











12新鋭マシニングセンターが並ぶ工場 内。同社では「1個流し」という一人で製品 の全工程を担当する方式を採用、小ロッ ト・多品種にも対応している。

3鉱山開発等の大型建設機械に使用さ れるFWハウジングの製造ライン。このよ うな大型部品を作れるのが同社の強み。

45嘱託社員をのぞいた社員の平均年 齢は34歳。若いパワーが発展を支える。

⑥ISO9001をはじめとする品質管理・環 境対応にも現場の社員が積極的に対応。 7完成品倉庫。顧客ニーズにスピーディ に応えるため、ネットを使用した在庫管理 システム(WMS)を導入している。

⑧高校野球の実力選手が揃う軟式野球 部は、全国大会に出場するほどの強豪。 92008年に完成した北工場。

国内トップメーカーとの 取引で学んだ「視点」

創業時から県外メーカーと取引し、現在 の主要取引先も国内トップメーカー。当然 条件や注文は厳しいのですが、世界的なも のの考え方などお客様から教えられたこと は大きい。これからは岩手を超え、アジア を視野に入れて展開する時代でしょう。



会 社 名 株式会社 平野製作所

社 北上市村崎野22-83-19 話 0197-68-3111

代表者 平野貴也 業 1961年4月

従業員 111名 (2013年4月1日現在) 種 金属機械加工業

U R L http://hirano-ss.co.jp/

創業から50年余、独自の加工ノウハウを基に県内機械加工業界を牽引してきた株式会 社平野製作所。平野貴也社長は、リーマン・ショックや先代社長の急逝という難局も果敢

に乗り越え、不況の時代も積極的な事業展開に取り組んでいる。岩手にいながらにしてグ

ローバルな視点を持ち、日本のものづくりの可能性も信じている平野社長に伺った。

創業時から国内大手企業と取引 世界的な金融危機も体験した

2008年アメリカで起きたリーマン・ショック は、日本経済にも深刻な影響を与えた。特 に急激に進んだ円高により、輸出企業は苦 戦を強いられることになった。

「それは誰も経験したことがない事態で した。当社もそれまで拡大の一途だった売 上がリーマン・ショックを境に大きく落ち込み ましたし。

北上市に本社を置く株式会社平野製作 所の代表取締役、平野貴也さんが当時を 振り返って語る。父であり、二人三脚で経 営を担ってきた先代の平野豊社長が病に 倒れ、代表取締役に就任したのは、会社が

逆風のまっただ中にあった2009年のこと だった。

平野製作所は、1961年(昭和36)に個人 事業として創業間もなくから、県外の大手 自動車・建設機械メーカーと取り引きを開始 した。現在は小松製作所やティラドをはじめ とする国内最大手メーカーから直接受注、 その製品は全国はおろか世界へも輸出さ れている。さらに1988年には台湾の企業と 業務提携をし、鋳物材料の現地調達に着 手。以降は中国にも事業展開を果たして原 材料はもちろん加工品も海外調達を可能 にし、同業他社との大きな差別化を図ること にも成功した。県内ではいち早くグローバル 化に取り組んできた同社だけに、リーマン・ ショックの影響は大きかったのだ。

グローバルな視点を保ちながら 日本のものづくりを堅持する

この試練を乗り切る一手が、社内の生 産システムの合理的な「変革 | だった。

同社の製造拠点は現在、本社に付属す る工場のほか同じ工業団地内に北工場、 秋田県大仙市に秋田平野製作所がある。 いっぽう海外には中国国内に5カ所、台湾 に1カ所の提携企業があり、「変革 |とはこ の国内・海外の生産体制を柔軟に切り替 えて、受注に対応していくことだった。「不 況時に企業がやることは、人、モノ、金とい う投資環境の見直し」と、平野社長はいう。

それを可能にしたのが、長年培ってきた 高い技術力。顧客のおよそ3割が創業時 からの取引企業といい、大型建設機械の FWハウジングなど、同社を信頼して発注 される部品は数多い。その一方で小ロット・ 多品種製造にも対応し、月産生産能力は

ニングセンターを有するのも、県内では屈 指の規模だろう。これら設備投資にはセン ターの設備貸与を積極的に使用、「設備 貸与のお陰で今がある」と平野社長はい う。現在は、センター主催の商談会などに 参加して新規顧客の開拓にも努めている。

3000品目にも上る。合計70台を超えるマシ

一流企業との直取引で「外」への視点を 得た平野社長は、「自動車(部品)をやるに はグローバルに展開していかないと今後は 取り残される」と言い切る。国内市場の縮小 が顕著な今、企業の目は東南アジアの可能 性に向けられ、技術流出も始まっているから だ。しかし平野社長は、軸足はあくまで日本 に据え、事業展開していくという。輸出も海外 調達も、すべては「日本で利益を出すために どうすればいいか |を考えての戦略なのだ。

「日本のものづくりってまだまだ捨てたも んじゃない」。逆境を越え、世界を知る平野 社長の言葉には、確かな希望があった。