100th anniversary

大阪機械器具卸商協同組合

創立100周年記念誌

1913 ～ 2013

ごあいさつ

大阪機械器具卸商協同組合　理事長

田中康造

おかげ様で組合創立100周年を迎えることができました。これもひとえに皆様のご支援・ご協力の賜物と厚く御礼申し上げます。

実施いたしました記念事業は、多くの組合員様が、現状を取り巻く環境を正面から受け止め、自分たちがいかに感じているか伝えたい、将来に対しての若手経営者の思いを聞いてほしい、業界の大手企業から見た業界の問題提起も聞いておきたいとの思いによるものです。

11月22日リーガロイヤルホテルで行いました記念式典は、550名の皆様をお迎えし、盛大に開催することが出来ました。若手経営者の皆様が議論を重ね、研究成果を発表して頂きました。これを機会に“覚悟”を自らのものとして、今後の業界での火種役となり、“FIFTY”の改革を目指し業界の活性化に寄与して欲しいと願っています。フォーラムでは、日頃一堂に会することが難しい大手商社の社長様にお集まり頂きました。我々業界は企業規模や業態の違った皆様が互いに連携し、生産財マーケットを支援していると、改めて認識する機会を得ました。

記念誌の編纂に当たりましても、多くの方々に関わって頂き、お力添えを頂戴いたしました。業界の多くの経営者の皆様に読んで頂き、経営幹部の皆様と各立場での悩みや思いを語り合って欲しいと考えています。また、我々業界の若い方々にも、業界の歴史と現状の悩みや厳しさを知ってもらい、期待多き業界の将来にも夢を膨らませ、仕事に大きく取り組める若者育成にも役に立って欲しいと願っています。座談会では、切り口の違った面から自社や業界の問題を話され、議論できる問題も多いと考えます。若い人たちからの投稿では、働く皆様から見た組織活性化や、企業に託す希望や夢、業界の将来に対する大きな期待も寄せられています。小学生の皆様からは、クルージングでの新鮮な目を通しての感想や自分の将来の夢を語る素晴らしい作文が届けられています。

最後になりましたが、今回の各種の記念事業実施に当りお世話になりました皆様に心より御礼を申し上げます。本当にありがとうございます。

ごあいさつ

大阪機械器具卸商協同組合　副理事長　総務委員会委員長

牛田幸吉

昨年春、総務委員会に100周年事業の企画・実行が付託されました。100年と言えば1世紀、一つの時代です。継承して下さいました大先輩の方々への敬意と感謝のもと、奇を衒うのではなく心に残る事業にしたいと考えました。

“未来へつなぐ業界の誇りと希望”を惹句に掲げ、一連の企画を実施致しました。

（1）．100年史の作成、（2）．日頃の感謝を込めて社員とその家族を対象にしたクルージング、（3）．壮年・若手経営者座談会、各工業界ご代表による座談会＝活発なご意見を戴き大変勉強になりました。（4）．若手経営者10名による調査研究チームの発表＝どうなる事か最後まで杞憂致しましたが、しっかりとした発表に至り安堵致しました。（5）．祝賀会＝理事長を囲む　業界上場企業5社の社長様によりますトップリーダーフォーラムは形式的なものに終わらず、大阪ならではの特色を活かした忌憚ないご意見を拝聴し、前代未聞のビッグフォーラムとなりました。また、全国各地より550名のご参加を賜り、親交を深めると共に愉しいひとときを過ごすことが出来ました。

準備段階では会合を重ねる毎にメンバーの皆さん一人一人の気持ちの中に「100周年事業を有意義なものにしよう」と言う合意と指針が培われた事は私にとりまして驚きでもあり、また、胸が高鳴る喜びでもありました。

わが業界の商いが大きく様変わりしようとしている現在、変えてはならないものと変えなければならないものを精査する時が『今』であると感じています。業界の一員として各々の経営者が経営の才覚を十分に発揮し邁進を続け、経営者のコミュニティーとしての組合活動が進化し発展していく事が望ましいと考えます。近未来にこの様な機会があるとき、この小史が一助になればと願う次第です。

組合員様のご理解とご協力、賛助会員様、メーカー様の多大なる協賛広告等々のご援助により、無事成功裡に終える事が出来ました事を衷心より御礼申し上げます。最後になりましたが、ご尽力戴きました当事務局に心より感謝と御礼を申し上げます。

ごあいさつ

大阪機械器具卸商協同組合　副理事長　活路研究・事業委員会委員長

河田　徹

大阪機械器具卸商協同組合創立100周年記念式典が盛大に開催されましたこと、心からお祝い申し上げますとともに、関係各位の心温まるご協力を賜り、無事記念事業を終えることが出来ました。心から厚く御礼申し上げます。

70周年以後の30年間のあいだに西暦も20世紀から21世紀に移りました。20世紀を皆が均一的発展をめざした時代とすれば、21世紀はそれぞれの会社が個性や特長を活かした多様的発展をめざすのが、ひとつの方向性ではないかと思われます。

我々業界に求められる役割もそれぞれの会社によって多様化するでしょうし、客先からの要請に対する柔軟で的確な対応力がますます問われてくることでしょう。我々が身を置くものづくりの世界の環境も日々変化しております。この刻々と変わる変化に対応できないと生き残りは難しいと思います。

今回、業界の次代を担う若手経営者達で構成された調査研究チームの中で討議された業界の将来像等々。大いに参考になったのではないでしょうか。

それとともに、大正２年の組合創立以来、常に未知のマーケットへの挑戦を続け、進取の精神で改革を繰り返してきた“先輩たちの開拓の歴史”を学ぶことによって一人ひとりがわが業界のあるべき将来像を思い描き、そこに向かって日々の研鑽に邁進されることを期待しております。

今回の創立100周年の記念事業を推進するに当たりまして組合員はじめ、協賛会社の皆様方には本当に温かいご支援を賜りました。

組合員の皆様には特別賦課金のご協力、メーカー各社や組合員の皆様には記念誌への広告掲載のお願い等々。このご協力のおかげで、記念事業すべて滞りなく終了させて頂く事が出来ました。本当にありがとうございました。

また、私たち活路研究・事業委員会が担当しました、８月24日（土）開催の“ルミナス神戸２でクルージング＆ビュッフェ”では前日までの雨も上がり、従業員様とその御家族の皆様900名のご参加を頂き、２時間のクルージングの間、おいしい食事や船コンゲームやテーブルマジック、船上からの景色を楽しむことが出来ました。

後日、子供達からは楽しかった思い出を作文や絵画にして送っていただき大成功に終わったことを実感させていただきました。

この子供達や従業員様の為にも、皆様と一緒になって、業界の誇りと希望を未来へつないで行こうではありませんか。

近畿経済産業局長
小林　利典

「大阪機械器具卸商協同組合創立100周年記念誌」が発行されるに当たり、一言お祝いの言葉を申し上げます。

貴組合が創立100周年を迎えられましたことを心よりお祝い申し上げます。

顧みますと、貴組合は大正２年に大阪の機械工具商の親睦と情報交換を目的として「大阪機械商互親会」を母体として発足し、その後の変遷を経て平成２年７月より「大阪機械器具卸商協同組合」として、現在に至っていると伺っております。この間、会員の相互扶助を理念とし、時勢に即した組合活動を通じて会員の経済的地位の向上や共同経済事業、教育情報事業の充実等に積極的に取り組まれると共に、組織強化と拡大を図り、着実な発展を遂げ今日を迎えられました。田中理事長をはじめ、歴代役職員並びに組合員の皆様のこれまでの御努力に対し、心から敬意を表する次第であります。

近年、いわゆるリーマンショック以降の経済停滞や、製造業の海外流出が続く中で、これまで日本のものづくりを支えてきた、特に部素材を中心とする「ものづくり中小企業」を取り巻く環境は非常に厳しい状況が続いています。

このような状況の中にあって、日本のものづくり産業を縁の下で支える貴組合が、各組合員の人材育成、経営の合理化等に資する様々な取り組みを積極的に展開しておられますことは誠に心強い限りであり、今後その取り組みがさらに大きな実を結ぶことを期待する次第であります。

政府といたしましては、貴組合の100周年記念事業のコンセプトでもあります「未来へつなぐ」と同様に、日本のものづくりを未来へつなぐために、新たな成長戦略であります「日本再興戦略」に基づき、設備投資を促す各種支援策や、イノベーションを生み出すための規制緩和等を積極的かつ大胆に進め、「高付加価値で強いものづくり」ができる環境作りに取り組んで参る所存であります。

近畿経済産業局といたしましても、技術開発支援や金融支援をはじめ、各種の中小企業施策をよりきめ細かく実施していくことはもとより、皆様の経済活動をより活性化するため、できる限りの取り組みを推進して参ります。

貴組合におかれましても、この記念すべき創立100周年を新たな契機として、組合員各位の結束をさらに強固なものにされるとともに、今後とも積極的に事業を展開され、業界発展のために引き続き御尽力いただきますようお願い申し上げます。

結びにあたり、大阪機械器具卸商協同組合の今後ますますのご発展を祈念しまして、私のお祝いの言葉とさせていただきます。

大阪府知事
松井　一郎

大阪機械器具卸商協同組合が創立百周年という偉大な節目の年を迎えられましたことを、心からお祝い申し上げます。

貴組合は、大正二年に前身である「大阪機械商互親会」として結成され、以来、戦後日本の復興の礎とも言えるものづくり産業の振興を支えるとともに、激動する社会経済情勢の中にあって長きにわたり活動を継続され、製造企業とともに“ものづくりのまち大阪”の発展に大きく貢献してこられました。

これもひとえに、田中理事長をはじめ、歴代役職員の皆様のたゆまぬご努力とご熱意の賜物であり、深く敬意を表しますとともに、長年大阪産業の活性化に寄与していただいていることに改めて感謝を申し上げます。

さて、わが国及び大阪の経済は、着実に持ち直しの動きが見られるとの声もありますが、中小企業を取り巻く経営環境は依然として厳しい状況にあると考えております。また、消費税増税に伴う対応や大災害に備えた取り組み等、企業に求められる新たな課題も発生しています。

そのような中、大阪府といたしましては、企業の円滑な経済活動をサポートするため、制度融資、技術支援、採用や人材育成に関する支援など、様々な施策を実施しております。また、異業種企業との交流の場の提供、ビジネスマッチングや海外販路開拓のサポートなどを通じて、新たな事業展開にチャレンジする企業を積極的にバックアップしてまいります。

今後も頑張る中小企業に対する資金・技術・経営面にわたる総合的な支援を進めてまいりますので、皆様には、引き続き大阪経済の牽引役として、大きな活力となっていただきますよう、ご期待とお願いを申し上げます。

結びに、大阪機械器具卸商協同組合及び組合員の皆様が、この記念すべき百周年を契機とし、より一層ご発展されることを祈念いたしまして、お祝いの挨拶とさせていただきます。

大阪市長

橋下　徹

大阪機械器具卸商協同組合が創立100周年を迎えられましたことを心からお祝い申しあげます。

また、田中理事長をはじめ皆様方には、平素から大阪市政の各般にわたり格別のご理解、ご協力を賜っておりますことに心から厚くお礼申しあげます。

貴組合は、大正２年に前身である「大阪機械商互親会」として発足されて以来、強固な団結力のもと、激動の時代を乗り越えられ今日の繁栄を築いてこられました。

さらには、近年の企業間競争の激化、大手小売や製造小売など新たな業態企業の出現やＩＴ化の進展など、社会経済情勢が急速に変化する中、共同購入斡旋事業や共同配送事業をはじめ、経営及び技術の向上をめざした研修会、工場見学の開催など、様々な事業を積極的に展開され、業界の振興はもとより、大阪の産業経済の発展に大きく貢献してこられましたことは誠に心強い限りであり、歴代役員並びに組合員の皆様のご熱意とご尽力に深く敬意を表する次第であります。

今後とも、これまで培ってこられた輝かしい歴史と伝統、業界の誇りを礎に、自由闊達で進取の企業家精神を持つ大阪商人の心意気を存分に発揮され、一層の活動の進展を図られますよう期待申しあげます。

大阪市では、「成長は広域行政、安心は基礎自治行政」という考え方を基本に、ムダを徹底的に排除した効果的・効率的な行財政運営をめざした市政改革に取り組むとともに、大阪経済の担い手である中小企業の皆様方の課題やニーズを的確に把握し、これに対応する効果的な施策を府市の連携を深めながら積極的に推進し、大阪が活力あふれるまちとなることをめざして全力を注いでまいりますので、引き続き、ご理解とご協力を賜りますようお願い申しあげます。

大阪機械器具卸商協同組合が、創立100周年を機として、さらなる発展を遂げられますよう、また、組合員の皆様方のご健勝、ご繁栄を心からお祈り申しあげましてお祝いのことばといたします。

大阪商工会議所　会頭
佐藤茂雄

大阪機械器具卸商協同組合が創立100周年を迎えられましたことを心からお祝い申し上げます。

顧みますと、貴組合は大阪の機械工具商の親睦と情報交換の機関として、大正２年（1913年）に結成されました大阪機械商互親会が母体と伺っております。爾来、貴組合は組合員各位の絶え間ないご努力と協調のもと、組合員の社会的・経済的地位の向上はもとより、広く業界の振興、発展に多大な貢献をしてこられました。これもひとえに、田中理事長を始めとする歴代理事長、役員並びに組合員各位のご熱意と不断のご努力の賜と、深く敬意を表する次第であります。

申し上げるまでもなく、機械器具・工具は、その用途が幅広く、産業分野から日常生活分野まで利用されており、我が国の経済社会に欠くことのできない商品となっております。
中でも大阪は、歴史的に新町、立売堀、谷町などを中心とした日本一の機械器具卸商の集積地でありまして、全国、世界各地から機械器具・工具が集まり、それが日本全国に流通し、日本の産業界に多大な貢献をしており、貴組合が全国において果たしておられる役割には誠に大きなものがあります。さらに今後は、こうした商品の円滑な流通を担っておられる皆様におかれましては、流通の近代化、合理化に向けて一層ご尽力されますことをご期待申し上げる次第であります。

大阪商工会議所では2011年度から、中小企業の成長分野への参入支援に力点を置いた地域の成長戦略「千客万来都市ＯＳＡＫＡプラン」を推進しているところであります。

大阪の経済発展に向け、何よりも重要なのは、気概あふれる皆様が存分に力を発揮できる環境を整えることであります。そのためには、目指すべき都市像を官民が共有し、ベクトルを合わせてその実現に取り組んでいくことが重要であります。大阪府・大阪市との連携を強化することはもちろん、地域の企業、他の経済団体、市民などの全員参加を得て、「千客万来都市」の実現を目指してまいりたいと存じます。

皆様方には、今後も一層のご支援、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

結びに、この記念すべき100周年を契機に、貴組合の結束がより一層強まり、今後益々ご発展されますよう、また、組合員皆様方の益々のご健勝、ご発展を心から祈念しまして、お祝いの言葉といたします。

100th anniversary

記念誌 目次

挨拶・祝辞	2
目次	9
記念祝賀会	10
歴代会長・組合長・理事長	15
役員名簿	16
100 年の歩み　第 1 部　――　70 年周年記念誌から抜粋―	17
100 年の歩み　第 2 部　――　近 30 年の歩み―	29
フォーラム・座談会	73
トップリーダー・フォーラム　――　理事長を囲んで	74
若手経営者座談会	84
支部代表座談会	96
メーカー座談会	106
記念投稿	125
夏のクルージングと子供たちの作文	147
ルミナス 2 でクルージング	148
クルージングに参加した子供たちからの作文	150
業界の調査研究発表	155
支部紹介／組合員名簿／賛助会員名簿	189
協賛広告	203
記念事業の担当委員会と委員名簿	254
編集後記	255
奥付	256

創立 100 周年記念事業

記念祝賀会

100 周年を迎えた大阪機械器具卸商協同組合（田中康造理事長・喜一工具相談役、組合員 224 社）は、11 月 22 日（金）、大阪市北区中之島のリーガロイヤルホテルで組合員・メーカーら 550 人が集い記念祝賀会を盛大に開催した。田中理事長は「今日一日、100 周年を祝うとともに、新たなスタートとなることを祈る」と挨拶した

リーガロイヤルホテルに 550 人が集い、業界の明日を語らう

「未来へつなぐ業界の誇りと希望」をコンセプトに展開してきた 100 周年記念事業の総決算として開催した 11 月 22 日の記念祝賀会。リーガロイヤルホテルに組合員・メーカーら 550 人が集い、生き残るための課題・問題、今後の戦略展開、心構えなど意見交換する貴重な場となった。

田中理事長は 100 年の歴史を振り返り、「先輩たちは色々な難局を乗り越えてこられた。今後どんな時代になり、どう乗り越えていくのか、どのように適合していくのかを考えるきっかけにし、101 年目、102 年目を皆さんと一緒に力を合わせて進んでいきたい」と挨拶した。

第 1 部は、横山機工・横山利治社長を中心とした 30 代 40 代の生産財流通業界の若手経営者、もしくは次世代の経営者 10 人と、大阪府立大学・上野恭裕教授らが業界の将来について調査研究した成果を発表。「FIFTY」というキーワードを披露し、「仕事の半分を入れ替える必要があるのではないか。それに必要なことは覚悟」とした。

また、第 2 部の「トップリーダー・フォーラム」では、田中理事長を囲んで、５人のトップ経営者が今後の業界の変化や取り組むべき課題と各社の取り組みについて意見を交わした。ここでは、機械工具流通業界を代表するトップ経営者が語る将来や課題、取り組みは、各社の個性が明確になった他、「ユーザー目線」や「フェイス・トゥ・フェイスの営業とネットの有効活用」がクローズアップされた。

若手経営者の調査研究発表の内容・資料は本書 155 ページから、トップリーダー・フォーラムの詳細は 74 ページから紹介する。

記念祝賀会プログラム

日時 平成 25 年 11 月 22 日（金）
場所 リーガロイヤルホテル （大阪市北区中之島）

第１部 1 時 30 分～3 時 15 分 ロイヤルホール

記念式典

物故者に黙祷
君が代斉唱
理事長あいさつ　田中康造理事長
ご来賓の紹介
ご来賓代表者祝辞　大阪商工会議所 佐藤茂雄会頭
功労者表彰・感謝状贈呈
矢野　博　株式会社協和商会 代表取締役社長
大石芳三　株式会社カインズ 相談役
森本俊一郎　株式会社ニシキ商会 取締役会長
小畑秋夫　信和機工株式会社 代表取締役社長
木村雄一　カツヤマキカイ株式会社 取締役会長
被表彰者代表者挨拶
木村雄一　同上

調査研究発表

「FIFTY―生き残りをかけた挑戦」生き残りのために、今なすべきことは何か。

第２部 3 時 30 分～4 時 45 分 ロイヤルホール

トップリーダー・フォーラム
・・・理事長を囲んで

今後、この業界はどのように変化して行くのか。卸商社と直需店は、今後どのような連携が必要とされるのか。

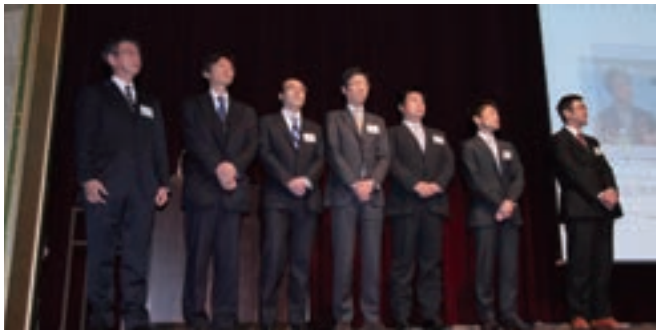
第３部 5 時～6 時 30 分 光琳の間

祝典

開宴のあいさつ　河田　徹 副理事長
乾杯　前西孝夫 副理事長
閉宴のあいさつ　牛田幸吉 副理事長

大阪機械器具卸商協同組合
創立100周年記念式典

MEIJI ROYAL HOTEL



中山哲也

田中康治
柳川重昌

河田副理事長挨拶

前西副理事長乾杯

祝典で披露された弦楽四重奏

司会者

牛田副理事長閉宴の挨拶

歴代会長・組合長・理事長

大阪機械商互親会から
大阪機械工具商業会まで

岩田米次郎

水谷泰之助

堀家伊之介

由解新七

加納正義

大阪機械工具商連合会以降

1951（昭和 26）年 12 月
大阪機械工具商連合会発足

1973（昭和 48）年 4 月
大阪機械工具商連協同組合へ改組

1990（平成 2）年 5 月
大阪機械器具卸商協同組合へ名称変更し、現在に至る

各氏の所属する会社名は現在の呼称で統一した。

奥村勇次（ユアサ商事株式会社）
昭和 26 年 12 月～昭和 33 年 4 月

小野逞三（株式会社オノマシン）
昭和 33 年 5 月～昭和 46 年 5 月

君浪鉄雄（梅田機工株式会社）
昭和 46 年 6 月～昭和 52 年 4 月

木村辰雄（カツヤマキカイ株式会社）
昭和 52 年 5 月～昭和 62 年 4 月

山本猛夫（株式会社山善）
昭和 62 年 5 月～平成 3 年 6 月

中山注次（トラスコ中山株式会社）
平成 3 年 7 月～平成 12 年 3 月

中道真蔵（株式会社山善）
平成 12 年 4 月～平成 18 年 3 月

田中康造（喜一工具株式会社）
平成 18 年 4 月～現在

役員名簿

平成 25 年 10 月 31 日　　（順不同・敬称略）

役　職	氏　名	会社名	担　当
理　事　長	田中　康造	喜一工具株式会社	
副理事長	吉居　亨	株式会社山善	ＩＴ・情報
同	前西　孝夫	エバオン株式会社	教育情報
同	巽　謙昌	興生産業株式会社	活路研究・事業
同	河田　徹	河田機工株式会社	活路研究・事業
同	牛田　幸吉	原口機工株式会社	総務・100 周年記念事業
専務理事	阪口　徳和	大阪機械器具卸商協同組合	事務局
会計理事	西野　佳成	西野産業株式会社	
理　事	小野　徹弥	株式会社オノマシン	
同	古里　龍平	株式会社ジーネット	
同	杉本　正広	杉本商事株式会社	
同	鹿村　隆明	株式会社三和精密	
同	富田　進	トミタ産業株式会社	
同	宇野　浩一	宇野株式会社	
同	中山　哲也	トラスコ中山株式会社	
同	西木　利彦	株式会社日伝	
同	奥野　龍平	ホーザン株式会社	
同	瀬川　洋	株式会社三共コーポレーション	
同	喜吉　眞三	ユアサ商事株式会社	
同	木村　吾郎	カツヤマキカイ株式会社	
同	郡山　和朗	東綱ワイヤロープ販売株式会社	
同	小林　宏司	サカイ工機株式会社	
同	白樫　純一	株式会社林敬商店	
同	杉本　博道	杉本精機株式会社	
同	山下　順次	旭商工株式会社	
同	堤中　徹	株式会社マシン三洋	
同	菊本　佳秀	菊本機工株式会社	
同	濱田　博夫	株式会社浜田	
監　事	山出谷　武俊	株式会社山勝商会	
同	柳川　重昌	大阪工機株式会社	

100年の歩み　第1部

――1983（昭和58）年発行の70周年記念誌から抜粋――

1913年～ 1983年

組合創立 70 周年時に編纂された『70 周年記念誌』（以下　原本）第 1 部「過去から現在」編から、特に留めておきたい事項を抜粋しました。抜粋した箇所の記述に当っては、出来る限り原本通りとしましたが、調査の及ぶ範囲で、明らかな間違いについては訂正させていただきました。

機械工具商業の萌芽、発達（明治期）

大阪は水の都であり、商業が盛んになるにつれて船の需要が増えた。船の出入りが多い木津川や安治川、その上流が土佐堀川に重なる川口、大阪府庁のあった江ノ子島に隣接した立売堀、新町、薩摩堀は立地条件に恵まれていた。

大阪の機械工具商で最も古いとされるのは林音吉商店で、1877（明治10）年４月に初代林音吉が大阪堂島で金物商を開店、次いで工具、鉄鋼製品に進出、明治25年に貿易を開始した。輸入工具問屋の草分けで、当時英国バーミンガムのネットホールド社からモクネジを初めてわが国に紹介し、後に米国アメリカンスクリュー社と契約するなどネジ輸入の元祖となった。この林音吉商店からは酒井寛三、津崎亥之助、堀家伊之介、梶崎熊次郎、深山泰次、林修平、山本安太郎、臼居万太郎、井上好三郎、熊倉金雄、北村保雄、瀬戸山彰、出口良太郎など多数の人材を輩出している。

1880（明治13）年には伴伝助がバンデン商会を開業し、1882（明治15）年には平佐潔がヒシヒラ商会を創業。大西三郎商店は1890（明治23）年４月に南区（現中央区）安堂寺橋通で打刃物商を始め、前田軍治や加納竹五郎が番頭として活躍した。

明治 45 年、長堀橋の湯浅七左衛門商店大阪店（赤煉瓦洋館の向かって左側にある建物）

1897（明治30）年頃になると、300年の伝統を誇る湯浅金物が長堀橋に店を構え、岩田兄弟商会が創立された。岩田兄弟は1895（明治28）年に岩田与兵衛が岩田与兵衛商店を創業し、1899（明治32）年に長男与三郎と井上伊平商店出身の次男米次郎により岩田兄弟商会となった。1905（明治38）年頃から毎年１月、王冠印のマークが入った工具カタログの新版を発行し、これが機械工具取り扱いの手引きとして好評を博し、工業学校などの教材にも使われた。オノマシンを興した小野逞三は岩田兄弟出身である。

大正末頃の岩田兄弟商会

井上伊平商店は、1887（明治20）年頃に立売堀に開業。水谷泰之助は同店の出身である。

1901（明治34）年には豊福兼助が豊福兼助商店を開店、主にバルブを扱った。同店には三宅敏介、バンデン商会の森中靖之、参謀本部にいた足立長次郎や福原耕一などが入店して豊福兼助商店の最盛期を作り上げた。豊福からは管工機材を中心に有力な人材を多く送り出している。

谷町（上町）に機械工具街が発達したのは砲兵工廠の払い下げ品を住吉街道にあたる谷町筋で売っていたからで、水谷次郎兵衛も質屋をやめて機械商を始め、長堀橋の湯浅金物では明治30年頃に台湾、38年頃には朝鮮、満州に進出している。

湯浅金物では1872（明治５）年に東京の本店で鉄鋼を扱うようになっており、早くから輸入工具を取り扱っていた。大阪の林音吉商店は輸入工具の草分けだが、明治20年代には輸入工具商社としては東京の碌々商会、高田商会、刺賀商会、和英商会、横浜の田中茂、鈴木市三郎（三河屋）、渡辺貞次郎（三橋屋）、大阪の岩田与兵衛商店などがあった。

1903（明治36）年９月、九条花園橋から築港までの電車が開通した。

1904（明治37）年２月６日、日露開戦。翌年に講

和となり、1906（明治39）年に南満州鉄道株式会社が日本の権益で設立された。鉄や鉄製品が脚光を浴びた。田中平三郎商店、井上好三郎商店、杉本杉松商店、島屋商会、上原商店、浅井菊機械店などが相次いで商売を始めた。引き続き、小島伝次郎商店、小山善太郎商店、吉春商店、堀内仙吉商店などが立売堀や新町で開業。高野商店が江ノ子島で、五味屋商会が南区反物町で、浜田製作所が北区で、臼居万商店、出石商店が京都でそれぞれ古鉄やバルブ、工具などの販売を始めている。

享保年間に高津で創業した錺平が薩摩堀に移ってきたのは明治の末。高田商会や浪速貿易商会などの商社も新しい機械器具の輸入に活躍していた。

「大阪機械商互親会」結成 1913（大正2）年

日清、日露の戦勝により世界列強の一国となったわが国は、機械工業、鉄鋼関連業が躍進の一途を辿った。朝鮮、満州への渡航が活発になり、販路は広がった。国内でも機械工具需要は増大し、地方で工具店、鉄材店を開くものが多くなり、地方取引が盛んになった。大阪でも機械工具店開業が続出し、古い店で修業をつんだ人が大正の初め頃から次々と独立開業していった。

中村照商店、水谷泰之助商店、森岡工具、北野商店、藤本船具店、高田船具店、福松産業、足立商店、中島商事、真島商店、木村水道ポンプ、古島鉄管、福井一夫商店、堀家伊之介商店、宮川作次郎商店、山形光三商店、川島商事などの各店が相次いで創業している。

1913（大正２）年、大阪の機械工具商業界で、親睦と情報交換を目的に「大阪機械商互親会」が結成された。この互親会が現在の「大阪機械器具卸商協同組合」の母体となる。当初会員は25店であったが、1917（大正６）年には60店に及んだ。

初代会長は岩田兄弟商会の岩田米次郎、副会長に杉本杉松、評議員井上好三郎、林音吉商店、豊福兼助、吉田鉄一、田淵清三郎、塚本商店出張所、野口商店の各店であった。

1919（大正８）年には互親会とは別に「大阪機械商親交会」が比較的若い業者で結成された。会長には下井喜九三が就き、会員は古島徳司、北野長作、山形秀雄、石野省三、堀家伊之介、福原耕一、真島喜一、水谷泰之助など50名で、互親会と同じく親睦を中心に実を上げたが、1943（昭和18）年に解散した。

大阪機械商親交会の10周年記念で伊勢神宮に参拝

この頃に開業した店も多く、1919（大正８）年には古林商店、久喜勝三商店、児玉保一商店、1920（大正９）年には川村昌三商店、近藤要商店、1921（大正10）年には杉本商事、木村ポンプ製作所、春日井鉄郎商店、藤井兄弟商会、藤沢能登商店、南出商店、久門製作所、1926（大正15）年には小野逞三商店、前田軍治商店などが創業している。

児玉保一商店の開業当初からの店員には井上千代松、相馬千里、君浪鈇雄、伊勢田計義など後年成功した逸材が多く、昭和に入って国産工具を世界に売り広め、工具輸出の先駆者となった。前田軍治商店には屋敷定雄、尾崎行雄の他、テレビドラマ“どてらい男”で有名になった山本猛夫や石原和夫、高橋貴、阪崎真市、西村正士などもいた。

「大阪機械商組合」発足 1935（昭和10）年

昭和に入り、1927（昭和２）年から1937（昭和12）年頃までに独立開業した店は末広商社、川島商店、金谷商店、瀬戸商店、杉本商店、旭工具製作所、山

口工具店など。これに岡野忠商店、大竹機工、三協工具製作所、井上千代松商店、小川善、山崎商店、大喜産業などが続く。東京の勝山商会が薩摩堀に大阪出張所を開設したのは1937（昭和12）年で、後のカツヤマキカイ木村辰雄が所長として赴任し、ベルトなどの販売に活躍した。

こうした中、1934（昭和９）年頃に単一組合の結成準備が進められた。1913（大正２）年設立の互親会（会長岩田米次郎）、1919（大正８）年設立の親交会（会長下井喜九三）、昭和の始め頃発足の上町（谷町）機械商組合（組合長水谷次郎兵衛）が中心となり大阪機械商組合創立委員会を結成、1935（昭和10）年10月に重要物資同業組合法による準則組合として大阪府知事から認可が下りた。

昭和 10 年 4 月、大阪機械商組合発起人会（新町平和倶楽部で）

1935（昭和10）年11月22日、西長堀の大阪実業会館で開かれた「大阪機械商組合」の創立総会では、組合長に岩田米次郎、副組合長に林音吉、水谷泰之助、評議員として互親会から野口譲、田淵清三郎、井上好三郎、猪崎久太郎、北野長作、三宅敏介、福原耕一、堀家伊之介、芦伝一、古島徳司ら25名、代議員として親交会から山形秀雄、藤沢能登、伊藤松太郎、三枝四郎、渡辺麻吉、小山省三ら25名を選出した。当初会員は150名で、組合事務所は新町ビル２階に置いた。その後、会員は急速に増え、400名にも達し、工作機械、工具、バルブ・コック・ポンプ（鉄管を含む）、鋲螺、金剛砥石、各種パッキングの６部を設けた。

1941（昭和16）年岩田組合長の死去に伴い、組合長に水谷泰之助、副組合長に堀家伊之介、三枝四郎を選出した。

戦時下の組合の動き

1937（昭和12）年７月に日華事変が勃発、臨時資金調整法に続いて軍需工業動員法、工作機械製造事業法、国家総動員法などが公布され、1938（昭和13）年４月には物品販売価格取締規制による最高販売価格表が発表され、同年７月から鉄鋼や工作機械などの配給統制が始まった。こうした中で配給統制を効果的に実施するには、各業種別、卸・小売が別々に組合を結成せざるを得ない状況になってきた。

大阪機械商組合では、まず工具部が分離し、それに鋲螺部、バルブ部が単独での組合を結成していった。機械商組合は1943（昭和18）年10月に発展的に解消することになる。

1939（昭和14）年９月16日、大阪機械商組合から分離した工具部は、堀家伊之介を発起人代表として軍人会館で創立総会を開き、200余名の組合員で「大阪機械工具商業組合」を設立した。役員は理事長堀家伊之介、副理事長亀田正雄、会計理事三木市三郎、理事末広商社、伊藤松太郎、湯浅金物、井上千代松、林音吉、井上機工、村上商店、北野長作、小川善次郎、加納正義、岡谷鋼機、ワシノ製機、カセタニ商店、熊倉金雄、八木機械、前田軍治、児玉保一、荒井安次郎、安宅産業、阪野商店、美和商会、ヒシヒラ商会、書記長須古三郎であった。

新町の平和倶楽部向かいのイソダメタルの店舗を組合事務所として借り受け、仕事を始めようとしたところ業界に多年に亘って燻っていた卸と小売の対立が表面化した。店に品物を置かずに工場や会社などを回って注文を取り、一括納入する業者たちが一柳誠男を理事長に「大阪機械工具小売商業組合」を結成。「卸商は需要家への直納を辞退せよ」と迫った。これで一軒の店が双方の組合に加入しなければならない状況も起こり、ついに卸側は「大阪機械工具卸商業組合」と改称、両組合が並立することになった。この紛争で堀家理事長は辞任し、湯浅金物専務由解新七が２代目理事長に就任した。しかし、由解理事

長は一部組合員からの不信任や社内事情もあり任期途中で辞任し、1941（昭和16）年２月に加納正義が理事長に選任された。

この頃（1939/ 昭和14 ～ '43/ 昭和18年）、石井工具店、内村商店、岡本商店、田中喜一郎商店、山本猛夫商店などが開業した。

業者の企業整備

1942（昭和17）年、企業整備令が発動され、軍需省が設置された。戦局がますます緊迫化するに及んで軍当局はすべての商人を軍直納とするとともに、商業に従事するものを徴用して軍需品の生産に向ける計画を立てた。1944（昭和19）年７月、軍需省機械局長より機械工具配給機関整備に関して通牒が出された。全国の機械工具業者を180店に整備するという厳しいもので、近畿地区では大阪30、兵庫8、京都4、和歌山、滋賀各2、奈良1の計47店という内訳であった。当時、府下には2000余名の機械工具業者があり、これが30店に整備するという大鉈が振るわれることになった。この30店は結果的に52店にまで増えたが、その選定作業が行われることになる。

加納理事長が各店の取扱高実績、経歴、納税の３つを公平に採点して残存希望者一覧票を作成。この一覧業をもとに府庁で合同会議を開き、次の残存業者52社を決定した。

岩田兄弟産業、岩井産業、範多工機、林音吉商店、原田商事大阪支店、早川徳次郎本店、阪急百貨店、西孫商店、日商産業、堀家製機工具、鳥羽洋行大阪出張所、富新製機大阪出張所、千代田組大阪支店、岡谷鋼機大阪支店、小川工業、大西三郎商店、川島商事、加納商店、カセタニ商店、大同精機、田坂商店、竹久商店、大丸大阪店、高島屋大阪支店、大東亜物産、大建産業船場支店、大信興産大阪支店、高島飯田大阪支店、十合、村上商店、宗像産業、熊倉工業大阪支店、八木文工具製作所、ヤブタ商店、前田機工、小寺精機、小林捨次郎大阪支店、浅野物産大阪支店、天野商店、安宅産業、阪野商店、酒井興業、佐渡島金属、三昌工業、共和鑢鋼、湯浅金属産業大阪支店、三井物産大阪支店、三菱商事機械部大阪支部、ヒシヒラ商会、杉本杉松商店、日本船用品統制大阪支店、大阪船用品。

企業整備に残存しえた業者でも転向するものも多く、井上千代松商会は日満工業として鋸メーカーに、末広商社は光精工となり、前田軍治商店は前田金属工業となった。

統制組合の設立
1945（昭和20）年

こうした各地の企業整備状況を背景に商工組合法に基づいた統制組合の設立が急がれ、1945（昭和20）年５月、静岡県三島市で「日本工具配給統制組合」の創立総会が開かれた。

理事長肝付兼英、専務理事古賀敏之、理事高橋政蔵（東京）、中山清礼（名古屋）、加納正義（大阪）、監事加藤陸策（東京）、中村米平（大阪）、評議員曽根直三郎（東京）、富田荘次郎（東京）、伊藤松太郎（大阪）、大籔喜代治（名古屋）、総代は東部地区＝大熊一三（東京）、塚山繁（神奈川）、若山憲雄（仙台）、片岡竹雄（沼津）、北海道、新潟各１名、中部地区＝奥田清兵衛（名古屋）、峰沢七五三（岡崎）、山内敬治（富山）、西部地区＝小川善次郎（大阪）、綛谷彦三郎（大阪）、熊倉金雄（大阪）、出石武三（京都）、福岡、広島各１名であった。

この組合は当初200余名で発足したが、企業整備が遅れ、指定配給業者が未決定の地区が決定次第加入したので徐々に増加した。大阪機械工具卸商業組合は解散し、日本工具配給統制組合大阪支部52名の組合員によって「大阪機械工具配給協力会」を設立したが、殆んど活動できないまま終戦を迎えることになった。

灰燼の中から

1945（昭和20）年８月15日、終戦。わが国はＧＨＱの支配下に置かれた。極めて厳しい非軍事化、民主化の見地から占領政策が行われ、日本の社会に大変革を迫った。大阪空襲の被害は浪速区、港区、西区の被害がひどく、中心部は焼野原と化した。戦前の最盛期には機械金属製品の業者約600が集まって国内はもとより海外まで進出する日本一の問屋街として栄えた立売堀・新町地区もすべて灰燼に帰した。

昭和20年３月13日夜の空襲後（四ツ橋当たりの写真で、向かって左上が新町・立売堀地区）

焦土の中から1946（昭和21）年早々、小野逞三らを中心に30名の同業者が結集して、立売堀・新町地区の復興に立ちあがった。「立売堀新町商店街復興会」が結成され、復興計画に着手、同年秋、30店の共同店舗が完成した。その後、復興会は発展的解消し、12月、約40名が集って「立売堀新町振興会」が創立された。機械工具、鋲螺、ポンプ、地金、バルブ、鋼管、伝導機、その他品種の８業種で構成された。22年春頃、立売堀・新町地区の業者は60店をこえ、暮れには150店に膨らんだ。

「大阪機械工具商業会」発足 1948（昭和23）年

1946（昭和21）年8月、商工協同組合法の成立に伴い、東京、大阪をはじめ全国各地区で機械工具商業協同組合設立の動きが出て、大阪では全国に先がけて10月、「大阪機械工具商業協同組合」創立準備会を開催していたが、翌1947（昭和22）年3月に大阪商工会議所で「大阪機械工具商業協同組合」の創立総会が開催され、正式発足に至る。役員選挙の結果、理事長加納正義、副理事長小川善次郎、丸山邦夫、理事林寿一ほか16名、監事３名を選任。４月の初の理事会で専務理事に奥村勇次を決めた。

この年、２月には東京都機械工具商業協同組合が設立され、３月の大阪に続いて愛知、北海道、京都、広島、福岡、山口、岐阜でも商業協同組合が結成され、メーカー団体も各業種で誕生した。

９月10日には、組合事務所を堂島から大阪市南区北炭屋町に移す。

大阪機械工具商業協同組合事務所

しかし、1948（昭和23）年に入ると、同協同組合が早くも解散することになり、6月、直ちに任意団体の「大阪機械工具商業会」が発足した。創立総会は７月20日、大阪商工会議所で開かれた。

投票の結果、会長に加納正義、副会長に岩田信成、奥村勇次、理事に小川善、林音吉、勝山商会、ワシノ製機、堀家製機、大林産業、大建産業、佐藤幸雄、中正商店、前田機工、船場工業、阪野商店、ヒロノ機械、安宅産業、ヒシヒラ商会、日本商会、森岡興業が選出された。

各地で機工会結成

1947（昭和22）年設立の野田阪神機械工具商業組合、大阪上町機械工具地金金物商連合会に続いて、同年に北大阪機工会（会員45名）が結成された。７月

16日の創立総会で会長に林寿一、会計監事に長谷川辰雄、屋敷定雄、監事４名を選出した。

1950（昭和25）年には東大阪機械工具商組合が設立。４月11日に創立総会が行われ、役員などを決めた。顧問＝加納正義（大阪機械工具商業会会長）、木下竹蔵（大機金物）、相談役＝福益清次（福益商会）、石原芳造（石原商店）、村川亀太郎（村川商店）、組合長＝高木清司（高木産業）、山口喜夫（新星機工）、清水武作（シミヅ産業）、会計幹事＝可伸義夫（可伸機工）、神保寿之亟（ジンボ商店）、会計監事＝小寺蔽祐（兼芳商店）、幹事＝町田正一（土佐機工）、西田卯一郎（西田商店）、芝武徳（大和ヤスリ機工商会）、原田丈史（昭和工業）、内田勉（内田商店）。

また、1951（昭和26）年には大阪上町機工会が８月25日に創立総会を行った。会長に堀家伊之介、副会長に大西貞一、岩田保太郎を選出。そのほか、市島秀夫、江見日朗、本間九一郎、宮崎伊三郎、高橋貴、中上正信、前川直年、谷口敬郎を役員に選んだ。

大阪中部機工会（33社）の創立総会は、同年９月27日。会長奥村勇次（湯浅金物）、副会長岡谷鋼機、常任理事ヒシヒラ商会、ヒロノ機械工具、会計理事井上千代松商店、理事日本鋼機、阪野商店、五味屋機工、山崎商店、若松金物店、三和商会。

そしてこの年、立売堀新町振興会があるため設立が遅れていた西区地区でも大阪西機工会が結成された。11月22日の創立総会で、役員選挙の結果、会長小野逞三、副会長小川善次郎、常任理事大塚芳太郎、柚木富之助、安東四良、田中喜一郎、衣斐順平、理事渡辺幸三、山本猛夫を選出した。

「大阪機械工具商連合会」発足
1951（昭和26）年

1950（昭和25）年６月には朝鮮動乱が始まった。ドッジラインのもとで厳しい不況にあえいでいたわが国に需要増大が降って湧き、鉄鋼、機械、造船、金属工業などは活況を呈し、機械工具は戦後最大の輸出量を示した。しかし、朝鮮動乱景気も休戦の見通しが見えはじめると、一転して不況へ落ち込んだ。世界的な景気後退が訪れ、わが国の輸出は激減し滞貨を生み、市況が悪化した。ブーム期に輸入促進策をとった結果、輸入は増加し、過剰輸入となった。これをかかえた貿易商社は打撃を受け、とくに金属、繊維を中心とする商社の整理、倒産が起こった。

1951（昭和26）年、大阪市内における地区別機械工具商団体は、北大阪機工会、大阪上町機工会、大阪中部機工会、大阪西機工会、東大阪機械工具商組合、野田阪神機械工具金物商組合の６団体となり、12月４日に鉄鋼会館で各団体の代表が集まって懇話会を開き、連合会の結成に動いた。抽選により、東大阪の高木清司組合長が準備委員長となり規約草案を作成。12月20日に各団体から代表３名が湯浅金物講堂に参集し設立総会を開催、「大阪機械工具商連合会」が発足した。東京では本部組合のもとに９支部が誕生したのとは対照的に、大阪では地区機工会を統轄する形で連合体が構成されたのである。設立総会では、規約審議の後、会長選挙で奥村勇次湯浅金物専務が選出された。

昭和 26 年 12 月 20 日、大阪機械工具商連合会創立総会（湯浅金物講堂で、前列中央が奥村勇次会長）

なお連合会結成に伴い、翌1952（昭和27）年１月、大阪機械工具商業会の解散総会が鉄鋼会館で行われた。

「日本機械工具商連合会」結成 1952（昭和27）年

一方、全国の動きをみると、1948（昭和23）年、全国の業者代表が箱根に集って「全国機械工具連合懇話会」が結成されていた。その第2回大会が1952（昭和24）年５月、京都・円山公園「中村楼」で開催され、全国から約50名が集まり、中小企業振興対策、商道の確立、輸出振興、残存丸公撤廃などについて意見を交換した。（丸公：政府が定めた公定価格）

そして、全国業者大会（第5回）が1952（昭和27）年5月、大阪・四ツ橋文楽座で開催された。開催担当の大阪機械工具商連合会では、大阪バルブコック商業協同組合、大阪鋲螺商業会、関西伝導機組合の協賛、大阪府、大阪市、大阪商工会議所の後援を得て準備を整えて遠来の客を迎えた。当日、全国から参集した業者は約800名にのぼる未曽有の大盛会となった。

全国団体の結成については、前年、東京組合と大阪組合の間で意見が一致し、名古屋を含めて準備会の結成を図ったが、この第5回全国業者大会の席上、３都市で連合会を結成するのはどうかという意見が他地区から出され、その後、各地区団体で打ち合わせが行われた。そして、1952（昭和27）年７月23日、箱根・塔の沢環翠楼で全国組織の設立委員会が開催された。委員会のメンバーは東京都機械工具商業協同組合、大阪機械工具商連合会、愛知県機械工具商業組合、岐阜機械工具振興会、京都機械工具商業組合、神戸機械工具金物商同業会、金沢機械工具商業協同組合、福岡市機械工具商業協同組合の８団体。各地区の意見が取りまとめられ、全国業者団体として「日本機械工具商連合会」が正式発足した。

なおこの年、従来の同業者団体・金工会を母体に堺南機工会（会長泉本増蔵）が発足、連合会に加入した。

翌1953（昭和28）年、６月25日から降り続いた九州中北部の豪雨は28日にようやく収まったが、60年ぶりの大雨で被害は大きかった。大阪機械工具商連合会では７月１日に九州地方対策協議会を開き、水害見舞金５万円を寄贈した。

昭和 28 年 7 月 1 日、九州水害対策協議会（湯浅金物講堂で）

昭和29年5月20日、大機連総会（湯浅金物会議室で）

業界安定化への取り組み 1955（昭和30）年

昭和30年に入ると、急速に日本経済は好転し戦後最良の年といわれるほどの経済拡大の年となった。前年に引き続くデフレで機械工具業界の危機などと騒がれたのもこの年であった。各種会合で取引正常化が叫ばれ、業界安定化への取り組みが進められた。

昭和 30 年頃の立売堀工具街

昭和 30 年頃の谷町機械工具街

昭和 30 年頃の野田阪神工具街

大阪の業界で結成した「公正取引連盟」では業界の取引明朗化推進運動の一環として「取引明朗化委員会」を設置し、11名の委員によって地区別に運営することになり、各地区および業種により選任された委員に相談すれば、その委員は本部連絡をとって世話役として善処することになった。取扱事項は①売掛金の焦げ付きができて悪意か否か判断に苦しむ場合②売掛金の焦げ付きが自店だけの感情問題か他店との関係を知りたい場合③不当なデマのため迷惑を被っている場合④取引先からの連絡で、市内業者で前渡金をとって商品を送らない店がある場合⑤その他取引上解決を希望する事項―などであった。

取引明朗化委員は次の通りであった。

▽西＝柚木富之助（三協工具製作所）▽上町＝高橋貴（高橋工具）、前川直年（前川鋼機）▽北＝木村辰雄（勝山商会）、林寿美雄（信和機工）▽中部＝佐伯益三（丸中商会）▽東＝神保寿之丞（ジンボ商店）▽バルブ＝一瀬初太郎（一ノ瀬バルブ）▽伝導＝渡辺栄松（渡辺幸三商店）▽鋲螺＝藤沢寅雄（藤沢鋲螺）▽ポンプ＝西村保（共立造機）。

９月18日に開かれた公正取引連盟委員会では、取引明朗化委員の報告があり、①メーカー側と研究懇談会を開催し代理店制度と運営について研究する②過度な招待販売を自粛するための運動③利潤と経費の標準を明らかにし業界の共存共栄を念願とする販売価格と回収基準の確立を期する運動④日常商業通信文の簡潔化運動の推奨―などが採り上げられ、具体的に公取連で業界に適応した新生活合理化運動を提唱し、関係諸団体の協力も得て実践に移すことになった。

また大阪機械工具商連合会では、10月10日に鉄鋼会館で、15日に京都で開催される日本機械工具商連合会役員会に対する議案審議を行った。その結果、大阪から15名の役員が参加することになり、①特売、販売店会の自粛は反響もあり実行し易い②工場で市場の需要にマッチした生産をしてもらう③大会の結果を報告してもらう④工具の地位向上のため、通産省などで色々に使っている所属分類を一定してはどうか―などの議案を提出することになった。

昭和 30 年頃の今里機械工具街

立売堀新町振興会 10周年記念式
1956（昭和31）年

1956（昭和31）年は、日本経済にとって画期的な年となった。国民所得は戦前の5割増、1人当たり国民所得が戦前で最高の1939（昭和14）年を超えた。

同年10月15日、立売堀新町振興会の創設10周年記念式典が大阪・立売堀の西二橋埋立地に設営された大テントで華々しく開かれた。式典には大阪府、市など関係官庁、関係業者など約500名が参列、金融

功労者、振興会功労者のほか、勤続店員690名が表彰された。また、記念事業の一環で12～16日に機械金属製品実演展示会が開かれ盛況だった。

立売堀新町振興会10周年記念式典

この年、大阪では４月８日からの15日間、第３回国際見本市が開かれ、世界22カ国・2500社が出品。総入場者は43万3000人で、契約金額20億600万円。機械や工具類の成約が目立った。

会長に小野逞三
1958（昭和33）年

1958（昭和33）年５月22日、大阪機械工具商連合会は鉄鋼会館で理事会を開き、会長に小野逞三を選出した。前会長奥村勇次はこの年、黄綬褒章を受けており、勇退して相談役に就任した。

連合会の新役員は次の通りであった。

▽会長＝小野逞三▽副会長＝岩田信成、市島秀夫、芝武徳▽会計理事＝木村辰雄▽常任理事＝沖野久市、坂本一二▽監事＝山崎弘氏▽理事＝早川市松（中部）、小川善次郎（西）、山本猛夫（同）、渡辺栄松（同）、安東四良（同）、君浪鉄雄（同）、堀家伊之助（上町）、岩田安太郎（同）、江見日朗（同）、大幡貞雄（同）、大西五一郎（同）、屋敷定雄（北大阪）、松岡友三郎（同）、豊田益幸（同）、芝武徳（東大阪）、山口喜夫（同）、清水武作（同）、神保寿之丞（同）、内田勉（同）、梶本佐一（同）、坂本一二（阪神）、山下繁（同）、坂東太郎（同）。

事務所は小野製作所内に置かれた。

なお、全国業者団体・日本機械工具商連合会はこの年の９月、箱根・湯本温泉・橘で役員会を開き、名称を「全日本機械工具商連合会」と改めた。

大阪機械工具商連合会の組織拡大
1960（昭和35）年

1959（昭和34）年、前年からのなべ底景気も意外に早く回復して、予想外の高い経済成長を続けた。この高い成長は、1961（昭和36）年まで続く（岩戸景気）。

1960（昭和35）年５月26日、鉄鋼会館で開いた連合会の定時総会で未加入機工会に呼びかけ、組織の拡大を図ることになった。この時、連合会は、西、上町、中部、北、東大阪、阪神、堺南の７機工会で構成され、会員は291社であったが、この年には城北機工会、東南機工会、12月には淀川機工会が相次いで結成、連合会に加入、10機工会となり、会員数は457社となった。

1961（昭和36）年に入ると、以前から燻っていた卸・小売問題が一段とクローズアップされた。大阪でも大阪機械工具商経営研究会（1958/昭和33年発足）が卸業者の経営のあり方について研究を重ね、一方、小売業者による関西機械工具商経営研究会が1961（昭和36）年２月に発足した。卸、小売のそれぞれが自身のあり方を研究して両者がその結果を持ち寄って円滑な業界を築くことに力が注がれた。

そして11月19日、大阪機械工具商連合会主催「大阪機械工具まつり」第1回優勝野球大会が大阪球場で開幕、3日間にわたる熱戦が展開された。最終日、城北機工会と西機工会Ａの両チームの優勝戦が行われ、５対２で城北機工会が栄冠を獲得した。

大機連第１回優勝野球大会（「機械工具まつり」として大阪球場を３日間借切り、参加10チームで城北機工会が優勝）

業界物故者慰霊大法要
1962（昭和37）年

1962（昭和37）年は、機械金属業界が大正初期から本格的な歩みを始めてちょうど50年に当たることから、諸先輩の霊を慰めようと、5月25日、四天王寺本坊において機械金属関係16団体共催で、関連業界の先覚物故者444柱の慰霊祭大法要が行われ、各関係官庁代表、ご遺族約1000名が参列し、先人の遺徳を偲んだ。

機械金属業界物故者慰霊大法要

昭和 37 年 4 月 5 日から開かれた第 5 回大阪国際見本市
皇太子ご夫妻が来場されるなど人気が盛り上がった

また、この年の４月５～25日、大阪市内の３会場で第５回大阪国際見本市が開かれ、開会式には皇太子夫妻も来場された。そして、10月10日からはわが国初の専門見本市として日本工作機械見本市が大阪国際見本市港会場で開催された。日本をはじめ米、英、ソ連など参加18カ国、内外の機械・工具類の展示1万5000点という世界最大規模のもので、わが国産業の高度化と国際貿易の発展に大きく寄与した。大阪機械工具商連合会からも、小野製作所、カツヤマキカイ、五味屋、三共、シミヅ産業、杉本商事、西野商事、山崎商店、山善機械器具、湯浅金物などが出品、成果を挙げた。会期中の入場者は33万7593名、成約高は91億7000万円に上った。

貿易部会の設置
1964（昭和39）年

1964（昭和39）年の日本経済は金融引き締めを軸とした景気調整過程であった。一方、４月にわが国はＩＭＦ８条国となり、ＯＥＣＤに加盟し、開放体制へと移行を始めた。即ち、貿易を自由化し、為替制限を撤廃し、資本移動の自由化をも実施することを世界に向かって約束したのである。

大阪機械工具商連合会でもこれに対応し、かねてより設置準備を進めていた貿易部会の発会式を３月29日に鉄鋼会館で開催した。部会長に田中喜一郎（喜一工具）、副部会長に藤岡丑松（ハリマ産業）、瀬川富雄（三共金物）を選出、会員は32社であった。後に常任委員に児玉商事、五味屋、ヒロノ機械、山善機械器具、市島精密工具、辻産業、山陽精機、杉本商事、会計役員に前田機工、監事にカツヤマキカイを決めた。

国際化の進展

高度成長は1965（昭和40）年の不況で終わるかに見えたが、再び成長過程を辿った。昭和40年代前半のいざなぎ景気で日本のＧＮＰはアメリカについで自由世界で第２位（1968/ 昭和43年）となった。1971（昭和46）年にドルショックでわが国の国際社会における役割は増大する。この間、大阪機械工具商連合会でも、流通での諸問題を解決することを目的に流通研究部会を設置（1967/ 昭和42年）、特売自粛や若年労働者不足など業界の問題解消に当たった。

昭和46年６月９日、鉄鋼会館で大阪機械工具商連合会の総会が開かれ、小野逞三会長が健康上の理由で辞意を表明した。この場で慰留されたが、辞表は後日に受理され、新会長に君浪鉄雄が就任する。

小野前会長へ君浪会長から感謝状贈呈（昭和46年7月21日、厚生年金会館で開かれた謝恩会にて）

協同組合へ移行
1973（昭和48）年

1973（昭和48）年、大阪機械工具商連合会は業界の地位向上と共存共栄体制を一層進めるため、中小企業事業等協同組合法による事業協同組合へ改組することを決め、同年４月、大阪府知事の認可を得て「大阪機械工具商連協同組合」に移行した。

設立総会は４月12日に開かれ、理事長に君浪鈇雄が就任、役員15名で理事会を構成することを確認した。1974（昭和49）年４月には協組移行後初の事業として加入会員211社で厚生年金基金を設置。第２弾事業として健康保険組合の設立を目指すことになった（健康保険組合設立は1975/昭和50年）。

５月31日の初の通常総代会では自動車や作業服の共同購入や大阪機械金属見本市への出品参加、専門委員会の設置などが検討され、７月の理事会で事業計画の具体策を決めた。ここで、各機工会を全て支部制にすることも決定した。

そして８月中旬には６つの専門委員会を設置。総務（委員長木村辰雄）、事業（同伊勢田計義）、経営（同衣斐重太郎）、労務（同南出喜太郎）、渉外（同山崎弘氏）、共同施設（同杉本四郎）の各委員会を立ち上げた。その後、真鍮製の組合員章を制作、頒布するなど新たな体制を固めていった。

この年４月1日、事務所を大阪市西区西長堀北通４の22の木材会館に移転した。

君浪から木村体制へ
1977（昭和52）年

1973（昭和48）年のオイルショックを契機に日本経済は不況となり、いわゆる低成長時代を迎える。こうした中、機械工具業界でも製販協調が叫ばれ、不況脱出の試みがなされていく。

大阪機械工具商連協同組合では、1977（昭和52）年５月13日の通常総代会で、新理事長に木村辰雄が就任。副理事長に伊勢田計義、市原安市、山崎弘氏、浜田茂男が選任された。翌1978（昭和53）年11月の全機工連大阪大会を成功させる。

創立70周年迎える
1983（昭和58）年

世界同時不況が尾を引いた1983（昭和58）年は、貿易摩擦の行方も予断を許さず波乱含みであった。一方、メカトロニクス化の進展は加速し、ＦＡ（ファクトリー・オートメーション）・ＯＡ（オフィス・オートメーション）の、いわゆるコンピュータをふまえた無人化志向が顕著になった。

こうした中、大阪機械工具商連協同組合は、その前身「大阪機械商互親会」（1913/大正2年結成）に遡り、70周年目を迎え、11月に大阪新歌舞伎座で組合員、関連メーカー、関係官庁、全機工連加盟団体など1600人が参集して記念式典・観劇会が盛大に開催された。また、「70周年記念誌」が刊行された。

100年の歩み　第2部

―― 近30年の歩み ――

1984年～2013年

次代担う若者が「青年組織」結成 1984（昭和59）年

1984年は、前年夏頃に底を打った景気が徐々に上昇に転じ、本格回復、需要拡大へと順調な足取りを示した１年といえる。オイルショックによる冷え込みの中で幕開けした昭和50年代はドラスティックに経済が浮き沈みした。その激動の昭和50年代が終わる頃になって久しぶりに経済が活気づいてきた。

夏のロサンゼルス五輪で日本勢のメダルラッシュもあり、世の中、一層明るさが増していた。前年に創立70周年記念式典を盛大に挙行した当組合は、この年も積極的に事業を展開するが、それに参加する組合員の顔にもどことなく安堵感があった。

1983（昭和58）年11月に開催した70周年記念式典

70周年記念誌

その事業の１つとして、４月19日に森精機製作所（現・DMG 森精機）伊賀工場の見学会が実施され、48名が参加。同工場は、世界のＦＭＳ（フレキシブル・マニュファクチャリング・システム）工場の中でも高水準を誇っていた。無人搬送車が縦横に巡り、立体自動倉庫などメカトロニクス技術の粋が尽くされていた。この最新鋭の工場設備を目の当たりにして参加者は大きな関心を寄せ、そのシステムなどの知識吸収に努めた。

5月18日、鉄鋼会館で開いた第12回通常総代会では、今年度の重点事業として①共同研究（講演会開催など）②製販懇談会③卸部会・直販部会④関西ブロック会議――などの実施を申し合わせた。また、経済環境変化に柔軟に対応し、業界の一層の発展をめざし、組合員の連携意識と協調性を高めるとともに、組合の役割を強化していくことを確認した。

６月28日には日本工作用機器工業会（現・日本工作機器工業会）の呼び掛けに、全日本機械工具商連合会（全機工連）関西ブロックと当組合とが応じる形で製販懇談会が鉄鋼会館で開催された。メーカー側から15名、ディーラー側からは大阪のほか滋賀、京都、神戸、岡山の各地区団体から合わせて20名が出席して意見・情報を交換した。工作機械のメカトロ化進展に伴って、ますます高度技術化傾向にある工作用機器について、現状認識や将来展望に関する意見を交わし、お互いへの要望も出し合った。ディーラー側の直販店からは「高度な商品知識を要し、商品サイクルも早くなりつつある」などとして、メーカーの同行セールスに頼らざるを得ないという現状が報告され、一方、メーカー側からはディーラー社員の知識レベルアップが要望された。

この頃、機工業界流通の若手経営者・次代経営者の間で交流・情報交換のための組織づくりの気運が盛り上がっていた。大阪府下全域の機工商を対象に広域的な青年組織を作ろうというもので、6月に設立発起人会（20名）が結成され、急速に具体化していった。そして、卸・直販、既存業界団体の構成員・非構成員を問わず、青年層の大同団結組織「大阪機械工具商青年会（ＯＭＪＣ）」が産声を上げた。8月18日、大阪市内のホテルで発会式を行い、メンバー115名で発足した。結成に中心になって動いた南出幸太郎氏（南出キカイ）を初代会長に選任、副会長には木村雄一氏（カツヤマキカイ）、小林宏司氏（サカイ工機）、藤江裕史氏（藤江）の3名が就いた。

OMJC 発会式

南出初代会長は発足会で「これほどの広域をカ

バーし、会員を擁する青年組織で、自主独立の団体は全国の業界広しといえども他にない」と胸を張った。発会式に出席した当組合の木村辰雄理事長は「今、業界はかつて経験しなかった変革期を迎えている。こういう新機軸を打ち出さなければならない時期に、次代を担う人たちの情報交換、意思疎通が図れる“出会いの場”ができたことはたいへん意義のあることだ」と激励を込めて期待の言葉を贈った。

実際、大阪の機工流通業界には世代交代の波が押し寄せていた。戦後の復興期から既に30数年経過し、各社の基盤を築き上げた創業者や中興の祖といわれる人たちは高齢化し、若手へのバトンタッチが盛んに進んでいた。一方、技術革新は急テンポで進展し、経済構造には変化が現れ、業界はその対応に迫られており、若手・次代経営者らの活力に期待し、その情報交流の場が求められていた。こうした時代背景の中で設立されたＯＭＪＣは、その後、当組合とも交流を図り、また異業種、近隣地区に拡大を図りながら、大阪全域の機工流通業界の青年組織として活動を行っていくことになる。

全機工連の関西ブロック会議が9月28日、鉄鋼会館で開かれた。この会合では、約１カ月後に開催される全機工連代議員総会に関西ブロックからの提案事項を審議・決定した。

関西ブロック会議

「全国各地区で業界青年層による青年組織（青年会）の発足奨励」と「企業の活性化（商習慣の改善推進など）」の2項目を提案することに決めた。「青年組織の発足奨励」を提案する背景には、ＯＭＪＣの発足が念頭にあり、当時の組合役員らのＯＭＪＣに対する期待感の大きさが感じ取れる。

11月７日に東京で開催された全機工連第27回代議員総会に関西ブロックとして「青年部の発足奨励」などを提案し、各ブロックから出された提案事項は前向きに協議・取り組んでいくことを確認した。次回（1986年）の代議員総会を大阪で開催することも決めた。

なお、この年の春の叙勲で、当組合の木村辰雄理事長が勲五等瑞宝章を受章した。業界に対する同氏の長年の功績が認められたものだが、同時にそれは当業界が官界や世間に幅広く認知されている証ともなった。

全機工連大阪大会のスローガン決定
1985（昭和60）年

1985年は、日本経済の方向性を大きく左右する歴史的会合が米国で開かれた。９月にニューヨークのプラザホテルで決定した“プラザ合意”である。膨大な財政赤字、貿易赤字に苦しむ米国の呼びかけの下、日本、西独、仏、英の各蔵相が出席し、為替レートの安定化に関して話し合い、5カ国が協調してドル安に誘導していくことで合意した。

これに契機に、ドルに対する円相場は上昇に振れる。85年1月初めの1ドル＝250円超は、合意の約２カ月後に1ドル＝200円を割り込んだ。この流れは86年、87年も続き、88年初めには1ドル＝120円台を記録する。こうした急激な円高は、国内の輸出関連産業の不振を招くことになり、いわゆる「円高不況」へ、そして、次のバブル景気へと繋がっていくことになる。

この年、日本専売公社がＪＴ、日本電信電話公社がＮＴＴとして再スタート。「新人類」の言葉が盛んに使われるようになる。大阪では、地下鉄中央線延伸部の深江橋～長田間が開業した（４月）。プロ野球・阪神タイガース日本一は、のちのちまで関西で語り継がれていく。また、泉州沖の関西国際空港計画が具体化に向けて動き出し、関西経済に期待が広がっていた（同空港の着工は翌々年の87年）。

阪神タイガース優勝

年始の恒例行事、大阪厚生年金会館で開かれた「大阪機械金属製販合同新年賀詞交歓会」の席で、当組合の木村辰雄理事長は、前年からの青年組織の動向、そして関西国際空港着工計画を念頭に「関西で一層の国際化が要請されている。当業界は、その中で立派な次代経営者を育成しながらメーカーだけに頼らず、自助努力で業界の発展をめざそう」と呼びかけた。

機工流通業界の景況は、前年からの各種産業の設備意欲の高まりと輸出の好調さに支えられ、堅調さをキープしていた。また、メーカーの価格改定の動きも進み、販売額を押し上げて活況に弾みをつけた。

ただ、こうした中にあって、メカトロニクス化の進展や取扱商品の多種多様化が進み、業種間の垣根が低くなる「業際時代」を迎え、売上の好調さとは別に、時代の急変への対応など機工商の課題は膨らみつつあった。

5月22日に鉄鋼会館で開かれた第13回通常総代会で木村辰雄理事長が再選され、「木村体制」は5期・９年目に入る。木村理事長は、再選後の挨拶で、翌年に開催を控えた全日本機械工具商連合会（全機工連）代議員総会・大阪大会に向けて「われわれはメカトロニクスへの至近の関係にあり、今こそ後進を育てて成長できる道を模索しよう。代議員総会の運営も従来のパターンでなく、卸と小売の双方が交流するような総会を催したい」などと述べ、4つの委員会主導で準備を進める意向を明らかにした。

６月27日には全機工連関西ブロック会議が鉄鋼会館で開かれ、この場で全機工連代議員総会（大阪）のスローガンを「出会い、ふれ合いを大切に」とすることに決定した。さらに関西ブロックとして、全機工連理事会に①流通の中抜き現象化への全機工連としての対応②過去の提言を掘り起こし、見直して実行できるものから着手する③心の時代を踏まえ、社風や業風をまとめ上げる④量より質の時代を踏まえ、利益のある商売を志向して協調し合う―の4項目を提言することに決めた。

前年に設立したばかりの大阪機械工具商青年会（ＯＭＪＣ）は、発足の勢いそのままに積極的な運営を展開した。講演会やパネルディスカッション、納涼ビアパーティ、勉強会、クリスマスパーティ、工場見学会と実に多彩な事業を展開した。また業界紙の企画により当組合メンバーとの座談会も開催し、率直な意見交換をする中で業界の在り方、指針を模索した。このうち、8月に行われたパネルディスカッションでは「青年はいかにあるべきか」をテーマに4名のパネラーがコーディネーターを交えて、それぞれから体験談や考え方、見方などを語った。

10月30日に約40名が参加して奈良県天理市にあるシャープの研究所（技術本部）と記念館を見学した。このあと、奈良県明日香村の高松塚古墳や飛鳥寺など史跡めぐりも楽しんだ。

11月22日には、東京都機械工具商業協同組合が創立75周年記念式典を開催した。新橋演舞場で行われた式典に当組合の木村辰雄理事長が出席し、「今後とも相互繁栄できる指導的役割を果たしていただきたい」との祝辞を送った。

この年、円は次第に高進し、ついに1ドル・200円を切り、輸出関連産業を中心に先行き不安感が広がり始めた。

盛大に全機工連・大阪大会を開催
1986（昭和61）年

1986年になると、景気の牽引役を果たしてきた家電や半導体市況の悪化、輸出の鈍化など前年来の円高不況がより鮮明になってきた。夏以降、工具需要は低迷し、特殊鋼工具（ハイス）が大幅に需要減退し、

超硬工具も苦戦した。工具需要と連動する工作機械をみても前年3月の926億円の受注額は、この年10月には533億円と4割以上も落ち込んでいる。

機工業界に不況風が吹く中、組合では秋の全日本機械工具商連合会（全機工連）代議員総会・大阪大会の本格準備に取り掛かっていた。大会実行委員会を組織し、君浪鉄雄氏（前理事長、梅田機工）を顧問、木村辰雄理事長を大会会長、小川清氏（小川善）を大会実行委員長として体制を整えた。委員会は本部、総務部、広報部、会議部、接待部、経理本部で構成され、それぞれの担当役員も配置された。「衆知を集めて、激動の時代を乗り切るのに力になれる大会としたい」と小川実行委員長は強い意気込みを示した。

また、全機工連では、この代議員総会・大阪大会に向けて全国５つのブロック（東北、関東、中部、関西、西日本）でヒアリングを行った。各ブロックから現状、対策、提言の発表を行うことから、その意見集約を行うために実施したもので、各ブロックで①産業構造と市場変化への対応②情報化と高度技術化に伴う流通市場の変革への対応③人材の育成――の３つのテーマを軸に意見交換が進められた。

ヒアリングは、春先から夏にかけて行われ、関西ブロックのヒアリング（6月9日、石川県地場産業センター）では、全機工連の城野正伊会長、当組合からは木村辰雄理事長ら5名が出席したほか、富山、石川、福井、滋賀、京都、神戸の各地区組合の代表者ら合わせて34名が集まった。展開された議論は、流通の“中抜き“と呼ばれるメーカー直販問題に集中。この問題の発端を「流通サイドの高度技術化への対応の遅れが原因」とする意見が相次いだ。また、人材育成についても焦点が当てられ、35歳以上社員の再教育の必要性が指摘された。これは、高度成長時代の社員には容易に売れた時代の感覚・慣習が身についていることから、厳しい時代に対応できるようにしようという発想からである。

このヒアリングには大阪機械工具商青年会（ＯＭＪＣ）の代表も加わっていたが、青年層からは「メカトロ化・高度技術化が進展する中、われわれ流通は対応に遅れ、こうした現状を身近に感じる若手社員が業界の将来性に不安を抱き始めており心配だ」と危惧する意見が多くあがった。実際、この頃は各種工場など生産現場ではメカトロ化の波が急速に押し寄せていた。

一方、全機工連大阪大会を成功させようと、組合ではＯＭＪＣに大会への協力を要請。ＯＭＪＣでは４月の通常総会で小林宏司氏（サカイ工機）を新会長（2代目）に選任し、当組合の木村辰雄理事長はこの総会に出て「代議員総会で青年層が考えている機械工具商の未来像を提言・発表してほしい」と求めた。

5月23日に鉄鋼会館で行われた組合の第14回通常総代会では、各種議案を審議し、活路研究事業、教育情報事業などの事業計画を決定したほか、総代らに向けて全機工連大阪大会への協力要請がなされた。

そして10月28日、第28回の全機工連代議員総会・大阪大会が大阪市北区のロイヤルホテルで盛大に開催される運びとなった。スローガンに「出会いを大切に―ふれ合いの大阪大会」を掲げ、「変化に即応―新しい出発」のテーマの下、全国各地の組合から500名余の代議員が参集した。小川清大会実行委員長の開会宣言、木村辰雄理事長（大会会長）の挨拶に続き各種議案を審議・決定した。次いで、全国5ブロックから現状報告と問題点、その対応などについての意見発表があり、人材教育、流通の“中抜き”防止のための技術力向上、協同組合化の促進、メカトロ時代への対応などといった課題が示された。

このあと、政治評論家・竹村健一氏の講演「これからの日本」が行われたほか、大会スローガンにちなんで記念出版した冊子「出会い・ふれあい体験記」が出席者全員に配布された。懇親パーティーはメーカーも交えて総勢700名余が参集して賑やかに開催された。宴半ばにはアトラクションとして“文楽”が披露され、大阪独自の古典芸能の鑑賞を楽しんだ。なお、この大会で発表される予定だった東京、名古屋、大阪の3地区青年部の意見発表は、時間の都合で割愛され、後日、会報で掲載されることとなった。

12月15日、大阪大会実行委員会全体会議が開催され、大阪大会の総括を行った。

全機工連第28回代議員総会大阪大会

記念出版した冊子
「出会い・ふれあい体験記」

1月　関空埋立着工

「機工ＶＡＮ」構築へ活動開始 1987（昭和62）年

中曽根内閣が足掛け６年目に入り、3月には佐藤内閣、吉田内閣に次いで戦後3番目の長期政権となる（その後、小泉内閣に抜かれて４番目）。政府・自民党は累積した赤字国債を解消しようと大型間接税「売上税」の導入を図るが、たちまち各方面からの猛反対に遭う。全日本機械工具商連合会（全機工連）をはじめ全国の機工関連流通8団体も反対を表明した。結局、「売上税」導入を打ち出した自民党は4月の統一地方選で大きく後退し、「売上税」構想は消えた。

一方、国内の製造業は前年に続く円高に苦しめられ、輸出関連産業を中心に業況悪化を余儀なくされて町工場の倒産が続出していた。生産拠点の海外シフトも本格化し、国内空洞化を懸念する声も一部に聞こえ出した。

ただ、こうした状況下でも土地や株式ブームなど一般景気は浮かれ気味だった。安田火災がゴッホの「ひまわり」を53億円で落札して話題をまき、株式と土地は上昇の一途を辿った。後に「バブル景気」と名づけられた、「土地神話」に代表される実体のない景気が進行していたのである。「バブル景気」は前年後半に始まったとされるが、この年になって一気に加速する。大阪では関西国際空港の着工（1月）、地下鉄御堂筋線延伸部（あびこ―なかもず間、4月）の開業など明るい話題で持ちきりだった。

工具業界では業際化の進展と新規参入が相次いでいた。新日鉄が「日鐵超硬」を設立、神戸製鋼が米・ケナメタルと合弁で「神戸ケナメタル」を発足させ、さらに、日本工具製作所と日立超硬が合併して「日立ツール」が誕生した。また、出光化学がダイヤモンド工具部門に進出した。これを受け、機工流通業界ではメーカーの代理店や特約店の勢力地図が塗り替わって混乱し、また、取引メーカーが変わったことにより、在庫処理や事務の煩雑化などで余分な労力を費やすこととなった。

当組合では５月22日に鉄鋼会館で開催した第25回通常総代会で木村辰雄理事長が退任し、新理事長に山本猛夫氏（山善社長）を選任した。山本理事長は就任挨拶で「現在、経済状況は非常に厳しく、頭の切り換えが必要だ。過去10年間の常識や形式、取扱商品、売り方、買い方、教養、経営思想、これらの3、4割を捨てて新たな知識や経営方針を獲得しなければならない。大阪が中心となって、国の機械金属業界に向けて新しい考え方を呼びかけていきたい」と抱負を述べた。副理事長には清水武作（シミヅ産業）、宇野精二（宇野）、張本峯男（中正機械金属）、田中義一（タナカ機工）、西川正五（西川産業）、藤永義一（藤永商事）の６氏が就いた。なお、この総代会で10年間理事長を務めた木村前理事長に感謝状と記念品を贈って功績を讃えた。

この頃、機工流通業界の中で大きな話題となっていたのが「機工ＶＡＮ」構築構想である。ＶＡＮとはvalue-added network（付加価値通信網）の略。企業ではコンピュータ化が進んで高度情報化時代が到来

し、ＶＡＮは受発注などの企業活動の効率化や迅速化に貢献できる新たなシステムとして各業界で注目を集めていた。機工流通業界では、この時点で多様なＶＡＮが存在し、メーカーや大手卸商社による垂直ＶＡＮも混在し、１つの企業が多数の端末やプログラムを用意し、別々にオペレーションするという「多端末現象」が問題になっていた。

全機工連では、こうした問題を解決しようと「機工流通業界ＶＡＮ＝機工ＶＡＮ」構築に向けて動き出した。委員会を発足させ、業界の現状と課題を盛り込んだ報告書を作成した。報告書では、業界ＶＡＮ構築のための前提条件として①参加企業の信頼関係の確立②流通・物流体系を変更しない③中立的立場の運営機関の確立④伝票、各種コードなどのビジネスプロトコルの標準化⑤機密保持の重視――などを挙げた。

全機工連では、啓発活動のためのパンフレットを作成し、機工ＶＡＮ講習会も開始した。

そして東京、名古屋に続いて、11月11日に大阪市西区のパークホテルで大阪地区の講習会を実施した。講習会の参加人数は約140名にのぼる盛況で、大阪の機工ＶＡＮに対する関心の高さが明らかになった。しかしその反面、参加者の中には、機工ＶＡＮの機能面についての認識度の低さが伺え、「機工ＶＡＮ自体は今後、避けては通れない」としながらも「中抜き現象が起きて業界が混乱する」「企業秘密は守られるのか」といった心配の声が目立った。

こうした状況を受け、当組合では、11月17日の理事会でＶＡＮ研究のための特別委員会「ＶＡＮ普及推進委員会」を設け、ＶＡＮ推進のための体制を整えることとした。委員長に中山注次氏（中山機工／現・トラスコ中山）、副委員長に小野順一氏（オノマシン）を選出。具体的な実務を担当するワーキンググループも同推進委員10社の担当者で立ち上げた。

11月30日には鉄鋼会館で機工ＶＡＮ研修会を行った。同日、研修とは別に６つのメーカー団体（超硬工具協会など）の代表らを招いて製販懇談会を実施し、機工ＶＡＮについて討議、意見を交わした。

労働環境の整備に注力
1988（昭和63）年

１月６日、大阪市北区の東洋ホテルで行われた大阪機械金属製販合同新年賀詞交歓会で、前年に理事長に就任した山本猛夫理事長は『今年は乱況元年』と第一声。「円高は世界の経済戦争であり、頭の切り換えが必要だ」と訴えた。また「内需関連はものすごく景気がよく、絶好のチャンスだ」と円高不況と内需活況が同居する世相を分析した。

実際、前年秋口から活況を帯びてきた工作機械受注は、この年に一段と伸張することになる。機械受注の盛況は機械工具類に波及し、生産・出荷が史上最高に達した品種が続出した。特に後半に加速度的に需要が増大し、超硬工具やハイス工具などの一部では在庫切れの状況が生じた。また、ボールねじも前年の5割増しの水準で推移し、鋳物とともに工作機械の納期遅れの原因となった。

こうした中、メーカーと流通業者は納期遅れの解消と“値戻し”の努力を展開したが、実勢価格の回復にはなかなか繋がらない状況が続いた。輸入品が円高メリットもあって安いため、値を上げにくいという背景があった。

2月4日、当組合は「機工業界ＶＡＮ」の第1回委員会を鉄鋼会館で開催する。その後、委員会は4月、7月、8月と計4回開催することになる。また、5月25日に鉄鋼会館で開催した第16回通常総代会でも、今年度事業として活路研究事業、教育事業とともに機工ＶＡＮの推進が確認されたほか、この年に行われた理事会の場で機工ＶＡＮの進捗状況などが報告された。

機工ＶＡＮについては、４月の第2回委員会で①全機工連ＶＡＮシステム化調査報告書（案）の検討について②ＶＡＮ委員会の研究促進について③メーカーの参加勧誘の現況と推進について――の議題を話し合った。ここで中山注次委員長から、ワーキンググループが帳票・フォーマット、コード、通信手順・運用ルールの3つで手分けして具体的事柄を検

討していることが報告された。また、７月の第3回委員会では東京機工組合の進捗状況が説明され、「大阪も本腰を入れる必要がある」（中山委員長）と話し、メーカーへの加入勧誘を積極的に推進していく意向が強調された。

機工ＶＡＮに関しては10月26日に行われた第29回全機工連代議員総会（全機工連）京都大会でも現状が報告された。そして11月15日、東京の芝パークホテルにおいて「機械工具業界ＶＡＮ協議会」が発足。業界ＶＡＮの本稼働に向けて第一歩を踏み出した。協議会にはメーカー 22社、流通業者30社が参加。発足式では、今後、協議会がＶＡＮ業者選定の検討、システム内容の詰め、運営体制の検討を行い、翌年4月に運営機関設立総会の開催にこぎつけたい意向が示された。

機工 VAN 説明会

この年、機工流通業界の業況は、堅調に推移していくが、一方で、労働基準法の改正などもあって労働環境の整備に注力するところが目立つようになる。当組合では、これを受け、3月９日に鉄鋼会館で改正労働基準法研修会を実施、約120名が参加して改正労基法の背景や骨子を学んだ。また、10月3日には三菱総合研究所から講師を招いて「新時代における機械工具商の対応」をテーマにした講演会を鉄鋼会館で開催、約70名が参加して労働環境の整備を含む機工流通業界の取り組むべき課題を学んだ。

なおこの年、大阪府立産業開発研究所が大阪府下の機械工具卸売企業を対象にした経営実態調査（アンケートは前年）をまとめた。それによると、当業界では従業員1名当たりの粗利益額の平均値853万円、支払いにおける手形での回収比率約8割などの実態が明らかになった。

製販とも「納期対応」に苦慮

1989（昭和64・平成元）年

昭和天皇がご崩御され、1月８日、時代は昭和から平成に移った。

「平成」の文字を掲げる
小渕官房長官

業界団体が行う新年賀詞交歓会の多くは自粛されたが、それに先立ち、１月６日に東洋ホテルで大阪機械金属製販合同新年賀詞交歓会が開催された。

山本猛夫理事長は「今年は乱況元年」と前年の新年交歓会と同じ言葉を再び用いた。業界は好況に沸き、出席者の顔も皆明るかったが、山本理事長は、継続する右肩上がりにかえって不安を覚えていたのか、「晴れの後には雨が来る」と気を引き締め、次の備えを求めるよう要望した。実際、業界は好景気による恩恵を甘受しながらも、時代の様相は“変化”の足音が忍び寄り、「次の“あるべき姿”を探し求めなければならない」そうした直感を持つ経営者も少なからずあった。

昭和天皇の崩御で、自粛ムードはしばらく続いたが、その静けさの中、機器・工具の需要は、好況だった前年をさらに上回る勢いで伸びていった。前年秋に全日本機械工具商連合会が代議員を対象に行ったアンケートでは、89年の景気を「今年（1988年）並み」とする見方が支配的だったが、その予想は見事外れようとしていたのである。

こうした中、４月１日に新税「消費税」が導入された。かつて反発を呼んだ「売上税」の時とは違って、

「消費税」は消費者・産業界とも“あっさり”受け入れた感があった。ただ、機工業界ではメーカー団体を中心に消費税カルテルを結成するなど、その対応策にも腐心した。しかし、「消費税」導入も景気に水を差すまでにはいたらず、むしろメーカー側もこれを機に値上げに踏み切るケースが現れ、実勢価格の改善をスムーズに進められたという側面もあった。

この年のメーカーにとって最大のテーマは「納期対応」だった。内外同時進行の需要の高まりを受けて、切削工具や工作機器、作業工具などあらゆる分野で品不足や納期遅れが続出した。メーカーは、工場新設や設備導入など生産能力アップに大わらわだったが、もちろん、おいそれと即効性を持つものではない。一方、メーカーは以前から「いかに効率よく人を増やさずに生産を行うか」という宿題を抱えてきたが、結果をみれば、この年の積極的な生産設備増強は各社の生産合理化を飛躍的に進展させ、ある部分では多品種少量生産への移行も促したことになる。

通常総代会（第17回）が５月21日に鉄鋼会館で開催され、山本理事長を再選、２期目に入る。８月３日、鉄鋼会館で経済講演会を開催した。講師は大阪銀行会長の石原保氏で、演題は「この拡大景気はいつまで持続できるか」。このテーマと講師に多くの人が注目し、同会館の３階ホールは100人近くの聴講者で埋まった。

９月７日、全機工連関西ブロック会議が鉄鋼会館で開かれ、大阪、京都、滋賀、神戸、姫路の代表者が出席し、全機工連未加入だった高松や福井からも代表者が特別参加した。そこで議題に上がったのは「機械工具商」という呼称についてである。

通商産業省（当時）の区分では「機械金属商」や「金物商」といった分類はあるものの、「機械工具商」はない。会議では「『機械工具商』ではレベルを低くみられ、若い人も業界に来なくなる」「『機械金属商』にすれば、取扱商品が広げやすい」「いや『機械金属商』ではイメージチェンジにはならない。カタカナの名称も考えるべき」など議論続出した。こうしたことも背景にあって翌年「大阪機械工具連協同組合」は組合名称を変更することになる。このほか、会議では、「完全週休2日制の１年以内での実施」や「午後６時以降の電話は受けないこと」などを申し合わせた。

９月11日、活路研究委員会の事業として、機工業界のメーカー12社を招いて製販懇談会を鉄鋼会館で開催した。当組合からは山本理事長以下10名が出席し、メーカー側から生産増強対策の実情や新製品の開発状況などについて説明を受けた。ハイス工具から超硬工具、ダイヤモンド工具、工作機器、測定機器、作業工具にわたって全般的に好調な受注で推移し、それが納期遅れに繋がっている状況が報告された。各メーカーは、設備増強に努めているほか、残業や休日出勤、設備効率化などでも対応していることを明らかにした。これに対し商社側は、早期の品不足解消を求めたが、合わせて適正利潤の確保や流通在庫への配慮などの点も要望された。

この年も、数年来続けてきた業界の共同事業・機工ＶＡＮの動きが加速する。このＶＡＮの運営機関となる「機工ＶＡＮセンター」の設立総会が９月27日に東京のホテルで開催。ＶＡＮ業者をＮＴＴデータ通信と決め、翌年７月の運用開始に向けて一歩を踏み出したが、当組合でも機工ＶＡＮ委員会（第５回～第７回）を行い、機工ＶＡＮの運営などについて意見を交換した。

10月27日、工場見学会を開催。清水武作副理事長ら総勢40余名で兵庫県加東郡滝野町（現・加東市）でダイヤモンド工具などを製造する大阪ダイヤモンド工業播磨製作所を訪問した。同所では、受注・設計・製造の各部門の情報を統合するＣＩＭ「ＴＡＮ・ＴＡＮ（単品・短納期）システム」が導入されており、参加者は、その先端技術を駆使した工場内を興味深く観察した。

大阪機械工具商青年会（ＯＭＪＣ・会長木村雄一氏）は、10月３日に名古屋市内で初開催された、東京、愛知の青年部との合同交流会に参加。ＯＭＪＣからは木村会長ら６名が出席し、若者の見地から業界の直面する課題解決の糸口を探った。

なおこの年の２月13日、大阪市に新「北区」と「中央区」が新設。大淀区は北区に併合され、東区・南区は中央区となり、地図から消えた。

業態に即し現団体名に改称 1990（平成2）年

前年暮れの12月29日、日経平均株価は3万8915円という高値をつけた。この日は後に“バブル絶頂の時”といわれたが、当時の人々の多くはそうなることを知る由もない。

そして年が明けて1990年。年初はバブル経済の真っ只中で、戦後最長の“いざなぎ景気”にも迫ろうかという中、各業界団体の新年賀詞交歓での挨拶は強気な言葉が飛び交った。当組合の山本猛夫理事長も「『引き続き好調を維持する』というのが多くの予測するところ。私自身もこの見方に異を唱えるつもりはない」との年頭所感を業界新聞に寄せている。ただ、「対応いかんでは、企業も人も21世紀に向かって健全な姿で残れるか残れないか明確な選別を受ける」との警鐘も鳴らしていた。いずれにしろ、このあとやってくる“平成不況”を目前に、この年の日本経済は、線香花火の最後“散り菊”にも見まがう輝きをみせる。

この年の超硬工具生産額は2157億円（前年比13.8％増）と史上初の2000億円超え。ハイス工具も1287億円（同9.4％増）と過去最高を記録した。この状況は、ダイヤモンド工具や工作機器、油・空圧機器などでも同じで、作業工具の生産額も過去最高となった。

工作機械も受注額１兆4121億円（同11.2％増）と過去最高を２年連続で更新。このうち内需は１兆383億円で、初の内需１兆円台乗せを果たした。技術も進歩し、ＮＣ化率は83％に上昇した。この状況を受け、各メーカーは設備増強とフル生産で対応したが、納期問題が次第に解消されていくのは秋の終わり頃になってからだった。

大阪での大きな出来事としては、大阪市鶴見区の鶴見緑地で開かれた「国際花と緑の博覧会（花博）」。４月１日から９月30日までの183日の会期中、延べ2300万人以上が来場、開催に合わせて開業した地下鉄鶴見緑地線（現・長堀鶴見緑地線）の電車内はたくさんの人で溢れた。

花博

一方、当組合は２月、大阪府中小企業団体中央会から「活路開拓調査指導事業」実施組合として承認を受ける。この活路開拓調査指導事業は、この年から3年間実施されることになる。７月には同事業推進のための委員会を発足した。委員会はその後、組合員へのアンケート調査やヒアリング調査、メーカーの実地調査（日研工作所、前田金属工業、ベッセル）、機工ＶＡＮセンターの訪問調査などを行い、翌1991年３月に報告書「大阪における機械器具卸商業界のビジョン」を纏め上げる。

報告書には、専門委員としてビジネスファーム研究所・河田正興所長と摂南大学・小島敏彦教授、業界委員として山本猛夫理事長ら18名、ほかに大阪府から２名、大阪府中小企業団体中央会から２名の計24名が委員として名を連ねている。

５月31日、第18回通常総代会が鉄鋼会館で開催され、組合名称の変更を決議。「大阪機械器具卸商協同組合」として生まれ変わった。

技術革新の進展に伴い、業界における取扱商品が多様化、各企業の実態に即するためには「機械工具商」から「機械器具卸商」に改めるのが必要だと判断されたためだ。新たな装いで、さらなる組合活性化をめざした。

新名称の組合旗

大阪でも随時委員会や勉強会が開かれてきた機工ＶＡＮシステムについては、７月１日にいよいよサービス業務を開始した。メーカー61社、卸商社62社、販売店12社、合わせて135社のスタートとなった。同システムを一層広めていこうと、大阪でも運用前の２月15、16日や運用後の９月10、11日に説明会をメーカー向けと卸商社向けに分けて実施し、12月７日には販売店向けにも行った。この販売店向けの説明会において、清水武作副理事長は挨拶の中で「７月に発足した割には進歩が遅い」と洩らしたとおり、機工ＶＡＮの歩みの道程は厳しかった。業界の総意として鳴り物入りでスタートした機工ＶＡＮだったが、当初からあった大手卸商の垂直ＶＡＮの存在やシステム上で実勢価格を公開できないことなどもあり、販売店への普及が進まなかった。システムを運営する機工ＶＡＮセンターは９年後の1999年に解散となる。

10月30日、経営者を対象にした講演会を大阪市中央区の大阪ツイン21ＭＩＤタワー内の会議室で開催、約100名が参加した。関西大学の広田君美教授（心理学）が「企業経営における燃える組織づくり」のテーマで熱弁を揮った。さらに、11月９日には大阪府大東市にあるツーリングメーカーの日研工作所を見学。55名が参加した。

日研工作所見学

この年の全日本機械工具商連合会代議員総会は名古屋（愛知大会）で開かれた。この大会は第30回記念として盛大に実施。「国際化時代における機械工具の流通」をテーマに、目玉事業の国際化フォーラムでは日本メーカーの海外進出や今後の工具商のあり方などについて討論した。当組合からは55名が出席した。

大阪機械工具商青年会（ＯＭＪＣ）はこの年、会長が木村雄一氏から堀内正敏氏にバトンタッチされた。それを決めた４月21日の総会には山本理事長も出席し「皆さんは若さを仕事に生かし経済の変化変貌に対応する“考動力”で頑張ってほしい」とエールを送った。また、６月１日には昨年同様、青年部の交流会を大阪の地で行った。大阪市中央区の大阪国際交流センターで、「魅力ある機械器具業界への探索」をテーマに、商習慣や社員教育について討議した。ＯＭＪＣからは16名、東京・愛知からは各５名、当組合からの来賓として清水武作副理事長が出席した。翌日には花博を見学した。

青年部交流会

将来に発展「ビジョン」策定 1991（平成3）年

平成3年、正月気分も醒めやらぬ1月17日、アメリカ・欧州など多国籍軍がイラクを爆撃し湾岸戦争が勃発、石油を中東地域に頼る日本国内も騒然となったが、わずか10日後、イラクがクウェートから撤退して幕引となり、落ち着きを取り戻していった。

また、この年の12月にソビエト連邦が崩壊した。前年には東西ドイツの統一がなされており、世界は冷戦後の新たな時代に突入した。

世間は前年の好況があとを引き、安泰、楽観ムー

ドが漂っていた。機械工具業界でも好況が続くと予測する人が多く、当分の間、景気後退はないという見方が支配的であった。

全日本機械工具商連合会が1月にまとめた「経営アンケート調査」をみると、その年は「全般的に好況」「部分的に好況」を合わせて全体の約6割が「好況」と見通していた。全機工連代議員総会出席者の約100社の経営者にアンケートを実施した結果である。東北、中部、関西、西日本の経営者は半数以上が好況を予測していた。ただ、関東だけはなぜか3人に1人が不況を予測していた。やがてこれが現実になっていくが、まだこの時点では大方の業界人は好況が続くとみていたのだ。

一方、当組合では、前年7月に立ち上げた「活路研究委員会」（委員長小川清氏・小川善）が各種調査・研究結果をまとめ、3月に「平成2年度活路開拓調査指導事業報告書」を発表した。大阪の機械器具卸業界が抱える問題点・課題を洗い出し、それをもとに将来の発展のビジョンを示したもので、組合がそれまで取り組んできた多くの事業の中でも特筆すべきものであった。

大阪における機械器具卸業界のビジョン（平成3年3月発行）

「ビジョン」が示した基本は①適正粗利益の確保と②業界のイメージアップ――の2点。そこでは、「環境変化への対応」として次のように記している。「立売堀・新町の伝統は日本の機械器具流通の歴史そのものであり、今日まで全国的に強い影響力をもっている。しかし、関西産業の地盤沈下、急速な技術革新、さらに国際化の進展など業界を取り巻く経営環境の激変に戸惑い、近年とみに自信喪失気味の感がぬぐえない。（中略）①技術革新についていけない情報力・技術力の弱さ②多様なユーザーニーズに応じられず、効率の悪い経営管理状況に陥らざるをえない腕弱な経営力、さらに③経営を支える人材力の弱さと深刻な人手不足など業界が抱える問題は根が深い。（中略）本来流通として適正に役割を果たすべき機能の評価が認められず(御用聞きと配達機能のみ)、このままでは発展性のない業界に終始せざるをえないことが目に見えている」と現状を分析。

「業界格差を適正なものにとどめ、業界として健全な状況で発展的な競争秩序を築いていくことが、比較的市況が好調なこの時期に求められるべきであろう」とし、製造業・立地採算性・経営者高齢化と世代交代・情報化・人材不足――にかかわる変化をあげ、適正粗利益率の確保と業界のイメージアップの指針をさまざまな視点で示した。

3月にこの報告書に基づき講習会を開催し、「ビジョン」の解説、質疑応答を行った。

組合は5月の第19回代議員総会で山本猛夫理事長の再任を決めた。ところが、6月16日、山本理事長は急逝する。「モーやん」の愛称で知られた同氏は花登筐の小説「どてらい男（やつ）」のモデルである。この自伝的小説はテレビドラマ化されて人気を呼び、大阪の機械工具街「いたちぼり」の名を広めるのに一役買った。同氏には死亡叙勲として、勲三等瑞宝章が贈られた。

山本猛夫氏が「どてらい男の特別講演会」で講演

7月15日開いた理事会で新理事長に中山注次氏（中山機工／現・トラスコ中山）を選任した。同氏は機械工具業界ＶＡＮ（機工ＶＡＮ）委員会の委員長を務めてきた。機工ＶＡＮは前年7月に「機工ＶＡＮシステム」のサービスを稼働し、この年初頭には運営母体である「機工ＶＡＮセンター」への加入会員は182社を数え、26社がシステムに接続していた。接続企業はメーカー11社、卸商10社、直販店5社で、直販

店の加入社、接続社が少ないため、全国約30の会場（端末メーカーのショールームなど）で説明会を開き、会員の増員を促進していくことになる。

この年は、メーカーでは生産増強をめざして新工場建設が盛んに行われた年であった。オーエスジー八名工場、ダイジェット工業つくば工場、レッキス工業東大阪工場、日研工作所本社工場、三菱マテリアル筑波製作所・いわき製作所などである。また、流通業界も例年になく社屋建設が活発で、日伝、山善、中山機工（現・トラスコ中山）が本社・本部ビルを建設した。

年後半になると、景気のかげりが表面化した。全日本機械工具商連合会が秋にまとめた9～11月売上見通しでは、全体の5割強が「売上減」を見通した。「増加」見通しはわずか1割弱で、年初から様相が一変した。のちに「バブル経済の崩壊」と位置づけられるこの年は、機械工具業界でも景況の減速感に包まれて暮れていった

労働時間の短縮に動く
1992（平成4）年

不況の様相は次第に色濃くなっていく。３月、東証株価はついに２万円を割りこんだ。この不況は、単なる景気循環的なフローの在庫調整だけでなく、バブル崩壊による株や土地・建物などストックの調整過程が重なり合って起きたとされ、“複合不況”と別称された。当初、先行きを楽観視する向きも多かったが、好転の兆しが見えるどころか、次第に不況色を強めていく。機工流通業界も不況の波にどっぷり呑みこまれた。この年、企業間格差、地域格差はあるものの、前年に比べて概ね２～３割の売上ダウンとなった。

２月４日、大阪市西区の鉄鋼会館で開かれた全日本機械工具商連合会（全機工連）関西ブロック会議に当地大阪、京都、滋賀、神戸、広島、高松の各組合からの代表者が参集し、「値崩れ・安売りへの対応」「支払い業務の振込み・送金制度の確立」など厳しい景況を乗り切るべく対応策を協議、さまざまな視点で意見が出され、それぞれの経営の参考とした。

「週休２日制など労働環境の改善」についても話し合いが行われ、週休２日制導入に積極的に取り組むことを申し合わせた。また、ブロック会議と併せて開催されたメーカー代表者が加わっての製販懇談会でも「労働環境改善」について活発に意見交換した。

労働時間の短縮や労働環境の改善の社会要請が一段と高まっていたのである。過労死やうつ病などが社会問題化し、「ゆとり」に目が向けられるようになっていた。労働時間の短縮は、ゆとりを生み出す第一歩として声高に叫ばれるようになり、この年、労働時間の短縮の促進に関する臨時措置法が５年間の時限立法として施行され、翌々年（1994）年の労働基準法改正につながり、法定労働時間が原則週40時間に短縮されることになるのである。

一方、こうした中、長引く不況対策として企業の中には生き残りをかけリストラをエスカレートさせていくところも多く見られた。不況下の労働時間短縮の動きは、サービス残業の増加、非正規社員の拡大などを招いてしまう皮肉な結果を生じた。のち、こうした状況は一層深刻化し、大きな社会問題を長く引きずっていくこととなる。

また、“時短”の動きは、機器・工具業界に別の変化をもたらした。製造現場では、拘束できる労働力が限定されたことで省人化や無人化、自動化を追求せざるをえず、それらを達成できる新機軸の生産財の登場が相次いだ。各メーカーは省力化・省人化ニーズに即した製品開発に一層拍車をかけ、流通サイドはそれを切り口に提案活動を展開していくことになる。機械・機器、製造現場では大きな変革を生み出したのである。

５月20日、鉄鋼会館で組合の総代会が開かれ、中山注次理事長は「21世紀に向けてあらゆる面の見直しが業界の大きなテーマだ。労働条件の大幅な見直しも避けては通れない」と労働環境改善の必要性を強調するとともに、「21世紀に通用する流通システムを作り上げなければならない」と話した。

10月16日、組合の活路研究委員会の会合が開かれ、

組合員へのアンケート調査などによりまとめた研究報告書を基に①物流・支払い（回収）業務②労働環境と条件の改善③立売堀と東大阪機械団地間の共同配送の可能性―についての調査結果説明と提言が行われた。

活路開究事業報告書（4年10月）

同報告書で挙げられた数字を見ると、まず支払い方法について――「現金と手形の併用」が卸で59％、直需で42％と多く、「原則として手形」が卸23％、直需32％で手形中心。支払い手段は「集金に来てもらっている」が卸44％、直需58％と高い。労務関係では――従業員の平均年齢が34.4歳。平均勤続年数が9.0年（男性9.8年）。１日の所定労働時間は８時間15分で、大阪府下の平均より34分長く、１週間では42時間23分だった。週休２日制の導入状況では、月３回とした割合が最も高く全体の約６割。年間休日は107.4日となっている。

10月29日、全機工連代議員総会（東京大会）が行われ、当組合から55名が出席。パネルディスカッションでは機工ＶＡＮの運用などについて意見を交換した。総会の議案審議では、機械工具販売業者向け販売管理システム「全機工連販売管理システム（愛称・機工メイト）」を全機工連推奨システムとすることを承認。機工ＶＡＮにも対応させ、事務作業の合理化を進められるシステムとして普及活動をスタートさせることとなった。また、2年後の次回開催は大阪で開催し、会則改定により「全国工具販売業者大会」と改称し実施することを申し合わせた。

当組合は早速、この大会に向けて12月７日に第１回目の大会準備委員会を開き、準備活動をスタートした。

なお、大阪機械工具商青年会（ＯＭＪＣ）は、４月11日の総会で、５代会長に衣斐訓氏（丸一切削工具）を選出。同氏は就任挨拶で「互いに次代のリーダーとして大いに勉強していこう」と呼び掛けた。

業界活性化推進事業を開始 1993（平成5）年

政治の大混乱・大変革に国全体が浮き足立った年となった。そうした混乱の芽は数年前から生じていた。1988年に発覚したリクルート事件による政治不信からの脱却をめざして誕生した海部俊樹内閣は、国民からの高い支持を受けたにもかかわらず、その政治改革法案が自民党内からの反発を食らって退陣。後を受けた宮澤喜一内閣は、引き続き政治改革を最重要課題に挙げていたものの、その実現に向けた動きは低調だった。自由民主党からは離党者が相次ぎ、7月の総選挙で自民党が大敗を喫し、翌8月、非自民の細川連立内閣が誕生する。いわゆる“55年体制”に終止符が打たれた。

また、この年は天候が不順、自然災害も相次いだ。前年からの冬場は大暖冬、夏は逆に記録的な冷夏となり、米不足が深刻化した。

政治の混乱、自然異変の中にあって、景気は依然冷え込んでいた。機械金属の業界新聞社が年初に行ったアンケート調査では、この年の機械工業の景況について「後半回復」との回答が多かったが、もちろんこれは希望的観測が大いに入っていたと見られ、年の瀬には散々たる結果に溜息をつくことになる。

この“売れない時代”に直面した工具メーカーの一部は、サービス面に活路を見出そうとする動きを見せた。東芝タンガロイは切削工具のＣＡＤデータサービスを始め、日立ツールはフリーダイヤルにテレホン技術サービスを行った。神戸製鋼所は、ミラクルエンドミルの再研磨・再コーティングを行う「コベルコ　ツール　エンジニアリング」を設立し、サービス体制を強化した。

５月17日、大阪市西区の鉄鋼会館で第21回通常総代会が開かれた。中山注次理事長が「景気は変わりつつあると感じ、何か期待が持てる」と述べたが、その期待は前述のようにむなしくも裏切られることになる。総代会では、国と大阪府の補助金を活用した「機械器具卸業界活性化推進事業」の実施を決議した。そして、事業推進のために特別委員会を設置し、業界構造改革のための物流効率化を課題に掲げ、「物流効率化」「商流効率化」「労務改善」の３つのワーキング部会を設けて調査研究を進めることとなった。

また、翌年の全日本機械工具商連合会（全機工連）大阪大会のスローガンを「いま、新たなる感性で21世紀へ」、テーマを「節度ある商流、進歩する物流」とすることをほぼ決定した。

「活性化推進事業」では、５月28日に労務改善に関する講習会を開催。摂南大学の羽石寛寿教授が「働きやすい職場を確立するために～これからの労務管理のポイント～」のテーマで講演した。羽石氏の講演会は10月28日にも行われた（テーマは「不況に克つ労務問題・高齢者社会に向けての人事・労務の諸問題とその対応」）。

また、物流・商流効率化については、その先進事例研究として、８月19日に三菱鉛筆（小物の多頻度少量物流システム）と日通大阪自動車南ターミナル（ペリカン便集配システム）を、８月26日にケー・シー・エス（西宮ローソンの専属配送システム）を見学。９月22日には箕面市の大阪船場繊維卸協同組合で、10月４日には大阪紙文具流通センターで、11月23日にはサンリットで、それぞれ見学会を催した。

平成5年度活性化実施計画報告書（6年3月）

一方、翌年の全国大会については準備委員会などで準備を着々と進め、記念寄稿冊子の発行を決め、全機工連傘下の各ブロックに寄稿を依頼することになった。

このように、この年の組合活動は「活性化推進事業」と全機工連全国大会の準備作業に明け暮れた。

なお、大阪機械工具商青年会（ＯＭＪＣ・会長衣斐訓氏）は、東京、愛知、そして大阪の３地区青年部による交流会（第５回）を兵庫県有馬温泉で行った。「不況克服を考える」をテーマに発表会を開き、景気低迷への対応策などを出し合った。

全機工連・大阪大会を開催 1994（平成６）年

この年の国内の新車販売（登録）台数は約650万台。４年前の1990年には史上最高の770万台越えを達成していたが、それから約120万台も減少していた。国内製造業における自動車産業の裾野は広い。その広がりを持つ国内自動車産業の縮小は工作機械・機器工具の流通業界に大きな影響を及ぼす。新車販売台数の数字と業界の景況はかなり連動する側面があるのだ。

この頃の大阪の機械・機器工具商の動向を大阪府立産業開発研究所がまとめている。それによると、「大阪における機械工具の販売額は1990～91年をピークに、92年夏から減少傾向。現在（94年）まで平均前年比10～30％減のペースで推移している」としている。また、「工作機械の専門商社ではピーク時の６～５割に落ち込み、切削工具で25～30％、電動工具で25％、作業工具で20％程度、前年比で減少」「商品単価は横ばいだが、注文の小口化により、梱包費、物流費、人件費が上昇」などの分析もある。そして、今後については「全体的に市場が伸び悩み、一層企業間競争が激化」と予想、「一層のコスト削減と適正利潤の維持が課題」とした。

この年の春、労働省（当時）が「金属工作機械卸売業および治具・工具類卸売業」を雇用調整対象業種に指定。機械工具のメーカーは１年前から助成対象

となり、この年もほとんどが再指定を受けていたが、流通業界にも対象が広がることとなった。それほど不景気の状況は深刻だった。加えて、バブル景気時代に行った積極投資のツケにより、機工商社の赤字決算も相次いだ。

５月18日、当組合の第22回通常総代会が大阪市西区の鉄鋼会館で開かれた。そこで①昨年度実施の組合活性化実施計画策定のうち、第１年次として「労務問題研究」を行う②10月の全日本機械工具商連合会大阪大会に総力を挙げて成功を期す――などを決めた。また、関西ブロック会議や製販懇談会の開催などを重点目標とした。

当組合が最大の力を注いだ第32回全国大会は大阪市中央区のホテルニューオータニ大阪で10月28日に開かれた。

全機工連第32回全国大会・大阪大会

第32回大会誌

「いま新たな感性で21世紀へ」をスローガンに、「節度ある商流、進歩する物流」をメインテーマに掲げ、全国の各ブロックから約400名が参加した。２年前の大会で会則を改訂、「代議員総会」から「全国大会」に改称して初めての大会。まず、午前中に直需分科会を開き、直需店が直面する諸課題について意見を交換した。午後からの総会では、竹花宏大会実行委員長の開会宣言の後、中山注次理事長（大会会長）が挨拶。引き続き、北海道から西日本まで５ブロックから近況報告が行われた。また、機工ＶＡＮ、機工メイトの報告会や当組合の活路開拓事業について河田正興ビジネスファーム研究所社長による総括講演が行われた。

次いで、「共同配送で物流改革を乗り切れるか（物流）」「商流改善への課題（商流）」「企業活性化のための人事戦略（労務改善）」の３つをテーマとした分科会が３会場に分かれて実施された。各会場のパネルディスカッションで活発な意見が交わされた。議事の後の懇親パーティには、メーカーからの参加者も加わり、製販合わせて約500名が一堂に集結した。和やかな交流・交歓が繰り広げられる中、関西伝統芸能の江州音頭・河内音頭が会場を盛り上げた。

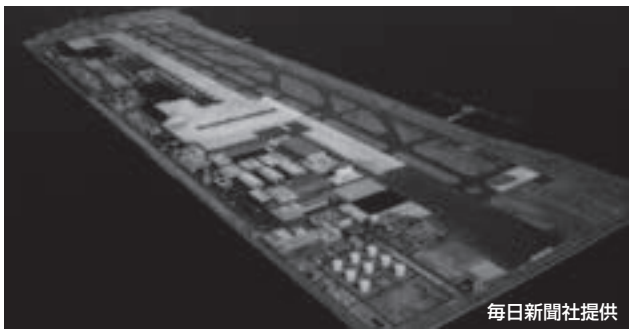
年の瀬を迎える頃になってようやく機器・工具業界の市場が活性化し始めた。民間設備投資は依然として力強さが感じられないものの、年央から工作機械受注が前年水準を上回る回復基調を辿り、これに伴い機器・工具類の需要も上昇傾向となった。新年に向けて明るい兆しが見えてきたのである。

ただ、長引く不況により、メーカー各社はリストラによる生き残り策を講じた結果、その混乱が尾を引き、流通業界も老舗などの倒産を含めて大きく揺れ動いていた。一方、価格破壊が社会風潮となり、その余波は機器・工具業界にも押し寄せてきた。

輸入品は円高メリットを生かし、グーリングが年初からドリルやエンドミルなどを値下げ、輸入工具の値下げの先鞭を切った。国内では、９月、通販の「ミスミ」が金型加工用工具の新価格による販売を開始。市価の60～70％水準のエンドミルやドリルを市場投入した。既存の機工流通業界は危機感を隠せず、価格破壊といった新たな克服すべき課題に直面しながら新年を迎えることとなる。

なお、この年に結成10周年を迎えた大阪機械工具商青年会（ＯＭＪＣ）は、４月９日の総会で新会長に西川正一氏（西川産業）を選出した。

また、関西経済界の大きな期待を担って大阪湾の泉州沖に関西国際空港が開港した（９月）。



関空開港

阪神淡路大震災で業界混乱 1995（平成7）年

1月17日未明、京阪神の人々は地鳴りを伴う激しい揺れにたたき起こされた。淡路島北部を震源とするマグニチュード7.2の巨大地震に見舞われたのである。阪神・淡路大震災と名づけられたこの震災は、死者行方不明者6437名、家屋の全壊約10万4900戸、全焼約7000戸という甚大な被害をもたらした。

阪神・淡路大震災（阪神高速道路倒壊）

東の京浜工業地帯と並ぶ阪神工業地帯も打撃を受けたほか、大火災が発生した神戸市長田周辺には靴などの化成品工業や金属関係の部品加工・金型業が密集し、機械・機器業界にも多大な影響を及ぼした。

また、大阪－神戸・明石の大動脈である国道2号線と43号線は各所で寸断され、阪神高速道路は高架落下で長期不通を余儀なくされた。ＪＲ、私鉄とも一部区間の不通が長く続き、京阪神の人々の往来、物流は大混乱に陥った。大阪から神戸・明石・姫路などへの機械・機器の供給は滞り、しかも以後、長期にわたって障害が続くことになる。

このような状況下、3月13日に中山理事長が高木神戸組合理事長へ、大阪の組合員の協力による義援金214万円を届けた。

2月17日、当組合の貿易部会は大阪市内のホテルで総会に付随して「ＰＬ法」の講習会を開いた。前年6月に製造物責任（ＰＬ）法が成立、95年7月1日の施行を前に業界が直面する問題点とその対策を学んだ。ＰＬ法は、欠陥製品に基づく被害について、従来と異なり、その過失の有無にかかわらず損害賠償責任を負うというもの。メーカーを中心に安全対策への認識が一挙に広がり、流通業界もそれに連動して製品の安全性について格別の注意を払うようになった。

ＰＬ法については、3月22日の全日本機械工具商連合会（全機工連）関西ブロック会議（鉄鋼会館）で情報・意見交換したほか、9月7日の理事会（西区の鉄鋼会館）の際にも講習会を開いて学習を重ねた。

一方、この3月22日の全機工連関西ブロック会議では、産業空洞化への対応が緊急の議題として真剣な討議が行われた。日本とアジア諸国間の賃金格差が大きい中、次第に技術水準を高めつつあるアジア諸国で作られた安価な商品が大量に国内流入するとともに、わが国の輸出相手国内でもそうした安価商品がもてはやされるようになって輸出の減少傾向が懸念されていた。製造業界ではこの現状から脱却しようとさまざまな分野でアジア諸国へ生産拠点を移す動きが加速し、国内の機械・機器流通業はパイの縮小に苦慮していた。

関西ブロック会議で意見を出し合ったが、こうした構造的な事態に対する即効的な有効手段は見出せず、「空洞化は“国際分業”といった観点で捉え、各自がその視点に立った自助努力をしていこう」とケースバイケースで取り組んでいくこととした。

また、この年は「価格破壊」、「規制緩和」の言葉が流行語のように飛び交うようになっていた。あらゆる業界で値下げ競争が行われ、機械・機器業界もその「価格破壊」に直面していた。長引く平成不況、国内産業の空洞化による市場の伸び悩み、アジア諸国からの安価商品の攻勢、通販業界の機器業界への参入と台頭などが過当競争を生み、販売価格はじりじりと下落していたのである。機工流通業界のある情報交換会で「卸・直販とも15％以下の低マージン」、「卸と直販のマージン率がほとんど同じ」などの意見が出されたのもこうした現状を反映したものであった。

製造業、流通業とも販売実勢価格の低迷で厳しい経営環境にあったが、その一方で、工作機械、工作機器などの需要そのものは次第に回復しつつあった。

工作機械は、95年上半期（1～6月）の受注額約3737億円と前年同期比42％増、実に5期ぶりに増加に転じた。外需（54％増）に牽引された側面もあるが、内需（34％増）も好調だった。販売額も前年同期比25％増加した。7月で連続14カ月にわたり前年同月を上回っていたのである。

機械工具（切削工具・耐磨工具など）の生産も95年上期で前年比22％増となっており、金型の生産実績も前年比8％増と次第に回復していた。小型工作機械の生産は同期比で35％増と4年ぶりに増加し、動力伝動装置の生産も同期比で各機種とも10％増加し、4年ぶりの増加となった。

ただ、こうした中にあっても機工流通業界の景況がぐんぐん上昇中というわけではなかった。全機工連のアンケートでは95年4～6月期の売上高は前期（1～3月期）に比べ、「増加」50％、「変わらず」31％、「減少」19％で、前回調査（1～3月期）の前年9～12月期比「増加」47％、「変わらず」32％、「減少」21％と、若干の上昇にとどまっていた。

この年、切削工具の製造業界で企業を再編成する動きが活発化した。不二越が総代理店のナチ工具神戸販売を統合し、神戸製鋼所は工具事業部門を、「神鋼コベルコツール」として分離独立（96年4月）させると発表した。外国企業の業界再編に伴い、日本法人神戸ケナメタルと日本ヘルテルが統合された。こうした動きはリストラの一環であるが、メーカー各社の本格的なリストラは一段落した。

9月29日、大阪市西区の鉄鋼会館で第1回活路開拓研究委員会を開き、運動方針などを協議するとともに、労務改善に向け、アンケート調査を行うことを決めた。なお、この年の10月、大阪卸商連盟の創立30周年記念式典が行われ、記念功労者表彰で当組合の中山注次理事長が表彰を受けた。

業界の「労働白書」まとめる　1996（平成8）年

1月、「自社さ連立政権」と呼ばれた自由民主党、日本社会党（連立直後、社会民主党に変更）、新党さきがけの3党による連立内閣橋本龍太郎内閣が発足した。新政権への期待が高まる中の1月24日、大阪コクサイホテルで大阪府中小企業団体中央会の創立40周年記念式典が華々しく挙行され、当組合は中小企業庁長官賞を受賞した。

組合は2月5日、大阪市西区の鉄鋼会館で事業委員会を開き、日本道路公団の通行料別納制度に基づく「共通カード」導入の検討を行った。そして、3月13日、同所で開いた委員会で「共通カード」を組合事業として導入することを決議し、組合員に案内状を送り、申し込みを募った。その6月の第1次申し込み分を8月、42社（378枚）に配布、8月の申し込み分も10社（161枚）となり、秋口に配布した。「共通カード」はこの時点で50社（539枚）が利用するなど組合員の便宜を図る有効なツールとなった。また、PL保険加入事業についても積極的に加入勧誘し、6月末時点で21社（保険料約125万円）が加入した。

4月2日、鉄鋼会館で活路研究委員会を開き、組合の労働白書（人事・労務のアンケート調査と報告）は当分毎年継続することを申し合わせた。

全日本機械工具商連合会（全機工連）関西ブロックは3月19日、鉄鋼会館でブロック会議を開き、「賃金問題」で意見・情報交換を行った。羽石寛寿・摂南大学経営情報学部教授による「変革時代における賃金体系の考え方」と題した講演を聴き、賃金動向とその企業におよぼす影響などを学んだ。これに先立ち、組合は羽石教授の指導のもとで賃金、雇用、労務管理についての組合員アンケート調査を行い、同教授がこれまでの研究成果と同調査結果を併せて「経済情勢と賃金システムの追究――大阪機械器具卸売業についての労働白書」として小冊子にまとめていた。

講演はこのうちの賃金問題をピックアップして行われ、同教授は戦後日本の賃金体系の推移と今後理想的な賃金体系の組み立て方法を説明。大阪の機工流通業界の過半数は年功序列に重点を置いた賃金体系をとっているとし、「もっと能力主義を採り入れて年功給・職能給併存の賃金体系に変革すべき」と訴えた。

当組合がまとめた「労働白書」では、大阪の機工流通業界の従業員の年収は各年齢層において男女とも全国平均賃金を下回り、高年齢になるほどその格差が拡大していることがわかった。

経済情勢と賃金システムの追究——
大阪機械器具卸売業についての労働白書

この頃、機械工具の生産は順調に推移していたが、機工流通業界の業況判断は2つの見方に分かれていた。販売が好調で品不足感も強まっているという販売業者、一方では一般にいわれているような景気回復感がほとんどないという販売業者もあった。この跛行性は販売先ユーザーによる格差もあるが、販売業者の能力差が出ているとの見方が強かった。春から初夏にかけて機械機器メーカーの特約店会が全国で相次いで開かれるが、恒例の優秀販売店表彰式ではトップクラスはどこもほとんど同じ顔ぶれが並んでいた。技術的なサポートができない「待ちの経営」では、提案型営業を展開する企業に格差をつけられていたとみられていた。

10月25日、京都市の都ホテルで全機工連第33回全国大会（京都大会）が開かれた。「創造性ある心の21世紀」をテーマに掲げ、「世界が変わる、日本が変わる、業界が変わる」のスローガンのもと、約500人が参集。業界を取り巻く環境は情報化や流通改革など構造変革の対応に迫られていた。京都大会では、青年部討論会を開き、若い力を前面に押し出しながら21世紀に向けての業界のあり方について熱心に討議した。この中では、社員教育のあり方や商品技術知識の習得方法、互いに共有できる職場での生き甲斐、価格破壊に伴う問題点、蓄積してきたノウハウの多角化と絞込み——などさまざまな視点で意見・情報を出し合い、出席者はそれぞれの立場でその内容を吸収した。

この年、全機工連は、版を重ねてきた全日本機械工具総合カタログを電子カタログ（ＣＤ―ＲＯＭ）として発行することを検討していた。総合カタログはＢ5判・830ページ（85年版）で重量約1.8キログラムもあり、これを電子カタログにすると便利になるとして、以後、制作検討を進めていくことになる。

同年、三菱銀行と東京銀行が合併し世界一となる資金量53兆円銀行「東京三菱銀行」が誕生（3月）。また、アトランタ五輪で日本は金3、銀6、銅5のメダルを獲得した。

人材の確保・育成に取り組む 1997（平成9）年

4月に消費税3％から5％に引き上げられたが、景気は、前年後半からの回復基調を持続していた。通産省の産業経済動向調査によると、前年10～12月期の「業況判断ＤＩ」（前期比〈好転〉から〈悪化〉を引いた指数）は製造業で2期連続の好転、非製造業でも3期ぶりに好転していた。製造業の業況判断ＤＩは前期の14から17に、非製造業ではマイナス17から9に好転していたのである。工作機械の生産も前年、1兆円の大台にあと一歩のところまで回復していた。年が改まっても景気は穏やかな回復基調を維持し、機械金属関連の需要も順調に増えていた。

ただ、機械機器流通業界は依然厳しい収益環境を強いられていた。競争激化による実勢価格の低迷から脱せず、提案営業など一層の高付加価値化への取り組みがキーポイントとされ、これには優秀な人材

の確保・育成が急務だった。これに対応し、当組合は業界の人材育成状況を把握するため組合員へアンケートを実施し「労働白書――教育訓練と人事考課の実態と今後の方向」をまとめた。

大阪機械器具卸売業における労働白書

―教育訓練と人事考課の実態と今後の方向―

平成8年2月

摂南大学経営情報学部　羽石研究室

大阪機械器具卸商協同組合

労働白書
（教育訓練と人事考課の実態と今後の方向）

調査結果では、業界における教育訓練の必要性の認識は高いものの、実施度はかなり低いという実態が明らかになった。これについて「白書」は、「明確な教育制度の確立と企業外における教育機関の設立など具体的な対策が必要である」と提言した。また、高齢化社会へ向けて選択定年制や早期退職者優遇制度などを段階的に実施し、人件費増大による経営負担の軽減を図るとともに、高年者の能力や知識、技術を有効に活用できる職種を開発し、職務を再設計する必要がある――と呼びかけた。「白書」が提言した企業を横断する教育機関の設立は、のちの当組合の教育事業に繋がっていくことになる。

4月25日に大阪市西区の鉄鋼会館で開いた組合の研修会では「白書」をまとめた羽石寛寿・摂南大学経営情報学部教授による「白書」をもとにしたセミナーが開かれた。また、これに先立ち、3月19日の全日本機械工具商連合会（全機工連）の関西ブロック会議（大阪市西区の厚生年金会館で開催）でも「営業担当者の人材育成」が主要議題となり、熱心に意見を交わした。

６月23日、鉄鋼会館で活路研究委員会が開催され、人事戦略セミナー（10回コース）の実施を決定。セミナーは9月から翌年1月まで月2回実施された。

この年、機械機器業界は、工作機械や金型と同様に自動車向けを軸に好調な市場動向に終始した。業種によってはバブル景気を上回る需給状況をみせ、過去最高の水準に達するなど総じて業績が向上した。各業種の需給状況をみると、超硬工具の生産は前年に過去のピークを上回っていたが、この年はさらに史上最高に達した。ハイス工具も続伸したが、超硬化の波は避けられず、メーカー各社とも超硬工具の生産比率を高めた。これに関連し、超硬化が遅れたメーカーに対する流通業界からの風当たりが強まるという一幕もあった。工作機器は、直線運動用案内、ＮＣツーリングなどの伸びに支えられて成長した。測定工具はコンピュータ化、画像処理など高度技術化の進展による精密測定工具が伸びた。

一方、高齢化社会の進展、海外へ生産拠点を移す産業の空洞化など産業構造の変革は企業に厳しい経営体質の改革を迫り、好況の中でも横並びの成長が許されない時代を迎えていた。合理化強化や企業基盤の再構築をめざしたＭ＆Ａ（企業買収など）や合併・統合も前年に続き活発に行われた。日立ツールが魚津製作所・米田工具製作所・九州米田を吸収合併したのはその代表例である。

機械機器の製造業界の業況がおおむね順調だったのに対し、流通業界では好調をキープする企業がある一方、低迷から抜け出せないところも多くあった。全機工連の経営アンケート調査結果で関西ブロックの8～10月期分をみると、売上高は前期（5～7月）比、「増加」と「変わらず」がそれぞれ3割、「減少」が4割となっている。10月の収益は増加、変わらず、減少がほぼ分け合った。また、11月～翌年1月期では前期比「増加」13％、「変わらず」21％、「減少」67％と一層悪化しているのが分かる。

こうした中、流通業の倒産が相次いだ。東京と大阪を中心に数社が姿を消したが、いずれも中小の問屋クラスだった。倒産の要因は、２代目、3代目社長が多く、経営に対する取り組み姿勢の甘さが指摘されたが、問屋機能が弱く、メーカーと小売店の双方から選別され、フルイから落とされてしまったとみる向きもあった。物流機能はパイプの短縮化とスピード化を要求されるし、情報化に対応できる問屋が生き残る時代を迎えていた。もはや、伝票操作だけで代理店機能を果たせる時代は過ぎていたのである。

業界の情報化への対応については、全機工連の総会で機工メイト、機工コードの普及促進と機工ＶＡＮ活用による業界ネットワークの拡充を決めたほか、電子カタログ化（ＣＤ－ＲＯＭ化）は翌年の全機工連愛知大会をめどに作成することを申し合わせた。またこの頃、ＣＤ－ＲＯＭ化は個別の企業がかなり先行し、製造業界だけでなく、流通業界でも数社が商品カタログとして市場に配布していた。

なお、ＯＭＪＣ（大阪機械工具商青年会）はこの年の総会で、任期満了に伴う役員改選で新会長に杉本伸雄氏（スギモト）を選任した。

春頃から業界景況暗転
1998（平成10）年

2月の長野冬季オリンピックで盛り上がり、5月には若乃花、貴乃花の史上初の兄弟横綱が誕生して話題をまいた。サッカーのワールドカップ（6月、フランス）にも日本は初出場を決め、3戦全敗の残念な結果に終わったもののスポーツ界は活気にあふれた。

長野冬季オリンピック

一方で景況のほうは暗雲が立ち込めてきた。バブル崩壊以降もそれなりの水準を保っていた国内経済は緊縮財政への転換、前年のアジア通貨危機の影響もあり、株価が急落。金融機関の不良債権が増大し、もはや辻褄合わせ策では処理できない状況に陥っていた。前年の拓銀や山一証券、三洋証券の経営行き詰まりに続き、この年にも長銀、日債銀が破綻するなど金融業界は凋落した。新語・流行語大賞に「貸し渋り」がベストテン入りしたのもそれを象徴している。

機械工具業界の景況も年初こそ、まずまずの水準でスタートしたものの、年度変わりの４月頃から暗転した。低迷する国内景気と連動して内需が冷え込み、機械工具商の倒産も数件表面化した。8月、全日本機械工具商連合会（全機工連）の内藤泰春会長は、傘下組合に対し「財務内容の健全化を図り、業界への不安を払拭しよう」との緊急談話を発表した。そうした中、機械工具の各メーカーは戦略的な海外展開を本格化させた。ミツトヨが欧州企業を矢継ぎ早に買収、中国と米国に新たな生産拠点を設けたほか、オーエスジーは米国のタップメーカーと提携、エヌティーツールは欧州支店を開設した。

当組合では、前年から実施してきた人事戦略セミナーを開催。１月12日に第９回目を、同月16日には第10回目を最終講義として行った。

２月24日には、全機工連関西ブロック会議を大阪市西区の鉄鋼会館で開催。大阪のほか、滋賀、京都、神戸、姫路、広島、高松の７地区から20名が集まり、各地区の現況報告が行なわれた。大阪の出席者から機械工具業界の人事・労務の実態調査を行っていることが説明され、この分析を基に、労働環境改善や人材の確保育成に繋げていく方針が述べられた。また、超硬工具、ハイス工具、測定機器、作業工具の各メーカー団体の代表者を交えての製販懇談会も催され、活発な意見交換を行った。

そして、この年も「大阪機械器具卸売業における労働白書」をまとめた。今回のテーマは「高齢化社会においての今後の方向」で、中高年者の実態調査や退職金制度、人事諸制度・諸施策と人事評価、各企業概要の実態調査などを行った。白書では、中高年者について「各企業とも、今までの経験を高く評価し、その経験を活かした職場・人員配置などを考えていく必要がある」とし、退職金については「今後は支払いの併用性（一時金制と年金制）への移行といった年金制化が望まれる」などの提言がなされた。白書を基にしたセミナーが3月23日に鉄鋼会館で行われ、その編集に携わった摂南大学の羽石寛寿教授が講師を務めた。

5月18日には、第26回の通常総代会を大阪市西区

の厚生年金会館で開催、事業計画を決めた。中山注次理事長は「史上最悪の不況との声も聞かれ、日本経済もとことん悪くなってきたような感がある」と述べ、この状況下で値段の叩き合いはせず、モラルの精神を発揮しようなどと訴えた。なお、この総代会で竹花宏氏が副理事長を退任、代わりに中道真蔵氏（山善）が副理事長に就任した。

６月29日の活路研究委員会で組合活性化事業として「組合の情報化」を取り上げ、組合員に対してアンケート調査することを決定し、８月に312社にアンケート調査を行った。また、11～12月にも女性の労働問題や高齢者雇用、派遣社員などに関するアンケート調査を行った。

９月22日に鉄鋼会館で機工ＶＡＮ説明会を開いたが、参加者は10名と少なかった。機工ＶＡＮに対する業界の期待は年を追ってしぼみかけていたのである。

10月16日、「2005年の業界を考える―流通の変革に生き残りをかけて―」をテーマに全機工連愛知大会が開かれ、当組合から76名が出席した。メイン企画の大会フォーラムには、当組合からトラスコ中山・中山哲也社長や西川産業・西川正一常務がパネリストとして加わった。中山氏は、米国の産業財通販大手・グレンジャー社の最近の伸長ぶりをリポートし、米国の機工商社ではインターネット利用などで体質が変化しつつあることを指摘した。そして、日米の機工商社の違いを「腰を上げるか否か」と断じた。

労働白書
（高齢化社会においての今後の方向）

11月11日には、大阪市中央区のＫＫＲホテル大阪で経済講演会を開催した。テーマは「上に立つ人の器量とリーダーシップ。経営体質のスリム化とリストラ」。講師は経済評論家の泉和幸氏で、危機を前にしたトップの態度、意思決定のスピード、将来の予測、相手から理解を得ることとその重要性を説いた。

なお、この年の秋、当組合員の尾崎行雄氏（前田機工会長）が藍綬褒章を受章した。また、当業界に関連の深い日本試験機工業会、ダイヤモンド工業協会、日本工具工業会、超硬工具協会が相次いで設立50周年を迎え、それぞれ記念式典が挙行された。

過当競争で実勢価格低迷　1999（平成11）年

不況下の年明けとなった。この頃、ＩＴバブルの好影響も幾分かはあったが、一部に限定されたものだったといえる。

１月７日、大阪市港区の大阪ベイタワーホテルで行われた大阪機械金属製販合同新年賀詞交歓会で当組合の中山注次理事長は「厳しい環境下にあり、倒産件数もかなりの数字になってきた。業界的に悪い面は出尽くした感もあるが、予断は許されない」と期待と不安の入り混じった年頭挨拶を行った。

こうした不況の中の2月23日、大阪市北区のザ・リッツカールトン大阪で全日本機械工具商連合会（全機工連）の関西ブロック会議が開かれ、「適正マージンの確保」について意見交換が行われた。出席者からは「景況は昨年春から夏にかけて下がり、年末にさらに落ち込んだ。この不況の流れがユーザーの側にもわれわれが提供する製品の価格が『下がって当然』という認識に拍車をかけている」などとユーザー価格の低落ぶりが報告された。これに関連し、「『とにかくあそこの会社より、うちは安くしますから』という質の悪い会社がある」と激化する価格競争の一端も披露された。こうした乱売の動きに対して「安売りを戒めるためにも指標のようなものがあってもいいのではないか」との意見が出された。

メーカーを交えた意見交換では、「エンドユーザーに敏速に商品を供給しているところは儲かってい

る」「流通は専門性の時代だ。ユーザーの方がディーラーよりも商品知識があれば、それは価格だけの話になるのは当然だ」と流通側に専門性など付加価値を高めていくことを促す意見が相次いだ。

3月９日に森精機製作所（現・DMG 森精機）伊賀事業所の見学会を実施した。44名が参加し、一行を出迎えた同社担当者は「今3月期決算はまずまずだと思うが、今年は暇になることを覚悟している」と現状を話した。見学者は、そうした中でも毎年平均10機種以上の新製品を世に送り出し、市場を刺激しているという同社の製造中枢の最新設備に目を見張り、係員からの説明に熱心にメモを走らせた。

労働白書（中小企業における情報化の実態・女性労働者問題）

3月17日、平成10年度の業界「労働白書」の説明会を大阪市西区の鉄鋼会館で実施し33名が出席した。前年から調査してまとめた今回の白書のテーマは「中小企業における情報化の実態、女性労働者問題―これからの労働人口減少下での女性労働力の重要性について―」。調査結果では、従業員10名以下の企業を除いては完全週休2日制が定着。退職者はその前年度から減少したが「リストラにより従業員数が必要最低限にまで絞られたことにあると考えられる」とした。

また、賃金面の調査では初任給が大阪府平均を1万円～1万5000円、55歳以上の年収は大阪府平均を約200万円、ともに上回っており、「人件費が重くのしかかっている企業もあると思われる」と結論付けた。

当組合の通常総代会（第27回）は5月17日に大阪市西区の大阪厚生年金会館で開かれ、任期満了に伴う役員改選で中山理事長が留任となった。なお、前年度の組合入・脱会について「かつてない規模の脱会が生じた」と報告があり、前年度に1社が入会したのみで、脱会は14社に上ったことが明らかにされた。

組合ではこの年、活路研究委員会事業として「業界商取引慣行の現行と課題」についてのアンケートを実施した（翌年、「白書」としてまとめる）。

業界商取引慣行の改善に向けての調査研究（12年2月発行）

なお、この年の秋の叙勲で当組合中山理事長が勲五等瑞宝章を受章し、厳しい市況の中にも明るい話題を提供した。

大阪機械工具商青年会（ＯＭＪＣ）は、この年の総会（4月12日）で会長が交代。杉本伸雄氏（スギモト）から中山哲也氏（トラスコ中山）に引き継がれた。杉本氏が７代目、中山氏が８代目の会長。なお、ＯＭＪＣは8月27日に東京で行われた青年部東西交流会に参加。中山会長らのメンバーが出席し、東京・愛知の青年部と交流しながら意見交換した。

機器・工具業界はこの年の前半、市場の低迷を反映して引き続き苦戦を強いられるが、後半になると徐々に下げ止まる。しかし、本格的な回復はその翌年に持ち越されることとなった。

そうした中、機工製造業界では地殻変動による勢力図が塗り変わりつつあった。三菱マテリアルが神鋼コベルコツールを買収、米国ケナメタル社が東芝タンガロイに資本参加し、住友電工と不二越は包括的な業務提携を結んだ。フォード社の経営方針を反映したマツダの工具一括購入の動きにより、地元の広島機械工具商組合は「これまでの流通体系を覆すもので、われわれ販売業者の死活問題」との危機感と実情を全機工連に報告、メーカーや卸商社に協力を要請するとともに、マツダ本社に対し計画撤回を求めた。

この一連の流れは機工業界全体に「明日はわが

身？」との大きな不安感を募らせ、当組合でもこれに関連して、切削工具メーカーと意見交換する場を９月と10月に急遽設け、対応策を練った。

また、業界全体の期待を担って始まった「機工ＶＡＮセンター」が設立10年目のこの年に解散。情報技術の高度化時代の中に埋没してしまう形で静かに幕を閉じた。

コスト削減「大合唱」の中で苦慮 2000（平成12）年

20世紀最後の年を迎えた。巷間、コンピュータの誤作動によるさまざまな混乱の発生が懸念された「2000年問題」も杞憂に終わり、静かな年明けとなった。

前年、マツダが工具一括購入を表明したことで、機工流通業界に激震が走ったが、マツダが振り上げた大鉈（なた）は、社内からの疑問視の声もあり、表明そのままには振り下ろされなかった。しかし、グローバル規模での競争が熾烈になる自動車業界では、メーカーも徹底的なコストダウンに躍起にならざるを得ない事情があった。値下げ要求はマツダ以外の他のメーカーにも波及し、日産自動車はゴーン社長の再建計画にのっとり、部品や工具の納入業者に3年間で30％など大幅な値引き要求を突き付け、トヨタ自動車もコスト削減に強い姿勢を打ち出した。そして、大幅な値下げ要請の声は、自動車以外の大手ユーザーに広がっていった。

2月22日に大阪市北区のザ・ホテルリッツカールトン大阪で開催された全日本機械工具商連合会（全機工連）の関西ブロック会議では、まだ浮上しきれない状態にあった景況やコスト削減要求の強まりを受けて、全体の６割強が減収・減益を余儀なくされていることが明らかとなった。製販懇談会では「最終ユーザーマーケット志向で問題を考えることが重要」との認識で一致をみた。また、浸透著しいＩＴの活用のほか、共同配送についてもコスト削減などの観点から意見が交換された。ビジネスファーム研究所社長の河田正興氏による講演会も行われた。

ＩＴに関連してこの年、当組合のホームページを開設することを決定した。ホームページ開設と共同卸売事業構築についての実証研究のため、全国卸商業団地協同組合連合会に補助金を申請、認可を受けた。そして活路研究委員会内にインターネット部会を設けて、ホームページ開設などの作業を開始した。

これに関連し、当組合では組合員に対してインターネットに関するアンケート調査を数回行った。その結果、４月の調査では、インターネットを導入している企業は102社、導入予定42社、導入なし98社となっている。

５月17日に大阪厚生年金会館で開催された通常総代会で中道真蔵氏（山善）が新理事長としての挨拶を行った。

中道真蔵新理事長　総代会での挨拶

中道氏は既に４月11日の決算理事会で中山注次氏からのバトンを受けており、総代会の場で「中山前理事長は、これまで企業のモラルを重視してこられた。われわれは誇りを持って節度ある競争をしていかなければならない」などと述べた。このほか、総代会では永田昭一専務理事の退任、木村年秀専務理事の新任を承認。田中康造氏（喜一工具）の副理事長選任などを決めた。また、中山注次前理事長に対し感謝状を贈り、業界に対する長年の功績を称えた。

この夏、業界専門紙が機工商社に行ったアンケート調査によると、この時期に大手ユーザーからの値下げ要求の有無について全体の約3分の2が「要求があった」と回答。その値下げ幅には最大で30％程度ということが判明した。その対応策についての設問

では「仕入先へ協力を要請する」が全体の5割弱で最も多く、「断る」は2割程度。各機工商社には苦渋の選択が迫られ、それぞれが生き残り策を模索した。なお、同じアンケートでは、強い値下げ要求に対し、組合など「団体ベースでの対応」が「必要」「必要なし」の回答が拮抗、意見が割れた。

厳しい経営環境の中ではあったが、機械機器の景況は全般的にプラスに転じつつあった。特に超硬焼結合金や工作機器の生産の伸びはめざましく、過去最高水準に肩を並べるほどだった。機工業界はかろうじて、値下げ要請と不況のダブルパンチは避けられた形となった。

しかし、厳しい景況を受けて挫折する企業も現れた。業界大手のジーネットが自力再建を断念し、フルサト工業の子会社として再スタートすることになった。また、ユアサ商事は300年以上の歴史の中で初めてとなる創業家以外からの新社長が舵取りをすることになった。

一方、業界大手の間では環境マネジメントシステムの国際規格「ＩＳＯ14001」の認証取得をめざす動きが強まった。この年、山善やトラスコ中山など業界大手企業は同認証を取得し、以後他社も追随していくことになる。

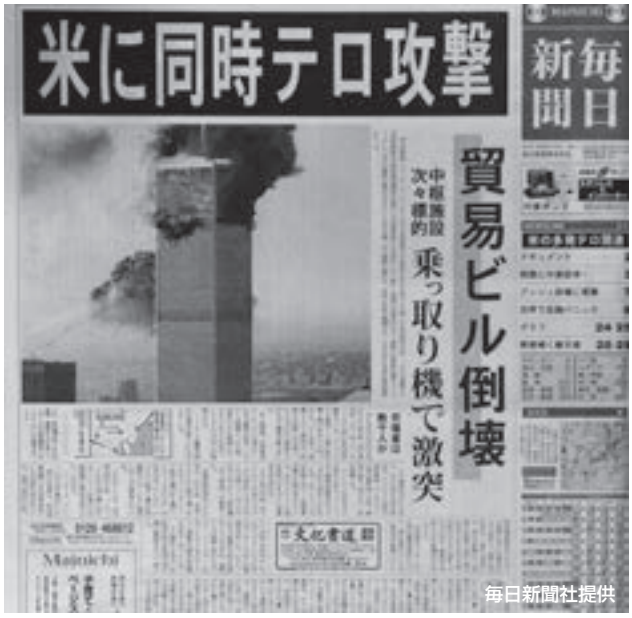
10月27日、全機工連全国大会が東京で行われた。テーマは「21世紀に夢を翔ける―新しい時代への秩序ある挑戦」。当組合から54名が出席した。また、12月８日には民事再生法に関する講演会を開催。70名が聴講した。

なお、この年の「今年の漢字」は“金”。９月のシドニーオリンピックで女子マラソンの高橋尚子や女子柔道の田村亮子が金メダルを獲得したほか、沖縄サミットに合わせて2000円紙幣が発行されたことによる。

組合ホームページ開設
2001（平成13）年

かつて21世紀は、映画、小説、漫画――すべてはＳＦの世界だった。その21世紀が到来した。しかし、ＳＦの世界で描かれたように、そこは人類が月を旅する時代でもなく、タイヤのない車が走行する時代でもなく、宇宙人と交流する時代でもなかった。

昔思いを馳せた「未来」へ向けての始動を感じさせる時代ではあったが、理想郷とは程遠く、9月11日にアメリカで同時多発テロが起き、翌月には米英がアフガニスタンへの空爆を開始した。21世紀、そして千年紀（ミレニアム）の始まりという記念碑の年は依然紛争の世界にあった。


米に同時テロ攻撃
毎日新聞
貿易ビル倒壊
乗っ取り機で激突
毎日新聞社提供

9月11日、同時多発テロ

こうした中、機械機器業界は変革が加速されつつあった。変化はよりめざましく、速く、そして唐突に生じた。業界人の集まるところ、「日本のモノづくりはどうあるべきなのか？」「それを支える流通商社はどう生き残っていくのか？」の話題が出ない日はなかった。

流通チャネルの多様化は通信販売の台頭となって現れた。切削工具のカタログ販売を行ってきた先発

のミスミに続き、住商グレンジャーやアルファパーチェスなど外資系の電子商取引商社が相次いで名乗りを挙げ、市民権を得つつあった。それに対抗すべく、主に大手卸商社が電子商取引システムの整備に乗り出していくことになるが、それが形となって現れてくるのはもう少し先のこと。

厳しい状況下にあっても売上を伸ばす商社とそれができない商社を分けるキーワードは“提案力”だった。ユーザーの加工ラインをコンサルティングしたり、加工に関する具体的で技術的なアドバイスを行ったり。そうしたことができる販売店をユーザーは求めていた。ユーザーも過酷な生存競争の中にあった。「勝ち組」と「負け組」が流行語となり、この年、「構造改革なくして景気回復なし」をスローガンに小泉純一郎内閣が誕生する。

2月2日、大阪市北区の東洋ホテルで開かれた全日本機械工具商連合会（全機工連）の関西ブロック会議は、当組合のホームページ立ち上げを発表する場となった。前年から準備を進め、ようやく開設にこぎつけ、翌日の正式オープンとなった。このホームページは、後日に組合員やメーカーを対象にした説明会を開くなどし、内容の充実を図っていくことになる。

組合ホームページ

４月４日には、翌年に行われる全機工連大阪大会の準備委員会を発足。実行委員長には田中康造副理事長が選出された。5月18日、組合の通常総代会（第28回）を大阪市西区の大阪厚生年金会館で開催。中道真蔵理事長ら役員全員が再任された。総代会ではホームページの拡充や全機工連大阪大会への注力を確認した。

当組合はこの年、ホームページの拡充と全機工連大阪大会の準備に明け暮れた。特に、大阪大会の準備に関しては、「業界が直面する諸課題を時代のトレンドに合わせ、改善への方向を勉強・研究する」という方向性のもと、準備委員会主導で活動を精力的に展開する。

基本テーマは「ＩＴ時代における業界での情報化・共同化を探る」と決まり、また会議グループとして卸ＩＴ部（部長西野佳成氏）、直需ＩＴ部（部長濱田博夫氏）、共同配送部（部長山口忠昭氏）を、運営グループとして経理部（部長片山隆一氏）、総務部（部長南出幸太郎氏）、広報部（部長巽謙昌氏）、接待部（部長山出谷清氏）を設けた。そして、それぞれが会合を持ち、大会当日に向けて準備を進めていった。

なお、この年の機工景況は、後半から減退傾向となった。ＩＴブームが一段落し、「元気印」は自動車産業のみとなった。各メーカー団体とも年度の需要見通しを下方修正するなど内外需とも落ち込みが大きかった。米「９・11」テロが心理的なブレーキをかけていた側面も否定できない。

また、超硬工具メーカーの値上げが相次ぎ、機工商社業界はその対応に繁忙を極めた。超硬工具の主原料であるタングステンは、世界需要の約8割が中国から供給されていたが、10kg 当たりの国際相場が前年前半の約50ドルから80ドルに急騰した。主要添加剤のタンタルもＩＴ関連のパソコンや携帯電話からの需要増もあり、世界規模で逼迫、価格が5倍に跳ね上がるなど値上げの要因となった。

なお、大阪機械工具商青年会（OMJC）では、４月24日の総会で会長が中山哲也氏から切本直樹氏（キリモト）に交代した。来賓として出席した当組合の中道真蔵理事長は、「経営者として『従業員』を『自業員』に育ててほしい」と期待の言葉を贈った。

大阪で、この年に話題をさらったのが、テーマパーク「ユニバーサル・スタジオ・ジャパン」の開園（3月）。オープン初年度に1100万人が来場するなど賑わった。

大会で注目浴びた「研究発表」2002（平成14）年

9月に小泉首相が北朝鮮を電撃訪問し、翌月、拉致被害者5名が日本に帰国した。スポーツ界では、サッカーのワールドカップが日韓共同で開催された。田中耕一、小柴昌俊両氏がノーベル賞ダブル受賞と言った明るい話題もあったが、完全失業率が戦後最悪の年平均5.4％に達し、東証株価も20年ぶりに9000円台を割り込むなど日本経済は冷え込んでいた。

こうした中、当組合と関連の深い切削工具や工作機器業界で大きな動きがあった。まず、切削工具業界では米国ケナメタル社がウイディア社を買収、スウェーデンのサンドビック社はヴァレナイト社を買収するなど世界的な再編成が進んだ。国内では三菱マテリアルが一連の改革をこの年に発表。翌年4月を期してＭＭＣコベルコツールを三菱マテリアル神戸ツールズに、販売会社のＭＭＣダイヤチタニットを三菱マテリアルツールズに改称し、両社の国内営業部門を統合することになった。

ツーリングでは、2面拘束のＢＴシャンクホルダがＪＩＭＴＯＦに登場した。また、切削工具メーカーを含めた16社は、複合加工機の旋削用ＨＳＫインターフェイスとして2面拘束ホルダ規格案「ＩＣＴＭ」を公開した。

機工流通業界も大きな動きをみせた。当時、全日本機械工具商連合会（全機工連）の会長会社だった東京の岡野機器が販売業から撤退、営業権を工具部門強化を図っていた落合に譲渡した。大阪では、喜一工具が児玉商事を吸収して営業力の相互補完を実行、貿易部門の強化を図った。倒産や廃業も相次いだが、全国的にこの現象は見られた。

国内市場のパイは減少の一途をたどりつつあった。加えて、電子商取引業者の拡大が本格化し既存業界を脅かした。６月17日の全機工連総会で当組合の中道真蔵氏が東京組合以外の初の会長としてその職に就いたが、その総会で議題に上ったのは、機工流通業界における電子商取引業者の存在だった。群馬県の機工商社で組織する両毛機工会が電子商取引業者に対する全機工連としての対応策について提案し、「このままでは価格破壊に繋がり、業界が疲弊し、ユーザーにも大きな影響を与える事態に陥る。メーカーを指導し、業界を取りまとめ、健全で活力ある業界にするために至急行動を起こす必要がある」と決議した。

しかし、具体的な方法論として規制を行うのも無理な話で、電子商取引業者に低価格で商品を提供するメーカーや卸商社に自粛を求めることにとどまった。また、「時代の流れに逆らえないし、自己防衛しかない。業界のレベルアップが肝要だ」などの考えも次第に広がっていった。

このような激しい変化の中、当組合は全機工連大阪大会の開催準備に追われていた。2月1日、大阪市・中津の東洋ホテルで開催された全機工連関西ブロック会議・製販懇談会の場での主要議題は大阪大会の基本テーマ「ＩＴ時代における業界での情報化・共同化を探る」に関連するものであった。ＩＴ化や共同化に対する地域間の温度差がみられ、これへの対応などについて意見・情報交換しようと取り組んだ。

5月17日には、当組合がアンケート調査などにより作成した労働白書（人事労務概要実態調査）に基づき、年金と保険の活用法についての講演会を大阪市西区の厚生年金会館で開いた。前年（2001年）、当組合と顧問契約を結んだ社会保険労務士の三島佐智氏が詳しい説明と活用方法などを解説した。また、同日、同所で通常総代会（第30回）を開き、大阪大会の成功に全力で取り組むほか、組合ホームページの活用を図ることを確認した。

そして10月25日、全機工連大阪大会が開催された。会場のホテルニューオータニ大阪には全国の製販業界から500名以上が参加した。当組合の中道真蔵理事長は挨拶で「前回の大阪大会から8年が過ぎたが、この間、停滞感があるのは否めない。この大会が現状打破の起爆剤となることを期待したい」と力を込めた。

大会の目玉事業となった研究発表では、ビジネスファーム研究所の河田正興社長がコーディネーターを務め、卸ＩＴ、直需ＩＴ、共同配送の各部会のパ

ネラーと討議した。パネラーは、卸ＩＴが杉本利夫氏（杉本商事社長室長兼ＳＥ推進部長）、直需ＩＴが西川正一氏（西川産業社長）、共同配送が富田進氏（トミタ産業社長）の各氏。杉本氏は卸無用論を排し「ＩＴ時代になれば卸商社はより有用になる」、西川氏は「直需店はお金をかけずにＩＴ化を進めるのが重要」、富田氏は、大阪の立売堀・新町界隈で取り組んでいた共同配送システム（いたち便）を参考に引き「他業種との共同配送も考えるべき」などの意見を述べた。また、南蔵院の林覚乗住職が「心ゆたかに生きる」と題した講演会を実施。懇親会では賑々しくジャズバンド演奏が行われ、大会に花を添えた。

第36回全機工連全国大会・大阪大会

第36回　大会誌

大会後の11月15日には慰労会を開催し、先立ち開催された理事会で大会の収支決算見通しが報告されたほか、前年に大同生命から受けた株式無償割り当ての売却代金を当組合の財産として残すことを決めた。

人材確保推進事業を推進　2003（平成15）年

世界はイラク戦争で揺れ、新型感染症ＳＡＲＳ禍で死者800人超の恐怖におびえた。国内では日本郵政公社が業務を開始（4月）、産業再生機構が誕生（5月）、第3次小泉内閣が発足（9月）した。

工具業界ではメーカーが海外戦略の強化をめざし、経営改革に向けて積極的に動いた。国内最大手の三菱マテリアルは一連の改革を具体化させるとともに、代理店・特約店の販売組織の一本化に進んだ。住友電気工業は、粉合・ダイヤ事業部門を分社化し、住友電工ハードメタルとして分離独立。さらに、東芝タンガロイは東芝からの独立（翌年4月）を表明した。

一方、流通業界では業績不振から経営の再構築に取り組むところが出てきた。東日本最大手のＮａＩＴＯが苦境に立たされ、創業者でカリスマ的存在だった内藤泰春氏が退いたのもその例である。また、取引形態の刷新をめざす動きもみられた。前年に「100％現金化」を宣言していたトラスコ中山は、販売店の反発を受けつつも、自社の信じる業界の取引形態の理想像に向けて取り組んだ。

2月7日、全日本機械工具商連合会の関西ブロック会議が大阪市北区の東洋ホテルで開かれた。出席した8地区の組合代表者から全体的に低迷する業況が報告されたが、中国をキーワードに国内産業の空洞化を懸念する声も相次いだ。また、大手ユーザーの集中購買が話題に上った。続いて開いた製販懇談会でもこうした話題で意見・情報交換した。

５月20日、第31回通常総代会をホテル日航大阪（大阪市中央区）で開催。任期満了に伴う役員改選で、中道理事長ほか、副理事長3名が留任となり、新たに副理事長として小畑秋夫氏（信和機工）と川嶋右三氏（大阪鋼機）が加わった。また、事業計画では、組合が人材確保推進事業（雇用・能力開発機構に申請）の認定を受ける見通しが立ったことから、助成金を活用してセミナーや見学会などを行う計画が立てられた。後に、この人材確保推進事業は正式に認定を受け、その助成金を活用し、2003～2005年度の3年間、各種事業が行われていくことになる。

組合では早速、中道真蔵理事長を委員長とした人材確保推進事業検討会を立ち上げて、年次計画の策定に着手。具体的内容については、職場環境改善、福利厚生改善、採用活動改善、時短推進、教育訓練改善の5つの委員会（分科会）を設け、そこで検討されることを申し合わせた。

2003年度は従業員の職場環境やキャリアに対する意識調査（アンケート）を行ったほか、「与信管理講

習会（入門編10月６日、実践編11月12日）」、「ＩＳＯ14001取得のためのセミナー（10月23日から翌年１月22日までに計4回）」、「パソコン教室（11月15日から12月9日までレベル・内容別に計6回）」、「モデル企業見学会／北東工業とサンコーインダストリー（10月16日）」などを実施した。

また、12月17日に同事業の一環として「優良従業員表彰式」を挙行。受賞者44名のうち36名が会場のＫＫＲホテル大阪（大阪市中央区）に参集した。中道理事長は「まだまだ厳しい経済環境の中、皆さんは各会社の業績発展に努力された。この受賞を契機にさらに社員をリードしていってほしい」と期待を込め、受賞者1人ひとりに賞状と記念品を手渡した。

優良社員表彰

人材確保推進事業以外にも組合は活発な事業を展開する。７月９日には、液晶パネルを生産するシャープ三重工場を見学、参加者52名は生産工程などを熱心に視察した。帰阪後、大阪市西区の中国料理店「徐園」で懇親会を開催するなどこの見学会は好評だった。

また、９月９日には大阪市西区の鉄鋼会館で「機工メイト推進セミナー」（参加者20名）を実施した。

ＯＭＪＣ（大阪機械工具商青年会）では、４月17日の総会で新会長に堤中徹氏（マシン三洋）を選出した。新会長の下、７月29日に「設立20周年記念パーティー」を開く。会場のリーガロイヤルホテル大阪（大阪市北区）には歴代の会長や多数の卒業メンバーが顔を揃えた。そして、初代会長の南出幸太郎氏が乾杯の音頭をとり、節目を祝し、今後のさらなる発展を祈念した。

また、ＯＭＪＣを卒業したＯＢが集まり「ＯＭＪＣ水輪会」を立ち上げた。

OMJC 水輪会　発足総会

2月1日、リーガロイヤル大阪で発足説明会を開催、初代会長に河田徹氏（河田機工）が就いた。同氏は“水輪会（みなわかい）”の命名について「水面の輪が広がるように、われわれの活動が業界によい影響を与えていけるようにという意味を込めた。皆若い（みなわかい）という語呂も」と明かした。そして、5月1日に発足総会を開催、会員39名でスタートした。

国際規格認証取得へ研修会 2004（平成16）年

この年開催されたアテネオリンピックで日本はメダルラッシュに沸いた。東京大会と並ぶ16の金メダルを獲得し、メダル総数37個と史上最多（その後2012年のロンドン五輪〈38個〉で更新）を記録した。

アテネオリンピック

明るい話題と呼応するように国内製造業も勢いを増してきた。日本工作機械工業会は当初、2004年の受注見通しを9500億円（2003年度8500億円）の緩やかな上昇を見込んでいたが、この予想をはるかに上回る状況となり、7月には１兆1500億円に大きく上方修正する場面もあった。

前年来、自動車向けが堅調さを保っていたが、さらに、電機やＩＴ関連向けが回復、デジタル関連機器向けも成長し加速した。輸出も好調に推移し、特に中国向けは前年比で７割近く増加、国別輸出で米国に次ぐ2位に躍り出た。こうした工作機械の動きに連動して、機械産業界も明るさを確実なものにしていった。

年初の１月７日、大阪市港区の三井アーバンホテル大阪ベイタワーで行われた大阪機械金属製販合同新年賀詞交歓会で組合の中道真蔵理事長は「円高は気にかかるが、工作機械なども上方修正が期待できる経済環境にある」と明るさを覗かせていた。

2月3日、全日本機械工具商連合会（全機工連）関西ブロック会議・製販懇談会が大阪市北区の東洋ホテルで開催された。これには、８地区の機工組合とメーカー４団体の代表者が出席。ＮＴＴ西日本のソリューション営業本部・梶部長のＩＰ電話に関する講演会に続き、地区組合からの現状報告があった。各地区とも景況は上昇機運にあるものの、収益性の低下傾向を懸念する声が出た。それが「労働時間が長い」「休みが取れない」など厳しい労働条件に繋がっている点も判明した。また、メーカーからは、出荷については軒並み好調との報告があったが、調達材料の値上がりを受け「大手ユーザーが製品への転嫁を認めてくれない」「今は歯を食いしばって頑張っているが、どこまで持つか」との声が相次いだ。製造業は、需要増大とは裏腹に、実勢価格の低迷で経営環境はそれほど改善されていなかったのである。

組合の通常総代会（第32回）は、５月19日に大阪市中央区のホテル日航大阪で開かれた。中道理事長は、上向きつつある景況を受け、「今は努力が結果に繋がる。自社の強みに磨きをかけてほしい」と激励した。この総会では、2年目となる人材確保推進事業に一段と注力することを申し合わせ、組合員への一層の協力が要請された。

人材確保推進事業は、着実に進められていった。前年度事業分で行われていたインターネットの就職情報サイトと組合ホームページ、そして会員各企業の採用画面へのリンク接続が2月に開始された。また、5月13日には「新入社員研修」を、6月8日には「企業年金セミナー」を、同23日には「コーチングセミナー」を、7月6日には雇用・解雇の法的問題点に関わる「経営者セミナー」といったように積極的な人材確保推進事業が展開された。

この頃、機械機器流通業界でも品質マネジメントシステムの国際規格「ＩＳＯ9001」や環境マネジメントシステムの国際規格「ＩＳＯ14001」取得の要請が各方面から行われ、これまで大手企業を中心に行われていたＩＳＯ取得が、中小企業にも広まりつつあった。これに対応し、7月21日に「ＩＳＯパネルディスカッション」と題し、ＩＳＯ取得企業４社による討論会を開催した。コーディネーターにソーケンマネジメント企画部長の齋藤満氏を迎え、喜一工具、丸一切削工具、西川産業、ニシキ商会の4社がパネラー役を務めた。ディスカッションでは、各社でのＩＳＯ取得までの経緯、現況が報告され、ＩＳＯ取得の問題点や取得のメリットなどが説明された。後の「報告書」では、同ディスカッションに触発されて、４社がＩＳＯを取得したと記されている。

さらに、「モデル就業規則などの説明会＆年金セミナー（８月24日）」、「パソコン教室（８月28日～９月27日の間に5回）」、「営業マンのレベルアップを図るＣＳセミナー（10月13日）」と多彩な事業を行った。

モデル企業見学会では京都府久世郡久御山町の京都機械工具（10月６日）と大阪府大東市の日研工作所

モデル就業規則などの説明会

（12月２日）を訪問し、それぞれのモノづくりに対する情熱を体感しながら学んだ。

また、前年に続いて優良従業員表彰を実施した。会場は大阪市中央区のＫＫＲホテル大阪で、表彰者42名のうち、36名が式に臨み、中道理事長から表彰状と記念品を受け取った。

10月22日に全機工連京都大会が京都市下京区のリーガロイヤルホテル京都で開催され、当組合からも多数臨席した。テーマに「企業文化の高揚と発信」、スローガンに「変革こそ個性の追求を！！」を掲げた大会では第２部の中で、各地区代表者による現況と問題点の発表が行われ、当組合の田中康造副理事長が関西ブロック代表として発言した。

賛助会員制度を導入
2005（平成17）年

当業界の新年賀詞交歓会は、在阪の機械金属専門新聞社で作る「大阪機械金属新聞連盟」が半世紀近く開催していた。この年、これを引き継ぐ形で当組合主催の初の新年賀詞交歓会が前年と同じく三井アーバンホテル（大阪市港区）で開催された。

交歓会には500名余が参集し、折からの好況と相まって明るい雰囲気のもと華々しく催された。祝い太鼓のパフォーマンスが賑やかさに輪をかけた。この新たな門出に中道真蔵理事長は「気分を新たに頑張りたい」と述べるとともに、「景況は地域による格差はあるものの、当分は高水準で推移する」との見方を示した。メーカー代表は挨拶で、「技術の向上が目覚しい中国など新興国に対する脅威を実感している。われわれが高付加価値製品を開発し続けるには、流通の皆さんの支援と協力が不可欠」（川上平八郎全国作業工具工業組合理事長）と製販の協力体制の重要性を訴えた。

全日本工具商連合会（全機工連）関西ブロック会議・製販懇談会は、2月8日に大阪市北区の東洋ホテルで開かれた。各地区組合の状況報告では、堅調な売上傾向の中にあっても、利益面で厳しさが増しつつあるとの意見が大勢を占めた。その打開のためには、「価格だけでなくサービスを含めた営業の実践」「付加価値の高い商品を扱う」「提案営業の強化」などの点が挙げられた。

5月31日の通常総代会（第33回）では、欠員となっていた副理事長1名に巽謙昌氏（興生産業）を充てることを決定したほか、賛助会員（メーカー）制度を７月１日付で導入することを決めた。この賛助会員制度は、東京都機械工具商業協同組合や愛知県機械工具商業協同組合で既に導入されていた。

制度の目的は、組合員企業とメーカーが、相互に関連する諸問題に対処するため、情報及び意見の交換の場を持って相互理解を深め、信頼関係をより緊密にし、将来に向けて共存共栄を進展させることである。年会費は2万円。会員になることで全機工連発行の「かいほう」の無料提供、組合主催の新年賀詞交歓会参加費割引などさまざまな特典がある。また、組合が行うセミナーなど、各種行事への参加も積極的に促していく。

なお、この年の人材確保推進事業では、「ビジネスマナー指導員研修」（5月19日）、「営業の業績を上げる販売強化とクレーム対応」（6月15日）、「企業経営と人材育成」（７月６日）、「人材採用（新卒募集の方法）」（７月15日）、「人材採用（中途採用のための職安求人票の書き方）」（７月22日）、「トラブルを防ぐための労務管理講座」（８月23日）、「やる気を出させるコミュニケーション技法」（10月13日）、「経営者セミナー（経営のヒントは現場にある）」（10月20日）、「経営者セミナー（事業の継ぎ方・継がせ方）」（11月25日）と立て続けにセミナーを実施した。

パソコン教室も前年に続いて行った（８月６日・20日・27日）。また、11月８日にはモデル企業見学として大阪府松原市にある“挨拶日本一”の米穀卸販売会社・幸南食糧の工場・物流センターを訪問した。

各種調査や団体広報誌「大機器協だより」の発行も行った。

一方、ＯＭＪＣ（大阪機械工具商青年会）は４月28日の総会で新会長に古里龍平氏（ジーネット）を選出した。そして８月26日に東京で開かれた「機械工具

商全国青年部交流会」に参加するなど活発に活動を続けた。

年末恒例の“今年の漢字”にこの年は「愛」が選ばれた。3月に「愛・地球博（愛知万博）」が開幕、11月には紀宮さまがご結婚されるなど明るい話題はあった。しかし、ＪＲ福知山線の列車脱線事故（４月）、児童殺傷など悲惨な出来事も相次いだ。「愛」とは、殺伐とした世相のアンチテーゼ、渇望の訴えといえよう。

この年、出生数が約106万人と統計史上最低を記録する。年間死亡者数が出生者数を上回り、遂に日本は人口減少の時代に突入した。

緩やかな業況回復で一息つく　2006（平成18）年

神戸・ポートアイランド沖に神戸空港が開港（2月）し、堺市が政令指定都市になった（4月）。

堺市政令指定都市

この頃、当業界にもインターネット販売に取り組むところがぽつぽつ出てきた。１月に機械機器流通業界の大手・山善と日伝が共同で電子購買ポータルサイト運営会社「プロキュバイネット」を設立し、ネット事業部門で提携し、電子商取引分野の拡大に本格的に取り組んでいくことになった。機工流通業界のこうした電子商取引への拡大は、大手商社を中心に注力され始めており、その後、“フェイス・トゥ・フェイス”の商流と並行していくことになる。

１月６日に開かれた組合主催の新年賀詞交歓会には、好況の影響もあってか、会場となった大阪市港区の三井アーバンホテルには573名が詰めかける大盛会となった。中道真蔵理事長は年頭の挨拶で、現況を「居心地のよい水準」と表現したが、一方では「さらに知恵を絞りながら、スピーディーにエンドユーザーまで情報を伝えることが、われわれの使命だ」と気持ちを引き締めた。

この「居心地のよい水準」は、その後しばらく続くことになる。新年度明けには、機械機器大手商社が一斉に前年度業績を公表したが、いずれも売上や利益面で過去最高を誇った。新年度も引き続き増収増益を見込んだが、これもことごとく実現することになる。全日本機械工具商連合会（全機工連）が会員に行った経営アンケート調査をみると、2006年上半期と下半期の売上を比較して、「増加」回答が約半数となり、「減少」の18％を大きく引き離した。ともかく、この「居心地のよい水準」は2008年のリーマンショックまで保たれていく。

１月20日のセミナー（大阪市西区の鉄鋼会館）にはフリーアナウンサーの羽川英樹氏を講師に招き、同氏は「経営トップの話し方」と題して講演した。また、２月14日には会議リーダー養成セミナー（同会場）を実施した。両セミナーとも賛助会員を含めて約50名が参加。この2つのセミナーで2003年度から3年にわたって行われた人材確保推進事業を終了した。

この事業は、当組合・業界にとって“人材”は最大で喫緊の課題と認識され、以後もさまざまな形で人材の確保や質の向上に努めていくことになる。なお、3年間の成果は「事業成果報告書」にまとめられた。

事業成果報告書

2月2日、全機工連の関西ブロック会議・製販懇談会が鉄鋼会館で開催された。ここでは、各地区の景況報告と合わせて、メーカー側から切削工具の新価格浸透状況や、切削・作業工具の品不足などについての情報が

発信された。大阪、京都、滋賀、神戸、はりま、広島、高松の各地区組合と、日本工具工業会、超硬工具協会、全国作業工具工業組合、日本精密測定機器工業会の４つのメーカー団体代表者が参加。機工組合では、各地区とも概ね景況については良好だが、地域間の格差が垣間みられる状況が報告されたほか、各地域のネット販売の状況についても情報交換された。

また、超硬工具やハイス工具に関し、原材料の高騰から価格に転嫁せざるを得ない状況の中、自動車など大口ユーザーを中心に交渉が難航し、メーカー、流通サイドとも“利益薄き繁忙”を強いられている実態が浮き彫りとなった。

通常総代会（第34回）は5月25日に大阪市中央区のホテル日航大阪で開かれた。既に4月の理事会で中道理事長は辞任し、新理事長に田中康造氏（喜一工具）を選出していた。総代会の場で田中新理事長は「今は好況だが、大競争時代だ。こうした中、組合はもう一度原点に戻ってみたい。そこでざっくばらんに意見交換し、次世代の業界を考えてみたい」と今後の組合運営の方針を示した。新理事に古里龍平氏（西支部）、河田徹氏（城北支部）が就任した。また専務理事（組合事務局）の木村年秀氏が退任し阪口徳和氏がその後任として承認された。当組合理事長を退任した中道氏は、後日（６月）の全機工連通常総会で同会会長職も後進に譲った。

10月20日の全機工連愛知大会は、ＪＲ名古屋駅内のマリオットアソシアホテルで行われ、「事業継承を考える」のテーマの下、討論などを行った。当組合からは中道前理事長が功労者表彰を受け、パネルディスカッションに中口篤氏（センナン社長）がパネラーとして参加した。この大会に合わせて全国会員に実施された事業承継に関するアンケート結果をみると、「後継者は決めているか」の設問に、約44％が「決めている」と回答。「決めていないが候補者はいる」を含めると全体の８割強に上った。一方、「候補者もいない」と回答した約16％のうち、今後「候補者を選定して事業継続する」と答えた割合は約71％だった。

11月28日には「企業のリスク（企業秘密・労働時間）管理」セミナーが開かれ、41名が聴講した。

なお、この年の１月25日に行われた大阪府中小企業団体中央会創立50周年式典で当組合は大阪府知事表彰を受けた。

この年、小泉純一郎首相が任期満了で退任し、安倍晋三氏が首相の座を引き継いだ。関西では12月に大阪市営地下鉄・今里筋線が開業した。

製販間 本音で意見交換
2007（平成19）年

グローバル規模での競争の中、企業は安価な人件費を求めて海外に進出した。国内においては正社員の数を減らし、一部製造業の大手企業は“偽装請負”という違反行為までも犯して、低賃金・低待遇の非正規社員の雇用を進めた。

また、この年団塊の世代が一斉に定年を迎えるという「2007年問題」が話題を撒いた。結果的にみると、定年延長などで混乱は起きなかったが、モノづくり産業を中心に「技術の伝承」が大いにクローズアップされた。

機械工具流通業界でも状況は同じだった。“フェイス・トゥ・フェイス”の商売が基本なだけに人材はイコールその企業の技術そのものであり、その育成は喫緊の課題となってきた。もちろん、業務を効率化する部分は大きく、一部をコンピューターに置き換えていくことも必要だった。事実、この業界で“フェイス・トゥ・フェイス”に頼らない電子商取引の市場は確実に拡大していた。しかし、電子商取引に取り組んでいくにも、そのための人材が欠かせない。また、機工商社各社が今後の針路について海外を含めて模索し、海外の拠点作りを本格化させる上でも人材育成は必要な条件だった。

１月９日に三井アーバンホテル（大阪市港区）で開いた組合の新年賀詞交歓会で、田中康造理事長は「2007年問題」を取り上げ、「今後、販売力をどう高めるか真剣に取り組まなければならない」と話した。

２月８日には全日本機械工具商連合会（全機工連）関西ブロック会議がホテル日航大阪（大阪市中央区）で開催され、冒頭、当組合の田中康造理事長は「メーカーと卸商社、直販店が集まるのは年にこの１回。従来は報告の場だったが、もっと現場の状況を本音で話し合いながら、業界全体をよりよくするための議論の場にしたい」と発言、製販相互への要望事項を中心とした意見交換を促した。

メーカーからは、「ユーザーの情報をもっとほしい」、「流通業者はムダをなくした在庫管理行っていくことが重要だ」などといった意見が出た。対して、流通サイドからは「メーカーは、作った商品をまず売ることが肝要。そのための営業マンがあまりにも少ないのでは」「返品をいっさい受け付けないというのはどうか。そこにルールを作るべきだ」などの意見があった。さらに、直需店から卸商社に対して、「訪問の回数を増やしてほしい。次への話が生まれてくるはず」、「卸商社社員の商品知識のなさを感じる。これでは本当の意味での直販・卸・メーカーの三位一体にはならない」など率直な声も出た。また、「流通業者にとっての付加価値の向上は、社員の質を高めることだ」と人材育成に関する意見もあった。

5月24日の当組合第35回通常総代会は、ＫＫＲホテル大阪（大阪市中央区）で開催されたが、任期満了に伴う役員改選で田中理事長は留任。副理事長5名のうち山出谷清氏（山勝商会）と森本俊一郎氏（ニシキ商会）が退任し、新たに堀家孝夫氏（ホリヤ）と牛田幸吉氏（原口機工）が就いた。田中理事長は、「各社が切磋琢磨するとともに、組合として協力することの両面が重要だ」などと述べ、組合活動に協力を求めた。

この年も、「ビジネスマナー指導員研修会」（７月11日）、「企業リスク（企業秘密・労働時間）管理」（11月28日）のセミナーを開催するなど、活発に事業を展開した。また、９月26日には椿本チエイン京田辺工場（京都府京田辺市）の見学会を実施。56名が“世界ナンバーワンのチェーンセンター”の最新鋭設備を見学した。

椿本チエイン京田辺工場見学会

11月６日には、大阪市西区の鉄鋼会館で、ラグビー元日本代表の林敏之氏を講師に招き、53名が出席して講演会を開催した。林氏はラグビーを通じて得た感動体験を熱っぽく披瀝した。

組合では人材育成の一環として新人・若手社員向けの教本を教育情報委員会が主導して作成することになり、編集作業に取り掛かったが、これは翌年に完成することになる。

ラグビー林敏之氏講演

ＯＭＪＣ（大阪機械工具商青年会）では会長が交代した。４月16日の総会で、古里龍平氏（ジーネット）から浜口隆之氏（浜正機工）にバトンタッチされた。10月20日には「機械工具商全国青年部交流会」に参加し、その記念講演会ではカレー専門チェーン店「ＣｏＣｏ壱番屋」の創業者・宗次徳二氏の経験や考え方を聴いた。

ＯＭＪＣ水輪会（会長河田徹氏）では、発会5周年を記念して、10月27・28日の両日、岐阜県の下呂温泉や高山市内を旅行した。

「基礎知識セミナー」を開講 2008（平成20）年

「人を思いやる心をもう一度思い出そう。それは、商売を行う上でも必要だ」。1月８日に催された当組合主催の新年賀詞交歓会の年頭挨拶で、田中康造理事長はそう訴えた。

新年賀詞交歓会での鏡開き

さまざまな食品偽装や消えた年金問題、テレビ番組のやらせ問題などの不祥事が多発する中にあって、ＣＳＲ（企業の社会的責任）やコンプライアンス（法令順守）、コーポレートガバナンス（企業統治）など企業倫理に関わる言葉が頻繁に聞かれるようになっていた。

2月5日、全日本機械工具商連合会（全機工連）は関西ブロック会議・製販懇談会を大阪市中央区のＫＫＲホテル大阪で開催。この中で、帝国チャック（寺坂哲之社長）、サンドビック（藤井裕幸社長）、フジ矢（野崎恭伸社長）が自社のビジネスモデル、経営戦略を説明した。

５月23日、組合の第36回通常総代会をＫＫＲホテル大阪（大阪市中央区）で開催し、新年度の事業計画として、７月に発刊する冊子「機械器具・工具の基礎知識」を用いたセミナーや、ポリテクセンター関西（大阪府門真市）で機械加工実技を学ぶセミナーなど、若手社員の人材教育施策の実施を盛り込んだ。これらは、後の組合事業の大きな柱となっていく。また、この年から、総代会後に賛助会員（メーカー）も参加しての懇親会を実施した。冒頭、組合事業の報告が行われ、製販が意見交換し懇親を深める場を創出した。

「機械器具・工具の基礎知識」セミナーは、当組合が作成した冊子を用いて行うもので、冊子は切削工具や測定機器、工作機械、工作用機器など11の分野別に章立てされ、それぞれに各分野の基礎的な事柄が記されている。セミナーの講師は、各分野別に組合員企業の経営者らが担当。初回、10月７日のセミナーには、会場の鉄鋼会館（大阪市西区）に100名近い新入・若手社員が参加した。開講に際し、田中理事長は「自分の企業では扱わないが、業界では流通する商品を知ることで、新しい発見があるのではないか」とセミナーの意義を強調した。

「機械器具・工具の基礎知識」冊子初版

基礎知識セミナー開講

この日は、オノマシン社長小野徹弥氏が電気・エア工具について、河田機工社長河田徹氏が工作用機器について、それぞれ業界に対する思いや考えを交えて講義した。11月18日まで計5日・10講義が行われた。

また、大阪府門真市のポリテクセンター関西でフライス盤や旋盤の加工実技を教わるセミナーも若手従業員を対象に始まった。機械を実際に動かしてみることで、知識をより深め、営業活動に活かすことなどが狙いである。

ポリテクセンター関西　実技セミナー

このセミナーは、10名程度ずつの受講者が3日連続のスケジュールで座学や実技指導を受けるが、この年は旋盤コース3回とフライス盤コース2回が5月中旬から6月下旬にかけて行われた。

このほか、税務に関する研修会（1月18日。講師は井関公認会計士事務所の井関新吾氏）や、「税制改正と固定資産」と題したセミナー（5月28日。講師は同じく井関氏）、「会社におけるメンタルヘルス対策と管理者の対応」セミナー（7月2日。講師は産業医の岡田邦夫氏）、裁判員制度説明会（11月19日）、機工メイト説明会（11月19日）を実施した。大阪卸商連合会の協力のもと、パソコン研修会も行われ、変化の時代にあたって、知っておくべき多くの事柄を学んだ。

10月17日には全機工連東京大会が開催され、功労者として当組合副理事長の森本俊一郎氏らが表彰を受けた。

この年、日本経済は暗転する。工具・機械関連分野は、ほぼ５年にわたり順調に国内外に市場を拡大してきた。特にＢＲＩＣｓを初めとする新興国など海外向け販売は著しい成長をみせ、メーカーは軒並み輸出比率を高めた。こうした旺盛な需要増に対応し、各メーカーは生産体制の充実・強化を図っていた。しかし、2007年夏のサブプライムローン問題に端を発した世界金融危機は、2008年９月にリーマン・ブラザーズ証券が倒産するに及んで、一気に深刻化した。

ここまで、海外依存度が高まってしまっては、日本の製造業も“対岸の火事”では済まなくなっていた。この年は霧が深くなりつつ暮れてしまうが、翌年、その霧が深い闇へと化していく。

この年、中国・北京で夏季オリンピックが開かれた。アメリカではオバマ氏が大統領選で勝利（就任は翌年１月）した。

機械機器業界では、切削工具分野でタンガロイがオーエスジーとの資本提携を解消し、ＩＭＣグループの傘下に入った。大阪発の最も著名な世界企業の松下電器産業は10月１日付で社名を「パナソニック」に変更した。

不況の真っ只中へ突入
2009（平成21）年

機械・工具業界は、他の産業と同様に極めて厳しい雰囲気の中で新年がスタートした。前年は、「今年の漢字」に『変』が選ばれたように、まさに激変の年だった。経済情勢では、アメリカのサブプライムローンの破綻、リーマンブラザースの倒産といった金融不安に端を発した不況が津波のように一気に世界中を押し包み、日本経済に深刻な打撃を与えた。その激変・急落ぶりは次第に“100年に１度”と喧伝されるようになる。

１月６日に大阪市港区のホテル大阪ベイタワーで開いた組合主催の新年賀詞交歓会は前年に引き続き600名近い出席者が参集、会場は満杯だったが、これは景況回復への期待と願望の表れともいえた。しかし、その後も回復どころか景気凋落はとどまるところを知らず、この年の3月期決算では、当業界の大手商社・メーカーの中にも最終赤字に陥る企業も数多く出た。新年度を迎えても先行きの不透明感は拭えなかった。各企業は要件が緩和された雇用調整助成金の支援などを受けるなどし、当面は耐え忍ぶ姿勢を強めた。こうした中、引き続き、多くの企業は人材の確保・育成に努め、次の景気浮上時に備えていた。機械機器業界でも同様だったが、一方で、「いかにして雇用調整の助成を受けながら従業員のモチベーションを保つのか……」という経営者の悩みは尽きなかった。

2月４日、全日本機械工具商連合会（全機工連）関西ブロック会議・製販懇談会が大阪市中央区のＫＫＲホテル大阪で開催。各地区組合や工業会から動向などが報告された。

3月18日には、組合員12名が参加しての機工メイト説明会が行われた。5月12日と19日には、共同配送制度の説明会が大阪市西区の鉄鋼会館で行われ、両日で約50社が参加した。

この共同運送制度は、大阪から近畿2府4県への配送を組合員企業が共同利用することで割安な運賃を

実現するというもの。2002年にスタートし大阪の立売堀・新町界隈を中心に定着していた共同配送システム「いたち便」を参考に、その輪を大阪府下全域に拡大した。夕方の集荷で、近畿2府4県に翌朝９時までに荷物を届けられるのが売りで、会員企業の物流効率化を促進すると期待された。説明会では配送を担当する運送会社のハンワ（大阪府茨木市）から利用方法や集配送エリア、運賃などについての説明があった。

組合の通常総代会（第37回）は、５月22日にＫＫＲホテル大阪で開かれた。共同配送も話題に上り、田中康造理事長は「組合加盟のメリットになる。ぜひ積極的に利用してほしい」と呼びかけた。また、翌年に迫る全機工連大阪大会について「業界の課題を洗い出し、実りある議論のできる大会とすべく準備を進める」と決意を示した。

大阪大会に向けては、大会でメインイベントを担当することになるテーマ委員会を７月に設置した。牛田幸吉副理事長が委員長となり、同氏を含む12名の委員で大会直前まで合計21回の会合を通じて、業界の今後の道筋を探っていくことになる。

テーマ委員会委員（鉄鋼会館で）

テーマ委員会会議風景（鉄鋼会館で）

７月24日、大阪市西区の鉄鋼会館で「機工メイトⅡ」に関するセミナーを開催。９月24日には、当組合の初めての試みとなる「経営講座」を開講した。この講座は、当組合の経営後継者や将来の経営幹部などを対象に、財務を通じて経営理念や企業倫理、人事、会社法務など経営に携わるための必要な能力を培い、高めてもらおうと企画された。

経営講座開講

この後、約2年をかけて基礎編10回、応用編10回の講義を実施していく。田中理事長をはじめ組合役員も臨んだシティプラザ大阪（大阪市中央区）で行われた初回講座では、全講義で中心講師を務める公認会計士の井関新吾氏が「今の企業経営にとって、“会計”が占める重要度が増している」と指摘し、その後、双日顧問の西村英俊氏の開講記念講演や懇親会が催された。

10月23日から、前年に続き「機械器具・工具の基礎知識セミナー」が開催。11月27日までに計5回・10分野のセミナーが行われ、毎回約80名の若手社員が熱心に聴講した。

なお全機工連では、前会長の辞任に伴い、12月の理事会で当組合の田中理事長（全機工連副会長）を新会長に選出した。当組合出身の会長は前中道真蔵会長に続いて2人目となった。

この年、ＯＭＪＣは会長職を浜口隆之氏（浜正機工）から木村吾郎氏（カツヤマキカイ）にバトンタッチした。また、ＯＢ組織のＯＭＪＣ水輪会では河田徹氏（河田機工）に代わり牛田幸吉氏（原口機工）が新会長に就いた。

機械・工具業界は製造業の底を這う状況を背景に

低調な業況に終始した。機械機器の生産は各工業会が年初に打ち出した控え目な目標数値をもあざ笑うかのように大きく下回った。超硬工具やハイス工具は前年の半分、工作機械に至っては３分の１以下という惨憺たる結果となった。

こうした中、日本の政権が交代する。8月30日の総選挙で自民党が大敗し、民主党が過半数はおろか絶対安定多数を上回る308議席を獲得する。民主党政権は国民に大きな期待感を持って迎えられた。のち、その期待は絶望に変わるが、この時点では産業・経済界とも「変化」による期待感が渦巻いていたのである。

全機工連大阪大会で「未来への提言」
2010（平成22）年

年初に各地で催された機械機器関連の各メーカー団体の新年賀詞交歓会には、悲愴感が漂っていた。前年（2009年）の壊滅的な結果の後、年末から少し景況の上向きが出ていることを支えに、「今年は昨年より間違いなくよくなる」との希望的観測を打ち出すものの、それがどの程度まで持ち直すのか？「全く読めない」。それが本音であった。前年末にようやく景気の底がみえてきたが、それはショックからいち早く立ち直った中国経済などに支えられたものであった。内需は依然として力強さに欠け、日本国内のモノづくり全体の先行きに不安感が満ちていた。“２番底”も大いに懸念されたのである。「日本からモノづくり産業がなくなることはない」――これは「まだまだある程度、日本からモノづくり産業が流出する」の同義かなどとささやかれた。前年、日本の工作機械は27年間守ってきた生産額トップの座を中国に明け渡していた。

そうした中での幕開けとなり、１月６日にホテル大阪ベイタワー（大阪市港区）で催した組合の新年賀詞交歓会は、約520名が出席。メーカー代表で挨拶に立った超硬工具協会の倉阪克秀理事長は「われわれはコア技術を磨き、販売の皆さんと困難を打開していく」と協力関係を強調した。

２月３日に大阪市中央区のＫＫＲホテル大阪で開かれた全日本機械工具商連合会（全機工連）関西ブロック会議・製販懇談会には、各地区組合やメーカー団体の代表者ら約40名が出席。ここでは、全機工連大阪大会のテーマに関連して、各地区組合や各メーカー団体からそれぞれの強みや弱み、そして今後の方向性について、報告や意見交換を行った。

この中で、「組合が現在果たしている役割」については、各地区とも「親睦・懇親」を第一に挙げ、それが企業間競争の過度な進展防止に貢献、それが強みの一つになっているなどとした。また、組合の横の繋がりを強めることで、「地域密着度を深め、全国レベルの代理店の直需志向に対抗している」との意見もあった。一方、「会合への出席者が限定されてきた」「世代交代が進み、昔は簡単に片付いた話も付かなくなった」など消極的な意見も聞かれた。「われわれ自身の業界の共通した事業モデルを認識すべきで、大阪大会でもそれを打ち出したい」と田中康造理事長は語り、大会への参加、協力を求めた。

ＯＭＪＣ（大阪機械工具商青年会、木村吾郎会長）は全国の機械工具商組合の青年部部員が集う「第14回機械工具商全国青年部交流会」を2月10日にリーガロイヤルホテル（大阪市北区）で催し、大阪、東京、愛知のほか、浜松、下関の各組合から約40名が集まった。ここでも各組織の強みや弱みについて討議が行われた。各地とも団結力を強みに挙げる一方、部員数の減少、活動のマンネリ化などを弱みと捉えていることを明かした。当組合の田中理事長は来賓として出席し「今、機械工具商は変わらなければならない時期にきており、もう一度原点に戻り、今後のあるべき姿を考え直すタイミングだ。今年10月に全機工連大阪大会に向けて今後の事業システムを探る試みを続けているが、それを皆さんにも考えてもらいたい。各青年部が起爆剤となってほしい」と期待感を示した。

春には、小畑秋夫副理事長（信和機工）が、組合活動や業界への貢献により黄綬褒章を受章。５月26日に大阪市中央区のシティプラザ大阪で開いた第38回

通常総代会で、「今後も機械工具業界の発展に微力ながら尽くしたい」と受章のコメントを述べた。

この総代会では全機工連大阪大会の成功に向け準備を進めるほか、経営講座や共同運送の活動を継続して行うなどの事業計画案を承認した。総代会後には、メーカー主体の賛助会員約80名も加わって懇親会が催された。

「機械器具・工具の基礎知識」改訂版

また、この総代会で冊子「機械器具・工具の基礎知識」の改定版を秋に刊行する予定が報告された。冊子は初版を2008年に刊行したもので、組合員のほか、「新入・若手社員向けの手頃な教科書」として全国の同業団体やメーカーに好評を呼び、最終的に5000部以上配布された。この状況を受けて、当組合では初版発行の翌年（2009年）から、改訂作業に取り掛かり、2010年秋の発行のメドにこぎつけた。その後、完成した改訂版は、当組合員や全機工連全国大会出席者に配られ、希望者には廉価で頒布された。Ａ４版・全約200ページ、改訂版は初版に比べて写真や図・表を多用し、巻末にはインデックスを設け、章立ても一部変更、より分かりやすい内容とした。

そして、いよいよ全機工連大阪大会（第40回全国大会）が10月22日に大阪市都島区の太閤園で開催された。大会テーマは「機械器具卸商の事業システム～過去・現在そして未来への提言」。全国の各地区機工組合や賛助会員などメーカーから約560名が参加した。

第40回全機工連大阪大会

パネルディスカッション

大会時に行った絵画・陶芸展示

メインの第２部は、１年以上討議を繰り返してきたテーマ委員会メンバー12名が司会とパネリストを務め、大会テーマについての研究発表とパネルディスカッションを実施した。業界における「電子商取引」と「今後の人材戦略」に焦点を当てて意見を交わし、また、テーマ委員会に研究指導者として関わった上野恭裕大阪府立大学教授と経営コンサルタントの福田隆吉氏が総括を披露した。上野教授はムクドリの習性を例に“群れの生き残り戦略”を提案、「多様性に富む企業の集まりは機工流通業界の強み」と強調した。

なお、大会当日には会場ロビーに組合員やその家族が制作した絵画や陶芸作品を展示。懇親会ではキクスズの岡本惠社長の令嬢・岡本寿美さんによる歌唱など演出も凝ったものとなった。この年の全機工連全国大会を最後に、今後は大会を隔年開催から3年に１度に変更した。担当組合も京都が外れ、東京、愛知、大阪の３地区組合が持ち回りで行うこととなった。

この年、組合では、3月９日に大阪市西区の鉄鋼

会館で人事・労務セミナーを開催した。34名が参加し、特定社会保険労務士の三島佐智氏が講師が務め、育児・介護休業法や労働基準法の改正に伴う就業規則の見直しポイント、企業としての人事戦略の立て方などをこれまでの裁判事例を交えながら解説した。６月16日には“経営者の話し方”に関するセミナーを大阪市西区の鉄鋼会館で開催し、組合員や賛助会員約80名が出席した。前年に始まった経営講座は、７月に基礎編が修了し、応用編に移った。

経営講座で次代経営者を育成 2011（平成23）年

3月に起きた東日本大震災は、地震に対する日本人の認識を根底からひっくり返し、国の根幹を支えるエネルギー問題をも改めて問い直すという、近代日本の歴史を画期する出来事となった。リーマンショックからようやく抜け出て本格的な景気上昇期を迎えようとしていた3月11日、東北地方太平洋沖を震源とするマグニチュード9.0の巨大地震が発生。想像を絶する津波を引き起こし、東北と関東地方の太平洋沿岸に甚大な被害をもたらした。死者・行方不明者1万8000人を超え、経済的な被害は数年間かかっても取り戻せない莫大なものとなった。東京電力福島第一原子力発電所が巨大津波に襲われ、炉心は溶融、建屋は吹っ飛び、放射性物質が放散、史上最悪の原子力事故を招いた。

5月11日、田中理事長（全機工連会長）が
東北の震災現場を訪問、状況説明を受ける

この大震災、そして原発事故は厳然として向こう数十年、時代に十字架を背負わせることとなった。全国、世界各地から救いの手が差し伸べられた。全日本機械工具商連合会（全機工連）でも即座にお見舞金を募り、1590万円を寄贈し、当組合の会員もその一役を担った。

海外でも自然災害が多発した。タイで大水害が起き、同地に進出していた日系メーカーは多大な被害を受け、部品調達面などで日本国内の製造業にも影響を与えた。歴史的な円高や欧州の金融危機など経済的マイナス要因が波状的に襲ってきた。

この厳しい中、工作機械の受注額はこの年１兆3262億円に達し、前年を36％も上回る盛況振りをみせた。同じく工作機器も前年比22％増（生産額）、超硬工具7％増（出荷額）、ハイス工具13％増（出荷額）、研削砥石4.7％増（生産数量）など軒並み上昇した。

大震災に先立つ1月5日に大阪市港区のホテル大阪ベイタワーで催した当組合新年賀詞交歓会には約550名が参集。前年秋の全機工連大阪大会の余韻そのままに、田中康造理事長が“ムクドリの集団”を引用して「われわれはまだまだ強く発展していける」と発言するなど、雰囲気は明るかった。メーカー代表で挨拶した日本工具工業会の石川則男理事長も「今年は果敢に挑戦を行う」と意気込んだ。

2月3日、大阪市北区のラマダホテル大阪で全機工連関西ブロック会議と製販懇談会が開催された。電子商取引が話題の中心となり、出席者からは、電子商取引を「避けては通れないツールだ」と認識をほぼ一にしながらも、「電子商取引の額はたかが知れている」「電子商取引業者はわれわれの邪魔くさい部分の仕事を行っており、かえって歓迎だ」などの意見もあった。

この年の通常総代会（第39回）は、大阪市中央区のシティプラザ大阪で開催された。約50名が出席し、総代会後には賛助会員が加わって懇親会も催された。田中理事長は、総代会の場で２年後の組合創立100周年に触れ、記念行事への協力を求めた。総代会で田中理事長は留任となったが、５名の副理事長のうち堀家孝夫氏と小畑秋夫氏が退任し、吉居亨氏（山善）と前西孝夫氏（エバオン）が新副理事長となった。

前々年（2009年）の９月に開講した当組合の経営講座は、基礎編10回、応用編10回、計20回の講義を

終えて、この年７月に終了した。最終日、受講者に田中理事長から「皆さんの力で業界を変えていってほしい」との言葉とともに、修了証書が手渡された。この第1期生は36名。

経営講座修了式（修了証書授与）

当組合では早速、第2期生の募集に入り、9月29日にシティプラザ大阪で第2期講座を開講。今回も主たる講師を井関新吾氏が受け持ち、第1期同様、2年間・20講座でスタートした。

一方、門真市のポリテクセンター関西での実技講座は10月から順次実施された。翌年1月まで5回行われた。

なお、全機工連では、6月14日の通常総会で人材開発、ＩＴ・情報、調査・広報の3委員会を設置することを決議。ＩＴ・情報委員会の委員長に砂山滋氏（山善）が就き、今後当組合が主導してＩＴ関連の施策を検討していくことになる。

大阪機械工具商青年会（ＯＭＪＣ）では、新会長に田中健一氏（喜一工具）が就任した。当組合の田中理事長も駆けつけ「業界の将来のため、若い皆さんが業界を牽引していってほしい」などと期待を寄せた。この年、ＯＭＪＣは2度の勉強会やビアパーティー、ファミリーイベントを実施する。そして、11月2日には東京で行われた機械工具商全国青年部交流会に参加。翌3～6日で韓国に視察旅行を行っている。

この年の秋の叙勲で田中康造理事長が、長らくの組合運営や業界活動に対する功績により旭日双光章を受賞した。

この年の国内新車販売台数は約420万台。史上最高だった1990年の770万台強の半分近くに落ち込んでいた。この数字だけをみても機工流通業界の厳しい現況がうかがえる。

組合事務所を移転
2012（平成24）年

リーマンショックの傷もようやく癒えて、東日本大震災を挟みながらも10年、11年と回復基調に乗ってきた工具・機器業界――。この年もその勢いを維持してのスタートとなった。切削工具メーカーの生産体制は着実に増強された。三菱マテリアルは、前年に完成したばかりの筑波の新工場が東日本大震災に被災し本格稼動が遅れ、またタイ工場も水害に見舞われたが、これらも完全復旧した。住友電工は、北海道のインサート工場を本格稼動。前年に立ち上げたタンガロイを加えて、大手3社の最新鋭工場が揃い踏みした。また、その他のメーカーも国内外の営業・生産体制を整備し、シェアアップに向けて新製品を次々と発売。流通側も各社のキャンペーンなどに呼応して販売活動に勤しんだ。

堅調に推移するかにみえたものの、年後半に入ると減速感が漂ってきた。為替レートが1ドル70円台後半に高進するなど超円高固定化の状況が続いていたほか、収まらない欧州危機など海外経済の減速、中国との尖閣諸島をめぐる軋轢などが国内需要にも影を落としていた。結果的に、この年の超硬工具、ハイス工具の生産実績は、ともに3年ぶりの前年比マイナスを記録した。また、工作機械も10月に月間受注額が1000億円を割り込み、この状態が当分続くことになる。

1月6日、当組合の新年賀詞交歓会が大阪市港区のホテル大阪ベイタワーで開かれ、500名以上の会員・賛助会員らで賑わった。田中康造理事長は、「業界自体の付加価値を発揮しよう」などと訴えた。来賓挨拶は日本工作機器工業会の寺町彰博会長が行った。

2月3日付で組合事務所を移転する。以前入っていた鉄鋼会館が取り壊されることになったからである。当組合事務所は、前所在地から北へ約300メートルほどにある中央大通り南側の大阪西本町ビル11階に移転した。新事務所は大きな窓から眺望が開けたフロアで、40～50名が収容できる会議スペースもある。

なお、鉄鋼会館は1949（昭和24）年に開館し、1975（昭和50）年の建て替えを経て、御堂筋沿いのビルに移転した。当組合は、開館以来、鉄鋼会館で、各種行事を行うなど頻繁に利用してきた。会員からはその重厚な造りを懐かしむ声も多かった。

旧事務所（写真の鐵鋼会館内）

新事務所

そしてこの年、前年に全日本機械工具商連合会（全機工連）において当組合が担当となったＩＴ・情報委員会の活動を本格的に始動する年となった。2月23日の全機工連関西ブロック会議でもＩＴ化についての話題が中心となり、組合では各地区組合の意見集約を進めた。ブロック会議は、大阪市北区のラマダホテル大阪で開催され、傘下6地区組合が参加。例年行われてきたメーカー団体との製販懇談会は行われなかった。議論のテーマは①情報・広報活動の充実②業界のＩＴシステム支援③人材育成の取り組み・支援―の3点。特に、ＩＴ関連に議論が集中した。

５月23日、大阪市中央区のシティプラザ大阪で第40回通常総代会を開催、理事・総代ら44名が出席した。ここで今年度、来年に迫った当組合創立100周年記念事業の実施案を検討していくことが決まった。この100周年記念事業についてはその後、各委員会が役割を分担して準備を進めていくことになるが、記念誌（本誌）の発行、ポスターやステッカーの作成、記念クルージングの実施など、次第に外郭が作られていく。また総代会では、ＩＴ化の調査研究や人材育成に関わる講座・セミナーの実施を決定した。その後、賛助会員54社・94名が加わり懇親会を実施し、オーエッチ工業の清水義道社長が乾杯を行った。なお、この総代会で木村雄一氏（カツヤマキカイ）が副理事長職を退任し、後任に河田徹氏（河田機工）が就いた。

10月23日、5年目となる「機械器具・工具の基礎知識セミナー」が開講。その第1回目には50名が参加した。11月28日に大阪市北区の大阪第一ホテルで行われた最終セミナーは第５回目に当たり、田中理事長の「生産財マーケットについて」の講義が締め括りとなった。講義後、講師を交えた懇親会を催した。

なお、この年のポリテクセンター関西（門真市）での機械操作の実技講座は、5月中旬から順次開催。当初、3日間講座を5回行う予定だったが、申し込み人数が多かったため、急遽2回追加して実施した。9月初旬までに計7回行なわれ、参加総数は約70名を数えた。

ＯＭＪＣ（大阪機械工具商青年会）は、田中健一会長のもと、6月9・10日の2日間、仙台市で行われた機械工具商交流会に参加。石巻市内を視察するとともに、全国の青年部と意見交換し交流を深めた。

東北での青年部交流会　交流会に参加した皆様

また、9月には前年に引き続き海外視察（ベトナム・ホーチミン市）を行うなど精力的に活動した。

この年、世界のリーダーが一斉に交代期を迎え、新リーダー誕生も相次いだ。台湾（馬英九総統、5月から2期目）、ロシア（プーチン大統領、5月から再登板）、フランス（オランド大統領、5月から）、アメリカ（オバマ大統領、11月の大統領選で勝利し2期目は2013年2月から）、中国（習近平、11月に前国家主席の胡錦濤引退。国家主席就任は2013年3月）、韓国（パク・クネ大統領、12月の大統領選で勝利し、正式就任は2013年2月）などである。わが国では暮れも押し詰まった12月に総選挙が行われ、野田佳彦首相の民主党は惨敗、12月26日、自民党の第2次安倍晋三内閣が誕生した。

100年の蓄積を糧に未来へ前進

2013（平成25）年

組合は、創立100周年の記念の年を迎えた。事業活動は記念事業を核に展開された。それを盛り上げていくべく、組合では100周年記念のポスターやステッカーを制作し、４月頃から、組合員や賛助会員に向けて配布を開始した。

創立100周年記念ポスター

組合の新年賀詞交歓会（１月７日、大阪市港区のホテル大阪ベイタワー）で田中康造理事長は510名の出席者を前に「われわれの今後のビジネス展開を議論し合い、ともに考える年にしたい」と強調した。

１月16日、調査研究委員会の初会合を開いた。この調査研究委員会は11月の創立100周年記念式典で予定される調査研究発表のために結成されたもので、委員長に横山利治氏（横山機工社長）が就任。記念事業のコンセプト「未来へつなぐ―業界の誇りと希望」を受けて、業界の将来についての調査研究を担った。

委員会メンバーは横山委員長、渡辺喜弘副委員長（森一産業社長）のほか委員８名の計10名。30代・40代の若手経営者・次期経営者が選出された。また、上野恭裕氏（大阪府立大学経済学部教授）、福田隆吉氏（オフィス・フクダ代表）、船本多美子氏（大阪府立大学客員研究員）がサポートとして加わった。なお、上野氏と福田氏は2010年の全機工連大阪大会の時にも協力を得ている。

委員会は初会合後、記念式典直前まで、ほぼ3週間に1回の頻度で会合を持ち、６月８～９日には大阪市内のホテルに泊まり込みで議論するなど熱を注いだ。

２月22日には、ホテル日航大阪（大阪市中央区）で全日本機械工具商連合会（全機工連）関西ブロック会議が開かれた。ここで議論の中核となったのはＩＴ関連である。全機工連ＩＴ・情報委員長の砂山滋氏（山善）が前年の委員会発足以来に議論を積み重ねてきた状況を紹介。当初の目標であった商品データベースの構築よりも「まずＥＤＩ（電子情報交換）の標準化をめざすべきではないか」と問題提起した。

議論は、ＥＤＩに対する理解度の差もあり噛み合わない場面も生じたが、問題提起通りＥＤＩ標準化を進める方向性を確認した。以降、ワーキンググループを設けて具体的な検討に入ることとなった。

5月29日には、ホテル日航大阪で組合の第41回通常総代会を開催。役員改選で田中理事長の続投を決めたほか、100周年記念事業で組合員が団結して進めることを確認した。

8月24日に大型船・ルミナス神戸号を貸し切って、100周年記念事業の１つの目玉である「クルージングイベント」を実施した。これには組合員企業の幹部、従業員、その家族ら約900名もの多数が参加、当組合結成以来の大規模行事となった。神戸中突堤を午後４時に出航して約2時間、瀬戸内の眺めや豪華な食事を楽しんだ。

クルージングの途中では、独身男女がゲームを通じてカップル成立をめざす「船コンゲーム」や、マジシャンが各船室を巡回してテーブルマジックやバルーンアートを披露するアトラクションが組まれ、参加した子供たちも歓声を上げた。

基礎編・応用編と約２年間をかけて行われてきた「経営講座」の第２期生23名が卒業した。７月12日、最終講義が大阪市西区の組合事務所で行われ、同講座で中心的に講師を務めてきた井関新吾氏を前に、各受講者がレポートを発表。最後に、田中康造理事長から卒業証書を受け取った。なお、この年の「経営講座」では、最終講義を前にした６月10日に、公開講座として工作機械メーカーの光機械製作所（本社・三重県津市）の西岡慶子社長を講師に迎えた講演会を大阪市天王寺区のシェラトン都ホテル大阪で実施した。また、第２期生卒業に続き、「経営講座」第３期生の募集を開始し、その初回講義・セレモニーには受講者22名が参加して９月19日にシティプラザ大阪（大阪市中央区）で行われた。

ポリテクセンター関西（門真市）での機械実技講座は、５月上旬から旋盤コース３回、フライスコース３回実施。各３日間で実技の基礎を学んだ。参加総数は50名を数えた。

６年目に入った新入・若手社員対象の「機械器具・工具の基礎知識セミナー」は、８月29日にスタート。計５回・９分野にわたる講義が実施された（最終は10月２日）。

10月22日には、「機械工具商業界の将来を考える」をテーマとした全機工連愛知大会が、ＪＲ名古屋駅近くの名古屋マリオットアソシアホテルで盛大に行われ、当組合からも多数の会員が出席した。

また、この年の春の褒章で組合員の高崎充弘氏（エンジニア）が、文部科学省からの推薦により黄綬褒章を受章、秋には元副理事長木村雄一氏（カツヤマキカイ）が、組合活動や業界への貢献により黄綬褒章を受章した。

ＯＭＪＣでは、４月14日に大阪市浪速区のホテルモントレグラスミア大阪で総会を開催し、任期満了に伴う役員改選で小林洋介氏（サカイ工機）を新会長に選任した。小林新会長は「ＯＭＪＣを楽しむ」を今年度のテーマに掲げた。

ＯＢ組織のＯＭＪＣ水輪会は、発足10周年を祝し、１月25日にホテル日航大阪において「豪華新年会」を開催。５月10日の総会で真鍋忠彦氏（真鍋）が３代目会長に就いた。

水輪会10周年記念講演会

OMJC 小林新会長

◇　　◇

大阪機械器具卸商協同組合は、1913年の誕生以来、わが国産業の発展を下支えし、産業界の発展とともに成長を続けてきた。しかし近年、当業界を取り巻く環境は激変している。当組合が100周年を迎えることができた喜びを胸に、次の100年に向けた気概と取り組みが次代の人たちに期待されている。100年受け継いできた先達の目にみえない財産をベースに知恵を絞っていけば、今われわれの前に立ちはだかる多くの課題が克服され、業界をさらに成長させてくれるに違いない。

フォーラム・座談会

トップリーダー・フォーラム――理事長を囲んで

若手経営者座談会

支部代表座談会

メーカー座談会

100周年記念式典 特別フォーラム

トップリーダー・フォーラム

―― 理事長を囲んで ――

業界のトップリーダーが語る業界の将来

とき　2013（平成25）年11月22日（金）　PM3：30～4：45
ところ　リーガロイヤルホテル　ロイヤルホール

大阪機械器具卸商協同組合（田中康造理事長、会員224社）は、創立100周年を記念して「未来へつなぐ、業界の誇りと希望」の記念式典の中で、第1部の「業界調査研究発表」では40代前後の若手経営者が、業界100年の歴史を考察するとともに将来像を描き、第2部の「トップリーダー・フォーラム」では業界のトップ経営者6人がシュリンクする国内市場の質的転換、東南アジアは国内市場の延長、世界を見渡せば市場は無尽蔵にあり、そこでは日本の高度な技術・販売力が求められている。さらにネット販売と「フェイス・トゥ・フェイス」の営業を兼ね備えることで卸商ならではの商機があるなどいくつかの提案を残した。各社各様の個性とビジネスモデルは、参考になる。大まかな熱弁の内容を紹介する。

【コーディネーター】

伊藤　暢人氏　日経BP社「日経トップリーダー」編集長

【出席者】（順不同）

田中 康造氏　72歳
喜一工具株式会社
取締役相談役

好きな言葉：　素直に生きる
趣　　味：　スキー、ゴルフ、スケッチ等
＜会社紹介＞
舶来の作業工具の喜一と言われていましたが、Joyful-Cubeグループ化により、エスコビジネスと児玉商事の商材が加わり、デジタル・アナログの両面で皆さんと協働できる状態に成り、マーケットもグローバルに展開しています。

吉居 亨 氏　73歳
株式会社 山　善
代表取締役社長（CEO）

好きな言葉：「有言実行」「恕の心」など
趣　　味：　家族旅行
＜会社紹介＞
工作機械、産業機器、機械工具等の生産財と住宅設備機器、家庭機器等の消費財の専門商社。国内外にグローバルネットワークを配し、世界のモノづくりと流通を支えてまいります。

柳川 重昌氏　66歳
大阪工機株式会社
代表取締役社長

好きな言葉：　”水は低きに流る”
趣　　味：　読書（特に歴史小説）、海外旅行、ゴルフ
＜会社紹介＞
切削工具に特化した高度専門商社。生産性の向上につながる提案型の営業を展開しています。

中山 哲也氏　54歳
トラスコ中山株式会社
代表取締役社長

好きな言葉：　取捨善択
趣　　味：　ゴルフ
＜会社紹介＞
トラスコ中山は、モノづくりの現場を陰から支えるプロツールの専門商社です。「がんばれ！！日本のモノづくり」を企業メッセージとし、日本の製造業の発展のために、事業を続けています。

古里 龍平氏　51歳
株式会社ジーネット
取締役社長

趣　　味：　ゴルフ
＜会社紹介＞
ジーネットは販売店の皆様と共にものづくりの現場の隠れた問題に光を当てて解決に取り組んでまいります。

福家（ふけ） 利一氏　50歳
株式会社　日伝
代表取締役社長

好きな言葉：　一期一会
趣　　味：　ゴルフ
＜会社紹介＞
動力伝導機器、産業機器、制御機器等の機械設備及び機械器具関連商品を販売しています。

機械要素は流れ品

伊藤　まず福家社長の目から見て、この業界はどのように映っていますか。

福家　日伝を取り巻く環境という視点でお話します。当社は機械要素部品などを取り扱っており、一般の工作機械や機械工具や切削工具などの消耗品の取り扱いはありません。工作機械でいえば、その中に使われる組み込み部品です。正直なところ組み込み部品は流れ品になる事が多く、量産時にはネットで買うことはあまり多くないと思いますが、研究開発や設計開発の皆さんが試作品購入時や取り替え購入等でネットを利用している現状があると思います。設計や開発などの上流部分を抑えていかないと、我々の業界も危機感を感じる状況です。

ユーザーが望むものは

伊藤　確かに今、ネットというのがいろんな分野で出てきました。

中山　当社のこの中間期の売上高は 4.1％増で、ほぼ横ばい。中身を見ますと、ネット販売をしている会社への売上が急増しています。全体では横ばいですが、随分地層が変わってきています。ところが業界全体の印象として「我々の業界はフェイス・トゥ・フェイスで何とかなるよ」という空気が蔓延していることを非常に心配しているところです。それではフェイス・トゥ・フェイスの営業をユーザー様が望んでいるのか、付加価値を生む人財を送ってほしいと思っているのか・・・ということを考えると、どうもユーザー様の思っていることと我々の業界が思ってやっていることに食い違いがあるように感じています。どちらかに収れんするということはなく、それぞれの強さ・特徴をもっと活かしていくべきだと思います。ネットの勉強は業界を挙げてやっていくべき大変重要な課題だと思います。

切削工具は自前ルート

伊藤　柳川社長は、どのように捉えていますか。

柳川　昨年（平成 24 年）３月に上場させて頂きました。この業界は知識が必要で、代理店制があり、取引するにも口座が必要です。そういう意味で今まで新規参入が難しかったと思います。その中で 10 年位前からネット販売が出てきました。ミスミさん、モノタロウさん、将来はアマゾンサプライも入って来るでしょう。私も時々画面を見ていますが、価格が判りやすい。また、納期も翌日とかクリアです。一般工具や作業工具などの取扱いも多くなっていますが、基本的に雑工具が中心です。当社が専門の切削工具もあることはありますが、大手切削工具メーカーは自前のルートで販売しようとしています。現在 90％

以上がルート付けされています。何故なら、超硬チップもエンドミルも、例えば1,000円で販売した場合、その中に技術や提案が含まれています。技術サービスなしに販売したとしたら、将来いろんな問題が出てきます。ネットの欠点は、どんなところに行っているか判らないということです。

もう一つは、切削工具メーカーも専門商社も、生産性の向上が大命題のモノづくり産業の中核である自動車産業や航空機など難削材（チタンやインコネル、ステンレス、ＣＦＲＰなど）の分野でしのぎを削っています。本当に生産性に直結する製品を販売している我々切削工具専門商社と、ネット販売とでは向いている方向が全く正反対だと思っています。若手の研究成果発表でＦＩＦＴＹということで、半分くらい入れ替えないといけないとおっしゃっていましたが、そんな気はさらさらありません。

アジアは国内と同じ

伊藤　今後、海外をどう見ていくかも考えないといけません。

吉居　ネットの問題は、これはこれで危機感を持って取り組まなければなりません。確かにイノベーション、変化適応力、特に海外戦略は重要です。国内市場は、今後、否応なしにシュリンクすると思います。だから、国内だけではなく海外を一緒に、特にアジアを国内と同じものの考え方でしっかりやっていけば、必ず市場はあると思っています。海外に進出しようとしても人材の問題があり、リスクもかなりあります。ただ海外にポンと出ても、絶対うまくいきません。常に人材育成をし、どのようにしていくかという戦略が大切です。当社も海外15カ国、現地法人19カ所、出先事業所60数カ所を持っています。海外要員は日本人を含めて約1,000人います。いろんな苦労、失敗がありましたが、諦めてはいけません。

もう一つは、ネットだけではどうしようもない部分がたくさんあるということです。いわゆるソリューションです。ユーザー様から丸ごと注文を受け販売する。そのためには高度な技術力が必要です。当社では200数十人のエンジニアを有しています。大きなリスクですが、これをしっかりやらないと今後は成功しないと思います。国内だけでなく海外も含めて見ますと、市場はもっともっと膨らんでいくという感じがしています。何かあれば我々の方にご相談頂ければ、一緒に取り組んでいきたいと思っています。

文化・習慣の違いを把握

伊藤　海外進出は簡単にできるのでしょうか。

吉居　簡単じゃないです。当社の場合は、米国、台湾は50年位歴史があります。タイは既に30年、利益が出るまでにはかなりの時間がかかります。中国も既に20年経っています。初めの10年位は赤字です。諦めて引き揚げてしまったらそこで終わりです。また、一番大事なのは文化・習慣が全く違うということです。この点をしっかり調査し、勉強し、把握して行かないと失敗します。そういう意味で難しいということです。

認識が明日への第一歩

伊藤　古里社長は、この業界をどのように見ていますか。

古里　私は13年前にこの業界に入りました。それ以来ずっと「豊かな業界だ」と思っています。業界のマーケット規模がシュリンクしているということも、一部のプレイヤーが退場していったということも事実です。しかし、他の業界と比べると退場者の数は圧倒的に少ないのです。

また、直感的に豊かだと思ったのは、メーカー様の代理店会や特約店会、卸商社の会、直需商社様の会、組合の会などが頻繁にあります。そこでいつも聞くことは、13年間同じような危機感の話です。危機感を煽るのもいいですが、実際は、日本のモノづくりにおいて、それだけ業界として付加価値があるのではないかと思います。今後はわかりませんが、建築や鉄鋼の業界ではありえないことなので、まずそれを認識することが明日への第一歩ではないかという気がします。

我慢強い業界

伊藤　いろんな業界で淘汰が起きています。他の業界に比べ卸業の機能はまだ残っている分野？

田中　一番感じるのは、我々の業界はなかなか変わらないということ。３年前の全機工連大阪大会でＩＴの問題を取り上げ、いろんな議論がなされました。その時には皆さんが「ネット販売は伸びている」「我々も変わらなければ」という声がありましたが、一向に前に進まないというのが現状です。先ほど、非常に豊かな業界だという話がありましたが、決して豊かではないと思います。それよりも我々の業界は我慢強いと思います。景気が悪くなれば、ご馳走を食べていたものをお茶漬けで過ごしてでも前に進もう、場合によっては飲む

ものも飲まずに何とか我慢する・・・という習慣があるのではという気がしています。我々の業界自体が、もっと付加価値を高めようとすれば、その価値として利益をこれくらいは確保しなければいけない・・・ということを皆さんで言い続ければ変わって来るかもしれません。若い皆さんが危機感を持って、ＦＩＦＴＹということを主張して頂いたことは、大いに火種になるのではないかと考えています。

効率化で人材活用を

伊藤　では、この業界が向かうべき方向は・・・。

田中　今回出てきた情報化、ＩＴ化、電子化、電子商取引化については、各問屋さんが相当なデータベースを持っておられ、仕組みも作っておられます。現在、全機工連でＥＤＩの問題にも取り組んでおり、大いに活用すべきだと思っています。直需販売店様が中心となってフルに活用し、新しいビジネス展開をするという覚悟で進められたら、相当変わって来るのではないかと思います。今現在、各販売店様・問屋さんは、人手を使って手間暇ばかりがかかり、しかも競争が激しく、また最終ユーザー様の要求が激しく、利益をなかなか確保できないという環境になっています。社内での効率化をとことんＩＴ化によって進め、そこで出てきた時間、人材をフェイス・トゥ・フェイスの活動に変えていかなければ、今のままで両方しようということは難しくなってきたと思います。

ユーザー目線で問題解決

伊藤　ユーザーの視点で課題を解決するパンフレットを作っておられます。

古里　この業界に入った時に思ったのは、プロダクトアウト的な業界だということです。すなわち、メーカーさんの素晴らしい商品をどれだけ大量にマーケットに流していくかということがベースになっているのだと思いました。それではエンドユーザーの視点が欠落する傾向が強くなると思います。

卸であろうと直需であろうと付加価値というのは、日本のモノづくりにどれだけ貢献できるかということがベースになると思います。それをどうやって具現化するのかというのが我々の行動アクションです。

そこで、我々は「潜在需要の顕在化」という動きを社内でここ何年か続けています。その一つが、“かんたん解決カタログ”です。これは、エンドユーザーの視点で、例えば「こういう風な工場のシーンでは、こういう風な問題が発生しているのではないですか」、「こういう風な問題が今後発生するのではないですか」ということを無理やり問題提起して、「解決策は何通りかあります。その一つがこのメーカーさんのこういう商品です。こっちはこのメーカーさんのこういう商品をこのように使いましょう」というように、問題に対するソリューションとして、単に商品をＰＲするのではなく、各シーンでの問題点をイメージできる形でマーケティングしようとしています。

伊藤　手応えはいかがですか。

古里　この手法を十分理解して頂いたお客様のトップの方は、それを強く推進されます。従来のプロダクトアウト的な発想だけでは、なかなかユーザーの潜在的なニーズを掴むことはできず、もしかするとネットとの完全勝負になってしまいます。マーケットインをもっと追求する姿勢を持ち、ネットと違う土俵で勝負するという意識が強い方は、こういう手法に深く賛同して頂いていると思います。

販売店主体で展示会

伊藤　展示会という形で、活動を進めておられます。

福家　ユーザー目線で、どういうものが求められているかということです。ユーザーの設計の方はネットで全部調べていて、メーカーや工具商の皆さんは必要な情報が得られず、対面での商品ＰＲが出来にくくなってきている部分があると思います。そこで、当社が売りたい商品、メーカーが売りたい商品を採用して頂くために、ユーザーに出向いてもらって見に来て貰おうという単純な発想で展示会を始めました。つい先日も約80社のメーカーさんに出展して頂き、３回目となる“メカシス イン 大阪”という展示会を開催しました。展示会毎に“改善”などテーマも決めています。販売店様がユーザーさん２～３人と一緒に来られ、いろんなブースを回られます。そうすればそこで一つでも二つでも次につながる商談ができるだろうと思います。この点で我々がお手伝いできているなと思います。いろいろ勉強し、ユーザーさんが求めるもの、販売店様のお力になれることを考えながらやっていかないとだめだと思っています。展示会は全国170カ所位で開催しています。ユーザー様の求める内容を考えて、販売店様が「このメーカーと、このメーカーを揃えてほしい」と当社に依頼があり、販売店様が主催して展示会を開かれたり、ユーザーさんに出向いての出張展示会も企画したりしています。ユーザーの設計や研究開発の方が来てくだされば、販売店様も新しい情報を収集できます。メーカーさんもＰＲできます。ネットではできないフェイス・トゥ・フェイスで進めていくことが当社の目指すところです。

伊藤　ネットに対抗していくには、イベント、ライブが有効と考えておられるのですね。

国内市場は減らない

伊藤　この業界はどんな方向に向かっていけばいいでしょうか。

柳川　一言で言って、世界的には市場はどんどん増えていく。国内は、少しずつ減っていきますが、無くなることはありません。というのは、平成６年から平成19年までの13年間で金属加工卸売業の従業者数や事業所数が35％減っています。しかし売上は殆ど横ばいです。逆に言うと１人前の分け前が増えたのかなと思っています。ただその中で、工作機械の受注は１兆３千億円位のレベルですが、本当に日本で使われるのは２～３割位です。先日、大手機械メーカーの営業幹部に聞いたのですが、国内のウエイトは16％だそうです。

一方、切削工具はそこまでは減っていません。とすると、設備年齢がどんどん上がっていると思います。切削工具は国内で3500億円位消費されていると思いますが、海外にどれくらい移っているかと考えると2割位ではないでしょうか。自動車が特に多いですが、海外工場の多くが量産に入る2015年には1～2割さらに移るでしょう。しかし日本の円高、法人税など6重苦と言われた問題が無くなりつつあります。だから海外に出ていきますが、過去の例を見ても思うほど減らないだろうという感覚でいます。

フェイス・トゥ・フェイスとネットを両建てで

伊藤　中山社長は海外というより国内でもっとやっていくというお立場ですね。

中山　業界の方向性としてですが、まず私はネットビジネスとフェイス・トゥ・フェイスのビジネスは両建てでやるべきだと考えています。まずネットの方ですが、ネットビジネスをやっておられるところから頂くご注文の中身は、「何でこんなものが売れるんだ」「何でこんなに売れるんだ」という疑問が湧くご注文が結構あり、それを見ると、我々が想定しえない未知のマーケットを感じるところがあります。ですからフェイス・トゥ・フェイスが大事だと言いながら、ネットビジネスにも足を踏み出すことは大事ではないかと思います。

何故なら、口ではフェイス・トゥ・フェイスとか昔からの付き合いと言いながら、実際の購買スタイルは利便性に走っている。だからうまくカバーしておかないと、ネットビジネスとしていることが違うので商売を失ってしまうと思います。

誰もが進む方向に答なし

中山　いくつか注意しておかないといけないと考えていることがあります。私はへそ曲がりで「こうだから向かう方向はこっちだ」と世の中の誰もが進む方向には成功の文字はないと思っています。言い換えると、誰もが考えつくことは大した戦略じゃないと考えています。ですから、誰もが考え付かないような答えの所に本当の落とし所があるのかなと思います。

もう一つは、システムを導入しますと、よく省力化・合理化と言われ、浮いてきた余力でマンパワーを活かすと言われる方が多いのですが、これは正しいのですが、そこで終わってしまっている方が殆どです。コンピュータシステムにしかできない仕事がたくさんありますので、その能力を高めていくと、ユーザーさんに対するいろんなサービスアップにつながっていくと思います。

もう1点は、お客様にとってメリットのない経営指標は無視をするということです。在庫回転率や自己資本利益率など色々な経営指標がありますが、その経営指標はお客様にとって何の役に立つのか疑問に思うところがあります。そんなことはお客様にとって何のメリットも無いことです。我々は注文を頂いた商品をすぐに届けることが一番のサービスだと思っています。的外れな経営指標の追求にならないことに注意すべきだと思います。

止める経営戦略を

伊藤　一番大事な数字は何を見ていますか。

中山　在庫出荷率です。お客様から頂いたご注文をどれだけ在庫から出荷したかという、いわゆる即納率です。現在84％位まできました。これをやり始めたのは、ここ15年位ですが、始めたころは確か30％台後半か40％台前半位だったと思います。

一緒に新市場開拓を

伊藤　新しい分野にもいろいろ取り組んでおられます。

吉居　生産財と消費財をやっています。消費財の場合、ネット販売がどんどん増えるのは仕方ないと思いますし、またそのようにやっていかないといけないと思っています。消費財の場合は特に在庫回転率よりも即納を如何にするかが大事です。生産財の場合は、一番考えているのは卸の効率を上げることです。そして、業務の効率化です。これを上げることによって絶対に人員は余ってきますし、余らせないといけません。その社員を教育し、専門知識を持って、直需の皆さんと一緒になって開拓をしていきます。これはネットではできません。

また、工作機械を例に取りますと、国内は確かにシュリンクしています。受注（1兆3000億円）の2割5分～3割が国内です。しかし世界を見てみますと、6兆円位あります。場合によってはもっと増えてくると思います。当然日本の工作機械の需要は非常に高まってきます。仕事は増えているので、そこを狙えばチャンスです。

私は、フェイス・トゥ・フェイスが非常に大事だと思います。そして新市場開拓です。例えば食品、薬品、化粧品の3品業界には殆ど行けていません。こういう業界を開拓していけば国内にも新市場はまだまだあると思います。これもイノベーションです。そういう目で見ればまだまだ捨てたものではありません。若い人の力を結集し、いろんな意見を出させて、それを取り上げて、場合によってはプロジェクトを組む。これが変化適応力だと思います。

リスクを恐れない

伊藤　新しい分野と言っても、なかなかギヤが変わらないのでは。

吉居　それが卸商の役目だと思います。どういうところをどのように攻めるのかをメーカー、卸商と一緒になって取り組めば、新しい商品・新しい市場ができます。

例えば、太陽光発電が話題になっていますが、既に太陽光発電をかなり販売して実績を上げておられるところがあります。社員に資格を取らせるとか、場合によっては人財をハンティングしてくるとか、専門の人材を置かないといけないと思います。やれば必ず伸びます。これはリスクもありますが。トップの決断です。しかしリスクを恐れたら何もできません。どこまでリスクをとれるかを経営者が常に判断することです。

技術高めて専業で

伊藤　３年、５年後、ご自分の考えている方向に進んで行くために解決しなければいけない課題は何でしょうか。

柳川　私がいつも見ている経営指標は利益率です。これは、高く売るという意味ではありません。新しい商品、ブランド力のない商品、あるいは１社代理店の商品を売れば、自分で価格を決められるので利益率は上がります。そういうものをどんどん売っていこうとすると人材が必要になります。当社の営業マンは若い人が多く、そういう人に技術的なことまで教育して、メーカーのバックアップがない商品も売っていこうというのが、我々専門商社の仕事だと考えています。実は最近、大手ユーザーを顧客に持っているところをＭ＆Ａ（企業合併・買収）をしました。一緒にユーザー様に挨拶に行って「当社は海外もあります」「我々の使命、特徴は提案です」と言ったところ、「工具屋さんでそういうことができるのですか」と言われました。つまり今までやっていなくて、商品を通しているだけと。やはり、勉強しながら技術も高めて、専業でやっていく方がいいと改めて思いました。

伊藤　人財は重要ですね。

福家　経営視点は海外の問題や新規事業などいろいろあると思いますが、やはり人が一番大切だと思っています。たとえば、コンピュータを使うにしても、結局、人がどう考えて、活用し、運用するかということです。開発や設計など付加価値の高いところは人が介在しています。エンジニアリング的な機能を持ってコンサルティングができる人を育てないといけないとか、利便性を追求するならそういう仕組みも必要ですし、オペレーションをする女子社員の育成などが必要です。業界であろうと一企業であろうと、人の育て方の仕組みづくりが大切になってきます。

フェイス・トゥ・フェイスとネットは両輪でいかないといけないと思っています。ただネットをやるにしても、それを取り扱う人や会社の考え方もきちっとしないとおかしな方向に行ってしまいます。

伊藤　そうですね。古里社長は如何でしょうか。

古里　私が将来的にしっかり持たないといけないといつも思っているのは、我々がエンドユーザーにとってどのような付加価値を持つかということに対する明確なビジョンです。単にモノを流すというだけでなく、日本のモノづくりにおけるエンドユーザーが、どのような付加価値を欲しているのか、それを自社がどのような形で埋めていくのかをビジョンとしてしっかり持っていないといけません。ネットや問屋のメニューやメーカーのサポートは付加価値を確立するための手段です。ネットとの競争を目的化せずに、自社の目的はエンドユーザーの付加価値向上であるということをはっきり持てば、もう少し違った方向にこの業界そのものが進むのではないかと思います。

自社にしか無い発想を

伊藤　中山社長にお伺いします。

中山　「何とかなるだろう」「何ともならん」という時代が来たのかなと思っています。今から20数年前、業界ＶＡＮというのがありまして、各社がそれぞれの販売店様とシステムを構築している時代がありました。ＶＡＮをやらないと生きていけないという話になったのですが、当時、当社は在庫管理が全くできておらず、ＶＡＮができなかったのです。その時に強烈な危機感を持ち、それからどんどん色々な今のシステムを構築していきました。ネットビジネスについては、重要なのは独創性です。だから皆がネットの方へ走ると、きっとそこには成功の文字は無く、へそ曲がりの人が「うちは超フェイス・トゥ・フェイスで行くぞ」という路線を取るのも一つの選択肢としてあるかもしれません。

Ｍ＆Ａは、私は一切していません。その代り物流投資をしています。アマゾンさんはＭ＆Ａを大してせず、倉庫を建てて棚に商品を置いて商売をしています。物流投資をすることでＭ＆Ａと同じ効果があるわけです。これも独創的な発想といえるかもしれません。やはり誰もが考えることではなく、自社にしかできない発想で経営戦略を練ることが大事だと思います。

問屋・直需店の連携を

伊藤　最後に理事長にお伺いします。

田中　やはり我々経営者が本当に覚悟して取り組まないといけないと思います。マーケットがシュリンクしているという話もありましたが、まだまだ市場はあると言えます。今の時期我々問屋がもっとしっかりしないといけないと思います。特に全体像をつかんで行かないといけません。問屋さん自体がしっかりし、トータル的な形でどのようにマーケットを攻めるか、またユーザー様のケアをどうしていくのかを考え、実行しないといけません。実行段階においても、問屋と直需店様が役割分担して、本当に役に立つマーケティングをしていかないといけないと思います。そこまで連携できればマーケットも増えるでしょうし、付加価値も高まり、いろんな意味で変わってくるのではないでしょうか。

それから、先ほど出ていました、アナログの部分とデジタルの部分は、両立できるように我々が努力していかなければいけないと思います。これも問屋と直需店様がひざを突き合わせて議論していかないといけないと思います。是非この機会にもう一度原点に戻り、皆さんと一緒に今後の市場、今後の切り抜け方を研究していきたいと思っています。

伊藤　100周年を迎え、次の100年をもう一度考えるということで6人のパネラーの方にご登壇頂きました。ありがとうございました。

座談会 1

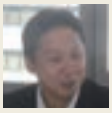
若手経営者座談会

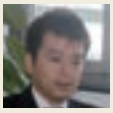
未来へつなぐ 業界の誇りと希望

とき　2013（平成 25）年 9 月 9 日（月）　AM 11：00 ～ PM 2：30
ところ　組合事務所　会議室

地球規模で進展するグローバル化・情報化社会にあって、機械工具業界を取り巻く環境も大きく変化している。そのスピードは、これまでの比ではない。次代を担う若手経営者に登場いただき、「会社の現況」や「流通の役割」「ＩＴ技術の革新が業界に与える影響」「この先、10 年を生き残るキーワード及び業界予想」などをテーマに語り合った。

【出席者】（順不同）


衣斐（きぬい） 剛 氏
丸一切削工具株式会社取締役
西部ブロック長


平井 泰彦氏
河田機工株式会社代表取締役社長

清水 善徳氏
シミヅ産業株式会社代表取締役社長

山下 敦史氏
旭商工株式会社代表取締役社長

杉原 隆史氏
杉原計器株式会社代表取締役社長

横山 欽一氏
大徳機工株式会社代表取締役社長

田中 健一氏
喜一工具株式会社代表取締役社長

【オブザーバー】

牛田 幸吉氏
原口機工株式会社代表取締役社長

【司会者】

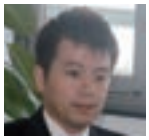
渡辺 喜弘氏
森一産業株式会社代表取締役社長

各会社の現況はいかに

渡辺【司会】

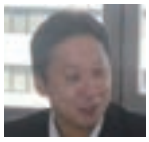
我々の世代というのは日本経済の「失われた20年」に表されるように、この業界が良かった時のことを余り知りません。モノづくりの市場が、これだけ海外に移り、パイが縮まりつつある中での今後100年と、これまで先輩諸氏が歩んできた100年というのは、全く異なると思うのです。今日は前向きな話と同時に、皆さんが日頃抱いている問題点や危機感なども話していただき、この業界に対して何か提言ができることを最終ゴールと考えています。

最初に、自己紹介を兼ねて会社紹介及び会社の現況や課題等についてお願いします。また、入社までのキャリアも支障の無い範囲で話していただければと思います。



平井

2003年4月に入社し、2012年6月に取締役、今年6月に代表取締役に就任しました。入社以前は建材の商社で、ゼネコンへの建設資材の販売等の営業をしていました。現在の業務内容は、機械工具の直需店として切削工具から工作機械まで幅広く取り扱っており、最近では環境商品や切削の加工商品、コーティング等のサービスも行っています。現在の大きな課題は価格競争が厳しくなっていることと、ＩＴ化によってコストが増えていることです。また、最近ではお客様が海外に生産現場を移管されたりして直接海外との取引が増え、全体の10%以上を占めるようになってきているのですが、梱包や書類作成などの手間も増えています。これらに対応するため、昨年、新入社員を2人採用したのですが非常に助かっており、結果的に良かったと思っています。



衣斐

学卒後に入社し、今年で14年目になります。本年1月から取締役西部ブロック長として、関西から九州までのエリアを担当しています。切削工具専門卸商として1935年創業以来78年間、社名の通り、切削工具で99%商いをしています。社員数は75名程です。約3年前に切削工具製造会社を設立し、設計製造した工具をPB商品「THE CUT」として販売しています。価格競争が激しい環境の中、お客様に喜んでいただけるような取り組みと自信のある商品の拡販に注力しています。海外はベトナム、インドに進出しており、為替変動や文化の違いに苦慮しておりましたが、ここにきて少し成果が表れてきました。課題は、当社が国内で代理店を担っているメーカー品の更なる拡販と、PB商品の開発販売のスピードアップと捉えております。

杉原

学卒後約6年間、興味のあったシステムエンジニアの仕事に就き、いろんな会社のシステムの設計等を行っていました。現会社に入社して約20年経ちます。当初は、以前の業務経験を活かして社内の各システムを全て再構築した後、経理や営業業務などを担い、5年前から現役職に就任しています。

創業当初は計器類の輸入販売をはじめ、工場を設けて製造も行っていましたが、戦災で工場を全焼したということもあって、現在は圧力計をメインとした計器類の専門卸商社として事業展開しています。現状の業績は、まだリーマンショックが起きる前までには、回復しきれていません。アベノミクスにも期待しているのですが、効果は未だ表れていません。卸やエンドユーザーからは、特にコストの面で毎年厳しいものがあり、メーカーの協力を得ながら対応しているのが実状です。

田中　1991年に大学を卒業後、入社しました。入社後22年が経とうとしています。最初の1年間は倉庫で働きながら工具関係の勉強をし、その後、カナダで1年間、倉庫業務を担いました。カナダには当社のオリジナルブランドであるシグネットの工場があったからです。帰国後は営業を2年間行ったあと、再び海外勤務となり、オランダで6年間勤務し、11年前に帰国しました。未だ時差ボケが取れない状態で今日に至っています（笑）。

4年前に社長就任した途端にリーマンショックが起き、売上がダウンし、商売の難しさを実感しました。現状は、アベノミクスに取り残されて大分遅れをとっている状況ですが、本日は皆さんがどのように経営しているのかをお教えいただきたく出席した次第です。我が社は、輸入工具及び国産工具の専門商社として、作業工具を中心に切削工具、電動工具等々を取り扱っています。姉妹会社に、カタログ販売のエスコ株式会社があります。また、2003年に小川善株式会社をグループ化し、2009年にはグループ会社の児玉商事株式会社を吸収合併し一本化しました。

横山　学卒後、山善で5年間、修業を兼ねてお世話になりました。その後、山善で配属先だった広島県に当社の関連会社が在るので、そこで1年間務め、2002年に大阪に帰ってきました。2年後に取締役となり、2009年11月から現役職に就いています。直需主体の会社なのですが、大手企業の工場などに向けて切削工具や空調用のフィルター等を販売しています。また、お客様からオーダーメイド商品の受注もいただいています。会社の現況は、ほぼ皆さんと同様に、ここ10年間位の数字を見ても景気に非常に左右されやすく、あまり芳しくない状況で推移しています。

清水　学卒後は今とは全く違う業界で働いていましたが、2000年に入社し、各部署を担当しながら業務内容を一通り学びました。2010年に取締役専務、2011年5月から現役職に就いています。取扱商品は全体の約50%を占める切削工具をはじめ、油圧機器、ベアリングなどです。リーマンショックで業績が大幅に落ち込みましたが、その後は徐々に取り戻し、現在はリーマンショック前に比べると80%位まで回復しています。しかし、皆さんと同様に利益確保が難しいのが現状です。国内需要が減少傾向にありますが、当社では先ず国内で生き残るべく、その方法を模索している状況です。

山下　1994年に卒業後、日伝に入社し、東京で3年間お世話になりました。その後、当社に入社し、自分自身が次期経営者に就くまでの10数年間のうちに「何ができるか」と考えながら仕事をしていました。5年前に代表取締役社長に就きましたが、先ず「組織を変え、景気に左右されることなく年商を倍にするんだ」と2008年に旗を掲げた途端に、リーマンショックが起きました。就任後1年間は良い数字が残っており、社内改革も行っていたのですが、やはり2009年、2010年と落ち込みまして、「社長が言ってるだけでは駄目だ。システム的にやっていかなければV字回復できない」と考え、昨年11月にインターネットを立ち上げ、楽天で出品しています。順調に数字は伸びていますが、インターネットの業界で他社と比べると、未だ未だという状態です。

8月に決算を終えましたが、新規開拓を行った分とインターネットのプラスαで売上高は過去最高となりました。

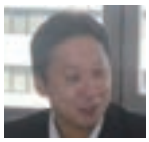
流通の役割

渡辺　これまでの流通の流れの中で、近年はインターネット販売なり、卸の直需があったりして流れが変わってきているように思います。流通業を担う皆さん方は、流通の役割をどう考えているのか、お聞かせ下さい。

田中　役割の一つは、ユーザーの目線に立って、メーカーの情報を的確に市場に伝えることだと考えています。単に商品説明だけではなく、メーカーが考えていることや商品開発の背景等をユーザーにキチッと伝えることです。また同時に、ユーザーが考えていることや現状、ニーズ等を収集し、メーカーにフィードバックし、次の商品開発に役立ててもらうように心掛けていますが、なかなか上手くいっていないのが現状です。

業界を取り巻く環境は、在庫とデリバリーの変化に現れています。ＩＴや大手運送会社が生み出す付加価値の高いサービスにより、元来は我々が行ってきたことを異業種とも言える企業が参入し、投資して在庫を揃えるというような傾向が増えてきました。

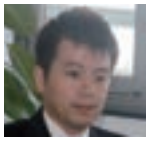
清水　私も商品内容をきちんと伝えるためにも、情報提供は大変重要なことだと思っています。しかし、商社としてユーザーからの情報はワンクッション入るため収集し難く、その方策を模索しているのが課題です。



衣斐　当社は、商社機能と PB 商品の製造販売というメーカー機能の両面を持っております。そこで「MECT（メカトロテックジャパン）」等の展示会に出展し、お客様やユーザーの情報を収集するようにしています。当社の取扱品は切削工具を主体としていますが、直需店の皆様は切削工具や作業工具、測定工具など多岐に渡る商品を扱われているので、切削専門として切削加工の深い部分を補完し、お役に立てるような社員の育成を考えております。

モノを買って売るだけでは、先ほど田中社長が言われたように大資本企業のパワーには勝てないと思います。当社としての存在意義を出していかないと、生き残れないと思っています。

山下　仕入先に求めるのは、商品 PR に来られてもメーカーの説明会等で学んできたカタログに載っている内容を伝えるだけではなく、カタログに載っていないような我々が知りたいメーカーさんの情報、例えば「どういう思いで、この新製品を開発したのか」とか「類似製品が在るのに、何故この新製品を発売するのか」「現在のシェアを何％まで上げるために、此処に特化した製品を発売する」等々の情報が営業の方からあまり無いことが残念な事ですね。メーカー様の代理となって様々な奥の深い情報をいただきたいと思っています。

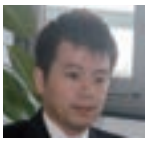


平井　代理店と違い、現場に自由に入って行き、何でも見て聞けることを強みとしていますので、そこで収集した「生きた情報」をメーカーや代理店にも伝えるようにしていますが、伝えきれていない部分もあると思うので、やはり情報はお互いに伝えていかなければいけないと思っています。

田中　情報の流れと言う面では、正直なところ苦慮しています。直需店からは「商品配達で多忙だ」とか「ユーザーさんからのいろんな要望や電話対応で、とにかく忙しい」と言う声がひっきりなしに伝わってきますが、そのような状況の中で我々の考える情報をユーザーに伝えることが出来るのかなと思います。提案営業とよ

く言われますが、第一線で日常多忙な営業マンは、どのようにされているのかお教えいただければと思います。

山下　当社の場合は、逆に配達業務を採り入れ、効率の良い営業を目指しています。1年位経つのですが、余った時間でメーカーさんの話もより聞けるようになり、若い社員も指導することで営業スタイルが徐々に変化し、提案営業で新たな物件が取れるようになりました。これまでは、お客様から「言われるがまま」で、全てを満たさないといけない風潮があり、それがお客様第一主義のように勘違いしていたと思うのです。



平井　私は今も営業を担っており、お客様の聞いたことをやっていれば、それなりに営業になるのですが、やはり採算を取ろうと思えば難しいところがあります。社員には常々「お客様に振り回されているように見せかけて、こちらもPRすべきことはPRする」「商品を届けるにしても、これだけコストと時間がかかっていることを、お客様にもっとPRしないといけない」と言っています。そして、難しいですが時間をつくり、提案営業できるように指導しています。月1回の会議では、一人一人が提案すべき内容を探してきて発表し、それを皆で共有化してPRするように努めています。

横山　提案は積極的に行っています。例えば、若い社員の場合であれば宿題を与えて、目標数値の実現に努めています。中堅・ベテラン社員になると、省エネ等を提案するように促していますが、自分達で一からテストデータを出して全て提案しなければならず、自ずと話が他社との競争になり、2/3位受注できれば〝御の字かな〟と思っています。

それと、最近はメーカーの流通に対する考え方が非常にドライになってきており、中途半端な位置付けではいけないと思うのです。例えば、当社が製品納入している国内のお客様が海外に工場を設けられた時に、国内の流通ルートを無視して、海外向けはメーカーが直接製品納入を行うことになったのですが、その後のフォローはどのようになるのか等の問題が生じています。メーカーの国内向け・海外向けを含めた流通に対する取り組み方や会社の方針を、メーカーのトップから営業の末端まで明確に応えられるようにしてほしいと思います。特に中小メーカーでは対応が遅れているように感じられます。

渡辺　卸と直需店の両機能を持つ立場からの意見として、杉原社長のお考えは？

杉原　主力の計器類であれば、各メーカーの製品特長や納期、価格等の情報を提供しながら直需店の強みを活かして、お客様のニーズや用途に合ったメーカーの使い分けをしています。同じような製品でもメーカー毎に特長があるので、お客様の満足度を最優先に〝何を提案するか〟と考えて営業活動しています。そのようなことが、我々流通の役割だと認識しています。

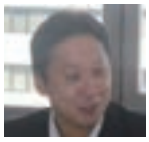
メーカーに対する要望

渡辺　次に、メーカーに対しての要望をお聞きしたいのですが。

田中　安易な価格競争に業界を巻き込まないよう価格を統制して、流通の利益確保を真剣に考えてほしいと思います。メーカーはコストダウンを行っても、全て自社の利益にするか、ユーザーさんに還元するかになっているのではないかと思う時もあります。

渡辺　メーカーとの関係性の変化については？

田中　メーカーの販売部門が強くなり、あたかも卸や販売店が要らなくなるのではと言うトレンドを危惧する声も聞かれます。売上もバブル時と異なり減少してきているので、メーカーはあらゆる流通を駆使して売上アップを図ろうとしています。そして、メーカーから「最終的にはユーザーさんが判断しますから」と言われれば、どうしようもないのが実情かもしれません（笑）。



衣斐　市場のパイが小さくなっていく中で、メーカー同士のシェア争いが激化してきております。商社同士の不当な価格競争もありますが、一生懸命造られたモノの価値を販売価格に転嫁し辛い環境になってきています。切削工具で言うと、販売施策として「特典付きキャンペーン」を各社が実施しますが、特典のサービス内容が当たり前に、また過剰な状況になってきています。メーカーが直接ユーザーに行ってPRしていただくのは大変有り難い事ですが、シェア獲得に集中し過ぎ、また流通商社とのコミュニケーションが不足した中での行動に対して、配慮が欠けていると感じる事が増えました。当社としましては、メーカーの代理としてお客様とエンドユーザーへ一緒にＰＲに行く機会を増やさなければならないと考えています。

提案営業に関しても、新製品の内容を勉強してご案内するのも情報提供の一つですが、お客様には得意分野と不得意分野があるので、お客様の先のユーザーを把握し、役割分担という意味で、極力代理店はメーカーに頼らず、お客様の不得意な部分を提案できれば理想的だと考えております。当然実績数字は追求しなければならないものですが、やはり、メーカーさんには喜んでもらえるいいモノを造ってもらい、そこで勝負してほしいですね。

渡辺　キャンペーンのマンネリ化の話がありましたが、キャンペーンについてはどのように対応していますか？

平井　キャンペーンは利用しているので有難いのですが、メーカーも営業担当の人数が減ったこともあってか、あまり協力的でないように思います。こちらも、もっと同行営業したいのですが、なかなか来てもらえない状況です。メーカーも諸事情はあるのでしょうが、キャンペーンと言うのであれば、もっと一緒になってPRしていただけたらなと思います。一体感に欠けてきているような気がします。

同行してもらうと影響は大きくて、学ぶこともありますし、お客さんも普段聞けないようなことが直接聞けるので喜ばれます。

山下　平井社長の言われるように、基本的にはエンドユーザーに行くケースと言うのは非常に増えてきており、昔はメーカーも販売効率を勘案して、もっと販売店に来ていたように思います。キャンペーン自体のあり方に関しても、メーカーが如何に効率良く売上を上げていくかを考えているのは解かりますが、連帯感というのは10数年前に比べると無くなってきていると思います。ですので、当社ではよりメーカー様と商社様とより関係を密にして、三位一体になるよう、社内には指示を出しています。

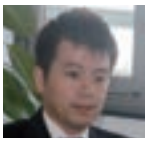
清水　メーカーの営業マンの人数が足りてないことを感じており、メーカーも今は海外に注力しているように思います。できれば国内の方にも、もっと目を向け支援してほしいという要望はあります。

ＩＴ技術の革新が業界に与える影響

渡辺　モノタロウ、Yahoo、ミスミなどのネット通販の台頭について、どのように感じていますか？

杉原　ネット通販に登録すると、「こんなモノでも売れるのか」という効果があり、顧客数の幅とニーズの広さを痛感しました。今は、ネット通販に乗っかっているというか、マイナスの影響は少ないですね。

横山　当初は（ネット通販は）発展していかないと思っていましたが、現状は大手でも導入する企業が多々あります。工具類等でバッティングする商品は、購買担当者もインターネットで購入するよう現場に指示しているので、こちらに回ってこなくなり、減ってきています。全体に与える影響としては（ネット通販は）増える方向に進んでいますが、そのスピードが、この数年来少し早くなっているように思います。今度はインターネットで販売されている会社同士が価格競争するようになり、逆に、われわれ機械工具商は収益性を求めた、違う道での生き残りを賭けた戦いの場に移っていくのではないかと思います。



平井　設計の人と話をすると「ミスミのカタログが１冊あれば、それで全部設計できるから、そっちで手配してしまう」と言われます。ネットやカタログが持つメリットを変えていこうとすれば、やはり、われわれはメーカーと密にお客様の所に行って使ってもらえるように、ミスミと異なる点をPRしていかないと、特に簡単な工具類はこれからどんどん失われていくような気がします。

渡辺　実際に商売する上で、ネット通販は競合にあるのでしょうか？それとも使っていく方向でしょうか？

田中　今から10年、20年経つと環境も更に変化し、「会話するよりも、パソコンでやる方が絶対に良い」という人がますます増えていくと思います。もはや、そういう世代の時代になるのだと思います。フェイス・トゥ・フェイスで話をしなければいけない商品は別として、作業工具とか切削工具の汎用品等は「ネット通販で購入するのが良い」となるのは必至だと思います。確かに人間関係も大事ですが、この流れを変えることはできないのではないかと思います。

先日、テレビで放映していたのですが、今、音楽業界はレコードやCDが売れなくて壊滅的と言われていますが、CDの中に人気歌手との握手券を入れたり、投票用紙を入れるなど工夫している企業は生き残っており、儲かっていると言うのです。我々の業界も同様に、環境が変わってきていることに対して、いろんな工夫をしている企業は、収益性も確保でき、生き残れる企業ということが言えると思います。

渡辺　旭商工さんは楽天に出ていますが、ＩＴを採り入れようと思われた経緯や現状についてお聞かせ下さい。

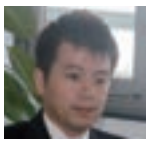
山下　海外展開するのか、インターネットをするのかと、当時どちらかを取り組んでいく中で、コスト面などいろいろ検討した結果、インターネットに決めましたが、実際やってみると、競合他社との価格競争もあって儲かりません。しかし、これだけ時代の変化が激しい中にあって、ついていける会社しか生き残れないし、無くならない商売だと思います。やり始めて 10 カ月位しか経っていませんが、先ほど杉原社長が言われたように、「なんで、こんなモノが売れるのか。誰が見ているのか」というようなことを実感しています。そんなに極端に伸びるものでもないと理解していますが、今後やり方を変えて進めていきたいと思っています。

渡辺　会社によってネット販売に対する取り組み方は異なると思うのですが、今の業務の中にあって、ネット或いはＩＴをどのように活かしていこうとされていますか？

清水　取引先のお客様には、ＩＴをツールとして使っていただけるように当社独自の受発注システムを構築し、シミヅ産業の価格帯や在庫量が見えるようにしています。商社としての基本的な役割を果たしていきながら、余力を新しいことや、営業でも未だ出来ていない事に取り組んでいこうと思います。当社独自のシステムを活かして、より発展させてサービス向上をしていきたいですね。

田中　得意先の情報を調べる際に、お聞きすると「ＩＴの事は良く解からないから、ホームページは作らない」と言うお客様もまだ沢山おられます。それが良いのか悪いのかは判りませんが、かつて印刷媒体で会社案内があったのと同様に、インターネットでホームページがあるというのが普通になってきている昨今、無いなら無いなりに他の方法はあると思うのです。そういう事が今後、受発注にまで影響してこないかなと懸念します。「当社はアナログで行くのだ」と言うのも、一つの生き方だと思います。

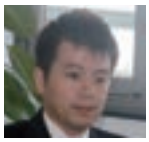
渡辺　業界の大きな流れとしては、現在、大機器協組合でＩＴ・情報委員会を設け、卸とディーラーさんとの間に関する共通の受発注コードを作成する動きがあります。



平井　当社の場合は、お客様との受発注は「メールで十分かな」という感じです。ホームページは変わっていませんが、情報を発信・収集する時はアンテナを張り巡らせて、「やる時は、やらないといけないな」と思っています。

リーダーシップについて

渡辺　今のポジションに就いてから、仕事の内容や考え方はどのように変わりましたか？



平井　就任後、未だ日数が経っていないこともあって仕事内容はあまり変わっていませんが、考え方は明らかに変わってきました。営業担当の時は、自ら動いて行動で示すのが一番と思っていましたが、今は社員に仕事を任せて、やり甲斐や責任感を持っていただくように指導しています。

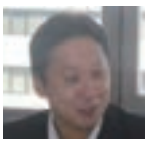
山下　社長に就いて先ず、売上アップは当然ながら、如何に経常利益率を上げていくか、また、社内インフラの整備をする等々、会社の内容を良くしていきたいと思いました。財務的なことや職場改善も含めて、社員が如何に〝良い会社だ〟と思えることとは、どういうことなのかと常に考えています。社員が満足するためには、会社として継続的に何をするべきかと、機械工具商だけではなく、例えばアパレル関係の会社と比べたり、他業種の社長と会って話したりしています。

田中　「夢を追い続けること」と「利益を追求していくこと」を同時に成し遂げることは何時の時代も難しいことと思いました。特に、景気が悪化した時にいろいろと指摘されると、考えてしまうことが多いですね。お客様や社員の満足度を高めながら利益を上げるということは必ずしも相反しないが、両方を同時に実現するのは簡単なことではないと思うのです。率先垂範や現場主義を徹底すれば答えがあると思って実践し、言われていることを素直に聞いていましたが、簡単に物事は進まず、改めて「そう甘くはないな」と痛感しています（笑）。

杉原　５年前の社長就任時に、会社規模よりも財務内容も含めて「会社を強くしよう」と思いました。社員も仕事以外に、いろんな経験を経て「人として成長してほしいな」と人重視の経営を心掛けるようにしています。例えば、社内行事でも、ただ楽しいだけではなく、何かを感じてもらえるように文化的な要素も採り入れて実施していきたいです。

横山　現役職に就くまでは現場で営業等を担っていましたが、実際に就くと〝一生懸命数字を上げるだけではいけないな〟と考え方は変わってきています。経営理念等のセミナーなども受講していますが、個人の考え方も出していきながら会社としても成長発展していかないといけない、そのあたりを踏まえながらバランスを取るのが難しいなと実感しています。

清水　営業のことだけではなく社員管理など、あらゆることで「最終的に責任を取るのは自分だ」と心構えが変わってきています。２番手と１番手の違いを痛感しており、これまで見えなかったことが新たに見えるようになり、いろんなことを経験していきたいと思っています。



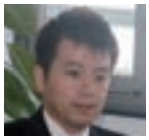
衣斐　皆さんの話を聞いて〝社長職は大変だな〟と思いました。当社も経営理念を毎朝唱和していますが、経営理念は不変のものであり、これを達成するために社員教育や切削工具の技術力向上等に注力していますが、要は「継続して発展して行こう」という指示に対して、「どのように具現化するか」というのが私の仕事だと思っています。１番手も大変だと思いますが、現場も大変なのです（笑）。自分自身も成長しながら、仲間も成長していくチームを組織的につくっていきたいですね。

先代について

渡辺　ある意味でのライバルである先代について、皆さんはどのように思われていますか？また、どう乗り越えようと思っていますか？

田中　ライバルという面も確かにありますが、どちらかと言うと、アドバイザーといった感じですね。報告に行きますが、実際は相談しに行くということが多いと思います。いつも感心させられるのは、私よりも年齢が高いのに柔軟性があり、視点も高く、想像力も豊かなことに多少ショックを受ける時もあります。そう言った時はついつい「これは、まずいなあ」と思ってしまうこともあるのですが、すぐに切り替えて「今は悔しいが、何時か乗り越え追い越すぞ」と考えるようにしています。

杉原　お互い人間性も異なり考え方も違うので、ライバルという感覚でも無いように思います。親子でもあり、仕事以外の面も見てきているので、越す面、越せない面を見極めるのが難しい。やはり、大きな存在で、いまだ頼りにしているところはあります。



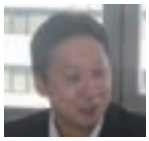
平井　私の場合はライバルだとか、乗り越えようとかは全く思っておらず、やはり時代も変化しているので、時代に合ったやり方を一生懸命やるしかないという気持ちです。会長には会社全体を見てもらっていますが、もっと意見を交わし、お互いが本音で話し合えるように努めていきたい。性格的にも全然違うので同じことはできませんが、出来る限り参考にして、自分のカラーを発揮していきたいと思っています。

山下　お互いが仕事の面以外でも、例えばゴルフでも「男として」ライバルだと思っています。これは家系的なものなのか解かりませんが、お互いに、どちらかが死ぬまで絶対に認めないで終わると思います（笑）。時代背景や考え方も異なるので、「あの時期であれば、私もそうしていたかも知れない」と思っています。

清水　創業者である私の祖父は、ゼロから出発していますし、２代目の現会長は、会社を発展させてきた人なので、私が先代たちと同じことをやっていては、できて当たり前で、祖父も、現会長も超えられないと思っています。

　これから会社が生き残っていくためにも、会社をいろいろと変えていくことで乗り越えたことになるのではないかと思います。環境が今までとは変わっているので、新しいことにも取り組んでいかなければならず、「第２の創業」というような気持ちで、今後は主力の切削工具以外の新しい商材にも注力していく必要性を痛感しています。

横山　私で３代目になるのですが、祖父が石川県から出てきて大阪で機械工具商を創業し、現会長が財務面を中心とした無借金経営の現在の土台を築いてくれ、本当に〝良くやってくれたな〟と思っています。これらを踏まえて、私がやるのは、例えばインターネットのツールを使って新しいことを始めるとか、海外で何か新しいことをやるとか、また、異なった事業領域に進出するとか、試行錯誤している状況ですが「新たなステージに転換することだ」と思い現在取り組んでいます。



衣斐　現立場では答え辛いテーマですが、現社長をライバルだと思ったことも無いし、何かこの部分を乗り越えようとか、真似をしようとか、何でも相談しようといっ

た感覚は、今のところは私の性格上ありません。仮に、私が社長になったとしたら、仕入先様、お客様、また社員から「会社が変わったな」と言われなければならないと思っています。

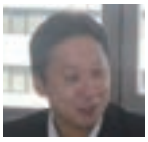
これから10年、生き残るキーワード

渡辺　現在、大機器協組合で創立100周年に関連したアンケート調査を実施しており、その結果の中間集計を見ますと、「5年後には約9割の会社が生き残っている」という回答が一番多いのに、調査研究委員会も驚いた次第です。流通形態の変化や業界内でのM＆A等が起こっており、市場が半分になるかもしれないという環境下にあって、「この先、10年を生き残っていくためのキーワード、会社として必要なこと」をお聞かせ下さい。

清水　環境変化に対応しながら、機械工具商として、在庫の供給体制を整えて、お客様にとって必要な存在になることで10年後も生き残っていきたいと思います。将来の夢としては、社員の将来の不安を無くして働けるような会社にすることです。

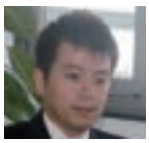
田中　業界的には間違いなく廃業は増えると思います。そういった意味では、今後M＆Aは絶対増えると思いますので、「ユーザーへのモノの提供を切らさない」といった観点からも、その対応も抜かりなく行っていければと考えています。また、海外進出が更に増え、現状国内で競争している事柄と同じことが海外でも起きると思います。それ以外にも、現在卸や販売店が行っているPB商品の開発・販売がもっと増えていくと思います。これらに対応するためには、社員教育だけでは無理だろうと考えています。事業をイノベーションするぐらいの改革も必要だし、新しい事業展開も考えられると思います。

機械工具商のリーダーとしての夢は、「社員の皆さんが働き甲斐のある会社をつくりながら、業界に貢献していきたい」ことです。私個人の夢は、社員の家族の奥さんが近所の奥さんから「貴女の旦那さんは、良い会社で働いているらしいね」と言われることです。そんな会社にしたいと思っています。



衣斐　製造業の海外シフト、国内市場縮小によるメーカーシェア争いと価格競争激化、人口減による生産量・生産力の低下などが予想される中、業態自体の見直し、またプラスαとしてM＆Aは起きるように思います。10年後に当社が生き残っていくために必要なことは、職場環境を整備しながら社員の仕事に対する気迫をもっと高め、「強い会社」「勝ち残っていく会社」にしていくことであり、全社員が創造力をもって、更に前向きに仕事を進めていかなければならないと考えています。

私の理想は、心を込めて創った商品をその価値で売れるような業界に、レベルの高い商品と商売で「三方良し」の状況になることです。



平井　私も吸収合併等で販売店や商社が淘汰されると思うし、キーワードは「人材」だと思います。先日、韓国に出張した時、現地の工具屋さんが英語を当然のように話し、世界中で活躍されているのを見て、〝日本の工具屋さんもそのようにならないといけない〟と痛感しました。そのためには、人材育成して成長していかないといけないと思いました。

私は他業種から当業界にきたのですが、当業界は健全で真面目な業界であり、もっと儲かって、給与も上げられるよう、人材育成と業界のモラルの向上の必要性を感じています。夢は、「もっと儲かる業界、もっと儲かる会社」にし、「社員の皆さんの生活を良くしていきたい」ことです。

杉原　生き残っていくためには、メーカーと共に「必要なモノ」を提案し、一緒になってモノを造り、それを売っていきたい。自分達で考えて苦労して造ったモノが売れていくと、社員のモチベーションも上がっていくと思うのです。これを早く具体化し、成果を出していきたい。

会社としての夢は、社員が辞める時に「この会社で会社と共に成長できてよかった」と思える会社にすることです。

横山　強い会社は更に売上を伸ばし、そうでない会社は廃業や吸収合併されていくと思います。先ほどのアンケート集計結果ですが、私は10年後には6割ぐらいになるのではと思います。生き残っていくためのキーワードはインターネットが全てでなく、お客様をつくり出すような「テーマをもった情報力」と「幅広い視野を持った海外展開」だと思います。

個人的な将来の夢は「他人に影響を与える人間になること」です。自分の死に際に、国内の仕事関係者、友人はもちろん、海外の人など出会った多くの人達が参列してくれたら最高だなと思います。

山下　私が10年前に業界予想した時は「生き残っている企業は半分になる」と思っていましたが、なっていません。しかし、今後10年は対面販売も減り、インターネットの構築等で「半分になっている」と予想し、そのような危機感をもって商売しないといけないと思っています。10年先を生き残っていくために必要なことは、如何にカメレオンのように状況を見て会社を変化させていけるかだと思っています。
10年後、もしかすると当社が全く違う業界の商品を扱う商社になっているかも知れませんね。（笑）

私の夢は、社員が定年退職する時に“私からも社員に対して・社員から会社に対して”「心からお世話になりました」とお互い言い合える関係になっている事ですね。だから、そういう関係になっていれば、その優秀な社員から「うちの息子を当社で採用して下さい」と就職希望される会社！社員との関係性が理想であり夢ですね。

そして、自分自身の夢は、今後は更に大きく変化していくと思うので、この場では明言は控えさせていただきますが、「わが生涯に一片の悔いなし」と言えるような人生を送れたら最高ですね。

最後に、この業界で働いている全ての方たちが、10年後・20年後、日本のモノづくりを支える業界で本当に誇りをもって仕事している事を祈念しています。

渡辺　本日はご多忙中、貴重なお話を聞かせていただき、ありがとうございました。

座談会２

支部代表座談会

円熟の経営者が語る業界の明日

とき　2013（平成25）年9月18日（水）　AM1：00～PM2：30
ところ　組合事務所　会議室

大阪機械器具卸商協同組合100周年記念事業の一環として、各支部代表による座談会を開催した。豊富な経営経験をベースに過去を振り返ると共に、次代を担う若手経営者への助言などを聞いた。知己の間柄だけに、ざっくばらんなトークに花が咲き、アッという間に時間が過ぎた。昨年8月の尖閣諸島国有化から日中関係が悪化、おりしも中国経済の成長鈍化と重なり、また欧州経済の停滞もある中、昨年末に自民党・安倍晋三政権が発足。「アベノミクス」と言われる経済対策が打ち出されているものの、その効果は牛歩の如くで中小企業は期待感だけが先行している状況にある。日本の製造業が生き残りをかけて苦闘する中、それを支える機械工具流通業界は如何に生き残るかを議論した。

【出席者】（順不同）

小野 徹弥氏
株式会社オノマシン 代表取締役社長
西支部

堤中 徹 氏
株式会社マシン三洋 代表取締役社長
淀川支部

瀬川 洋 氏
株式会社三共コーポレーション
代表取締役社長　中部支部

菊本 佳秀氏
菊本機工株式会社 代表取締役社長
城北支部

木村 雄一氏
カツヤマキカイ株式会社 取締役会長
北大阪支部

濱田 博夫氏
株式会社浜田 代表取締役社長
堺南支部

白樫 純一氏
株式会社林敬商店 代表取締役社長
東大阪支部

【オブザーバー】

牛田 幸吉氏
原口機工株式会社 代表取締役
大阪機械器具卸商協同組合副理事長

【司会者】

広瀬 友彦氏
日刊工業新聞社
編集局産業部 副部長

回復の実感はまだ。

広瀬　2013年の皆さんの景況感、現状をお聞かせ下さい。

堤中　先を見れば良くなる予感はあります。実感としては無いですけど。業績は色々とやっているものの効果が出て来ません。

白樫　リーマンショック後、昨年の春までは回復しつつありました。その後、尖閣諸島問題を発端に日中関係が悪くなり景況が変化しました。当社は1月決算で、8月までの累計売上は前年同期比約13%落ち込んでいます。ただ、直近の9月単月でみると、前年同月比で数%増加しそうな感じです。

瀬川　立売堀の工具商さんとは少し客層が異なり、建築業界のプロが使う道具を中心にホームセンターや一般金物店、プロショップ、仲間卸などが主な客先です。リーマンショック直後は売上が約8%下がりました。年間の新築住宅着工戸数が120万戸あったものが今は80万戸台に減り、リフォーム需要、震災の復興需要を狙いましたが、そこは競合がひしめき合っており足元の景況は決して良くありません。しかし「とことん元気に！」をキーワードに、昨年はリーマンショック前の最高売上より約5%増加し、今年はさらに5%増を目指しています。

広瀬　非常に力強いお話です。

木村　景気はまだ完璧には回復していません。特に価格が乱れています。今までのやり方を続ければ売上高は上がっても粗利益は上がらないでしょう。経常利益を出すために、かなり工夫した経営を考えていかなければなりません。

濱田　リーマンショック後の2年間で約20%の売上減となり、リーマンショック前の数字に戻そうと2010年に3カ年計画をスタートしました。1年目は何とかクリアし、2年目は少し足りませんでした。3年目の今年は9月20日現在で計画達成どころか前年割れを起こしている状況です。まだまだリーマンショック前の売上に比べ10%減の状況です。

菊本　当社が所属する城北支部は、売上も従業員も少ない小さな工具屋の集まりです。景況はまだまだ悪いですが、一部には前年比で3～4倍の売上を上げているお客様もあります。

小野　設備工事用の機械工具を主として扱っています。いわゆる製造現場が最終ユーザーではありませんので、この20年くらいは皆さんと全く違う推移を辿ってきました。バブル時の売上高のピークが200億円弱で、バブル崩壊で売上は20%近く減少しました。その後ピークまでは盛り返せないまま2008年秋にリーマンシ

ョックが起き、売上がまた20%超下がりました。また、それ以前の姉歯事件から建築基準法が厳しくなり年間建設投資が平成4年の84兆円から去年は45兆円まで落ち込みました。今年は、アベノミクスによる予算がある程度執行され47～48兆円に盛り返すと思います。当社は震災後1年半くらい復旧需要により大きく伸びましたが、その後、売上はダウン。一昨年、昨年と若干回復し、いずれ復興需要が出てくるものとあまり心配はしていないものの、今年は去年と横ばいです。

社員教育に注力　セールスエンジニア育成で付加価値を

広瀬　今、取り組んでいることは。

堤中　ワークライフマネジメントとしていろいろなことを見直し、時間を掛けて社員の質の向上を図っています。この業界に入って30年になります。いろいろな面で横の繋がりがあり、お客様との関係や業績も含めて、真剣に取り組めば何とかなりそうです。他の業界と比べると恵まれていると思います。「激動」というのはいつの時代もあります。先達から教わったことは、為すべきことをきっちりやって、経営資源を整理し、しかるべきところに投入すれば、ぼろ儲けはできなくてもコツコツとやっていけると思っています。

白樫　社員は20人くらいなので、大手商社のようなネット販売にはまだ手をつけられておらず、“フェイス・トゥ・フェイス”の商売を大事にしています。そのため社員の資質が重要になっています。また、ベテラン・若手の分け隔てなく情報の共有化に取り組んでいます。例えば、仕入れ先メーカーに商品が無い場合、同業者から取り寄せることが多々ありますが、この会社は安くして頂けるとか、こちらは在庫を豊富に持っておられるといった色々な情報を社員から吸い上げ、ひとつの表にしてみるのも良いかなと考え、仕上げ段階に入っています。

瀬川　リーマンショック後、年度ごとに取り組んでいるテーマがあります。リーマンショック直後の年は「ピンチはチャンス、示せ三共の底力」、次の年は「攻めて、攻めて、攻め抜く」としました。要は、気合いを入れて頑張ろうということです。もうひとつは、「メーカーとの強固な取り組み」です。弊社仕様のメーカーブランド品を積極的に拡大し、差別化できる商社を目指してきました。加えて、リーマンショック以来休んでいた当社主催の展示会を再開しました。今年も60数社のメーカー様にご出展を得て、たくさんのメーカー様にご協力を頂いているということを全国のお客様にアピールできました。

“他社にない”を極める

木村　３年後にカツヤマグループ（5カ国11カ所）で200億円の売上を、5年後には300億円の売上を、粗利益率は15％を目指しています。一般のメーカー品では15％の粗利は確保できないので、智恵を絞ってオリジナル商品を作り、それを起爆剤に世界の同業者・競合他社ともコラボしていこうと考えています。各責任者には“他社にない商品・他社にないソフト・他社にないシステム”を、営業マンには“他社にないエンジニアリング・メンテナンス”を極めるように指示しています。さもないと単なる商品の取り次ぎ業者になってしまいます。

広瀬　神戸に本社と工場を移転されました。

木村　滋賀と赤穂にあった工場を神戸に集結しました。営業が聞いてきたお客様の情報を基に、ニーズに応える商品を作り、要求に合う価格に合わせ、利益を出す・・・を迅速・的確に製販一体で活動するためです。わが創業者の経営精神である「本業は機械工具卸商」に、製造・技術・グローバルな機能をプラスしていこうと取り組んでいます。さらに、日本、シンガポール、台湾、韓国、中国（上海）の拠点に加えて、来春までに欧州、そして米国、タイ、インドネシアへの進出を考えています。いろいろな商品で武装できても、それらを実現するのは人です。非常に遅れている労務問題、例えば就業規則から始まってあらゆる規定の見直しも進めており、社員が喜んでくれる職場づくりを目指しています。

堤中　最近は3年計画を立てても何が起きるのか分からないので、その年しか立てません。また、大手が大きいおいしい肉を取っていきますが、残った骨にもおいしい肉が残っていて、中小企業はそこで生きていかなければなりません。ただ、商品を右から左に動かすだけでなく、きっちり付加価値を付けられないと生き残れないということをひしひしと感じています。社員には「自分の武器を身につけろ」と日々言っています。キーワードは「楽しく生きる」ですが、仕事も遊びも色々準備し一生懸命取り組まないと返ってくるものも少ない。

濱田　当社の喫緊の課題は社長交代です。私は2年前に大きな病気をし、1度死にかけていますので、バトンタッチの重要性を身にしみて感じています。個人の命は無くなっても、会社の命は無くなってはいけません。そのためにも、会社を変えるための人材教育に注力します。次期社長（予定）は今、専務として勤務しており、皆さんにもご指導頂きたいと思っています。また、私自身も変えないといけないところがたくさんあると思いますし、役員も含め教育をきっちり受けた者がいませんから。

菊本　10年前、毎月毎月決算していくように経理システムを変更しました。たとえ10万円でもいいから絶対に毎月黒字を出そうとやってきて、お陰で10年間それを達成できました。

小野　今年のスローガンは「ニューウェイ、ニューチャレンジ、ニューバリュー」としました。新しい挑戦、新しい方法で、新しい価値を生み出そうということです。東京オリンピック開催も決まり、やり方次第でまだまだやっていけると思います。

ただ、新興の大手企業・ネット系企業に浸食されやすい状況だと思うので、その攻撃から如何に防衛するか、また跳ね返すかが課題です。今後は、自社ブランド商品の強化と、ブルーオーシャン市場の開拓です。この20年間で得意先層の上位50社は殆ど入れ変わり、今は広域で展開する資材商さんやホームセンター系プロショップ、独立系のプロショップなど大資本で展開しているところが増えています。まだ伸びていく業界だと思いますので、如何にその業界に入っていくかが課題です。

自社ブランド・オリジナル商品で差別化

広瀬　様々な危機・転機を乗り越えてこられた皆さんの経験談をお聞かせ下さい。

木村　バブル期、カツヤマキカイ単体で300億円の売上がありました。当時は、粗利益率が10％＋α位でした。それが、バブルが崩壊して毎年15％位ずつ売上が落ち、「300億円売っていてもあかんなあ」とすごくショックで惨めでした。利益を稼ぐためにメーカー部門を強化していきました。チルコーポレーションだけでは不足なので、チェンホイストメーカーのニッチを買収し、末廣車輌製作所にグループ参入頂きました。また、アセアン、台湾、韓国、中国に1980年代から拠点を出しました。社員は取り次ぎ営業を好みません。客先で「毎度ありがとうございます。何かありませんか」と言うと「無いから帰れ」と言われるので、もっと人間味のある仕事がしたいというわけです。そこでオリジナル商品を主体としたセールスエンジニア、つまりお客様の要望を聞いて、設計・製作・据付・メンテナンスのできる社員を育成しているところです。商社機能だけでなく、「メーカー機能」「グローバル展開」ができるカツヤマグループの編成を考えています。

瀬川　当社も問屋です。ベンダーメーカーになりたいと考えています。メーカーさんにも協力していただき当社仕様のメーカーブランド商品開発を推進しています。競合が激烈で、同じ商品だと不毛な価格競争になりますので、そのための造り分け売り分けです。もうひとつは「元気でやろう」、「三共魂で更なる飛躍を」などの掛け声です。それがジワジワと効果が出てきており、口コミで新規得意先や、メーカーから取引のオファーがあり、ありがたいことに取引のベースが拡がっています。ネット関係の企業との取引も増えています。営業には「真正面から熱意を持ってとことん取り組め」と繰り返し伝えています。これが当社の営業姿勢です。

広瀬　オリジナル商品を始めるきっかけは？

瀬川　ライバル各社が海外でプライベートブランド（ＰＢ）商品をどんどん始めたので、対抗するため遅ればせながら台湾・中国商品を中心に当社ブランドで開発を始めました。ただこれは補足的な手段であり、メーカー商品が第一です。お陰で当社仕様のメーカー品もＰＢ商品も粗利は以前より２～３ポイント増えています。ただ、在庫、運賃、回送の人件費も含めてコストがかかるため、粗利は通常20％、最低でも18％ないとやっていけません。同時に仕入れ担当者には「利は元にあり。仕入れは真剣勝負。とことんやれ」といっています。メーカーさんにはなぜ当社仕様が必要なのかを理解して頂きつつあります。第９回目となる今年も主要メーカー60社の社長にお集まり頂き、当社の営業方針、商品施策、共同企画の必要性まで話したのも、まずトップの理解を得るためです。

地域・ユーザーに密着　日々の変化に即対応が強み

菊本　当社は地域密着の工具商の典型で、キーワードは在庫です。以前は、小売屋は小さいところでも 2000 ～ 3000 万円分ぐらいの商品を持っていましたが、今は棚卸が非常に楽になりました。在庫を持たなくても商売ができるようになったんです。金利負担が無く、財務状態が良くなっている要因の一つでもあると思います。我々に商品を供給してくれる問屋さんが在庫を持ち、工具屋は地域密着でネットに負けない商売をしなさいということです。打合せが必要な商品は、ユーザーをきっちりフォローすることで我々の生きていく道があります。特に切削工具は、材質や形状など日々変わりインターネットでは間に合わず、ここに資材担当者とマンツーマンのやり取りが出てきます。これが地域の小さい直需店が生き残ってきた理由であり、今後も生き残っていけるであろうと考える理由です。

濱田　私が社長になる前は１億円を超えていた在庫が、今は２～３日分しかありません。極力在庫を無くした結果、負債が減りました。手形が無くなって４～５年になりますが、極端に言うと、売上が減った分、資金繰りが楽になるという体質になり、売上が減ることの怖さが無くなりました。客先の要望を何でも聞いて、最適なところから仕入れて、現金で払う。すると必ず商品は届き、直ぐに客先に届ける。そしたら客先は満足してくれる。客先の満足度を上げるためなら現金仕入れを増やしてもいいと思います。

堤中　４年半前に他界した父と 10 年位前に、父の時代と自分の時代でどちらが商売しやすいかという話をしたことがあります。売上に関しては父の時代の方が上げやすかったかも知れないけれど、今もそれなりの事をすればきっちり返ってくる。お金に関しては、昔も今もそんなに苦労していない。むしろ金利が安い今の方が良いかもしれない。一番違うのは人。昔は大阪で採用できないので地方出身者を採用しており、お盆休みや正月休みには故郷に帰ったまま戻らないのではといつも心配していました。今は、我々のような中小企業でも全員大卒者で、国公立大の人も入ってくるくらいです。よく考えると今の方が経営者にとってはやりやすいかも・・・。そうは言いつつも、バブル崩壊以降、倒産はじめよくもまあこれだけというくらい問題があります。今は身軽になりましたが、当たり前のことを当たり前にして利益を出すしかありませんでした。この 20 ～ 30 年で、社員も扱い商品も得意先も総入れ替えの感じでやってきました。業界も今後 5 年、10 年と過ぎれば扱い品目が変わり、残っている製造業も変わると思います。それが各企業の生き残る道かもしれません。

広瀬　海外に進出されましたね。

堤中　遅ればせながら昨年インドネシアに現地法人を作り営業を開始しました。お陰で社員の意識が変わってきました。いくらかお金は使いましたが授業料と思えば安いものです。

「絶対断らない」営業姿勢

濱田　一番好きな言葉に「備えよ常に」というボーイスカウトの言葉があります。ファクタリングをかけるとか、保険に入るとか、まさかの時に備えながら今までやってきました。父の時代は自己手形を振り出すことが一人前のステータスの時代でしたが、私は逆に手形を無くすことで仕入れ先の信頼を得ていく方向に進みました。社員が注文をもらってきても、商品を仕入れられなければ商売になりませんから。一方、社員には「絶対断らない」「お客様の無理を聞こう」と言っています。ネット商売でできないことは、客先のペースに合わせ無理を聞くということ。だから「すぐ欲しい」「返品」等があっても「文句を言うな」と。

白樫　当社は切削工具専門の卸商です。間口は狭いが奥深く、幅広く、オリジナル製品もメーカーに製作してもらい、在庫をうまく置いておくのが大事な仕事になっています。バブル時は人手不足で求人しても人が集まらず、忙しく動き回っていたという思い出があります。「人・モノ・カネ」を重視し、やはり地域密着がキーワードだと思います。適正価格で提供し、経費削減など、会社でできることを確実にやり続けています。

小野　私は、平成７年に先代が亡くなって何の準備もなく急に役が回ってきました。バブル崩壊後ですが、我々の業界は屋台骨がどうにかなるほど、ひどくはありませんでした。ただ建設投資のＧＤＰ比が、平成４年の 17.4％を最高に平成 10 年に 14％、平成 22 年に８％強と年々漸減してきました。当時は故郷創生や地域活性などと言われた時代で、先代や幹部は出遅れた地域に自社で出店していくという薄い絨毯爆撃を展開していました。ところが東京一極化が進み、地方への多店舗展開による借り入れや過剰設備が足を引っ張り、当社としては建設投資のＧＤＰ比が８％台になりとんでもないことになってきました。そこで立て直しを図るべく大きな商圏のあるところに集中的に展開する、いわゆるドミナント戦略に舵を切りました。地方はネット対応ですね。当社は苦しい時を乗り切ったわけではなく、今まだ準備段階なのです。

後継者育成が第一

広瀬　若い人たちにひとことをお願いします。

堤中　社長になった時、一番しないといけないと思ったのは後継者の事でした。その時は子供が女の子一人で、その後、男の子ができました。そうなると、75 歳まで現役でいないといけなくなるのでリリーフが必要だと思い、社長塾のようなものを作ってプロパーを 20 年計画で育成しています。さもないと自分の引退までのカレンダーをいつまでたってもめくることができません。後継者の育成が一番大事な仕事です。

小野　うちは次男が就職難の時代だった３年前に「会社に入れてくれ」と来たので、下働きからということで２年間横浜に行かせ、今年の夏前に大阪に戻ってきました。この業界はスーパーマンのような高い能力があるから会社が変わるというのではなく、バランス感覚があって、始末、算用、才覚の基本的なものが備わっていれば何とかなると思っています。やるべきことを自分がわきまえてやっていけば、いきなりどうにかなるということはないと思います。

木村　若い人は個性がありません。極端に言うと、先輩が導入した商品を先輩が開拓した得意先に売るという、ケモノ道的な活動が多い。テレビでもネットででも情報を仕入れて、今担当しているところはこうすればもっと信頼度が高まるとか、メーカーの信用を得られるなど、独自の個性を磨いてもらいたいと思っています。

個性を磨き、額に汗を

広瀬　若い人に個性がないという話ですが…。

瀬川　ＩＴの発達で、営業が商品の事を勉強しお客様とネットを使ってやり取りするのは当たり前になっています。されどどんな時代にあってもやはり額に汗することが大切だと思います。「三共さんは良くやってくれる」という声が非常にありがたい。一生懸命な姿勢で「三共の社員はちょっと違う」と言われる事を認識させるように、ある時は誉めてやるのも大事だと思います。私も 67 歳なので息子に仕入れ・営業・海外開発を全てやらせており、もうそろそろ任せられると思っています。年配の執行役員がたくさんいるので、それらのメンバーに一目置かれる存在になるには、各分野でそれなりの実績を上げないといけません。

広瀬　濱田社長もバトンタッチまであと２～３年というお話でした。

濱田　親子は喧嘩ばかりですね。やる気があればいいと思っています。それが一番です。自分でやっていくしかないので、任せるなら放っておかないと仕方がないのかなと。ただ、いろいろな実例を見て回ってもらうという点で、ＯＭＪＣ等で色々な経験を積んでいってほしいと思っています。仲間や先輩の話の方が素直に聞いて、新しいものも吸収してきているみたいです。

白樫　うちは子供が３人おり、是非子供に継いでほしいという気持ちはありますが、後を継ごうという部分が見えず、無理矢理引っ張るのも良くないので自然に任せるつもりです。この業界は地味ですが日本の基盤を支えている業界なので、社員には喜びを掴んでもらって、楽しく仕事に取り組んでほしいと思います。

菊本　うちも濱田さんと似ています。息子は７年半トラスコ中山さんでお世話になり、当社に入社して５年になります。今年役職に就けました。子供が後継者として入社した場合、周りは全て父親の時代の人間です。その人たちとの協調を図っていくことが同族経営の難しいところであり、クリアしなければならないところです。全員が「息子やから社長やねんなあ」「お前より物を良く知ってる」という人ですから。息子には「身の丈のことをやりなさい」と言いたいです。また、息子と話すのが仕事上だけではなかなか難しいので同じ趣味を持つことにしました。趣味の間に一言二言でも仕事の話ができればプラスになると思って、去年からダイビングを始めました。

変化を受け止め、柔軟に対応

広瀬　各支部から出席して頂いていますが、それぞれの時代の移り変わりは如何ですか。

小野　西支部といえば立売堀で、大阪を代表する工具街でしたが、今は「どこが工具屋の街やねん」と言われるような単なる普通の街になりました。子供のころは工具屋さんがずらりと並んでいて、人も交通量も多く活気がありましたが、あちこちで大きいマンション計画があり、ますます住民パワーで旧来の商人が追いやられるのではないでしょうか。パソコン１台あればＳＯＨＯで、他所に物流拠点を持って商売できる時代になるかも。街としては奇麗でグレードアップするでしょうから、悪いことばかりではないとも思っています。

堤中　淀川支部の会員は 26 社で、まだ減ると思いきや今年の納涼会では例年になく盛り上がりました。社員さんが若返り、これからの若い人はなかなかやりそうだなと思いました。ただ地域として見ると、昔の工場地帯が住宅地に変わっています。我々の立地も変わってきており、今の場所で商売を続けるのがいいか、もっと工場の近くに移転するのがいいか、数年後には考えないといけないと思っています。

白樫　東大阪支部は会員 30 社で、隆盛期の半分くらいではないでしょうか。海外移転などでユーザーである町工場が半分くらいに減ったと聞いています。後継者問題の話がありましたが、高齢の社長さんは後継ぎがいなければ廃業という形も出てくるかもしれません。

濱田　堺は、昭和 30 年代に堺泉北工業地帯の埋め立てが始まり、浜寺公園の松と砂浜が消えて埋立地ができました。その頃は勝手に得意先が集まってきてくれたので良い時代であったと思います。最近ではシャープさんが新日鉄跡地に来ましたが、今はもうシャープではなくなりました。変化のスピードが凄く早いですね。グローバル競争が激しく、そんな波も受け止めて乗り切っていかないといけません。

木村　そういえば、当社が滋賀の工場を諦めた理由の一つは、準工業地でありながら 10 数年前にマンションができたことにあります。フォークリフトを走らせてもシャッターを開閉しても苦情を言ってきます。これでは生産できないということで移転を決めました。工場地区の集約化が進むかも知れません。グローバル経営の必要性と合わせて、機械工具業界としてプロジェクト的に対策の検討を急ぐ必要があると思います。「モノづくり」こそ日本の基盤のはずですが、それが思うようにできなくなるというのは非常に悲しいですね。

工具商が無くなれば、日本の生産は止まる　誇りを持って、お客様支援

広瀬　白樫社長がおっしゃった様に、日本の基盤を支えてきましたからね。

菊本　ミスミやモノタロウが 30％や 40％のシェアを取ったとしても、我々の業界が無くなれば明日から全ての産業で何も動かなくなると思います。我々が工具・機器など工場用副資材を供給しなければ、たちまち工場で工具の欠品が発生したりしてラインが止まり、生産ができなくなります。特に突発のライン事故や欠品に即

対応しているのは我々工具商であり、ネット販売業者ではありませんから。これは一つの誇りです。

瀬川　最近の動きとして、少子高齢化は考えておかないといけないですね。淘汰の激しさは今以上になると思います。ミスミの昨年度は売上も利益も最高でした。カツヤマキカイさんのようにメーカー部門、物流部門を持ち、海外にも進出しました。アリババジャパンは、ＩＴを活用して日本に居ながらにして世界で商売できるのがテーマで、現地法人を開設するのが難しい会社を何十万社と募って展開しています。やるやらないは別にしてそんな事例も参考にしながら視野を広げ、我々はどうあるべきかを決めていく必要があります。

堤中　当社のミッションは「お客様、ものづくり支援業」と定義していて、単にモノを売るだけでなく、お客様の困り事を解決することが当社の仕事だということです。どんなことでも本業に転嫁できるので、如何に頭を使うかが勝負です。社員に持ってほしいのは「お客様の役に立っている」という誇りです。

広瀬　大阪機械器具卸商協同組合が100周年を迎えましたが、組合に望む事はありますか。

堤中　各社に共通の事は何かというと、人材育成ですね。それ以外は各社バラバラだと思います。現在も幹部候補を育成する講座や、新入社員の教育講座などを開いていますが、我々も協力して業界の人たちの質を向上していければいいと思います。

木村　社員の結婚が結構遅いので、結婚を斡旋するような事業はできないでしょうか。一生独身かと、ちょっと心配になって来るんです。福利厚生面で組合ができることを支援する方法を考えて頂きたいですね。

広瀬　そういう活動も良いですね。本日は貴重なお話をお聞かせ頂きありがとうございました。100周年を機に、一層のご発展をお祈りいたします。

座談会３

メーカー座談会

モノ作りの現場から卸商に望むこと

とき　2013（平成25）年9月25日（水）　AM11：00～PM2：30
ところ　ホテル日航大阪　蘭の間

大阪機械器具卸商協同組合100周年記念事業の一環として、機械工具各業界のメーカー代表による座談会を開催した。商品を提供するメーカーの立場から見た機械工具流通業界、共存共栄を図るための方向性、期待など様々な観点から率直な意見を聞くことができた。直販店を代表して西川正一西川産業社長、卸商を代表して田中康造喜一工具相談役（大阪機械器具卸商協同組合理事長・全日本機械工具商連合会会長）も出席し、充実した内容となった。

【出席者】（順不同）

寺町 彰博氏
ＴＨＫ株式会社 代表取締役社長
日本工作機器工業会会長

渡辺 一郎氏
トップ工業株式会社 代表取締役社長
全国作業工具工業組合理事長

中川 徹 氏
株式会社ミツトヨ 代表取締役社長
日本精密測定機器工業会副会長

柏木 武久氏
昭和電機株式会社 代表取締役

上原 好人氏
株式会社タンガロイ 代表取締役社長
超硬工具協会常任理事

浜田 義美氏
コベルコ・コンプレッサ株式会社
取締役営業副本部長

堀 功 氏
株式会社不二越 取締役工具事業部長
日本工具工業会理事長

福村 治氏
株式会社キトー
執行役員東アジア事業本部副本部長

【組合出席者】

田中 康造氏
喜一工具株式会社 取締役相談役
大阪機械器具卸商協同組合理事長

西川 正一氏
西川産業株式会社 代表取締役社長
大阪機械器具卸商協同組合総代

【オブザーバー】

牛田 幸吉氏
原口機工株式会社 代表取締役
大阪機械器具卸商協同組合副理事長

【司会者】

広瀬 友彦氏
日刊工業新聞社
編集局産業部 副部長

メーカーから見た流通への提言を

田中　当組合は、今年100周年を迎えました。機械工具業界を代表するメーカー様にお集り頂き、業界全体として皆さんが感じておられる事、また業界としてどうあるべきかといった将来の話をお聞かせ頂きたいと思います。我々の業界は、この100年の間、メーカー、問屋、直需販売店（以下 直販店）という流通組織が殆ど変わっていません。非常に古い体質のようですが、中抜きなど流通が変わった時、我々が取り扱っている100万点を超える商品を最終ユーザー様にスムーズに供給できるのかどうかを考えると今の体制が必要ではないかとも思います。一方で電子商取引の発達があり、技術的な要求に応えられる販売体制も求められています。本日はざっくばらんに、メーカー様の立場で問屋・直販店、そして我々の業界に色々ご提言をお願いします。

牛田　100周年のキャッチフレーズを「未来へつなぐ業界の誇りと希望」として色々と企画し、メーカー代表、若手経営者、各支部代表の３つの座談会を行います。本日はメーカー代表の方々にお集まり頂き、忌憚のないご意見をお伺いしたいと思います。

西川　直販店の立場で出席させて頂きました。組合に参加している会社は社員数が20人以下のところが殆どですが、弊社は約150人の多人数多店舗展開をしています。今日は直販店として日頃感じていることをご披露させて頂きたいと思います。生産財のメーカーさんは世界に誇れるトップメーカーで、我々が生き残っていくために、どのようなことをユーザー様との間に入って為すべきなのかを経営者、特に30代、40代の若手経営者は真剣に考えておられます。メーカー様が何を求めておられるのかに耳を傾け、直販店として仕掛け・仕組みを作っていく若手経営者が増えてくればこの業界も捨てたものじゃないと思っています。

広瀬　では本論に入ります。まずは自己紹介を含めて、各業界の現状をお聞かせ下さい。

寺町　ＴＨＫ社長の寺町です。日本工作機器工業会の会長を務めています。当工業会は、ＴＨＫが所属する部分品（直動製品・ボールネジ・クラッチなどの機構部品）、工作物保持具（チャック関係）、工具保持具（ツーリング関係）、附属機器（テーブル・セパレータなど工作機械周辺）の４つの部会があり、正会員58社、賛助会員８社の計66社で構成されています。2012年度の販売額は約1500億円で、この内６割強が部分品です。

中川　日本精密測定機器工業会の副会長をしていますミツトヨの中川です。当工業会は来年60周年を迎えます。正会員は37社、賛助会員は外資系が多く11社です。売上規模は900億円弱です。リーマンショック前から比べると80％程度に留まっています。当工業会の販売額中の輸出比率は増加傾向にあり、現在５割弱とな

っています。製品構成で見ればゲージ関係の会社が多く、マイクロメータ・ノギス等の測定工具、三次元測定機はじめ測定機器のメーカーで構成されています。技術交流を図る他にＪＩＳ規格関係の活動が活発で、外為法などの法制面のフォローもしています。また、２年に１度、日本光学測定機工業会と共同で「測定計測展」を主催しています。まさに本日東京ビッグサイトで開会式の為、吉田均会長（東京精密）が出席できないので代理で出席させて頂きました。ミツトヨ自身のことを申し上げれば来年（2014 年）に 80 年を迎えますが、80 年の歴史は正に皆様と共に歩んだ歴史と言えます。

上原　増田照彦理事長（三菱マテリアル）の名代で出席しましたタンガロイの上原です。超硬工具協会は正会員 37 社、準会員７社、賛助会員 24 社で合計 68 社からなる超硬合金製品をベースとした協会です。昨年は出荷額が 2,757 億円で、2007 年の 3,573 億円をピークに、2009 年のリーマンショックで 2,000 億円規模に落ちて、2010 年・2011 年と伸ばしてきましたが、2012 年度は再び 5％ほど落ちました。超硬製品は切削工具、耐摩工具、土木鉱山工具の３分野があり、80％位が切削工具です。また国内出荷額の７割くらいは国内販売です。輸出比率はバブル景気の 1990 年が 13％位、2007 年が 25％、昨年が 30％と毎年高まっています。もちろん海外進出した日系企業向けへの出荷が増えているので、その分輸出比率が膨らんできているといえます。タンガロイは 2004 年に東芝グループから離れ、2008 年末に世界２位の超硬工具シェアを有するＩＭＣグループに入り事業拡大を図っています。海外では超硬工具メーカーの合従連衡が盛んですが、国内は三菱・住友・京セラなど大企業の１部門という位置づけの会社が多く合従連衡が進んでいません。当社は単独経営をしていたということもあり現在の経緯を辿っています。

堀　６月の総会で日本工具工業会の理事長に就任しました。正会員が 35 社、賛助会員が 15 社の合計 50 社です。超硬工具協会とは近い関係で、当工業会も切削工具が主体です。2012 年度の業界出荷は 1,006 億円でしたが、リーマンショック前が 1,200 億円でしたので、まだ 85％位までしか戻っておりません。この内 200 億円以上が超硬のソリッド工具になっています。ドリルは 220 億円、エンドミルは 210 億円、タップが一番多く 310 億円で、当社が得意な自動車業界向けブローチ・歯切工具が 200 億円となり、これら主力４商品で 80％以上を占めます。輸出は 25％ですが、以前は 17 ～ 8％であったので年々増えています。特にタップは出荷の約半分が輸出となっています。今年度の見通しは、円安影響もあり輸出が回復し、昨年度より 5％以上の出荷増を見込んでいます。当社は 1928 年に切削工具の製造販売が出発点ですが、現状は切削工具の売上高が全体の 16％、主力はベアリング、油圧です。また工作機械・ロボット・特殊鋼など様々な生産財を作っているのが特長です。

渡辺　全国作業工具工業協同組合の理事長を務めていますトップ工業の渡辺です。作業工具、いわゆるハンドツールの業界で、レンチ、刃物関係、ねじまわしなど鍛造品が主です。建設関連、自動車関連、機工・電設関連が主な仕向け先になります。会員は 25 社、賛助会員が２社で、組合の年間売上高は、約 500 億円の業界です。リーマンショックから５年過ぎ、当時国内販売が大幅に減少しました。為替の影響により輸出も大きく落ち込みました。現在は、輸出比率は 25％位です。リーマンショック後は、当社も含め一部の企業が雇用助成金を１～２年間もらいました。東日本大震災の後、復興特需を感じるようになってきましたが、超円高の継続に加えて海外の諸問題などにより昨年秋以降、国内景気の上昇感にブレーキがかかりました。昨年

末に政権交代があり、日本経済再生最優先のアベノミクスに非常に期待してきました。しかし、発表から８カ月経過して、これまで景気上昇の実感はない状態が続いていました。ようやくここにきて若干の回復感が数字にも出てきているところです。当社はレンチ類が主体です。リーマンショックで販売は大幅に落ち込みました。昨年後半から今年早々まではかなり厳しく、ここにきて動きが感じられるようになってきています。これからの本物の景気回復を期待しているところです。

柏木　昭和電機の柏木です。当社は送風機メーカーです。送風機は非常に単純な機械ですが送風機の種類となると複雑で、例えば製鉄会社の高炉に風を押し込むための１台5,000kw位のモータを使う大きい送風機から、コンピュータに入っている数ワットの送風機まで全て送風機です。経済産業省自体もデータをまとめきれていない状況です。大きな5,000kwクラスや電力会社が使用する1,000kw、2,000kwクラスを除き、機械工具業界でお世話になっているのは55kw以下の送風機、中心は3.7kwクラスになります。当社は設備器具と言われる鋼板構造の送風機と、部品機能の成型部品を使った送風機の両方を生産しており、工場を２つに分けて生産しています。業界団体が無いので当社が作成しているやや主観的なデータをご紹介しますと、製鉄会社や電力会社で使っているのは800～1200億円程度。モータを装着した電動送風機の市場は約200億円で、その内当社は約40億円を占め、45%位のシェアがあります。当社の全売上はリーマンショック前が73億円、リーマンショック直後は43億円まで落ち、現在は60億円位まで回復してきていますが、なかなか伸びてくれません。社員は181名おり、売上を考えると非常に心細い話です。

浜田　コベルコ・コンプレッサの浜田です。空気圧縮機の状況としましては、弊社でいう中型機（15～90kw）の出荷台数としては2006、７年が直近のピークでした。昨年の出荷台数はピーク時より20数%ダウン、昨年は８月から減速し、12月にやっと持ち直した状況です。また、今年の近畿地区は対前年比５～6%落ちており、決してそんなに良くないと考えています。今後は国内の空洞化など色々課題がありますが、東京オリンピック開催などのことを考えますと、これ以上悪くならないと見ています。神戸製鋼における空気圧縮機は、コベルコ・コンプレッサが国内の専業メーカー、海外は神戸製鋼本体でビジネスをしています。私は西日本の担当であり、静岡から九州までを管轄し、各地を巡回しております。13年上期において名古屋地区はかなり良くなってきており、自動車産業の裾野に動きが出てきた感がします。また広島の大手自動車メーカーもラインを増強するということから、13年下期は中国地区も良くなるのではないかと期待しています。しかしながら、何より関西地区がもっと良くなって欲しいと期待しています。

福村　キトーの福村と申します。当社は揚重機メーカーです。業界団体はありませんので、同業者との情報交換から得られる業界の動向をご紹介します。揚重機は大きく分けて２種類あり、一つはリンクチェーンを使ったチェンホイスト、もう一つはワイヤーロープを使ったワイヤーロープホイストです。それぞれ専業のメーカーがあり、両方を総合的に手掛けているのは当社だけだと思います。全体的にはリーマンショック以降落ちるだけ落ちて少しずつ回復してきている状況です。国内で消費されるものは横バイまたは減少傾向にありますが、輸出向けの生産量は増えています。ただ、企業規模の大きい会社はありませんので、日本国内に製造を残しながら販路として海外に活路を求めているのが現状です。当社は世界各国の地域事業部制へ

の移行を進めており、私の所属する東アジア事業本部は日本国内、韓国、台湾を管轄しています。海外販売を推し進めており連結売上の70%が海外になりました。製造は基本的に日本国内で、国内製造品の50%を輸出しています。我々の製品は、製造業の設備投資に支えられている側面と、建設・土木工事の道具として使われる側面があり、アベノミクス、オリンピックで機運は盛り上がっているものの製造業の海外流出もあり設備投資はなかなか回復せず、国内市場では苦しんでいるのが実情です。

日本でのモノづくり育成が必要

広瀬　やはりグローバル競争は間違いなく激しくなってきています。日本のモノづくりについてどう見ておられますか。

寺町　90年代までは国内でつくって海外へ輸出するのが中心でした。2000年代に入って機械産業分野も海外進出が本格化することにより現地での供給が中心になってきました。海外から日本への配当は増えますが、日本からの輸出は減っています。やはりもっと日本でのモノづくりが活発になることが重要です。例えば自動車メーカーも海外へ生産をシフトしていますが、そんな中でも2013年の国内生産が予定より25万台増え965万台が日本で生産されるという報道がありました。ありがたい話です。新しく国内に組み立て工場が作られるという話もあります。一方、我々も部品を納めていますが、超円高のときは海外で作って日本に輸入して納入して欲しいとの要求もありました。日本メーカーが海外で部品を作って日本に持ってくるケースも出てきて、むずかしいモノづくりの時代を迎えています。だから、ロボット等日本から世界に向けて発信できる産業を育成していくことが必要だと思います。そうすればその周辺分野を担う我々も仕事が残っていくのではないでしょうか。

広瀬　安倍政権のアベノミクス、投資減税などは。

中川　当社はそれを活用して設備投資する計画です。今、生産は殆ど国内でしています。過去には海外でトライしたこともありますが、多品種少量生産なのであちこちに分散して工場を持つという作り方は向かない面があります。海外メーカーも部品は自国でつくって現地でアセンブリするとか、部品を現地でつくらせて本国でアセンブリするなど、生産全体を海外に持っていくというのは多くありません。当社の場合は、品質維持と、生産量を安定させるという意味も含めて国内生産中心で考えています。もちろん円高時は為替の影響を受け苦労しますが、それでもやれる体制にしていくための設備投資とも言えます。一方、メーカーとして自社製品の販売の観点から日本全体を見たとき、生産財のキャパは兆円規模で余っているはずなので、それを如何にこなして、如何にビンテージの部分にアプローチをして設備投資に向けてもらうかが大事だと思います。また我々の業界は、品質管理・クオリティ

コントロールの観点から、レベル向上のための投資を期待しています。まだまだ品質管理の面で我々メーカーとしてソリューションをご提供できる面があると思っています。例えば、自動車部品のモジュール化が進む中で１つの不良品が大量の不良（リコール）を呼んでしまうことから、日本も含め今まで以上に品質管理を重視する世界的な動きがあるからです。是非今回の設備投資減税を活用してアプローチをして行きたいと思います。

重要部分は日本製

柏木　我々が一生懸命作ってきたせいで送風機の耐久性がやけに良くなり、上手に使われますと１万円の送風機が20年使えるということが現実にあります。技術が上がると商品単価が下がるという面もあります。送風機は単純な機械ですが、要素技術は幅広く、その要素技術を横に拡げて他業種に向けた展開ができないかと色々試作しています。送風機メーカーはほとんどが国内で、中国やタイ等のメーカーもありますが日本製品ほど耐久性はありません。日本メーカー製だと何十年ももつので、重要な部分で使われる送風機は日本製が使われます。5,000kw、3,800kw、2,000kw といった巨大なものは、全部国内メーカー製で、海外メーカーの入る余地は無いと思います。

広瀬　タップは日本のメーカーが強いというお話でしたが。

堀　さきほど申し上げたとおり、タップは半数が輸出で、日本のタップは世界で３割以上のシェアを占めていると思います。日本のタップ品質は非常に優秀で、かつ、クオリティも価格も世界で通用する商品だということです。タップに関して言えば、日本の技術力が東アジア・東南アジアを席巻していますので、ここでは追随するライバル企業は限定されます。タップは日本が誇る素晴らしい商品のひとつだと思います。

近年、エンドミルの生産が大きく減少しています。日本の金型メーカーがここ４年くらいの間にどんどん東南アジアに出ていってしまったり、大手の金型メーカーが海外企業に買収されたりということを危惧しています。日本の産業を支えてきたのは金型業界であり、そういう裾野が無くなっていくようで不安です。但し、その金型加工を支えている要素技術は切削工具の技術だと考えており、我々の業界が日本に金型マザー工場を残すためのコスト低減活動や新たな加工法の提案をどんどんする必要があります。当工業会は中小メーカーが多いのが特徴ですが、それぞれ特長をもった一芸に秀でた企業が生き残っていて、小回りのきく体制を活かして新しい工具開発をしています。その開発力を日本は大事にしないといけないと思っています。隣に上原社長がおられますが、切削工具業界が優れた製品開発をして、工具寿命がどんどん延びて消費量が減ってしまう心配もありますが、日本の産業の競争力を上げるためには、優れた工具を開発して日本の産業界の生産効率を世界一にすることがより重要だと思います。生産速度・切削速度・加工効率を上げると工具の消費量も上がるのではないかと淡い期待を持っています。技術は切磋琢磨しないと進歩しないので、業界が一丸となって皆が頑張る時だと思います。

品質維持には日本生産を

上原　当社も海外生産ということで、以前、中国でかなり上流の工程からトライしましたが、高額な設備を使うプロセスが多く、しかも上流工程にいくほどノウハウがからんで、品質を維持するという意味で海外生産のメリットがでてきません。結局色々な工夫をしながら国内で生産した方が最終的には帳尻があうと考えています。自動車メーカーからは現地調達というプレッシャーを受けていますが、現地で作りやすい部分だけを切り離して持っていくという方法は仕方ないと思います。先日、国内の製造業の4割くらいが20年前の機械を使っているという記事がありました。今の機械は20年前と比べると消費電力が半分だということなので、スキルだけのマザー工場ではなく、採算の合う工場に切り替えていくことに我々も考え方を変える必要があると思いました。政府の支援があればピッチもあがると思うので、為替状況だけで国内を悲観するのではなく、知恵を出しながら盛り上げていく必要があると思います。

ユーザーをメーカー工場へ案内

広瀬　メーカーと一緒に取り組んで印象に残っていることは。

西川　直販店として、ユーザー様にメーカー様の最新情報をお届けすることが大事な仕事の一つです。その中でそれなりに成功してきたパターンではないかと思うのは、メーカー様の工場にユーザー様をお誘いしてお連れするか、或いは、商品開発に近い人物に逆に来て頂いてセミナーや講演会をユーザー様に近い会場で開催するということが、大きな情報発信だと思います。また、メーカー様から見れば、ユーザー様から「こんな使い方はできないのか」、「困っているけどこんな商品はないのか」など会場での生の声をアンケートの形で語って頂くことが非常に大きな仕事だと思っています。そういうことを熱心にやっている会社と、あくまでも受け身でしか情報をお届けできていない会社の差がこの10年・20年・30年で出てきたと思います。100人も200人も集める必要はなく、大事なお客様10人でも5人でもいいと思います。その時、開発コンセプトを深く知らず受け売りだけの営業の方ではなく、開発者に近い人に如何に講師として来て頂けるかどうか、そのつなぎのところは問屋さんの出番だと思います。直販店ではそういうメーカー様の人物とつながるパイプを持つ人は非常に少ないですので、問屋さんが一緒になってその人脈の強さでメーカ

ー様を口説いて頂きたいですね。「人が情報」ということで当社はそれを非常に熱心にやってきた会社の一つだと思っており、それが生き残ってきた要素の一つだと思っています。

広瀬　メーカー様の立場から見て如何でしょうか

中川　我々は販売を殆ど代理店様・特約店様を通してお願いしています。今の形をつくったのが1975年前後だと思います。直販店様からの工場見学や勉強会を積極的に受け入れ、当社自身も新商品の勉強会、測定工具・機器商品の勉強会などを積極的に開いています。大手ユーザー様の場合は技術交流会をしています。これは開発人同士が喧々諤々とやるもので、守秘契約を交わしてやっているものも多くあります。

流通生き残りに2極化　きめ細かい対応・エンジニアリング力強化

広瀬　流通に対して要望はありますか。

中川　ユーザー様といかに接点を密に持って頂くかがポイントだと思います。当社もメーカーであると同時にユーザーなので、その経験からお話ししますと、生き残っていかれる会社は2極化するのではと思います。一つは痒い所に手が届くきめ細かい対応をする生き方。もう一つは、もう単品を販売するだけでは成り立たないので、何らかの形で周辺のものと組み合わせるエンジニアリング機能を持つ会社です。そういう力を持つことが将来の方向性の一つだと思います。他のやり方ももちろんあると思いますし、直販か卸かによっても変わってくると思いますが、自分たちはどっちで生きていくのかを考えるべきだと思います。

柏木　当社の代理店様は1968（昭和43）年頃に17社ありましたが、一気に8社まで絞りました。その後8社の代理店様を通して直販店様に色々お願いするという構造が現在まで続いています。同時に、当社は創業者が「売ってなんぼやろ」という精神をずっと持ち続けていたので、2代目の私も売るという体制を確立したいと考えており、メーカーか商社かとよくいわれるほど多い70人の営業担当がいます。その70人のうち43人が外に出ていて、直販店様にお邪魔してユーザー様に同行する、あるいは直接ユーザー様にお邪魔をして商談だけまとめてくるというやり方を続けています。商談会は非常に効果があるので、今年は9回くらい開催しました。結果的には非常に成功したと思っています。ただ、部品機能として売って頂ける商社様、部品機能としてお使い頂けるユーザー様を中心に一生懸命ＰＲしてきましたので、2年に1回一台、3年に

１回一台購入頂けるようなお客様は実はＰＲの対象から外していました。それを暗黙の了解で直販店様にお任せしようとしていたのですが、その効果がでてこない面があります。職場環境を良くすると考えた場合、８割くらいが送風機で充分対応できます。だから全ユーザー様をお客様だと明確に認識して頂けるようになってきていて、私も社員に一台というお客様にどういう提案ができるのかを詳しく話して発破をかけているところです。

堀　当社の場合はディーラーの方々にユーザー様を工場にお連れして頂きたいとしきりに言っています。例えば、毎年定期的に10人から15人のユーザーグループを工場に招き、１泊２日で当社の商品を深く知って頂く機会を設けています。10年以上地道な活動を続けており、ユーザー様との接点をつくって頂くことがディーラーの一番の大きな役割だと思います。このユーザーセミナーでは、事前にユーザー様で日常起きている困りごとを持ってきていただき、対策を実演により解決する、あるいは、直接我々の技術者がその場で聞き、その場で提案を行ったりする形をとっています。工場は富山と遠く、来て頂くのに不便ですが、拡販のための一番重要な方策だということは私も同感です。もう一つは、全国20か所に共栄会組織があり、定期的にメーカーの技術者を呼んで新商品の紹介などをしています。工具はライフサイクルが長くて、使ってみないと分からないことが多いので、代理店様が接点になってもらって最も詳しい開発者・技術者を派遣するということを続けています。もう一つは、年２回、ディーラー様の営業マンを直接教育しています。全国からおいでいただき過酷なセミナーをしています。実際に役に立つようにツールレイアウトを自分たちで考えて参加者の前で発表したり、切削条件まできちんと求めさせるところまで教育をしています。私は切削工具に30数年間携わっていますが、切削工具を好きな人を育てていかないとこの業界は良くならないというのが持論で、工具を好きになって頂きたいと常日頃思っています。切削の奥は深いですから理論をきちんと学び、好きになることこそ販売の一番の糧になると思っています。

新商品開発はメーカーとして当然であり、それを如何にユーザー様に伝えるかに代理店(卸商)様・ディーラー（直販店）様の生きる意義があると考えています。機械工具商は色々な産業を支えている魅力ある職業ということをきちんと伝えて、この職業は本当におもしろいということを業界あげて知らせていかないと若い人がなかなか入ってこないと思います。

西川　そういう意味では、「ほこ×たて」の番組は大きく貢献しました。絶対穴の開かない金属と何でも穴を開けるドリルの対決。あれは良かったですね。

上原　当社は最初に負けました（笑）。お客様から「あの穴の開かないドリルを持って来てくれ」と言われました。

西川　あの番組のインパクトはすごいです。この業界はいいんだよというメッセージで、各工具メーカーさんが勇気をもって出て下さったのは良かったと思っています。金属の方が有利なので、いつも負けるだろうとは思っていましたが。

商品コンセプト・企業理念をユーザーに伝える

広瀬　キトーさん、海外のこともふまえて商社との関係をどう考えておられますか。

福村　日本の機械工具流通制度は、冒頭田中理事長がおっしゃられたように、古い仕組みが続いてきていることは間違いないと思います。それが成り立っていることは、日本市場の特徴で、韓国や台湾はユーザー様が直接メーカーと、代金前払いでも商売したがることが多いですね。今出来上がっている流通制度の中で、キトーではバリュービジネスをやろうといういい方をしています。

キトーは機械の構成部品を売るわけではなく完成品を売っているメーカーなので、価格だけで勝負するのではなく、商品の営業戦略や、商品に持たせているポリシー、会社の企業理念などを、流通を通じてしっかりとユーザー様に届け、それを認めて頂いて、ビジネスにつなげていきたいと強く感じています。当社の営業マンも、新商品が出ると一生懸命スペックや特徴・用途場面を説明するのですが、それをどうやって売って行くかを流通の方々と共有ができていなかったり、お客様にとってのメリット、我々の目指したいところなどをなかなか説明しきれていません。その反省から、本当に提供したいもの、一番ユーザー様に伝えたいものを共有して一緒にユーザー様に伝えて頂くことが流通に期待したい一番のポイントです。

広瀬　なぜ共有できていないのでしょうか。

福村　それは色々あると思います。メーカー側の問題も当然大きいと思います。きちんと伝えられていないとか、工場に来て頂いて、モノを見て、触れて頂く機会をなかなかつくっていないとか、話し込みが足りないという根本的なこともあるかもしれません。一つの商品も多くのメーカーがありますので、流通の方は色々なものを取り扱いされており、お客様が言ってきて売れるものなら何でも扱うという傾向に見えます。各流通の会社が何をどういう風に売っていきたいのかが我々からも見え難くなっています。

上原　超硬工具の例を見ますと、欧米の大手メーカーは直販比率80％、国内は全く逆の状態です。当社としては、自前のセールスだけでは当然マーケットをカバーできず、流通の営業マンの方々に我々の商品をよく理解して頂くことが一つのキーになりますので、5、6年前からマイスター教育制度というのを導入しました。A・B・Cコースを順次受けて頂いて、最終がマイスター教育になっていますが、ペーパーテストで合格したら免許証のような認定証をお渡ししています。合格率はかなりきびしいですが結構評価して頂いています。目的は製品知識、マーケティング手法や商品の特徴を捉えてお客様に説明して頂くことです。年2回、全国大会を開いており、直販店のセールスの方が事例を発表され、優秀な方には優秀賞をお渡しします。西川社長がおっしゃったように、最終的にはエンドユーザー様に当社の商品をきちっと分かって頂く必要がありますし、流通の方にもお客様を囲い込むという意味で、工場に来て頂いて、製品のデモ・プレゼンをお聞き頂くということを1泊2日コースでやっています。これは国内外含めてですが、ほぼ席に空きがない位に込み合っており効果があると実感しています。

渡辺　我々の業界は基本的に卸商社様を通して販売しています。ハンドツールは小さいものなので直販店様、ホームセンター様などのお店に陳列してお客様から感じて頂いて買って頂いて評価を頂くという流れです。当社は150人の小さい会社で、鍛造屋であり鍛造製品が主力です。10か所営業所を持っていますが、基本的には卸商社様のお手伝いをさせて頂きながら、直販店様・ユーザー様に対して、同行販売・同行ＰＲをしたり、単独で訪問させて頂いたり、新製品紹介をしたりしています。一方で、商品ＰＲとユーザー様からの要望・情報をお聞きしています。当社の商品には直販店様・ユーザー様からのご意見・ご要望によって開発した商品がたくさんあります。ユーザーさんはアイデアを非常にたくさん持っておられます。少ないロットでお作りしているものも結構あります。われわれは鍛冶屋であり、メーカーです。製品の品質を理解、そして評価して頂くには生産現場を見て頂くことが重要と考えています。お客様には是非工場に来て頂きたいと思っています。

女性戦力化に分科会を

浜田　当社の製品は汎用品ですので全ての工場に入っています。一番のキーワードは省エネです。送風機とまったく一緒です。70kw、100kw機をフルで一年間使えば700万円、800万円の電気代を使います。これを10%、20%下げることを卸商社様・直販店様に提案して頂くことが一番期待するところです。卸商社様に関しましては、入社5年目位の方を全国からお越しいただき3日間の缶詰研修を行っています。もう10年位になります。卸商社様には研修内容を前向きに日常の仕事で使って頂きたいですね。一回だけの研修で終わるのでなくデイリーの仕事で使って頂き、その手法を直販店様に伝授して頂きたい。ここに卸商社様の生きる道が大いにあると思います。時折、直販店の担当の方々には「あなたが食っている所はどこなのか、上位10社全部名前言ってみて」と聞いています。現場に行かれているので、当然好況業種や物が動いている業界が分かっているはずですが、明快に答えられる方がなかなかおられません。自分たちがどのフィールドで食っているのか、別のフィールドならもっと儲かるかもしれません。そんなことをもっと幅広く考えるべきだと思います。そういう情報を私共に頂き、またそこに切り込むという風に、お互いキャッチボールしながらやっていきたいと考えています。もう1点、ある展示会に行きましたら女性の販売員が多いんです。大機器協にお願いしたいのは、女性が結構ハードな仕事をしているので、女性だけの分科会とか情報交換会があってもいいのではないでしょうか。女性営業マンのポジションを確固たるものにし、彼女らが仕事しやすい環境にするためにもご検討をお願いします。

コーディネートが商社の強み

寺町　ＴＨＫでは国内の６割が直需、４割が直販店様・代理店様を通じて販売しています。部品でありながら意外と流通を使っています。企業は、どんなにいいものを作っても物を売らなければ生きていけませんので商品についてはよく考えますが、まずコモディティ商品かコモディティ商品でないかという２つの区分けができると思います。コモディティに関しては一般消費財の歴史が物語っている気がします。たとえば昭和40年台は松下電器の家電商品は町で松下の看板を揚げたお店が全国を仕切っていました。昭和50年台後半からは量販店が生まれてきて町の家電商店は減少して行きました。今では、アマゾンなどのネット販売が強くなってきており、量販店が苦しい状況になってきています。アマゾンのラベルを貼って送ってきますが、実際は町の小さい店が商品を送っているんですね。小さい店も生き残っています。消費財の場合はアマチュアが多く、我々のようなＢ to Ｂはお互いプロの集まりですが、このような一般消費財の動きが我々のＢ to Ｂの世界にもあるのではないかと思っています。一方、メーカーが色々な情報をもらって個々に対応する商品が非コモディティの分野です。その中で重要なことは、我々メーカーは自分たちで色々コーディネートできるだけの商材を持ちたいと思ってはいるものの、実際はそれぞれ専門分野があって全てを扱うわけではありません。しかし商社様は色々なメーカーとお付き合いがあり、総合的にコーディネートできる商材が揃っています。我々が扱えるのはあくまでも我々の範疇で、周辺にあるモータ、配線の組み合わせなどをしますが、これは実は専門ではありません。それを膨らませてコーディネートできるのは色々な商材をお持ちの商社様の強みだと思います。コーディネートをしていると「ここがまずいぞ」などとメーカーに対し要求も出てくると思います。ユーザー様から言われたことをメーカーにそのまま返すのも大事ですが、コーディネートしている中での問題点を返せるようになれば我々にも大きなプラスになるし、商社様の強みも出てくると思います。コーディネート力の強化が必要だと思います。ビジネスの形態が変化してきた理由を考えると、情報と物流を一日で伝えられるのが町の範囲だった時は町の商店が重要だったわけで、宅急便ができて一日あれば日本全国に届くようになり、テレビで情報が発信されるようになってくると大規模と言われる店で良くなってきました。そしてインターネットの世界になって、ネット商社が大きな資金力を活かすようになってきました。従来の御用聞き的な動きをそのまま続けるなら、日本でなくて大きな商社があまりない新興国を開拓した方がいいと思います。日本でやるならばコーディネートする人たちを育成する仕組みを考えるべきだと思います。

広瀬　色々な意見が出ましたが、田中理事長いかがですか。

田中　色々振り返ってみますと、昔は各メーカー様と家族的なお付き合いをさせて頂いていたと思います。「うちはこの代理店をしているのでこれはやらない」というようなことも言っていました。メーカー様の代理として、販売部門としてプライドを持って色々考えていたということでしょうか。物が無い時代だったからかもしれません。当社は海外メーカー様と多く取引していますが、今も総代理店として任せて頂いていますので、家族的なお付き合いをし、工場見学や実習もやります。

ただ、反省しますとその場限りで、そこで得た知識・情報をアーだコーだといっているだけで長続きしません。我々問屋業がこの業界におけるマーケティング的機能をもっと持たなければいけないと思います。しかもメーカー様が問屋を通してこのマーケットをこんな形にしてみようというところまで出てくれば、相当熱が入ると思います。中川社長が言って頂いたように、一つのメーカー様だけでなく組み合わせをできるのが卸商社ですし、直販店様と一緒にそのマーケットを攻めるということが、これからの我々の役割だと感じています。ただ今までは量を売る代理店が強いとか、価格が有利だとか、直販店様でも特約店制度等があり量を売ればリベートが出てくるとか、場合によっては問屋の仕入れ値段より直販店様の仕入れ値段のほうが安いんじゃないかという現象が起きたりします。量を売れば何とかなるという時代からバリュービジネスへの転換を真剣にやらなければならないと思います。メーカー様とどういう形で手を組んでその方向に変えていくのかを具体化しないといけませんが、何から手をつければいいか、なかなか具体的な形が出てこないので、さらにメーカー様各業界の皆様のご意見を頂きながら改革に取り組む必要があると思っています。先ほど女性の登用の話がでていました。我々の幹部のみなさんが機械工具の基礎知識の本をつくりました。毎年若手の皆様に集まって頂き勉強会をしていますが、その中には女性がたくさんおられます。そういう人たちを基盤にして広めていくのもいいと思います。若手経営者の皆様においては先生にお願いして2年間の経営者教育をして頂いています。その中に今後メーカー様とのふれあいも入れていけば、何か違った動きができるかなと思います。もう一度原点に戻り、メーカー様と階層別に横のつながりをつくっていくような場も必要かなと感じています。また、問屋としてはマーケットリサーチも色々やるんですが、工夫しながら本当にユーザーさんが求めているものをもっと引っ張り出してくる必要があると思います。先ほど、まだまだ設備投資の更新ができていないという話もありましたし、まだまだやることがたくさんあるなと思いました。各メーカー様から、我々がやるべきことをもっとストレートに言って頂ければありがたいと思います。

広瀬　今回、若手と各支部代表の座談会を開催し、メーカーさんへの要望も出てきました。

牛田　平成6年には357社あった組合員数が、現在は224社に減っています。商社の在り方をお聞きし非常に勉強になりました。実は、若手経営者からメーカー様への意見が2つありました。1つは、メーカー様はキャンペーンをよく実施されますが、メーカー様自体が乗っていない、あるいは注力されていない感じがするというものです。もう1つは、自社製品に惚れ込んでいるセールスマンが少なくなってきたように感じるというものです。先ほどの不二越・堀さんの意見と反するものです。

広瀬　この件について如何でしょうか

中川　直販店様、商社様がそのようにご覧になっているということは、我々としては反省すべきことです。むしろ今日はそれだけで来た甲斐がありました。我々としてはしっかりやっているつもりですが、そういう風に映ること自体が課題なので率直に受け止めたいと思います。

田中　我々商社でも同じことです。経営者自体はカンカンになって伝えているつもりですが、社員に伝わらないということは、仕組みになっていないということです。リーダーが部下の担当者にどう具体化させていくかというところまで落とし込めていないんですね。これだけを言ったのだからわかってくれてるだろうというのが最近では伝わらない。物事をこちらできちんと解釈して、細かく伝えないと理解してくれないという風に感じています。

西川　メーカー様はキャンペーンを良く打って下さるけれど、メーカー様の方がシラけてますねという意見ですね。厳しい目で見ておられますね。

広瀬　先程、堀取締役からファンづくりというお話がありましたが、一方でこういう意見も出ています。

堀　聞いてショックを受けました。やはり本気度をどうやって入れるかでしょうね。メーカーは自負を持って商品開発しているわけですから、それを売っている自社の営業マンがその商品に本当に惚れ込んで情熱を持って売っていく人を如何に作っていくかということは我々サイドの問題でもありますし、真摯に受け止め工業会のメンバーに伝えます。ただキャンペーンについては競争社会なのでどうしても色々企画するわけですが、キャンペーンは本当に流通にとっても必要なんでしょうか。

キャンペーンは商品認知度向上のため　取扱メーカー絞り込みを

上原　キャンペーンというのは捉え方が２つあると思います。一つはキャンペーン期間中にディスカウント率を高めて流通の皆様も少し儲けて下さいというもので、最終価格でなく卸値をいじるものです。当社が主にやっているキャンペーンは、新製品を市場に投入する時に認知度を高めるために、エンドユーザー様の価格を下げて、一旦味見をして下さいというものです。市場にできるだけ早く浸透させるためにやっていますので少し意味合いが違うと思います。キャペーンそのものはメーカーからすると売上や利益を上げる効果は殆どありません。数年前までのキャンペーンは予算を立てても達成度が７割とか６割というのがかなり続きました。おそらくメーカーのセールスが本気でやっていなかったということでしょう。直販店様の仕入れ責任者から断られたらすぐ終わりというような、淡白な営業をやっていたんだと思います。実は数年前からやり方を変えまして、キャンペーンの達成率が100％を超えるようになりました。キャンペーンは新製品を市場で認知頂くための行為だからと目的をはっきりするようになってから変わってきました。やはり目的をきちっとすることが大事だと思います。私どもからのお願いがあります。メーカーが非常に増えてきたので、直販店様から言えばエンドユーザー様、卸商社様から言えば直販店様から、これもあれも扱って欲しいというご要望があるから、要求されたものを何

でもご提供するという関係が日本のマーケットでしばらく続き過ぎたのではないかと思います。最近、流通の皆様に話していますのは、どのメーカーでも扱う時代はもう終わりますよということです。キャッシュフローを考えても無理です。色々なメーカーに義理立てして品物を揃えるということは、非常に浅く狭く薄い商品しか置けないわけですから、むしろエンドユーザー様の満足度は得られません。メーカーは選んで頂くために必死に努力をしますが、流通の皆様も将来をかけたギリギリの判断をして頂き、上位メーカー３社に絞るという時代が来るだろうということです。代理店様はメーカーの代わりを果たすという関係にまた少し戻っていくのではないでしょうか。それが日本の流通形態を長く続けられるベースになるかなと思っています。

柏木　直販店様はメーカーであれば全てお取り扱いになるというところが多く、やはり３社位にして頂いて、メインとサブ２社位にして頂いた方がメーカーから見ても力を入れて頂いているという感覚になります。直販店様の営業マンもどれを売ればいいかわからない、各メーカーの商品の何が特徴で何に独自性があるのかが掴めないという状況ではないでしょうか。送風機でお話しすると、工場の中の職場を改善するというのは先にも申し上げましたが８割くらいは送風機で改善できます。空気を浄化あるいは空気中の変なものを取り除いたり調整すればいいわけで、液体をどうにかする以外は基本的にはできます。我々は実は、「土であれば10㎝位下まで浄化できる」とＰＲしています。工場の職場環境を良くすることを考えて頂くなら、大小の送風機を織り交ぜて使って頂ければ、もっともっと色々なことができると思います。当社の営業に聞いたら、直販店様は取り扱い商品が多過ぎてどれを勉強したらいいかよくわからないということでした。全機工連の会報がありますが、あれをもっとメーカーとユーザー様のためにページを割いて頂く方法はないのかと思います。具体的な提案もさせて頂きます。

堀　アメリカでは「コスト／ピース」という考え方で、１個のワークを加工するためにいくらコストがかかったということを提案してお金にするという新しいビジネスモデルがあります。インテグレイテッド・サプライヤーといって色々な工具メーカーの製品を取り扱い生産技術・工具室の代行をしています。メーカーには営業マンはたくさんいませんので､デイリーのユーザー様との接触は絶対に代理店（卸商）様･ディーラー（直販店）様に頼らざるを得ません。営業の方々がユーザー様との最初の接触で何が起きているのかを専門知識をもって対処するために、講師を呼んできて若手の教育をやるとか、色々なメーカーの人をたとえば５人位呼んできて毎週勉強会を企画するとか、啓蒙活動も重要です。アメリカとは違ったビジネスモデルになるような気がします。営業マンにとっても、工具は面白いよというところにつながるので、組合が組織立てた動きで音頭をとることも可能ではないでしょうか。

電子商取引の強み・弱み

広瀬　理事長は地味な業界だとおっしゃっていますが、メーカーから見てこの流通業界はどのような位置付けでしょうか。

浜田　商社様あっての私どもコベルコと思っています。本当に偽らざることです。卸商様から直販店様まで人が中心であり、その方が受注出来るパターンを分かって頂くことに腐心しています。たとえば西川産業様の西川ニュースの中には成功事例が載っています。あのような成功パターンをいかに体験して頂くかを常々考えています。一緒にやっていけるフィールドを設けて頂いて、今後も手を組んでやっていけるとういう図式にもっていけたら最高だと思います。面白いことに、女性も受注パターンが決まっていけば男性営業の中でも勝ち残れると思います。一例ですが、意外と高値でも省エネであれば高く受注していただけるのは女性です。男性は往々にして折り合いをつける傾向にあります。世の中お客様ありきですので、なかなか難しい営業になりますが、そろそろ変えていくべきではないかと考えます。しかし今後は、コベルコに惚れて頂く方を何人も作りたいですし、ギリギリまで踏ん張って頂く方を大事にしたいと思います。

中川　通販業者が伸びていて、日本で次に何が起こるんだろうと気になっていると思います。マーケットの中でＩＴを使ったものはある程度伸びていくと思います。その中に入るのも一つの手ですが、どうやって自分たちの特徴を出していくかという時に、一つはきめ細かく心をこめてお客様に対応していく、もう一つはエンジニアリング、寺町さんも同じようなことをおっしゃっていましたが、周辺を含めて商社様としてコーディネートするという生き方です。ただ、電子商取引・通販が必ずしも強いとは思っていません。修理なんかとても対応できていませんので。

田中　ＩＴの問題として、今まで機工メイトの委員会をつくってやっていましたが、それ以外に我々の業界のＩＴを考えるために大阪で委員会をつくり、全国的に研究を始めました。今取り上げているのは、まずＥＤＩです。我々の業界のＢ to Ｂの関係の中でＥＤＩを使って、もっと効率的な横の関係ができるような仕組みに変えていこう、そのためにＥＤＩの標準化をやろうとしています。ほとんどの問屋が委員会に入っていますので、何とか進むと思っています。その次のステップとしてどう考えていけばいいのかというところが今後の課題です。我々の業界もそういうものを活用し、効率化を追求していかなければ、その先のＢ to Ｂ to Ｃまでいかないということもあり、改善に向けて取り組んでいます。

中川　我々の例を申し上げれば、代理店様との取引はおそらく７割くらいがすでにＥＤＩです。ユーザーとしての購買についてもＥＤＩを導入しています。そういう観点と、もう一つの分野であるネット通販をどういう風に業界として取り上げていくかの二つのポイントがあると思います。

田中　今は各問屋がデータベースと仕組みをつくってやってるんですが、横の関係がないのでＥＤＩ一つにしても個別にやらないといけないという問題点があります。それだけ費用と手間をかけていたら長続きしないのではないかということから標準化しようという話が出ています。もう少し時間がかかると思いますが、何とか前に進めたいと考えています。

西川　ネット通販について無視はできませんが、脅威というふうに感じるのはこちらサイドが手を尽くしていないことがいっぱいあって、目に見えないからということもあると私は思います。寺町社長が実に示唆に富んだことをお話して下さいましたが、特に若手の発注者はいちいち説明を受けるのが嫌で、営業マンの顔を見るのも嫌、自分はキーボードをたたいて瞬時に日本国中で最も安いものを検索する能力を抜群に持っているので、それで物を買いたいと思っています。そういうお客様をメインとしている直販店は本当に脅威になるだろうと思います。フェイス・ツー・フェイスの商売になじまない新人類が、違う方法で我々が納める価格より安く早く買える手段を手に入れてしまえば、彼らは買ってしまう。痒い所まで手が届くというやり方でやってきた直販店は非常に脅威を感じています。しかしネットで注文を受け付けたところも、実は神経の先になるようなところの店を使ってお客様に納品したりしている。それで経営として成り立つだけのコミッションが入るのかどうかという点はありますが、プロ同士が使うＢ to Ｂの中でコモディティと言われる商品がどこまでいくかというウォッチングだけはし続けないと間違えるだろうと思います。

寺町　電子商取引では提案は非常に難しいと思います。提案したり、聞いたことをコーディネートするのはやはりフェイス・トゥ・フェイスになる部分だと思います。だからネットでできない部分はどんどん強化すべきだと思います。もう一つネットの弱いところは、ネットのプロになってるから、ややもすると商品のことまで何でも知っていると錯覚している人たちが大勢いるということです。たとえば価格などは全部調べられるので、さも何でも知っているような気持ちになっているけれど、実際には本当の商品の特徴や違いは全然知りません。これはネットの世界では解決できないのでフェイス・トゥ・フェイスでつぶしていくしかありません。

広瀬　フェイス・トゥ・フェイスの力がなんとなく弱まっている傾向はないでしょうか。

寺町　今の教育でしょうか、営業に行く側も嫌がってやりたがりません。やらされるとイジメと錯覚してしまって、心を病んでしまう人も多いですね。お客様のほうも画面に向かっている方が気楽だと思っています。売る側もお客様と顔を合わせて摩擦を起こしたくない人が多いですね。

商品開発のキーワード

広瀬　今後の商品開発のキーワードを一言ずつお願いします。

柏木　送風機が売れなくなってきたという事実を受けて、他業界に首を突っ込もうと考えています。日本を離れない業界って何だろうと考えると結構あります。そういう所の商品開発を我々の要素技術の延長線上でやれないかと模索した結果、医療機器の隙間を狙おうと進めています。3つ位とりあえず具体化しつつあり、既に発売した商品が1つあります。それから、改めて送風機の用途開発を進めています。うちの営業マンは全ての用途を知っているように思っているだけで実際は知らないわけで、開発する用途はいくらでもあると思いなさいと言っています。用途開発をやれば商品がもっと広がり、商品をもっと深く知ることができるようになります。大量には売れなくても、日本国内でもじくじくとやっていけることはいくらでもあると思っています。そこを、ユーザー様を良くご存じの直販店様と一緒にやりたいんです。我々は毎日同じユーザー様のところに行くわけにはいかないのでお互い協力すべきだと考えています。

渡辺　これからも基本的に卸商社様を通して販売していくつもりです。ＩＴ関連や通販関連などを卸商社様も研究され取り組まれております。当然、我々の市場も少しずつ変化しているのも事実です。新製品の開発・発売はメーカーの責任です。今後も卸商社様あるいは直販店様にＰＲ活動、同行活動などいろんな形で一生懸命協力させて頂きますので、是非お互いに提案・情報交換等をお願い致します。そして共同でモノづくりを進めていきたいと思います。

中川　当社は測定工具と計測機器の２つの分野を持っていますが、日本でモノづくりを続けることを大前提にしています。そのために測定工具は世界トップメーカーとしてオンリーワン商品、品質も性能も世界トップのものを常に作っていきます。計測機器に関しては、キーワードはインライン計測、非接触、ソフトウェアの３つです。

寺町　数多くのお客様に接触していくために、我々が毎日お客様に通うことはできないので、直販店様によろしくお願いしたいと思います。その中で、コーディネートして頂けるようになると当然要求もたくさん出てきますので、次の開発テーマや商品も出てきますし、フィットしている商品があればカスタマイズしてご提案申しあげることもできます。お互いに要望と提案をぶつけあい、お互いにつくりあげていく「共創」と、「競争」の両方ができる関係を築いていきたいと思っています。

上原　当社の製品は切削工具で、お客様の生産性に直接関わることですから、新製品開発コンセプトはお客様の生産性を飛躍的に改善できる工具ということになります。メーカーのセールスマンの数には限りがありますので、提案の回数を増やすには流通の方との協業が必須になります。生産性を改善する新製品を開発するわけですが、規格品いわゆるISO製品だけでなく非ISO製品を増やすことによって、乱れた価格競争から少し外れる商品を開発すれば、メーカーも流通の方も利益を適正に確保することができます。

堀　ユーザー様の要望というのは、生産性の向上やトラブルが少ないということだと思います。我々が今取り組んでいるのは工程を如何に短縮するか、一つの工具でどれだけの工程がこなせるかということです。これは特殊な工具につながっていく可能性もあります。海外から流入してきている安価な標準品との戦いを避ける意味でも、ユーザー様の立場に立って提案できる工具がユーザー様にとって一番ありがたいことだと思っています。トラブルの少ない工具というのは、切削ですから切くずが出ますが、切くず処理性がいい工具なら寿命の安定化につながって、ひいてはユーザー様のコストダウンにつながるということだと考えます。

浜田　１年前から蒸気を活用したコンプレッサを発売しており、今回補助金がらみでかなり台数も出ました。今回も本予算でまた継続するのではないかと期待しています。エアーでなく蒸気や他の流体でも、圧力エネルギーを必要とする所に活用できるということを目指していきたいと思っています。また、国内担当ですのでもう一回サービス力を徹底したいと考えています。現状横バイで推移すると思いますので、売上を確実に確保するにはサービス力でカバーするしかありません。今までは、殆どのケースで当社がサービスを直接行い、伝票だけは直販店様や卸商様を通すという形でしたが、再度直販店様にサービスは金額的な潜在的ボリュームがこれだけあるということをご理解頂いた上で、直販店様と一緒にやっていこうと思っています。

福村　当社は重量物をハンドリングする荷役運搬機器メーカーの一つですので、お客様にお届けしたいのは安全であり安心です。これを実現するために、コベルコさんからもサービスという言葉が出てきましたが、アフターサービスもしかりですが、むしろビフォアサービスですね。たとえばトラブルが起きる前の予防保全の啓蒙活動に力を入れるとか、事故を起こさないための正しい取り扱いの説明をきちんとしてあげるなどにも力を注ぎながら、安全と安心を届けるために活動していきたいと考えています。国内だけでなく会社全体がグローバルナンバーワンのホイストメーカーになりたいというスローガンを掲げています。これは売上規模や生産台数を意味するのでなく、エンドユーザー様や流通に携わって協力して頂く方々など、そこに関わる皆様に一番信頼して頂けるビジネスパートナーでありたいということです。是非ご協力をお願い致します。

広瀬　お忙しいところ長時間にわたりありがとうございました。

記　念　投　稿

組合所属各社24名の方々から寄稿

100周年 記念投稿

当組合に所属する各社24人の方々から、自分の仕事に対する熱い思いや後進の人たちへのメッセージが語られています。また、会社や業界に対しての思いや提案も寄せられています。

私がこれから積極的に頑張りたいこと

西川産業株式会社　大阪北営業所
原　麻里花　2012（平成24）年4月入社　23歳

入社してもうすぐで一年半が経ちます。あっという間に過ぎた一年半は、目の前の仕事を一つ一つこなすことに精一杯でした。たくさん失敗もして、失敗することを恐れて消極的になってしまった時期もありました。しかし、これからの目標として私はお客様に必要とされる業務を目指したいと思います。

そのためにはスピーディで正確な仕事を心がけたいと思います。しかしスピードばかり意識すると確認が疎かになってしまい色々なところでミスが起きると思うので、まずは確実に一つ一つの仕事を処理するという意識を持って取り組みたいと思います。日々の仕事で、ただ注文を受けて手配するだけではなく、疑問に思ったらカタログを出し調べてみる、聞いたことはメモを取り覚えるようにするというように、受け身ではなく積極的にもっと仕事を覚えていきたいと思います。そしてだんだんと確実でスピーディな対応が出来るようになりたいです。

また、普段はお客様の窓口となって電話に出ることが多いので、扱っている商品の知識を少しでも多く得たいと思います。聞いたことはあるけれど、どのような商品なのか分からないものが非常に多いので、社外で行われる研修にも積極的に参加するように心がけたいと思います。実際に商品を目で見る機会が少ないので、どのように使われるのか覚えるように自ら勉強会に参加したいと思います。

最後に、お客様とのコミュニケーションをしっかり取って、電話の一本一本を大切にしたいと思います。お客様からの急ぎの依頼の時で困っているときは、いつも仕入れ先の方々が迅速な対応をしてくれます。一緒に大至急商品を探してくれたり、相当品を提案してくれたりする仕入れ先の方々に、私は毎日助けてもらっています。たくさん参考にして見習わなくてはいけない点があるので、良いところをお手本にしていきたいです。また、急ぎで必要な商品を希望納期までに間に合わせることができて、お客様から感謝の電話がかかってくると、必死に探してよかったと思うし、とてもやりがいを感じます。

実際にお客様に会う機会はなかなかないので日々元気な電話対応、スピーディーで正確な回答が出来るようになって、信頼される内販業務を目指します。

心の余裕、落ち着き、丁寧さ

株式会社マシン三洋　淀川営業所
越野 篤　2013（平成25）年4月入社　24歳

この度は大阪機械器具卸商協同組合100周年を迎えました事、誠におめでとうございます。

私は平成25年4月に株式会社マシン三洋に入社し、約半年が経ちました。半年という短い期間働いて、今後どのように自分が働いて行きたいかという目標が見えてきました。その目標とは、「心の余裕を持って、落ち着いて、丁寧に仕事をする。」という事です。

私は今、配達業務と営業活動を担当しております。お客様に商材を確実に納品し、急ぎの注文を一早くお受けするという、とても重要で責任ある仕事です。しかし過去に二度「焦り」という同じ原因で、ミスをしてしまう事がありました。

一度目のミスは検品、納品に関しての事でした。営業所内で、あるお客様から依頼されたスプロケット10個の検品作業を行っていました。段ボール箱には依頼されたスプロケットの間違いのない型番、個数、ユーザー番号が記されていました。次の日お客様に納品を無事に済ませました。しかししばらくしてお客様から「スプロケットが、2つしか入っていない」というクレームの電話が掛ってきました。急いで営業所の倉庫を確認してみると、同じ箱が2つも残されておりました。実際は段ボール箱3個口で、10個揃うという仕様でした。前日の配達が長引いて営業所に帰ってくる時間が遅くなり、検品を早く終わらせるために急ぎ、焦っていたのが原因でした。

二度目のミスは先輩への報告に関しての事でした。ある客先でお客様から注文を頂きました。普段であれば「いつまでに必要か、またどういった用途で使うのか、他に必要なものなどはないか。」等をお伺いし、即時に営業所か営業マンに連絡をしておりました。しかし私は報告する事を後回しにし、配達を続けてしまいました。次の客先へ向かっている途中に、そのお客様から営業所に納期を教えてほしいとの電話があり、連絡が全く伝わっていないために怒らせてしまいました。私が受けたその注文は緊急度が高い、すぐにでも必要な商品でした。その日は納品が多く、時間内に全て回り切るために、焦って配達をしていたのが原因でした。

これらの原因を招いたのは、どちらも「焦り」から来るものでした。この「焦り」を出来るだけ少なくし、焦った時の対策を考えました。焦らなくする予防策として、私はお客様の情報、商品に関する知識、そして常識を身に付けたいと思います。これにより、前準備が出来るようになり、今回の報告のミスが無くなります。またお客様への理解度が上がり、即時に対応出来るようになります。そして仕事を増やさずに、必要のない焦りや心配を無くしていく事ができます。

そして焦ってしまった時の対策としましては、一度手を止め、振り返りの時間を作る事です。冷静さを取り戻すと同時に、仕事の優先順位や段取りの決定、問題点の発見など焦りを取り除く事が出来ます。また商品の先にいる人達の事を意識する事により、丁寧な仕事をしようと思います。

心の余裕を持って先の事を考え準備して、仕事に関係する全ての人達を意識しながら、落ち着いて丁寧に行動する。これが私の仕事に対する目標です。そして陰ながらこの業界と関係者の皆様のお役に立てるよう、努めていきたいと思います。

仕事に対する誇りと夢

杉本商事株式会社　枚方営業所
関　大輔　2011（平成23）年4月入社　24歳

私が杉本商事㈱に入社して早いもので２年半が経過した。東日本大震災の影響で大学の卒業式も中止になり、多くの不安がある中で入社したのを今でも鮮明に覚えている。学生から社会人になるにあたり、周りの環境や自己の立場が目まぐるしく変化していく中で大変で忙しいがとても充実した日々を送ることが出来ている。

私が入社して最初は配送業務に従事した。機械工具の商社として商品知識を学び、商品の流れを把握するよう心掛けた。そういった日々の業務の中で自分なりのやりがいを見出そうと努力もした。私にとってそれは、仕入先の方との何気ない会話であり、商品配達時の得意先の方からの感謝の言葉である。これらは私の配送業務のやりがいであり、後に私が営業になりたいと思うきっかけでもある。

２年目からは営業職を任されるようになった。営業に出た当初は右も左も分からず戸惑いも多かったが上司・先輩も気にかけてくれ、得意先の皆さまも営業経験初めての私に分かりやすく説明してくれるなど配慮して頂いた。しかしそれは今まで長い歴史の中で先輩営業マンが得意先と築き上げてきた信頼関係によるものであると感じた。毎月毎日の売上目標もあるが最初は信頼関係を大切にして営業活動をしてきた。会社の先輩からは、営業をしていく上で得意先に自分のファンを作れと言われてきたが、私は同時に得意先のファンでありたいと思う。得意先企業の企業理念や業務内容に興味を持つ、すなわちファンになる事で、その得意先が持つ問題がよりよく可視化され問題を解決することができる手掛かりになると思っている。省エネルギー化や高効率化、生産性の向上につながるような商材を営業として得意先に今以上に提案出来るようになっていく事が今後の目標である。そういった提案をしていくことで営業数字も必然的に上昇していくと考えており、会社の増収増益に直結すると思っている。このような提案営業をやりがいに今後も邁進していきたいと思う。

世界のグローバル化やデフレに伴い国内産業が低迷している昨今、私は営業として得意先を始めとした地域企業の産業を活性化する事が夢だ。営業としてよりよい提案をしていき得意先企業が発展し、国内産業を盛り上げていくことを目標に努力していきたい。

私がこれから取り組みたい仕事と夢

エバオン株式会社　本社営業部
中村　聡彦　2009（平成21）年3月入社　26歳

私がこれから取り組みたい仕事と夢は自社ブランド製品の拡販を積極的に行うことです。私が勤めておりますエバオン株式会社には強みが大きく２つあります。１つ目はもの作りを行う上で必要となってきますベアリングの在庫量が10万アイテム以上あるという事です。在庫を幅広く保有している事によりお客様での万が一の機械トラブルなどにもいち早く対応する事ができます。

そして２つ目は自社ブランド（ＥＶＮ）製品を販売している事です。私は今後このＥＶＮ製品を全国の方に知って頂き実際に使用して頂きたいと考えております。私が販売しているＥＶＮ商品の主力製品はプーリー・ベアリングの緩み止めナット・セットカラーなどがあります。徐々にではあります

がＥＶＮという名前・製品は広がりを見せてきていますが私が目指したい所にはまだまだ到達しておりません。

今後ＥＶＮ製品をもっとたくさんの方に知って頂くためにはどのようなことをおこなっていけばいいのか？私達エバオン社員だけで使用して頂けるお客様に直接出向いてＰＲをさせて頂くことは勿論大切ですが、それだけをやっているだけでは何年やっていても大きくは広がらないと思います。

今後できるだけ短期間でＥＶＮを知って頂くためには各地域などで行われている展示会などに参加させて頂く事が大切です。現在でも東京・大阪・名古屋などの展示会には出展させて頂き、今年はドイツで行われた展示会にも出展いたしました。それらの展示会でユーザー様にＰＲは勿論の事、その地域に密着している工具屋さんや大手企業に商品を販売している商社と出会い、当社の商品を販売して頂く事が必要になってきます。

そこで今１番必要になってくるのが私達エバオン社員の商品知識力と説明力です。展示会でお客様にＰＲできる時間はほんの少ししかありません。その短時間で当社の商品の魅力をどれだけ説明できるか、私達の商品を積極的に売りたいと思って頂けるかが重要になってきます。

入社五年目の私は本来であればその力を持っていなくてはいけないのですが、現状はまだ至らぬ所が多いです。今後はＥＶＮ製品拡販の先頭に立ち積極的に販売を行い、国内だけではなく世界中の方に知って頂けるような営業になることが私の夢です。

私がこれから取り組みたい仕事と夢

浜正機工株式会社　開発営業部
湯浅　雄登　2009（平成21）年4月入社　27歳

「ありがとう」この言葉をお客様より言っていただくことが何より嬉しいと感じ、なにをすれば言っていただけるのか日々考えています。納期対応・価格での対応、様々な事が考えられますが、私はお客様にあった商品の提案をする事が一番なのではないかと思っております。お客様との話の中で問題点がある場合、商社という強みが活きてくると思います。多種多様な商品の中から選定し、お客様のニーズに合った物の提案ができることを目指しております。

入社当時はお客様に言われた物を、確実に早くお届けする事がサービスになるとやっていましたが、それは当たり前のことで、自分にしかできない事・商社の強みを生かせていなかったのではないかと思います。

上司より入社当時に、「商品知識は広く・浅く」と言われたことがよくわかるようになりました。幅を広げることにより、自分の知識の引出しが増え自分の武器になると思っています。展示会・客先での情報・メーカー講習会の情報を自分に蓄積できれば、多くのシーンで応用が出来るようになり、より具体性のある提案ができると考えています。

また、いつどのタイミングで自分のどの情報を引き出すのかが重要になってくると思います。見当違いの商品提案では、信頼をなくすだけなのでお客様の必要としている事をしっかり聞き出し、適切な提案が出来るようにしたいです。

まだまだ知識が乏しく、引出しも少ないですが、これから増やしていき「ありがとう」の言葉をより多く頂けるよう提案力をつけ、自分にできること・自分にしかできない事を付加価値として、お客様に喜んでもらえるような営業を目指して日々の仕事に取り組んでいきたいと思っております。

将来はこれまで培ってきた知識の引出しを利用し、より良い提案をして自分の提案した商品・システムが世界で利用される事を目指していきたいです

私の誇りと業界

シミヅ産業株式会社　営業本部

川崎　宏晃　2007（平成19）年3月入社　28歳

組合100周年記念おめでとうございます。

早いもので、私が入社して丸6年が過ぎました。社会人になるという、希望と自覚を胸に入社式を迎えたことがついこの間の事の様に思われます。また、毎年行われる新入社員紹介で、元気良く挨拶している新人の様子を見ながら、今年も頑張ろうと気持ちを新たにすると共に、一歩一歩社会人としての階段を上っていることを改めてしみじみと実感させられています。

そんな私ですが、日々何の仕事をしているかと言いますと、社員の方々が日々仕事をし易いようにするための社内のシステム作りや変更、各事業所から寄せられる要望や相談に対する調査や回答、また、メーカー様から案内される新商品のコード登録や、価格改定が行われた時には改定作業をしますし、お客様向けのキャンペーンの企画・運営を行うなど、ここでは書ききれませんが、非常に多岐に渡る仕事に従事しています。営業本部という部署の特性上、直接お客様方と接することが殆どなく、大半は社内あるいはメーカー様との接点での仕事になります。全社を纏めるという部署ですので、各事業所長との接点も多く、責任ある立場と云う事を実感しつつ、非常にやりがいも感じています。

入社するきっかけは単純なものでした。部品加工に使われるドリル・エンドミルって何？という興味を持ったことでした。実際入社してみると、加工する材質によってドリルが違ったり、工作機械とドリルの間には多種多様な保持具が必要だったりと、思った以上に間口が広く圧倒されたことを覚えています。今まで生活していて、ミクロン単位の精度など考えたこともありませんでした。よくテレビ等でも、日本のモノ作りは世界一だと誇りを持っている職人さんの姿を見ますが、そんな方々に製品を提供できている会社・業界に勤めていることが私にとっての誇りです。

物を作っているメーカーではないので、付加価値を創造することは難しいですが、ユーザー様の生産活動が止まらないように、必要な商品を欠品することなく確実に供給することが求められる商社という歯車の役割もやはり重要だと思いますし、そんな歯車が錆びることなく動き続けられるように日々メンテナンス活動をしている今の仕事も同様に重要で、誇りを持てるものだと思います。

現在では、生産現場の海外移転や国内の空洞化といった悲観的な展望もある一方で、海外製品の部品にも日本製のものが使われていたり、精度の必要なものはやはり国内でといった声もあったりと日本のモノ作りに対する確かな信頼や実績もあり、中小企業が集まってロケットを作れてしまうことを鑑みても、まだまだこの業界には侮れないものがあると感じます。

新しい「いたち便」の模索
～流通を通して、中小企業の共生を考える～

浜正機工株式会社　本社市販部
羽柴　和也　2007（平成19）年4月入社　28歳

私は現在入社７年目で、年間約数十万点の商品をお客様に販売する仕事に携わっています。圧倒的な流通量の中で、当社が有する物流機能の限界も垣間見えますし、自社の物流が今後どのように変化・進化していくのかが気がかりでもあります。

弊社は大阪市西区立売堀にある工具商で、この界隈の工具商と協力して「いたち便」という混載運送を近隣・市内、配達業者に任せています。いたち便は毎日２回、各商社へ集荷に回り、その商品を半日で顧客に届けてくれます。そのおかげで各商社は自社便を最小限に抑えることができる、まさに立売堀工具商の協業の結晶でもあります。

ところが、地価の高いこの土地でいかに在庫を置くスペースを確保できるか。倉庫内業務に人員を割いているけれども、曜日・時間帯で物量が一定しないため、人手不足の時間があったり、社員が暇をしている時間があったりする。例えば、一社の梱包が遅れたため、集荷に手間取り、配達の時間が遅れてしまう等、様々な問題を各社は未だに抱えているのではないでしょうか。

そこで私が考える未来の「いたち便」について、ここで紹介したいと思います。

まず、各社の保有する在庫を全て一か所のいたち便物流センターに集約させる。この大型物流センターは、各商社ごとの在庫ブースの集合体となります。勿論、メーカーから出荷された荷物も、全てこの物流センターに送られ、商社ごとに分配、その後配送先別に再集約、同梱されます。特にこの業界では、多岐にわたる商品群ごとに、異なる卸商社へ発注をする棲み分けが行われているので、同梱を行うことで何社分もの荷物をまとめることができます。同時にメーカーも、数ある代理店に別々に配送するのではなく、いたち便物流センターに数社分をまとめて送ることが出来るようになります。引取の客先についても、数社をたらい回しに回る必要がなくなります。こうして各社は自社内に倉庫内業務を持つ必要がなくなり、効率化が進んだ物流コストの削減は、企業に利益を還元出来るようになります。

価格競争の激化していくこれからの時代に、ロットに物を言わせて収益を上げる大手企業と、先細って行く中小企業。立売堀界隈の工具屋さんの数もかなり減ってきたといわれますが、今こそお互いが手をつなぎ、共存共栄のビジネスモデルを考える時ではないかと私は考えます。

私はお客様にこのような付加価値を提供している

原口機工株式会社　泉南支店
宇都宮　聖士　2006（平成18）年4月入社　30歳

ここ数年、商売をする上で「付加価値」という言葉をよく耳にします。弊社のような販売店では、他社と販売している商品はほとんど同じであり、その中で「付加価値」をつけるためには、どのような事をすればいいか以前より考えていました。

私が思う「付加価値」とは、まずお客様が「価値がある」と感じなければ意味がないので、それぞれのお客様・担当者様で感じ方が違い「付加価値≒顧客満足」だと思います。また、こちらが付加価値だと思い行っているサービスなどが、お客様に価値だと判断して頂けなければ、「自己満足」「一人よがり」の世界に陥ってしまうので注意しなければいけません。

実際に私が行っているサービスでいうと、

1、該非判定書などの書類を発行する際に記入する用紙などあれば私の方で可能な限り記載しお客様の負担を削減する。

2、見積り依頼がきた際は、いつ頃に購入予定か？メーカーは指定なのか？見積書はいつ頃必要か？などできるだけ詳しく聞きだし、商品が欠品の際は他メーカーなどの代替商品で見積りしたり、コストが安い商品があれば同時に提案見積りをする。

3、見積り依頼がきて、廃番であり代替商品などでの見積もりになった際は、新旧の資料をつけて、お客様に「調べる」という手間をかけさせないように心がける。

4、工具などの修理見積り依頼がきた際は、新品での価格も提示するなどし、お客様が知りたいであろう情報を言われる前に提供する。

5、お客様によりますが、訪問の際には常に元気で明るく振舞い職場の雰囲気を少しでも明るくする。また私とお客様の二人になった時には愚痴などを聞いてストレスを発散して頂けるようにする。

などです。近年どこの企業も仕事に追われて、特に販売店・代理店などは、お客様の要求をそのまま依頼し、依頼先からの回答をそのまま返信する「右から左の商売」のように感じます。それでは我々の会社にとって脅威であるネット販売会社のサービスと同じまたは、それ以下の価値しかないと思います。ネット販売会社に対抗する意味でも、労を惜しまず手間をかけお客様の事を考えて商売をする事により、私なりの付加価値を提供しています。

私の考える付加価値について

西野産業株式会社　大阪営業所

中野　浩幸　2005（平成17）年4月入社　30歳

2005年に入社して7年半が過ぎました。自身30代に突入し気が付けば周りには後輩だらけ。後輩のお手本になれるよう邁進しておりますが、やはり営業という仕事は一筋縄にいかず、奔走・迷走の日々です。

営業とは何でしょうか。もちろんのこと、物を売り利益を得ることですが、そのプロセスが頭を悩ませるところで営業にとっては永遠のテーマです。景気が芳しくない中でやはり価格が最大の物差しになり、価格破壊が止まらない状況に我々営業は試行錯誤をしております。単に「売る」だけではその状況は打破できません。他とは違う何か、よく言われる「付加価値」であり「オリジナリティー」であり、「売る」ためには一つでも二つでも積み重ねていく必要があると思います。言うだけなら簡単なのですけど。

入社前の話。西野産業に入社するまで営業という仕事に関しての知識があまりありませんでした。商品を作っているのは言うまでもなくメーカーですが、物を売っているのもメーカーの営業だと思っていました。そんな状態でよく入社してきたと怒られるかもしれませんが。入社して間もなく、採用担当の上司と共に大学へ就職説明会のために何度か出向きました。私と同じで学生の中には「商社の

仕事って？」と疑問を持つ学生もいました。

ただ商品を仕入れてそれを売る。単なる横流しをしているだけでは商社として生き残ってはいけません。目指すところは、いかに顧客に満足してもらうための何か＝付加価値を生み出すことができるか。しかしながら今の自分はなかなか思うように動けていません。理想は、顧客が求めている物を早く・安く・正確に提供し、なおかつプラスαで満足させること。しかし今の自分の仕事内容を振り返ると、何とか出来ていることは「早く・安く」のみ、「正確・プラスα」という点では全く実行できていません。「正確さ」はすぐにでも必要ですがプラスαは年数、キャリアを重ねることで少しずつ身に付くと思うので、今は「早く」を徹底的に磨こうと考えています。価格が安くなくてもプラスαが無くても、このせわしない世の中で一番大事なのは早さではないかと。どんなに安い商品でもそれを待っている人がいればすぐに持っていきます。「そんな安い物のために走るの？」とそれを笑う人がいるかもしれませんが、今の自分にとってはそれが一番の付加価値と考えています。

これからも信頼される人材、利益を生み出せる人財になるために日々奔走していこうと思います。その結果としてプラスαの付加価値を生み出せれば言うことはありません。プラスαを目指す道程はまだまだですが、現状自分が出来る限りのことを精一杯やることで自分自身の成長にも繋がりますし、会社の発展にも貢献できるのではと思います。「人材」から「人財」へ、これからも日々精進していきたいと思います。

誇りの我が業界

エバオン株式会社　営業部

譚　嵩　中国山東省出身　2009（平成21）年3月入社　30歳

「機械器具業界って、ちっぽけなネジとか売る商売よね。将来、大丈夫？」大学の同級生に笑いながら言われた。

確かに同級生がいる華やかな金融業と違う。しかし、日本のこの業界こその誇りがあると、私は思う。

近代に入り、「商工立国」が達成され、日本は農業国から工業国へ転換が実現された。以来、第二次世界大戦後の高度成長期にしても、リーマンショック後にしても、日本経済を支えているのが、我が業界である。我が業界こそのプライドがある。

■顧客思いのサービス精神。

二つの例がある。一つは現在勤めているエバオン株式会社である。7万種類以上のベアリングを在庫しているような経営の効率を考えない売り方が、お客様のためである。製造業を取り巻く環境はますます厳しくなる時代に、生産効率が生命線。「感動在庫」と即応が顧客思いのサービス精神である。もう一つは「ドリルとねじの穴」の例である。ドリルを買いに来た人がほしいのはドリルではなく、ねじの穴である。顧客のニーズを気付き、「ねじの穴が空いている板」を提示することができる。高いドリルを販売せず、より安い板を提供するというのが、顧客ニーズを満たし、我が業界こその使命だと思う。「会社の繁栄は、お客様の繁栄によってもたらされる。」

■自らの成長。

顧客思いのサービス精神だけでは物足らない。専門知識を学び、問題解決出来るような提案力も要求される。よって、一人一人の社員自らの成長が重要である。

私は入社したころ、何も分からない。先輩たちの分かりやすい説明を受けながら、自分自身も精一

杯勉強してきた。例えば、工場に必要な小さいネジにしても、寸法・仕様が違うと、役割も全然違い、最終的に私達が普段使用している日常品に成り立たない可能性もある。そこで、顧客ニーズの聞き出し、自社商品の特性やメリットの提示など工夫が必要である。

「企業を人間成長の場と考え、人格の向上を目指してお互いに切磋琢磨することによって、より豊かな人間となるように努力し、自分の能力を充分に発揮し伸ばし、豊かで幸せな生活と明るい未来を築くことを目標とする。」

■限りなき挑戦。

我が業界は日本のモノづくりをサポートし、国際競争力の向上に寄与していると考えられる。金融・教育など業界と同じく、我が業界の働きによって、国際競争力（世界経済フォーラム、WEF ランキング）評価分野の「ビジネス洗練度」にも影響する。

ニーズのあるあらゆる分野に積極的にチャレンジし 、優れた・新規性の高い製品を提供するのが、我が業界の誇りにもなると思う。

私達の扱う商品は一般のお店ではなかなか見かけることがないので、イメージが湧きにくいかもしれないが、身近にある数多くの商品は我が業界で販売する工具で作られ、世の中へ出回っていく。
我が業界こそ、世界のものづくりを支える縁の下の力持ちなのである。

将来の組織作りに向けて

薮内産業株式会社　営業本部
薮内　大祐　2011（平成23）年9月入社　31歳

10年ひと昔というが、我々を取り巻く環境は5年でも大昔のように思うほど、急速に変化している。大手企業に対し安定した製造を行っていた下請け会社は、景気低迷により新規の取引先を模索することを強いられている。機工卸業界でも同様に変化は急速である。ネット販売は、右肩上がりに業績を伸ばし、メーカーもその存在に目を背けられない。対面商売が当たり前だった営業形態は、ユーザーのグローバル化により、デジタルでのやり取りが増加した。そのような変化に順応し成長し続けなければ、生き残ることが困難であることは、まぎれもない事実である。

しかしながら、成長を妨げる要因は数多くある。外的要因では、大手企業の入札制度の導入により価格競争を激化させ、利益率を圧迫させられる。情報漏えい対策により、現場を見ることが出来ず、提案営業が困難であること。内的要因では、人材確保が困難で、特定の人物に技術や知識が偏り引継ぎができない。このように様々な困難な理由がある。しかしながら、内容や速度は変わっても環境が変化していくのは、現代に始まったことではなく、これまでもその変化に対応してきた。

重要なのは、創意工夫して変化し決断していくことである。

私自身がそうであるように、人は達成が困難と判断したとき、出来ない言い訳を考えてしまう。最低限の仕事をしていれば、自分のせいではないと考える。しかし、それではいつまでも困難なことは出来いままである。誰でもできることには、必ず競争がある。顧客の困難な要求にいかに多く応え、自らの利益に変え、また新たな投資をする。それによりあらゆる顧客の要求に対応していく。そこに我々卸商社の存在価値があると考える。

困難な要求に応えるためには経験がなければならないが、それを組織で取り組むことで解決させる。そのためには組織全体で問題を共有し、達成を前提として何をすべきかを考えることが重要であ

る。個人の成果を結集させるのではなく、組織としての成果を共有する。そのことで役割分担ができ、責任所在が明確になる。誰かが誰かの補填をするわけではなく、全体で達成に向けての行動を起こす。会社の成果を全体で喜び、利益を出して新たな事業を考える。従業員一人一人が、新しい事業の主体意識を持てるように奮起させる。私は会社の変化と成長を全体で喜びあえ、活発に挑戦し続ける組織にしていきたい。

私がこれから取り組みたい仕事と夢

西川産業株式会社　尼崎営業所

岡村　悦代　2005（平成17）年4月入社　31歳

西川産業㈱に入社して９年目になります。

私の職種は営業です。この業界に女性の営業と思われがちですが、弊社には現在、私を含め７名の女性営業が在籍しています。弊社が女性営業の採用を始めた年に、私はグループ会社であるマザックニシカワ㈱に配属になりました。マザックニシカワは、ヤマザキマザックの工作機械の専売店です。当初は、どのように女性営業を育てていくかという明確なものはなかったように思います。工作機械の“キ”の字も分からない私も、上司、諸先輩、メーカーの方々のお陰で少しずつですが、分かるようになってきました。

昨年、結婚を機に、西川産業㈱尼崎営業所へ転勤になりました。取り扱い製品も工作機械から工場用品まで非常に幅広くなり、日々お客様から教えて頂く事ばかりです。

入社９年目になり、私がこれから取り組みたい事は、二つあります。

一つ目は、営業としてのスキルアップです。商品知識を今以上に増やし、お客様からの相談・問題を一緒に解決出来るようになることです。取扱商品数が非常に多いので、まだまだ覚える事ばかりです。各メーカー主催の勉強会や社外研修に積極的に参加し、知識を増やしていきたいと思います。

二つ目は、今後も増えていく女性営業が長く＜営業＞として働いていける環境作りとシステム作りです。これは、女性営業である私だから出来る事なのかなと思います。

弊社での女性営業の歴史は９年です。男性に比べるとまだまだ短いですが、今後はもっと女性営業の比率は上がってくるはずだと思います。

しかしながら、女性営業の離職率は、内勤の女性に比べると高いのが現状です。

それは何故か？というのを、これから会社と一緒に考えていけたらと思います。

環境つくりの一つに、弊社には３年前に発足したハラスメント委員会があります。社内外問わず、セクシャルハラスメント・パワーハラスメント等を相談出来る窓口です。

現在までに、相談がない事が良い事なのか悪い事なのか分かりませんが、あまり活動出来ていません。職場環境づくりに貢献出来るのであれば、ハラスメント委員会も活動していきたいと思います。

最後になりましたが、女性が結婚・出産後も＜営業＞として働ける環境・システム作りを構築していくことが私の夢です。

流通について　未来の流通を考える

株式会社林敬商店　営業事務
松川　和裕　2007（平成19）年3月入社　32歳

『流通』という言葉を考えてみました。

流通とは生産された商品が消費者に届くまでの活動。商品が売れるまでの仕組みと考えます。

現在の様々な業界の流通システム、情報データの膨大さ、インターネットの進歩の早さには驚くばかりです。

お恥ずかしい話、このテーマを考える際に調べた事ですが、例えばコンビニ等でのPOSシステムを使った自社への情報伝達の早さ、そのデータを販売につなげる素早さ、ニーズに応える商品を消費者に届けるまでの流通スピードが本当に早いものだなと、調べてゆく中で今更ながらに感じた次第です。今やスマートフォンをタッチするだけでインターネット注文も出来る時代になりましたし、この先どんな進化が待っているのでしょうか。

工具の業界でも大手企業、中小企業、各社の規模等により方法は異なるとは思いますが、メーカーはメーカーで商社は商社で、小売店は小売店で各々が作り上げてきた方法で消費者に向けて販売していると思われます。今後もし、現在のような販売方法ではなく、各企業が同一の販売システムを使うことになり、一本化された管理方式が出来上がり、消費者のニーズに応えるために様々な企業が協力体制の下で進んでいった先には、現在の流通から一歩進んだ変化が待っているのではないでしょうか。

もしかすると企業間の垣根が無くなる時代になって、メーカー各社合同物流センターが各都道府県、もしくは世界中に設置されるようになり、消費者への配送システムも統一、自社の販売データだけは独立して管理できる方式が作られるかもしれません。

そんな全てが一つに繋がった各社共有流通システムが構築される日が訪れる頃には、もちろんインターネットや関連機器はさらなる進化を遂げ、商品を使用する現場の環境、機械、ワークの状況等を、インターネットにつながったメガネ型の機械を通して見たモノがデータとして即座に転送され、どのメーカーのどの商品が最適か自動で選定してくれた後、要望に応えられる最適な会社をデータから即座に調べて数分で消費者に自動伝達し、決定後は現場に数分で届ける。このような未来の仕組みが出来上がっているのではないでしょうか。このような事が現実になるかどうかはさておき、各社が潤う、販売する側も消費者も皆が喜ぶ仕組み。そんな流通の仕組みが完成するのならば嬉しい限りです。

これからの流通業における営業教育の考察

シミヅ産業株式会社　東大阪支店　工具課　営業
永岡　尚人　2004（平成16）年4月入社　33歳

【始めに】

近頃は一昔前に比べ販売成績が伸ばしにくい時代になっているという声をよく聞きます。それはなるほど確かにその通りだと思います。事実、私が新人だった時に教えられた、通り一辺倒の対面訪問（毎日同じ時間に通う）は通用しにくくなっておりますし、かと言って得意先に要望をひたすら聞くいわゆる御用聞き営業もうまくいかない時代になってきていると感じます。しかし、そのような時代にな

っているにもかかわらず、昔ながらの手法しか教育しない会社も多く、優秀な人材を育てられる会社と、そうでない会社とでは確固たる格差が生まれる時代に来ているとよく耳に致します。営業に出て10年足らずの若輩者の私ではありますがようやく部下持ちの立場となり、若手を教育していかなければならない立場となったのでこの場をお借りして、今後どのように若手と共に伸長していくべきか考察していきたいと思います。

【営業マンに求められる能力について】

私は営業マンにとってまず一番必要なものは①ヒアリング能力、次に②想像力だと考えております。(理由は私の営業経験に基づいております。)

(1) ヒアリング能力

もし仮に信頼関係が既に確立されており、客先の人の頭の中の事が全て分かるのでしたら、一方的にセールストークを連発すれば売れるでしょうが、通常の営業業務の中ではそういったケースはまれだと思います。むしろ情報がまったくない状態もしくは曖昧な情報を元に動くケースの方が多く、その場合もっとも必要なのが先方が求めているニーズをいち早く正確につかむことです。そのためにはまずお客様と会話をして、聞く事、聞き出す事、すなわちヒアリング能力が重要となってくるわけです。よく新人に対しての社内研修で、セールストークの練習をさせる会社はありますが、あまりヒアリングの練習をさせる会社はありません。営業マンならだれでも当然出来る行為だと決めつけているからです。営業提案をする、クロージングをかける、競合に勝つなどは基本。お客様の事と自分の商品の事を分かった上で、やるべきことであって、正確な情報がなければそもそもなにをするべきかの指針さえも定まりません。しかし新人の営業マンは営業提案を意識するあまりヒアリングが不十分なことが実に多いように思われます。

(2) 想像力

これは簡単な言葉で言い換えると、例えば商談中の会話や何気ない相手の一言、又は相手の仕草などから、相手が何を思っているのか？相手の発言の意図は何処に有るのか？　本音は？等をいかに分析できるかということです。言い換えれば、【言葉の裏の真実を読む】というと言い過ぎかも知れませんが「それってどういう事？」「これの意図は？」と自問自答してみる、そういったことがお客様との商談でいかに常日頃から出来ているかということです。そうすることで「機微」に敏感になれれば、相手がどうすれば喜ぶのかわかるようになり、そのように行動する内に人間関係構築力が結果として高まっていく、という事です。また良い場合だけでなくトラブルの場合においても最悪のケースを想定し前持って行動出来ていれば、未然に防げるケースも多々あります。

大きなトラブルをたびたび起こす方は、そういった想定が出来ていない方が多いように思われます。常に【こうすればこうなる】という因果関係を考えながら行動することが重要だと思います。

【最後に】

上記の内容が出来れば誰でも優秀な営業マンになれるかと言われればそうではないかもしれません。しかし、逆に優秀な方なら誰しもが行っている基本だと思います。ですので優秀な人材を育てるためには、新人もしくは若い間に育成の仕方のベクトルが狂わないようその基礎について覚えてもらう必要があり、それが私達の義務だと思います。そしてそれは同時に自分が基礎的な部分を熟せているか反省できるチャンスだとも考えております。

お客様の期待を上回る満足を提供する事とは？

KNIPEX TOOLS JAPAN K.K. [喜一工具株式会社出向] ブランドマネージャー
佐藤　大輔　2001（平成13）年4月入社　34歳

私は商社･流通業に関わらず､自らの仕事の根幹は『お客様の期待を上回る満足を提供する事＝感動』という意味で自分なりに捉え、お客様が私と接する時、常にそういった気持ちになっていただきたいという点を一義に努力しています。しかしながら、『お客様の期待を上回る満足＝感動』を提供するという行為は容易にかなうものでなく、分けてもこの商社・卸という業態で実現していくのは非常に難しいと日ごろから考えています。メーカーであれば、消費者が求めるニーズを満たす商品を開発し提供する事が何よりです。しかし、商社や問屋はモノを基本的には作りません。今、流行の PB 商品ですら基本的には仕入れて販売するので､自分達が自ら作るということはしません。したがって､我々商社が『お客様の期待を上回る満足＝感動を提供する』ということは、有形ではなく、無形なものを提供するということになります。言い換えれば､『モノではなくコト』を提供し満足していただく必要が在ると考えます。そして、私はこの点を常に意識して日々実践するよう心がけています。

話は変わりますが、皆様は日ごろお店で何か商品を買う時に店員と「積極的に会話しますか？」例えば､「サイズが合わない」とか「色が気に入らない」とかと言った会話です。あれこれと話をしていただけるお客様はありがたいお客様だと思います。しかし、私は売り場から何も言わず離れていった『物言わぬお客様（ノンカスタマー)』が非常に重要ではないかと考えています。実際、展示会などで商品を買わなかった方の声をできるだけ集めるよう心がけています。『物言わぬお客様（ノンカスタマー)』の声を売り場やその他の提案に反映させるようにしています。

どうしても『売れた』『成功した』にフィーチャーされがちですが、それと同等・もしくはそれ以上に『買わなかった』『失敗した』という話の方が多いと思います。その「『声なき声』をどれだけ集め提案に生かすか?」が重要だと思います。

商社として、モノだけを並べスペックを連ねるのであれば、もはや人間の価値というのは必要なくなっているのではないでしょうか？そこから生まれるベネフィットの多くは失敗例から学び、生まれていると思います。

最近では新商品を発売するにあたり入荷前にサンプル１本で多くの展示会に応援参加し、100 人以上のユーザーへのリサーチを実施するようにしています。『売れるポイント』『売れないポイント』を整理しながら拡販を目指しています。

先日、横展開で入荷前に入荷予定数が完売できるという成果を得ました。確かに良い商品でしたが、商品を並べ『新商品を発売しました』で売れる時代ではなくなっています。良い商品でも買わない人は確実にいます。『何故』をテーマに､そこから声を集め興味を如何にして引いていくか？この点に卸･商社マンの醍醐味が在ると感じています。未だに勉強中では有りますが､『モノではなくコト』を提供し満足していただけるよう精進していきたいと考えます。

100 年後に残したい業界の誇り

杉本商事株式会社 八日市営業所
横井　大介　1999（平成11）年4月入社　38歳

機械工具商として勤務し、14 年の月日が流れました。まだまだ、経験も知識も浅く、修行中の身であります。機械工具商の道は、それだけ広く深いものだと感じております。

その草分けは明治大正時代に起源するものですが、業界の第二のスタート地点となったのは、戦後といえると思います。戦後の焼野原と荒廃からの復興、そして華やかな高度経済成長。日本が目まぐるしく変化し成長を遂げた時代、その主役となり、経済を推進する原動力となったのは、製造業です。

“資源の無い国日本”を今後も支え続け、発展させるのは、間違いなく製造業であると確信しています。

我々機械工具商はその製造業に必要不可欠なパートナーです。生産財の供給、情報の伝達、そして関係各機関の調整や斡旋を通じてお客様の業務を円滑にかつ、発展的に遂行して頂く為のサービスを提供する。それが、我々の使命だと言えます。言葉で語るのはたやすいですが、千変万化する状況に対し、ベストな解答をするのは本当に難しく、また、それが我々の仕事の醍醐味だと思います。

今後も電子化技術はより進歩し、時代は全ての面で効率的になり、早いスピード、より簡単な調達、より多い情報量を求めてくることでしょう。しかし、どれだけ技術が進歩し便利なシステムが完成したとしても、お客様は“人間”なのです。我々工具商が日常当たり前に行う営業活動、つまりは、客先に足を運び、現場を直視し、お客様に面会することで言葉には表しきれない要望を感じ、より良いご提案を考える。この当たり前の事がモニター越しにできるでしょうか？

とても難しいと考えます。機械工具商の果たすべき仕事は本当に独特で難しいです。割に合わない仕事も当然、多々あります。しかし、誠意ある仕事を成し遂げた時、その報酬は十分にあると確信しています。一見、報われない仕事にも真摯に向き合い汗を流し、日本のものづくりのすばらしさに感動、共感しそのひたむきな努力に一生懸命に誠意で答える。これこそが機械工具商のスピリッツだと思います。

日本の経済を支える世界一のものづくりと共に歩み、成長していく。この誇りと自信を胸に、工具商スピリッツだけはどれだけ時代が変化しても、我々の業務の根本にあるものとして、百年後の営業にも語り継いでいきたいと思います。

『機械団地』と私

横山機工株式会社　東大阪営業所
中田　亮　2005（平成17）年6月入社　39歳

『大阪機械器具卸商協同組合』創立 100 周年おめでとうございます。

私自身、2005 年にこの業界に入り、丸 8 年が経過致しましたが、組合創立の 10 分の 1 も経験していないという事を考えると、先人の奮闘があったからこその 100 年だと、尊敬の念を感じると共に、これからの 100 年を栄えあるものする為の責任を感じております。

現在、東大阪営業所に勤務しておりますが、思えば『機械団地』は私の人生にとって、切り離せないものでした。私の父が 35 年程前に、いわゆる「挽物屋」として、機械団地からほど近い、トラ

ックターミナルの東に自宅兼工場を構え、家族で移り住みました。それ故、私の母校は盾津中学校で、中学時代に通学や、友人の家に遊びに行く時に、機械団地を通り過ぎていました。（小学生の頃の記憶では、西川産業さん・コノエ測器さんの前辺りに、おにぎり屋さんがあったような・・・。ユーエイキャスターさんのビルのあたりに『やじきた？』とかいううどん屋さんがあったような・・・。どなたか覚えていらっしゃいますか(笑)？）

大学卒業後、父の家業を継がず、大手スーパーマーケットで5年程勤務していました(農産コーナーで働いていたので、いまだに野菜･果物は詳しいんです)が、その後、旋盤工を2年程経験したりと、紆余曲折を経て横山機工に入社しました。そんな、身近な『機械団地』･『大阪機械器具卸商協同組合』に働く事は、何とも不思議な感じですが、「これも偶然ではなく必然ではなかろうか」と。何かしらの啓示・運命のような気がして、「これからの100年を作るのは俺達だ！」と妙な責任感を感じております。

昨今、販売・流通の形態も大きく変わりました。皆様もご存じの通り、インターネット販売が年々増加の一途を辿り、いわゆる「御用聞き」販売が多大な影響を受けています。しかしながら、価格競争の波が、大きくうねりをあげてはいるものの、我々にしか出来ない事が、存在している事も確かです。私の営業スタイルはいたってシンプルで、「お客様が嫌がる事をしない」の一点です。とは言え、言葉以上に苦労します。例えば「お客様が機械の操作をしてる時は、なるべく話しかけない」･「工場内での問題を提示された時に即座に対応する」･「こちらが売りたい商品を売りつけるのではなく、お客様に喜んで頂ける商品を販売する（＝その気になってもらう）」等々。それらは全て「お客様の手を止めない＝お客様のお金（稼ぎ）」という意識から出ているものです。自分が旋盤工の折、叩き込まれた考えが、今も自身の営業活動に影響しております。結果、それが「競合他社と異なる行動・言動」を生み、ご縁あって数十社のご新規様との商売に繋がっております。

これからの100年の内、私が働くのは20年程度ですが、その中でも、メーカー・卸商・機械工具商がタッグを組み、「我々にしか出来ない、ネット通販では対応出来ない販売活動」が存在します。私個人が出来る事は、ソフトの一部分に過ぎませんが、ハード面での変革に少しでも貢献出来るよう努めて参りたいと思います。これからの100年、共に栄光へ向かいましょう。

専門知識があるわけでもない私が本を読もうと声高に語ってみる

株式会社マシン三洋　三重営業所
横山　謙介　1997（平成9）年4月入社　40歳

食べ物の好みが年齢を経る毎に変わっていくように、社会人になり仕事に携わっていくと、学生時代には全く興味のなかった政治経済に自然と関心がでてくるものですよね。そうすると自分なりの考え方ができてきます。私が考えているのは経済における戦略と生物学における戦略は似ているな、ということです。最近でも、ブルーオーシャンとかレッドオーシャンとかいう用語が出てきてますよね。これは市場の環境をわかりやすく例えるものですが、逆に生物学的な目線からマーケティングのヒントを見つけることもできるのではないかと思います。

例えば、生物の環境への適応・順応のあり方を「生活史戦略」というのですが、これは大きく分け

て２種類、ｒ選択種とＫ選択種というものに分ける考え方です。

ｒ選択種とは厳しい環境で種の継続・生殖に最大の努力をする生物です。昆虫のように生物としては単純で一度に多くの子孫を生み出して種を絶やさないような戦略をもっているタイプです。対してＫ選択種は安定した環境に住む種で数は少なくてもうまく適応した種を育てようとする生物です。ヒトを含む哺乳類のような複雑な生物がこれに含まれます。これって製造業における大量生産によるコストダウン（＝ｒ選択種）、付加価値・ブランド力・高級志向等における価格競争の回避（＝Ｋ選択種）と、とても似ていると思いませんか。自動車の生産方法がセル生産に移行していっているのも、似たような説明ができるかと思っています。他にも、進化のあり方や、絶滅の歴史、種の多様化など類似したことがらは多くとても面白いのです。

私は有名な事業家の話とか、何億円稼いだ営業マンの話とかはどうも苦手で、うまく感銘をうけたり共感を得たりすることができないようです。結局、自分の考えに影響をあたえるものというのは、受け手側の感性に近いというか自分の中で消化し同調できるものなのだろうと思います。間口の広い方は色々なものをうまく受け入れることができるのでしょうが、そうでない場合は、自分が受け入れやすい角度から考えてみるということが必要なのでは、と考えています。それが、私の場合前述したような生物学目線で自分の関わっている仕事について置き換えてみるということなのですが、ジャンルの違う本からでも、今携わっている営業や流通の仕事のヒントになる事は必ずあると思います。（趣味や歴史やフィクションにも）

長々、つらつらと偉そうに語ってきましたが、つまり私が言いたかったこと（特に若い方に）はこういうことです。

みんな、本読もうよ。

後輩に贈る私の失敗例・成功例・体験例

西川産業株式会社　三田営業所
杉田　崇　1994（平成6）年4月入社　41歳

私は、入社後20年になろうとしています。

20年前はバブル景気崩壊の影響が続き、その上、平成七年一月には阪神淡路大震災が発生してあまり良い事がありませんでした。当時はまだパソコンが普及しておらず、私も入社してからパソコンを使うようになり、ブラインドタッチが出来ず大変苦労しました。インターネットなどももちろん普及しておらず、「調べもの」「探し物」などはカタログ、過去の資料を調べたり、社内の先輩や仕入先の営業マンやお客さんに電話をしたり、面談して教えてもらいました。携帯電話も普及していませんでしたので、先輩が帰社後、タバコを吸いながらデスクワークしているところでご機嫌を伺いながら教えてもらいました。見積書は手書きでしたので、誠に恥ずかしい文字の見積書でお客さんに回答していました。そんな時代でした。

失敗はいろいろあります。入社して一年目はトラックで配送業務をしていましたが、交通事故を起こして免許停止になり、一ヶ月間車の運転が出来ずに自転車を使って配達をしていました。配送業務から内販業務になった時も、コンプレッサの電圧を間違えて発注してしまい、メーカーさんに返却も出来ず損失を出した経験もあります。交通事故も仕事での失敗も「不注意」「確認漏れ」から発生することが多いです。私が起こした事故も前方「不注意」で追突事故になり、電圧を間違った時もお客

さんに「確認」することを怠ったことによる失敗です。失敗をする事でお得意先や仕入れ先、メーカーや先輩、同僚、後輩にも迷惑を掛けてしまいます。損害はお金だけではなく、自分自身やこの方々の大切な「時間」を使ってしまいます。仕事では一日の「時間」本当に貴重です。「確認」する事は比較的短時間で実行可能です。是非、「確認」する時間を惜しまず使ってください。

こんな私ですが、成功事例もあります。営業職ですので高額商品の受注などもありますが、最近あった事例では、私が担当するお客様で製造してもらった商品を私の別のお客様に販売できたことです。担当先の２社に一度に喜んで頂くことができました。製造して下さったお客様の営業担当者は、以前から親しい方でした。この方は以前は資材担当者でしたので、日頃の価格交渉や納期対応などで厳しい方でした。その方に今回のお話をすると「面白い話やないか」と商談に積極的に乗って下さいました。資材担当時は私を「君」付で呼んだり、「敬称略」の時もありました。この商談の時は「さん」付になっていたのが大変面白かったです。注文になった時に「ありがとう。助かったわ」と言われた時は大変嬉しかったです。ご注文を下さったお客様からも、近所で良い企業を紹介してもらって助かったとの評価もいただきました。

仕事では「失敗」も「成功」もあります。「成功」の場合は多くの方に喜んでもらえる「成功」を目指したいのです。「失敗」は逆に迷惑をかけるのは最小限にしたいです。迷惑をかけた方、助けてもらった方にはフォローをしっかりする事で今まで以上に良好な関係を築ける場合があります。最近はソーシャル・ネットワーキング・サービスでのつながりが多いと思いますが、そんな現在だからこそ人と「会い」「会話」をして人との縁を大切にして、「成功」した時は共に喜べる人を増やし「失敗」した時は相談できる人、逆に人が「失敗」した時はフォローできる人になれるようにしていきたいです。

この業界に携わり　今、思う事

株式会社林敬商店　営業事務
水野　綾子　1990（平成2）年4月入社　42歳

組合創立100周年。この歴史ある事に、まず驚いた。たくさんの方が、ものづくりへの情熱を持ち、この業界を支えてこられたのだろう。

入社して、しばらく過ぎた頃、メーカーの講習会に出席させて頂き、他社の女性とお話した時に、普段の業務で聞きなれない言葉を、早口で言われ、この先、仕事を続けていく自信が無いという悩みや、お友達と仕事の話をしても自分が業界の説明をして、わかってもらえる事が無いので諦めているお話等、聞かせてもらった。私自身も、色々な事を覚えたくて必死に頑張れば失敗も多くなり迷惑もかける。迷惑をかけない様に消極的になっても良くない。どちらにしても何の役にも立たない。そんな不安な気持ちでいっぱいで、いつになれば気持ちに余裕が出てくるのだろうかと思っていた時期でもあったので、皆、同じような思いをされている事を感じた。

しかし、これだけ時が過ぎ最近になっても、初めて耳にする事や、わからない事は、どんどん出てくるので、日々、勉強である。

現代は、周りを見渡せば当たり前に、便利な物があふれている。この業界でも、私が入社した頃より、どんどん商品が増え、用途別にサイズも豊富に発売されている。しかし、今の様に用途別に商品の種類が無い時は、少なくても匠な職人技・知恵によって仕事が行われていたのである。機械や数字に表現出来ない経験からくる職人の勘、その人にしか出来ない微妙な手加減があるのだと思う。

写真を撮る、音楽を聴く、情報を発信する、家事全般等、生活していく全ての分野で言える事だが、コンパクトで操作も簡単に、ひとつの商品で色々な事が出来るようになり、ある程度の満足感が得られる。しかし、その各々の分野に、こだわり続けている本物と比べると、何かが少し足りない物がある。

この先には、今まで考えられなかった事が、細部にわたって可能になるだろう。

メーカーの工場見学に行かせて頂いた時に、日々研究を重ね、新製品を発売するためにたくさんの人の思い、努力が詰まっているのだと知った時、私がいつも会社で見ている商品が、より一層愛おしく大切に感じ、この人達が誇りを持って生み出した商品を世の中に広める立場にいるのだと自覚したり、営業の方が、自分は会社にとってどんな存在になりたいか夢を語っているのを見て、私も頑張ろうとやる気が出た。この業界に興味があった訳でも無く、全然違う仕事を目指していた私が、春休みに少しお手伝いをした事をきっかけに入社させて頂き、色々ありながらここまでやってこれたのは、周りの人に支えて頂き、温かいお客様に恵まれ励ましの言葉を掛けて頂き、振り返ると色々な方々への感謝の気持ちでいっぱいである。結局、私を支えていたのは、いつも人との関わり、温かさだと思う。これからも、この業界でも皆様の努力・知恵により、進化し続けるであろう。その時に昔ながらの職人技がしっかりと伝承されて、業界ならではの人情、温かみ、商品への情熱、大切な事は残した上で各々の立場から役割を果たし、この業界がますます発展していく事を強く願い、そのほんの一部分にでも自分が携わっていたいと思う。

業界で頑張っている後輩にエールを！
次の 100 年を目指して

株式会社ヒロタ　営業課
刀禰（とね）　紀世彦　1991（平成3）年11月入社　42歳

大阪機械器具卸商協同組合の 100 周年、誠におめでとうございます。

私は株式会社ヒロタに入社して 23 年目になりますが、100 年の歴史の約 5 分の 1 を過ごしたことに誇りをもっております。

私は 20 歳の時にヒロタへ入社しました。今からですとありえない話かもしれませんが、当時は夜中まで会社にいてる事も珍しくありませんでした。まだこの世界に入ったばかりの自分が早く一人前になるためには人の倍時間をかけないとダメだと思っていました。

『量より質』といいますが、今思えば『質は量の中から生まれる』のかもしれませんね。

今の世の中『遅くまで仕事なんてとんでもない』と言う時代かもしれません。しかし私の場合、通常業務が終わって夜落ち着いた時間に今日あった仕事で疑問に思った事や客先に質問された事を考えたり、商品知識について勉強したりした経験が現在の仕事に大きく役立っています。

昔の偉人達も私以上に人の倍働いて得た経験で成功したのではないのでしょうか。

それに比べると今は限りある時間が、与えられた仕事で一杯になっているんではないか、若しくはまだまだ頑張りたいが会社の都合でできない状況だという若者にも言い分があるのかもしれません。

ただ、今の若者はインターネット等に詳しく、情報をつかむ事には我々世代を凌駕する物をもっています。我々が昔何時間もかけてたどり着いた情報を数分で知る能力を持っているのでさほど心配しなくてもいいのかもしれませんね。

最後に一つ私の経験でアドバイスと言うほどではないですが、「同行は徹底的に行こう」という事です。機械商社に勤めている者にとってメーカーの営業の方と同行する機会があると思います。私は今でも一ケ月の半分は同行するようにしています。

最初「同行は時間の都合などで面倒臭い」というイメージがありました。しかし何度も同行していくうちにメーカーの歴戦の営業マンと一緒に行くだけで仕事のチャンスを得たり、自然と商品知識やＰＲ知識が身についてきました。また車中などや昼食時に聞いたその方の考え方や経験談が自分の仕事にいい意味で影響されてレベルアップ出来る事を実感できた事もたくさんありました。この業界で頑張っていこうとしているこれからの若い方には是非とも、実践してほしいと思っております。

私も諸先輩方からみるとまだまだの営業マンでこれからです。いつまでも初心の気持ちを忘れずにこの業界で貢献していきたいと思いますので皆様どうぞ宜しくお願いします。次の 100 年を目指して頑張っていきましょう！

後輩に伝えたいこと

喜一工具株式会社　近畿営業ブロック
平松　道洋　1992（平成4）年4月入社　43歳

この業界に身を置いている後輩の皆さんに伝えていきたいことを少し書かせていただきます。大先輩からすればまだまだでしょうが私もこの業界に 20 年以上お世話になって自分の使命はなんなのかを考えるようになってきました。

私自身は今どれだけのお客さんから相談をもらえる存在になっているのかを考えます。相談をしてもその課題を解決する力がないと相手から見えているうちは相談も来ないでしょうし、解決していく引き出しは増やし続けなければいけないと思います。実際にユーザーに接している方であれば、工具選定にそのユーザーさんが困っていた場合、いかに最適なものを選定してあげるかが鍵になります。そのためにはライバルメーカーも含めた商品知識も必要ですし、同様の現場でどのような選択が取られてきているかを見てきた現場経験も必要となります。この２つのスキルアップにはこの私たちのいる変化し続ける業界において終わりはないと思います。ただこの成長は毎日の仕事の中に必ずあります。今まで知らない商品や使い方の問い合わせに関して「面倒くさい」と思って断ったりしていると自分でチャンスを潰しているのではないでしょうか。自分で調べ、理解し回答してあげることで相手から反応があり、その反応が自分の成長になるのだと思います。そんな意味で是非これからも惜しむことなく勉強や現場経験を積み上げていってください。

生産現場までを含めた業界全体が皆さんの回答で効率が上がり、底上げができることで社会全体も間違いなく向上していきます。自分自身が成長し続けることが私たちの使命であることを忘れることなくこれからも、自分の勤めている会社、携わっているお客さん、世界の製造業をもりあげていきましょう。

後輩に贈る私の言葉

株式会社オノマシン大阪支店　工産課
溝口　悟　1987（昭和62）年4月入社　47歳

私は、株式会社オノマシンに入社してもう27年になります。

早いもので、入社時は工具のことなど全然わからないままに諸先輩方に教えてもらい、時には優しい・時には厳しい指導をしていただき、内勤業務を13年・営業を14年やってきました。内勤業務の時には、電話を受け・受注伝票を発行する流れをずっとしてきました。

注文いただいた商品を正確な数量を確実に納品する・・・して当たり前の業務で間違いがあれば、お客様から怒られ、セールスからも叱られ、いろいろトラブルになったケースも多々ありました。そんな時は、上司や先輩方に「さぁ、行くぞ！」と声を掛けられて、よく夜の街に飲みに行ったもんでした。まだ、世間がバブル景気の時でした。どんな時でも、叱咤激励をしてくれる上司や先輩・同僚に恵まれて楽しくやってこれました。バブルが弾け、世間の景気が冷え込んで来たとき、会社も世代交代で変化していきました。その頃、営業に出ました。非常に厳しい時期であり、なかなか売れず日々苦戦の連続。売りたい商品が売れず世間の厳しさを痛感しました。しかし、自分のやれる事、やるべき事をしっかりやっていれば・・・・と、自問自答し背伸びせず、コツコツとやってきたつもりです。

営業は、お客様の顔が見えるので、喜ばれた時は、自分もうれしくなるし、叱られた時は、穴にでも入りたい位になるし、落ち込みます。だからこそ、今度こそは喜んでもらおう！とお客様の立場に立って考え、工夫して営業をする。とてもやりがいのある仕事だと思います。まだまだ、この先も長く道半ばです。自分に嘘をつかず、背伸びせず、やるべき事をコツコツやる・・・・。

お客様の立場になって考える！信頼を得られる営業マンになるよう、自分も後輩もこの会社も・・・日々努力していこう！と思います。

駆け込み寺

フジツール株式会社　代表取締役社長
藤原　朝行　2000（平成12）年4月入社　42歳

弊社は創業80周年を迎えた小さな測定工具メーカーである。戦前より日本の産業に必要な測定工具や機械工具をコツコツと生産してきた。戦火で工場を失えば再建し、国内需要が落ち込んだ時期には海外に活路を見出し、燃料高騰の時は生産効率の見直しを繰り返すことでなんとか事業を続けてきた。事業規模の拡大も縮小もしないまま一貫して工具製造を続ける地味な会社である。製造する製品も昔と変わらぬ測定工具が主体であるが、80年経過しても原型変えずに現代でも全国に流通しているため知名度はソコソコある。そんな理由からか、色々な工具の製作依頼が多いが、ここだけの話、以前は仕事を選んで受注してきた。生意気であった事を反省している。でも今は違う。仕事は選ばない。本当に困っているユーザーの声を耳にする内に、出来る限り協力しようと思うようになったからだ。

近年、同じような工具を製造してきた会社がこの仕事から撤退している。理由は幾つかある。採算が合わない・手間がかかる・後継職人がいない等。その工具を頼ってきたユーザーからするとその決断は大迷惑な話である。その中でも、特に多いのが基準ゲージと言われる工具である。通常の測定

工具では測れない物を、効率よく正確に確認する為の大事な工具である。小さい物から巨大な物まで様々、色々な検査に使用されている。それがないと製品の検査や確認ができない。今まではそれがあったから、日本品質が維持でき、他国との差別化ができたのである。

しかし、その工具を作るのは非常に難しい。知識、技術、経験等の職人技とそれを作る設備が必要である。また、製作図面がなく、使い込まれた現品を基に新品を製作しなければならない時もある。数が１個だけの事も多い。そんな仕事から撤退したくなるのは理解できるが、誰かがやらねばならないのである。

使命感である。幸い弊社には若い職人が育っているし、ある程度は必要な設備を整えてきた。苦手な仕事の時は、助けてくれる仲間もいる。

今ではこの仕事の依頼があると嬉しい。弊社を頼ってくれていると思えるからだ。依頼元には航空宇宙業界、鉄道、自動車、造船、プラント等日本を支える大手も含まれる。しかし、弊社とその仲間だけでは対応出来ない難しい話も多く、お断りしなければならない仕事もある。悔しいがそれが現実である。まだまだ未熟者であると思い知らされる。乗り越えなければならない壁が幾つもある。決して驕らず、決して腐らず、損得勘定をせずに一生懸命に仕事をする。

駆け込み寺のような会社になるために、日々努力を続け、精進することを常に心がけている。

投稿していただいた方々

氏名	年齢	所属会社	タイトル
原　麻里花	23	西川産業株式会社	私がこれから積極的に頑張りたいこと
越野　篤	24	株式会社マシン三洋	心の余裕、落ち着き、丁寧さ
関　大輔	24	杉本商事株式会社	仕事に対する誇りと夢
中村聡彦	26	エバオン株式会社	私がこれから取り組みたい仕事と夢
湯浅雄登	27	浜正機工株式会社	私がこれから取り組みたい仕事と夢
川崎宏晃	28	シミヅ産業株式会社	私の誇りと業界
羽柴和也	28	浜正機工株式会社	新しい「いたち便」の模索　～流通を通して、中小企業の共生を考える～
宇都宮聖士	30	原口機工株式会社	私はお客様にこのような付加価値を提供している
中野浩幸	30	西野産業株式会社	私の考える付加価値について
譚　嵩	30	エバオン株式会社	誇りの我が業界
薮内大祐	31	薮内産業株式会社	将来の組織作りに向けて
岡村悦代	31	西川産業株式会社	私がこれから取り組みたい仕事と夢
松川和裕	32	株式会社林敬商店	流通について　未来の流通を考える
永岡尚人	33	シミヅ産業株式会社	これからの流通業における営業教育の考察
佐藤大輔	34	喜一工具株式会社	お客様の期待を上回る満足を提供する事とは？
横井大介	38	杉本商事株式会社	100 年後に残したい業界の誇り
中田　亮	39	横山機工株式会社	『機械団地』と私
横山謙介	40	株式会社マシン三洋	専門知識があるわけでもない私が本を読もうと声高に語ってみる
杉田　崇	41	西川産業株式会社	後輩に贈る私の失敗例・成功例・体験例
水野綾子	42	株式会社林敬商店	この業界に携わり　今、思う事
刀禰紀世彦	42	株式会社ヒロタ	業界で頑張っている後輩にエールを！　次の 100 年を目指して
平松道洋	43	喜一工具株式会社	後輩に伝えたいこと
溝口　悟	47	株式会社オノマシン	後輩に贈る私の言葉
藤原朝行	42	フジツール株式会社	駆け込み寺

夏のクルージングと子供たちの作文

・ルミナス神戸2でクルージング

・クルージングに参加した子供たちからの作文

創立100周年記念事業

ルミナス神戸２でクルージング

組合員、家族ら総勢900人参加

大阪機械器具卸商協同組合の創立100周年記念事業として平成25年8月24日、大型客船「ルミナス神戸２」（全長／106メートル、総トン数／4778トン）を貸し切っての大阪湾クルージングを催しました。

多くの組合員（経営者）から「日頃共に歩んでいる従業員の人達も参加できる記念事業としたい」との要望により行ったもので、当日は大阪府内の機械器具業界で働く83社から経営者や社員、その家族ら総勢900人が参加しました。

連日の記録的な猛暑が途切れ、朝から曇り空のもと、集合場所の神戸中突堤旅客ターミナル2階には会社仲間やご夫婦、小さな子供を連れた家族連れらが続々と集合。挨拶を交わしたり、岸壁に全容を見せるミナス神戸2をカメラに収めたりして乗船までの時間を過ごしていました。全員が集合後、田中理事長ご夫妻や世話役の河田副理事長、牛田副理事長、巽副理事長らの出迎えを受けながら乗船し、6船室に分かれました。

定刻の午後4時に出港後、船内マイクを通して田中理事長は「今回は小学生100人、乳幼児70人も参加しています。乗船口で皆さんを出迎えましたが、小さな子供からも挨拶をしていただき、こんな楽しい、若々しい業界だったのかなと痛感しています。当組合は大正2年の設立以来、今年で100周年になります。今日は、75歳以上の人が7人も参加しており、本当に100年経ったんだなと実感しています。11月には大阪市内のホテルで創立100周年記念祝賀会を趣向を凝らして開催しますが、これも皆さんがこのような形で参集していただけるからであり、感謝しています」と挨拶を述べました。

この後、各船室では隣の人とつないだ手を高々と上げ、全員で「100周年おめでとう」と祝杯をあげました。各テーブルでは海から眺める神戸や須磨、舞子の街並み、遠くに見える明石海峡大橋などの景観を楽しみつつ、バイキング料理に舌鼓を打ちながら和やかに歓談、親交を深めていました。2時間のクルージング中には、船室で各種ゲームやマジシャンによるテーブルマジック等のアトラクションも行われ、大いに盛り上がりました。

参加者からは「大型客船に乗るのは初めてですが、船内が広いのに驚きました」（20代女性）、「今は車社会で、家族旅行も車で行くことが多いのですが、船は時間がゆったり流れているようで、リラックスできて良いですね」（50代ご夫婦）、「子供の夏休みの良い思い出ができました」（30代ご家族）、「こんな素敵な企画をしていただいた組合の皆様に感謝しています。とても楽しいです」（20代男性）等々の声が聞かれました。

全員が無事下船後に解散し、其々家路へと向かいました。

ルミナス神戸２

海上から神戸の町並みを見て喜ぶ子供たち

集合写真

クルージングに参加した子供たちからの作文

100 周年記念クルージングイベントの一環として、『クルージングに参加して』または『働くお父さん（あるいはお母さん）』をテーマに、小学生の皆さんから作文を募集したところ、心温まる ほほえましい作品が 54 通寄せられました。
商経機械新聞、産機新聞、流通機工新聞の 3 新聞社の紙面にて、54 通の全作品が全て掲載されました。その内の 14 通を代表として掲載させていただきます。

夏休みの宿題にルミナス神戸 2 の絵を描く
竹村彩花さんと竹村颯太さん

わたしのゆめ

田仲美結　小学 1 年生（南出キカイ）

わたしのゆめは、まんがかになることです。えがうまくかきたいです。

ぷりきゅあのえがうまくなりたいです。えのれんしゅうをしたり、ぬりえでいろをぬるのをれんしゅうしています。えがうまくなることもたいせつです。

僕の夢

石田はる　小学 2 年生（サカイ工機）

僕の夢は、足がはやくなることです。いまは、おそいので、はやくなりたいです。

足がはやくなって、つぎのうんどう会で、一いになって、りくじょうでも一いになりたいです。

おにいちゃんたちよりも、はやくなりたいとおもっています。おにいちゃんたちをぬかせるように、がんばっていきたいとおもいます。おにいちゃんたちをぬかせたら、もっとはやくなりたいとおもいます。

びょういん、どうぶつびょういん、けいさつかん

ささおかいと　小学 2 年生（シーメック）

ぼくのゆめは、びょういんの先生とどうぶつびょういんの先生とけいさつかんです。びょういんの先生になりたいりゆうは、ママのびょうきをなおしたいからです。どうぶつびょういんになりたいりゆうは、ぼくのいえにいぬとねこが、いるからです。けいさつかんになりたいりゆうは、テレビでかっこいいなぁーとおもったからです。

ぼくのすきなでん車

ふじわらひろと　小学２年生（オノマシン）

ぼくはでん車がすきです。

すきなでん車は、はんきゅう、はんしん、さんよう、ＪＲです。すきなでん車名は、はんきゅう 7000 系、はんしん 1000 系、山よう 5000 系、山よう 3000 系です。この中でいちばん大すきな車りょうは山よう 5000 系です。たまに大さかのじいちゃんちに行って、きんき日本てつどうのしゃしんをとりにいきます。大さかのじいちゃんちにいくときに、はんきゅう、ＪＲ、はんしん、きんてつ、山ようを見たりします。高そくどうろからもはんしんでんてつをみたりします。しんかいそくで大さかにいくとき、三ノみやをでたころにしんかんせんのしんこうべえきがみえます。ぼくはしゃしんをとることもすきなのでおとうさんとおとうととひろとで大さかえきに行くときもあります。おとうともでんしゃがすきなのでまい日いっしょにプラレールであそんでます。小学校の夏休みのしゅくだいでも木ではんきゅうでんてつ 7000 系をつくりました。

クルージングにさんかして

竹村颯太　小学３年生（瑞東産業）

お父さんのおしごとの社長さんがルミナス神戸２にのせてくれました。家ぞく５人で行きました。はじめて船にのりました。すごく大きかったです。マジックを見ながらごはんを食べました。

トランプのマジックをてつだってうれしかったです。ぼくがとったトランプをあてて、びっくりしました。ごはんと、デザートがすごくおいしかったです。

船の外にでて、あかしかいきょう大はしを見ました。すごく大きくてきれかったです。おりるときふうせんをもらえてたのしかったです。また、ちがう大きな船ものりたいです。夏休みのしゅく題にルミナス神戸の絵をかきました。

ルミナス神戸２に乗って！！

田中慎一　小学３年生（喜一工具）

ぼくは船にはじめて乗るのでどきどきしました。でも船はすごく大きかったので安心しました。船の入口に船長さんのぼうしをかぶった人が「ようこそ」と言ってくれてうれしかったです。

バイキングにはおすしやしゅうまいやいろいろなものがおいてありました。ぼくは肉まんとしゅうまいとハンバーグも食べました。おいしかったです。そのあとデッキに行くと風があってとても気持ちよかったです。

２かいに行くと、風せんで犬を作ってくれるおねえさんがいて作ってもらいました。

お父さんの友だちのこうへいくんと遊んですごく楽しかったです。ぼくは船に乗ってみたらぜんぜんこわくなくてはんたいに船はおもしろくてわくわくするぐらいでした。とくにぼくは一人で乗るよりだんぜん千人いやみんないろんな人との出会いがあるからこそ楽しめたと思います。お父さんありがとうございました。

クルージングでとった写真

眞鍋日々喜　小学３年生（今村商会）

クルージングの日、ぼくは、カメラをもって家族とクルージングにいきました。

寺田町のえきから大さかえきでおりてのりかえをして、三のみやえきでおりてばすていにいくはずがお父さんが道をまちがえてしまったので、いけるかどうか、しんぱいでした。

船にのってまどをみると、魚がぴょんぴょんはねていました。しゅっぱつしてから、はしのしたをくぐったり、ゆーたーんをしたりしているところをいっぱいとりました。船やヨットもとりました。ごはんは少ししかたべなかったけどとても楽しかったです。カメラのふぃるむをみると、23まいとれたのが１まいになっていたので22まいも、とっていたのでびっくりしました。とても楽しいクルージングでした。

クルージングに参加して

平井俊哉　小学４年生（河田機工）

いつも、宮ざきに行く時、フェリーで行くけど、今までに、乗ったことのない船でした。

船でパーティーをしたのは、初めてです。料理がとてもおいしかったです。

マジックをあんなに近くで見たのに、タネを見やぶられませんでした。

デッキに出て海を見たら、魚がいっぱいはねていました。明石大橋がはっきり見えてよかったです。時間が長かったので楽しめました。

船の中はにぎやかでよかったです。とてもたのしかったです。また、乗ってみたいです。
大阪機械器具卸商協同組合「１００周年」は、すごいと思いました。

夢へのメッセージ

山本ロゼ　小学４年生（浜正機工）

わたしは４年生。しょう来について考えています。もうそんな子どもじゃない。中学校は私立に行ってみたい。でも受けんとかいうものをやらないといけない。しょう来は、夢は…まだ思いつかない。同いどしの子。小さい子みたいに夢をかたってる。でもそれがいいのかもしれない。しんこくになやむよりずっと自分らしさがあっていいのかもしれない。できるものなら東大をめざす。外国にいくのもいいかもしれない。自分のことは自分で決める。つらいこともあるけれど人生だからしょうがない。もっと楽しもうよ！たとえば毎日の学校。朝早く起きてカーテンをあけるとスカッとして、あー１日がはじまったなーってウキウキしない？人生はこのときこのとき。夢も人生の一部。もっともっと楽しむのが人生だと、夢だと思うよ！　Ｐ．Ｓ　この作文を読んでくれた人、どう思ったかな？

クルージングに参加して

渡辺真唯　小学４年生（フジワ商会）

８月24日にルミナス神戸でクルージングをしました。

こんなにごうかな船には乗ったことがないのでゆめのようでした。中に入るととてもきれいでした。私の家族がいたつくえでテーブルマジックをしたり楽しかったです。特に印象にのこったのは、私の

となりにいたおじさんです。おじさんは、私がほしかったけどなくなって取れなかったケーキやくだものを分けてくれました。私はうれしくてこうふんしてしまいました。

私は全部が初めてなのでどきどきしました。船でごはんを食べたのも初めてでした。

お父さんが働いてくれたおかげでこんな船に乗れました。またいつか乗りたいです。

私のお母さん

久志美月　小学５年生（ナチ関西）

私のお母さんはおこると鬼のようになってかみなりがなりそうな位です。働いて忙しくたいへんですが、１か月１回イベントに連れていってくれたり、旅行も１年に１回は連れて行ってくれます。

ルミナス神戸の日お母さんは、「いっぱい食べることが目標だからね」と、めずらしく言ってくれました。あとお母さんは外では、少し声を変えて、上品ぽいですが家にいると活発です。ですが私は、外のお母さんも大すきですが、家にいる笑ってる顔が１番です。

私は小学校で吹そう楽部に入っています。写真をとるとき、１番に出てくるのが「笑顔が１番」です。私は、それもあって笑顔は１番だと思いました。少しいやなことは、お酒でよっぱらっている時に約束をしたことは忘れてしまい、でもまた約束のことを「ごめん」っと言ってその時の何倍もしてくれます。私はお母さんがいやなことをしてしまっても、もちろんいい事をしてくれても大好きなお母さんに、変わりません。

クルージングに参加して

鈴木聖尚　小学５年生（オノマシン）

「ゴォー」というエンジンの音で、船は出発しました。船が動いた時、「動いた、船が動いたぁー」と言って、ぼくははしゃいでました。ぼくは、初めて乗った船が、この船で良かったと思いました。

ぼくは初め、行きたくなかったです。人みしりが多いので、嫌でした。でも乗ってみたら、パパの会社の人が、すごく親切で、優しくて、とってもうれしかったです。めっちゃめちゃ楽しかったです。

とちゅうでカンパンまで出ました。すごく風が強くて、高くて、少し〝こわいなぁー〟って思いました。カンパンにいって下を見たら、船が通ったあとに波がきてました。ぼくは「うわぁー、すっげぇー」って、言っていました。

船が港に近づいて行くと、「えぇー、これでおわりなん？もっと乗りたかったぁー」って、ぼくはおねぇちゃんと一緒に口をそろえて言ったそぉーです。ぼくは、おねぇちゃんと「又、乗りたいなぁー。今度は家族で行こうなぁー」って言ってました。

ぼくは、今回乗ったクルージングは、すごく楽しかったです。又、きかいがあれば、家族で行きます。

しょうらいの夢

中田莉帆子　小学５年生（真鍋）

私の夢は、レコーディングの会社について、芸のう人の歌をろくおんしたりする人になりたいです。

その人になれたら、ＫＡＴ－ＴＵＮの曲を作曲したりしてみたいです。みんなの楽しめる明るい曲を作りたいです。

今の私にはムリだから、いっぱい勉強して、人を幸せな気持ちにさせるような人になりたいです。

その曲を家族に聞かせて、そうして、家族に恩をかえしたいです。

それと、私のお父さんとお母さんのような子供を大切にするやさしい人になりたいです。

ディナークルーズ

君浪康太　小学６年生（梅田機工）

ぼくは８月 24 日の土曜日に、家族でディナークルーズに行きました。このディナークルーズは、お父さんが働いている大阪器具おろし商協同組合 100 周年記念で、かいさいされた記念のクルージングパーティーです。ぼ集人数は 600 人程度でしたが、さい終的には 900 名以上集まりました。

待合室では人がいっぱいいて、船に入るのが大変でした。

船の中に入ったけど、その部屋の名前はサール・ド・メールという名でした。

その後、バイキングで、い～ぱいあったけど、ならぶのがおそくて、おすしが少なくなって、かっぱ巻きしかなくて残念でした。でも、ほかの食べ物がおいしかったし、カレーもおいしかったから良かったです。

その後、船の外に出て、お父さんの友達の伊藤さんと話してて楽しかったです。そして、部屋にもどってマジックを見せてもらったりして、その後、ケーキを食べたり、フルーツを食べてると、船が岸に着いてしまいました。

あっという間の２時間でした。とても楽しかったです。また行きたいです。

投稿していただいた子供たち

学年	子どものなまえ	保護者勤務先
1	田仲美結	㈱南出キカイ
1	なかにしあきほ	㈱ナチ関西
1	なかねはやと	杉本商事㈱
1	なんばだいち	㈱ナチ関西
2	石田はる	サカイ工機㈱
2	川村あやね	喜一工具㈱
2	ささおかいと	㈱シーメック
2	寺おこうしろう	㈱ジーネット
2	花内美結	㈱三共コーポレーション
2	ふじわらひろと	㈱オノマシン
2	ふなはしりゅうき	サカイ工機㈱
2	まつ田はるき	杉本商事㈱
2	みなもとなるみ	㈱エンジニア
2	ハツ本りお	喜一工具㈱
2	りゅうぞのなを	㈱ヒロタ
3	木元しょうた	㈱オノマシン
3	さくらいつむぐ	田倉精機㈱
3	竹村颯太	瑞東産業㈱
3	田中慎一	喜一工具㈱
3	中村こう大	㈱スギモト
3	西海みほ	ユタカ工機（有）
3	野田京佑	大日機工㈱
3	はしもとゆいか	㈱ヒシヒラ
3	眞鍋日々喜	㈱今村商会
3	山本勇人	㈱林敬商店
4	赤川ゆうき	㈱オノマシン
4	伊藤慶治郎	㈱山勝商会

学年	子どものなまえ	保護者勤務先
4	太田隼輔	㈱シーメック
4	なんばこう大	㈱ナチ関西
4	花内美咲	㈱三共コーポレーション
4	平井俊哉	河田機工㈱
4	松田幸大	喜一工具㈱
4	源くるみ	㈱エンジニア
4	山本ロゼ	浜正機工㈱
4	渡辺真唯	㈱フジワ商会
4	渡邉友貴	喜一工具㈱
5	木元杏香	㈱オノマシン
5	久志美月	㈱ナチ関西
5	鈴木聖尚	㈱オノマシン
5	竹村彩花	瑞東産業㈱
5	寺尾　桃	㈱ジーネット
5	中田莉帆子	真鍋㈱
5	中根　翼	杉本商事㈱
5	山本りょうすけ	㈱林敬商店
5	山下莉奈	㈱林敬商店
5	山根海桜	㈱今村商会
5	龍薗佑実	㈱ヒロタ
6	君浪康太	梅田機工㈱
6	桜井　佑	田倉精機㈱
6	寺尾雄一朗	㈱ジーネット
6	寺口勇作	丸一切削工具㈱
6	野尻　怜	真鍋㈱
6	山内航希	真鍋㈱
6	山本沙也香	㈱林敬商店

業界の調査研究発表

祝賀会での調査研究発表を掲載

“先人の知恵、未来へつなげるか?”

調査研究委員会
委員長　横山利治

大正２年の母体結成以来、戦前・戦後の混乱期、高度成長期とそれに続く低成長時代の厳しい時代背景をくぐり抜け、分離・統合などの紆余曲折もありましたが100年続いて来たのは奇跡としか言いようがありません。我々のフィールドであるこの生産財流通業界はメーカーとユーザーの間で、卸、仲卸、販売店といった個々の会社が独特の機能を持ち、世界にも類を見ない流通システムを作り上げ、今日まで発展してまいりました。情報機能、物流機能、金融機能等を兼ね揃えたこの業界がユーザー、とりわけ日本の工業界の成長に大きく貢献してきたことはまぎれもない事実です。

しかし、いよいよこの独自のシステムも曲がり角に来ているように思えます。その理由は、それぞれの機能に取って代わるシステムが発展し、もはや業界自体が誇りにしてきた機能が陳腐化しつつあるからに他なりません。

ちょうど３年前の2010年、大阪で開催された全機工連の全国大会では、インターネットの普及にともなう業界の変化をどうとらえるかが課題となりました。「仲間売り」「仲卸」「ご用聞き営業」など一見時代遅れのこの業界の慣行が逆にユーザーに重宝がられていること。また様々な環境の変化に対してそれぞれ個々は非力なれども、集団で危機を回避する「ムクドリ」よろしく、業界全体でその変化に対応してきたことなどをとりあげ、この業界の「しぶとさ」を再認識しました。

しかし…ITの急速な発達にともない、物流機能はおろか、商品の情報提供に至るまですべてにネットが介在し、人と人とのコミュニケーションから生まれる「商い(あきない)」が、今後は本当にネットに置き代わろうとしています。もはや、その膨大な情報量をコントロールするもの、あるいはそのシステムを押さえるものだけが勝者となり、その他は、完全に淘汰はされないまでも「一利用者」に甘んじなければならない時代になってしまいました。まさに業界の発展のために利用してきたイノベーションの波が今度はかつての利用者であった業界全体を飲み込もうとしている、今はまさに分岐点です。

こういった状況のなかで、我々生産財の流通業界がどう生き残って行くのか?我々 100周年調査研究委員会が10ヶ月もの間、論じ合ってきたのはまさにこの一点です。危機感が本当の危機に変わるまでにそう時間はかかりません。

先人の知恵が築いたこの業界でどう生き残って行くか?当委員会の提言が、我々にしかできないこと、我々だからこそできること、それぞれの解答を見つけてチャレンジしようとする一つのきっかけになれば幸いです。

最後になりましたが、前回の全国大会に引き続きサポート頂いた大阪府立大学経済学部の上野恭裕教授、船本多美子客員研究員、オフィス・フクダの福田隆吉代表、ならびに組合事務局に委員会メンバーを代表して、感謝申し上げます。

サポートメンバーご紹介

三人の先生方にご指導いただき調査研究を進めてまいりました。

上野　恭裕

大阪府立大学経済学部教授
博士(経営学)

専攻

経営学(経営戦略論,組織論)

<一言>

大阪機械器具卸商協同組合創立100周年,おめでとうございます。100年の永きにわたり,この業界を支えてこられた皆様に敬意を表します。この業界には100年を生き抜いてきた知恵と工夫が蓄積されています。例えばこの調査研究プロジェクト自体も,そのような知恵と工夫の一つです。知識の伝承,ならびに学習と情報伝達の仕組みです。
最近,経営学では長寿企業の研究が盛んに行われていますが,長寿組合の研究はあまり見かけません。我々は,皆様方がこれまで築いてこられた知恵と工夫を,学術的な観点から明らかにすることで,社会の発展に貢献したいと考えています。

略歴

1989年 神戸大学経営学部商学科卒業
1991年 神戸大学大学院経営学研究科博士前期課程修了
1992年　同　博士後期課程中退
1992年 大阪府立大学経済学部助手
1994年　同　講師
1997年　同　助教授
2003年　同　教授

<主な著書・論文>

・『経営学への旅立ち』,八千代出版,2001年(分担執筆)。
・『取引制度から読みとく現代企業』,有斐閣,2008年(加護野忠男氏・角田隆太郎氏・山田幸三氏・吉村典久氏との共著)。
・『戦略本社のマネジメント―多角化戦略と組織構造の再検討―』,白桃書房,2011年。
・「日本企業の多角化経営と組織構造」『組織科学』(第37巻第3号)2004年。
・「機械工具商に見る事業システム」大阪府立大学『経済研究』(第56巻第4号)2011年。(船本多美子氏・福田隆吉氏との共著)。

福田　隆吉

オフィス・フクダ代表

中小企業診断士
特定社会保険労務士

大阪府立大学大学院経済学研究科

非常勤講師

略歴

関西学院大学経済学部卒
大阪府立大学大学院経済学研究科博士前期課程修了(MBA)
株式会社ロブテックス代表取締役専務経営企画本部長
株式会社ロブソン代表取締役社長
鳥取ロブスターツール株式会社代表取締役社長
平成15年にロブテックスグループを健康上の理由で退社後
オフィス・フクダ代表(現在に至る)

<一言>

人間のあらゆる社会活動(政治、経済、文化)はネットワーク活動として分析できるとの理論があります。人と人のつながりで構築するネットワークです。インターネットの発展によって、ネットワークの構築方法、支配的な立場が過去と比較して大きく変化しています。この環境の変化に機械工具商がいかに対応するべきかを考えていきたいと思います。

船本　多美子

大阪府立大学経済学部　客員研究員

博士(経済学)

大阪府立大学経済学部経営学科卒業

同大学経済学研究科博士後期課程修了

<一言>

本委員会の発足時から現在に至るまでも、業界の環境は刻々と変化しているという危機感と緊張感をもって皆様は調査・研究を進めておられます。こうした活動の中で日々ものづくりを支えられている皆様のリアルな声を聞くことは、研究者の私にとっても非常に貴重な経験となっております。

委員会メンバーご紹介

組合の若手経営者10人が集まり、業界の将来について調査研究を行ってまいりました。
―「FIFTY―生き残りをかけた挑戦」生き残りのために、今なすべきことは何か。―

横山　利治　49歳（委員長）
横山機工株式会社
代表取締役社長
1992年9月　入社
2005年7月 現職

今回、調査研究委員会メンバーに加わることで、業界の歴史をおおまかに振返ることができました。また、これから我々を取り巻く環境がどう変わって行くかも身にしみて感じることができました。閉塞感のあるこの業界の中で生き残るために必要なことは、現在の延長線上にない新たな試みをやり続けることしかない、という思いを強くした次第です。今までと全く違う業界の未来が、本当に到来します。そのとき、我が社がどうなっているか?楽しみです。

渡辺　喜弘　45歳（副委員長）
森一産業株式会社
代表取締役
2005年　入社
2011年　現職

3年前の全国大会に引き続き、委員会メンバーとして、この1年間、様々な調査や議論を行ってきました。市場の海外へのシフトやECのめざましい進展など、3年前と業界の置かれている状況がより厳しいものになっているのを実感しつつ、メンバーと危機感を共有し、これからを考えるよい経験となりました。

大竹　正晃　38歳
大竹鋼機株式会社
代表取締役
2001年5月　入社
2010年4月　専務取締役就任
2013年4月　現職

今回の研究委員会では様々な事に気付くことが出来ました。私の趣味は登山なのですが計画書を立て、天候など現場の状況に合わせて柔軟に対応して無事に帰宅する。登山は無事に帰るゴールはありますが、企業は長い縦走路を重い歩荷を担いでおります。雨風をしのぎ素晴らしい景色を求めてこれからも前に進みたいと思っております。

岡本　幸久　49歳
岡本機工株式会社
代表取締役社長
入社後の略歴
1986年1月入社、取締役就任
2004年10月　現職

組合の活動にはあまり参加していなかったのですが、今回 100周年研究会を通して　組合員の方のご意見や考え方を お聞きすることができました。近年 日頃の商売を通して 多くのこの業界の営業マンと仕事を共にしていると余りこの業界の将来に希望を持てませんでした。そうではなく 多くの知識・知恵 を持って日々勉強・仕事をしている人が 自分よりも若い方々に居ることを感じさせていただき安心をしたり緊張させられたりです。今後も、組合活動を通じて多くのことを学びたいと思います。

菊川　遵　37歳
宇野株式会社
代表取締役社長
大阪(営)勤務　取締役営業企画室長→取締役営業本部長
2007年　現職

私にとっては「日本のモノづくりを支えてきた」という自画自賛の常套表現を考え直す機会となりました。モノづくりにこそ支えられてきた弊社のこの先は、自らの能動的な変身にのみ懸かっています。捨てるべきものは捨てる勇気をもって、新たな一歩を踏み出したいと思います。

菊本　直利　39歳
菊本機工株式会社
専務取締役
2008年9月　入社
2013年8月　現職

1974年生まれ。ダイビングとカメラと天体観測をこよなく愛する39歳で一児の父。この度100周年調査委員として参加させて頂き、100年間続いてきた業界の知識と、新しい技術や商流の変遷を更に肌で感じる事が出来ました。自分たちが属する業界の礎となる歴史をしっかり掘り起こしていきたいと思います。皆さん、よく遊び、よく学んで行きましょう!

小林　洋介　40歳
サカイ工機株式会社
代表取締役社長
1999年7月　入社→主任→常務取締役
2008年8月　現職

100周年調査研究委員会で気づいたことは今も昔も環境は常に変化していて無意識に自社も自分もその変化に対応し適応してきていた事に気づきました。今まで無意識であったところを意識的にとらえることができることにより適応から進化へと繋がるのではと感じました。これからの変化を楽しみたく思います。

鹿村　佳孝　38歳
株式会社三和精密
常務取締役
2000年　入社
2006年-2007年
三井物産株式会社に出向
2013年　現職

本委員会の活動を通じて、外部の方々だけでなく同世代の経営者や後継者の方々の生の声をじっくり聞くことができ、自分の中で先人より引き継ぐべき財産とこれから取り組まなければいけない課題をより明確に認識できました。私にとって機械工具業界で生き残る糧となる良い機会を頂き、誠にありがとうございました。

堀家　聡史　37歳
株式会社ホリヤ
常務取締役
2003年4月　入社
同年11月　取締役就任
2006年11月　現職

当社もあと約2年半で創業100年の節目ですが弊社の創業者(私の曽祖父)も組合の前身で理事長を拝命していた時代があるそうです。昨年末に当調査研究活動に声を掛けて頂き、多少なりともお役に立てるならと参加しました。同世代での意見交換、過去～未来の調査など非常に有意義な経験をさせて頂きました。

前西　衛　36歳
エバオン株式会社
常務取締役
2006年1月　入社
2012年7月　現職

今回の調査委員会を通して、若くて優秀な経営者の話を伺うことができ、自分自身の見識を深めることができました。これからの業界発展に向けて身の引き締まる思いです。調査委員会に参加させて頂き光栄に思っております。

調査研究発表内容

100 周年式典で発表されたプレゼンテーション

FIFTY

（横山利治　委員長）みなさん、こんにちは。

今回 100 周年調査研究委員会の委員長をやらせていただきました、横山です。私も「工具屋」です。

私たちは、今年の 1 月から 10 名で委員会を立ち上げ、大阪府立大学の上野教授をはじめとするサポートチームとともに「調査、研究」を行って参りました。委員会メンバーは 30 歳代、40 歳代の生産財流通業界の社長もしくは次世代の経営者たちです。

今回の発表にあたり我々は、今日のこの場で何を訴えるのかにかなりの時間を割きました。毎回 2 時間余りの委員会を、実に 25 回も開催しました。

そのなかで…

- 我々を取り巻く環境はどうなっているのか？
- 現実とのギャップはなにか？
- 我々はどうあるべきなのか？

そして、最終的に…

- 我々は、いったい誰に向かって、何を提言すべきなのか？

今までの 10 ヶ月のうち、ほぼ 8 割から 9 割をこういった議論に割いたと言っても過言ではありません。

こういった議論のすえに導きだされたコンセプトを一言で表したものが…この…「FIFTY」という言葉です。

コンセプトは FIFTY ！

50…「100% の半分」です。よく「FIFTY ＝ FIFTY の関係」と言う意味で使われます。「ユーザーと 50 ＝ 50 の関係を築く」とかいいますね。しかし、ここで提言するニュアンスは若干ちがいます。

我々があらわしたかった意味は大きく二つあります。

一つの意味は…市場が半分になるかも知れない？…という意味。

そしてもう一つの意味は……何だと思われますか…？？　本日はこれについてお話させていただきます。

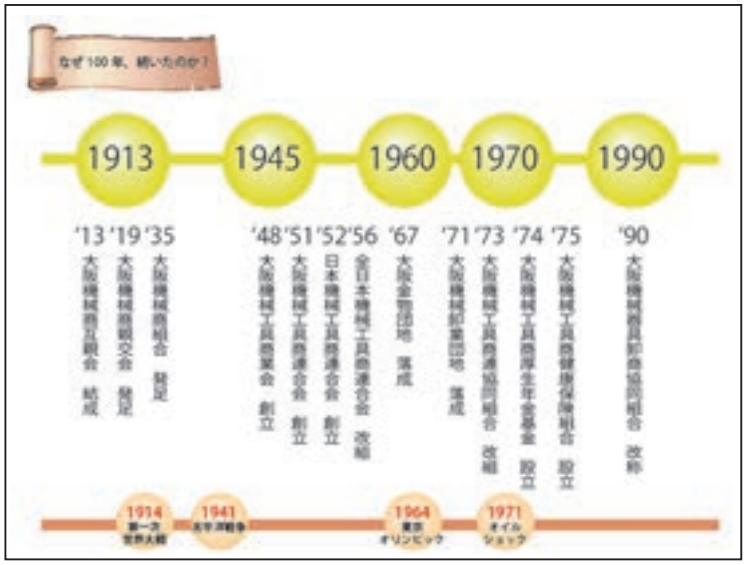
祝!100年

しかし、そもそも、なぜ我々は
100年続けることができたのか?

「大阪機械器具卸商協同組合」。以下「大機協」と言います。まずは今年100年目、おめでとうございます。

数ある業界団体の中で、ここまで続く業界は非常にめずらしい。

どうしてここまで続いているのでしょう？



一言で100年といいますが、決して平坦な100年ではなかったはずです。
大正2年、1913年に母体が発足して以来、第一次世界大戦、関東大震災、太平洋戦争、朝鮮動乱、東京オリンピック、オイルショックなど様々な出来事のなかで、この業界も翻弄されてきました。

戦争特需による好景気もありましたが、逆に物資不足によるインフレに悩まされた時もあります。戦時下では物資の徴用で火が消えたようにもなりました。また、戦争に行かれた先輩方もたくさんいらっしゃったと聞きます。

つまるところ、組合を構成するメンバーは、何度かの景気の波や世界情勢の変化の波にももまれつつ、今日を迎えているわけです。

その中で、志のある方は、起業し、分離・独立し、または倒産・廃業を繰り返しながら今に至っています。

そういった新陳代謝をしながらでも、今日まで残っている。

…いったい、この業界がなぜ必要とされてきたのでしょうか？

まず、我々機械器具の流通業界を必要としたのは、概ね製造業であることは間違い無いでしょう。

その製造業に対し、われわれ機械工具商は次に述べる５つの機能をユーザーに提供してきました

まずは、

- 在庫機能…必要な在庫をユーザーの代わりにキープしておく
- 金融機能…掛売に応じて、ユーザーの資金を助ける
- 調達機能…わずらわしい「間接資材」をユーザーの代わりに揃える
- 物流機能…必要なものを必要なときに必要なだけユーザーに届ける
- サービス機能…それ以外もろもろ

などです。

また、これらの５つの機能を高いレベルで実現するための工夫として、独特の商習慣を備えていました。その特徴は大きく６つあります。

- 地域密着…昼一で持ってきて
- 専門性…これをするならうちに任せなはれ
- 仲間買い…とりあえず「やってまっせぇ」
- 手形…うちの手形、とれんのか？
- 販売ルート…それはうちのルートやがな
- 卸／直需…役割分担

また、数々のイノベーションも行ってきました。

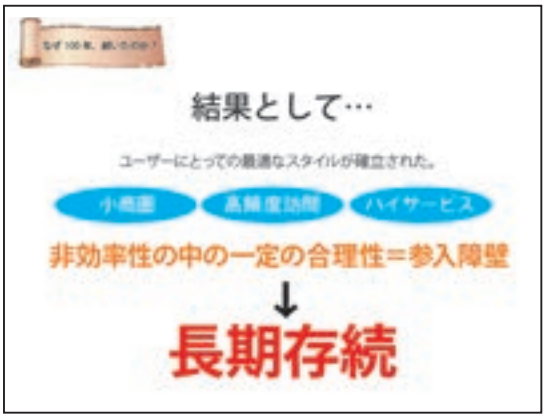
ここに示すのは、そのごくごく一部です。代表的な例として「どてらい市」があります。これは、「メーカー、卸、販売店、ユーザー」というこの業界の典型的な商流を利用した「展示会商売」のハシリです。

そして、「中山商報」現在のオレンジブックです。商品価格を記載したカタログの出現です。問い合わせをしなくても大まかな見積ができるようになりました。

そして今の時代のイノベーションといえば、従来の取引先に対するサービスとして、プロキュバイネットを挙げておきます。これは在庫照会システムがWEB受発注システムに進化したものです。

商品も変わりました。

我々には商品の変化に対応しつつ、それを理解しユーザーに届けるという役割がありました。



結果として、ユーザーにとって、ものすごく便利なスタイルが確立しました。
商圏が小さい、だから、なんども足を運んでくれる、だから、サービスも濃い。
一見非効率なようですが、ユーザーと独特な関係を築き、それが他の業者の参入を防ぐ、だから長期的な関係が続く…

規模の拡大を犠牲にしてユーザーとの深い関係を築いてきたわけです。
私たちはこのような特徴を強化し、ユーザーの便宜を図ることによって、地域の製造業、ひいては全国の製造業の発展を縁の下の力持ちのごとく支えてきました。少なくとも10年前までは、我々の発展は製造業の発展とともにあったわけです。

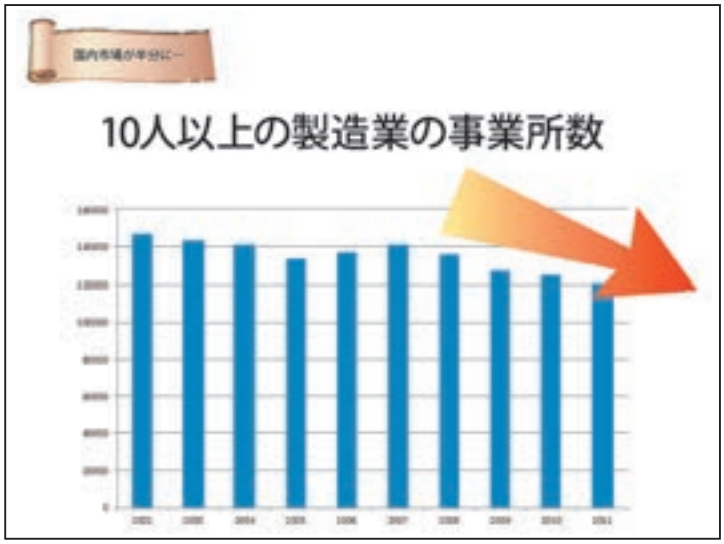
しかし…これからは、どうなるでしょうか？

「まずは現実をみよ。」
現実その1、国内市場は半分になる、です。

製造業の発展とともにあった、我々、機械工具商の数はどうなっているのか？

2003年からの10年間で全機工連の加盟社数は42団体2319社から39団体1663社に、約7割になりました。
我々の大機協の加盟社数も263社から224社に、約8割になってしまいました。

では製造業はどうなっているのか？

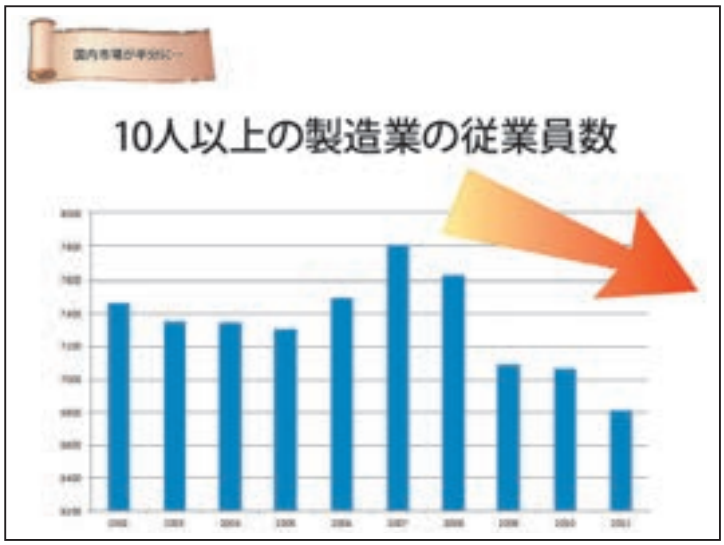


ここからはしばらく経済産業省から公表されているデータを使います。

まずは全国の10人以上の製造業の事業所数の推移です。

2011年までの10年間で漸次、減少しています。ピーク時には15万社近くありましたが、2011年では12万社になっています。

次に同じ規模の製造業の従業員数です。



2007年の780万人をピークとして急激に減っています。

2011年で680万人となっています。

全国の中小製造業の企業数はどうでしょうか？

これも2008年から漸減し、2003年には27万社近くありましたが、2011年は20万社です。特に従業員数20人以下の企業の減少幅が大きい。

例として国内の自動車生産の推移を見ましょう。

2007年の1000万台をピークとして2020年には600万台を切る、

つまり約半分になると予想されています。

国内の製造業が減ってきているのはなんとなく肌で感じていましたが、ここまで減少するとは！！

いったいこれからの製造業がどうなって行くのか。

ここで、インタビューを見ていただきます。

お話は全国の製造業の動向に詳しいNCネットワークの内原社長です。内原社長は実家が内原製作所といい、プレス加工をされています。製造業の水平的な分業をネットで実現できないか？…ということで、1998年、NCネットワークを立ち上げられました。NCネットワークは製造業向け工場検索のポータルサイト「エミダス」を運営しています。製造業の方ではまず知らない人はいないと思います。内原社長はゲスト講師として我々の委員会にも来てもらったことがあります。

（注：NCネットワーク　URL: http://www.nc-net.or.jp）

株式会社NCネットワーク　内原社長　インタビュー

● 国内の製造業はどう変化するのか？

（内原社長）いま、一瞬アベノミクスとかオリンピックの効果によって、内部的には良くなったかのような感じがあるのですが、大雑把に言うと海外へ生産が流れるという方向性は変わらないと思います。自動車メーカーの場合には現地生産という考え方になるわけであって、おそらく800万台の内300万台が輸出をしていると思うのですが、この輸出の部分が全部海外で現地生産されるというやり方に変わるだけです。これは仕方が無いことで、そういう時代だと思います。

量産のラインの仕事で食べるということは、もう日本の仕事では無いという考え方かと思います。

● 国内製造業の現状をどう見ますか？

（内原社長）2000年と2013年の売上を調べたのですが、トヨタさんが14兆円が24兆円、ホンダと日産さんが6兆円が9兆円、いずれも1.5倍以上伸びています。弱電、家電メーカーの

場合、大手８社さん全部横這いか下がっている。一方、海外のアップル、サムソン、鴻海（ホンハイ）このへんはみんな 10 倍以上に伸びている。たとえばアップル 5000 億円の売上が 15 兆円に、鴻海（ホンハイ）は 1.2 兆円が 12 兆円にとか。要は、弱電、家電業界が完全に海外勢に食われたというところが、今の日本の製造業の不調の一番の原因だと思います。

● 流通業は製造業に貢献しているか？

（内原社長）日本の工具メーカーさん、工作機械メーカーさんはご存知の通り世界一の技術であったりとか、特に流通に関しましては世界で類を見ないほど早く買えたりとか、安く購入できたりと、日本が世界で一番だと思います。おそらくそれは今後海外のメーカーなり海外から崩されることは無いと思います。

いかがでしたか？

量産は日本に残るのは難しいとおっしゃっています。大手のメーカーから中小の工場までよくご存知の方のお話なので納得せざるをえません。

ここまでは我々の市場が減少するということ、について申し上げました。

続いて、「まずは現実を見よ」、
現実その 2、
ライバルは近所の工具屋にあらず。

一例として、ＭＲＯ（副資材）通信販売の MonotaRO をとりあげます。

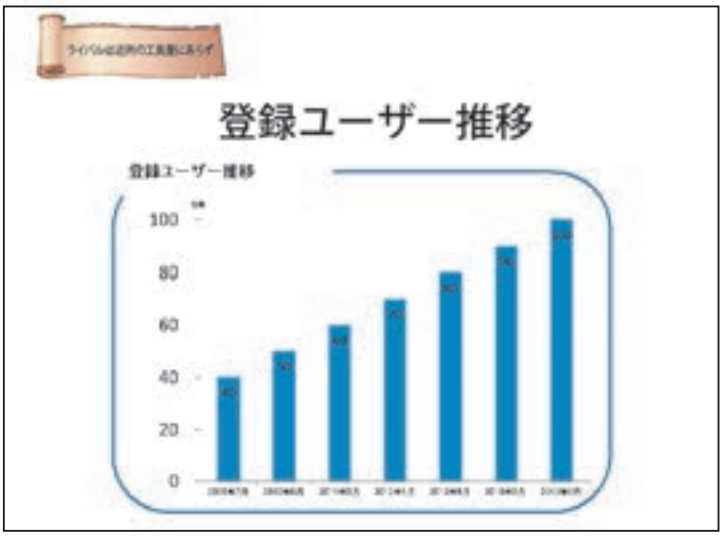
MonotaRO は創業が 2000 年ですが、今年の売上予想は 341 億です。ゼロからスタートして、この時代これだけ成長した企業があったとは驚きです。逆に言えば、我々はこれだけの売上を食われた格好になっています。

MonotaRO のことは皆さんよくご存知ですよね。

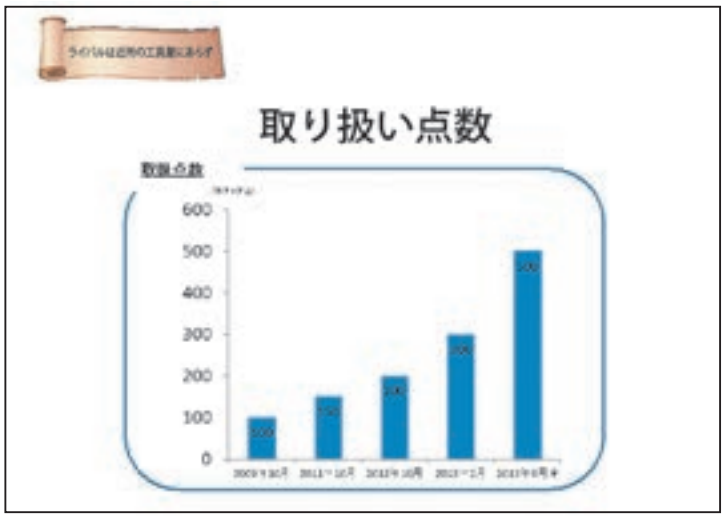
（注：資料は株式会社 MonotaRO のホームページ　http://www.monotaro.com/main/ir/　のＩＲ情報よりデータ引用し独自加工を行った）

特徴は一個から OK ！以下記載のとおりです。

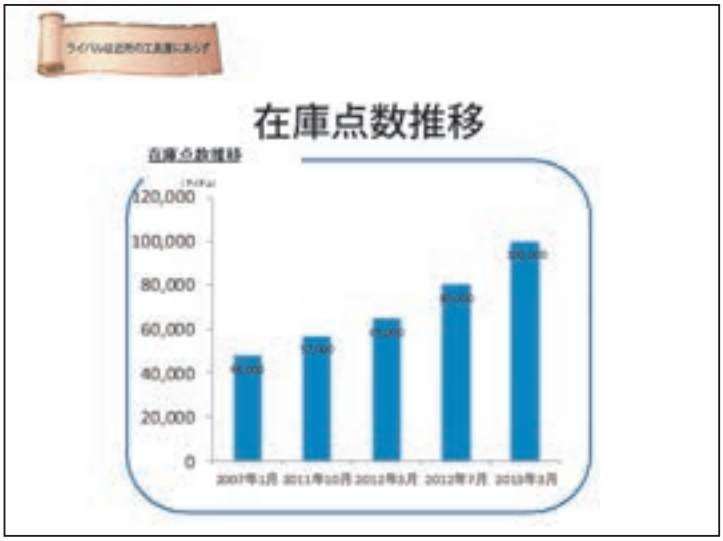
MonotaRO の登録ユーザーの推移です。



注意してみていただきたいのですが、これはユーザー数が 40 万から 100 万まで 10 万毎に増加するのにかかった時間を横軸に書いてあります。ユーザー数が 40 万から 50 万になるまでは 10 ヶ月かかっていますが、90 万から 100 万になるまでに実に 4 ヶ月しか要していません。



取扱い点数は 500 万アイテム



在庫点数は10万点を超えています。

ではなぜMonotaROが短期間のうちにこれだけ登録者数を増やせたのか？

まずは「雨ざらし市場」の存在です。「雨ざらし」とは、われわれ工具商がケアしていない、いやできない、小口のユーザーです。一軒一軒の購買量は小額で、とても営業による販売では割が合わない市場。実はここの市場からは歓迎されました。

２つ目は製造の現場だけでなく、自動車の整備工場、板金工場など幅広いユーザージャンルから支持されたことや、その他の雑多な業種からも支持を得たこと。

そして３つ目、なにより副資材＝MROと呼ばれるもの、商品的に使えればいいというレベルの商材からスタートアップしたことが大きいと思われます。

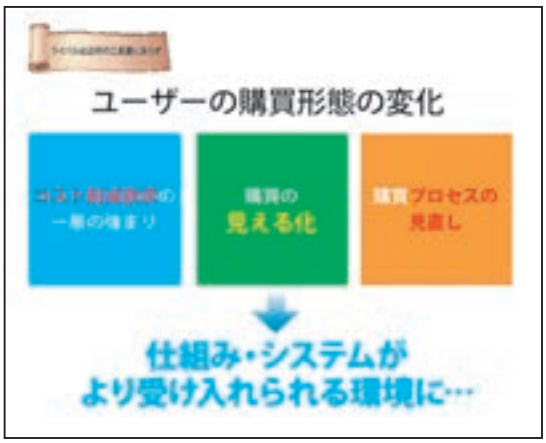
我々が脅威と感じることは、これがいままでの雨ざらしユーザーだけでなく、まさに我々のボリュームゾーンである、中堅・大手のユーザーにも浸透しつつある、ということです。

MonotaROの６つの成長戦略です。

フェイス・トゥ・フェイスの我々直需店に脅威なのはこの③です。

卸の方にとっては、④と⑤が脅威になるかもしれません。

一方、ユーザーの購買形態にも時代とともに変化が見られます。



● コスト削減要求、これは間接人員にかかるコストの削減

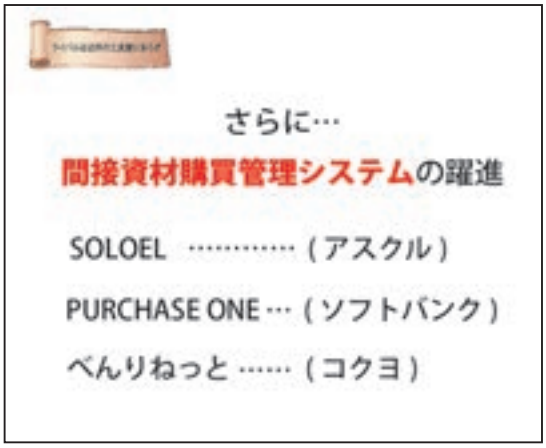
● 見える化、買うところによって価格がバラバラなのを無くしたい、

● 購買プロセスの見直しは、誰がどこから買ったのかわからない、ということを排除したい、

こういった仕組み・システムがユーザーに受け入れられる環境が整ってきたということです。

他にも間接資材購買管理システムの発展があげられます。間接資材購買システム…これはいわゆる、MonotaRO のような通販ではありません。

通販はサイトにモノをのせて販売する。だから使う人が発注する「雨ざらし市場」で有効でした。



一方、間接資材購買システムは買いたいと思うモノをどこで買うのが一番いいのか、あるいはどこで買うようになっているか、などのルールをユーザーの会社ごとに決めてしますシステムです。

３つの代表的なシステムがあります。

SOLOEL…アスクル

PAURCHASE ONE…ソフトバンク

べんりネット…コクヨ

間接資材購買システムとは、購買のシステムを提供するだけでなく、人が行っていた購買業務を代行する。のみならず、どこで買うのが最適なのか、自動発注まで行う。どこのサプライヤーから買うのが一番いいですよ、という購買業務のコンサルティングまでやってしまう。要するに今まで我々が相手にしていた購買は人ですが、これからは機械が相手だという、さびしい現実が待っているわけです。

これらは、大手の企業で導入され始めていますので、すでにご存知の方も多いのではないでしょうか？

MonotaRO などはこういった購買システムのテナントとして利用されつつあります。さて、どういうことが起きますか？

せっかく商品を PR しても、せっかくフェイス・トゥ・フェイスの人間関係を作っても、このシステムからはじかれたら、あるいは、価格で、あるいはサービスで、あるいは「印象」ではじかれてしまったら…、永遠に注文は来ないわけです。

もう一度言いますがライバルは近所の同業者ではありません。参入障壁があったはずの我々の市場に浸透しつつある「システム」です。

これらのまえで、我々流通業界お得意の「フェイス・トゥ・フェイス」は意味を持てなくなってきたのです。

そして…ここに最強のコンテンツが現れようとしています。

いつかは必ずやってくる

Amazon supply（アマゾンサプライ）すでにアメリカではスタートしています。

組合の IT 化推進部会の方にお聞きしたところ

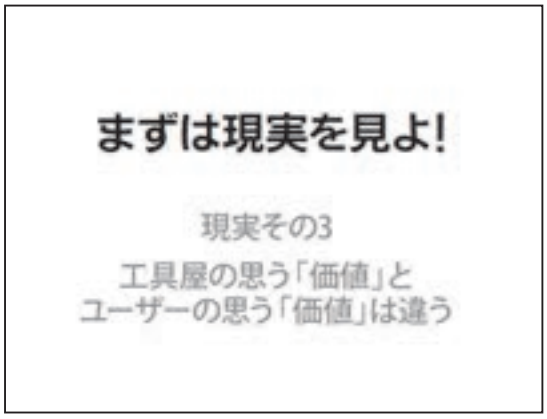
「一番の脅威は Amazon supply である」

と言われました。MonotaRO の比ではない、ということです。

Amazon…　私も本はすべてアマゾンで購入しています。

これを読んだ人はこれも買っています。そのようなことが書いてあると「あ、そうそう、それも欲しかったんだ」というような提案をしてくれる。使う分にはいいですが、商売の邪魔をされると、これは穏やかではありません。

取扱商品を日本語訳にすると、こうなります。…わかりますよね。



さて、現実を見よ、
現実その３は…

工具屋の思う価値とユーザーの思う価値とは違う。

この春、十数社のユーザーに直接ヒアリングを行いました。ここにあげるのはその時のユーザーの声です。

耳の痛いことばかり！だから、「そんな工具屋いりません！」ということになる。

ユーザーさんは納期、価格、商品の知識、サービスなど本当はいっぺんに全部みたしてほしい。

ところが、工具商はそれらを全部やることはできないし、コストも合わない。
「全部顧客の言う通りにしていたらつぶれてしまう。」

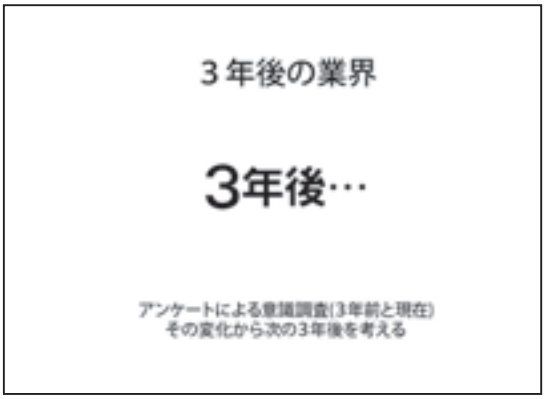
たしかにその通り。

しかし最近のネットサービスは、ずいぶんといいところまで進化してきた。できないところがだんだん　なくなってきた。

すると、相対的に、我々が価値として提供していた、と自負していたことが「価値」でもなんでもなくなってきた。

本当に工具屋さん、それでええのん？　ネットなんか関係ないと思っている間にネットサービスは進化しているの、わかってのん？

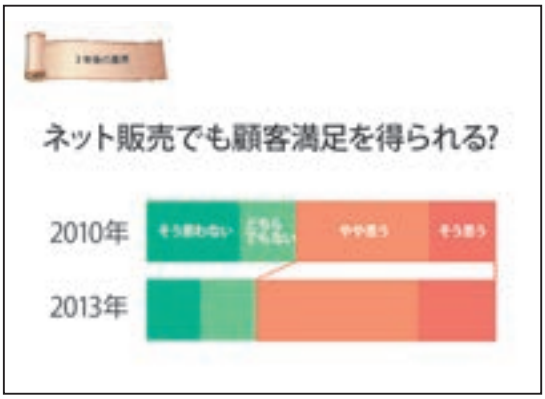
では、3年後はどうなりますか？



2010年の全国大会が大阪でありました。そのときにもちょうどネット販売がだんだん無視できない存在になりつつある、そんな予感がありました。

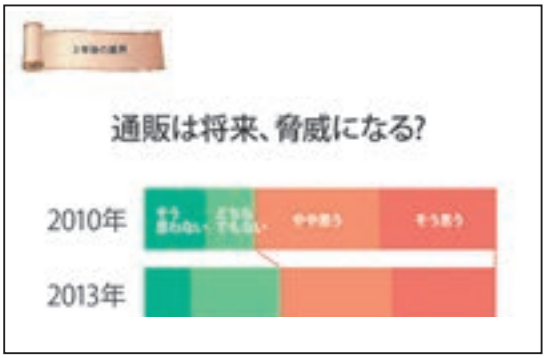
そのときも今回と同じような「テーマ委員会」というものがあり、西日本の工具商の方を対象にアンケートを行いました。

ネット販売でも顧客満足は得られますか？



2010年約6割弱です。片や、3年後の今日、7割。薄々わかってきた人が多くなりました。

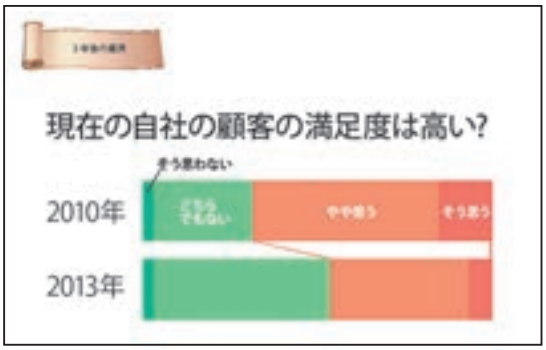
通販は将来脅威になるか？



2010年、「思う」が訳7割でした。3年後の今は6割です。

これは、何が何やらわからなかったネット環境に慣れてきてマヒしてきて、妙に恐怖心が薄らいだ、と見るべきかと思います。

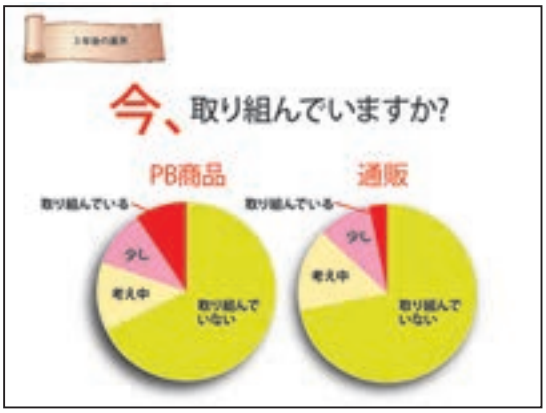
では、本来の仕事では、顧客を満足させてますか？



2010年は7割以上そう思っていたのに…今は半分になってしまいました。

自信が持てなくなってきましたよ。

それを跳ね返すべく、新たな取組みについて聞いてみました。



代表的な例として、昔から工具商があまり積極的に取り組んでこなかった、PB商品と通販への取組みです。今取り組んでいるはわずかですね。取り組んでない、考え中が8割以上。

将来取り組みたいですか？

これはぐっと増えました。やってみたいと思う会社があるんですね。

3年前に情報化への取り組みについて聞いています。

「必要だ」と答えた人は9割。しかし、同業他社より進んでいると答えた人は全体の3割にも届きません。

3年後の今と比較しましょう。

見てください。まったく、変わってない…！

やらなければいけないと思っていたが、やってなかった？？？

3年間、なにをしてました？？

そしてこれからの3年間なにしますか？

自社の「やり方」はとどまっていても、我々のユーザーをシステムはほっときません。ネットが商売上の脅威となった今日、今までの商売のやり方を「半分くらい入れ替える」ことが必要です。

これが…最初に申し上げたFIFTYというコンセプトです。

まだまだニーズはあるはずですが、「それはうちには無理ですわ」とか「やったことありまへん」とか「メーカーに聞いてください」とかで逃げていませんでしたか？

「こんなことをお客さんから言われたけど、手離れ悪そうやから逃げとこっ！」とか…

多様なニーズに応えるチャンスはいっぱいあったのに逃げていませんでしたか？

今まではよかったんです。

今までの「右から左のフェイス・トゥ・フェイス」で生きて来れましたから。

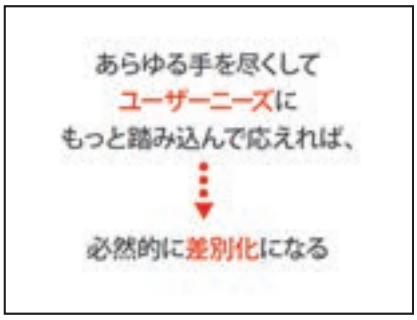
でも今からは…「FIFTY」を本気で考えましょう。

例えば、「機械設備の納入を一括で受ける」

できる限り業者を分けたくない。機械の搬入はＡ社、電気工事はＢ社、配管工事はＣ社と分かれていると煩わしい、できるだけ窓口を一社にして丸投げしたい。工場の生産技術の人員が減らされ、かつコンプライアンスがうるさい昨今では、重宝がられるかもしれません。

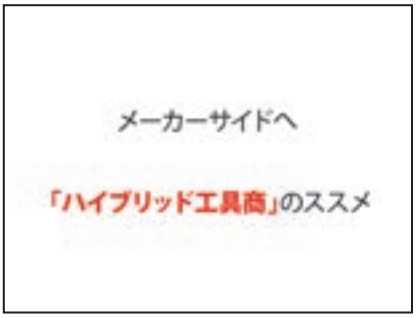
出入りの工具商がこういった仕事を受けるには「ノウハウがない」「人材がいない」「資格がない」など障害があります。

これは実際にこういった工事一式を受けている工具商の例です。



もう一つの例です。

「メーカーサイドへ」副題に「ハイブリッド工具商」とあります。

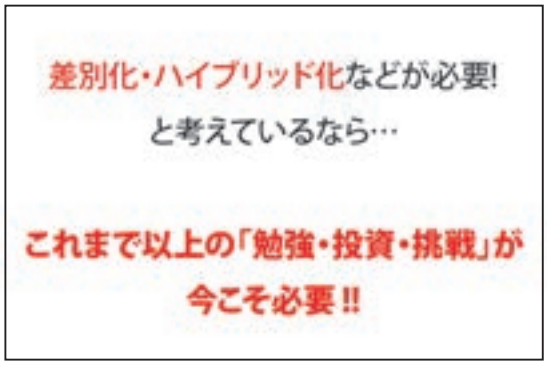


これは加工・エンジニアリングを自社でできる範囲で請け負う、ということです。

やっておられる会社は、多々ありますね。特に地方に多い。技術もさることながら、工場の運営ノウハウが必要ですが、能力さえあればユーザーが離れることはありません。最も我々のユーザーのレベルに達するのは難しいとは思いますが、その前行程などの手助けができるだけでも大きい。

要するにリスクをとらなければ生き残れない時代がくるのではないか？
自らリスクを取って「ハイブリッド化」していかないと存在価値を認めてもらえないのでは？

先ほどの請負工事もそうですが、本業以外のものに新たに挑戦する。



そのためには「勉強・投資・挑戦」が必要です！

もう一つ「FIFTY」どころではない、業態転換に成功されている例を上げましょう。
ユーザーを丸ごと変えてしまった会社があります。

株式会社　大都さん

社長の山田さんはもともとリクルート出身です。金物の卸問屋大都さんの一人娘と結婚され、義父から会社を引き継がれました。

あまりの業界の古くささと赤字続きに一大決心して、仕入れ先であるメーカーはそのまま残し、販売先である金物、ホームセンターとの取引をすべてやめてしまいました。

今はDIY － TOOL.COMというサイトを立上げ、通販に絞って大成功を納めておられます。インタビューがありますのでお聞きください。

株式会社　大都　山田社長　インタビュー

●　卸業を事業転換した理由は？

（山田社長）この事業が伸びていくというイメージが全くできなかったんですよ。財産て何だろうと考えたときに二つあったんです。ひとつはお客さんです。ずっとお付き合いしていたお客さんという財産。もう一つはずっと商品を供給してくれたメーカーさんという財産。どっちかを活かそうと思ったときに、残念ながら販売店さんのほうは伸びるというように思えなかったんです。今まであった資産というかインフラを活かして次のビジネス展開といえば、ずっとお付き合いしてきたメーカーさんを活かしたビジネスモデルを考えて、じゃあ通販をしようということで通販を始めたのです。

ただ、通販の知識があるかと言えば全くなかったので、インターネット通販をやろうと決めてからパソコンを買いました。

●　ネット通販に出来ること、出来ないことは？

（山田社長）フェイス・トゥ・フェイス の営業をされたら絶対に勝てないです。ただ、モノを買うだけだったら絶対に勝てます。サザエさんの三河屋さんの三平さんていますね。サザエさんの「ビール１ケース持ってきて」という注文だったら、ネットで買ったほうが安かったら、サザエさんはネットで買います。もうじきサザエさんでもインターネットで買うかも知れません。三平さんが家に行って、サザエさんと例えば「今晩のおかず何ですか？」という会話をする。そうするとサザエさんは「今晩はトンカツです」と言う。三平さんは「メッチャ美味しいトンカツソース、今あるんですよ」と言う。「あっ、ちょうどトンカツソースが無いんだわ」とサザエさんが言ってトンカツソースを買う。これはネットでは絶対に出来ない。

顕在化しているニーズはネットには絶対勝てませんよ。それもモノを右から左に流すだけでは。でも、潜在的なニーズはネットでは探れない。これがインターネット通販では出来ないことです。

●　流通業界が生き残れる可能性は？

（山田社長）流通は今後ものすごく変わると思いますよ。右から左に流すだけと言うのは、お客さんがまだ年配の人が多いから、まだ守られているんです。お客さんが若い人に入れ替わったときは相当変わると思いますよ。守られてきた業界ですよ。だからある意味チャンスと言うか、ぽっと横から入ってきた人にぽこっとやられる可能性もあるけど、逆に言えばちょっと頑張れば、すぐに抜きん出ることが出来るかもしれません。

パレートの法則てあるじゃないですか。２－８の法則とかも言いますが。ネットの世界では事業所の数の上位１％の者が全体の売上の80％を持っているのですよ。（今後）そういうふうになると思います。だから（生き残れる可能性は）１％。

いかがでしたか？

流通業界は１％しか残らないそうです。守られた業界だそうです。たいへん厳しい意見でした。でも、ここまで製造業相手の商売が低成長期にはいったとはいえ、これからますます縮小して行くというのも頷けます。

さて、次に紹介するのは、東大阪にある社歴 123 年の「大西機工」さんです。工具卸です。

私も担当者時代、お世話になっておりました。皆さんご存知の方も多いと思います。

大西社長の場合は、いままでの「50％入換え」では無く、いままでの商売で培ってきたノウハウを生かし、ネットを脅威としてライバル視せず、逆にネットを使い倒して海外との取引で大成功を納めておられます。

アリババを使っておられます。11 月 19 日放映のワールドビジネスサテライトで、中国ネット通販の「王」アリババ集団のジャック・マー会長単独インタビューがありましたが、大西社長もテレビ取材を受けて番組内で紹介されていました。

では、大西社長のインタビューをきいてください。

大西機工株式会社　大西社長　インタビュー

● 工具商の位置付けについて

（大西社長）工具屋という、業種と言うか位置付けというものが全く世間では認められていない。本当に縁の下の力持ちという面があるんですけど、もっと社会に貢献しているという気持ちを持てば、まだまだ捨てたものではないと思います。

● 業界の人材について

（大西社長）自分の会社の景気もさることながら、業界全体が良くなる取り組みというものも考えていかないと、なかなか本当に人材が育っていない。あの、担当の方が変わっても・・・昔でしたらウチなんかの場合は、入って間なしの人は「最初は大西さんで揉んでもらえ」ということで良く若い人を担当にしてもらったのですが。

● ユーザーの減少は予想していましたか？
（大西社長）特に直近10年を振り返ってみても、ここまで日本のモノづくりが海外に出て行くとは、ちょっと想定外のところがありました。

● ネット販売を始めたきっかけは？
（大西社長）去年の１月ぐらいだと思いますが、一通のＤＭがきて「ネットで海外に展開を進めませんか」というチラシがきて、「どこまで出来るか分からんけど、一回やってみるか」というような軽い気持ちだったんです。

● 苦労を教えてください
（大西社長）数えきれないほどありましたね。10回あって１回来ただけとか。「お前の値段は高い！」そんなことを色々繰り返していく中で、何となく私の中で問い合わせが来たときに、「こいつ絶対モノになる」、「これ駄目」とかがある日突然分かるようになったんです。

● 今後のネット戦略を教えてください
（大西社長）まだ道半ばですから、課題は国内で売れているもの、切削工具以外のモノをもっともっと。国内で売れているモノは海外で売れないことは無いということを身を以て体験しました。

● ネットは敵か味方か？
（大西社長）全部が全部、敵ではないと思います。全部が全部味方でもない。ある部分は味方、ある部分は敵という見方が正しいのじゃないのかと思います。

● ネットは脅威でしょうか？
（大西社長）ものすごくユーザーさんからしたら便利ですし、要るモノを要る時にタイムリーに買えると、こんな便利なものはないと思います。ここ10年来実績もつけていますし、我々にしたら脅威には違いないと思います。ベースになっているのはやっぱり、人と人との繋がり、ネットであっても人と人との繋がりが欠けてしまうと、一回こっきりに終わってしまうのではないかと思います。

いかかですか？英語もパソコンも全くわからないところからスタートした大西社長のネット商売。２年８ヶ月経って11月決算でアリババによる売上だけをみると、今期何と9100万円です。

さて、今までの例を見てわかっていただけたでしょうか？

生き残って行こうと思えば

- リスクを取る
- 今までのものをそっくり入れ替える
- 今あるものを使って新しいチャレンジをする

そこにしか残念ながら活路は無いと思います。
これがこの、「FIFTY」に込められた意味です。

そしてその半分入れかえることを実現するのに必要なものは…

『覚悟』です

新しい環境の中で、半分入れ替えるくらいの覚悟、あなたに、ありますか？

さて、ここまでは同じ業界にいる私たちからの提言でした。
少し感情が入ってしまったかもしれません。

ここからはさらに『覚悟』を高めていただくために、大阪府立大学の上野先生に業界を客観的に総括していただきたいと思います。
では先生、よろしくお願いします。

調査研究サポートチーム発表

大阪機械器具卸商協同組合
100周年調査研究委員会報告

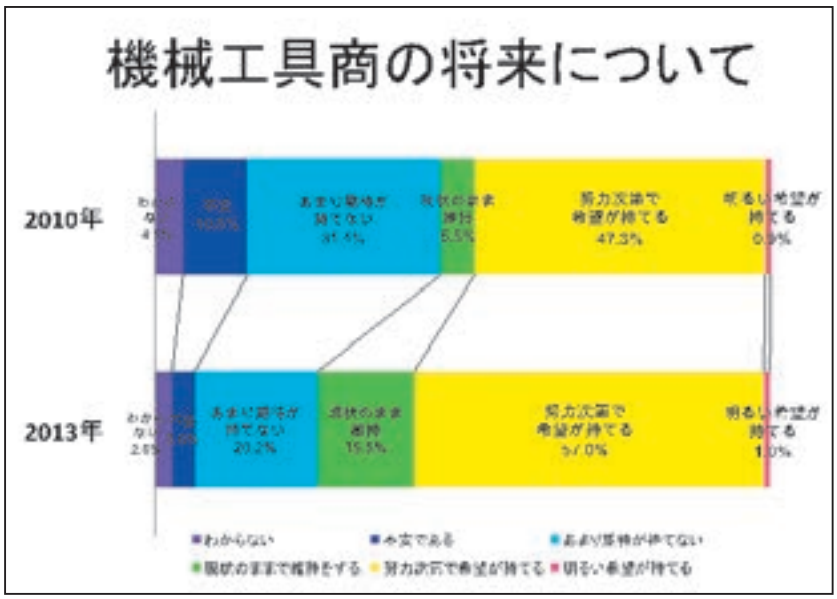
2013年11月22日
サポートチーム
上野恭裕・福田隆吉・船本多美子

（上野恭裕　教授）どうもみなさんこんにちは。今横山委員長からありましたように覚悟を決めていただきたいと思います。私もこの調査委員会に参加するにあたって、覚悟を決めてきたつもりだったんですが、参加してみて正直非常に驚きました。思った以上に大変だった。生半可な覚悟ではだめなんだなということを思い知った次第です。

祝100周年

- 大阪機械器具卸商協同組合創立100周年，おめでとうございます。
- この業界には100年を生き抜いてきた知恵と工夫が蓄積されています。
- 皆様方が築いてこられた知恵と工夫を，学術的な観点から明らかにします。

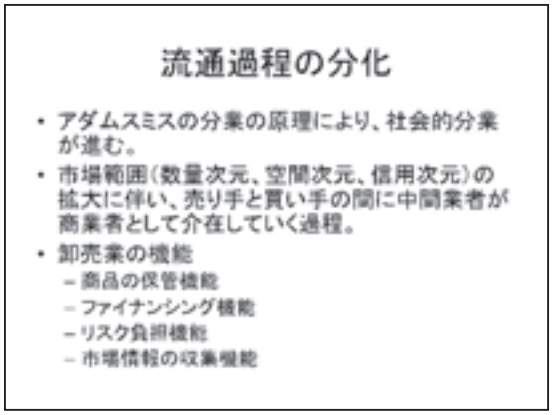
改めまして、大阪機械器具卸商協同組合創立100周年おめでとうございます。この業界には100年を生き抜いてきた知恵と工夫が蓄積されています。皆様方が築いてきた知恵と工夫を学術的な観点から明らかにしていきたいと思います。



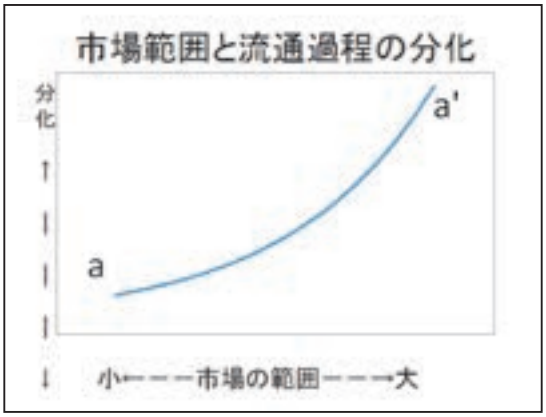
まず、アンケートの結果をご覧ください。皆様方にご協力いただいたアンケートです。上が3年前、全国大会の時に行ったアンケートです。「機械工具商の将来についてどう思いますか」という質問に対して、「明るい希望が持てる」、「努力しだいで希望が持てる」というのが全

体で42%ほどであったわけですが、今回の調査では大幅に増え、合わせて58%ほどに増加しています。どのようなことで、この将来の観測ができるのでしょうか。アベノミクスの効果でしょうか、あるいは皆さん方が力をつけてきたのでしょうか。若干不安だと思います。
ということで、次のデータをご覧ください。これは一般機械器具卸売業の事業所数です。

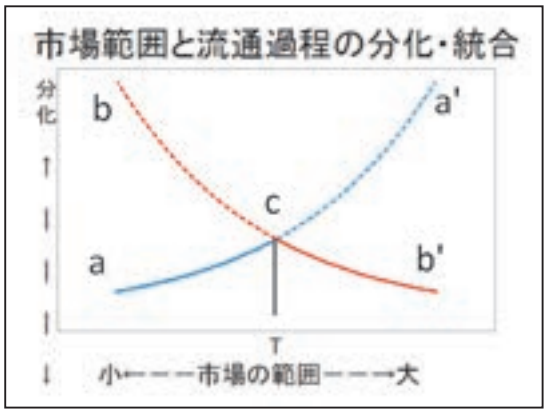
商業統計表からとったデータですが、ご覧のように1991年を頂点として、減少傾向にあります。なぜこのような現象が起こっているのでしょうか。バブル崩壊という環境の変化が大きいと思いますが、それ以外にもさまざまな要因があります。それを流通論で解説してみると、次のような解説が可能になります。



流通過程の分化というのが起こっている。最初は1993年まで一般機械器具卸商の数は増加していました。これは、アダム・スミスの分業の原理によって社会的分業が進むということで説明ができます。市場範囲の拡大にともなって売り手と買い手の間に中間業者である商業者が介在していく過程といわれています。卸売業は、ご覧のような機能を果たしながら、売り手と買い手の間に介在していくわけです。それを示したのが次のグラフです。

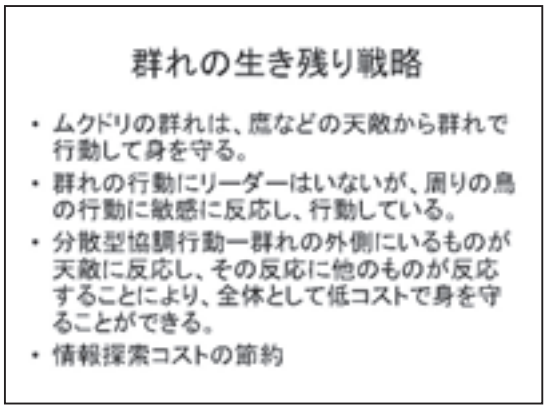


市場範囲が拡大するにしたがって、分化が起こっていきます。要するに、企業の数が増えていくわけですね。この分化というのが、流通段階で卸売業者が介在してさまざまな企業が出現してくる過程です。しかしながら、これが永久に続くというわけではありません。ある段階で、別の論理が働きます。それが次の流通過程の統合の原理です。グラフをご覧ください。

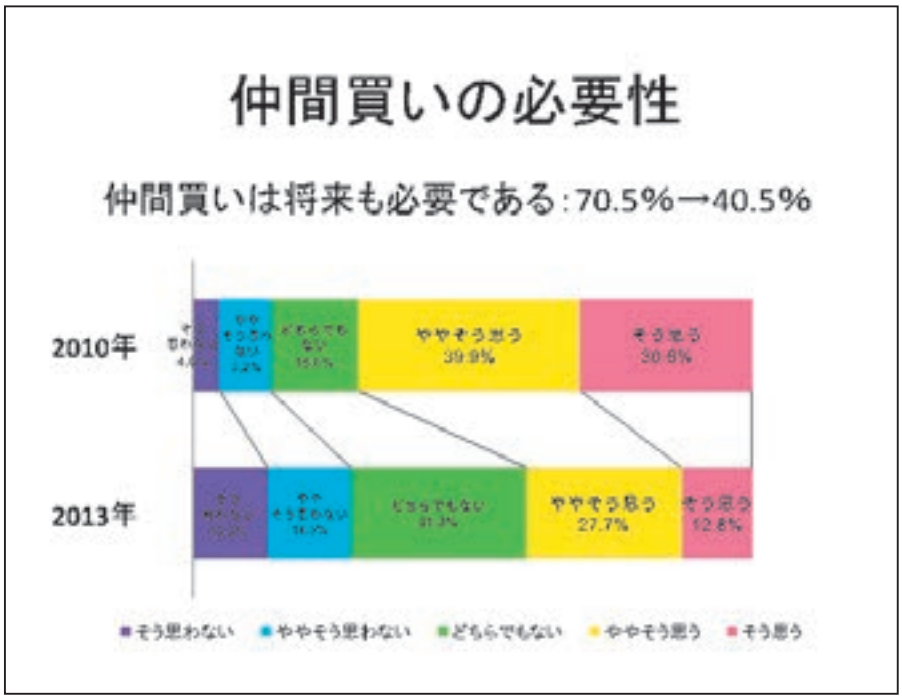


市場の範囲の拡大がある水準に達すると、分化曲線、a－a’というのはb－b’に取って代わられます。これが統合曲線というものです。市場の範囲がある段階のTに達すると、流通過程の分化がc点で止まり、やがて統合に向かうということを示したグラフです。
このような要因もあって、先ほどのグラフ、一般機械器具卸商の事業所数が減っているという風に説明されるというわけですね。

では、これからどんどん卸売業の数が減っていって衰退していくのかというとそうではありません。大企業がいつまでも発展するというわけではないわけですね。中小企業、あるいは卸売業の方はさまざまな工夫でこの苦境を生き抜いてきました。その１つが仲間買いであり、あるいは組合活動であります。

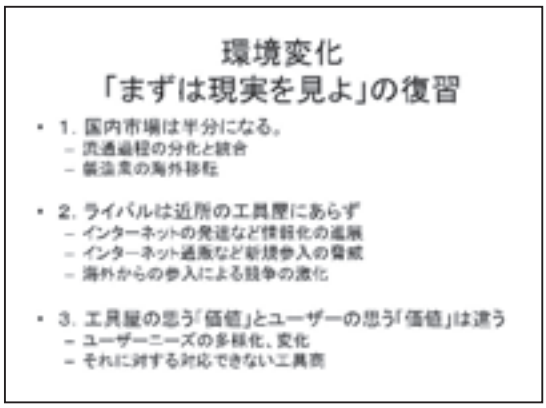


前回の全国大会の時にムクドリの話をさせていただきました。小さな動物は群れを成すことによって生き残りを図っています。群れの行動にはリーダーはありません。しかしながら、周りの鳥の行動に敏感に反応して行動することによって天敵から身を守るわけですね。分散型協調行動といったりします。群れの一番外側にいるものが、天敵に反応する。その反応に反応して動くことによって全体として低コストで身を守ることができる。情報探索コストの節約ですね。こういうことで中小企業の方、あるいはこの業界の方々というのは、効率よく生き残ってきたのではないか。その１つが仲間売りというような行動であったのではないかと前回は分析したわけです。
しかしながら、そのような仲間買いの状況が変わってきました。これもアンケートの結果です。

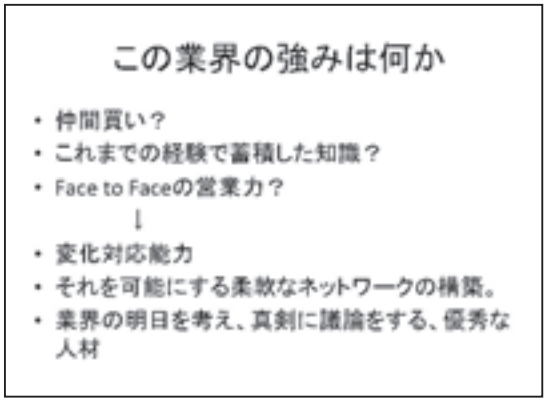


仲間買いは将来も必要ですかということをお尋ねしました。3年前、「そう思う」というのが赤です。「ややそう思う」というのが黄色です。合わせると70.5%の方が将来も仲間買いは必要だと答えていました。しかしながら、今回の調査では、「そう思う」、「ややそう思う」、を合わせても40.5%の方が将来も必要だと答えている。逆にいうと、60%の方が将来は必要ではないのではないかと答えているわけですね。大きな変化が起こっています。

では、なぜこのような変化が起こるのでしょうか。先ほどの発表の復習です。



このような環境の変化が起こっています。まずは現実を見よ、ということで、横山委員長がお話されました。国内市場は半分になる。新たなライバルが出現する。工具屋の思う価値とユーザーの思う価値に乖離が生まれる。こういうような大きな環境の変化、これが工具商の状況を変えているという風に考えられます。そこで、このような環境の変化に柔軟に対応していかなければならないわけですが、その際、やはりこの業界の強みを再確認しておく必要があります。



この業界の強みは何でしょう？仲間買いでしょうか？あるいは、これまでの経験で蓄積した知識でしょうか。あるいは、face to faceの営業力。これまではこれらが強みでした。しかしながら、本当の強みというのはこのようなものではなくて、私は変化対応能力だと思います。皆様方は柔軟に業態を変えることによってこの変化に対応してきたわけです。その変化に対応することを可能とする柔軟な

ネットワークを構築されてきました。さらに、そのネットワークを担う、業界の明日を考え、真剣に議論する優秀な人材、これがこの業界の強みだと思います。たとえば、この調査研究プロジェクトそのものが柔軟に環境変化に対応していくための柔軟なネットワーク、そのための仕組みであるという風に考えられるわけです。

この調査研究委員会で、我々が議論したことに次の３つのものがあります。組合への提言として次の３つをお示ししたいと思います。

この業界の強みは何か

- 仲間買い？
- これまでの経験で蓄積した知識？
- Face to Faceの営業力？

↓

- 変化対応能力
- それを可能にする柔軟なネットワークの構築。
- 業界の明日を考え、真剣に議論をする、優秀な人材

１つがEDIの標準化を進める、もう１つがロングテールの商品や廃盤商品のデータベース化、さらに、機械工具販売者の資格制度の創設です。これらはすでに取り組まれていることで皆様方はよくご存知だと思います。大事なことはこれらの取り組みにみんなが参加するということにあります。若い人の意見を聞くだけではなくて、それを受け入れて参加するということが必要です。というのも、このようなネットワークというのは参加者の数というのでその有効性が決まってきます。そういうのをネットワークの外部性という概念で表わします。

ネットワーク外部性

- ネットワークへの参加者が増えれば増えるほど、そのネットワークに参加している人の便益が増える現象。
- 例えば電話。通信できる相手が増えれば増えるほど、その電話を持っている人のメリットが増える。
- 組合での情報交換、仲間買いなど、参加者が多いほど参加者のメリットが大きかった。
- EDIの標準化も参加者が多いほど、メリットが大きい。
- デジタル化を前提とした組合の若手を中心としたネットワークの構築に、みんなが協力することが必要。

ネットワーク外部性という概念は、ネットワークへの参加者が増えれば増えるほど、そのネットワークに参加している人の便益が増えるという現象です。たとえば、電話というのを考えてみてください。通話できる相手が増えれば増えるほど、その電話を持っている人のメリットは増えていくわけですね。同じように、組合での情報交換、あるいは仲間買いなど、参加者が多ければ多いほどその参加者にメリットがありました。EDIの標準化も同じです。参加者が少ないとメリットはありません。デジタル化を前提とした、組合の若手を中心としたネットワークに皆さんが協力することが必要です。

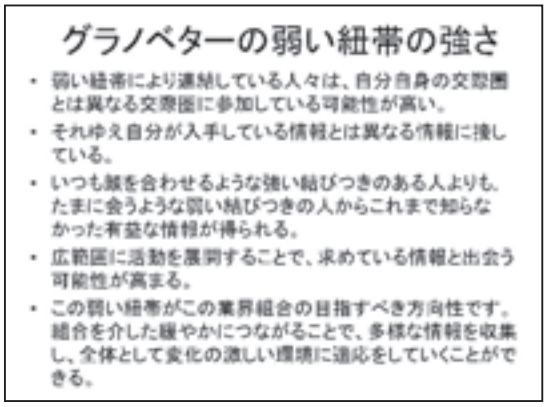
その際、ポイントが１つあります。それが、紐帯の強さ。結びつき、つながりの強さです。

強い紐帯（結びつき・つながり）の強さ

- ネットワークの有効性はネットワークの強さに比例する。
- 強い結びつきによる
  - 濃密な相互作用。
  - 暗黙知の共有
  - 相互信頼の強化
  - リーダーへの関係強化
- 環境の変化によってもたらされた危機的状況に、強い団結で対応することができる。

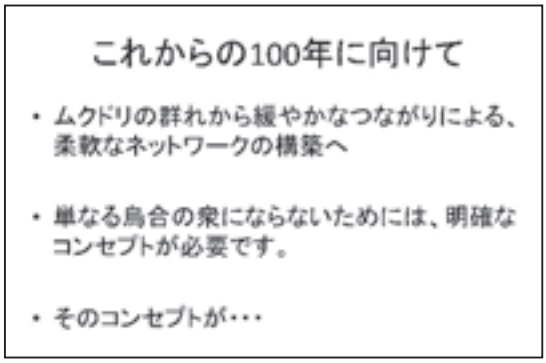
一般的にネットワークとかつながりというのは強ければ強いほうに考えられがちです。ネットワークの有効性というのはネットワークの強さに比例するということですね。強い結びつきによって、濃密な相互作用が起こり、暗黙知の共有が起こる。相互信頼が強化されて、リーダーへの信頼が深まるというようなことで、環境の変化によってもたらされる危

機的な状況に強い団結で対応することができると考えられがちです。しかしながら、そういうことばかりではありません。グラノベターという学者が弱い紐帯の強さというのを提言しました。



弱い紐帯に連結している人々は自分の交際圏とは違う交際圏に参加している可能性が高いわけですね。要するに、普段付き合わない人というのは自分と違う世界にいるということです。いつも顔を合わせる人から得られるような情報よりも、たまに会う人から得られる情報のほうが価値の高い場合が多い。この弱い紐帯が、この業界組合が目指すべき方向ではないでしょうか？組合を介して緩やかにつながることで、多様な情報を収集することができる。全体として、変化の激しい環境に適応していくことができるわけです。

最後に、これからの100年に向けて。



これまでのムクドリの群れから、緩やかなつながりによる、柔軟なネットワークの構築へ進んでいかなければならないのではないでしょうか。その際、単なる烏合の衆にならないためには、方向性を示した明確なコンセプトが必要です。そのコンセプトが我々の議論してきたFIFTYというものです。

このFIFTYというのは、業態を入れ替えるなどいろんな意味があると思いますが、大事なことは「意識を入れ替える」ということにあると思います。これで私の報告を終わらせていただきます。ありがとうございました。

委員会メンバーを代表して、締めくくりの挨拶（委員：岡本幸久）

みなさんこんにちは。大阪府堺市で工具屋をしています、岡本機工の岡本です。

私は32年前、親父にこの工具屋業界に放り込まれました。何も分からん18歳でした。がむしゃらに勉強しました。それでもそれ以上に勉強する人がいて、なかなか人の前に出ることができなかったことを思い出します。最近はというと、「みんな勉強してないな、この業界どないなるんやろ？」と心配しておりました。そんな折、今度は横山社長にこの委員会に放り込まれました。前回放り込まれた時とは違い、見渡せば最年長です。調査研究を重ねていくうちに、それまでとは逆に、若い人が新しい情報に敏感なこと、その情報を分析する知識、知恵の豊かなこと、よく勉強してるなと感心させられました。

そんな次世代を担う若手メンバーとの調査研究で、迫ってくる足音、脇見をすれば落ちそうな穴らしきものが何者なのか、また、何なのか、それを知ることとなりました。お尻に火がついてからでは遅いのです。まだ、余力のある今のうちに、是非新しい第一歩を踏み出していただきたいと思います。

今回のコンセプトであるFIFTYの言葉を思い出していただき、明日からの商売のヒントにしていただければ、上野先生を始めとするサポートチームや当メンバーの11ヶ月の苦労も報われるかと思います。

最後に一言。もう今までのようには何とかはなりません。ええ加減に覚悟を決めましょう。本日はご静聴いただき誠にありがとうございました。

支部紹介と組合員・賛助会員名簿

組合員　224社
賛助会員　163社

大阪機械
機具卸商
協同組合

支部紹介

当組合は、戦後に大阪府下各地域で組成された機工会や地区の組合が連合して組織が拡大された歴史を持っています。
1973（昭和48）年に協同組合へ移行した時に組織運営上、支部制が敷かれましたが、それ以降も機工会としての活動が盛んに行われており、各支部の紹介と併せて、機工会の活動も紹介します。

西支部　組合員数68社

支部長＝西野佳成氏（西野産業社長）

西支部は、立売堀・新町地区にある企業を中心としたメンバーで構成される。同支部の母体となる大阪西機工会の発足は、昭和26年。発足当時の会員は、西区を中心に56社、うち立売堀・新町は45社だった。

そもそも立売堀・新町地区が機械・金属商の集積地となったのは地の利による。海運で拓けた江之子島に隣接し、木津川に沿う。明治30年代に既にこの地域には、船具屋とともに鉄や機械工具を売る店が散在していたという。太平洋戦争で焼け野原と化したが、終戦翌年には立売堀新町商店街復興会（後の立売堀新町振興会）が結成され、復興は急ピッチで進む。そして、同地区の工具商の専門団体として結成されたのが大阪西機工会だった。

初代会長の小野逞三氏に続き、君浪鉄雄氏、伊勢田計義氏、山本猛夫氏、竹花宏氏、中道真蔵氏、田中康造氏、そして現在の西野佳成氏と。現在は、総会のほかゴルフコンペや年末の忘年懇親会など親交行事を実施。夏の納涼大会は、会員企業やメーカーの社員も交えた大イベントだ。平成23年秋には、機工会創立60周年記念事業として従業員やその家族650人がＵＳＪを楽しんだ。

昭和46年結成の青年部は、勉強会を中心に活動を実施。宅地化が進む中にあって、地区内の小学生を集めて「工具の使い方教室」を開くなど地域との交流も積極的に進める。

上町支部　組合員数 41 社

支部長＝前西孝夫氏（エバオン会長）

母体である大阪上町機工会が設立されたのは昭和26年。8月25日に桃園小学校で創立総会が開かれ、発足時の会員数は58社だった。

①商業道徳高揚のための懇談
②経営合理化促進のための研究
③従業員の質的向上のための事業・・・

などを事業内容に掲げた。新年名刺交換会や新入社員歓迎会、永年勤続従業員表彰、野球大会、ボーリング大会など親睦にも力を注いできた。総会時には講師を招いて講演会も。昭和55年には30周年記念式典を薬業年金会館で開催した。

上町支部の足下で良く知られるのはやはり大阪城。近年会合で利用するＫＫＲホテルの窓からはすぐ前に大阪城が望め、夜にはライトアップされる。

大阪城の東側に大阪陸軍造兵廠があったことから、払い下げ品の仕入れに便利な上町に拠点を構えた工具商が多く、切削・測定・ベアリング・伝動機器など多業種が集積している。規模的には、上場企業３社から数名の商店まで加入しており、業態も一次問屋と直需店あるいは双方を商う会社が、ほぼ同率を成している。それぞれの強み・特色を生かし、競合が少ないこともあり、和気あいあいとした雰囲気が漂う支部である。

中部支部　組合員数９社

支部長＝瀬川洋氏（三共コーポレーション社長）

母体である中部機工会は、昭和26年9月27日に会員数36社で発足した。

現在の会員数は９社（賛助会員を含め14社）と大幅に減少したが、まとまりは良く、相互の信頼関係も深い。

会員の会社所在地は立売堀、日本橋、心斎橋と地域性も様々。年初の新年会、春の総会には心斎橋の日本料亭にて、ほぼフルメンバーが揃い、会議と懇親会を開催している。

中部機工会創立以来、62年の間、毎年総会を開催している。平成13年6月には50周年記念として北海道で総会を開催した。

また、会員各社の賛同により平成16年からは毎年、海外研修旅行を実施している。

上海を皮切りに北京／西安、大連、青島、ベトナム（ホーチミン）、フィリピン（アンヘルス）、香港／マカオ等を訪問。

現地日系企業視察や現地大学生との交流会、政府関係者との懇親会等を行い、海外事情研鑽に努めている。

平成23年10月には海外研修を取り止め、東日本大震災で甚大な被害を受けられた東北地区（仙台、花巻）を、会員企業の東北工場見学を兼ねて視察し、被災者のお見舞いと、一日も早い復興を祈念した（写真）。

平成26年2月にはタイ（バンコク）を訪問、研修予定である。

北大阪支部 組合員数6社

（支部長＝木村吾郎氏（カツヤマキカイ社長））

昭和22年、母体である北大阪機工会は会員数45人で結成。林寿一氏が会長に就任した。昭和35年には現支部長の祖父、木村辰雄氏が会長に就任。20周年を迎えた昭和43年に雄琴温泉（滋賀県）で総会を開き、守山市の運搬機械メーカーである株式会社チルホールの工場見学を行った。

ＪＲ大阪駅を有する大阪の玄関口でもあり、大阪・北区に本社を置く企業は、機械工具業界だけに留まらずあらゆる産業に拡がっている。つまり、大阪を代表するビジネス街であり、情報集積地として存在感を示している。平成25年には梅田北ヤードを再開発したグランフロント大阪がオープンし、多くの人で賑わっている。また、大阪市役所や国の重要文化財として大阪市中央公会堂がある。

組合の結成が早く歴史ある支部のひとつであるが、会員数の減少に伴い平成21年から23年の3年間は行事開催ができなかった。平成24年に木村吾郎氏が支部長に選任され、現在では年に一度総会および情報交換会を開催している。

東大阪支部 組合員数30社

支部長＝巽謙昌氏（興生産業会長）

今里ロータリー付近に集積していた機械工具商を中心に結成された東大阪機工会。

今里地区はかつて、立売堀や谷町と並んで大阪屈指の機械工具商の街として知られていた。

今里にはミシン製造やその部品加工業を営む企業が数多くあり、近隣の高井田はボルト・ナットやビスなどの鋲螺製造業が盛んだった。ミシン産業は特産の河内木綿に関連し、鋲螺は生駒山麓（枚岡地区）で行われていた水車を利用した伸線業の2次産業として発展したと思われる。これらの製造業は、時代とともに、大阪市内から後に東大阪市となる布施市や河内市、枚岡市、また八尾市などに移っていく。

東大阪・八尾には新たな機械工具商が勃興していくが、東大阪機工会はそれらの多くをメンバーに取り込むことができなかったことが今後の課題として残っている。

東大阪機工会は現在、会メンバーによる総会を隔年に実施し、毎年夏には会員企業の社員や仕入れメーカーの担当者らを招いてビアパティーを盛大に開いている。

かつては青年部も存在したが、これは昭和59年設立の大阪機械工具商青年会（ＯＭＪＣ）に合流する形で発展的に解散した。

環境が目まぐるしく変化する現在。こうした時代にこそ“業界発展へとお互いを刺激する場”を創出する。

こうした魅力づくりのための取り組みが、今後大いに期待されるところだ。

阪神支部 組合員数 12 社

支部長＝杉本博道氏（杉本精機社長）

野田阪神機械工具街は、戦後間もない頃にベニヤ板のバラック小屋から始まった。国道２号線に直結し、阪神間、淀川・安治川沿いの大工場から下請けの小さな町工場まで気安く来られる機械工具の街として親しまれた。ほど近い大開町は松下幸之助創業の地として有名だ。

昭和 32 年に始まった阪神電車連続立体高架化事業に協力し、各店舗が高架下に店を移して現在の形がある。阪神高速の各方面への出入口に間近く、路面電車や国鉄、阪神電車の交通ターミナルを形成。路面電車は廃線となったが、地下鉄やバスターミナル、それにＪＲ東西線が加わり、今も交通至便な地域だ。近年は機械工具以外の出店も多く、飲食店も機械工具街に加わってきた。

この地域では、野田阪神機械工具組合としての活動が活発だ。新年互礼会や総会、慰安旅行など。また、月例行事として理事会や地域清掃作業を実施している。青年会は、組合の厚生行事を補完。ボーリング大会やビアパーティー、餅つき大会などを主導している。地元町内会に所属するなど地域との交流も盛ん。各店舗のシャッターは地元の西野田工業高校や中央工学校の協力を得、絵画シャッターにした。

淀川支部 組合員数 25 社

支部長＝山下順次氏（旭商工会長）

母体の淀川機工会が発足したのは昭和 35 年 12 月。岩戸景気が終わり、デフレの段階に入ったころ。大阪市淀川区に本社を置く機械工具商は、早くから多店舗化を図り、関西地区にその販売網を広げていった。昨今では、東海地区や海外に拠点を置く会員も出てきている。大阪市を貫流する淀川に接し、古くから交通の要衝として栄えてきた。薬品メーカーや金属製品メーカーほか製造業が盛ん。一方で、高度成長期には賑わいを見せた地区最大の繁華街・十三は、今では住宅が増え、静かな街になっている。

毎年８月に開く納涼会には、約 200 人の会員・協賛企業の社員が一堂に会し、ビールを片手に大いに語らい、楽しいひと時を過ごす一大イベントになっている。会員企業の社員の若返りが進み、年々違った盛り上がりを見せる。

また淀川河畔では、毎年８月第一土曜日に大阪でも指折りの規模の花火大会が行われ、各企業ではレクレーションの場として活用している。

会員企業の経営者は、日頃のビジネスの場とは異なり、「懇親」にも注力しており、地区の業界のレベルアップを目指して力を合わせている。

城北支部 組合員数 13 社

支部長＝河田徹氏（河田機工会長）

母体の城北機工会は、大阪市城東区において昭和 35 年 7 月 14 日、大阪市内（城東区、鶴見区、都島区、旭区）、守口市、門真市の工具及び金物商によって設立された。

昭和 48 年に大阪機械工具商連協同組合に参加、城北支部活動と城北機工会活動がともに実施されてきた。

大阪市内城東区、鶴見区には昔から寝屋川が流れており、運搬船が往来する光景を見ることができた。川沿いには圧延工場や伸線工場、鋳物工場、メッキ工場がひしめいていた。

守口市、門真市には大手電機メーカーがあり、城東区及び都島区にはメリヤス機械メーカー（織機工場）やそれらの部品加工の下請け工場、それらの機械を使っての織物工場が多く、戦後開業した工具商がひしめき合っていた。

現在の組合員数は 13 社と少ないため、総会や納涼会で顔を合わせる機会もあり、全員仲良く日々仕事に励んでいる。

総会以外にはフリートークの会などを次期経営者対象に開いているが、土曜日に営業している会員会社も多く、定期的に開催できていないのが実情。

当地区には豊臣秀吉が築城の大阪城はじめ、天神祭でお馴染の大川沿いの桜ノ宮公園、花博記念公園鶴見緑地など、名所旧跡が数多い。

堺南支部 組合員数 20 社

支部長＝濱田博夫氏（浜田社長）

昭和 27 年に会員相互の親睦を目的として堺南機工会を設立すると共に、大阪機械工具商連合会に加入。昭和 52 年 8 月には堺南機工会を発展的に解消し、組合員の相互扶助の精神に基づき組合員のために必要な共同事業を行い、以って組合員の自主的な経済活動を促進し、且つ、その経済的地位の向上を図る目的で、独自に堺南機械工具商業協同組合を設立する。共同購入事業や講演会、納涼大会、観劇会等を催し、ピーク時の会員数は 41 社に及んだ。

平成 15 年 5 月に堺南機械工具商業協同組合を解散し、大阪機械器具卸商協同組合堺南支部として活動の一本化を図る。現在の会員数は 20 社となっている。

当エリアは昔から日本を代表する交易都市・国際都市として栄え、近年は農機具や自転車部品、空調関連、釣り具などの大手メーカーが進出し活況を呈している。

毎年 4 月開催の支部総会はじめ、賛助会員も参加してのビアパーティ（7 月）、新年賀詞交歓会（1 月）を盛大に催している他、経営勉強会や定例役員会等を開いている。

世界三大墳墓の一つと言われる仁徳天皇陵古墳、当初の場所に現存する日本最古の木造洋式燈台、310 年の伝統を守り伝える岸和田だんじり祭りなど、豊かな歴史と文化資源を有している。

組合員名簿（支部別）

会社名	代表者名	郵便番号	会社住所	会社電話番号
西支部				
池田産業（株）	池　田　　薫	550-0013	大阪市西区新町 2-18-12	06-6543-3281
（株）石岡鈩工業所	石　岡　清　治	550-0006	西区江の子島 1-8-21-110	06-6448-4416
（株）出　石	出　石　　篤	578-0965	東大阪市本庄西 2-3-12	06-6531-6971
（株）今村商会	今　村　邦　裕	550-0025	大阪市西区九条南 2-28-10	06-6584-0584
岩田伝導機工（株）	岩　田　哲　也	550-0022	大阪市西区本田 2-4-8	06-6581-1335
（株）上田商会	上田英三郎	550-0013	大阪市西区新町 3-13-5	06-6541-3321
梅田機工（株）	君　浪　　進	550-0012	大阪市西区立売堀 2-5-17	06-6532-5731
大阪不二越製品販売（株）	金　谷　寛　一	550-0012	大阪市西区立売堀 3-5-24	06-6531-2135
大竹鋼機（株）	大　竹　正　晃	550-0012	大阪市西区立売堀 4-6-5	06-6532-5471
（株）岡　聰	下谷幾久朗	550-0022	大阪市西区本田 1-1-8	06-6581-5015
岡本機工（株）	岡　本　貞　雄	550-0012	大阪市西区立売堀 4-1-5	06-6531-4855
小川善（株）	梶　本　眞　司	550-8691	大阪市西区立売堀 3-8-14	06-6532-5001
（株）オノマシン	小　野　徹　弥	550-0012	大阪市西区立売堀 3-4-24	06-6534-0750
片山チエン（株）	片　山　知　紀	578-0965	東大阪市本庄西 2-3-43	06-6748-2333
関西精工商事（株）	市　島　良　則	550-0004	大阪市西区靭本町 2-6-7	06-6448-2655
関西伝導機器（株）	尾　崎　平　明	550-0015	大阪市西区南堀江 2-2-6	06-6538-1561
喜一工具（株）	田　中　健　一	550-8691	大阪市西区立売堀 3-8-14	06-6532-6221
（株）キクスズ	岡　本　　惠	550-0012	大阪市西区立売堀 4-3-6	06-6531-3988
（株）木田商店	木　田　充　彦	550-0013	大阪市西区新町 1-14-35	06-6532-5012
三　共（株）	東　　光　宏	550-0012	大阪市西区立売堀 1-10-4	06-6531-8831
（株）三協工具製作所	守　谷　　眞	550-0012	大阪市西区立売堀 4-3-3	06-6531-4475
（株）三和精密	鹿　村　隆　明	578-0965	東大阪市本庄西 2-6-4	06-6747-6481
（株）ジーネット	古　里　龍　平	540-0024	大阪市中央区南新町 1-2-10	06-6946-9613
シミヅ産業（株）	清　水　善　徳	550-0012	大阪市西区立売堀 2-5-23	06-6532-0832
新和鋼機（株）	川　松　勝　己	550-0013	大阪市西区新町 4-15-3	06-6538-3551
杉本商事（株）	杉　本　正　広	550-8502	大阪市西区立売堀 5-7-27	06-6538-2661
（株）スリーエッチ	片　岡　　昇	550-0012	大阪市西区立売堀 5-5-8	06-6538-3766
西部ゴム（株）	加　藤　　廣	530-0055	大阪市北区野崎町 6-13	06-6311-5571
大喜産業（株）	来　田　　亨	550-0012	大阪市西区立売堀 1-5-9	06-6541-1987
大同興業（株）	寺　田　周　一	550-0014	大阪市西区北堀江 3-9-16	06-6531-0014
大徳機工（株）	横　山　欽　一	550-0012	大阪市西区立売堀 5-8-17	06-6532-2131
大日オイルシール（株）	川　口　善　隆	550-0012	大阪市西区立売堀 4-3-15	06-6541-6621
大　和（株）	堀　井　利　純	550-0012	大阪市西区立売堀 4-4-9	06-6531-0581
（株）田倉工具製作所	田　倉　健　吾	550-0012	大阪市西区立売堀 2-5-36	06-6541-3023

会社名	代表者名	郵便番号	会社住所	会社電話番号
東洋研磨工業（株）	奥田千穂	550-0012	大阪市西区立売堀 3-3-12	06-6532-4601
土佐機工（株）	町田淳一郎	550-0013	大阪市西区新町 4-10-31	06-6538-7001
トミタ産業（株）	富田　進	550-0013	大阪市西区新町 4-9-23	06-6532-3971
（株）ＮａＩＴＯ	南雲文彦	578-0956	東大阪市横枕西 11-31	072-960-7011
中川工機（株）	中川一夫	550-0012	大阪市西区立売堀 3-2-26	06-6531-0251
長堀工業（株）	薮田長康	550-0013	大阪市西区新町 3-6-12	06-6541-5701
（株）ナガラ	三原敏彰	550-0012	大阪市西区立売堀 2-3-8	06-6541-8191
（株）ナチ関西	弓部秀尚	530-0005	大阪市北区中之島 3-2-18	06-7178-2200
西野産業（株）	西野佳成	550-0013	大阪市西区新町 3-11-23	06-6541-7335
（株）西脇商会	西脇　裕	550-0012	大阪市西区立売堀 3-2-12	06-6532-0765
（株）日　進	尾野　武	590-0985	堺市堺区戎島町 4-32-2	072-221-8081
浜正機工（株）	浜口隆之	550-0012	大阪市西区立売堀 4-6-7	06-6531-8431
フジタ鋼機（株）	藤田　健	550-0012	大阪市西区立売堀 3-2-21	06-6532-0641
（株）堀内商店	堀内正敏	550-0012	大阪市西区立売堀 4-7-28	06-6541-0043
（株）ホリヤ	堀家孝夫	550-0013	大阪市西区新町 4-7-11	06-6531-5559
前田機工（株）	影山忠廣	550-0005	大阪市西区西本町 3-1-48	06-6541-6361
前田伝導機（株）	岡崎孝宣	550-0012	大阪市西区立売堀 4-4-7	06-6531-8331
マコト（株）	山口武志	550-0012	大阪市西区立売堀 3-8-5	06-6532-5191
（株）松　岡	松岡トシコ	577-0027	東大阪市新家中町 3-21	06-6787-0541
真　鍋（株）	真鍋忠彦	578-0965	東大阪市本庄西 2-6-46	06-6747-6221
丸一切削工具（株）	衣斐　誠	578-0965	東大阪市本庄西 2-6-17	06-6747-6121
丸　尾（株）	清水稔弘	550-0012	大阪市西区立売堀 3-4-10	06-6532-7061
（株）三　笠	宮田佳広	550-0022	大阪市西区本田 2-6-19	06-6581-0571
水戸工業（株）	丸山　宏	550-0012	大阪市西区立売堀 6-6-18	06-6535-1216
（株）南出キカイ	南出　仁	550-0013	大阪市西区新町 3-7-7	06-6535-5795
ミヤイ機工（株）	宮井愼一	552-0001	大阪市港区波除 1-1-17	06-6586-3325
（株）宮本商会	宮本新司	550-0012	大阪市西区立売堀 3-3-3	06-6541-3595
森一産業（株）	渡辺喜弘	550-0012	大阪市西区立売堀 5-4-40	06-6541-2271
森本工機（株）	森本賀雄	550-0013	大阪市西区新町 4-13-18	06-6531-1795
薮内産業（株）	薮内敬三	551-0002	大阪市大正区三軒家東 1-12-27	06-6552-0191
（株）ヤマカツ	山田一彦	550-0012	大阪市西区立売堀 2-5-43	06-6532-1021
（株）山勝商会	山出谷武俊	550-0013	大阪市西区新町 3-2-15	06-6532-5401
（株）山　善	吉居　亨	550-8660	大阪市西区立売堀 2-3-16	06-6534-3021
（株）菱　和	古田　龍	550-0014	大阪市西区北堀江 1-22-10	06-6538-0271

会社名	代表者名	郵便番号	会社住所	会社電話番号
上町支部				
朝日商工（株）	小谷晃久	537-0024	大阪市東成区東小橋 1-14-20	06-6972-6261
東軸受（株）	梅ケ辻正憲	550-0011	大阪市西区阿波座 2-3-19	06-6543-2004
（株）東商店	東　照晃	550-0012	大阪市西区立売堀 5-7-27	06-6541-0256
（株）植田ベアリング製作所	植田耕太郎	542-0061	大阪市中央区安堂寺町 1-2-28	06-6762-2908
宇　野（株）	菊川　遵	540-0005	大阪市中央区上町 A-23	06-6762-6041
エバオン（株）	前西佳信	542-0064	大阪市中央区上汐 1-1-5	06-6768-1005
大阪工機（株）	柳川重昌	542-0061	大阪市中央区安堂寺町 1-6-7	06-6765-8201
大坪商会	大坪　雄	540-0005	大阪市中央区上町 1-28-18	06-6768-8684
大西機工（株）	大西宏明	578-0965	東大阪市本庄西 2-6-5	06-6747-6131
（株）カインズ	大石哲之	540-0005	大阪市中央区上町 1-11-17	06-6762-6611
（株）片　山	片山隆一	543-0028	大阪市天王寺区小橋町 2-11	06-6761-1300
加藤機工（株）	加藤政恒	543-0012	大阪市天王寺区空堀町 7-17	06-6763-3666
川本鋼球（株）	川本信夫	542-0061	大阪市中央区安堂寺町 1-1-7	06-6761-3568
（株）北商店	北　祐三	543-0011	大阪市天王寺区清水谷町 19-10	06-6761-0170
（株）共栄機工	廣田勝紀	542-0061	大阪市中央区安堂寺町 1-1-3	06-6768-1821
（株）キリモト	切本健之輔	542-0061	大阪市中央区安堂寺町 2-1-8	06-6761-5595
甲南商事（株）	國澤俊彦	541-0044	大阪市中央区伏見町 4-3-1	06-6231-5273
（株）コノエ	河野　裕	578-0964	東大阪市新庄西 4-28	06-6746-1903
（株）小松行永商店	小松正行	542-0012	大阪市中央区谷町 6-6-9	06-6761-4342
（株）ササデン	岡村賢二郎	542-0061	大阪市中央区安堂寺町 1-1-4	06-6761-2131
東雲機工（株）	磨矢　晃	543-0012	大阪市天王寺区空堀町 13-18	06-6768-3261
（株）嶋　田	小堀憲一	578-0965	東大阪市本庄西 2-5-22	06-6747-6551
昭栄機工（株）	高木正玄	577-0006	東大阪市楠根 2-7-20	06-6745-8188
新日本オイルシール（株）	堀越健治	542-0061	大阪市中央区安堂寺町 1-3-24	06-6761-2966
信和機工（株）	小畑秋夫	542-0061	大阪市中央区安堂寺町 1-3-24	06-6761-6841
（株）誠和商会	高崎一成	542-0061	大阪市中央区安堂寺町 1-5-6	06-6762-6301
（株）ダイケン	大西年春	537-0024	大阪市東成区東小橋 1-12-1	06-6972-8221
東北精工（株）	朝比奈　昇	542-0061	大阪市中央区安堂寺町 1-3-21	06-6765-0321
トラスコ中山（株）	中山哲也	550-0013	大阪市西区新町 1-34-15	06-6543-9830
（有）西村工具店	河上小波	537-0012	大阪市東成区大今里 4-27-30	06-6973-1501
（株）日　伝	福家利一	542-8588	大阪市中央区上本町西 1-2-16	06-7637-7000
日工機材（株）	小玉次郎	542-0012	大阪市中央区谷町 8-2-3	06-6764-1021
日東商事（株）	奥村健司	542-0061	大阪市中央区安堂寺町 1-3-20	06-6761-6201
橋本商事（株）	橋本礼資	542-0012	大阪市中央区谷町 6-2-35	06-6761-7451

会社名	代表者名	郵便番号	会社住所	会社電話番号
（株）ヒロタ	廣田善彦	542-0061	大阪市中央区安堂寺町 1-2-19	06-6768-5211
本間精密工具（株）	本間俊治	550-0012	大阪市西区立売堀 1-9-19	06-6541-8371
（株）マーベル	高橋　興	540-0005	大阪市中央区上町 1-26-7	06-6762-0371
（株）ミエラセン	岩瀬雅洋	543-0001	大阪市天王寺区上本町 6-8-26	06-6772-0666
三山産業（株）	三山真弘	542-0061	大阪市中央区安堂寺町 2-1-19	06-6763-1544
山内商事（株）	山内雅也	537-0025	大阪市東成区中道 4-12-25	06-6972-1981
（株）ワシモト	鷲本　章	578-0965	東大阪市本庄西 2-6-47	06-6747-6301
中部支部				
伊藤機材（株）	伊藤一江	557-0063	大阪市西成区南津守 4-2-20	06-6659-3010
（株）岡野忠商店	岡野忠弘	550-0013	大阪市西区新町 1-1-24	06-6531-9507
長船工業（株）	長船光利	537-0014	大阪市東成区大今里西 3-10-2	06-6971-3843
（株）三共コーポレーション	瀬川　洋	542-0081	大阪市中央区南船場 4-6-6	06-6252-1712
杉原計器（株）	杉原隆史	550-0015	大阪市西区南堀江 3-13-2	06-6538-3831
（株）タミヤ	田宮　誠	634-0009	橿原市中町 216-5	0744-22-2876
出口機工（株）	出口良保	542-0073	大阪市中央区日本橋 2-5-4	06-6641-3875
ホーザン（株）	奥野眞弘	556-0021	大阪市浪速区幸町 1-2-12	06-6562-0022
ユアサ商事（株）	佐藤悦郎	542-8660	大阪市中央区南船場 2-4-12	06-6266-4602
北大阪支部				
カツヤマキカイ（株）	木村吾郎	650-0048	神戸市中央区神戸空港 3-12	078-306-3610
北村機工（株）	北村寿彰	530-0036	大阪市北区与力町 6-20	06-6353-3155
ツネクニ（株）	常国哲造	530-0041	大阪市北区天神橋 4-8-12	06-6358-1971
東綱ワイヤロープ販売（株）	郡山和朗	541-0054	大阪市中央区南本町 2-5-9	06-6252-5823
（株）中　恒	秋　陽子	530-0041	大阪市北区天神橋 5-8-3	06-6351-0551
（株）理研商会	伊賀修司	531-0071	大阪市北区中津 1-4-1	06-6372-4040
東大阪支部				
（株）池上商店	池上秀明	537-0002	大阪市東成区深江南 2-18-11	06-6971-5361
上村機械器具（株）	上村欣也	593-8324	堺市西区鳳東町 6-646-2	072-273-3327
（株）エンジニア	高崎充弘	537-0011	大阪市東成区東今里 2-8-9	06-6974-0028
（株）小川商店	小川正一	577-0045	東大阪市西堤本通東 3-1-30	06-6788-5561
カオル産業（株）	椿　省一郎	577-0035	東大阪市御厨中 1-13-10	06-6788-8821
鍛冶平機工（株）	梶本正雄	578-0984	東大阪市菱江 3-1-7	072-963-1111
（株）キヨーヤマシンツール	京屋拓男	577-0837	東大阪市寿町 1-8-23	06-6722-2681
（株）クチバ機工	口羽　巌	538-0035	大阪市鶴見区浜 3-11-15	06-6911-2521

会社名	代表者名	郵便番号	会社住所	会社電話番号
（株）KMT	小亀英明	577-0012	東大阪市長田東 5-2-24	06-6746-1600
興生産業（株）	巽　雅剛	537-0002	大阪市東成区深江南 1-5-29	06-6976-7761
サカイ工機（株）	小林洋介	537-0002	大阪市東成区深江南 1-16-17	06-6976-5331
三和システム（有）	丹波東久	578-0911	東大阪市中新開 1-6-15	0729-60-4100
十一屋商事（株）	松石定男	578-0948	東大阪市菱屋東 2-3-32	072-963-3370
（株）昭和商店	橋本二郎	577-0016	東大阪市長田西 2-2-8	06-6782-4531
ジンボ興販（株）	神保信久	577-0067	東大阪市高井田西 1-9-1	06-6781-2951
瑞東産業（株）	秦　孝彰	544-0005	大阪市生野区中川 2-2-3	06-6751-1431
（株）スギモト	杉本直広	660-0815	尼崎市杭瀬北新町 4-8-5	06-6488-2131
大成工機（株）	福益愼治	537-0023	大阪市東成区玉津 2-21-20	06-6972-7551
大福伝動（株）	福益栄一	537-0013	大阪市東成区大今里南 1-5-3	06-6971-2435
タナカ機工（株）	田中義康	537-0022	大阪市東成区中本 4-13-27	06-6972-1682
（有）田中桂商店	田中新一	544-0031	大阪市生野区鶴橋 5-8-11	06-6741-5833
中川機工（株）	中田純弘	577-0827	東大阪市衣摺 2-1-5	06-6728-1121
ナニワ合金（株）	川村一郎	581-0813	八尾市泉町 1-76-3	072-924-1720
（株）橋本工具店	橋本寛二	578-0941	東大阪市岩田町 3-3-5	06-6725-7285
（株）林敬商店	白樫純一	537-0003	大阪市東成区神路 4-10-15	06-6976-2835
松野機工（株）	松野雄二	536-0022	大阪市城東区永田 3-14-22	06-6969-0012
松原機工（株）	松原隆普	537-0022	大阪市東成区中本 5-15-8	06-6972-6633
（有）ヤスゼン	妹尾　英	578-0925	東大阪市稲葉 1-3-18	072-961-4845
ユタカ工機（有）	西海浩志	537-0013	大阪市東成区大今里南 5-2-2	06-6981-2315
吉川機械器具（株）	吉川悦正	537-0002	大阪市東成区深江南 1-1-33	06-6976-6131
阪神支部				
大崎産業（株）	村田智昭	553-0001	大阪市福島区海老江 7-6-37	06-6458-0135
河合商店	河合俊弥	553-0001	大阪市福島区海老江 7-1-20	06-6458-7351
（株）光洋商会	奥本洋一	553-0001	大阪市福島区海老江 7-1-24	06-6458-7651
坂本精機産業（株）	坂　本　高	553-0001	大阪市福島区海老江 7-6-6	06-6451-7451
山陽機工（株）	草野公夫	553-0001	大阪市福島区海老江 7-1-25	06-6458-7141
（株）新生機工商会	松下久行	553-0001	大阪市福島区海老江 7-1-19	06-6458-1551
杉本精機（株）	杉本博道	553-0001	大阪市福島区海老江 7-1-20	06-6452-1355
津田機工（株）	津田元昭	553-0001	大阪市福島区海老江 7-1-27	06-6452-0041
（株）中尾二郎商店	中尾和身	553-0001	大阪市福島区海老江 7-1-25	06-6452-0331
中野産業（株）	中野好則	553-0001	大阪市福島区海老江 7-6-36	06-6458-8261
（有）ヒラノ三九	平野博之	553-0001	大阪市福島区海老江 7-1-15	06-6453-6039
（株）藤原商店	藤　原　宏	553-0001	大阪市福島区海老江 7-1-6	06-6451-6150

会社名	代表者名	郵便番号	会社住所	会社電話番号
淀川支部				
旭機工（株）	浦 晃 一 郎	555-0024	大阪市西淀川区野里 2-11-16	06-6478-5326
旭商工（株）	山 下 敦 史	569-0857	高槻市玉川 3-11-15	072-678-0881
石原工具（株）	石 原 卓 司	555-0012	大阪市西淀川区御幣島 2-19-32	06-6471-6375
（株）イワモト	岩本登志男	532-0001	大阪市淀川区十八条 1-12-17	06-6396-6777
大阪鋼機（株）	川 嶋 英 之	532-0027	大阪市淀川区田川 2-4-38	06-6309-1101
川本機工（株）	川 本 利 幸	533-0024	大阪市東淀川区柴島 1-6-47	06-6322-1140
（株）小松金属工業所	河 内 茂 雄	555-0024	大阪市西淀川区野里 1-10-11	06-6473-0268
（株）済　藤	済 藤 秀 人	532-0028	大阪市淀川区十三元今里 2-12-20	06-6309-4486
重松機工（株）	藤 田 政 博	555-0012	大阪市西淀川区御弊島 5-3-11	06-6474-3225
（株）大一商会	西 村 和 雄	555-0012	大阪市西淀川区御弊島 2-10-6	06-6472-2225
大喜工具（株）	小 笹 俊 之	561-0859	豊中市服部豊町 2-13-5	06-6863-6900
大日機工（株）	諸 泉 雅 司	570-0002	守口市佐太中町 3-15-12	06-6901-3441
田中機工（株）	田 中 正 隆	561-0836	豊中市庄内宝町 2-3-8	06-6334-7141
千葉機工（株）	杉 本 敏 夫	555-0025	大阪市西淀川区姫島 4-3-27	06-6472-6601
東洋工具（株）	岡 田 真 吾	532-0033	大阪市淀川区新高 1-2-25	06-6396-1151
（株）常磐商会	長　哲 史	555-0012	大阪市西淀川区御弊島 2-10-8	06-6472-3281
（株）ニコテック	廣澤幸二郎	532-0021	大阪市淀川区田川北 2-1-1	06-6301-1131
西川産業（株）	西 川 正 一	532-0028	大阪市淀川区十三元今里 3-3-27	06-6301-4155
西日本商工（株）	岡 本 浩 三	531-0071	大阪市北区中津 2-2-29	06-6372-2241
（株）日　研	北 村 繁 光	532-0031	大阪市淀川区加島 4-2-43	06-6309-0991
（株）ヒシヒラ	平 佐 一 郎	532-0012	大阪市淀川区木川東 1-3-24	06-6301-5488
藤原工機（株）	藤 原 正 信	555-0032	大阪市西淀川区大和田 4-3-5	06-6471-9931
（株）マシン三洋	堤　中　徹	532-0036	大阪市淀川区三津屋中 2-13-7	06-6308-1451
（株）明幸商会	唐 住 勝 博	555-0033	大阪市西淀川区姫島 4-1-16	06-6475-0057
横山機工（株）	横 山 利 治	553-0001	大阪市福島区海老江 6-6-16	06-6452-0151
城北支部				
（株）オオニシ	大 西 康 雄	570-0043	守口市南寺方東通 5-11-11	06-6997-3621
河田機工（株）	平 井 泰 彦	570-0002	守口市佐太中町 4-21-17	06-6902-2671
菊本機工（株）	菊 本 佳 秀	574-0045	大東市太子田 1-1-2	072-871-2681
（株）サカエ	栄 山 政 和	571-0016	門真市島頭 1-1-8	072-881-5171
（株）三幸商会	本　城　昇	570-0005	守口市八雲中町 1-3-12	06-6908-4631
庄和機工（株）	高田　武利	535-0013	大阪市旭区森小路 2-15-13	06-6953-2345

会社名	代表者名	郵便番号	会社住所	会社電話番号
（株）摂津機工	山本正則	534-0021	大阪市都島区都島本通 4-1-22	06-6924-1801
（株）ニシキ商会	森本幸宏	572-0832	寝屋川市本町 12-5	072-824-5151
藤井機工（株）	藤井一	536-0021	大阪市城東区諏訪 3-1-13	06-6969-3031
（株）フジワ商会	渡辺安人	534-0024	大阪市都島区東野田町 1-21-4	06-6351-0933
山田商店	山田一夫	536-0004	大阪市城東区関目 1-17-18	06-6939-6781
山根工具（株）	山根弘之	536-0004	大阪市城東区今福西 4-6-32	06-6939-4024
吉岡機工（株）	吉岡泰治	536-0011	大阪市城東区放出西 3-11-9	06-6969-2141
堺南支部				
（有）旭機工商会	野田英一	595-0041	泉大津市戎町 6-26	0725-21-2866
岡本機工（株）	岡本幸久	590-0026	堺市堺区向陵西町 1-1-4	072-238-8861
（株）協和商会	矢野博	586-0021	河内長野市原町 3-16-3	072-153-1781
（株）協和商会	村上一仁	590-0974	堺市堺区大浜北町 1-10-3	072-256-4805
（株）クロイワ	黒岩國幸	599-8253	堺市中区深阪 2193-3	072-239-1616
晃栄機工（株）	岡忠雄	599-8238	堺市中区土師町 4-17-20	072-236-6721
後藤産業（株）	後藤阜三子	592-8333	堺市西区浜寺石津町西 3-6-10	072-241-9389
（株）笹島商店	笹島庄一	596-0057	岸和田市筋海町 10-2	072-439-4161
三愛工機（株）	八木昭裕	589-0031	大阪狭山市池之原 1-873-4	072-368-8202
（株）サンケイ	小林和明	590-0007	堺市堺区北庄町 2-2-20	072-228-4101
（株）シーメック	橋本吉生	590-0007	堺市堺区北庄町 2-4-8	072-238-3101
昌栄機工（株）	秋本享	591-8032	堺市北区百舌鳥梅町 3-4-2	072-252-0481
（株）センナン	中口篤	583-0017	藤井寺市藤ケ丘 4-21-28	072-931-4488
（株）タガワ	田川淳一	590-0961	堺市堺区寺池町西 2-1-15	072-223-0123
（株）中央機工商会	寺坂傳夫	590-0985	堺市堺区戎島町 2-30-133	072-221-1900
永原商店	永原栄太郎	590-0928	堺市堺区北旅篭町西 1-1-27	072-233-5065
（株）浜田	濱田博夫	590-0006	堺市堺区錦綾町 2-3-19	072-228-3085
原口機工（株）	牛田幸吉	594-0074	和泉市小田町 1-5-32	0725-41-1880
（株）フジタカ	藤原廣	594-1141	和泉市春木町 933	0725-54-1234
（株）山藤商会	後藤郁夫	530-0042	堺市堺区七条通り 4-23	072-223-1415

賛助会員名簿

旭金属工業（株）
アネスト岩田（株）
有光工業（株）
育良精機（株）
イーグル・クランプ（株）
（株）石崎電機製作所
（株）イシハシ精工
（株）泉精器製作所
（株）イチグチ
（株）イワタツール
浦谷商事（株）
瓜生製作（株）
エヌティーツール（株）
エフ・ピー・ツール（株）
（株）MST コーポレーション
（株）MCC コーポレーション
オーエッチ工業（株）
オーエスジー（株）
（株）オーエヌ技研
大阪製罐（株）
（株）大阪タイユー
（株）大阪油圧
大見工業（株）
岡崎精工（株）
（株）岡部工具製作所
（株）岡本工作機械製作所
オークラ輸送機（株）
（株）尾崎製作所
（株）オーツカ光学
カネテック（株）
カブト工業（株）
（株）北川鉄工所
（株）キトー
京都機械工具（株）
（株）空　研
九喜ポンプ工業（株）
黒田精工（株）
（株）ケイ・テック
ケナメタルジャパン（株）
高周波精密（株）
光洋機械産業（株）
小林鉄工（株）
コベルコ・コンプレッサ（株）
コレック（株）
（株）佐藤計量器製作所
（株）佐野車輌製作所
（株）三興製作所
（株）サンコウ電子研究所
サンドビック（株）
三立機器（株）
（株）三和製作所
聖和精機（株）
昭和電機（株）
（株）新亀製作所
新光電子（株）
新東工業（株）
シンワ測定（株）
（株）スイデン
鈴木油脂工業（株）
（株）スーパーツール
住友電気工業（株）
セコ・ツールズ・ジャパン（株）
象印チェンブロック（株）
（株）第一計器製作所
（株）第一測範製作所
ダイジェット工業（株）
大昭和精機（株）
（株）だいや
（株）髙木鉄工所
（株）立花エレテック
谷口工業（株）
（株）タンガロイ
ツボサン（株）
THK（株）
帝国チャック（株）
出口刻印工芸社
（株）テクロック
（株）寺内製作所
（株）寺田ポンプ製作所
東亜精機工業（株）
（株）東日製作所
東日エアトルク販売（株）
東レインターナショナル（株）
（株）トータル保険サービス
TONE（株）
永塚工業（株）
（株）ナカニシ
（株）中村製作所
ナスコフィッティング（株）
（株）鳴門屋
（株）ナンシン
新潟理研測範（株）
日動工業（株）
（株）日研工作所
（株）ニッチ
日東工器（株）
日本クランプ（株）
日本エマソン（株）
日本製紙クレシア（株）
日本精密機械工作（株）
日本電気機器（株）
日本度器（株）
日本特殊陶業（株）
日本ニューマチック工業（株）
日本レヂボン（株）
（株）ニューストロング
ニューレジストン（株）
長谷川工業（株）
（株）ハタヤリミテッド
花園工具（株）
（株）ピカコーポレイション
日立工機（株）
日立ツール（株）
ヒット商事（株）
フクダ精工（株）
藤井電工（株）
富士元工業（株）
（株）不二越
富士製砥（株）
フジツール（株）
フジ矢（株）
二村機器（株）
（株）扶　洋
フルタ電機（株）
（株）ブロードリーフ
（株）ベッセル
北越工業（株）
（株）ホーセイ
（株）前田シェルサービス
（株）マキシンコー
マコトロイ工業（株）
マックスプル工業（株）
（株）丸信工業社
右下精器製造（株）
三木ネツレン（株）
三井精機工業（株）
三井生命保険（株）
（株）ミツトヨ
三菱マテリアルツールズ（株）
ミニター（株）
（株）ミヤナガ
（株）ムラキ
室本鉄工（株）
（株）明治機械製作所
（株）モトユキ
柳瀬（株）
（株）ヤマダコーポレーション
（株）ヤマト
（株）山本水圧工業所
（株）やまわテーシーセンター
ユキワ精工（株）
（株）ユニセイキ
ユニカ（株）
ヨコタ工業（株）
淀川電機製作所
（株）ライノス
理研製鋼（株）
リョービ販売（株）
（株）リングスター
（株）レヂトン
レッキス工業（株）
（株）ロブテックス
ワイエス工機（株）

協　賛　広　告

組合員
賛助会員
メーカー
諸団体

協賛広告一覧（50 音順）

組合員

宇　野（株）
梅田機工（株）
エバオン（株）
（株）エンジニア
大阪工機（株）
岡本機工（株）（西）
岡本機工（株）（堺南）
（株）オノマシン
カツヤマキカイ（株）
河田機工（株）
喜一工具（株）
（株）キクスズ
菊本機工（株）
（株）北商店
興生産業（株）
（株）コノエ
サカイ工機（株）
（株）サカエ
（株）ササデン
（株）三共コーポレーション
（株）三和精密
（株）シーメック
（株）ジーネット
（株）嶋　田
シミヅ産業（株）
信和機工（株）
杉本商事（株）
西部ゴム（株）
（株）センナン
大日機工（株）
（株）田倉工具製作所
（株）タミヤ
東洋研磨工業（（株）
土佐機工（株）
トミタ産業（株）
トラスコ中山（株）
（株）ＮａＩＴＯ
長堀工業（株）
西川産業（株）
西日本商工（株）
西野産業（株）
（株）日　伝
日東商事（株）
浜正機工（株）
（株）浜　田
（株）林敬商店
原口機工（株）
（株）ヒシヒラ
（株）ホリヤ
前田機工（株）
マコト（株）
（株）松　岡
丸一切削工具（株）
丸　尾（株）
（株）南出キカイ
森一産業（株）
薮内産業（株）
（株）山勝商会
（株）山　善
ユアサ商事（株）
横山機工（株）
（株）菱　和

賛助会員 / メーカー / 諸団体

有光工業（株）
aOurs
育良精機（株）
イーグル・クランプ（株）
（株）石崎電機製作所
（株）イシハシ精工
イスカルジャパン（株）
（株）イチグチ
（株）イチネン
（株）イマオコーポレーション
（株）イマダ
（株）イワタツール
（株）イングス
（株）浮貝精機製作所
（株）宇都宮製作所
浦谷商事（株）
（株）エー・アンド・デイ
（株）栄工舎
エヌティーツール（株）
（株）MCC コーポレーション
オーエスジー（株）
オーエッチ工業（株）
大阪卸商連合会
大阪角田興業（株）
大阪機械卸業団地協同組合
大阪機械工具商健康保険組合
大阪機械工具商厚生年金基金
大阪製罐（株）
大阪府火災共済協同組合
大阪府中小企業団体中央会
（株）大菱計器製作所
岡崎精工（株）
オークマ（株）
（株）尾崎製作所
（株）オーツカ光学
大見工業（株）
カネテック（株）
カブト工業（株）
（株）キトー
京セラ（株）
京都機械工具（株）
（株）　空　研
九喜ポンプ工業（株）
（株）クボタ計装
高周波精密（株）
（株）工　進
小原歯車工業（株）
コベルコ・コンプレッサ（株）

小堀鐵工（株）
（株）斎藤ツキストドリル製作所
三機工業（株）
（株）重松製作所
信濃機販（株）
（株）シム＆ゲージ
（株）下村電友舎製作所
商工中金
聖和精機（株）
昭和電機（株）
（株）新亀製作所
新コスモス電機（株）
新富士バーナー（株）
シンワ測定（株）
（株）スイデン
（株）スーパーツール
住友電気工業（株）
セコ・ツールズ・ジャパン（株）
全日本機械工具商連合会
象印チェンブロック（株）
（株）測範社
（株）第一計器製作所
（株）第一測範製作所
（株）ダイケン
大昭和精機（株）
（株）TAIYO
（株）髙木鐵工所
（株）タンガロイ
中央精機（株）
千代田通商（株）
（株）鶴見製作所
帝国チャック（株）
出口刻印工芸社
（株）テクノプラン
（株）テクロック
（株）寺田ポンプ製作所
東亜精機工業（株）
（株）東日製作所
東洋計器興業（株）
東洋スチール（株）
（株）東洋ドリル
（株）トータル保険サービス
トップ工業（株）
（株）ナカニシ
（株）鳴門屋
新潟精機（株）
新潟理研測範（株）
（株）ニコテック
日動工業（株）
日東工器（株）
日本エマソン（株）
日本クランプ（株）
日本超硬（株）
日本度器（株）
日本特殊陶業（株）
日本トムソン（株）
日本ピローブロック（株）
日本レヂボン（株）
長谷川工業（株）
（株）ハタヤリミテッド
白　光（株）
パナソニック（株）
（株）ハンワ
（株）ピカコーポレイション
日立ツール（株）
ヒット商事（株）
藤井電工（株）
富士元工業（株）
（株）不二越
（株）富士コンプレッサー製作所
（株）富士製作所
藤田観光（株）太閤園
フジツール（株）
フジ矢（株）
扶桑精機（株）
（株）扶　洋
（株）ブロードリーフ
平和テクニカ（株）
ボッシュ（株）
ホテル大阪ベイタワー
（株）前田シェルサービス
（株）マキシンコー
マコトロイ工業（株）
マックスプル工業（株）
マックス（株）
（株）丸信工業社
三木ネツレン（株）
三島労務管理事務所
三井生命保険（株）
（株）ミツトヨ
三葉精工（株）
三菱マテリアルツールズ（株）
三ツ星ベルト（株）
（株）ミヤナガ
（株）三好キカイ
（株）ムラキ
村田精工（株）
室本鉄工（株）
（株）モトユキ
ヤマザキマザックシステムセールス（株）
（株）やまわテーシーセンター
ユキワ精工（株）
ユニオンスチール（株）
ユニカ（株）
淀川電機製作所
（株）ライノス
ライン精機（株）
理研測範株
（株）りそな銀行
（株）リングスター
レッキス工業（株）
（株）ロブテックス

大阪工機株式会社

www.osk-k.co.jp

本　　社　：　〒542-0061 大阪市中央区安堂寺町 1−6−7
TEL. 06−6765−8201
FAX. 06−6762−3138

海外現地法人　：　中阪貿易 (上海) 有限公司
DAIKOH(THAILAND)CO.,LTD.
COMINIX(PHILIPPINES),INC
PT.COMINIX INDONESIA
COMINIX VIETNAM CO.,LTD
COMINIX INDIA PRIVATE LIMITED
COMINIX MEXICO S.A.de C.V.

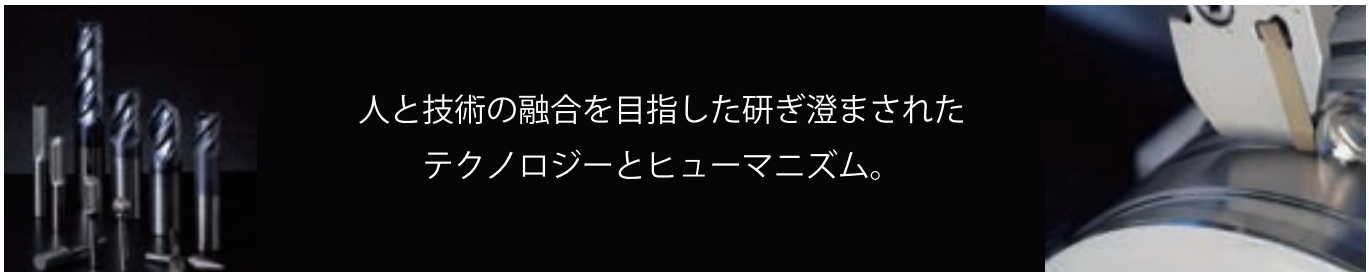
支 社・支 店　：　東京 / 北関東 / 名古屋 / 広島 / 福岡

営　業　所　：　郡山 / 水戸 / 埼玉 / 横浜 / 岐阜 / 奈良
京都 / 東大阪 / 和歌山 / 兵庫 / 福山

出　張　所　：　北上 / 長岡 / 浜松東 / 金沢 / 岡山

証券コード：3173

JASDAQ



Move & Challenge
KATSUYAMA GROUP

“運ぶ仕組みづくり”をトータルにプロデュースする。
カツヤマキカイ株式会社

〒650-0048　神戸市中央区神戸空港3番地12
TEL：078-306-3610（代表）　FAX：078-306-3641
www.katsuyama.co.jp

喜一工具株式会社
〒550－0012　大阪市西区立売堀3－8－14
TEL（06）6543－6221　FAX（06）6543－2059
http://www.kiichi.co.jp
facebook http://www.facebook.com/kiichitools

Joyful-Cube KIICHI

2021年、1世紀企業へ。

新たなる輝かしい100年を目指して。

機械機器等国内販売、海外輸出入

杉本商事株式会社

■本社　〒550-8502 大阪市西区立売堀5丁目7番27号　TEL.06-6538-2661　FAX.06-6538-2692

プラネット東北物流センター（仙台）

プラネット北海道物流センター

プラネット東海物流センター（愛知）

がんばれ!! 日本のモノづくり

プロツールの取扱い100万アイテム。
うち20万以上のアイテムを在庫保有。
全国49か所の物流拠点から、即日・翌日お届けします。

TRUSCO
PRO TOOL
Skilled professionals need professionally qualified tools.
This line of products brings manufacturers all the advantages of using excellent equipment,
and will satisfy each and every user in the workplace.
®

プラネット北関東物流センター（群馬）

プラネット東関東物流センター（千葉）

プラネット神戸物流センター

プラネット滋賀物流センター

トラスコ中山株式会社　TRUSCO®

■事業内容／工場用副資材専門商社　■拠点数／支店：84か所　物流センター：16か所

東京本社 東京都港区芝大門1-1-8 トラスコハーバービルディング TEL 03-5425-7130
大阪本社 大阪市西区新町1-34-15 トラスコグレンチェックビル　TEL 06-6543-9830

オレンジブック　検索

NICHIDEN

Face to Face

MEKASYS を日伝ブランド戦略の中核とし

「日伝と取引をしていて良かった」

とお取引先様に満足して頂ける提供価値の

創造に全社一丸となって挑戦します。

産業界のコミュニティを創造する

MEKASYS

“MEKASYS”とは「ものづくり」に新しい価値を生み出す
メカニカルパーツ & システム専門の情報提供サービスです。

動力伝動機器分野	減速機／変速機／伝導用品／軸受／工業用材料
産業機器分野	コンベヤ／搬送機器／マテハン機器／モータ／ポンプ
制御機器分野	油圧機器／空圧機器／電気・電子機器／センサ／メカトロ機器
システム機器分野	環境機器／FA システム／包装・梱包システム／ロボット

未来へアクセス

株式会社 日伝

本社 | 〒542-8588 大阪市中央区上本町西 1-2-16
TEL.06-7637-7000(代) FAX.06-7637-7008

日伝ホームページ http://www.nichiden.com
MEKASYS http://www.mekasys.jp

東京支店 | 〒115-8567
東京都北区神谷 3-47-4
TEL.03-3902-3200(代)
FAX.03-3902-8485

名古屋支店 | 〒466-8533
名古屋市昭和区白金 2-10-7
TEL.052-882-1333(代)
FAX.052-882-1335

大阪支店 | 〒542-8588
大阪市中央区上本町西 1-2-16
TEL.06-7637-7010(代)
FAX.06-7637-7110

九州支店 | 〒812-9551
福岡市博多区東那珂 1-18-11
TEL.092-411-0791(代)
FAX.092-473-1286

MOODY INTERNATIONAL UKAS

ISO9001・2008認証取得
西部MEシステム部・加工センター
西部物流センター
ISO14001・2004認証取得
本社・大阪支店

イチネングループ
NAO-SU
CATALOGUE
前田機工株式会社
本　社　〒550-0005 大阪市西区西本町3丁目1番48号銀泉西本町ビル2階
Tel：06-6541-6362 Fax：06-6532-0630
URL:http://www.maedakiko.co.jp/
東北支店：022-258-6891 東京支店（1課）：03-3298-4612
横浜支店：045-324-3021 東京支店（2課）：03-5764-2421
大阪支店：06-6531-9871 名古屋支店：052-871-8511
関西支店：06-6568-9126 広島支店：082-277-9411
九州支店：092-471-1191 流通センター：

GREEN BALL PROJECT

YAMAZEN CARBON POOL®

さあ、カーボンフリー
企業へ。

CARBON
±0
GREEN BALL PROJECT

2012年度
('12.4.1～'13.3.31)の実績報告

参加企業数	913社
期間中の削減CO_2	32,802tonCO_2
取得した排出枠	16,868tonCO_2

環境に配慮した企業活動を行っていても、排出されるCO_2があります。
省エネ機器の普及を促進することで、削減できるCO_2があります。
排出されるCO_2と削減できるCO_2。
わたしたちはCO_2排出量プラスマイナスゼロ=カーボンフリー企業を目指します。
ともに、未来へ。

グリーンボールプロジェクト / GBP
www.greenball.jp

株式会社 山善
大阪本社〒550-8660 大阪市西区立売堀2丁目3番16号
東京本社〒108-8217 東京都港区港南2丁目16番2号

参加企業募集中!詳しくはこちら
グリーンボールプロジェクト 検索

ユアサ商事は「機械と住宅」の「複合型専門商社」。
産業やくらしにかかわるさまざまなシーンでのソリューション提案をおこなっています。
1666年の創業後、永い歴史がつちかった皆様からの「信頼」を未来に繋ぎ、豊かな社会の実現に貢献してまいります。

YUASA

ユアサ商事株式会社
〒103-8570 東京都中央区日本橋大伝馬町13番10号

http://www.yuasa.co.jp

株式会社 エンジニア

本　　社 〒537-0011 大阪市東成区東今里 2-8-9　TEL(06)6974-0028　FAX(06)6974-5661
東京営業所 〒101-0047 東京都千代田区内神田 3-24-4　TEL(03)3258-0025　FAX(03)3258-0036

プロのニーズに的確、迅速に対応！

●確かな目で選び抜いた道具・工具を通じ、
トータルなマーチャンダイズを行います。

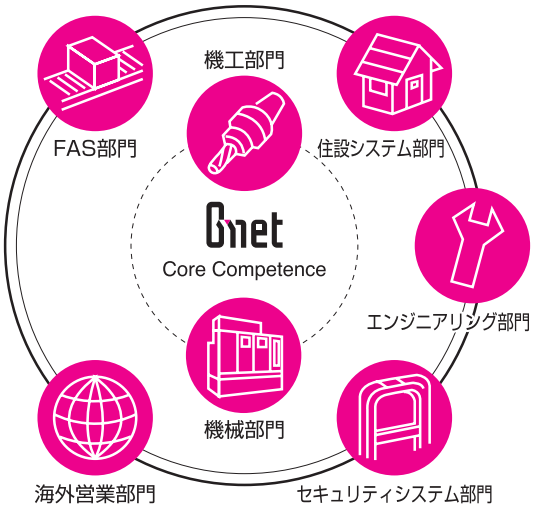
SANKYO

株式会社 三共コーポレーション

http://www.sankyo-tools.co.jp

本　　社	〒542-0081	大阪市中央区南船場4丁目6番6号	TEL(06)6252-1712	FAX(06)6251-4693
本社物流センター	〒639-2127	奈良県葛城市新町258-1	TEL(0745)62-1221	FAX(0745)62-1777
三木営業所	〒673-0402	兵庫県三木市加佐234-1	TEL(0794)83-1661	FAX(0794)83-1665
東京営業所	〒121-0824	東京都足立区西伊興4丁目10番24号	TEL(03)3857-0211	FAX(03)3857-0215
福岡営業所	〒812-0068	福岡市東区社領2丁目9番22号	TEL(092)622-4961	FAX(092)622-4965

お客様のニーズを的確に捉え
「ものづくり」「快適生活」「安心・安全」
をしっかりサポートします。



ジーネットは工作機械と周辺機器の分野を事業の「核」と位置づけ、力を集中していくことで、他社との差別化を図ります。それにより、産業界の機械加工におけるトータルソリューションを提供しています。また、金属加工業をはじめとする全ての製造業、住宅設備関連、店舗セキュリティシステム、その他あらゆるお客様の専門的なご要望に、ワンストップで迅速、正確に誠意を持ってお応えするため、ジーネットは各部門を配置しています。

- ◆ものづくりをサポートする力 ---------- 機工部門
- ◆可能性を広げる提案力 ---------- 機械部門
- ◆高い付加価値を追求し続ける力 ---------- FAシステム部門
- ◆快適生活をサポートする力 ---------- 住設システム部門
- ◆安心と安全をサポートする力 ---------- セキュリティシステム部門
- ◆世界を見つめ続ける力 ---------- 海外営業部門
- ◆常に安定したメンテナンス力 ---------- エンジニアリング部門

Gnet 株式会社ジーネット

本社・営業本部 /〒540-0024 大阪市中央区南新町1-2-10 TEL(06)6946-9613 FAX(06)6946-9779
大阪支社 /〒540-0024 大阪市中央区南新町1-2-10 TEL(06)6946-1906 FAX(06)6946-1910
東京支社 /〒143-8538 東京都大田区平和島3-1-7 TEL(03)3763-2179 FAX(03)3765-8463
名古屋支社 /〒460-0014 名古屋市中区富士見町15-35 TEL(052)350-7881 FAX(052)350-7911
事業部門/機工部門・機械部門・FAシステム部門・住設システム部門・海外営業部門・セキュリティシステム部門
エンジニアリング部門　営業ネットワーク/国内45部署　海外2拠点
ホームページURL/http://www.g-net.co.jp　E-mail/info@g-net.co.jp

精密測定機器のナンバーワンサプライヤーをめざして

より正確に、そしてよりスピーディーな
安定供給が私達のモットーです。

【国内営業拠点】

大阪営業所 1課	☎ 06-6762-6041㈹	FAX 06-6762-6141
大阪営業所 2課	☎ 06-6762-6622㈹	FAX 06-6762-6621
神戸営業所	☎ 078-926-5241㈹	FAX 078-926-5041
岡山営業所	☎ 086-263-5121㈹	FAX 086-263-5123
福山営業所	☎ 084-954-0815㈹	FAX 084-954-0849
福岡営業所	☎ 092-432-0700㈹	FAX 092-432-0705
京都営業所	☎ 075-621-6101㈹	FAX 075-621-6165
名古屋営業所	☎ 052-322-6241㈹	FAX 052-331-6350
津営業所	☎ 059-238-1335㈹	FAX 059-238-1337
静岡営業所	☎ 054-202-7101㈹	FAX 054-202-7102
金沢営業所	☎ 076-268-6391㈹	FAX 076-268-8391
東京営業所	☎ 03-5652-6644㈹	FAX 03-5652-6645
南関東営業所	☎ 046-297-0077㈹	FAX 046-297-0078
松本営業所	☎ 0263-29-5222㈹	FAX 0263-29-5228
北関東営業所	☎ 0282-29-1351㈹	FAX 0282-29-1352
仙台営業所	☎ 022-782-6766㈹	FAX 022-782-6788

◆札幌連絡所 ◆郡山連絡所 ◆富山連絡所
◆盛岡連絡所 ◆新潟連絡所 ◆浜松連絡所
◆秋田連絡所 ◆八王子連絡所 ◆広島連絡所

MEASUREMENT PRIDE
UNO
宇野株式會社
〒540-0005 本社 大阪市中央区上町A番23号
☎06-6762-6040㈹ FAX06-6762-7265
URL http://www.uno.co.jp/

【物流拠点】

西日本商品センター
〒578-0965 東大阪市本庄西2-6-44
☎ 06-6747-6047㈹ FAX 06-6747-6048

東日本商品センター
〒328-0002 栃木県栃木市惣社町1510-18
☎ 0282-29-1356㈹ FAX 0282-29-1357

【海外現地法人】

UMT タイ現地法人 UNO MACHINERY (THAILAND) CO.,LTD.
バンコクオフィス TEL.:02-716-9002 FAX.:02-716-9003
アマタオフィス TEL.:038-213-114 FAX.:038-213-115

UPMV ベトナム現地法人 UNO PRECISION MACHINERY VIETNAM CO.,LTD.
TEL.:08-3822-5829 FAX.:08-3822-5830

EVER-ON CORPORATION

SINCE 1937

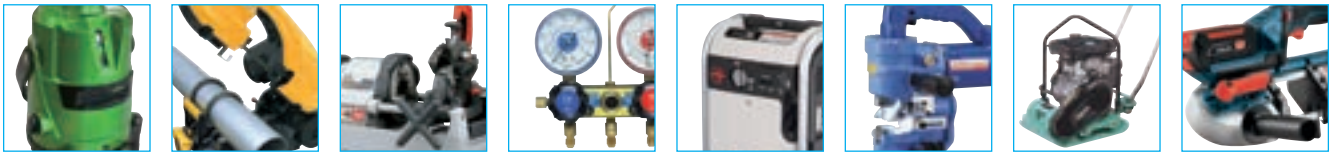
NTN

EVN

オリジナルアイテム

エバオン株式会社
URL http://www.everon.jp/

本 社 〒542-0064 大阪市中央区上汐 1-1-5
TEL: (06) 6768-1005 (代) FAX: (06) 6764-5539
営業所 東京・掛川・東大阪・宇都宮・ホーチミン・上海



Reliability & Sincerity

株式会社 オノマシン は、長年の実績とノウハウを踏まえた“現場力”で
人・暮らし・社会に貢献し、より一層の感動づくりと新しい価値観の創造に努めます。

本 社 〒550-0012 大阪市西区立売堀3丁目4-24 URL http://www.ono-machine.co.jp

西日本営業部

大阪支店	〒550-0012	大阪市西区立売堀3-4-24	☎06-6534-1105㈹
東大阪支店	〒578-0965	東大阪市本庄西2-2-8	☎06-6747-6801㈹
福岡支店	〒812-0016	福岡市博多区博多駅南5-20-31	☎092-471-1607㈹
京滋営業所	〒612-8401	京都市伏見区深草下川原町123	☎075-642-3545㈹
姫路営業所	〒672-8071	姫路市飾磨区構5-84	☎079-233-2551㈹
広島営業所	〒734-0023	広島市南区東雲本町2-9-24	☎082-286-7717㈹

中日本営業部

名古屋支店	〒467-0863	名古屋市瑞穂区牛巻町4-5	☎052-882-4851㈹
名古屋三幸支店	〒460-0017	名古屋市中区松原2-11-9	☎052-321-8451㈹
金沢営業所	〒920-0377	金沢市打木町東329-2	☎076-249-0411㈹

東日本営業部

板橋支店	〒174-0043	東京都板橋区坂下3-1-1	☎03-5994-5041㈹
大森支店	〒143-0006	東京都大田区平和島6-1-1	☎03-5767-7161㈹
仙台支店	〒984-0042	仙台市若林区大和町2-12-7	☎022-238-1632㈹
横浜営業所	〒221-0865	横浜市神奈川区片倉2-1-5	☎045-488-3087㈹
高崎営業所	〒370-0069	群馬県高崎市飯塚町1044-1	☎027-363-5515㈹
新潟営業所	〒955-0047	新潟県三条市東三条2-20-2	☎0256-32-2471㈹
長野営業所	〒381-0026	長野市松岡1-12-12	☎026-267-0028㈹
国分寺営業所	〒185-0005	東京都国分寺市並木町3-23-1	☎042-323-5665㈹

大阪の「KAWATA」ブランドに象徴される信頼と実績
クオリティーの向上に努めながら、時代の様々なニーズにしっかりとお答えします。

ものづくりのお会社の皆様への強力な助っ人

河田機工株式会社

KAWATA

〒570-0002　守口市佐太中町4丁目21番17号
TEL:06-6902-2671 ／ FAX:06-6905-7621
ホームページ:http://www.kawatakiko.co.jp

創業者 河田一郎（昭和23年1月～昭和60年6月）
2代目 河田　徹（昭和60年6月～平成25年6月）
3代目 平井泰彦（平成25年6月～）

代表取締役社長　平井泰彦

SHINWA ism
ただひたむきに創り手から使い手に信を届ける専門商社
http://www.shinwakikou.co.jp

創り手から使い手に
信を届ける専門商社

JQA-EM4519

柔軟&迅速
思考&志向
経験&信頼

信和機工株式會社
〒542-0061 大阪市中央区安堂寺町1丁目3-24
TEL.06-6761-6841㈹　FAX.06-6768-7464

限りなく未来へ・・・
フロンティアスピリット

総合商社 工作機械・機器工具・ロボットシステム全般
株式会社センナン
本　社 〒583-0017 大阪府藤井寺市藤ヶ丘4丁目21番28号
TEL 072-931-4488㈹ FAX 072-931-4480
http：//www.sen-nan.co.jp/

"測る"スペシャリスト Nishino

品質アップをサポートします。
精密測定のことはお任せ下さい！

経営信条（社是）
1）我が社は測定機器の販売を通じて、社会の発展に貢献すべく、たゆみなく努力を続ける。
2）我が社はお互いの理解と信頼を基に会社の繁栄と社員の幸福を拡充すべく、たゆみなく努力を続ける。

精密測定機器綜合商社 西野産業株式會社 http://www.g-nishino.co.jp/

本 社:大阪市西区新町3丁目11番地23号 電話(06)6541－7331 FAX(06)6541－7306
営業所:仙台・東京・横浜・名古屋・富山・京都・大阪・東大阪・神戸・岡山・広島・福岡

原口機工株式会社
〒594-0074 大阪府和泉市小田町1-5-32
TEL:0725-41-1880 (代) FAX:0725-41-1987

Vinculos
～100年企業を目指し inpetu humano
これから これから～

水・風・熱のことなら
専門商社の南出キカイです。

株式会社 南出キカイ

本社 〒550-0013 大阪市西区新町3丁目7番7号
TEL 06-6535-5795
ホームページ http://www.minamide.co.jp

主な取扱いメーカー

株式会社 荏原製作所
株式会社 スイデン
富士電機 株式会社
西垣ポンプ製造 株式会社
株式会社 タクミナ
株式会社 キョウセイ
株式会社 高木鐵工所
神港精機 株式会社
株式会社 鶴見製作所
セイコー化工機 株式会社
株式会社 アンレット
カナフレックスコーポレーション
株式会社 竹綱製作所
テラル 株式会社
株式会社 竹内製作所

<各拠点 TEL>

大阪支店	06-6541-5931	東京支店	03-5746-3091
福岡支店	092-473-1631	名古屋支店	052-883-6621
京都営業所	075-645-5018	東北営業所	022-390-0231
神戸営業所	078-920-2061	東京北営業所	03-5249-8911
岡山営業所	086-245-7916	神奈川営業所	045-820-2581
広島営業所	082-504-6615	北陸営業所	076-221-4118
徳島営業所	088-665-6133	北九州営業所	093-513-8051

皆様とともに50年

岡本機工株式会社

代表取締役社長 岡本幸久

〒590-0028
大阪府堺市堺区向陵西町1丁1番4号
電話：072-238-8861 FAX 072-223-1437

許可番号 大阪府知事 許可(般-23)第136452号
建築工事業・とび土木工事業・機械器具設置工事業

「ねじ」から情報発信!!

●埋め込んだICタグによって、データの交換を可能にしました。
●小型リーダ/ライタ(PDA型)を使用することにより、あらゆる現場でタグ情報を読み書きすることが可能になります。
●周波数・メモリ容量は、用途に応じて製作が可能です。

セラマークリーダー
Bluetooth,LANでも通信可能

情報ねじ(ボルト)
ボルト頭部にセラミックスICタグが埋め込んであります。

お問い合わせは 株式会社コノエ
ホームページ http://www.konoe.co.jp/
〒578-0964 東大阪市新庄西4-28
TEL.06-6746-1101
FAX.06-6746-7356

塑性加工技術の専門商社

SAKAI KOKI

サカイ工機株式会社
昭和21年創業
代表取締役 小林 洋介

〒537-0002 大阪市東成区深江南1丁目16番17号
TEL:06-6976-5331 FAX:06-6974-4903
http:// www.sakaikoki.co.jp

工場・環境・事務・物流・器具全般

株式会社 サカエ

代表取締役 栄山 政和

本社 〒536-0007 大阪市城東区成育5-22-9
TEL06 (6933) 5101
FAX06 (6933) 5106
http://www.sts.-sakae.co.jp/

創業77周年

マシン&ツール&メカトロニクスシステム
株式会社シーメック
〒590-0007 堺市堺区北庄町2-4-8 ☎ 072-238-3101(代)

代表取締役　橋本吉生

取扱品目

◆工作機械　◆伝道機器　◆メカトロ機器
◆切削工具　◆物流機器　◆油空圧機器
◆精密測定機器　◆産業機器　◆理化学機器

機械工具 OA 総合商社
大日機工株式会社
承認・登録番号 0000323

大阪営業所　〒570-0002
守口市佐太町3丁目15-12
TEL(06)6901-3441　FAX(06)6901-3454
倉　庫　大阪市北区本庄東2-2-24
滋賀営業所　〒520-2353
滋賀県野洲市久野部199-1 ハースイン久野部101
TEL(077)588-6012　FAX(077)588-6013
仙台営業所　〒989-1305
宮城県柴田郡村田町大字村田字小池221-1
TEL(0224)83-5731　FAX(0224)83-5736
篠山営業所　〒669-2205
兵庫県篠山市網掛337-1 ベルエトワール101
TEL(079)590-1721　FAX(079)590-1722

祝　組合創立100周年

特殊品
・ホルダー
・治具
・レースセンター
1本から製作致します。
設計・製図・製作まで
行ないます。
お気軽にお電話下さい。

株式会社田倉工具製作所
本　社 〒550-0012　大阪市西区立売堀2-5-36
TEL(06)6541-3023 FAX(06)6541-3020
東大阪(営) 〒578-0965 東大阪市本庄西2-5-12
TEL(06)6747-6731 FAX(06)6747-6733
URL: http://www14.ocn.ne.jp/~stk/

トミタ産業株式会社

代表取締役社長　富田　進

本　社　〒550-0013　大阪市西区新町4丁目9-23
TEL:06-6532-3971　FAX:06-6541-3088
岡山営業所　〒700-0953　岡山市南区西市459-1
TEL:086-243-3183　FAX:086-244-0723
高松営業所　〒760-0067　高松市松福町1丁目11番14号
TEL:087-822-6238　FAX:087-821-9462
熊本営業所　〒862-0913　熊本市東区尾ノ上2丁目5番21号
TEL:096-384-1141　FAX:096-384-1160

URL:　http://tomita-co.com
E-mail:　pro-tool@tomita-co.com

使う人の希望と創る人の誠意の交叉店
Faithfully Manufacturing to Our Clients Needs

平成23年2月 ISO 9001　更新
平成23年3月 ISO 14001　更新

■営業品目
●ロボテックマシン(CNC工作機械)
●環境機器 ・ 環境改善設備
●FAシステム機器・マテハン機器
●メカトロ機器・産業機器
●切削・測定・作業工具
●CAD/CAM・オフィス機器・工場用品

― 部品からシステムまでトータル効果を流通する ―
NBC 西川産業株式会社
本　社　大阪市淀川区十三元今里3丁目3番27号　〒532-0028
TEL.(06)6304-8197　FAX.(06)6301-4411
営業所　本社・尼崎・滋賀・東大阪・堺・明石・大阪北・三田・彦根・岐阜
グループ会社　マザックニシカワ㈱・緑碧獅貿易(上海)有限公司

西川産業 生産財　検索
http://www.nishikawa-nbc.co.jp/
E-mail　info@nishikawa-nbc.co.jp
日本工作機械販売協会正会員

Panasonic
(インドネシア)
代理店

人と機械と地球の
コネクターとして

NSK 西日本商工株式会社
本　社　〒531-0071　大阪市北区中津2-2-29
TEL 06-6372-2243　FAX 06-6375-2108
九州営業所　〒802-0802　北九州市小倉南区城野2-3-35 A-3
TEL 093-952-7501　FAX 093-952-7502
滋賀営業所　〒520-3221　滋賀県湖南市三雲311-1
TEL 0748-71-2080　FAX 0748-71-2081
工　場　〒683-0322　鳥取県西伯郡南部町阿賀825-1
TEL 0859-66-2290　FAX 0859-66-2671
海　外　上海希日電子有限公司(中国)
上海希日貿易有限公司(中国)
PT. NISHINIHON　TECHNO(インドネシア)
ISO 14001 JQA-EM2884 本社
ISO 9001 JQA-QM4275B 本社・製造部
http://www.e-nishinihon.com

HAMAR
MOODY
ISO9001:2008 認証取得
ISO14001:2004 認証取得
株式会社 浜田
昭和17年創業(1942)
代表取締役社長 濱田博夫
専務取締役 濱田和茂／取締役 田中正和
取締役 中松隆俊／取締役 濱田勝史
〒590-0006 大阪府堺市堺区錦綾町2丁3番19号
TEL(072)228-3085
FAX(072)227-8471
URL:http://www.hamada-web.co.jp

100周年 おめでとうございます
おかげさまで弊社も創立50周年
50th Anniversary おかげさまで50周年
MAKOTO
マコト株式会社
〒550-0012大阪市西区立売堀3-8-5
TEL. 06-6532-5191FAX. 06-6531-7388
http://makoto-kk.co.jp

創業：昭和21年(1946)
HSSテーパードリル・ストレートドリル
MOS DRILLS
ロシア生まれの大阪育ち
低廉・強靭で経済的
◆ストレートシャンクドリルは
径0.3～13.0㎜(0.1㎜トビ)まで
◆テーパーシャンクドリルは
径6.0～80.0㎜(0.5㎜トビ)まで揃えています。
株式会社 松岡
〒577-0027 東大阪市新家中町3-21 TEL(06)6787-0541㈹ FAX(06)6787-0546
http://www15.ocn.ne.jp/~m-tools/ E-mail:matuoka@beach.ocn.ne.jp

Challenge
X
Change

創業：昭和21年(1946)
梅田機工株式会社
代表取締役社長 君浪 進
〒550-0012 大阪市西区立売堀 2-5-17
TEL 06-6532-5731 FAX 06-6532-1673
URL http://www.umedakikou.co.jp

創業：昭和18年(1943)
岡本機工株式会社
代表取締役 岡本貞雄
〒550-0012 大阪市西区立売堀 4-1-5
TEL 06-6531-4855 FAX 06-6532-1285
URL http://www.okmt-kk.com

創業：昭和 16 年(1941)

株式会社 キクスズ

代表取締役社長　岡本　惠

〒550-0012 大阪市西区立売堀 4-3-6
TEL 06-6531-3531　FAX 06-6531-9957
URL　http://www.kikusuzu.co.jp

創業：昭和 21 年(1946)

菊本機工株式会社

代表取締役　菊本佳秀
専務取締役　菊本直利

〒574-0045 大東市太子田 1-1-2
TEL 072-871-2681　FAX 072-873-5101
E-mail　kiku-kk@alto.ocn.ne.jp

創業：昭和 34 年(1959)

株式会社　北商店

代表取締役　北　祐三

本　　社：〒543-0011 大阪市天王寺区清水谷町19-10 MUビル 3F
TEL 06-6761-0170　FAX 06-6764-4951
久留米営業所：〒830-0028 福岡県久留米市京町216-3
TEL 0942-40-3388　FAX 0942-40-3389

創業：昭和 15 年(1940)

株式会社ササデン

代表取締役　岡村賢二郎

〒542-0061 大阪市中央区安堂寺町 1-1-4
TEL 06-6761-2131　FAX 06-6764-6653
URL　http://www.sasaden.co.jp

創業：昭和 25 年(1950)

株式会社三和精密

代表取締役　鹿村隆明

〒578-0965 東大阪市本庄西 2-6-4
TEL 06-6747-6481　FAX 06-6745-6718
URL　http://www.sanwa-seimitsu.com

創業：昭和 22 年(1947)

株式会社　嶋　田

代表取締役　小堀憲一

本　　社：〒578-0965 東大阪市本庄西2-5-22
TEL 06-6747-6551　FAX 06-6747-6557
高松営業所：〒761-8075 高松市多肥下町365-4
TEL 087-865-5563　FAX 087-865-5051
URL　http://www.shimada-ive.co.jp

創業：昭和 22 年(1947)

西部ゴム株式会社

代表取締役社長　加藤（かとう）　廣（ひろし）

〒530-0055 大阪市北区野崎町 6-13
TEL 06-6311-5571　FAX 06-6312-8361
URL　http://www.seibugomu.co.jp

創業：大正 12 年(1923)

MACHINE & TOOL

株式会社タミヤ

代表取締役　田宮　誠

本　　社　〒634-0009 奈良県橿原市中町 216-5
TEL 0744-22-2876　FAX 0744-25-5504
大阪営業所　〒556-0003 大阪市浪速区恵美須西 2-7-16
TEL 06-6631-1685　FAX 06-6632-3830
URL　http://www.tamiya-tool.co.jp

創業：昭和 22 年(1947)

東洋研磨工業株式会社

代表取締役社長　奥田千穂

〒550-0012 大阪市西区立売堀 3-3-12
TEL 06-6532-4601　FAX 06-6543-1910

創業：昭和 23 年(1948)

土佐機工株式会社

代表取締役　町田淳一郎

〒550-0013 大阪市西区新町 4-10-31
TEL 06-6538-7001　FAX 06-6533-0897
URL　http://www.ryoco.co.jp

創業：昭和 20 年(1945)

株式会社ＮａＩＴＯ

取締役社長　南雲文彦

〒578-0956 東大阪市横枕西 11-31
TEL 072-960-7011　FAX 072-960-7012
URL　http://www.naito.net

創業：昭和 41 年(1966)

NAC長堀工業株式会社

代表取締役社長　薮田長康

〒550-0013 大阪市西区新町 3-6-12
TEL 06-6541-5701　FAX 06-6541-2503
URL　http://www.nac-corp.co.jp/

創業：昭和 27 年(1952)

日東商事株式会社

代表取締役　奥村健司

〒542-0061 大阪市中央区安堂寺町 1-3-20
TEL 06-6761-6201　FAX 06-6768-2617

創業：昭和 35 年(1960)

浜正機工株式会社

代表取締役社長　浜口隆之

〒550-0012 大阪市西区立売堀 4-6-7
TEL 06-6531-8431　FAX 06-6543-3426
URL　http://www.hamashou.co.jp/

創業：昭和 23 年(1948)

株式会社林敬商店

代表取締役　白樫純一

〒537-0003 大阪市東成区神路 4-10-15
TEL 06-6976-2835　FAX 06-6976-6368
URL　http://www.hayashi-kei.co.jp/

Since 1889(明治 22 年)

株式会社ヒシヒラ

代表取締役社長　平佐一郎

〒532-0012 大阪市淀川区木川東 1-3-24
TEL 06-6301-5488　FAX 06-6301-4656
URL　http://www.hishihira.co.jp

創業：大正 5 年(1916)

株式会社　ホリヤ

取締役社長　堀家孝夫

〒550-0013 大阪市西区新町 4-7-11
TEL 06-6531-5559　FAX 06-6531-5921
URL　http://horiya.co.jp

創業：昭和 10 年(1935)

丸一切削工具株式会社

代表取締役　衣斐　誠

〒578-0965 東大阪市本庄西 2-6-17
TEL 06-6747-6121　FAX 06-6747-6087
URL　http://www.thecut.co.jp

創業：昭和 29 年(1954)

丸尾株式会社

代表取締役社長　清水稔弘

〒550-0012 大阪市西区立売堀 3-4-10
TEL 06-6532-7061　FAX 06-6532-7096
URL　http://maruo-tools.co.jp

創業：昭和 37 年(1962)

森一産業株式会社

代表取締役　渡辺喜弘

〒550-0012 大阪市西区立売堀 5-4-40
TEL 06-6541-2271　FAX 06-6541-2302
URL　http://www.mori-1.net

創業：昭和25年（1950年）

FUTURE OF F·A·S

薮内産業株式会社

代表取締役 社長　薮内 敬三

本　社　〒551-0002 大阪市大正区三軒家東1-12-27
TEL:06-6552-0101代　FAX:06-6552-0178
営業本部　〒578-0984 東大阪市菱江3－15－9
TEL:072-967-6168代　FAX:072-967-6167
URL　http://www.yabuuchi.co.jp

創業：昭和 36 年（1961）

株式会社山勝商会

代表取締役会長　山出谷　清
代表取締役社長　山出谷　武俊

〒550-0013 大阪市西区新町 3-2-15
TEL 06-6532-5401　FAX 06-6532-5400
URL　http://www.ymkt.co.jp/

創業：昭和 42 年（1967）

株式会社　菱　和

代表取締役社長　古田　龍

〒550-0014 大阪市西区北堀江 1-22-10
TEL 06-6538-0271　FAX 06-6538-0252
URL　http://www.ryouwa.com/

設立：昭和 50 年（1975）

大阪機械工具商健康保険組合

理事長　田中康造

〒550-0013 大阪市西区新町 3-7-15
新町ビル 2F
TEL 06-6533-0215　FAX 06-6533-0216
URL　http://www.ok-kenpo.or.jp/

設立：昭和 49 年（1974）

大阪機械工具商厚生年金基金

理事長　田中康造

〒550-0012 大阪市西区立売堀 1-14-20
アニックスビル 9F
TEL 06-6533-1130　FAX 06-6533-3190
URL　http://www.nenkin-kikin.jp/osaka-kikaikogusho/

設立：昭和 29 年（1954）

大阪府火災共済協同組合

理事長　岡本楢雄

〒542-0081 大阪市中央区南船場 1-18-17
商工中金船場ビル 6F
TEL 06-4708-8720　FAX 06-6267-7222
URL　http://www.fukasai.or.jp

創業：昭和 34 年（1959）

藤田観光株式会社　太閤園

執行役員
太閤園総支配人　村田茂樹

〒534-0026 大阪市都島区網島町 9-10
TEL 06-6356-1111
URL　http://www.taiko-en.com

おかげさまでホテル大阪ベイタワーは
開業 20 周年を迎えました

20th Anniversary

大阪でいちばん夜景のきれいなホテル

ホテル大阪ベイタワー

http://www.osaka-baytower.com
〒552-0007 大阪市港区弁天 1-2-1（ORC200）
JR・地下鉄弁天町駅直結（JR 関空快速・大和路快速停車駅）
ご予約・お問い合わせは TEL06-6577-1111（代表）

ＬＬＣ夢さぽーとｉＴ
三島労務管理事務所

特定社会保険労務士　三島佐智

〒541-0047 大阪市中央区淡路町 2-1-1
堺筋千島ビル 804 号
TEL 06-6209-4161　FAX 06-6209-4162
URL　http://www.yume-it.biz

「でんさい」の申込は是非、当店へ

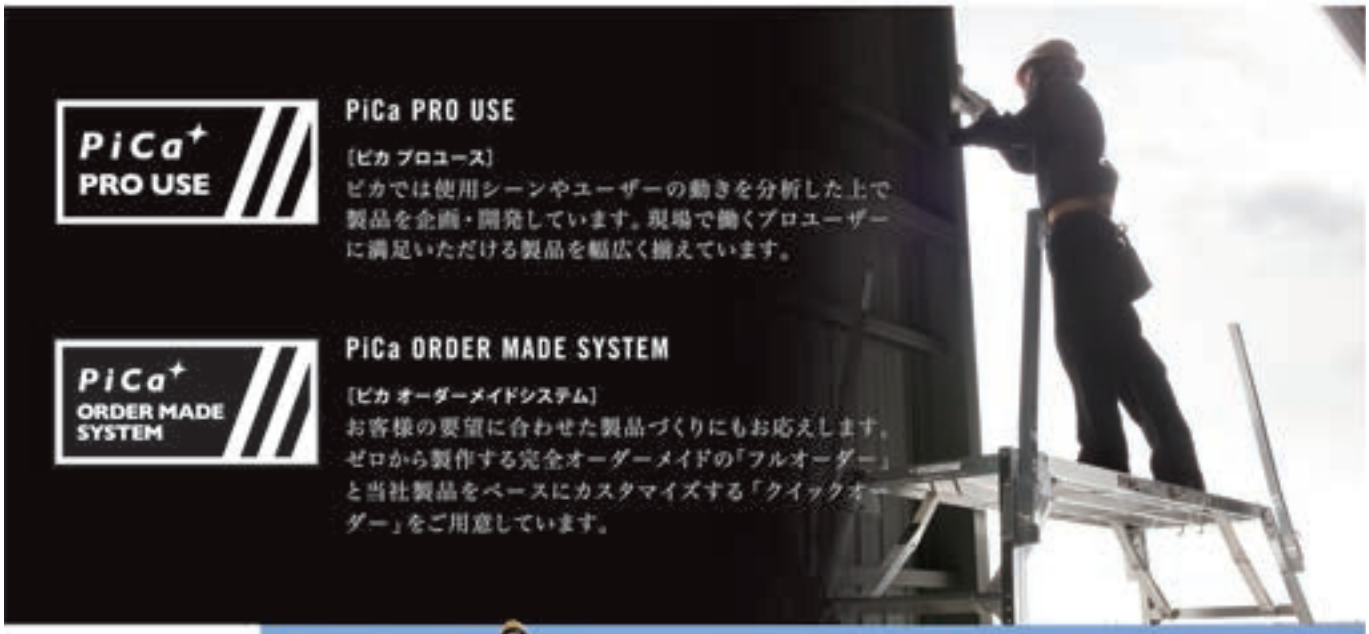
株式会社りそな銀行
大阪西区支店

〒550-0012 大阪市西区立売堀 3-1-14
TEL 06-6531-8131　FAX 06-6532-7880
URL　http://www.resona-gr.co.jp/

SUMITOMO
CARBIDE - CBN - DIAMOND
'at the cutting edge'
イゲタロイ・スミボロン・スミダイヤ
Ingenious Dynamics
住友電工
製造元 住友電工ハードメタル株式会社

PiCa

ピカ コーポレイションは創業55周年を機に、未来への想いを込めてブランドロゴマークをリニューアルデザインしました。社名の由来である "People and ideas in Creative action"（創造性あふれる人々とひらめき）の原点を大切にしながら、これからも更なる挑戦を続けていきます。



PiCa PRO USE

PiCa PRO USE

〔ピカ プロユース〕
ピカでは使用シーンやユーザーの動きを分析した上で製品を企画・開発しています。現場で働くプロユーザーに満足いただける製品を幅広く揃えています。

PiCa ORDER MADE SYSTEM

PiCa ORDER MADE SYSTEM

〔ピカ オーダーメイドシステム〕
お客様の要望に合わせた製品づくりにもお応えします。ゼロから製作する完全オーダーメイドの「フルオーダー」と当社製品をベースにカスタマイズする「クイックオーダー」をご用意しています。

ピカ コーポレイション

〒577-0013 大阪府東大阪市長田中 4-4-10
TEL . 06-6747-6875 FAX . 06-6747-6877
URL . http://www.pica-corp.co.jp

POLYGON WHEEL
POLYGON BAND
あらゆる研削・研磨に
最適な製品をご提供します
TECHNO DISC HYBRID
株式会社 イチグチ
http://www.ichiguchi.co.jp

防振機構内蔵
BIG
BIG DAISHOWA
スマートダンパー
フェイスミルアーバFMH
CKボーリングホルダ
面粗さの低下
加工寸法の不良
刃具寿命の低下
ビビリを瞬時に減衰!
防振機構を内蔵した
高能率ツーリング
L=350,400mm
L=300,370,450mm
標準のCKホルダで
ご使用いただけます
防振機構内蔵
エクステンション
タイプ
BIG
BIG DAISHOWA
高品位合衆国
大昭和精機株式会社
本社／東大阪市西石切町3-3-39 TEL.072-982-2312 FAX.072-980-2231
工場／大阪工場、淡路第1・2・3・4・5工場
営業／東部・仙台・北関東・南関東・長野・中部・静岡・北陸・西部・岡山・広島・九州・海外営業本部
欧州技術サポートセンタ(スイス)・大昭和精机貿易(上海)有限公司・BIG KAISER社(USA,Germany)
www.big-daihsowa.co.jp

ブラシの110番（商標登録第5141661号）

株式会社 鳴門屋
〒577-8533 東大阪市柏田本町10番11号

問い合わせ カタログ請求 はFAXで

TEL 0120-689-110 http://www.brush 110.com
FAX 0120-785-150 E-mail nsk@brush 110.com

全国の機械工具店でお求めいただけます。

近畿全域
翌朝配達

http://www.hanwaquickbin.co.jp

★いたち便 ★チャーター便 ★貸切便
★宵積み ★クイック便 ★保管全般

◇営業拠点◇

本社	大阪府茨木市南目垣2-5-38
茨木営業所	大阪府茨木市横江1-17-25
摂津営業所	大阪府摂津市新在家2-14-21
大阪営業所	大阪市大正区三軒家東2-14-17
京都営業所	京都府綾部市味方町宮ノ前50-1
伊賀営業所	三重県伊賀市西明寺2806-1
滋賀営業所	滋賀県東近江市小田苅町内林1
摂津倉庫	大阪府摂津市鳥飼本町2-7-30
ﾛｼﾞｽﾃｨｸｽ摂津事業所	大阪府摂津市鳥飼本町5-13-10

HANWA 株式会社 ハンワ

（本社） 大阪府茨木市南目垣2-5-38
TEL 072-638-8080

マックスプルウィンチ®

ライバルは引力です。

電動ウインチ

ビルドイン・モータ内蔵の並列型ウインチ
BMWシリーズ

ワイヤロープの巻き解きが手軽に行える
BMW噛合クラッチシリーズ

往復牽引作業に威力を発揮する
BMWキャプスタンシリーズ

往復牽引エンドレスウインチ
EMEシリーズ

ゴルフネット昇降用ウインチ
GME・GLFシリーズ

無線タワー昇降用
GMTシリーズ

手動ウインチ

ステンレス製ウインチ（バフ研磨）
SBシリーズ

ステンレス製ウインチ（電解研磨）
ESBシリーズ

ステンレス製ウインチ（メタリック塗装）
STシリーズ

スチール製ウインチ（回転式）
GMシリーズ

スチール製ウインチ（ラチェット式）
MRシリーズ

スチール製ウインチ（キャプスタン式）
MCシリーズ

スチール製ウインチ（溶融亜鉛メッキ）
GSシリーズ

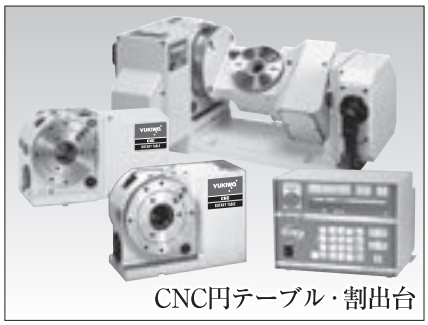
往復牽引エンドレスウインチ
MEシリーズ

MAXPULL MACHINERY & ENGINEERING CO.,LTD.
マックスプル工業株式会社

本社	〒125-0041 東京都葛飾区東金町8-10-13	TEL 03(3609)2651	FAX 03(3609)5369
大阪営業所	〒556-0022 大阪市浪速区桜川3-4-25	TEL 06(6567)2388	FAX 06(6567)3088
埼玉工場	〒340-0815 埼玉県八潮市八潮3-13-1	TEL 048(996)7346	FAX 048(995)9769

http://www.maxpull.co.jp/

ツーリングシステム



CNC円テーブル・割出台

コレットチャック

ドリルチャック

大阪機械器具卸商協同組合 様
創立 100 周年おめでとうございます

YUKIWA ユキワ精工株式会社

本社 工場
〒947-0052 新潟県小千谷市千谷2600番地1
TEL.0258-82-1800（大代表）
TEL.0258-81-1111（代） FAX.0258-81-1112

東京営業所
〒335-0002 埼玉県蕨市塚越5丁目12番12号
TEL.048-434-7101（代） FAX.048-434-6101

名古屋営業所
〒480-1113 愛知県長久手市山野田1307番地
TEL.0561-64-0300（代） FAX.0561-64-0303

大阪営業所
〒578-0951 東大阪市新庄東3番7号
TEL.06-6748-2020（代） FAX.06-6748-2030

海外営業課
〒578-0951 東大阪市新庄東3番7号
TEL.06-6748-2021（代） FAX.06-6748-2030

中国（上海）
〒200336 上海市长宁区娄山关路85号 东方国际大厦B座302号
TEL.+86-21-6270-9020 FAX.+86-21-6270-9019

YUKIWA SEIKO U.S.A.,INC.
8227-H,Arrowridge Blvd.,Charlotte, NC 28273
TEL.+1-704-527-3003 FAX.+1-704-523-3993

ISO 9001 認証取得 ISO14001

http://www.yukiwa.co.jp/

現場のニーズに応える総合メーカー

IKURATOOLS

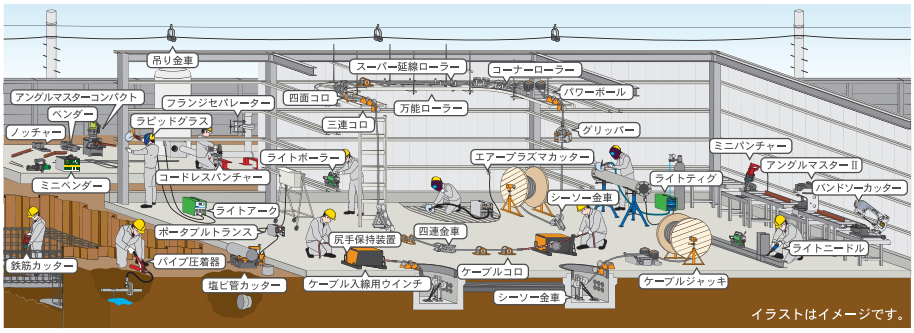
育良精機株式会社

IKURATOOLS 検索

http://www.ikuratools.com

〒300-4297 茨城県つくば市寺具1395-1

☎029(869)1212㈹ FAX 029(869)1083



通線・電設

ケーブルウインチ
ケーブル入線用ウインチ

建設・設備

ハンディカッター185
ハンディタイプ
サーメットカッター

ライトボーラー
ハンディタイプ
磁気ボーラー

コードレスパンチャー
電動油圧充電式
パンチャー

溶接機・関連機器

ラピッドグラスゴーグル
ゴーグルタイプ
自動遮光溶接面

ライトティグ
インバーター制御
直流パルス
TIG溶接機

創業85年業務用電熱機メーカー

ワンランク上のシーラー

電熱製品のことはおまかせください。

より確かなものを……
SURE シュアー

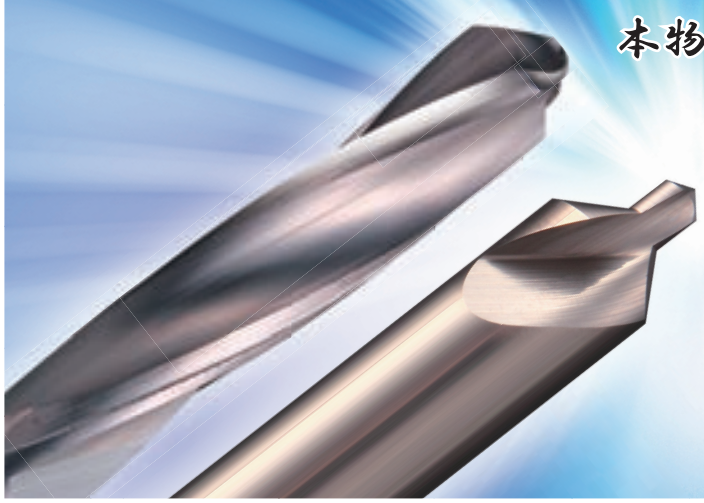
株式会社 石崎電機製作所

東京営業所 〒111-0041 東京都台東区元浅草1-15-15 TEL.03-5828-6361
大阪営業所 〒550-0013 大阪市西区新町1-25-7 TEL.06-6541-3893

■ホームページ | http://www.sure-ishizaki.co.jp

分かる人には分かる

本物の工具



SPセンター
センタードリル
GPドリル
トグロン®ハードシリーズ
トグロン®シャープSP
ねじれ半月ドリル
小径3枚刃ドリル TFD
極小径ダイヤモンド電着工具 JIT
マイクロツール
CBN/PCDツール

株式会社イワタツール

http://www.iwatatool.co.jp/
info@iwatatool.co.jp

〒463-0808
名古屋市守山区花咲台二丁目901番1
テクノヒル名古屋E-3
TEL 052-739-1080 FAX 052-739-1084

中小企業の連携、創業・起業、組織化と組合をサポートします！

大阪府中小企業団体中央会

エコアクション21　地域事務局

商都大阪からの
情報ネットサイト
まいど。

○ものづくり中小企業・小規模事業試作開発等支援事業の地域事務局
○地域中小企業の人材確保・定着支援事業の受託機関

〒540-0029
大阪市中央区本町橋 2 番 5 号（マイドームおおさか 6 階）
電話：(06)6947-4370（代表）FAX：(06)6947-4374　URL：http://www.maido.or.jp

Okazaki

組合創立100周年おめでとうございます。

私ども岡﨑精工㈱も今年創業80周年を迎えることができました。
みなさまに愛されるメーカーとして100周年を迎えられるよう努力を重ねてまいります。

超硬切削工具

MCO切削工具

ダイヤモンドホイール

岡﨑精工株式會社
代表取締役社長 岡﨑 華
〒533-0005 大阪市東淀川区瑞光3-5-32
TEL.06-6328-5561 FAX.06-6328-8201
http://www.okazaki-seiko.co.jp

OKUMA

創業116年を迎えたオークマは、
あらゆる産業分野の先端で多様な加工ニーズにお応えします。

5面加工門形マシニングセンタ
MCR-A5CⅡ

インテリジェント複合加工機
MULTUS B300Ⅱ

高速横形マシニングセンタ
MB-5000H

立形マシニングセンタ
ACE CENTER
MB-46V/56V

オークマ株式会社
〒480-0193 愛知県丹羽郡大口町下小口5-25-1 TEL 0587-95-7823 FAX 0587-95-4091営業部
●支 店／北関東 048-720-1411·東京 046-229-1025·名古屋 0587-95-0911·大阪 06-6339-9081
●営業所／山形 仙台 郡山 日立 新潟 太田 東京 三島 浜松 安城 長野 金沢 京滋 明石 岡山 広島 高松 九州
詳しくはオークマサイトでご覧ください http://www.okuma.co.jp/

AIR TOOLS KUKEN
1967年創業
加速する進化

高精度
ナットランナー
PTS-800E

低振動・低騒音
N型インパクトレンチ
KW-3800proGL

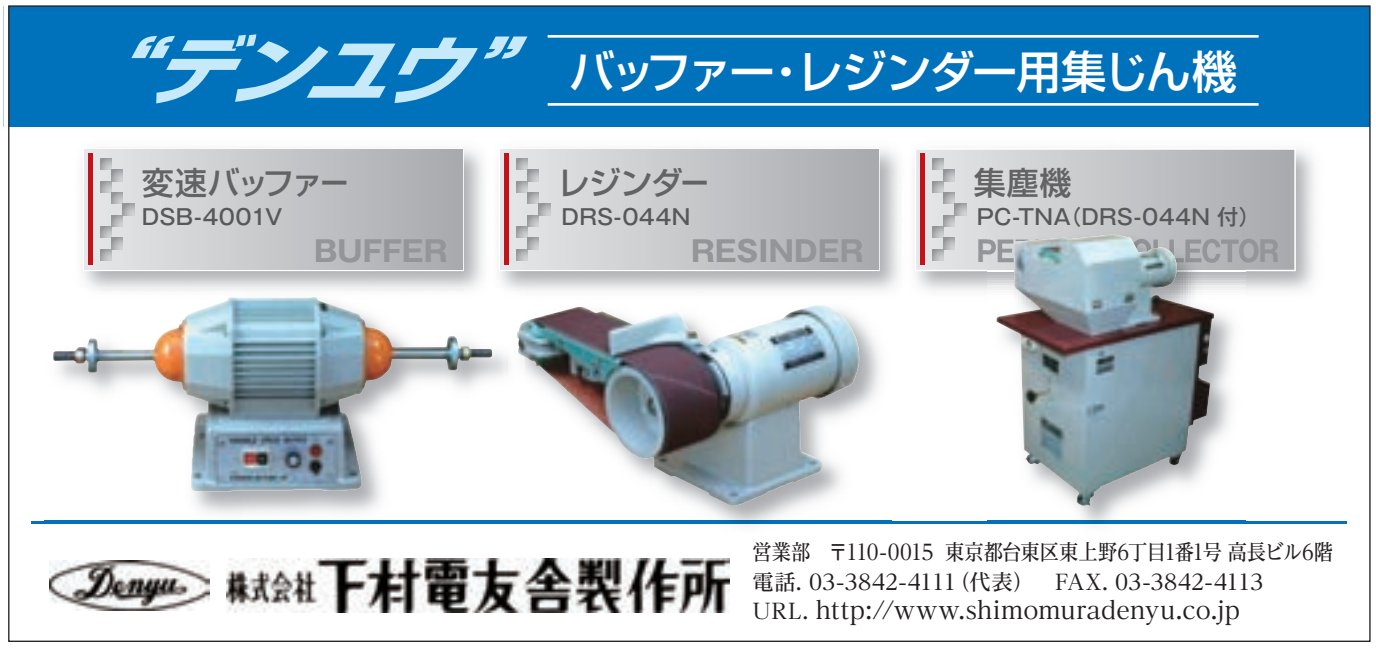
低振動
・低騒音
N型インパクトレンチ
KW-1600Spro

高能率
デュアルアクション
サンダー
DAM-055

株式会社 空研
〒583-0871 大阪府羽曳野市野々上3丁目6番15号
TEL 072-953-0601(代) FAX 072-953-0605
ホームページアドレス http://www.kuken.co.jp

〈営業所〉
札幌営業所 TEL.011-782-3111 FAX.011-783-7778
仙台営業所 TEL.022-786-0341 FAX.022-786-0343
北関東営業所 TEL.0285-31-3772 FAX.0285-27-8080
東京営業所 TEL.03-3493-8304 FAX.03-3490-6645
名古屋営業所 TEL.052-962-6302 FAX.052-962-6305
大阪営業所 TEL.072-952-0787 FAX.072-953-0605
広島営業所 TEL.082-875-8463 FAX.082-875-8465
福岡営業所 TEL.092-472-1251 FAX.092-474-7350
刈谷出張所 TEL.0566-62-5181 FAX.0566-62-5206

シゲマツ
創業1917年
フィルタ交換インジケーター付き
安全性が高い
呼吸が楽
経済的
電動ファン付き呼吸用保護具
PAPR:Powered Air Purifying Respirators
AP-S11PV3
より安全に、より快適に。
呼吸に合わせて清浄空気
耐水圧 2,000
全身化学防護服（使い捨て式）
マイクロガード 2000PLUS
株式会社 重松製作所
SHIGEMATSU WORKS CO., LTD.
本社 〒114-0024 東京都北区西ケ原1-26-1
TEL 03(6903)7525(代表) FAX 03(6903)7520
http://www.sts-japan.com


"デンユウ" バッファー・レジンダー用集じん機
変速バッファー
DSB-4001V
BUFFER
レジンダー
DRS-044N
RESINDER
集塵機
PC-TNA(DRS-044N 付)
Denyu
株式会社 下村電友舎製作所
営業部 〒110-0015 東京都台東区東上野6丁目1番1号 高長ビル6階
電話. 03-3842-4111 (代表) FAX. 03-3842-4113
URL. http://www.shimomuradenyu.co.jp

Showa
自社製トップランナーモータ搭載
電動送風機全214機種を発売開始しました
自社製トップランナー(IE3)モータ
海外安全規格、高効率規制にも対応しています。
(1)海外安全規格
米国 UL 規格 カナダ CSA 規格
欧州 CE マーキング
(2)高効率規制
中国 380V50Hz GB2 級（IE3）
韓国 380V60Hz 220V60Hz（IE3）
平成25年度 電機工業技術功績者表彰
(高効率誘導電動機及び高効率電動送風機（IE3)受賞)
■コンパクトシリーズ
Eタイプ/60機種
■マルチシリーズ
FSタイプ/8機種
■マルチシリーズ
FSMタイプ/4機種
■低騒音シリーズ
AHタイプ/36機種
■高圧シリーズ
KSBタイプ/84機種
■多段シリーズ
Uタイプ/22機種
環境へホスピタリティ
昭和電機株式会社

工場扇＆サーキュレーター

フラミンゴファン

快適を「かたち」にする。

Suiden

株式会社スイデン　代表取締役社長　川合　雄治

本社(登記地)
〒543-0062　大阪府大阪市天王寺区逢阪 2-4-24
Tel:0745-73-2851 Fax:0745-73-8844
URL http://www.suiden.com
≪国内営業拠点≫東京支店・大阪支店・名古屋支店・福岡支店・仙台営業所・北関東営業所
静岡営業所・富山営業所・広島営業所・高松営業所・新潟駐在所
≪海外営業拠点≫東莞瑞電上海分公司(中国上海)・東莞華南営業所(中国東莞)
≪国内製造拠点≫奈良工場・鳥取工場
≪海外製造拠点≫台湾工場・東莞工場(中国)

SUPERTOOL

モノづくりに託されている思い…。
スーパーツールの企業理念は、「開発こそが社会に奉仕し、メーカーの生きる道」
『創進』という言葉で社内に浸透しています。

株式会社　スーパーツール
代表取締役社長　吉川　明

全日本機械工具商連合会
創立：昭和23年 (1948)

会長　田中　康造

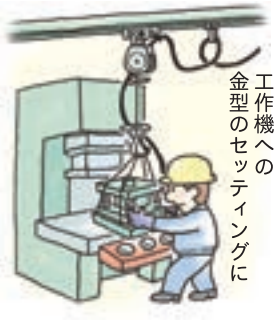
副会長　斎藤　保男　　副会長　伊藤　高潤

常任理事　矢野 元久　　常任理事　桑原　茂　　常任理事　関谷 隆雄
常任理事　高田 研至　　常任理事　河田　徹　　常任理事　森野　滋

〒108-0014　東京都港区芝5丁目14番15号　機械工具会館5階
TEL (03) 3456-0831　FAX (03) 3456-0525
http:// www.zenkikouren.jp/

マテハン部品はこんな所にも使われています

工場設備用吊り部品 マテハン部品



株式会社 ダイケン 本社/大阪市淀川区新高2-7-13 TEL(06)6392-5321
http://www.daiken.ne.jp

ダイケンFace bookページ公開中です!! 「いいね」を押してダイケンとつながろう!

ポリウレタンチューブのチヨダ

製品のお問い合わせは下記へお願い致します。
千代田通商株式会社
URL:http://www.chiyoda-pneumatic.co.jp

本社
〒145−0064
東京都大田区上池台1−21−1ウエルストン45ビル
営業所
東京・小山・名古屋・大阪・九州

問い合わせ先
帝国チャック株式会社 営業部 大阪府八尾市北久宝寺2-1-50
TEL:072-923-1821 FAX:072-992-5457

TEIKOKU CHUCK CO., LTD.
http://teikoku-chuck.com/

テクノ・クオリティに貢献する

トーコーの圧力計測器

営業品目

- 各種圧力計（真空計・連成計含む）・温度計
  化学用、冷媒用、食品用、医製薬用、高圧ガス用
  半導体用、車両用、船舶用、冷凍機用、油圧用
  空圧用、溶断機用、記録用、低価格量産用（ロット品）
- 各種圧力スイッチ（微圧から高圧まで）・圧力発信器
  各種接点付圧力計・隔膜式接点付圧力計 / 発信器（センサー）
  特殊仕様圧力計測器他

TV 形圧力計
激しい外部振動・圧力変動等に適した最新型圧力計を是非ご使用下さい。
最新型の内部機構を配し耐震・動圧条件にも指示針は振れない圧力計です。

TV-BL 形

TV-SUS 形

日本工業規格認証取得工場・ISO9001：2008認証取得工場
TOKO 東洋計器興業株式会社
URL http:www.toko1955.co.jp

本社工場　〒661-0022　尼崎市尾浜町３丁目27番６号　TEL：06-6429-2051㈹　FAX：06-6429-1340　E-mail：toko1955@theia.ocn.ne.jp
東京支店　〒105-0013　東京都港区浜松町２丁目１番６号　TEL：03-3436-0644㈹　FAX：03-3436-0656　E-mail：toko1976@ceres.ocn.ne.jp

社会の多様なニーズに応える「品質」と「信頼」のNITTOブランド

あらゆる分野を超えて活躍する多彩な製品群

迅速流体継手「カプラ」をはじめ、各種機械工具、真空ポンプ&コンプレッサ、ドアクローザなど、一般家庭から産業界に至るあらゆる分野で活躍する様々な製品を提供しています。確かな技術力とノウハウをベースに、品質と機能性・信頼性を追求、豊富なラインアップも取り揃えてお客様のニーズにお応えしています。

独創技術で明日をひらく
日東工器株式会社
www.nitto-kohki.co.jp

本社・研究所／〒146-8555 東京都大田区仲池上2-9-4　TEL 03 (3755) 1111(代表)
支店／大阪　TEL 06 (6973) 5501 ・ 名古屋　TEL 052 (861) 1601
営業所／札幌・仙台・新潟・松本・北関東・水戸・埼玉・八王子・静岡・浜松・三河・北陸・京滋・兵庫・高松・岡山・広島・福岡・熊本・上海・深圳・シカゴ・ロンドン・シュツットガルト・シンガポール・バンコク・ブリスベーン

白光は世界中の
はんだ付けニーズに応える会社です。

HAKKO
白光株式会社
http://www.hakko.com
大　阪／〒556-0024 大阪市浪速区塩草2丁目4番5号
大阪営業 TEL：(06) 6561-1574(代) FAX：(06) 6568-0821
海外営業 TEL：(06) 6561-3225(代) FAX：(06) 6561-8466
東　京／〒101-0042 東京都千代田区神田東松下町14 東信神田ビル9F
TEL：(03) 5297-8581(代) FAX：(03) 5297-8591

日立ツール株式会社　本社 03-6858-2202　大阪営業所 06-7711-2200　http://www.hitachi-tool.co.jp

BroadLeaf 株式会社ブロードリーフ
全国ネットワーク35拠点
http://www.broadleaf.co.jp/　0120-47-2610

研磨及び旋盤用超硬センター
超硬ハーフロングセンター
超硬埋込センター
60度部全超硬ロー付センター
各種ご要望を承ります
SW
工作機械・機械工具製造販売
三葉精工株式会社
本　社　東京都荒川区東尾久 2-3-5
TEL 03 (3892) 3338 番(代)
FAX 03 (3892) 3 7 8 8 番
里美工場　茨城県常陸太田市小菅町 2363
TEL 0294 (82) 2 2 2 9 番
FAX 0294 (82) 2 0 4 3 番

MITSUBISHI
MITSUBISHI MATERIALS
新世代超硬ソリッドエンドミル誕生。
Al-Ti-Cr-N系積層コーティング
エンドミルにカスタマイズされたコーティングは
炭素鋼から焼入鋼まで広い加工領域で
優れた耐摩耗性を発揮!
ロングネック232アイテム
ボールエンドミル計292アイテムを新発売
新世代超硬ソリッドドリル誕生。
Al-Ti-Cr-N系積層コーティング
ドリルにカスタマイズされたコーティングは
優れた摩擦特性と耐摩耗性が
抜群の汎用性と長寿命を実現!
φ3-φ12まで0.1mm飛び、L/D=2,3,5,8
1mm飛びと偶数径のシャンクを共に新発売
超硬エンドミル
MS plus
エンドミルシリーズ
PVDコーティングは新世代へ
汎用超硬ソリッドドリル
WSTARドリルシリーズ
MVS/MVE
三菱マテリアル株式会社
三菱マテリアルツールズ株式会社
〒130-0015 東京都墨田区横網1丁目6番1号 KFCビル7F
[東日本支店](03)5819-5251 [中部支店](052)249-4561 [西日本支店](06)6355-1051
http://www.mitsubishicarbide.com
電話技術相談室 0120-34-4159

頼れる、スマート
シンプルに、コンパクトに、ハイパフォーマンスを追求
Mazak
Your Partner for Innovation
高生産
使い易さ
省エネルギー
Mazak
M CODE
ヤマザキマザック 株式会社
愛知県丹羽郡大口町竹田 1-131
TEL / 0587- 95 -1131 (代表)
M CODE
M CODE(エムコード)をご利用頂きますと、簡単に加工動画を見る事ができます。
M CODEは、App Store 及び Google play™で、ダウンロードできます。
Available on the App Store
ANDROID APP ON Google play

前へ、もっと、前へ。

信頼の絆で心をつなぐ感動創造企業

株式会社イチネン

〒532-8567 大阪市淀川区西中島 4－10－6
TEL:06－6309－1811 http://www.ichinen.co.jp

ラインアップをさらに充実! ボルトに替わる締結部品

ワンタッチ着脱

NEW

Value Creator

IMAO

株式会社イマオ コーポレーション

〒501-3954 岐阜県関市千疋2002
TEL 0575-28-4811 FAX 0575-28-4800
http://www.imao.co.jp/

細身ホルダのすぐれもの! NEW!

スリムハイドロチャック PHC・S

干渉の多い金型の加工などに。

防振効果
高精度保持
レンチ 1 本で簡単締め付け

1mm刻みの豊富な内径サイズ φ6-12

NT エヌティーツール株式会社

本社：愛知県高浜市芳川町 1-7-10 TEL〈0566〉54-0101
加工の問題点をお知らせください。
お客様とともに、問題解決にむけてご協力させていただきます。

www.nttool.com
テクノコール 0120-04-0102
テクノメール technomail@nttool.co.jp

OWA

一般社団法人 大阪卸商連合会

会 長 井澤 武尚

〒541-0053 大阪市中央区本町1丁目4番5号
大阪産業創造館12階
TEL (06) 6271-7456 (代)
FAX (06) 6261-5077
E-mail:osaka@oroshi.or.jp
URL:http://www.oroshi.or.jp/

OMDC

大阪機械卸業団地協同組合

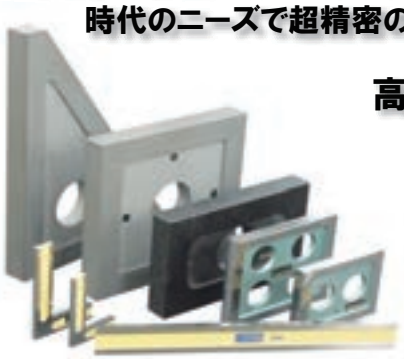
理事長 田中康造

機械と工具の街
国内最大規模
卸業110社が集結!

〒578-0965 東大阪市本庄西 2-5-10
TEL 06-6747-7521 FAX 06-6747-7525
e-mail:info@omdc.or.jp
URL http://www.omdc.or.jp

「測定」の最適ソリューションを提供します。
時代のニーズで超精密の世界へ!

高精度1μm!



「真直」
「平行」
「直角」

O.K 株式会社大菱計器製作所
www.obishi.co.jp

〒940-1164 新潟県長岡市南陽1-1216-1
本社:0258-22-1100 東京:03-3293-8881 名古屋:052-322-4031

THE NEW VALUE FRONTIER
KYOCERA
ADVANCING PRODUCTIVITY
生産性向上に貢献する京セラ
鋼加工用CVDコーティング
CA515/CA525

CA515/CA525 生産性革新コーティング
長寿命・安定加工を実現する新コーティング誕生
京セラ株式会社 機械工具事業本部
http://www.kyocera.co.jp/prdct/tool/index.html

KTC KYOTO TOOL
デジラチェ®
[メモルク]™
作業履歴を記録し、確かなトルク管理を実現。

KTC 京都機械工具株式会社
製品情報 http://ktc.jp/
デジラチェ専用 Web サイト http://digital-ratchet.jp/

祝 大阪機械器具卸商協同組合
創立100周年
S.&K KUKI PUMP
クキ ギヤポンプ NEW
ステンレス製 KDR-SNシリーズ
モデル一新!
本体部オールステンレス製!

口径15、20、25に40、50を新たに追加!
あらゆる産業分野に貢献する充実のラインナップ!
「水と空気」と共に歩み続けて90余年。
これからも、大機器協組会員様の各種ポンプの販売からメンテナンスまで
トータルでサポートしてまいります。
S.&K 九喜(くき)ポンプ工業株式会社
本社営業部 〒550-0012 大阪市西区立売堀3丁目6番12号 TEL.06(6531)9891(代) FAX.06(6531)9897
京都営業所 〒612-8421 京都市伏見区竹田橋ノ井町82インペリアル明日香1F TEL.075(646)2120(代) FAX.075(646)2133
神戸営業所 〒652-0801 神戸市兵庫区中道通6丁目2番5号 TEL.078(576)5212(代) FAX.078(576)5214
堺営業所 〒590-0940 堺市堺区車之町西1丁1－26 TEL.072(228)8321(代) FAX.072(228)8323
大阪東営業所 〒538-0053 大阪市鶴見区鶴見6丁目3番2号 TEL.06(6912)7061(代) FAX.06(6912)8572
四日市営業所 〒510-0891 四日市市日永西3丁目25番10号 TEL.059(329)5061(代) FAX.059(348)5900
www.kukipump.co.jp

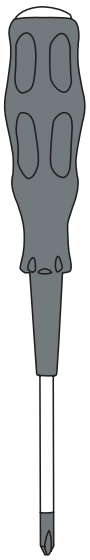
PNEUMATIC TOOLS
SHINANO INC.
高出力 高機能 高品質

Sマークは一歩先を見つめます。
信濃機販株式会社
〒175-0083 東京都板橋区徳丸 1-20-17
TEL：03(3931)3171(代) FAX：03(3931)3178
東京・名古屋・大阪
http://www.si-mark.co.jp

新型定期預金
マイハーベスト
有利な金利設定 *
＊当金庫内の商品と比較した場合
1年、2年、3年から期間が選べる
固定金利の半年複利
●詳しくは、ホームページをご覧いただくか、店頭へお問い合わせください。
商工中金 大阪支店
大阪市西区阿波座 1-7-13
TEL 06(6532)0894
人を思う。未来を思う。
商工中金

聖和精機株式会社
SHOWA TOOL CO., LTD.

技術革新時代のうねりをキャッチ
Tooling solutions at the forefront of engineering innovation...



総合ドライバーメーカー

株式会社新亀製作所（シンキ）

本　　社
〒537-0013　大阪市東成区大今里南 4-1-16
TEL (06)6971-6131　FAX(06)6975-1552
東京営業所
〒121-0073　東京都足立区六町 4-2-20
TEL (03)5809-6895　FAX(03)5809-6896
URL http://www.sunflag.co.jp/

SUNFLAG®

配管の圧力が解らない場合の圧力計選定用に便利
電池式デジタル圧力計　DIL Ⅱ シリーズ

●ピーク値ホールド機能付で
最大値が測定可能
●オートパワーオフ機能で
電池が長持ち
●電池駆動で持ち運びに便利
●対環境性に優れている
●圧力レンジ
−100 ～ 100kPa　0 ～ 100kPa (abs)
0 ～ 1MPa　0 ～ 10MPa　0 ～ 50MPa

株式会社　第一計器製作所
〒660-0823　兵庫県尼崎市大物町 1 丁目 7 番 2 号
TEL　06(6481)5551(代)　FAX　06(6401)4646
〒140-0013　東京都品川区南大井 6-7-9（大森 FN ビル 1 階）
TEL　03(3768)6761(代)　FAX　03(3768)6663
http://www.daiichikeiki.co.jp

中央精機株式会社
CHUO PRECISION INDUSTRIAL CO.,LTD.

創業1955年（昭和30年）、自社ブランドの工作顕微鏡「ツールスコープ」を基に光学測定機、メカニカルステージの製造・販売で省力化と精度向上に貢献いたします。

［主製造品目］

工作顕微鏡「ツールスコープ」　光学測定機　メカニカルステージ

［関西営業所］
〒540-0029 大阪府大阪市中央区本町橋2-23 第7松屋ビル
TEL.06(6940)1951　FAX.06(6940)1952
［E-mail］ eigyou@chuo.co.jp　［URL］ http://www.chuo.co.jp

水と人とのやさしいふれあい

ツルミポンプ

株式会社 鶴見製作所

近畿支店：〒538-0054 大阪市鶴見区緑2-1-28
TEL.(06)6911-2311　FAX.(06)6911-1420

大阪第一営業所：TEL (06) 6911-2311　滋賀営業所：TEL (077) 583-7812　神戸営業所：TEL (078) 575-0322
大阪第二営業所：TEL (06) 6911-6463　阪奈営業所：TEL (072) 992-7739　姫路営業所：TEL (079) 284-3091
京都営業所：TEL (075) 645-2455　和歌山営業所：TEL (073) 425-3553　北近畿営業所：TEL (0773) 27-8581

www.tsurumipump.co.jp

TECLOCK®
精密測定機器で信頼の世界ブランド
http://www.teclock.co.jp
QAIC/JP/0917

日本有数のダイヤルゲージメーカーとしてその周辺機器及びゴム・プラスチック硬度計をはじめとする応用製品を製造・販売しています。これらの製品は国内はもとより海外70ヶ国以上で愛用されています。

株式会社テクロック
代表取締役社長　荒井　秀昭

本社・工場	長野県岡谷市成田町2-10-3	TEL.(0266)22-4911
東日本営業所	東京都品川区南大井3-25-14	TEL.(03)5471-9621
西日本営業所	大阪府大阪市西区新町2-13-8	TEL.(06)6532-3365

TERADA

非常エンジンポンプシリーズ

EP 4輪台車付　EP 定置型　EP 2輪台車付

株式会社 寺田ポンプ製作所

〒635-8535　奈良県大和高田市東雲町3-17
TEL:0745-52-5101　FAX:0745-23-0013
URL : http://www.teradapump.co.jp/
MAIL : info@teradapump.co.jp/
<営業所>　東京/北関東/仙台/新潟/名古屋/静岡
大阪/岡山/高松/広島/福岡

東亜精機工業株式会社

大正13年創業

機械加工用治具（マシニング治具）、検査用治具などの様々な治具の設計から製作まで、東亜精機工業におまかせください。

代表取締役社長 十時　理祐

〒537-0025　大阪市東成区中道一丁目五番八号
TEL06 (6972) 2431／FAX06 (6976) 6960
http://www.toaseiki.co.jp

大阪機械器具卸商協同組合
組合員の皆様へ

アフラックのがん保険・医療保険は当社扱いであれば
団体料率の割安な保険料でご案内できます！

弊社は生保・損保約50社の保険会社を取り扱う
総合保険代理店です。
『コスト削減』と『補償・保障の充実』の両面から
コストパフォーマンスの高い保険設計を提案し
経営の効率化に貢献いたします。

TOTAL
募集代理店
株式会社トータル保険サービス大阪支社(担当:野田)
〒530-0003
大阪市北区堂島1-5-17堂島グランドビル7階
フリーダイヤル：0120-06-5901　FAX：0120-06-4773

“つくるよろこび”を届けたい。
人へ、社会へ、未来へ。

江戸時代から始まる「三条鍛冶」の地、新潟県三条市で70余年。
安全で信頼できる工具をお届けする事は、私達の「つくるよろこび」です。

本　社：〒955-8678　新潟県三条市塚野目2190-5 TEL(0256)33-1681
大　阪：〒577-0815　大阪府東大阪市金物町2-6　TEL(06)6723-2430

ISO 9001認証取得
ISO9001 JQA-2440
JAB CM009

トップ工業株式会社
http://www.toptools.co.jp

快段目盛シリーズ
直尺・曲尺・コンベックス・三角スケール・ノギス

精密測定工具は、新潟精機。
http://www.niigataseiki.co.jp/

リングゲージ

ピンゲージ

今日の便利 / が輝く未来へ

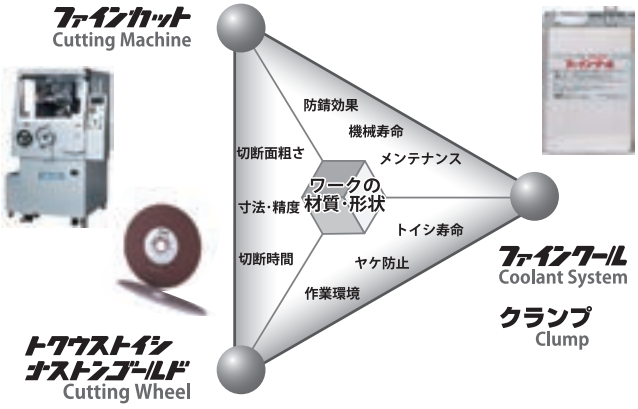
新潟精機株式会社
〒955-0055 新潟県三条市塚野目6丁目15番22号
☎(0256)31-5660(代)　FAX (0256)39-7730

Oil Minimum
地球環境に貢献するIKO

IKO 日本トムソン
Innovation, Know-how & Originality
http://www.ikont.co.jp/

FUJII DENKO
http://www.fujii-denko.co.jp/
〒679-0295 兵庫県加東市上滝野 1573-2 TEL 0795-48-3360

精密切断ソリューション



あらゆる新素材切断にチャレンジする…
HEIWA TECHNICA 平和テクニカ株式会社
http://www.heiwa-tec.co.jp

ギアテクノロジーで社会をサポート！

高性能・高品質ウォーム減速機

マキエースシリーズ(サーボモータ対応)

高性能スクリュジャッキ

ジャッキエースシリーズ(呼び能力2～1250kN)
台形・ボールねじ、ハイリード・ステンレス・低発塵仕様など
豊富なバリエーションを品揃え

ベベルギアボックス

速比1:1、1:1.5、1:2、1:2.5、1:3
9型番、軸配置50種類

株式会社マキシンコー

〒542-0012 大阪市中央区谷町7丁目3番4-206号
TEL 06-6763-2101 FAX 06-6763-2100
http://www.makishinko.co.jp

BESTパートナー
三井生命

祝
組合創立100周年

組合員様のベストパートナー
グループ保険共済制度担当：

三井生命保険株式会社
関西法人営業部

〒531-0072 大阪府大阪市北区豊崎3-18-8
TEL:06-6374-1031 FAX:06-6374-5659
http://www.mitsui-seimei.co.jp/

ISO 9001・ISO 14001認証企業

ユーザーと共に歩む
株式会社ミヤナガ

〒673-0433 兵庫県三木市福井2393番地
TEL (0794)82-8263 / FAX (0794)82-0094
ホームページ http://www.miyanaga.co.jp

Nine9 ナイン・ナイン

NCスポットドリル

高能率化でコストダウン

CNC旋盤、CNC複合旋盤、マシニングセンター等で使用可能。

株式会社ムラキ 機械工具部 http://www.muraki-ltd.co.jp/
本社 〒103-0027 東京都中央区日本橋3-9-10 ☎(03)3273-7511(代) FAX.(03)3281-2243
大阪支店 〒542-0081 大阪市中央区南船場1-16-20 ☎(06)6262-5923(代) FAX.(06)6262-5927
名古屋支店 〒461-0001 名古屋市東区泉1-20-4 ☎(052)962-3336(代) FAX.(052)962-3339

Think threads with YAMAWA

『彌満和』社名の由来

創業者渡邊譲吉は社名を個人名にすることを嫌い、
屋号（やまわ）を社名にすることを考え、
万葉仮名から当て字をして“彌満和”と命名しました。
その意味は“いよいよ満ち、いよいよ和する”
ということで、“会社が発展するにつれ、人の和が
大切である”との願いを込めたものであります。

株式会社 彌満和製作所

It is smooth and simple. UnionSteel®

つくる環境を、よりスムーズに
そして、シンプルに

工具管理機器
作業管理機器 } 製造

ユニオンスチール株式会社

代表取締役　川口 智大

創業：昭和48年（1973年）

〒584-0022 大阪府富田林市中野町東2丁目5番36号
TEL：(0721)25-4603(代)　FAX：(0721)24-5108
URL：www.unionsteel.co.jp
E-mail：info@unionsteel.co.jp

Hilt LINE　SWISS MADE

かっちりと固定出来る為、
保持強度が格段に向上！

最高使用圧力(液体) 5MPa

ステンレス製クーラントホース
ヒルトライン

スイス生まれの「ヒルトライン」は、
金属切削加工時の工具刃先への
安定した冷却性能の向上ならびに
給油・給水用として開発された
ステンレス製（SUS 303）の
クーラントホースです。

◆ 耐久性に優れ長寿命
◆ 長さや形状を自由自在に調整、操作可能
◆ 高圧クーラントや機械振動等でホース形状が変化しない
◆ 豊富なパーツの形状・種類を用意

URL: http://www.rhinos.co.jp/
株式会社ライノス
〒543-0018 大阪市天王寺区空清町１番８号
TEL (06)6766-7770 FAX (06)6766-7778
E-mail : info@rhinos.co.jp

LINE ライン精機株式会社

社会に役立つ製品づくり
人にやさしい製品づくり

レーザタコメータ（回転計）
TM-7シリーズ

安全な 最大1メートル測定
見やすい 高輝度レーザ
設備の 回転精度確認に!!!

ライン精機で検索

大阪営業所 / 東京営業所
大阪府大阪市西区南堀江4-30-16 / 東京都目黒区中央町2-37-7
Tel : 06-6538-0365 / Tel : 03-3716-5151
Web Site : www.line.co.jp / E-Mail : webtrade@line.co.jp

創業：大正 12 年（1923）

有光工業株式会社

代表取締役社長　有光幸紀

〒537-0001 大阪市東成区深江北 1-3-7
TEL 06-6973-2001　FAX 06-6973-2072

安全とともに半世紀

世界の吊具
イーグルクランプ株式会社

〒542-0012
大阪市中央区谷町 8-2-3（久寿野木ビル）
TEL 06-6762-0341　FAX 06-6768-5718
http://www.eagleclamp.co.jp

創業：昭和 19 年（1944）

株式会社イシハシ精工

代表取締役　石橋秀男

〒579-8066 東大阪市下六万寺町 2-2-41
TEL 072-982-0123　FAX 072-982-0125

創業：平成 6 年（1994）

イスカルジャパン株式会社

代表取締役社長　高橋　進

〒560-0082 大阪府豊中市新千里東町 1-5-3
千里朝日阪急ビル 15F
TEL 06-6835-5471　FAX 06-6835-5472
URL　http://www.iscar.co.jp

創業：昭和 62 年（1987）

株式会社　イ　マ　ダ

代表取締役社長　今田充洋

〒441-8077　愛知県豊橋市神野新田町字カノ割 99
TEL 0532-33-3288　FAX 0532-33-3866
URL　http://www.forcegauge.net

創業：平成 13 年(2001)

株式会社 イングス

代表取締役　川 合 一 郎

〒581-0033 大阪府八尾市志紀町南 2-26
TEL 072-920-1147　FAX 072-948-1145
URL　http://www.techno-ings.com/

創業：昭和 15 年(1940)

株式会社浮貝精機製作所

代表取締役社長　浮 貝 英 雄

〒114-0012 東京都北区田端新町 2-29-5
TEL 03-3893-6731　FAX 03-3893-6733

創業：大正 12 年(1923)

株式会社宇都宮製作所

代表取締役　宇 都 宮 周 太 郎

〒141-0031 東京都品川区西五反田 1-25-1
TEL 03-3492-4521　FAX 03-3495-5239
URL　http://www.usnet.jp/

創業：昭和 41 年(1966)

浦谷商事株式会社

代表取締役　浦 谷 英 樹

〒555-0025 大阪市西淀川区姫里 3-10-22
TEL 06-6478-5551　FAX 06-6478-5522
URL　http://www.uratani.co.jp/

創業：昭和 52 年(1977)

株式会社エー・アンド・ディ

代表取締役
執行役員社長　古 川　陽

〒170-0013 東京都豊島区東池袋 3-23-14
TEL 03-5391-6126　FAX 03-5391-6129
URL　http://www.aandd.co.jp

創業：大正 5 年(1916)

株式会社 MCC コーポレーション
株 式 会 社 松 阪 鉄 工 所

代表取締役　安 西 秀 一

〒578-0965 東大阪市本庄西 2-3-46
TEL 06-6747-6921　FAX 06-6747-6926
URL　http://www.mcccorp.co.jp

創業：昭和 29 年(1954)

オーエッチ工業株式会社

代表取締役　清 水 義 道

〒578-0921 大阪府東大阪市水走 4-9-3
TEL 072-963-2221　FAX 072-963-2226
URL　http://www.ohnet.co.jp/

創業：昭和 34 年(1959)

大阪角田興業株式会社

代表取締役　木 村 一 典

〒543-0033 大阪市天王寺区堂ヶ芝 2-16-22
TEL 06-6772-6801　FAX 06-6772-6871
E-mail : mail@clamp-kakuta.com

OS

工具キャビネットのパイオニア
整理整頓で作業効率 UP！

大 阪 製 罐 株 式 会 社
〒578-0941 東大阪市岩田町 2 丁目 3 番 28 号
TEL 06-6723-5548 FAX 06-6725-7417
URL : http://www.osaka-seikan.co.jp

創業：大正 5 年(1916)

株式会社尾崎製作所

代表取締役社長　塚 越　廣

〒174-0071 東京都板橋区常盤台 1-63-11
TEL 03-3966-1101　FAX 03-3969-1276
URL　http://www.peacockozaki.jp

OOTSUKA　オーツカの照明拡大鏡

株式会社オーツカ光学

代表取締役社長　大 塚 太 土

〒142-0062 東京都品川区小山 1-1-4
TEL 03-3491-4126　FAX 03-3491-4120
URL　http://www.otsuka-op.com

創業：昭和 5 年(1930)　創業：平成 19 年(2007)

大見工業株式会社　株式会社オーエムアイ

代表取締役社長　大 見 満 宏

〒446-0019 愛知県安城市新明町 27-7
TEL 0566-75-8117　TEL 0566-75-8111
FAX 0566-72-3101　FAX 0566-75-4401
URL　http://www.omikogyo.co.jp

組合創立100周年おめでとうございます。

マグネット応用機器総合メーカー
KANETEC
カネテック株式会社

代表取締役社長　堀内　克雄

■本社・工場　長野県上田市上田原1111番地　TEL(0268)24-1111(代)
■URL　http://www.kanetec.co.jp　■E-mail　info@kanetec.co.jp

カブト工業株式会社

代表取締役　片 原　勲

〒666-0121 兵庫県川西市平野 1-5-13
TEL 072-793-2351　FAX 072-793-2354
URL　http://www.kabuto-mfg.co.jp

De Facto Standard
キトー電気チェーンブロック
「EQ」誕生

創業　1932年 (昭和7年)
～すべてのお客様に満足と感動を～

株式会社キトー　大阪営業部
TEL:06-6907-0601　FAX:06-6907-0614

創業：昭和 43 年(1968)

株式会社クボタ計装

代表取締役　川 﨑 彰 彦

〒581-8686 大阪府八尾市神武町 2-35
TEL 072-993-1887　FAX 072-993-1929
URL　http://www.kubota-k-so.co.jp/

創業：平成 13 年(2001)

高周波精密株式会社

代表取締役社長　永 尾 卓 己

〒272-0003 千葉県市川市東浜 1-1
TEL 047-328-3201　FAX 047-328-6797
URL　http://www.nk-i.com

KOSHIN　創業：昭和 23 年(1948)

株式会社 工進

代表取締役社長　小 原　勉

〒617-8511 京都府長岡京市神足上八ノ坪 12
TEL 075-954-6111　FAX 075-955-1927
URL　http://www.koshin-ltd.co.jp

KHK STOCK GEARS®　No.1 の品揃え！

小原歯車工業株式会社

〒332-0022　埼玉県川口市仲町 13-17
TEL:048-255-4871(代) FAX:048-256-2269

150 品目 9700 種類
40 年前の製品も現役販売中！

KHK　検索

創業：平成 9 年(1997)

コベルコ・コンプレッサ株式会社

代表取締役社長　中 山 嘉 清

〈近畿支店〉
〒541-0051 大阪市中央区備後町 4-1-3
TEL 06-6206-6088　FAX 06-6206-6108
URL　http://www.kobelco-comp.co.jp

創業：昭和 4 年(1929)

小堀鐵工株式会社

代表取締役社長　小堀淨孝

〒536-0007 大阪市城東区成育 4-11-18
TEL 06-6931-6966　FAX 06-6934-0340
URL　http://www.kohori.co.jp

創業：昭和 4 年(1929)

株式会社斎藤ツヰストドリル製作所

代表取締役社長　齋藤正道

〒146-0095 東京都大田区多摩川 2-28-16
TEL 03-3759-7573　FAX 03-3759-7574

創業：大正 14 年(1925)

三機工業株式会社

執行役員
機械システム事業部長　西嶋英夫

〒242-0001 神奈川県大和市下鶴間 1742-7
TEL 046-273-8989　FAX 046-273-8990
URL　http://www.hansou.jp

創業：昭和 63 年(1988)

S&G 株式会社シム&ゲージ

代表取締役　永井　毅

〒532-0027 大阪市淀川区田川 3-6-14
TEL 06-6390-4145　FAX 06-6390-4146

創業：昭和 35 年(1960)

新コスモス電機株式会社

代表取締役社長　重盛徹志

〒532-0036 大阪市淀川区三津屋中 2-5-4
TEL 06-6308-2111　FAX 06-6308-8129
URL　http://www.new-cosmos.co.jp/

創業：昭和 46 年(1971)

シンワ測定株式会社

代表取締役　渡辺　徹

〒955-8577 新潟県三条市興野 3-18-21
TEL 0256-34-1412　FAX 0256-31-1134
URL　http://www.shinwasokutei.co.jp/

創業：昭和 51 年(1976)

セコ・ツールズ・ジャパン株式会社

代表取締役社長　松田剛一

〒144-0035 東京都大田区南蒲田 2-16-1
NOFテクノポートカマタセンタービル
TEL 03-3733-8111　FAX 03-3733-8125
URL　http://www.secotools.com/jp

創業：昭和 11 年(1936)

高強度熱処理チェーン専門メーカー

象印チェンブロック株式会社

代表取締役社長　津田修作

〒589-8502 大阪狭山市岩室 2-180
TEL 072-365-7771　FAX 072-367-2053
URL　http://www.elephant.co.jp

創業：昭和 36 年(1961)

ねじゲージ・各種ゲージ設計・開発・製造

株式会社　測範社

代表取締役　長谷部　明

本　　社：〒144-0046 東京都大田区東六郷3-19-3
TEL 03-3732-0673　FAX 03-3736-5326
横浜工場：〒224-0053 横浜市都筑区池辺町4873-3
TEL 045-938-4571　FAX 045-938-4572
ベトナム：ホーチミン駐在員事務所
E-mail:info@sokuhansha.co.jp
URL　http://www.sokuhansha.co.jp

精密測定機器・精密機械部品

株式会社 第一測範製作所

本　社　〒947-0044
新潟県小千谷市大字坪野 826-2
TEL 0258-84-3911　FAX 0258-81-2113
営業所　本社・東京・名古屋・大阪・富山・上海

お客様相談室　http://www.issoku.jp
info@issoku.jp

Intelligent Motion & Control
知的動作制御のエキスパートとして

TAIYO

代表取締役社長　河渕　健司
株式会社 TAIYO
〒533-0002　大阪市東淀川区北江口 1－1－1
TEL(06)6340-1100(代)　FAX(06)6340-6885
URL:http://www.taiyo-ltd.co.jp

創業：明治 38 年(1905)

株式会社髙木鐵工所
代表取締役　髙木賢一

〒581-0063 大阪府八尾市太子堂 5-1-45
TEL 072-991-1212　FAX 072-991-1204
URL　http://www.takamark.co.jp

tungaloy 株式会社タンガロイ
〒970-1144　福島県いわき市好間工業団地11-1
TEL：0246-36-8501　FAX：0246-36-8542
www.tungaloy.co.jp

刻印全般　　創業：昭和元年(1926)

出口刻印工芸社
代表者　出口　知

〒545-0012 大阪市阿倍野区桃ケ池町 1-4-24
TEL 06-6621-9170　FAX 06-6623-3572

マグネット応用機器総合メーカー
TECHNOPLAN
株式会社テクノプラン
〒252-0002 神奈川県 座間市 小松原1丁目15番10号
TEL:046-298-7005(代)　FAX:046-210-5811(代)
URL:http//www.tp-mag.com　E-mail:info@tp-mag.com

トルク機器販売製造

株式会社東日製作所
代表取締役社長　辻　修

〒143-0016 東京都大田区大森北 2-2-12
TEL 03-3762-2451　FAX 03-3762-2428
URL　http://tohnichi.jp/

創業：昭和 44 年(1969)

東洋スチール株式会社
代表取締役　久司泰二

〒578-0901 東大阪市加納 4-8-13
TEL 072-964-3181　FAX 072-964-3183
URL　http://www.toyosteel.jp

創業：昭和 46 年(1971)

株式会社東洋ドリル
代表取締役　菅野文夫

〒340-0001 埼玉県草加市柿木町 1796
TEL 048-930-6311　FAX 048-930-6312
URL　http://www.toyodrill.co.jp/

創業：昭和 5 年(1930)

株式会社ナカニシ
代表取締役社長　中西英一

〒322-8666 栃木県鹿沼市下日向 700
TEL 0289-64-3380　FAX 0289-62-5636
URL　http://www.nakanishi-inc.com/

創業：昭和 54 年(1979)

新潟理研測範株式会社

代表取締役　内藤　篝

〒949-7503 新潟県長岡市川口中山 700-41
TEL 0258-89-4141　FAX 0258-89-4300
URL　http://n-rsk.jp/
E-mail:n.rsk@topaz.ocn.ne.jp

創業：昭和 37 年(1962)

株式会社ニコテック

代表取締役社長　廣澤幸二郎

〒259-1196 神奈川県伊勢原市石田 200
TEL 0463-96-3221　FAX 0463-96-3230
URL　http://www.nccgp.co.jp

LED照明の全てのご要望にお答えします。

日動工業株式会社

代表取締役　岡本 功

〒570-0002　大阪府守口市佐太中町6-47-7
TEL 06-6905-6905㈹　FAX 06-6905-9788
URL http://www.nichido-ind.co.jp/

創業：大正 12 年(1923)：90 周年
日本進出 1974 年：40 周年

日本エマソン株式会社 リッジ事業部

ジャパン・カントリー・マネージャー　三縄聡久

〒105-0022 東京都港区海岸 1-16-1
ニューピア竹芝 サウスタワー7F
TEL 03-5403-8560　FAX 03-5403-8569
URL　http://www.ridgid.jp

日本クランプ株式会社

代表取締役　反　寛幸

〒143-0002 東京都大田区城南島 4-5-7
TEL 03-3790-6881　FAX 03-3790-6885
URL　http://www.jclamp.co.jp

ニチアロイ

日本超硬株式会社

〒448-0847 愛知県刈谷市宝町 6-31
TEL 0566-27-3800　FAX 0566-21-6342
URL　http：//www.nichialloy.co.jp
関西営業所　TEL：06-6748-7501

高精度＋高能率穴明ＮＶドリル　新製品販売開始

創業：大正 10 年(1921)

日本度器株式会社

代表取締役　藤田眞弘

〒590-0535 大阪府泉南市りんくう南浜 2-6
TEL 072-480-4101　FAX 072-480-4112
URL　http://www.nihondoki.co.jp/

創業：昭和 11 年(1936)

日本特殊陶業株式会社

テクニカルセラミックス関連事業本部長　鈴木淳一郎

〒458-8510 愛知県小牧市大字岩崎 2808
TEL 0568-76-1271　FAX 0568-76-1288
URL　http://www.ngkntk.co.jp

創業：昭和 33 年(1958)

日本レヂボン株式会社

代表取締役社長　今立康一

〒550-0014 大阪市西区北堀江 1-22-10
TEL 06-6538-0136　FAX 06-6538-0177
URL　http://www.resibon.co.jp/

創業：大正 7 年(1918)

株式会社ハタヤリミテッド

取締役社長　足 立 憲 泰

〒460-0011 名古屋市中区大須 4-10-90
TEL 052-261-3821　FAX 052-262-7054
URL　http://www.hataya.jp

創業：昭和 34 年(1959)

ヒット商事株式会社

代表取締役　川 上 喜 八 郎

〒639-1042 奈良県大和郡山市小泉町 2500
TEL 0743-51-2555　FAX 0743-51-2558
URL　http://www.hittools.co.jp

創業：昭和 45 年(1970)

富士元工業株式会社

代表取締役　藤 本 英 一

〒538-0053 大阪市鶴見区鶴見 6-6-46
TEL 06-6911-3588　FAX 06-6911-5556
URL　http://www.nicecut.co.jp/

創業：昭和 3 年(1928)

株 式 会 社 不 二 越

社 長　本 間 博 夫

〒105-0021 東京都港区東新橋 1-9-2
汐留住友ビル 17 階
TEL 03-5568-5111　FAX 03-5568-5206
URL　http://www.nachi-fujikoshi.co.jp/

創業：昭和 21 年(1946)

株式会社富士コンプレッサー製作所

代表取締役　嶌 井 成 行

〒543-0002 大阪市天王寺区上汐 3-4-17
TEL 06-6772-5721　FAX 06-6772-5720
URL　http://www.fuji-compressor.co.jp

創業：昭和 27 年(1952)

株式会社富士製作所

代表取締役　皆 川　浩

〒104-0033 東京都中央区新川 2-13-11
内田ビル 5 階
TEL 03-3555-3031　FAX 0761-55-3519
URL　http://www.fujiseisakusyo.co.jp

創業：昭和 8 年(1933)

フジツール株式会社

代表取締役社長　藤 原 朝 行

〒271-0064 千葉県松戸市上本郷 520-6
TEL 047-363-1166　FAX 047-363-1295
URL　http://www.fujitool.co.jp

創業：大正 12 年(1923)

フ ジ 矢 株 式 会 社

代表取締役　野 﨑 恭 伸

〒578-0922 東大阪市松原 2-6-32
TEL 072-963-0851　FAX 072-963-3726
URL　http://www.fujiya-kk.com

Lumina®

創業：昭和 31 年(1956)

扶桑精機株式会社

代表取締役社長　桑 原 健 郎

〒113-0021 東京都文京区本駒込 6-12-17
TEL 03-3947-1331　FAX 03-3947-1319
URL　http://www.fusoseiki.co.jp

創業：昭和 22 年(1947)

株式会社 扶 洋

取締役社長 仲井修二

〒556-0004 大阪市浪速区日本橋西 1-8-17
TEL 06-6643-1451 FAX 06-6643-1897
URL http://www.fuyo.co.jp

創業：明治 44 年(1911)

ボッシュ株式会社
電動工具事業部

事業部長 石塚弘明

〒150-8360 東京都渋谷区渋谷 3-6-7
TEL 03-5485-6161 FAX 03-5485-6574
URL http://www.bosch.co.jp

創業：昭和 40 年(1965)

株式会社前田シェルサービス

代表取締役社長 前田達宏

〒444-3595 愛知県岡崎市池金町字金山76-4
TEL 0564-48-2411 FAX 0564-48-6252
URL http://www.maedauni.co.jp

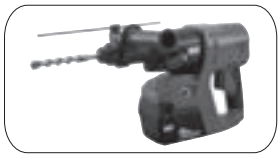
マコトロイ工業株式会社
MAKOTOLOY Co., Ltd.

● 超硬チップ ● ● 超硬工具 ●

〒577-0052 東大阪市新喜多2丁目4番38号
TEL.(06)6782-1151 FAX.(06)6782-1155
URL:http://www.makotoloy.co.jp/

マックス株式会社

充電ハンマドリル PJ-R265B2C
標準小売価格 145,000 円



36V より穴あけが速い！
太径・デッキプレートも楽々穿孔！

創業：昭和 14 年(1939)

登録商標ダイヤライオン印刻印

株式会社丸信工業社

代表取締役 出口信太郎

〒556-0022 大阪市浪速区桜川 2-5-11
TEL 06-6562-4416 FAX 06-6568-3030

創業：明治 3 年(1870)

三木ネツレン株式会社

代表取締役社長 廣田篤生

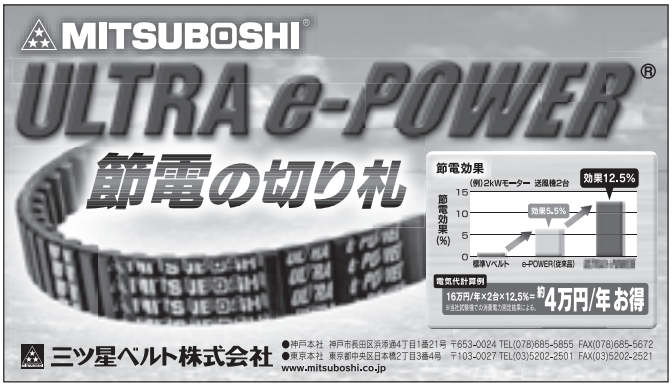
〒673-0435 兵庫県三木市別所町高木 638
TEL 0794-82-5115 FAX 0794-82-5120
URL http://www.neturen.co.jp

創業：昭和 9 年(1934)

株式会社ミツトヨ

代表取締役社長 中川 徹

〒213-8533 神奈川県川崎市高津区坂戸1-20-1
TEL 044-813-8201 FAX 044-813-8210
URL http://www.mitutoyo.co.jp/



Ny.K.P

創業：大正 7 年(1918)

株式会社三好キカイ

代表取締役 三好公一

〒550-0011 兵庫県川西市平野 1-5-20
TEL 072-793-2855 FAX 072-793-2857

創業：昭和 40 年(1965)

村田精工株式会社

代表取締役社長　村田勝利

〒577-0017 東大阪市藤戸新田 1-4-15
TEL 06-6787-2188　FAX 06-6787-0797
URL　http://www.muratask.co.jp

メリー作業工具
ナイル空気工具

創業：昭和 2 年(1927)

室本鉄工株式会社（ムロモトテツコウ）

代表取締役社長　田中保寛

〒573-1132 大阪府枚方市招提田近 1-8-1
TEL 072-850-0091　FAX 072-850-0082
URL　http://www.muromoto.co.jp

GLOBAL SAW

株式会社モトユキ

代表取締役　松永光弘

〒590-0982 大阪府堺市堺区海山町 5-187-1
TEL 072-227-8420　FAX 072-227-6321
URL　http://www.motoyuki.co.jp

創業：昭和 40 年(1965)

ユニカホールディングス株式会社

代表取締役　安見義矩

〒101-0032 東京都千代田区岩本町 2-10-6
川原ビル
TEL 03-3864-8722　FAX 03-3864-0081
URL　http://www.unika.co.jp

YODOGAWA　自社製トップランナーモータ搭載
電動送風機

電動送風機・集塵機の専門メーカー

淀川電機製作所

http://www.yodogawadenki.jp
代表社長　二井愼一郎
〒561-0891　大阪府豊中市走井 2 - 1 - 8
TEL 06-6853-2621　FAX 06-6853-3155
大阪 | 東京 | 名古屋 | 福岡

RSK

創業：昭和 49 年(1974)

理研測範株式会社

代表取締役　遠藤龍雄

〒452-0811 名古屋市西区砂原町 163-1
TEL 052-503-1251　FAX 052-503-1522
URL　http://www.r-s-k.co.jp

SINCE　1889

HIGH QUALITY TOOL BOXES

株式会社リングスター

代表取締役社長　唐金吉弘

〒630-0142 奈良県生駒市北田原町 1208-5
TEL 0743-72-0125㈹　FAX 0743-72-0127
URL　http://www.ringstar.co.jp

創業：大正 14 年(1925)

レッキス工業株式会社

代表取締役社長　宮川純一

〒578-0948 東大阪市菱屋東 1 - 9 - 3
TEL 072-961-9870　FAX 072-961-9824
URL　http://www.rexind.co.jp

創業：明治 21 年(1888)

株式会社ロブテックス

代表取締役社長　地引俊爲（ジビキトシタメ）

〒579-8053 東大阪市四条町 12 - 8
TEL 072-980-1111　FAX 072-980-1166
URL　http://www.lobtex.co.jp

100 周年記念事業　担当委員会と委員会名簿

委員長	副委員長	委員　（　）内「株式会社」略	
総務委員会（13 人）	**100 周年記念事業担当**	**祝賀会・調査研究・座談会・全般に関する事項**	
牛田幸吉（原口機工）	小津浩之（トラスコ中山）	小野徹弥（オノマシン） 渡辺喜弘（森一産業） 柳川重昌（大阪工機） 岡野忠弘（岡野忠商店） 中野好則（中野産業） 本城　昇（三幸商会）	金谷寛一（大阪不二越製品販売） 小畑秋夫（信和機工） 大西宏明（大西機工） 白樫純一（林敬商店） 諸泉雅司（大日機工）
活路研究・事業委員会（15 人）	**100 周年記念事業担当**	**広告募集・クルージング・ポスター制作**	
河田　徹（河田機工）	巽　謙昌（興生産業） 小林宏司（サカイ工機）	杉本正広（杉本商事） 宇野浩一（宇野） 杉原隆史（杉原計器） 橋本寛二（橋本工具店） 草野公夫（山陽機工） 菊本佳秀（菊本機工）	古里龍平（ジーネット） 瀬川　洋（三共コーポレーション） 木村吾郎（カツヤマキカイ） 高崎充弘（エンジニア） 山下順次（旭商工） 濱田博夫（浜田）
教育情報委員会（13 人）	**100 周年記念事業担当**	**記念誌編纂**	
前西孝夫（エバオン）	西川正一（西川産業） 浜口隆之（浜正機工）	山出谷武俊（山勝商会） 東 照晃（東商店） 喜吉真三（ユアサ商事） 福益栄一（大福伝動） 堤中　徹（マシン三洋）	岡本　惠（キクスズ） 奥野龍平（ホーザン） 郡山和朗（東綱ワイヤロープ販売） 杉本博道（杉本精機） 中口　篤（センナン）
IT 情報委員会（全機工連委員会）（12 人）			
砂山　滋（山善）	富田　進（トミタ産業） 田中健一（喜一工具）	清水善徳（シミヅ産業） 衣斐　訓（丸一切削工具） 菊川　遵（宇野） 中山哲也（トラスコ中山） 橋本吉生（シーメック）	鹿村隆明（三和精密） 西野佳成（西野産業） 西木利博（日伝） 森本幸宏（ニシキ商会）
機工メイト推進委員会（全機工連委員会）（10 人内大阪 5 人）			
富田　進（トミタ産業）	今村邦裕（今村商会） 山出谷武俊（山勝商会）	田宮　誠（タミヤ）	岡本幸久（岡本機工）

編集後記

大阪機械器具卸商協同組合　副理事長　教育情報委員会委員長

前西孝夫

まさに世紀を標すにふさわしい100周年記念事業の数々が行われ、この記念誌をもって大団円を迎えることとなりました。

記念誌編集の準備段階より、多くの方々にご意見を頂戴致しましたが、この期を新たなスタートとしてふさわしいものにすべく、次の2点をコンセプトとして決定されました。

①100周年のテーマである「未来へつなぐ業界の誇りと希望」に沿って。

②飾って貰うのではなく、多くの人に手軽に読んでいただける。

記念誌としては、その歴史に重きを置いたものを多く見かけますが、当誌においては、歴史面に中心を置くことなく、未来志向面に多くのページを割かせていただきました。

一方、当誌を冊子風にさせていただいた理由は、立派な本棚に置いていただくのではなく、来客の多いテーブルの上、マガジンラック等の少しでも多くの人に見てもらえばとの願いからです。数年前に、教育情報委員会では、業界の取り扱い商品の“写真・絵柄でわかりやすく”をコンセプトに「機械器具・工具の基礎知識」を発行いたしましたところ、予想以上の評価をいただいた。二匹目のドジョウを目論む訳ではございませんが、社員及びその家族・友人、取引先や銀行に配布あるいは回覧、リクルートなどに活用して頂ければと存じます。我々の業界は、扱う商品を含め世間一般の人達には認知度が決して高いとは言えないのではないでしょうか。いろいろな機会を通じて一人でも多くの人に業界を理解してもらい身近に感じてもらうように願い、この記念誌がその一助になれば光栄です。

末尾ながら、当記念誌を制作するにあたっては、理事をはじめとする組合員各位及び業界関係者の方々に大変お世話になりました。又、編集に際しましては、教育情報委員会の皆様、事務局、業界新聞各社の方々に厚く御礼申し上げます。そして、実質のスタッフとしてご協力いただいたアワーズの島代表並びに新阪神印刷の長尾社長に感謝いたします。

教育情報委員会メンバーによる記念誌編纂の会議風景

大阪機械器具卸商協同組合
創立 100 周年記念誌

平成 26 年 2 月 20 日発行

編集	大阪機械器具卸商協同組合 教育情報委員会
発行	大阪機械器具卸商協同組合 〒 550-0011　大阪府大阪市西区阿波座 2 丁目 2 番 18 号 大阪西本町ビル 11 階 電　話　06-6541-6802　　ＦＡＸ　06-6541-6530
制作・印刷	新阪神印刷株式会社
編集協力	日刊工業新聞　商工経済新聞　日本産機新聞 流通機工新聞　aOurs