では王者の地位に君臨している。「空白の二十年」といわれる不況が続くなか、そういう企業だけが

生きのびているといってもいい。

広島県呉市に広島鑪製造所という工業用ヤスリのトップメーカーがある。「魚地球印」のブランドは、ものづくりに携わる職人なら知らない者はいない。模倣品まで出回っている。一九三七（昭和十二）年創業、資本金一〇〇〇万円、従業員二十人の典型的な町工場だが、「山椒は小粒でもぴりりと辛い」すごい会社なのだ。

作っているのはプロ仕様のヤスリばかりで、標準的なものから顕微鏡を使わないと見えないぐらいの小さなものまで二二〇種類以上もある。製品の最終仕上げに使う精密ヤスリの市場では国内九五%のシェアを誇り、海外十五か国に輸出されている。ギターづくりに欠かせないギターヤスリのシェアでは世界ナンバーワンだ。

呉市を中心に最盛期には二二〇軒のヤスリ

工場が軒を並べていたが、現在は三分の一以下の四十軒を切るまでに減少している。そういう厳しい状況の中で、広島鑪製造所が生き残ってこられた理由とは何か。

ヤスリの形は昔から変わらないためローテク製品のように見られがちだが、製品の仕上がりを左右する極めて重要な工具なのだ。「ものづくりにはなくてはならないもの」だと中洲紀子社長。だからこそ高い品質が求められる。中洲さんは二〇〇七年に父の後を継いで社長に就任。主婦業から社長業へと一八〇度転身を図り、新たな路線に舵を切った。サービスマンにおける女性経営者は増えたが、製造業のトップに立つ女性はまだまだ少ない。中洲社長は女性の登用にも積極的だ。

ものづくりは人づくり

団塊の世代の大量退職で、技術の空洞化が問題になっている。職人が高齢化し、技術の継承が難しくなっている。そのため廃業を余儀なくされている町工場もある。中小企業の後継者は、創業家の一族から出ることが多い。創業家出身のいいところは会社に対して忠誠心が高いことだ。会社に対する高い忠誠心が、結果的に会社の看板と技術力を守る。



ギターヤスリの使用例と製品
(広島鑄製造所ホームページより)

社長に就任してすぐに取りかかったのは人材育成。中洲さんは若い人を積極的に採用している。「油まみれの職場に若い人はこないのでは」と心配する声もあったが、募集してみると多くの応募があった。それまで職人の平均年齢は六十代だったが、いまは四十代半ば。ベテランの職人を辞めさせたわけではなく、若い技術者を増やした結果、二十歳も若返った。

「父は、この仕事は若い者にはできんわと言って新卒者を採らなかつたんですが、私が思い切つて変えて、新卒者を募るようにしました。若い人にやらせると時々クレームがくることがあります。それも覚悟の上で任せます。でない人材は育ちませんから。クレームとなつて戻つてきた製品を突きつけて、次は徹底して正確なものを作らせます。そうすると次からいいものを作るようになるんです」

最終的に品質を左右するのは機械ではなく、人間の手。なかには機械化したらどうかという人もいるが、過剰な設備投資をするつもりはない。「ロボットに目はありません。一本一本人間の目で確認しながら仕上げる。それが大事なんです」と中洲さん。「ものづくりは人づくり、機械だけでモノづくりはできない」との考えを貫いている。

新たな需要を掘り起こす

高度で精密な工業製品は日本が世界をリードしているが、品質のいい製品を作っていれば世界中で売れるという単純なものづくりは通用しない時代。技術を継承するだけでは会社の存続も危うくなる。同社は生き残りを賭けて新しい商品開発にも取り組んでいる。

「ギターヤスリのようにこれまでとは違う業界で使われるヤスリ、新しい分野のヤスリの開発にも着手しています。例えば美容業界で使われる爪ヤスリです。若い世代ではネイルアートも盛んですし、美容業界にも受け入れられるのではないかと思います」

工業用というヤスリのイメージを変え、新たな需要を開拓する狙いもある。ネイルサロンへ行ったことのない男には、こういう商品の開発



おおみや ともぶ
政治、教育、社会問題など幅広い分野を執筆。著書に「さよなら、東大」「世紀末ニッポンの官僚たち」「うちの社長は外国人」「金の卵」転職流浪記「お父さん！これが定年後の落とし穴」「社長が中国から来たらどうしよう」「平山郁夫の真実」「死ぬのに行くらかかかか！——現代「往生」読本」など多数。

はなかなか思いつかない。女性社長ならではの発想である。ものづくりに性別は関係ないということだろう。

「プロの方のものづくりを守ることが、結果的に私たちの会社を守ることにもなる」

難しい漢字の社名そのまま残し、先代が築いてきた会社の歴史と伝統を守りながら「縁の下の力持ち的な存在」に徹する。日本のものづくりを女性が支える。たのもししい限りだ。

「製造業を縁の下で支えるうちのような会社がなくなくなると、日本のものづくりは根底から崩れてしまう。大げさに言えば日本経済が崩壊します。そういうことにならないようにこれからいいものを作り、しっかり日本のものづくりを支えていきたいと思っています」

いいものは国境を越えて多くの人に愛される。会社の歴史、伝統、ブランドを守り、時代に合わせた新しい製品を開発していくことが日本のものづくりを支えることにもなる。