

なら 産業 ジャーナル

Industry Journal of Nara

2015.10 第4号

巻頭特集

三笠産業株式会社

林田 壽昭社長に聞く

「トップ企業になるには」



INDEX

2 【寄稿】
高専教育とその学生気質
～ ロボコン活動を模した
実践的人材の育成～
独立行政法人 国立高等専門学校機構
奈良工業高等専門学校長
谷口 研二氏

4 【巻頭特集】
三笠産業株式会社
林田壽昭社長に聞く
～トップ企業になるには～

8 【会社訪問記 1】
株式会社昭和
高安輝樹社長にインタビュー

10 【会社訪問記 2】
岩崎工業株式会社
岩崎能久社長にインタビュー

12 奈良県よろず支援拠点

14 お知らせ

寄稿

高専教育とその学生気質 ～ ロボコン活動を模した実践的人材の育成～

独立行政法人 国立高等専門学校機構 奈良工業高等専門学校長 谷口 研二氏

本校は、ほぼ50年前、地元産業界の強い要請を受けて大和郡山市に創設された5年一貫の教育機関です。その使命は学生が卒業後すぐに活躍できる実践的技術者の養成を目指しています。入学当初から3年間は普通高校と同じ教科書を使い、学年進行と共に専門科目の授業が増える、くさび型の技術者教育を行っています。卒業後は就職の他、大学3年次への編入、専攻科進学が、それぞれ4割、4割、2割と、幅広い進路選択肢が高専の特徴です。在校生は、大学編入・大学院進学を目指す者、ロボコンや課外活動に打ち込むタイプの学生など様々で、概して凝り性タイプの学生が多い気がします。また、不思議なことにご家族で一人でも高専を経験されると、親子・兄弟揃って高専生のケ-



谷口 研二氏 (たにぐち けんじ)
奈良工業高等専門学校長
大阪大学工学部卒
(株) 東芝、大阪大学・教授を経て
平成23年4月より現職



平成25年全国大会準優勝ロボットの縄跳び実演 (ニューヨーク)

スが多く、一旦、高専の魅力が伝われば強力な支持者になっていただけるようです。
「高専」と言えば、毎年、NHKが放送する高専ロボコンがあり、高専ロボコンのイメージが強いのではないのでしょうか。ロボコンは高専生にとって、野球の甲子園のようなもので、武蔵館(全国代表大会の開催場所) 出場を目指して入学する学生もいます。ロボコンの醍醐味は、毎年、設定される課題(縄跳び(H25年)、「そばの出前」(H26年)、「輪投げ」(H27年)など)が異なることです。しかも、ロボットには難しい動作をさせるため、開発チームの苦労は筆舌に尽くし難

いほどです。課題が発表されると、学生はルールブックを徹底的に分析し、互いにアイデアを出し合い、複数の模型を試作して、その動作を検証します。実際、この地道な作業を何度も繰り返しながら、最終形態のロボットに仕上げていきます。
頭の柔らかな学生が発想したアイデアの中には専門家でも驚くものもあり、それがロボコンの魅力になっていきます。また、試合前には何百回も練習を繰り返して、本番で起り得るすべての事象への対策を練って試合に臨みます。このような物づくりのアイデアから完成までのプロセスは、企業内の製品開発と全く同じ手順です。本校では、これを簡略化したカリキュラムで「物づくり」の本筋を理解させる教育を行っています。このような実践教育は就職する学生だけでなく、大学に編入する学生にもその効果があるようで、編入先の大学では「一味違った発想ができる高専卒業生」と高く評価されています。
これからは地方創生の時代、本校では、奈良県内企業に魅力を感じて地元で就職する学生を増やす方策を検討しています。企業様も長期的な視点で奈良高専との共同研究や学生のインターンシップなどでご協力を賜れば幸いです。



奈良工業高等専門学校校舎

奈良県地域産業振興センター

GALLERY



上：新宿パークタワー 右下・左下：松屋銀座

イノベーションを育むプラットフォーム

「T・E・I・B・A・N展」

奈良ブランド開発支援事業は、従来型の地域ブランドとは異なり、モノ単体の開発ではなく、生活者からの信頼を得てファンを作っていく取り組みです。地域を越えて多様な業種が参加し、短期的成果よりも顧客と真摯に向き合おうとする参加者間での相互刺激を喚起するプラットフォームを構築しています。これらを通して個々の事業者が、ブラッシュアップを図ることで自身の個性を見出し、個々の世界観を披露するTEIBAN展などの機会により、ステップアップを続けます。
こうした活動が評価され、本事業は、2012年から3回連続して「グッドデザイン賞」を受賞しています。
詳しくは、奈良県産業振興総合センターまでお問い合わせください。(TEL0742-31-9084)



三笠産業株式会社 代表取締役社長

林田 壽昭氏



志賀 通孝氏

奈良県特別顧問 産業政策参与

みちたか

林田壽昭社長に聞く ～トップ企業になるには～

三笠産業 株式会社

大正元年から、終始一貫して「液体を止める」技術を磨いて来た三笠産業株式会社。本社は馬見丘陵公園にほど近い北葛城郡広陵町にあります。食品調味料のキャップで市場シェア 30%を超える同社製品の変遷は、日本の家庭環境や食環境の移り変わりを物語っています。常により良い製品を目指して現状を見直し、仕入れ先と二人三脚で創意工夫を続ける「三笠スタイル」。創業 100 余年の同社が 100 年先を見据えて取り組んでいることとは、大企業へと成長するまでのターニングポイントや、今後の展望について、林田社長に伺います。

創業は大正元年

「液体を止める」技術を磨く

志賀通孝氏（以下、志賀） 大正元年に奈良で創業されて100年以上になられるそうですが、まずは御社の創業から現在に至るまでの経緯や、事業内容の変遷などをお聞かせください。

林田壽昭氏（以下、林田社長） まず、私の祖父が大正元年に木樽用の呑口の製造を始めました。三笠産業の前身である林田太郎商店の設立です。その後、アメリカでプラスチックが開発され、いち早くこれに着

目し、昭和28年から、業務内容をプラスチックキャップに移行していきます。そして私の父が昭和31年に三笠産業を創業しました。木からプラスチックへと素材は変わっていますが、一貫して「液体を止める」ことに専念しています。

私は小さい頃から現場に接しており、祖父や父の背中を見ながら、従業員と一緒に育ってきました。大学を卒業して三笠産業に入社し、すぐに「経営者として孤独に耐えてこい」ということで、当時プラスチックの射出成形の先進だった西ドイツに行くことになりました。6カ月が経った頃、熊本に工場を作ることが決まり、急きよ、帰国することになりました。創業者と同じ経験ができる機会を得て、奔走することになります。発起人を集めて会社設立の準備、工場用地買収などを経て、昭和48年、28人で宇土プラスチック工業株式会社（現熊本工場）を立ち上げました。西部三笠株式会社（現西部支店）の営業で九州一円の営業活動をしながらの創業でした。今では熊本が第二の故郷ですよ。

「現状否定」と「創意工夫」

志賀 次に経営方針や事業理念についてお聞かせください。御社の関係資料を拝見しますと、「三笠スタイル」という言葉が見受けられますね。

林田社長 まずは「創意工夫」によって、プラスチック業界の革新や、会社の規模を拡大して社会に貢献する。これは、創業者が経営理念として掲げた言葉です。次に私が社長に就任したときに「現状否定」を加えました。「本当にこれで良いのか」ということを常に考えながら物事にあたらうということです。「現状否定」によって改革の種を見つけ、「創意工夫」でその種を育て上げ、花を咲かせて実をつける。これが三笠スタイルであり、DNAなのです。

志賀 経営理念をわかりやすい表現に落とし込んだ「三笠スタイルカード」を、社員の皆さんが携行しておられます。例えば、「お客様の気持ちになって創意工夫しよう」「世の中にないものを目指して創意工夫しよう」と書かれていますね。

林田社長 3年かけて工場や事業所を回り、全従業員と対話して浸透をはかりました。私どもは生活に密着した商品を作っておりますので、従業員や従業員の家族からの意見やアイデアも貴重です。改良、開発にもつながっていきますから、対話は重要なことです。

危機を味方に付け、徹底した知財戦略で発展

志賀 今は従業員数が500名を超え、売り上げも100億円に近い御社ですが、どのようにして発展をされたのでしょうか。また、食品調味料用キャップ市場でナンバーワンのシェアとなるまで数多くの苦難があったと思われませんが、どのように乗り越えてこられましたか。

林田社長 三笠産業にとって「転機」と呼べるタイミングがいくつかあります。昭和52年に東京営業所を開設したのもその一つです。当時はオイルショックで売上高が激減していましたが、一番苦しい時に東京に営業所を開設して、販路の拡大を目指しました。新たに主要メーカーなどに営業



自社商品の先駆けとなったGS王冠

所を開設して、販路の拡大を目指しました。新たに主要メーカーなどに営業

していく中で、お客さんのニーズを最大限取り込み、小ロットのご注文にもできる限り対応していきましました。その結果、これまで3000種類以上のアイテム数に膨れ上がったのです。東京に営業所を開設して10年間で「キャップのことやったら三笠さんに相談したら何でもあるよ」と言っていただけのようになり、我が社の「多品種少量生産」という三笠産業の基礎を作り上げました。

志賀 首都圏への展開が、商品づくりやお客さんとの関係づくりにおいて、大きな種をまいたということですね。御社とえばGS（ゴールド・スペシャルの略）王冠がよく知られていますが、この商品も東京進出によって開発されたのでしょうか？

林田社長 いえ、GS王冠はもっと初期です。プラスチックに転換した最初の商品が、金属の王冠の中の中栓でした。その後、部品ではなく自社の商品として販売できるように開発したのがGS王冠です。この商品の開発にあたっては、昔の奈良県工業技術センター（現・奈良県産業振興総合センター）の研究設備を使わせていただいたり、技術相談にのっていただいたりとお世話になりました。

一升瓶の王冠から、プラスチックボトル、ペットボトルへと容器が変遷し、顧客ニーズも多様化していききました。また消費者の声によって、引きちぎって開栓するプルオープンタイプのキャップも生まれました。この、プルオープンキャップにも、GS王冠のノウハウが生かされています。

志賀 そのようなノウハウが詰まった商品の知財戦略はどのようにされているのでしょうか？

林田社長 GS王冠も特許を取得していますが、最初には自社の権利を守るために特許を取るのだと考えていました。しかし今では、特許がある商品を使っていたり、顧客の権利を守るためにも重要だと考

えています。ある商品の特許出願したとき、ほとんど同じ内容で三笠産業が1日早く出願をしたということがありました。それからは、アイデア段階から出願準備をして、1分1秒でも早く申請するように徹底しています。お客様を守るための、大切な特許ですからね。

志賀 壁にぶつかってご経験はありますか？

林田社長 会社が倒産するかもしれないという「危機」を何回か経験しています。今お話したGS王冠の製造でも危機がありました。この商品は金型から離型させるのが難しく、離型剤を使用したところ、この薬剤が商品に反応して商品に亀裂が入るといった問題が発生したのです。大クレームに、返品の手配が。それから、安易な方法に走らずに生産技術、金型技術を磨き、技術力を追求してきました。

オイルショックで販売が落ち込んだ時に販路拡大に舵をとり、返品の手配が。それから、安易な方法に走らずに生産技術、金型技術を磨き、技術力を追求してきました。



徹底したクリーン化と効率化を実現している工場



自社キャップを使用した商品



タイでの展示会出展の様子

きに取り組みむことで強運を呼び込んだような気がし
ますね。

海外展開について

志賀 すべての産業で少子化が進み国内の需要が伸び
悩んでいる中、海外展開が一つのキーワードになると
思います。御社の海外展開についてお聞かせください。

林田社長 20年程前から海外に出て行きたいという希
望を持っておりまして、中国やベトナム、東南アジア
へかなり視察に行きました。当時の海外進出には、海
外の安い人件費で物を造り、日本に持ち帰って販売す
るというイメージがありました。しかし私は、海外で
造るならばその土地で販売できるような物でないとい
味がない、と思っています。単にコスト面だけを見て
海外で生産をするくらいならば、国内で技術力を高
めて無人化の工場を作って対抗しようと思われ、茨
城第二工場という無人化の工場を創りました。年間

成の仕組みづくりも並行してやっていかなくてははい
ません。人が育つ企業であってこそ、企業目標である
売上100億円を達成できると考えていますので、組
織経営を進めていくにあたってのシステムづくりを進
めているところです。

奈良県の産業振興に対する思い

志賀 奈良県の産業振興にどういうことが必要だとお
考えですか？ 本年、5月奈良県プラスチック成型協
同組合の理事長にご就任されたとお聞きしておりま
す。また、(二社)奈良経済産業協会の副会長他、数多
くの役職をお持ちとお聞きしておりますが、特にプラ
スチック業界の将来に対する思いも、併せてお聞かせ
ください。

林田社長 私どもは奈良県で創業し、奈良県で育てて
いただいた企業です。三笠産業という社名も、「奈良を
代表する企業に」という創業者の思いがあり、奈良市
の御蓋山からつけさせていただきました。今後はこの
奈良の本社工場をテクニカルセンターとして機能させ
ていきたいと考えています。世界の先端技術をリサー



志賀 通孝氏

奈良県特別顧問(産業政策参与)。松下電器産業
株式会社(現パナソニック株式会社)に勤務し、も
のづくり企業の現場で具体的な経営の仕組みを学ぶ。
日本労働組合総連合会奈良県連合会・会長職を経
て現顧問。

315日、無人で動かせる工場です。

志賀 数十年前は国際競争に勝つために国内の生産を
減らし、海外で造った物を持ち帰ってトータルのコス
ト力を維持しようという企業が多かったように思いま
す。しかし、御社は国内の無人化工場などで製造技術
力、コスト力を保ちつつ、現地での生産、販売を基本
とする海外展開を考えておられるのですね。

林田社長 売り上げ規模または生産コストに関して
は、容器が小型になってきたこともあり、ある程度伸
びは維持できています。しかし、これからは口数に比
例して少なくなっていくことが予想されます。そこで
4年前、タイの包装技術展示会に出展し、クオリティ
の高い商品を受け入れられるのかを見極めに行きまし
た。その結果、クオリティの高い商品、コストに見合
う品質というのを維持できれば、海外展開していける
と確信し、販路という意味では、むしろこれから需要
が伸びて来ると感じました。

1年前タイに販売会社を合併で創り、売り上げが立
つようになってきましたので、今年7月に自社生産会
社を創設しました。バンコク市内から60分ほどの工業
団地にあるコンパクトな工場で、5年で売上高7億円
を目指して稼働が始まっています。タイは食品の輸出
国であり、日本にも醤油やドレッシングを輸出していま
す。つまり品質のいい、クオリティの高い物が求められ
ている。今度はタイを拠点として、ヨーロッパ、アメリ
カにも提供できればという構想を持っています。

100年先を見据えながら、できるだけ初期投資
を抑えてグローバル化をする。その礎を築き始めたこ
ころです。

志賀 リスクを最小限に、小さく建てて大きく育てる。
着実に進められていますね。

チしながら、高品質を保証していくための技術力を強
化します。そしてその確立した技術を日本や世界各所
の工場で共有する。これを実現するには開発行為が必
要です。奈良県とも相談していきながら進めていき
たいと思います。

奈良県のプラスチック業界には300社ほどあり、
そのうち100社余りが奈良県プラスチック成型協
同組合の組合員です。あまり知られていないかもしれ
ませんが、プラスチックは奈良県の地場産業なのです。
この組合は私の父が初代理事長として設立し、今年で
60周年。お引き立ていただいて、5月に理事長を拜命
いたしました。特色ある企業様がたくさんいらっしゃ
いますので、個々の強みを活かしながら組合全体でも
人材を育成し、若手経営者の役に立てるような組織に
していきたいと考えています。

悩むことは大事

志賀 今後はどのような展開を考えておられますか。
林田社長 今より上を目指すためには、個人の能力も
必要ですし、さらには個人の能力がベクトルになって組
織を動かしていける「組織力」が必要だと考えています。
ファミリー企業としてのいい部分を残しながら、組織力
を強化していきたいですね。

志賀 会社と従業員、家族の方々とうまく調和する
ということですね。

最後に、起業を考えておられる方、会社を運営してい
て経営にご苦労されている方にメッセージをお願いします。
林田社長 仕入れ先という得意先を大事にしたいだ
きたいということですね。安く仕入れるというのは、コス
ト面では重視されることですが、ただ安いだけではな
く、ご意見やアイデアを提供していただけるような関
係づくりが非常に重要です。協力していただける関係



社長を交えて開催する社長塾に参加した若手社員のメッセージ

社長になれる人材に

志賀 社長ご自身も現場で仕事をしながら学ばれてき
たように伺いましたが、従業員の人材育成についてお
聞かせください。

林田社長 企業は人なので、人を育てていかなければ
いけません。私の口癖で、「社長の権限を取りにいける
ような人材になりなさい」というものがあります。社
長としては三笠産業を運営していくための全権を持っ
ています。やりたいことがあるなら、プレゼンテーショ
ンをして承認されればできます。

志賀 権限を取りにいこうと思えば、私が係長だとす
ると課長のレベルで物事を考えないといけませんね。

林田社長 そうですね。そういった日々の努力が必要
です。常に「良くしよう」と考えて提案をぶつける。
三笠産業は全員が開発部隊であり、全員が営業マンな
のです。ただこういった精神論だけではなく、人材育

があつてこそ、自社に適したものを提供していただける
のだと思います。

志賀 懐の深い経営観だと感じます。企業を取り巻く
環境が厳しい昨今、仕入れ先を叩いたりばっさり切つ
たりという流れが多いかと思いますが、仕入れ先には、
厳しい要求をしながらも深い信頼協力関係を築くとい
うことですね。今経済界で一番薄くなっている発想かも
しれませんね。

林田社長 企業経営というのは本当に難しい。思い通
りに行くことなどありません。しかし苦しい時ほど日
頃の関係が物を言うのだと思います。また、行き詰まっ
たとき、悩んでいるときは、不思議と五感のアンテナが
立ち、偶然見かけた雑誌の情報からヒントを得たりす
るものです。悩んだり、考えたりしていないと、目や耳
に入ることや情報を認識できない。ですから、壁
を突破するためや、より良くするために悩むという事
は大切なことだと思いますよ。



三笠産業株式会社
液体をパッケージする技術を用いて多品種変量生産を実践する。創
意工夫を設立からの信条とし「アイデアに、フタはしない」。

会社DATA	代表取締役社長 林田 壽昭
	本社 北葛城郡広陵町大字寺戸 53 番地
	従業員 526 人
	電話 0745-56-5581
	FAX 0745-57-1565
	URL http://www.mikasa-ind.co.jp



真剣な眼差しでチタンを加工する

チタンの化学的特性を利用したものに、光触媒があります。酸化チタンは紫外線と水分が当たると、水を酸素と酸素に分解します。生成される酸素は活性酸素といつて、ウイルスや汚染物質を破壊してしまいうだけのパワーがあります。しかし、酸化チタンは粉なので、プラスチックや油類などに混ぜて成形しなくてはなりません。するとほとんどが埋没し、機能するのは表面に現れたわずかな粒々のみです。

そこで弊社が奈良県工業技術センター（現・奈良県産業振興総合センター）と共同開発し、特許を取得し

世界で唯一の技術 窒化チタンの可能性

持つのは大変稀なことです。向こう30年間は核廃棄物の最終処理にかかわっていくこととなります。もう一つは、太陽電池事業です。



チタンの将来性について楽しく話す高安社長

会社訪問記

株式会社 昭和

「チタンの昭和」として知られる株式会社昭和は、生駒市北田原にある町工場です。あえて町工場と記したのは、その中身の確かさ、濃密さゆえ。独自の技術で数々の特許を取得し、世界から注目される同社。トップが示すぶれない方針のもとに集まった少数精鋭が描く未来は、どのようなものなのでしょうか。自らを「パブリック・カンパニー」と呼ぶ同社高安社長に、チタンの可能性や、目標を実現するための組織づくりについて伺いました。

チタンの特性

チタンと言えば、レアメタルといった印象を持たれがちです。しかし、採掘可能な金属としてはアルミニウム、鉄、マグネシウム、チタンと、地殻埋蔵量が4番目で、資源量は豊富と言えます。ところが、チタンの価格は鉄の100倍、ステンレスの10倍です。というのは、チタンはほとんどが金属単体ではなく、酸素と結合した酸化チタンや、鉄の不純物として存在しているため、還元して金属チタンとして取り出すのに大変特殊な環境と面倒な工程が必要なのです。金属チタンとして取り出されるのは、世界で年間10万トン程度。鉄の生産量は10億トンですから、比べるといかに希少かがわかります。

たのが、窒化チタンです。一旦窒化したものを再酸化させることで、チタンの表面を活性化した状態で安定させることに成功しているのは、世界でも私たちだけです。活性化したチタンの表面に紫外線が当たって、水が電気分解される。これは緩やかな太陽電池でもあると言えます。光に反応して電気化学反応が起こるわけですからね。そして、「緩やか」をなくしたのが、現在弊社が取り組んでいる新しい太陽電池です。白夜でも発電しつづけ、すべての部品がリサイクル可能です。この技術で、未来のエネルギー環境を少しでも変えていきたいと思っています。また、(公財) 奈良県地域産業振興センターの支援により、今年、サポイン事業(戦略的基盤技術高度化支援事業)に採択され、新たな太陽電池の開発にも取り組んでいます。

会社は人

今でこそ、有名大学のドクターをはじめ優秀な社員が入社してくれています。最初からこうではありませんでした。地方の中小企業です。飛び抜けて給料が良いわけでもありません。父が亡くなって人手に渡っていた会社を買戻し、人材を入れ替えし、目的を実現する体制を徐々に整えていったのです。弊社のような町工場で、大企業に引けを取らない仕事をしたいには、社員一人一人が極めて大切です。定着してもらうために何が必要かを考え、経営状況を包み隠さず開示することにしました。そして純利益を社員への分配、内部留保、設備投資に三等分することに決めました。会社の数字をすべて見せることにより、皆納得して働いてくれていると思っています。

女子トイレを広く清潔にしたのも、社員の定着を考へてのことです。小さなことと思われるかもしれませんが、女性が余計なことに気を使わずにのびのびと働ける環境を整えることが大切です。

金属チタンの物理的な特性は、軽くて強い。比強度が金属中最大です。そのため、主に航空機の推進力を上げるために工業化されてきました。一方で、チタンの化学的特性としては、耐食性に非常に優れているということがあります。地球環境においては、半永久的に錆びない。ですから化学プラントや海水淡水化プラント、発電所などに使用されています。

今後の事業展開

地球環境に関する不安がより顕著になってきた1990年代に入って、チタンの耐食性を活用して解決する手段はないかと考え始めました。一口に環境問題と言っても、360度いろんなベクトルがあります。そのうちの1度でも2度でもいいから、この会社で解決するソリューションを考えたい。それが弊社の目的です。

具体的に言うと、一つは原子力に関係する事業です。原子力発電に賛成だとか反対だとか、政治的な考えは置いておいて、今あるものを何とかしなくてはならない。決して開けてはならないパンドラの箱である高レベル核廃棄物の棺桶をチタンで造るのです。そのために、原子力関係の仕事に携わることのできる国家資格を10年がかりで取得しました。この資格を中小企業が



真空熱処理用装置について説明する高安社長

る環境であることは、会社全体にとっても大切です。ひいては、社内結婚が実現するような会社でありたいと思います。女性の厳しい目で「この会社で働く男の人なら大丈夫」と思ってもらえる会社を理想としています。

決してあきらめない

若い頃は、なかなか軌道に乗らない仕事に嫌気もありませんでした。現実逃避として本をたくさん読みました。何千冊の本それぞれには、膨大な参考文献があります。先人の言葉、知恵のすべてが今の私の糧になっています。中でも京セラの稲盛会長の著書や、吉村昭著の『漂流』からは、経営者としての心構えを学びました。部下や社員に不安な顔を見せずに、ひたすら目標を見続ける。人間だから迷いますが、何年かかっただけでも決してあきらめないでほしいですね。



株式会社昭和
不可能だとされた製品を信念と探究心、技術力で実現する。世界唯一のチタン技術と組織力で、不安を分解し未来を拓く「昭和」。

代表取締役社長 高安 輝樹
本社 生駒市北田原町 2443-1
従業員 50人
電話 0743-78-3204
FAX 0743-78-4720
URL http://showa-titan.com

会社DATA



ブランディング戦略について熱く語る岩崎社長

会社訪問記

岩崎工業株式会社

大和郡山市、昭和工業団地にプラスチック家庭用品で日本トップクラスのシェアを誇り、海外へも勢い良く販路を広げプラスチック業界で初めて「関西ものづくり新撰2015」に選定された会社があります。昔ながらの職人気質と先進技術を融合させ、妥協のないプラスチック製品を生み続けている岩崎工業株式会社。同社が伸び続ける秘訣はどこにあるのでしょうか。約40年前にいち早く取り入れたブランディング戦略や、商品開発における心構えについて、岩崎社長に伺いました。

「ラストロウエア」ブランドとの出会い

岩崎工業(株)の前身である岩崎商店の創業は昭和9年、まだプラスチックがなかった時代で、セルロイドを素材として始まりました。アメリカからプラスチックが入ってきた昭和32年に、東大阪で射出成形の事業を開始しました。日本の経済成長とともに業績を伸ばし、さらに広い場所を求めて奈良県の昭和工業団地に移転してきたのが昭和42年です。大きなスペース、工場の24時間稼働、将来を見据えた物流機能が決め手でした。

その後、東京オリンピックで横文字文化が大量に入ってきます。これにヒントを得た先代が、ブランディング戦略に乗り出し、アメリカのオハイオ州にあるレイディボーデンアイスクリームの家庭用品ブランド「ラストロウエア」の権利を取得しました。当時ブランディング戦略は大変珍しく、家庭用品やプラスチック業界の先駆者だったと言っていると思います。そして日本流通業界の成長と共に、「ラストロウエア」も順調に売り上げを伸ばしていきました。

社是「I will」

弊社の社是であり、私の座右の銘でもあるのが「I will」という言葉です。モノづくりにおいても、販売においても今後は海外へ出て行くという意識で、従業員と議論を重ねました。どこへ出て行ってもわかる言葉にしようということで、英語の「I will」に決まりました。「やるなら喜んでやる。嫌々やったらあかん」という思いが込められています。ライセンスにしても、取得して終わりではなく、どう活用していくにかかっている。「私がやるのだ」という姿勢はとても大切だと考えています。



「TRUE BASIC」を追求した「ラストロウエア」商品

「グローバル・ワン」への取組

商品開発にあたって常々考えているのは、本当にその商品で世界チャンピオンになれるのかということです。世界でトップを勝ち取ろうと思えば、プラスチックの成形以外にも、素材の開発や、金型の設計も必要です。また、世界の市場も知らなければいけません。

そうまでして追いかけるのは、世界中で我々だけだという「徹底した違い」です。差別化を念頭に置いた商品づくりの結果、日本で特許を取得しているのは100アイテム以上となりました。さらにアメリカ、中国でも特許を取得した商品もあります。私たちは常に世界特許を取得していきたいと考えています。海外販路の開拓については、(公財)奈良県地域産業振興センターを通じて「奈良県中小企業等外国出願支援事業」等の助成金をいただくことができ、ブラジルへの初出荷、ドバイや香港の新規販路の開拓などが進んでいます。

「TRUE BASIC」の原点

デザイン面で心がけているのは、「ベーシックである」ということです。トレンドに頼ってしまうと、トレンドが終わった時にその商品は売れなくなり、たえ生活スタイルが変わるとも心地よいデザインの基本は不変です。暮らしの中の道具という



自動化が進んでいる三重工場

私の祖父も職人でしたし、日本人が昔から培って来

「絶対的ナンバーワン」を目指して

現在、世界21カ国に輸出をさせていただいています。最大の顧客はアメリカですが、ここに来て爆発的に増えているのは中国です。岩崎工業の生産の比率は、83%がメイド・イン・ジャパン、17%が海外委託企業で製造しています。海外生産の3分の2がベトナム、3分の1が中国です。今後は国内生産がもう少し増え、徐々に日本回帰しているというのが現状です。

メイド・バイ・ジャパニーズ

原点は忘れず、新しい価値、真の豊かさ「TRUE BASIC」を追求したモノづくりをしています。商品開発を行う場合、「凝ると売れない」ことがあります。聞く耳を持たずに自分たちの良いと思うものを追いかけると、深みにはまってしまう、結局は消費者の求める物になっていません。その商品を作る必然性や、お客様の声、これをベーシックに考えなければなりません。

例えば、弊社の主力商品で縦置きが可能な冷水筒があります。冷蔵庫のドアポケットという激戦区に冷水筒がなかなか納まらないという声を受けて、棚に置けるよう横にしても漏れない冷水筒を開発しました。結果、横置きが可能になることで新たな市場を創り出すことができたのです。

生産国への安心感ということだけでなく、日本人が設計や生産に責任を負っている商品だからこそ、世界が求めるものになるのだと私は思っています。本当に求められている商品は、メイド・イン・ジャパンからメイド・バイ・ジャパニーズではないでしょうか。



岩崎工業株式会社
より透明で、より耐久性・耐熱性があり、より柔軟であるプラスチック製品にこだわり、世界規模で「オンリーワンの価値」を創造していく。

代表取締役社長	岩崎 能久
本社	大和郡山市額田部北町 1216-5
従業員	120人
電話	0743-56-1311 (代)
FAX	0743-57-6311
URL	http://www.lustroware.co.jp



よろず支援拠点

中小企業・小規模事業者のための経営相談所

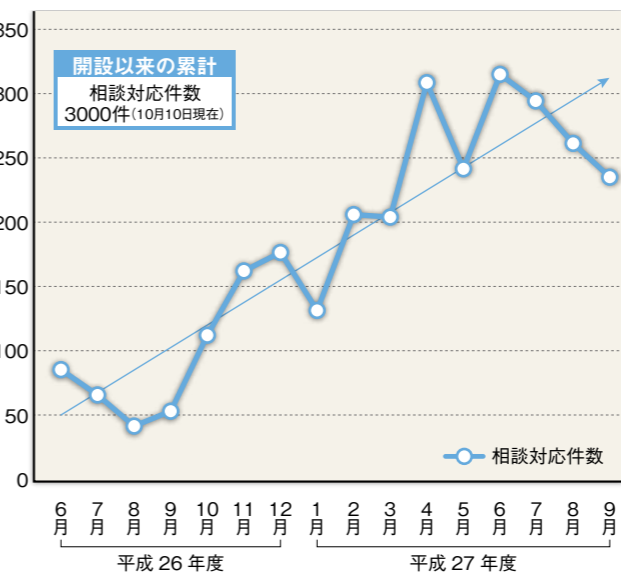
中小企業・小規模事業者ワンストップ総合支援事業 奈良県よろず支援拠点

昨年6月に全国一斉にスタートしたよろず支援拠点。これまでの活動実績と今後の計画を、松村コーディネーターに伺います。

開設一周年セミナーでの支援事例紹介の様子

これまでの相談実績

昨年6月による支援拠点が発足して、1年4カ月余りが経過しました。その間、3000件を超える経営相談がありました。6月2日の「開設一周年セミナー」では、企業と支援機関の代表者3組にご登壇いただき、当拠点の支援事例についてお話をさせていただきました。今年度は昨年度と比較して相談件数が2倍以上に増加しており、よろず支援拠点の活動の認知度が高まり、支援効果が認められてきたと実感しています。今年度の相談内容の内訳は「売上拡大」が全体の5



割以上を占めています。また、「創業」が1/4を占めており、この傾向は昨年とほとんど変わらず、依然としてたくさんの方の創業予定の方が相談に来られています。入居施設の提供や補助金など県や各市町村の創業予定者への支援制度の充実が図られており、創業の相談は

また、金融機関や商工会議所・商工会と連携して合同相談会の開催頻度を上げ、取引先企業や会員企業の皆様へきめ細かな支援を行っています。



奈良県産業会館での中南和出張相談会



奈良中央信用金庫様との合同相談会

自治体との連携強化

明日香村役場とは共催でASUCOMEチャレンジショップの入居者に対して、創業後フォローを継続的に行っていきます。

また、香芝市役所からは特定創業支援事業者を委託されており、創業予定者に対して事業計画のブラッシュアップ、各種補助金申請時の助言、創業に至るまでのステップのアドバイスなどを行っています。県内では多くの市町村が創業支援事業計画の認定取得を進めており、今後同様の支援を各自治体と実施していきます。

セミナーや勉強会の開催

昨年度から開催している「大規模セミナー」を今年度も3回開催します。大規模セミナーでは事業者の成功事例をはじめとして、参加者の方へ最新のトピックスを提供します。7月14日には「第4回売上拡大セミナー」をホテル日航奈良で開催しました。「地域資源活用」をテーマとして先進企業2社の経営者から講演をいただき、事業者や支援機関担当者など二〇名の方に参加いただきました。さらに、10月20日には「海

外展開」をテーマとして「第5回売上拡大セミナー」を開催し、一〇名の参加者がありました。今後の売上拡大セミナーの予定は次の通りです。

- 第6回売上拡大セミナー 平成28年2月3日(水) テーマ 未定

この他に今年度は「小規模セミナー」を開催しています。本セミナーでは、事業者にとって身近ですぐに使える情報やノウハウを提供します。

8月22日(土)には奈良県文化会館において奈良県信用保証協会様と合同で「創業セミナー」を開催しました。当日は創業者や金融機関などから30名の参加があり、「創業の現状と創業への準備」についての講演の後、参加者同士で事業に掛ける想いなど、熱心なディスカッションが繰り広げられました。

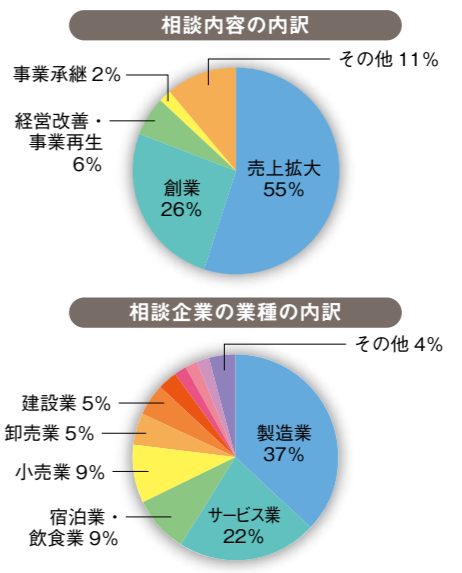
10月9日には日本政策金融公庫奈良支店様と合同で「女性活躍推進セミナー」を開催しました。

更に、支援機関向けセミナーや勉強会などを開催しています。専門の士業の方やよろず拠点からノウハウを提供します。7月29日には奈良県産業振興総合センターのイベントホールにて、近畿税理士会様と「税理士の活用とマイナンバー制度」についてセミナーを開催し、支援機関担当者など20名の参加がありました。この後の予定は、11月下旬に日本弁理士会近畿支部様と知的財産の有効活用をテーマにセミナーを開催いたします。



第4回売上拡大セミナーの講演の様子

今後さらに増加する考えられます。相談企業の業種の内訳は、「製造業」が1/3を、「サービス業」と「宿泊業・飲食業」を合わせたものが1/3を占めています。続いて「小売業」「卸売業」となっています。



今年度の目標と体制

今年度の当拠点の活動目標は、次のとおりです。
 ・より良い相談対応を目指す。
 ・相談しやすい体制をつくる。
 ・小規模事業者のフォローアップを徹底する。
 その実現のために、今年度からメンバーを更に2名増員し、コーディネーター、サブコーディネーター合わせて9名で対応にあたっています。

出張相談会の拡充

今年の2月から大和高田市の奈良県産業会館で「中南和相談会」をスタートさせました。現在は毎月第1、3金曜日と第2、4水曜日に開催していますが、今後は開催頻度の増加を検討し、中南和地域の事業者の皆様への利便性向上を更に図ってまいります。



創業セミナーの開催



女性活躍推進セミナーの開催

最後に、事業者の皆様へ

経営の悩みごとがあれば、何でもお気軽に、当拠点までご相談ください。事業者の皆様にとって身近で頼れる存在として広く知ってもらえるように、努力してまいります。

奈良県よろず支援拠点では、創業や経営上のあらゆるご相談に対応します。まずはご連絡ください。

0742-81-3840 | n-yorozu@nara-sangyoshinko.or.jp
<http://www.nara-sangyoshinko.or.jp/n-yorozu/n-yorozu01.html>
 facebook | 奈良県よろず支援拠点

県内企業の販路拡大支援等の事業紹介について

奈良県産業振興総合センター



東京国際ギフトショー春2015「奈良ブース」外観



東京国際ギフトショー春2015「奈良ブース」で商談中

そこで、国内で開催される著名な国際見本市への出展を支援することで、大都市圏への販路拡大や大手企業等からの受注獲得、新事業展開を目指しています。
具体的には、平成24年度から「東京国際ギフトショー春展」へ奈良ブースとして出展をしています。

②「奈良の逸品売り込み逆商談会」の開催

県内企業が販路拡大を行うには、大都市圏における百貨店、スーパー等との新規取引が不可欠であり、自社製品の見本市での展示による新規顧客獲得支援だけでは不十分な状況にあります。そこで、百貨店やスーパー等の仕入れ担当者（バイヤー）が出展者となり、そこへ新規取引を希望する企業が来場して自社商品売り込む「逆見本市」形式の商談会を実施することにより、県内企業の直接商談の機会を増やす取り組みを行っています。

海外販路拡大支援事業について

①「NY NOW(旧 ニューヨーク国際ギフトフェア)」への出展支援

「海外見本市単独出展への支援」
します。

- 県内企業が単独で一定の要件を満たす海外見本市へ出展する場合の経費（小間代）を支援
- 「販売拠点の立ち上げに向けた支援」
● 県内に事業所を置きつつ、現地で販売の拠点を立ち上げようとする企業を対象に、一定の条件のもと、マーケティング調査やテスト販売に要する経費を支援

以上、県内企業の国内・海外販路拡大支援の各種事業を紹介しました。（本年度の募集を終了している事業があります。）
今後も販路開拓に積極的に取り組もうとする企業の皆様に全力で支援、応援してまいります。

詳細については、奈良県産業振興総合センター 創業・経営支援部 経営支援課までお問い合わせください。（電話番号 0742-1331-0817）

国内販路拡大支援事業について

①「東京国際ギフトショー」への出展支援

県内企業の多くは、優れた商品を有するものの、その販路の獲得に苦慮している企業が多数存在します。

「ア」へ奈良県単独の出展で「奈良ブース」を設け、NARAを全面に露出し、県産品のPRを図るとともに、「NARA」の認知度向上、浸透も図っているところです。

②「海外進出促進事業」の実施

奈良の産業興しのため、域外交渉力を強化し、域外取引の赤字体質を脱却することが喫緊の課題となっています。そこで、今年度から、海外への販路拡大において更なるステップアップを目指すとする中小企業を応援するため、企業が単独で行う海外販路開拓の取組に対しても支援を実施することとしました。

次のとおり、2つのメニューにより支援を実施



奈良の逸品売上逆商談会（奈良イチ押し商品大商談会 in 奈良）



上下：NY NOW 2015「奈良ブース」



【こと京都株式会社】

京都市伏見区で、葱加工から出る廃棄物を発酵させた堆肥をはじめ、有機肥料を中心に栽培する循環農業を行い、安全で安心な京の伝統野菜九条葱を生産されています。また加工工場では、伏見の名水で葱を洗浄し、バック包装は、全自動の機械で行い、菌の繁殖を防ぐ環境作りに力をいれられています。生産から加工まで106名が携わっております。こうしたことから、平成25年度には、第1回六次産業化シンポジウムで農林水産大臣賞をはじめ、数々の賞を受賞され、マスコミにもたびたび取り上げられています。



こと京都株式会社の加工風景

【HILLTOP株式会社】

1961年「山本鉄工所」として、わずか従業員3名で創業され、現在は宇治市において80名で量産品中心の生産からアルミに特化した多品種・単品・24時間無人加工を実現されています。また3次元モデルの作成から、3Dデータの受け入れなど、加工環境を整え、高精度な機械加工を可能として、常に最適・最短の工程を構築するなど先進的な取り組みを行い、中国・アメリカにも進出されています。



HILLTOP株式会社の視察風景

県外先進的取組企業現地視察

先進的な取組み及び独自の創意工夫を行っている県外企業を視察し、企業の方から直接話を聞き、現場の様子を見ていただく、「県外先進的取組企業視察」を実施しました。視察先は京都の、こと京都株式会社とHILLTOP株式会社の二社で、十六名参加していただきました。

見を聞くことができ良かった「グループの中でコミュニケーションを取ることができたのは良かった」との声が、アンケートにありました。今回のセミナーを通じて、異業種間の交流の場が広がればと考えています。

参加者の皆様は、先進的取組及び独自の創意工夫をされている二社が、どのようなプロセスで現在に至ったのか、自社の事業のヒントになるものはないかと、非常に興味をもって視察されていました。

こと京都株式会社は「九条葱という野菜でも切り方一つで別商品になるヒントを得た」「特化する事の大切さが分かりました」などの参加者の感想をいただきました。一つの商品に特化し、とことん深掘り新しい加工商品を開発する。その結果他社に真似ができない強みができ、企業を育てるということに結びついたと考えます。また、環境・安全に配慮した事業を徹底して行った結果が、六次産業化シンポジウムで農林水産大臣賞の受賞に結びついたものと考えます。

HILLTOP株式会社では、「働いている方が皆いきいきとしているのを感じて、本当に驚きました」「社員教育のレベルの高さを感じました」「人を育てる大切さを知りました」など人材育成に関する感想が参加者の方から多く聞かれました。若い世代の方にも役割を与えたり、ジョブローテーションにより新しい知識を取り入れたり、社員のモチベーションを上げ続ける努力をされています。そうしたことからアルミに特化した多品種・単品・24時間無人加工を実現されたものと考えます。

県外先進的取組企業視察については、約八割近い参加者の方から、大いに満足し大変有意義だったとの声をいただきました。

中小企業若手経営者
事業拡大支援事業

中小企業若手経営者事業拡大支援事業は、中小企業の次代を担う若手経営者や後継者を対象にセミナーの開催等〔表1〕の活動を通じて、経営者・後継者の人材育成に取り組み、企業の事業継続や事業拡大を支援することを目的としています

若手経営者育成セミナー（H27.5月）

【表1】中小企業若手経営者事業拡大支援事業

取組内容	主な内容
若手経営者育成セミナーの開催 (平成27年5月20日から5回開催)	中小企業の若手経営者等を対象とした、経営理念・経営計画、人事・労務等のセミナーの開催
県外先進的取組企業視察の実施 (平成27年7月22日)	中小企業の若手経営者等が、企業経営の参考となるような、県外のものづくり企業等の視察
海外進出セミナーの実施 (平成27年9月2日)	中小企業の若手経営者等を対象に、東南アジアにおける海外販路開拓・生産委託先開拓等の海外展開を支援するためのセミナーの開催
ベトナム進出企業現地視察の実施 (平成27年10月21日～24日)	中小企業の若手経営者等で構成する視察団によるベトナムの日系進出企業等の視察
東京ギフトショー視察の実施 (平成28年2月3日～4日(予定))	東京で開催される国内最大級の「東京国際ギフト・ショー」の視察

若手経営者育成セミナー

若手経営者育成セミナーは、経営理念・経営計画、リスクマネジメント、人事・労務対策等、経営者として知っておきたい不可欠な五つのテーマについて、それぞれの専門アドバイザーが講師を務め、事例を交えながら学んでいただくため、表2のとおり五回開催しており、セミナーには八十一名の参加申込がありました。

受講生の皆様は、具体的な実践例を交えた講義を自社で生かそうと、熱心に耳を傾けておられました。「経営理念の大切さを実感しました」「自分で計算する作業

【表2】若手経営者育成セミナー概要

日時	テーマ	主な内容
第1回 平成27年 5月20日(水)	経営理念・経営計画を知る	・経営理念を全社的に浸透させるために、何をすべきか？ ・理念経営を実践し、成功している企業の事例 ・社員のやる気を引き出し、金融機関と良好な関係を築くための経営計画
第2回 平成27年 6月17日(水)	税制改正と企業の財務・会計を知る	・経営者が知っておきたい税制改正のポイント ・経営者が知っておきたい制度会計・管理会計のツボ ・財務分析による自社の強み・弱みを把握
第3回 平成27年 9月9日(水)	リスクマネジメントを知る	・企業を取り巻くリスクとリスクマネジメントの必要性 ・リスクマップについて(リスクの洗い出し・分析・評価手法) ・緊急時における対応の要点
第4回 平成27年 11月11日(水)	勝ち抜く企業の社員採用と育成を知る	・効果が上がる人材採用方法の実例 ・求人票の書き方や求人広告サイトの活用方法 ・人材育成の具体策(社員向け接遇研修のデモ)
第5回 平成28年 1月20日(水)	勝ち抜く人事労務を知る	・会社をトラブルから守る就業規則改定のポイント ・こんなに怖い労務トラブルの実態 ・社員のやる気を引き出す人事評価・賃金体系の考え方

講師：三井住友海上経営サポートセンターアドバイザー他

もあり大変参考になりました」などの感想をいただきました。今まで実施した三回のセミナーの中で、特に反響が大きかったのは、「リスクマネジメントを知る」のセミナーでのグループワークでした。日常的に起こりそうなリスク事例を、業種を問わず八十九名のグループで討議し、意見を交換した後、各グループの代表者が結果発表をするかたちで進めました。

グループワークを通じて「いろんな業種の方から意

中小企業・小規模事業者の皆さまへ

皆さまの経営をサポートする取組みをご紹介します

平成27年度
休日・夜間 総合相談窓口のご案内

相談無料

開催時間	開催日	
	休日	夜間
9:00~17:00	17:00~19:00	
10月	18日(日)	8日(木) 22日(木)
11月	15日(日)	12日(木) 26日(木)
12月	20日(日)	10日(木) 24日(木)
1月	17日(日)	14日(木) 28日(木)
2月	21日(日)	10日(水) 25日(木)
3月	20日(日)	10日(木) 24日(木)

相談内容	創業に関するご相談(創業計画の作成方法) 経営課題に関するご相談・金融相談 など	
開催場所	本店	奈良市法蓮町163-2
	高田支店	大和高田市幸町2-33(奈良県産業会館内)

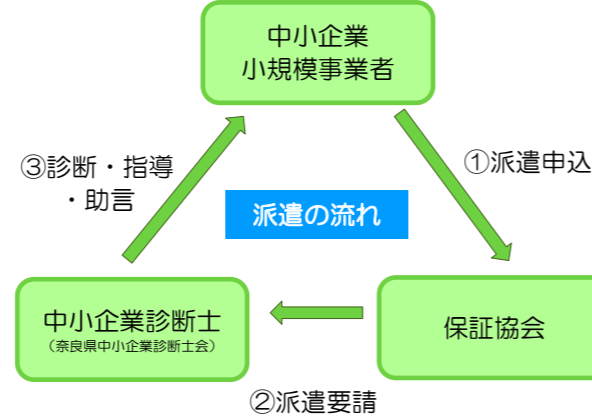
相談会は**事前申込制**とさせていただきます。
HPに掲載しております、「休日・夜間相談申込書」を
FAXにてご提出ください。

平成27年度
なら専門家派遣サポート事業について

当協会をご利用いただいている皆さまが抱える
各種課題に対して、専門的な知識と経験を有する
中小企業診断士を派遣し、課題解決を図
ります。

※別途支援で改善が図れる場合など、ご相談の内容によっては、
専門家派遣が認められない場合もあります。

8回までの
派遣費用を当協会が全額負担
(利用者負担なし)



企業とともに未来を拓く
奈良県信用保証協会
奈良市法蓮町163-2

【お問い合わせ先】
企画部 企画情報課

TEL: 0742-33-0548
FAX: 0742-33-6606

【ホームページ】

http://www.nara-cgc.or.jp



奈良県信用保証協会 検索

地元中小企業のみなさまの
いちばんのサポーターでありたい

事業資金、各種助成金制度等
のご相談は、ぜひ「**ちゅうしん**」へ

奈良中央信用金庫

〒636-0398 磯城郡田原本町132-10
TEL: 0744-33-3311(代) FAX: 0744-33-3081
URL: http://www.narachuo-shinkinbank.co.jp

地域金融機関としての使命を
果たすべく「**つなぐ力**」の
発揮により、地域経済の
活性化に取り組んでいます。

大和信用金庫

本店: 奈良県桜井市桜井 281-11
TEL: 0744-42-9001
URL: http://www.yamato-shinkin.co.jp



「やましん」は元気！をモットーに、
地域経済の発展に尽くします。

事業資金のご相談なら!
中小企業を応援する!!

ならしんへ!

※詳しくは窓口または担当者までお問い合わせ下さい。

奈良信用金庫

本店: 大和郡山市南郡山町529番地の6
TEL: 0743-54-3111
URL: http://www.narashin.co.jp



〈ナント〉 ものづくり元気企業 マッチングフェア2015

見つけよう! 新たなパートナー!! ~ さらなる飛躍に向けて ~

入場 無料



日程

2015 12.2 (水)
10:00~17:00<1日開催>

場所

ナレッジキャピタル
コングレコンベンションセンター
(グランフロント大阪北館地下2階)

<後援>
近畿経済産業局、奈良県、大阪府、中小機構近畿
(公財)奈良県地域産業振興センター
奈良県商工会議所連合会、奈良県商工会連合会
奈良県中小企業団体中央会、(一社)奈良経済産業協会
大阪商工会議所、東大阪商工会議所、八尾商工会議所
(公財)大阪産業振興機構、(公財)京都産業21
(独)日本貿易振興機構(ジェトロ)大阪本部
(公財)関西文化学術研究都市推進機構

中小機構 主催 ベトナム CEO商談会&セミナー

日本の中小企業との業務提携や日本の中小企業の技術や製品の取扱いを希望している、ベトナム企業22社の企業経営者との商談会を開催

■別途参加手続要

**ものづくりB2B
ネットワーク商談会**

主催 大阪府商工労働部
ものづくりB2Bネットワーク事務局

■別途参加手続要

**リンカーズ
本気のビジネス商談会**

主催 リンカーズ株、南部銀行

■別途参加手続要

公設試シーズ発表会

主催 近畿経済産業局

■別途参加手続要

**オープンイノベーション
技術マッチング説明会**

主催 (公財)大阪産業振興機構

奈良の木体験コーナー

主催 南部銀行

金属製品・部品

繊維・生活関連

ものづくり関連システム(IT)

産業機械、電気機械、器具

ヘルスケア

化学、合成樹脂、紙、印刷

環境

ナント・なら・ずっと!
<主催>  **南都銀行** <協力> (一財)南都経済研究所

<お問い合わせ>
株式会社南都銀行バリュー開発部
(ナント)ものづくり元気企業マッチングプロジェクト事務局
〒630-8677 奈良市橋本町16
TEL. 0742-27-1558 FAX. 0742-27-8815

ご相談は地域産業振興センターへ

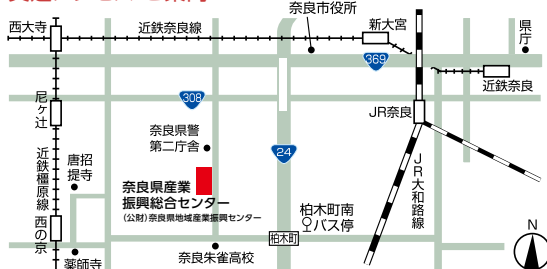
公益財団法人 奈良県地域産業振興センター

〒630-8031 奈良県奈良市柏木町 129-1

TEL 0742-36-8312 FAX 0742-36-4010

URL <http://www.nara-sangyoshinko.or.jp/>

交通アクセス ご案内



- 電車：近鉄橿原線、西の京駅下車、東へ徒歩20分
- バス：近鉄奈良駅より窓の窪町行乗車12分柏木町南バス停下車西へ徒歩5分
- 自動車：国道24号柏木町交差点を西折、1つ目の信号を右折