



力なさいということ。また大東市には障がい者支援事業所が20以上ありますが、そこで作られた豆腐やお菓子を障がい者の方にうちの駐車場で売ってもらったり、社員とも交流してもらったりしています。彼らは礼儀正しく挨拶してくれますし、こういうことをきっかけに社員の意識や人間力が高まればと考えています。

ものづくり企業に欠かせない、 技術の修得と継承。

——山中さんや川原さんの会社は技能検定に挑戦されていますね。

川原 先代は「見て覚えるもの」という、昔ながらの職人気質の人たちに囲まれてやってきました。しかし、いつまでも個人の技量に任せるのは限界があります。次のステップに進むためにも、マイスターを招いたり、技能検定試験の勉強をすることが必要だと考えました。

山中 技能検定試験は全社員に義務づけています。その甲斐あって当社では、社員の2人に1人が金属ばね製造技能士です。社員数からすると技能士の割合がとても高い会社と言えるかもしれません。毎年試験に挑戦させ、将来的には事務職の社員も含めて資格取得100%を目指しています。技能検定の試験用紙は持ち帰れないので、問題を暗記して帰って問題を作ったり、ベテランが若手に教えてくれたりしています。



——現場における技術継承に関してはいかがですか。

山中 金属ばね作りでは製品に合わせて、自分たちで道具

を作ります。製造工程の中でも、完成度を左右するカギとなるのがこの「治具」の精度です。線材の難加工を可能にするノウハウが詰まった治具があってこそ、多種多様なばねは生まれますが、これはマニュアル化できない。感覚なんです。当社の最高齢は80歳ですが、この熟練職人から22～23歳の若手へ、「見て習わせる」まずやって見せて、一緒に治具作りをする、の繰り返し。技能継承がそうやってできてきていると感じています。

川原 技能継承は大切ですよ。会社として、ものづくりの根幹となるものはあっても、細部までのマニュアル化ができていないので、人によってやり方が違っていました。そこで、社員間のレベルをフラットにするために、ほぼ毎日朝礼の時間を使って、電気の知識やハンダの方法、計測器の使い方など技術面のことについて会長が社員に対して研修会を開いています。今後はマイスターの方に来ていただき技能検定を目指して勉強会をします。また、現在従業員は50名ですが、若くて30代前半～40代で、その上が団塊世代と間が空いています。技術の継承を考えると、今後は20代の若い人を採用していきたいと思えます。

——企画力、技術力はもちろんですが、社員の顧客への営業・提案力アップための取り組みはされていますか？

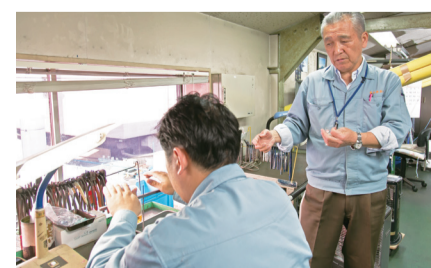
川原 うちの職人気質が強く、コミュニケーションが苦手な人が多いです。営業は基本的に私がおこなっており、社員は技術職と製造職だけなのですが、当社の場合は個別仕様に基づくオーダー品を製造するため、技術職の社員が相手先の設置場所を見て顧客に製品のアイデア等を提案します。ですから提案力の強化は課題のひとつですね。
青山 毎月第4金曜日は、商品会議にはほぼ半日を費やします。この会議では社員によるプレゼンもおこなっています。ここでは顧問から容赦ない質問が飛びます(笑)。「こういった時にはどんなデータが必要なのか、どういう応答を

すべきなのか」を、会長以下私や役員も全員で勉強している状況です。

山中 当社も技術系の営業マン。ものづくりをする人間が商品の良さをダイレクトに伝える必要があるため、ものづくり力が営業に直結する仕事です。私たちは地域の学校などからの見学会の受け入れを頻繁におこなっており、その時には当社の事業や製品について若手に説明させています。商品開発のプレゼンとはレベルが違いますが、これによって「伝えたいことをどう言えば伝わるか」という経験を積ませています。



サンバックの商品開発アイデア会議



山中社長自ら行う技術指導