

インタビュー

『チャンスの神様には前髪しかない』ので、

迷ったら一旦やってみる。

常磐精工株式会社 代表取締役

喜井 翔太郎 Shotaro Kii

#Seize the fortune by the forelock.



3代にわたる看板製造業の会社のアトツギである喜井翔太郎さん。看板をつくる技術を転換し、普段は看板として活用しながら緊急事態には車いすや担架としても使用できる製品、救護器具兼用看板「サポートサイン」を立ち上げました。喜井さんは「自分が作ったものが売れるというものづくりの楽しさを、みんなにも体験してもらいたい」と語ります。新商品を作り上げるまでの喜井さんの思いを取材しました。

1. 生産管理システムの導入をきっかけに常磐精工に入社

家業に関わろうという意識は幼少期からお持ちでしたか。

そうですね。私の場合は長男で、会社の規模もそこまで大きくなく家族経営だったので、どこかのタイミングで自分が継がないと会社がなくなるという意識はありました。

大学卒業後、兵庫の建設機械を作っている会社に2年だけ勤めていて、そこから常磐精工に移りました。

どこかのタイミングで家業に戻る意思はあったんですが、何年で戻ると決めていたわけではなかったです。2年になった理由は、当時会社に生産管理システムを導入したいという流れになったことがきっかけです。父はあまりデジタルなことが得意ではなかったのですが、私が前職で生産管理や生産技術も経験していたので、戻ってきたという感じです。

2. 経営資産に対する衝突を実績によって突破

新しいことを始めようとした時に、先代や先輩社員の方から反発をされることはなかったですか。

まず、生産管理システムを入れたことによって、当時の工場長の采配権をシステムが全部奪ってしまった結果になりました。そこで工場長が退職し、工場長と関係の深かった従業員もたくさん退職して、一時的にすごく社員数が少なくなった時期があったんです。そこから採用をして、現場も若いスタッフが増えたので、そういう意味では先輩社員がいない状態で新規事業に取り組みましたね。

代表との衝突はもちろんありますが、ストレッチャーになる看板は、元々父が構想していたことだったんです。開発が2016年で私が家業に戻って1年後くらいですが、そういうことを私の入社前から考えていたみたいでした。形にしていくにあたって大学の専門家に相談しに行って、当然ながらストレッチャーを作った経験はなかったので、法律的なところも含めて「何をしたらストレッチャーとして呼んでいいのか、売っていいのか」を調べました。補助金を取ったり、大学との共同開発を進めていくのは、私がやっていました。それは父が元々構想してたこともあり、どちらかというとながアシストする形になったので、全然ぶつかることはなかったです。

ただ、経営資産にコストをかける時はよく衝突していました。

2020年ぐらいにリブランディングをかけて、ロゴを入れ替えたり、カタログを作り直したり、ホームページに2回目の作り直しをした時がありました。町工場の感覚では無形資産に対するコストをかけることがあまりなくて、例えば設備投資に500万円はオッケーでも、カタログやロゴデザインを作るのに200万円は「それはおかしい」という話になるんですよね。

どうやって折り合いをつけたのですか。

もちろん説得もしますし、これがどれだけ必要かという話もします。

展示会で新しいデザインのロゴを出すと、業界から評価を受けて、見方が変わってくる。町工場からメーカーになってきたと思ってもらえるような効果が生まれたら、次はもう少しハードルが下がるような印象です。実績を積むしかないのです。

「サポートサイン」の開発では他の方を巻き込んだというお話がありましたが、どう進めていったのですか。

防災看板に関しては、ストレッチャーになる看板を作りたいという考えがあって、コラボというよりは常磐精工から大学に共同研究の発注をしたんですよね。

商品開発や新規事業開発において、他社との協業やコラボが今まで以上に大事になるだろうと感じています。社会のスピードが早くなっているのに、リソースの少ない中小企業、零細企業が、自分のリソースだけで追いつけるわけないと思っているんですよ。ではどうするかというと、社外のリソースをどれだけ自社に向けてもらうか、どう掛け算していくかがすごく大事だと思っています。コラボを積極的に受け入れたり人材の面でも副業人材や社外の方をアドバイザーとして迎え入れたりして、いわゆるオープンな会社にしていくことが生き残る道として大事だと思っているので、積極的に取り組んでいます。

3. 変わっていないことは、自社で作ったものを売ること



先代から受け継いでいる考え方や変わっていないことはありますか。

先代からずっとものづくりの会社なので、ものづくりや製造に対する強い自負はありました。

例えばよく他の経営者さんから言われるのは、これだけスタンド看板メーカーで立て看板に関しては日本で1番くらいたくさん作っているので、「自社の商品だけじゃないものを仕入れて売って利益を出せばいい」という話は言われます。それをしない理由は、それで多くの金額を儲けるよりも、現場で働いている社員に還元したい思いが強いからです。自社工場で作ったものを売るという基本方針は変えずに、作っているものを少しずつ変えていく感じです。

4. 商品開発はみんなのできる場を

印象的だった成功の瞬間はありますか。

父の若いうちに引退したいという思いは昔から聞いていて、3年ぐらい前から、事業承継に向けてやらなければいけないことを始めていきました。その中で、私が家業を引き継ぐにあたって本当にしたいことはなにかを考えた時に、今までの常磐精工の経営者はアイデアマンで、自分で商品を考えてきた人間だったんです。私はアイデアをたくさん出すよりも、ものづくりの1番の醍醐味である、自分で考えたアイデアが形になって世に出ていく感覚を他の人に体験してもらう場を作る方がいいなと思いました。

それで製品開発プラットフォームを立ち上げて、社内やインターンシップで来ている学生に新商品のアイディアを考えてもらって、それを紹介するコレクションサイトに掲載し一般に公開しました。SNSのように、社外の方がいいねが押せるようになっていて、それを見てアウトドアテーブルが製品化していったこともあります。製品化まで至らなくても、「それが作れるならこういうの作って」という感じで、看板じゃないものの注文に繋がったり。中小企業だったらそういったみんなができる場を作ることができるし、少しずつだけど好転していている感覚はすごくいいと思っています。

5. 既存事業と新規事業、どちらも戦略的に

今後の事業展開をどう考えているのか、教えていただきたいです。

まず、既存事業の看板製造業に関しても、まだまだ伸ばしていきたいと思っています。今は全国シェアが10パーセントぐらいですが、これを25パーセントぐらいまで持っていきたいです。スタンド看板は業界としては少しずつシュリンクしていて、その中で売り上げを伸ばそうと思うとシェアを取らないといけません。なのでシェア取りとして25パーセントという数値を目標に、4台のうち1台はうちの商品くらいのシェアを取りたいと思っています。

そのための戦略としては、自社工場を持っている強みを活かして、売れ筋じゃないニッチなサイズの商品も多く作っています。例えば、よく町で見かける立て看板はA1の縦の大きさ

なんです。それが1番台数は出るんですが競合も多く、海外の安い商品もA1の縦の紙を入れる看板がいっぱいあります。もちろんそこはシェアを取っていく中でも大事なのですが、一方でそれ以外の横長や違うサイズの看板などは、ニーズがないから海外製品がないんです。そこを僕らがやっていくと、マクロのシェアじゃないけどそこは取っていける。看板は1回買ったらなかなか買い替えを検討するものでもないと思うので、以前に購入したところで再注文することが多いです。なので、看板を買う人生を歩んでいる人にとってのファースト看板をうちの看板にしていくことが大事なんです。それが例えばA1縦じゃなかったりもしますよね。変わったサイズがファーストタッチで、次にメジャーなサイズを買おうと思っても、多分うちで買ってくれるんです。もしかしたらもっと安いところで買われることもあるかもしれませんが、そこは商品品質で差別化して、戻ってきてくれると信じているので。ファースト看板をどれだけラインナップを増やすかが大事なので、ニッチな種類などを広げていっています。

一方でもっと中長期的な目線では、僕らは看板を作って売っていますが、看板を作るときに使うアルミのフレームも自分たちで断面設計したオリジナルのフレームです。フレームを買ってきて看板の形にして売るのではなく、断面を自分たちで設計してフレームを作って、それを使って看板以外の商品を作っています。フレームを使って看板じゃないものの試作開発に挑戦して、アウトドアテーブルを作ったり、ぶら下がり健康器を作ったりしています。商品が売れることも、それで社名の認知度が上がることもあればいいと思います。サプライヤーから見た時に、名もない中小企業のテーブルがどんなにいい商品だったとしても、そのためだけにわざわざそこと契約はしないと思う。単発で終わらず業界の商品を出し続けないと新規の業界に進出できないとすると、地の利を活かさないといけないと思っています。

そのために、実際の商品開発、試作開発を一緒にやっていきましょう、1台からやりますというサービスを始めているんです。大阪府の堺市で新大阪から1時間ぐらいのところに工場があるので。1台から試作開発を僕らと一緒にして行って、実際に来て見て触ってもらって、一緒に商品を作ることをビジネスにしていければと今やりかけているところです。

6. チャンスの神様には前髪しかない



他のアトツギの方に向けて何かメッセージをお願いします。

色々なイベントに行った中で、温度感的に「まだ大丈夫かな」と思っているアトツギの方がいらっしゃると思うんです。既存事業が順調で向こう3、40年続けられるならそれが1番幸せだと思いますが、今世の中が動いてきている中で、成長軌道の市場で順調に売り上げを伸ばしていけるアトツギの方はそうないかなと思っています。なら、僕は元気なうちから新しいことにチャレンジしていくのが大事なかなと思っています。

チャンスの神様には前髪しかないという言葉は僕は気に入っていて、それって「チャンスは今この瞬間にあるだけで、ちょっと尻込みしたら後ろ髪はないので後から掴むことは絶対できない、前髪は前から掴むことしかできない」という意味ですよね。僕はそれを大事にしていって、今やるかやらないかを迷った時に一旦やってみることを大事にしています。なにかやろうと思ったらもうすでに体力的にも厳しくなったりするので、世の中の流れと自分のリソースとやりたいことがうまく重なる時があれば、直近の問題がなくてもどんどん積極的にやっていった方がいいんじゃないかと思っています。