

清川メッキ工業株式会社ヒアリング調査報告

メタデータ	言語: ja 出版者: 静岡大学人文学部 公開日: 2013-09-17 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 大脇, 史恵 メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.14945/00007440

研究ノート

清川メッキ工業株式会社ヒアリング調査報告¹

大 脇 史 恵

はじめに

静岡大学人文学部経済学科の教員5名からなる研究グループは、平成20年7月17日に清川メッキ工業株式会社へのヒアリング調査を実施した²。以下はヒアリングの記録を中心としてまとめたものである。

1. 清川メッキ工業株式会社におけるヒアリング³

訪問日 平成20年7月17日
訪問先 清川メッキ工業株式会社本社（福井県福井市和田中1-414）
対応者 清川メッキ工業株式会社 総務部部长 清川忠幸氏

2. 会社概要⁴

当社は1963年3月に清川忠氏（現代表取締役社長）によって創業され、画期的なめっき表面処理技術の開拓・創造を通じて躍進を遂げた。めっきをすることには「きれいにする」「機能性を持たせる」「錆防止」という3つの意味があるという。“自由なる創意の結果、大いなる未来を拓く”という経営理念のもとで展開している事業の内容は次の通りである。

「表面処理」として、各種電気めっき・無電解めっき、機能性めっき（機能を追求するめっき、たとえば超撥水めっきや光沢めっきなど）、化成皮膜処理、アルミニウムの陽極酸化（アルマイト）

¹ 本ヒアリング調査は日本学術振興会科学研究費補助金(基盤研究(C)) (一般) 課題番号20530320)の交付により行われた。

² 今回のヒアリング調査に参加したのは、大橋慶士、伊東暁人、永田守男、大脇史恵、石川文子の5名である。

³ 今回のヒアリング調査にご協力いただいた清川メッキ工業株式会社総務部部长清川忠幸氏に御礼申し上げます。ここに記して感謝の意を表します。

⁴ 当社HP(<http://www.kiyokawa.co.jp/>)、『Kiyokawa Plating Industry Co., Ltd.』『清川メッキ工業株式会社会社案内』（頂いた会社紹介のパンフレット）、およびヒアリング調査による。

を手がけている。「主要めっき品」としては、電子部品、電鍍（Electroforming）、粉体、マグネット、半導体ウエハー、その他先端材料を手がけている。「環境にやさしいめっき」（Eco-friendly Plating）のために、有害なシアンや鉛や六価クロムを用いないシアンレスめっき・鉛レスめっき・クロムレスめっき、および超小物・超精密なめっきにより環境負荷を削減できるナノめっきを行っている。

具体的には例えば、携帯電話のプリント基板、部品のサビ止めのめっき、撥水めっきは摩擦がないため静電気が発生しにくく汚れにくいということを利用したハードディスクのめっきなど。他方、眼鏡の産地として有名な福井に立地しているが、眼鏡のメッキについては全く手がけていない⁵。

とりわけ電鍍（Electroforming）および「環境にやさしいめっき」（Eco-friendly Plating）を、当社の独自技術としている。電鍍（Electroforming）とはメッキで型をとるものであり、この特徴は母型の精密な転写性にある。また「環境にやさしいめっき」（Eco-friendly Plating）として、ナノ単位のメッキ技術のニーズに対応できるような能力を備えている。

これらを実現するために当社では、本社、化学技術研究所、先端技術開発センター、製造部門、品質保証部門を有しており、研究開発から生産・販売に至るまでの一連の流れを当社にて行っている。「一つの技術にこだわることなく、多様な技術から最高のものを生み出すこと」を可能とするための全工程を組織内部に保有している。

当社は福井市を本社所在地としており、従業員数は220名、その平均年齢は34歳である。国家資格である電気めっき技能士の1級あるいは2級を有する従業員が多数おり⁶、有資格者については額入り肖像写真が社内にて掲揚されている。

3. 創業と会社成長の経緯

創業者である清川忠氏は18歳で農林工業を卒業後F社に入社したが、1年もたたないうちに大やけどを負いこれが創業に至る契機となった。電話帳を調べたところ「メッキ屋」が少なかったので自分でやってみようと思い立ったことが、めっき業を創業することにした理由であるという。

⁵「眼鏡のめっきは今や中国にやられてしまっているので、結果的にはよかった」（清川忠幸氏談）ということであった。

⁶ 当社HPによると、当社における国家資格取得者の人数は次の通りである。

めっき技能士(1級・2級) 71名
公害防止管理者 11名
毒物劇物取扱者 13名
危険物取扱者 11名
衛生管理者 4名
初級システムアドミニストレーター 1名

(以上、http://www.kiyokawa.co.jp/outline/outline_7.asp より(2008年12月9日閲覧)。)

大阪の大起工業（めっき業）にて2年間修行をした上で、1963年に当社を創業した。

創業当初は、信用無し、仕事無しのため、リヤカーを引きながら客を探すということも行っていたという。さまざまな分野のめっきを手がけた。

当社にとって初めての大きな仕事は、オートバイ用のリムとして当社のめっき技術が採用されたことによってもたらされた。めっき表面処理技術を応用した「アルミ合金リム」を1971年に発明した⁷のだが、これがオートバイリムとしてオートバイメーカー大手に次々と採用されたのである⁸。

次いで大手家電メーカーM社が福井に進出するのに伴い、電子部品関連のめっきを手がけることはできないかとの打診が当社にあった。これを受け1975年4月から電子部品関連分野のめっきにも進出を図った。M社との取引とそのトラブル対応を通じて、品質管理や生産管理、そして技術的なことに至るまで多岐にわたり、大いに鍛えられた。M社からの支払いは翌月払とされ、また口コミで仕事がさらに増えるなどし、こうして当社はようやく徐々に企業体力をつけていた。M社と資本関係はないのだが、M社に育ててもらって今日ここまで大きくなったとの認識を抱いているという。その後30年ほど、M社は当社の主要な取引先であり続けた。

当時のめっき業界は小規模な企業がひしめいており、また3K（きつい、汚い、危険）で表される産業とされていたため、業界として強くならなければならないという認識を創業者の清川忠氏はやがて抱くようになった。このためにはまずはイメージアップによってこれを図ろうと考え、1994年12月に当社は国際品質保証規格であるISO9001（品質マネジメントシステム）の認証を取得した。続いて1997年11月にはISO14001（環境マネジメントシステム）を取得した。ISOの取得は業界初のことであったが、このことは結果として当社にも副次的な効果をもたらした。多くの人が見学に訪れ、その口コミ効果によって当社に舞い込む仕事が増えた。こうして取引先がより一層増えていったのである。

その後、2000年ITバブル崩壊を受けてのM社からの「自立して」というメッセージもあり、従来のM社への仁義を最優先に考えていた取引から、オープンな取引へと姿勢を転換することとなった。なお取引を行うか否かについては、固定費の存在を考慮に入れてシナジーの有無によって決めている。

4. 取引の状況について

現在当社は2-300社と取引を行っている。うち大手の取引先が50社ほどあり、これらとの取引

⁷ 当社HPによると、「オートバイ用のリムとしてアルミ合金の電解研磨における様々な問題点を解決し、ただ単に美しいだけでなく、腐食にも強い表面処理技術を実現した」ということである。

⁸ 現在はオートバイリムを手がけていない。リムについては自転車の中でも高級マウンテンバイクなどに特化して少々手がけているのみである。

が業績の8割程度を占めている。この中でもとりわけ10社との取引が業績全体の7割をもたらしている。また、長期的な取引関係にあるのは50社ほどである。

取引が中止となる場合、その理由として次の二通りが考えられる。ひとつにはコスト面を考慮して中国との取引に切り替えられたという理由である。あるいは取引先がリードタイム短縮のために内製化を進めたためというケースもある。国内の同業他社に取引を取られるというケースはあまりない。

なお当社には営業部門がないのだが、これは取引先の取り合いを国内の同業者間でしないというめっき業界の特徴ゆえである。

5. 取引先との関係の構築について

当社はお客からの評価を得ることを通じて仕事を獲得している。電子部品関連のめっきを手がけていたという会社成長の経緯から小さいもののめっきを得意とする能力を蓄積しており、先発者利益を享受できるよう常に他社に先んじた取り組みを行い、「いいものを作って、(高くても)お客に喜んでもらうことを望んでいる」という姿勢を貫いている。

仕事の受注は相手企業からの問い合わせがそのきっかけとなっている。たとえば技術展示会への出展や当社HP（閲覧が一日に800件ほどある）がアピールの媒体であるのだが、そこから一ヶ月あたり30～50件が当社への問い合わせにつながっている。情報技術の進展はこれに大いに貢献していると思われる。先方からはメールによる問い合わせがほとんどであり、これを契機とする取引先は全国に広がっている。

相手企業からの問い合わせに対するトライ（試作）を通じて、先行的な仕事をするようにしている。割合的にいうと100の試作のうち3は量産が難しいものであり、これを通じて相手先との信頼関係も形成されていく。

経営目標の指標として売上や利益率についても徐々に考えるようにしているが、企業文化としてはこれらを経営目標の指標に置くことに違和感を抱いている。「お客の要求に応え、満足してもらおう」こと、とりわけ「満足」が重要な指標であると考えている。

6. 人材および技術蓄積について

人材は年齢的に幅広い。8～10名は若い人で、高校卒・大学卒を半々で採用している。他方60歳代の人もある。

品質は信頼につながる。このため検査の能力が大切であるが、検査については女性の能力が高

いという傾向がみられる。ゆえに女性の多い会社となっている。比率でいうと男性65%に対し女性35%という人員構成である。

めっきに関する技術は「ほとんどが経験値の世界である」。このため他社による模倣を防ぐためにほぼ特許申請はしないこととしている。経験の積み重ねから成り立っているノウハウやプロセスがものをいう世界であり、品質は全工程を通した積み重ねによってトータルで出している。

経験によって得られた知識については体系化を図りまとめていこうとする作業に地道に取り組んでいる。そしてその中で品質を確保している。具体的にはひとつにはマニュアルをつくり管理に活かすことに取り組んでいる。また個人の経験値向上のために、たとえ大学院卒であったとしても4～5年は製造に配属し技術対応を経験させている。とりわけ試作の経験は経験値向上に寄与している。

人事評価については世帯構成についても配慮しており、家族的な側面がある。賞与ではメリハリをつけている。離職率はきわめて低い（辞めない）。

7. 近年の環境変化に対する認識について

環境変化をもたらしている要素として3点あると認識している。

第一に、環境負荷認識の変化である。これへの対応が重要であると考えており、専門のものを作ること、およびISOへの取り組みを行うことで対処している。

第二に、グローバル化の進展である。当社の手がけている製品についても、今のところ良いが将来は厳しくなるであろうと思われるものがある。

第三に、レアメタルの価格変動である。価格転嫁の可否が焦点となるが、価格交渉は年2～3回でありフレキシブルにできないのが難点である。

8. 福井に立地することについて

当社は小さいものを得意とする。このため遠方の客先への配送であってもおおよそ1日で届けることができる。配送の手段として宅急便を積極的に利用しているが、これも当社の手がける製品が小さいゆえに可能となっている。このため福井に立地することに何ら問題を感じていない。