

ブランド力で勝負する関西企業の強さ」

三和研磨工業株式会社

ユニークな製品で価値創造
— 顧客に密着したものづくり —

講演者 **竹ノ内 壯太郎 氏** [代表取締役社長]

PROFILE

1954年京都生まれ。1978年京都大学工学部機械系学科卒業後、大手自動車メーカーを経て、1982年三和研磨工業株式会社入社。海外マーケティングを主に担当後、1992年より現職。同社は砥石、ダイヤモンド工具の開発・製造・販売を手がけ、2009年度経済産業省「明日の日本を支える元気なものづくり300社」に認定された。2010年、創立60周年を迎えた。子会社として、京都薄膜材料研究所、三和特殊材料(中国・大連)、SKE(ドイツ・バイエルン州)などがある。



1949年、大阪市都島区にて創業。54年に本社を京都府宇治市に移転し、社名を三和研磨工業としました。現在の従業員数は118名です。ニッチな市場に密着した独自性の高い商品は、研磨業界から非常に高い評価を得ています。バンクーバー五輪では、スピードスケート日本代表にその砥石が採用され、話題になりました。

いかに小さな市場でも顧客ニーズに対応

われわれ三和研磨工業は、石材や金属を研磨する砥石やダイヤモンド工具を製造している会社です。もともとスポーツ用の製品は扱っていませんが、知人からスケート用の工具を作ってくれないかと依頼されたのが、エッジ加工用ダイヤモンド工具「ブレードシャープナー」開発のきっかけになりました。それをスピードスケートの清水宏保選手が使用し、世界記録を樹立したことをきっかけに注目が集まりました。さらに今年2月のバンクーバー五輪の日本代表にも採用され、テレビや新聞などの多数のメディアに取り上げられました。

事業分野は主力の石材・金属加工や蒸着に加え、今ではスポーツ、伝統工芸など多岐にわたります。人の役に立つのであれば小さな市

場でも製品を提供する。そうすることで、お客様に貢献していければと考えています。



バンクーバー五輪でスピードスケート日本代表に採用された「ブレードシャープナー」

国内で培った技術をもとに「石の本場」で事業展開

日本の石材加工業界は成熟した市場です。この分野でより一層の事業拡大を図るには、海外の需要を積極的に獲得していく必要があります。当社では20年以上前から、インドやヨーロッパといった高度な石文化を持った海外市場へ進出し、今では売り上げの30%ほどを輸出が占めています。

海外展開のポイントは二つ。一つ目は、「技術に詳しい営業」と、「顧客のところに外向いていける技術者」をいかに育てるか。海外に目を向けると、より多様なお客様のニーズに対応しなければなりません。そのためには、営業には技術の知識が、技術者には

営業スキルが一層求められます。

二つ目は、生産性の向上。情報共有など業務の効率化を常に意識するため、工具棚の整理、毎朝の掃除など、ものづくりの原点とも言える5S、つまり「整理・整頓・清掃・清潔」を私も含めた全社員で実践しています。

社員という財産を手に関西ブランドを世界へ発信

冒頭では五輪などの華やかな話をしましたが、実際の現場は泥臭い、地道な作業の積み重ねです。そして、それを支えているのは社員たち。メーカーはよく「人・物・金・情報」が経営資源と言われますが、本当の経営資源は「人」に尽きると考えています。社員という財産を大切に、支え合いながら、これからも関西発のブランドを世界へ発信していければと思います。

竹ノ内社長に質問

技術ブランドを磨く上で、最も重要なことは？

当社にしかできないユニークな製品をつくり、それを継続していくこと。その中で、社員やブランドが磨かれていくのだと思います。