



## 花巻発

# 国内シェアの40%以上を誇る 業務用除雪機のトップメーカー

## 「脱・下請、拡・下請」の 方針で企業力アップ

雪国の暮らしに欠かせない除雪機械。数多くの大手製造メーカーが参入しているこの分野のなかであって「WADO(ワドー)の除雪機」として揺るぎない地位を築いているのが、花巻に本社をおく和同産業株式会社である。

多様化するユーザーニーズ、次々に登場する新素材や技術…。成長分野であるがゆえ、除雪機械の開発競争は年々厳しさを増している。社員数180名、一地方の中小企業でありながら今や業界屈指のメーカーという存在にまで和同産業を育て上げた三國慶耿(よしあき)社長は、その経営方針を「脱・下請、拡・下請」と説明する。大手からの受注に依存せず、自らニーズをつかみ取り提案していくスタンスこそが、これからの時代に生き残っていく手段であるとの考えだ。

最大の武器といえるのは、独自の研究開発部門を持っていること。ここで生まれた2段式のオーガーは従来の除雪機能を飛躍

的に向上させ、WADOブランドの技術の核となっている。また平成14年には除雪部にはエンジン、走行部には電動モーターを採用した「ハイブリッド除雪機」を発表。世界初の技術として業界の注目を集めている。

高い技術力を背景にした経営戦略も巧みだ。製品は競争相手が多い家庭用除雪機ではなく20～40馬力の業務用大型除雪機に特化し、自社ブランドのみならず大手メーカーと連携した相手先ブランドによる生産(OEM)にも積極的に取り組んでいる。「大手の有する最新の素材や技術情報に対し、我々は現地ならではの雪の情報を持っている。協調することでダイレクトな情報交換ができる」と、三國社長はOEMの相乗効果を強調する。

現在、同社の業務用除雪機のシェアはOEMを含め約40%。文句なしの国内トップだが、三國社長は「5年後にはシェア70%を目指す」と語る。高度な技術開発力と柔軟な経営戦略に裏づけられた確信が、その言葉裏に読み取れる。



「お客様の望むモノが作れなかった時が不景気」と話す三國慶耿社長。時代の半歩先を見つめて戦略を仕掛けてきた社長は現在、再び農業機械分野へ参入していくことを考えている。「健康志向の高まりから農業が見直されている。今なら除雪機のノウハウを元に、より高度な農業機械の製造も可能でしょう。なんといっても岩手は全国有数の食糧供給県ですから、これからも地元をこざわり続けていきたいですね。」

和同産業株式会社

三國慶耿社長



組み立てラインは2つ設置し、小ロットのオーダーにも対応可能な体制を整える。もちろん別棟にはプレス機器や旋盤など部品製造ラインもあり、さらには治具製造まで自社内で行っている。「プレス加工から組み立てまで一貫して行えるのが当社の強みです」と三國社長。



同社の含油廃水処理装置は自動車の部品を生産する工場でも多く利用されている。油分を含む廃水を油と水に分離して、汚れ成分(BOD、COD)を減らす。

## ユーザーサイドに立った戦略

「大企業がやらないニッチ市場でトップに立つ」。三國社長の言葉通り、和同産業の歩みはまさに大手が見落としがちな小規模マーケットに事業ヒントを見いだすことの積み重ねだった。

昭和16年、金属材料を委託加工する町工場として創業した同社は、戦後、農業の近代化にともなって農業機械分野に進出。生産現場に最も近い製造会社として、開発から設計・加工・生産・販売までを一貫して手がけるようになる。現在の主力ラインナップは果樹園の下草刈り機はじめ大豆などの豆刈り機など。いずれも大手メーカーが目を向けていない分野であるが、これも農家の声をダイレクトに聞くことができる地場企業であったからこそ実現した製品といえる。

この農業機械で培った技術力をベースに、昭和40年代にいち早く家庭・業務用除雪機分野に参入した同社であるが、その開発のきっかけも冬の除雪に苦悩する農家の声にこたえる形で、馬に代わる運搬手段として開発した農業用キャタビラーを従来の投雪機と融合させたものであったという。「お客様が何を欲しているのか、どんな不満を感じているのか。それを聞き出して具体化していくのがポイントです」と三國社長。イメージの具体化とはすなわち独自の技術開発にほかならない。創業時から現在まで同社の発明工夫展での受賞歴は膨大な数に及び、登録した特許も30件を超えている。しかも「当初は100件以上はあったものを整理した(三國社長)」というのだから驚いてしまう。溢れ出るアイデアの源は、すべてユーザー側に立ったきめ細やかなマーケティングから得たものだったのだ。

生産現場に近いという地方ならではの良さ、ユーザーの声をつぶさに拾い上げる中小企業ならではのフットワーク、そして特許数が示す企業オリジナリティの高さ。和同産業の強みとは、ハンデをメリットに、不

可能すら可能に変えていくしなやかな企業力にあるといえる。

## ニッチの開拓が成長の鍵

時代の変化を敏感にとらえ、ユーザーの声に耳を傾けることで発展を遂げてきた和同産業。そんな同社が農業機械、除雪機械に続いて参入したのが環境機器。すでに含油廃水処理装置やダイオキシン対応型焼却炉などの製造がスタートしており、自社工場内にも塗料を含む廃水処理装置が設置されている。「今は性能や稼働状況に関してのデータを蓄積している最中ですが、将来的にはこれが当社事業の第3の柱となるでしょう」。三國社長の期待も大きい。

革新は事業分野だけではない。生産方式の整備にも積極的に取り組む同社では、平成13年には大手自動車工場にしか導入されていない工業用カチオン電着塗装ラインを設置。塗りムラの解消や塗膜強度といった品質の飛躍的な向上はもちろんだが、水道関係や自動車、暖房メーカーといった外部事業者からの業務依頼も増えたという点にも注目したい。ラインの設置が他社との差別化、企業信頼度のアップにまで貢献したことの証である。

「勢いだけで伸びてゆく会社は弱い。今こそ社内体制をシステム化して再構築しなければ」。現状に満足することなく、三國社長は次のステップへの準備も着々と進めて

いる。目指すのは中小から中堅へ、企業価値をあげることに。中小企業ならば個人の能力だけで仕事を広げていくことが可能だが、その上を目指すには社内システムが活きる仕組みを作り、組織として確立しなくてはならないと話す。

とはいうものの、三國社長の最終目標は上場ではない。

「我々のターゲットは、大手と競合する100億以上ではなく70～80億程度の中規模市場。このスタンスならば上場ではなく別会社を作る方が規模的にも合っていますから」。

あくまでもニッチ分野にこだわり、今までにないビジネスチャンスを開拓していくのが和同産業の戦略である。

「困り事解決企業」三國社長は自社の個性をそう表現する。不特定多数の人間が欲しがらざるモノを作るのではなく、使う人をきっちり想定した上でその人が不便や不満に思っている事柄を形にしていくこと。あとは同じ意識を持つ人々がどれだけ存在するかを考えてターゲットを絞っていけばいい。

個性の重視、ライフスタイルが多様化する現代。和同産業が次に仕掛ける戦略に、製造業界の注目が集まっている。



### 和同産業株式会社

#### 企業概要

創業：昭和16年5月  
代表者：取締役社長 三國慶耿  
所在地：花巻市実相寺410  
電話番号：0198-24-3221  
資本金：4,900万円(平成17年7月現在)  
従業員数：180人  
事業内容：農業機械・除雪機械・産業機械の開発・設計・製造および販売