主要顧客は地方自治体。一度つかんだら離れないカラクリ

モリタ
本社・大阪市生野区。09年3月期の連結売上高は567億円、社員数は1492人。グループでは、焼死体を運ぶ「緊急時安置袋」なども製造。救急車と消防車の機能を合体させた「消救車」など新製品開発も進める

モリタの主要顧客は、消防本部を抱える各地の地方自治体だ。はしご車を含め全国で約2万5000台の消防車が稼働しているが、モリタの受注台数は毎年500台前後と、総需要のおよそ半分を占めるという。

消防車はオーダーメード製品。キャビン（客席）の仕様は、自治体によって少しずつ異なる。消防隊員が酸素ボンベをつけたまま座席に座れるよう、運転席の背もたれは空洞になっていることが多い。ステップが自動で下りてきたり、運転席が幅広の一枚ガラスであったりと、モリタ独自の仕様も少なくない。

新品なら1億5千万円

オーバーホールの受注も毎年、約90台舞い込む。4トンクラスのポンプ車だと修理しながら20年ほどもたせて、丸ごと買い替えるのに対し、8～10トンクラスのはしご車の場合、新車購入後7年目に最初のオーバーホールを行い、その後は5年おきに検査をする。

はしご車1台を新品で購入すると1億5000万円ほどかかるが、オーバーホールだと約3000万円ですむ。ただ、オーダーメード製品だけに、一度つかんだ顧客が離れることはまずない。これもまた成功の秘密だ。

自動車など製造業の不振が影を落とす静岡県浜松市。地元の人たちが「不況に強い会社」とイチ押しする優良企業がある。社員数わずか22人の原田精機だ。

おむすび形にベルトが巻かれた脚部がむき出しになった車の土台が、工場の隅に無造作に置かれてあった。月面探査車で、原田精機の目玉商品だという。5、6年後の商品化を目指し、大手企業と開発中だ。

もっとも、工場で一目見ただけでどんな商品かを想像できるのは、この月面探査車ぐらい。発注先が航空宇宙機器メーカーだと機密保持契約が厳しく、部品の一部としか見当がつかない。

「従業員が自宅で家族にも仕事の話をしないように教育している」とパンフレットに記すほど、情報管理には気を使っている。

趣味社員は仕事も熱心

原田精機は、自動車やオートバイの車両開発や航空宇宙分野で、大手メーカーに対し部品の試作品をできるだけ早く作ることを目指している。

「大手と手を組むための条件は、難解で精密な作業が必要とされる部品を作り上げるという強い意志を持ち、信頼を得ること。単なる下請けとは違います」

と原田浩利社長。機密保持契約の厳しさとは裏腹に、

「趣味に打ち込む時間が十分に与えられる自由な雰囲気が評判となって、県外からの就職も少なくない」

と話す。

竹下準さん(37)は、入社3年目。岐阜県内の大学を卒業後、酒問屋、シャッター会社、自動車メーカーなどへ転職を繰り返した。長期間、海外旅行をしていた時期もある。

職場では、高性能計測機器を使って航空宇宙関連の部品検査

原田精機
本社・静岡県浜松市。08年12月期の売上高は5億円、社員数は22人。二輪・四輪自動車、人工衛星などの部品を製造。機密保持が厳しい部品も多く、工場で離席する際には、設計図面などを裏返すことが徹底されている

サーフィン、格闘技、ゴルフ、釣り…。会社ぐるみで鈴鹿耐久レースにも挑戦

を受け持つ竹下さんだが、休日には市内の海岸でサーフィンをしたり、格闘技道場に通ったりと、趣味に没頭している。社員全員がゴルフや釣りなどの趣味を持っており、会社としてもレーシングカーチームを結成し、今年は鈴鹿8時間耐久レースに挑戦する計画だという。

「趣味に打ち込める社員は、仕事も頑張れる。休みをしっかりとれる自由な雰囲気が、大手企業のパートナーとなりうる技術や部品を生み出す土壌を作っているのです」（原田社長）

レンズの研磨一筋18年

富士フイルムの光学機器子会社、フジノン（さいたま市）。作業場にはアナログな風景が広がっていた。

「レンズ研磨機」では、テレビカメラやプロジェクター用のレンズが、研磨皿の周りをぐるぐると何時間も回っている。隙間には研磨粒子の入った赤土色の液体が流れ続けている。

「レンズのゆがみ具合は一枚一枚みな違う。磨く角度もゆがみ具合によって違い、長年培った社員の経験が頼り。技能者集団として地味なものづくりを長年徹底して行っているのが、わが社の特徴です」

と言うのは、フジノン総務部広報担当課長の天野高宏さんだ。

数時間磨かれたレンズは精度検査に回され、ゆがみが見つかると、再び研磨機にかけられる。研磨部門一筋18年になる棚澤豊さん(36)は、埼玉県内の工業高校を卒業後、フジノンに就職した。入社当時はレンズ付きフィルム「写ルンです」の全盛期。放送用カメラやプロジェクターのレンズなども数多く手がけた。

「10年やって一人前と言われる仕事。レンズ一枚一枚のゆがみを調整して磨いていると、子どもを育てているような感覚になります」

いまや「写ルンです」から、携帯電話の小さなカメラレンズを量産する時代に移った。それでも棚澤さんのような技能者が、会社の財産になっている。

不況時は「縦割り」就活

急激な景気悪化を受け、来年春入社の就活は厳しさを増している。全体に求人数が減るなかで、消費者として接することが多い「BtoC」企業ばかりを志望する学生が多いのも、一因ではないだろうか。就活中の大学生に「BtoB」企業を選択肢として勧めているのは、早稲田大キャリアセンターの西尾昌樹課長だ。

「たとえば自動車業界に興味があるなら、車体、バネ、ライトを作っている専門の部品会社を縦割りで探してみるといい。特定の分野ごとにトップ企業が見つかりやすいからです。不況の時代は、業界をまたいで横割りで人気企業に挑戦すると、うまくいかないことが多いのです」

では就職氷河期時代に、あえて「BtoB」企業に入社した先輩たちは、どんな選択をしたのか――。

関西大でマーケティングを学んでいた山本和司さん(28)が就