



北村 そうですね。ガラス会社と一緒に開発したヒーターを、自動車のガラスの熱処理に使ってもらえて。そこからフラットパネルの熱処理へと広がっています。きっかけは展示会です。そこから4年に一度の展示会に向けて、新しい知識と技術を集結させ、社内コンペもおこなっています。

中川 私が会社を引き継いだ年にリーマンショックが起こり、暗中模索のスタートでした。そこで注力したのが技術の底上げと社員教育。ここ10年で厳しい体質の会社が変わったと思います。また100周年を迎えるにあたり、社内ミュージアムの整備や、BtoC事業への挑戦、社歌の制作などの社内改革を推し進めました。



——最近ものづくり企業でも、社歌はブームですね。

中川 「中川鉄工のうた」「中川鉄工スピリッツ〜次の100年への道るべ〜」の2曲を、シンガーソングライターの前田博行さんにつけていただきました。私たちの仕事は若手の技術者がいないと次の時代に進めない。彼らに強い心を持ってもらうために社歌をつかって、社員教育につなげています。

原 2008年9月入社なので、僕もリーマンショックとともにスタートしました。すぐ影響は出なかったのですが、じわじわ売上が下がってきて。だから最初の仕事は社員一人ひとりに「週休4日」を告げること。ありがたいことに翌年2月には、大手ガラスメーカーからまとまった仕事が入りましたが。

北村 そんなものですね。不思議な話ですが、転換期には助けてくれる人が出てくる。顧客、協力会社、社員に近所の人まで。

——そのような縁は、どうやってつかめばいいのでしょうか。

北村 それは運ですね(笑)。その運をつかめるかどうかが大事。それは日頃の努力や、理念に基づいた姿勢がものをいいます。

中川 たしかに長く続けていると必ず浮き沈みがある。ある会社からの仕事がゼロになったときに、自分たちを引っ張り上げてくれる別の会社と出会えた。それは社員が自主的に残業して、最高の技術をPRできる素晴らしい製品をつくってくれて、展示会で発表したからこそ、先ほどの出会いがあった。今振り返ると、社員の意識が変わることで運を引き寄せられたのかなと思います。

大胆な革新こそ、長寿企業に必要なもの。

——北村さんの会社はメインとなる商品が大きく変わり、原さんの会社では家庭用タンドール窯、中川さんもワイングラスをつくられてBtoCにも着手していますよね。

北村 そうですね。それによって社内の体質も変化しました。今までは下請け体質で、私たちの技術の売り方が下手だった。そこは毅然たる態度で、中小企業の技術を「買っていただく」という方向に変えていきました。

原 タンドール窯については、15年ほど前に東京の業務用タンドール窯メーカーから相談を受けてスタートしました。最初は坩堝と同じ土でやっていましたが、合わないのでも、専用の土を開発・改良しています。その後、家庭用の小型も製造販売するようになりました。売れるというより、面白いという動機ではじめたものですし、社員の



中川鉄工100周年記念でつくった「社歌」と「応援歌」を中川氏の想いに共感した社内外の友人に披露したラフなライブの様子。「トイレのふたを閉めましょう」から始める応援歌の歌詞は印象的



今や大型の坩堝製造ができるのは、国内でも奥村坩堝製造所と他に1社だけ。坩堝はガラスを熔融するための窯の中で1,350度もの高熱で繰り返し使われるため、寿命は長くても2〜3カ月ほど。その苛酷な環境でいかに安定して長持ちする坩堝を作れるかが、腕の見せどころ