

ゴム製水門で国内トップ、海外市場に挑む

142
Interview

日本自動機工
社長
古屋 久昭 氏
(ふるや・ひさあき)

1963年(昭和38年)生まれ、東京都出身。86年埼玉大学経済学部卒、三菱電機に入り家電住設部門に配属。2002年に日本自動機工入社、10年に社長就任。中小企業診断士・技術士の資格も持つ。

に国内2社と台湾メーカー1社の計3社からの購買に切り替えました。また、それまで鉄製を含めて様々な水門を手掛けていましたが、ラバーゴムなど付加価値が高い製品へ「選択と集中」を進めました。その結果、財務体質も大幅に強化できました。

国連が掲げる持続的可能な開発目標(SDGs)に沿った事業展開にも力を入れています。

日本自動機工は1950年の創立で、利水や治水に欠かせない水門メーカーとして実績をあげてきました。会社が発展してきた歩みを聞かせてください。

古屋 水門には鋼鉄製が主に使われていますが、当社はゴム製自動堰(せき)が主力製品です。69年に国内で初めて開発し、特許も取得しました。「ラバーダム」として商標登録もしています。これまでに全国700カ所以上、北海道から沖縄県まで設置されています。ゴム堰の設置件数では国内で約6割のシェアをもつトップメーカーです。

ゴム堰の強みには何がありますか。

古屋 一番はコストの安さです。鉄製の水

門は設置するために掘削するなどのり面の土木工事が必要になりますが、ゴム堰は河川の状況に合わせてゴムを膨張させて対応でき、土木工事が少なく済みます。また、鉄製のように錆を防ぐために塗装する必要などもなく、メンテナンスが楽なのも強みです。初期投資とランニングコストの両面で低コストというのがメリットです。

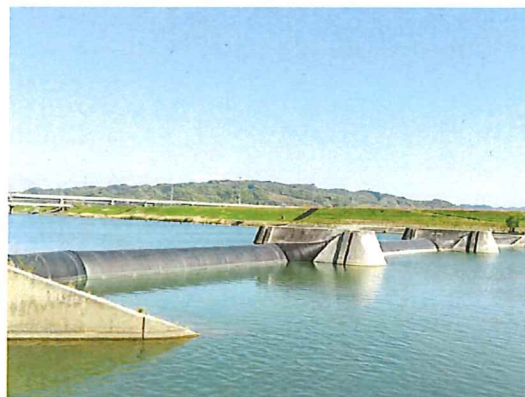
順風満帆の経営が続いてきたということでしょうか。

古屋 もともとゴムを国内の大手1社から購入していましたが、その企業は2008年に全体の売上高に占める比率が低かったこともあったのか、水門用のゴムから撤退してしまう危機がありました。それを機

古屋 当初は経済団体などの活動に関連して協力依頼があり対応したのですが、22年、社内にはSDGsのプロジェクトをスタートするなど積極的に取り組んでいます。数年前に経営理念も刷新し、「水門を通じて人々の安心と暮らしを守り持続的社會を実現する」とSDGsの考え方を取り入れました。今後も人材教育などに考え方を生かしていきたいと考えています。

今後の成長戦略をどう描いていますか。

古屋 ラバーダムで海外市場の開拓を進めたいと思っています。国内は少子高齢化が進み、公共事業の予算も削減されていく可能性があります。アジアは価格競争が厳し



福岡県の矢部川に設置された日本自動機工のラバーダム

いのですが、欧米は品質の良さを評価してくれれます。現地企業と業務提携するなどしてリスクを抑えながら海外市場を開拓していきたい。当面、売上高の10%を海外で賄うことをめざしたいと考えています。

日経懇話会に何を期待していますか。

古屋 講演会はいつも旬なテーマを選んでおり、非常に参考になります。懇親パーティーも異業種の集まりなので、ほかの会員とお話する中で新たな発見があることが多いです。これからもタイムリーな内容の講演を期待しています。