



1975年、「土農工商、プ、カ」とやゆされながらも大田区・品川区には大小合わせて500社以上の金型メーカーが存在した。生産能力の倍以上もの受注残を抱え、外注先を必死に探し求めている時代。それでも型屋の地位はプラスチック屋の下、すなわち成形メーカーの付属物的存在だった。何もせず、じっと待ってさえいれば十分な仕事量が確保された。経営能力がなくとも金型の製造技術さえあれば、型屋の登記と看板が誰にでも簡単に掲げられた。大多数を占める金型メ

に挑んだ。後押しをしたのが、セットメーカーの金型に対する好奇心とメーカー間の競争心。それを担保する金型を知ろうとするセットメーカーのポテンシャル。従来の流れでは金型の重要性は理解しても金型製造のノウハウなど、直接成形メーカーのものとなり、セットメーカーには何も残らない。金型を知りたいと思うセットメーカーとの利害がここで一致した。

運よく最初に取り引に至ったのが東京の市ヶ谷に開発拠点を置いていた、ストロボメーカーのサンパック。

仕立ての良さそうなスーツを着こなした紳士が中原街道沿いにある工場内を覗いている。面倒くさいと思いつつも笑顔で言葉を交わすと、なぜか金型をもっと知りたいと言う。翌日担当者を伴い製品図面を持参した。見積りは後でよから金型をつくってくれとも言った。いただいた名刺から同社の専務だと知った。

続いてスタンレー電気のストロボ部隊。カメラ付きのストロボが主流となる前の話だ。次にカシオミニ（バームトップ電卓）の販売が好調だったカシオ計算機。窓口はその名のおり金型管理室。その次が日本ビクターの部品事業部。セットメーカーとの直取引が90%を超えるのに10年もの歳月を要した。取引開始の翌年から忘年会、賀詞交換会に招待された。成形メーカーと比べて、セットメーカーの場合は多少派手であり、新たな人脈、新たな交流はそれなりに楽しかった。

しかし、直取引の厳しい現実は想像を超えていた。直接セットメーカーから受注した金型は、指定された成形メーカーに納める。金型の仕様打合せはセットメーカー、成形メーカー、型屋の3社で行う。当然、成形メーカーには子飼（専属）の型屋がいる。成形メーカーが手配した金型は多少問題があっても自社にて処理をするが、セットメーカー手配の金型からバリでも出ようものならもう大変。地獄は何度も訪れた。納期遅れは論外のこと、当然であるが、工程の組み直

連載

**「ものづくり名人」が語る
常識を打ち破る
アイデアの発想法**

(株)新興セルビック 竹内 宏
Hiroshi Takeuchi

1973年に父親とともに新興金型製作所を設立。1985年のプラザ合意による急激な円高で、多くの町工場が廃業に追い込まれる中、独自製品の開発に着手。1987年に開発子会社として新興セルビックを設立するとともに、ユニット金型「コマンドシステム」を完成。以来、発信型工場へと転換し70製品を上市した。2005年に経済産業省から「ものづくり名人」の認定を受けた。

〒142-0064 東京都品川区旗の台3-14-5
TEL(03)3785-7800、Mail: hiro@sellbic.com

**第35回(番外編3)
幸運の制御は可能か?**

メーカーの経営者たちはその時代を謳歌した。創業時、多大な側面援護をいただいた川崎市中原のK工業のN様親子をはじめ、多くの人々からいただいた恩を語らずして今日は語れない。大恩人たちである。

皆がいい時代を謳歌していた頃、ひそかに目指したのは成形メーカーからの安易な受注拡大ではなく、セットメーカーからの直接受注。試作用の成形機すらもたない金型メーカーがセットメーカーと直接取引を始めるには途方もなくハードルは高い。それでも果敢?

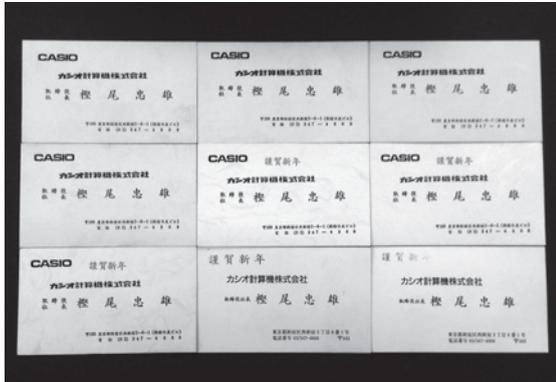


図1 梶尾忠雄氏の9枚の名刺



図2 10枚目の名刺とその戦利品

しなど、それなりの費用を請求された。成形メーカー、セットメーカーの双方から責められた。書いた始末書は割愛するが、「人は打たれて強くなる」。直取引から学んだことは、「自立心」と「理論武装」、さらにもう一度「自立心」。

だが、良いことも山ほどあった。10年間で梶尾忠雄氏（代表取締役）の名刺を10枚集めたこと。最初の名刺交換時に10枚ためれば何か良いものをいただく約束をした。翌年の賀詞交換会で確認をしたら覚えていた。さらに翌年には「何枚たまった？」「3枚です」。…「何枚たまりましたか？」「9枚です」。「来年で10枚？」「そうです。何をいただけますか？」。翌年の賀詞交換会に勇んで行くと梶尾氏の姿が見えない。梶尾和夫氏（取締役社長）が新年の挨拶をしていた。どうも退任されたご様子。偶然そばにいた旧知の前野専務取締役に9枚の名刺（図1）を見せながら事の顛末を話した。「約束を守りたくないから退任した」と話すと、笑いながら「よし！俺が何かふんどくってきてやる」と前野専務。いただいた新たな（10枚目の）名刺とその戦利品を図2に示す。肩書は代表取締役でありながら相談役であった。

一方、セットメーカー各社では年2回、春と秋に10組を超える盛大なゴルフコンペを開催していた。当時、一番賞品が良かったのが日本ビクターの垣木邦夫氏（取締役社長）が提供した後賞（特別賞）。大会に提供する賞品は自分より前には渡さず、同氏の後ろについた謙虚な人に渡すとの粋な趣向。無論、同社社員（10

名程度）とパーティー不参加者は対象外とした。なんと筆者は垣木社長の後賞を4回連続でいただいた。ハンディもあり、単純に同順位に連続して3回続ける確率は10人の社員を除いた30人の4乗。1/810,000の確率だ。さらに、垣木社長の順位は1位から40位までを動くわけだから、天文学的な数字だ。

連続で2回後賞をとった頃から始まった表彰式での「返せー」「辞退せよ」とのコールは止まず、回を重ねるごとにその声は激しさを増した。垣木社長、菱木事業部長までもが辞退せよと目で迫った。決して品物が欲しいわけではない。ただ、この恵まれた運だけは手放したくなかった。また、「幸運は手放してはならない」とも思った。3回目の表彰式で「この運は絶対に誰にも渡さない」と誓った。後日、代わりに同じ製品を購入し、垣木社長の次の次に贈与した。半年後の秋のコンペ。垣木社長が21位、小生が26位、間に社員が4人。「幸運」は、再々再度訪れた。4回目も3回目と同様に同じ製品を自身で購入し、筆者の次に贈与した。

しかし、セットメーカーとの直取引はそう長くは続かなかった。セットメーカーの多くはプラザ合意後の円高により海外移転・海外生産をスタートさせた。直取引がなければ、自立しようとか「自前（オリジナル）のマーケットの構築」の考えには至らなかった。幸いなのはオリジナル開発が現在も継続されていること。そしてこの幸運が今も継続していること。