

顧問先お仕事紹介

今回は、サンコーインダストリー株式会社様にお話しを伺いました。インタビューにお応え戴いたのは…。



三匹のペンギンマークが特徴の東大阪物流センター

■事業の概要

創業は昭和21年（1946年）。創業者は、私の祖父で、創業前の職前は神戸の大手製鉄会社に鉄に関わる仕事をしていました。

戦後、軍需産業の廃止に伴い、仕事の転換を受けて尼崎にある釘屋さんで働いたそうです。戦後復興の真っただ中であって、住宅の建築など、復興に係る仕事がたくさんあり、そんな状況から、祖父は生産財である「ねじ」に着目し、大阪市北区でねじ問屋を創業しました。そしてその後、九条界隈を中心とした木造船用の木ねじ（もくねじ）を取り扱う仕事に携わっていききました。と言うのも、当時の九条は大阪湾から木造船がメンテナンスのために数多く寄港する地域で、木ねじの需要が高かったため、木造船用の大きなねじ製品が我が社の主流商品となっていました。

現在は、少量多品種のねじを取り扱う商社として事業を行っています。おかげさまで、創業から70年を迎え、ここ5年ほどは、毎年約200社の新規お取引が成立しており、今後はねじ業界に留まらず、新規事業にも取り組みたいと思っています。

■在庫管理のコンピュータ化と自動倉庫の導入

時代の流れの中で、木造船の木ねじから弱電用の小ねじなど、多種多様なねじを取り扱ってきましたが、1970年代のオイルショック当時、ねじの在庫がダブつき、メッキ未処理の商品が錆びてしまうという不具合が生じました。これをきっかけにして、ねじにメッキ処理を施してストックし、注文があれば即出荷できるような体制を構築しました。この対応により、出荷までのリードタイムが大幅に短縮されましたが、同じ形状、同じサイズで色の違うねじができて取り扱うねじの種類が増えた為、それに比例して在庫量も増えていきました。

そのような状況下で、私の父である2代目社長（現会長）は人の頭で在庫管理することに限界を感じ、在庫管理のためにコンピュータを導入することを思いつきました。また、当時ねじは木箱で運搬していたため、重労働で腰を痛めたりすることが多かったため、それを改善するために、日本では初めてのとなるコンピュータ制御の自動倉庫のシステム構築を行いました。（ホームページの動画で紹介されていますので、是非ご覧ください！）このシステムにより、ねじ一本単位の注文でも即出荷できる我が社の礎とも言える仕組みと体制が築かれました。



ホームページでの「動画館」の案内画面



スパイ映画ながら



「Secret Agent」の一場面

サンコーインダストリー株式会社 代表取締役社長 奥山 淑英氏

会社PROFILE
 創業：1946年4月 資本金：1億円 従業員数394名（男性238名 女性156名）
 事業内容：ねじの専売専社
 ■本社：〒560-0012 大阪府大阪市東区立売通1-9-28
 ■拠点：大阪（本社・北支店・東大阪営業所・東大阪物流センター・東大阪包装センター）
 東京（東京支社）

事業コンセプト『無いネジは無い』

今回は社長に伺ったお話しを一人でお伝えしています。

■ビジネスコンセプトは『無いネジは無い』

『無いネジは無い』、これが我が社のビジネスコンセプトです。「どこに聞いても取り扱っていないと言われる『ねじ』を届けて欲しい」、「試作品の製作に必要な少量のねじが欲しい」というご要望にもお応えすることが、『無いネジは無い』の意味するところです。ねじには規格があり、どこで買っても同じなのですが、種類は300万点を越えるともいわれ、ねじの製造メーカーさんでさえ、自社製品の全てを常備している訳ではありません。しかも、規格は数年単位で変更されるため、在庫を持っていないメーカーさんから買戻しがあったり、仲間売りすることもよくあります。また、古い電気製品などに用いられた古い規格のねじを求めお客様のご要望にお応えするためには、デッドストックの見極めがきわめて難しく、過剰在庫が求められるという業界の事情もありますが、お客様が「どこに聞いても無い」と言われる商品をご用意し、「ちょっとだけ買ってる」というお客様を増やすことを我が社の営業スタンスとしています。

■ホームページの動画制作の経緯

ホームページでは、『SUNCO動画館』というコンテンツに、『Secret Agent (シークレット・エージェント)』というシリーズ作品を掲載しています。これらの作品は我が社の強みである自動倉庫や在庫管理システムを動画で紹介する内容となっています。登場人物は、プロのタレントさんが演じているのではなく、我が社の社員です。1作目の制作に先立って、映像制作の会社からは、素人が演じるとNGが多発し、撮影時間が長くなるなどの不都合が生じると言われましたが、「なんとかなる！」と言い切って制作に入りました。結果、NGは数回のみで、予定していた撮影時間を大幅に短縮し、映像制作のプロを驚かせるほどの頑張りを見せてくれた出演者たちは本当に良くやってくれたと思います。

『Secret Agent』はその後、関係者各位から続編のご要望も届き、3部作のシリーズものになりました。

そもそも、動画のコンテンツを設けたきっかけは、遠方でなかなか弊社までお越し戴けないお客様にも弊社を知って戴ける会社案内を作ろうという意図からでした。

漫画など色々作りましたが、某ピザ屋のネット注文でピザが届けられるシステムからヒントを得て、「おもしろい動画を作ろう」と思い、取り組みました。また、同じ頃に、産業創造館が企画した1分間動画の再生回数を競うコンテストに参加したところ、見事に2位を獲得することができました。

■『三興飯螺』から『サンコーインダストリー』へ

創業した当時は「三興飯螺（びょうら）」という社名でした。「三興」は、3人で創業したことに由来し、社名変更した1996年当時は、飯螺という言葉があまり聞かれなくなったことや、世間では社名の横文字化が増えていた時期だったこともあり、ある人から、「工業」といった仕事にはあわないものの「インダストリー」という言葉を用いてはどうか？とのアドバイスを受けて、『サンコーインダストリー』へと社名変更しました。今では社員が『サンコー』とか『サンコーちゃん』と親しみを持って呼んでいます。また、以前は会社名をローマ字表記する場合「SANKO」と表示していましたが、現在は太陽の「SUN」と協力の「COOPERATE」を組み合わせて「SUNCO」と表記しています。

■『ペンギンのねじ屋』です

ねじ業界では、会社のマスコットキャラクターに動物を起用している会社が多いのですが、その理由は、堅いイメージを持たれる業界のため、関係者各位に親しみを感じてもらいたいという思いが込められているようです。弊社でも、創業当時から「ペンギン」を起用しているのですが、「なぜペンギンだったのか？」との問いに対しては、諸説あるのですが、一番有力なのは誰からも愛される動物だからというものです。製品のキャンペーン用ポスターや広告物は社内で制作しており、このペンギンのロゴを使っています。

また、製品の箱にはペンギンのロゴを印刷しています。実際にあった話ですが、私が利用している車の整備工場での雑誌の中で「ペンギンの箱？あるある！」と言われたことがあります。我々は一般消費者向けの販売をしていないので、一般の方にはあまり知られていないのですが、ペンギンのロゴのおかげで、直接の取引先の手を離れて行きついた数社先の方から、「ああ、あのペンギンの会社か！」と覚えてもらえることもあり、「ペンギンのねじ屋」の知名度が浸透していることが実感できて嬉しく思いました。東大阪の近畿道からも「ペンギン」マークの我が社の物流センターが見えますので、「あのペンギンの会社！」と覚えてもらっています。



商品情報も掲載のホームページコンテンツ (なお上図はコンテンツの一部です)

■風通しの良い職場づくり

我社は風通しが良く、面白い会社、楽しい会社でありたいと思っています。そして、そうであれば色々なタレント性を持った人が、社員として集まってきてくれるのだと思っています。

風通しの良さは、物理的にも必要だと考えています。以前はパソコンのディスプレイの位置が、座ったときの目線より上に配置されていたのですが、ディスプレイに顔が隠れ周りが見えにくく、来客に気づきにくいという状況でした。そこで、これでは宜しくないと、ディスプレイの位置を見直したこともありました。その他、大掛かりな話では、部屋の壁を無くしたり、パーティーションで部屋を区切らない、座ったときの目線より上には物を置かないようにするなど、物理的な風通しの良さにも、様々な気配りをしています。

また、社内部活動への支援や種々のコンテストの開催を通じて活気ある職場づくりを進めています。仕事のみならず、会社が社員に居場所を提供することが、社員が生き生きと働けることに繋がるのではないかと考えています。

■子育てサポート企業の証『くるみん』の取得

『くるみん』取得のきっかけは福利厚生充実が目的、というよりも、職場は生活の場でもあるという考えに基づくものでした。会社は今後、多様な働き方に対応することが必要だと考え、生活環境の向上という観点で取り組み始めました。産休・育休取得者の実績は30名くらいですが、風通しの良い職場であること、部署間での仕事の大きな違いや特異性がないため、職場復帰はスムーズに行えていると思います。また、復帰時には、職場の同僚のサポートが欠かせませんが、お互い、他人の尊厳を傷つけない職場が大切との考えが浸透し、そうした環境や風土が育まれてきたことが、有効に機能していると思えます。

■今後の事業構想について

現在は、2020年の東京オリンピック開催に向けてか、土木・建築関係のねじの注文が増えています。さらに近年、海外からの注文も増えてきました。それにも対応していかなくてはならないと思っていますが、現時点では、海外へ進出することは考えていません。消極的だと思われるかもしれませんが、海外進出については、社員の転勤の問題もありますし、海外市場で、我社のお客様と競合するケースがあることがわかったため、日本で今のままの御のビジネスモデルを継続することが賢明な道であると考えています。

そして今後は、既存のお客様への対応は当然なのですが、ねじ業界の周辺業界にも営業活動の枠を拡張し、新規顧客の開拓を積極的に進めたいと思っています。加えて、将来的には、ねじ以外の新たな生産財も取り扱いたいと考えております。



奥山社長(左)と弊所所長

社員の方1人1人に活気があり、仕事を楽しくしている！感がとても伝わってきます。活気ある風土ができつつある素晴らしい会社ですね！