切れ味・耐久性 プロも

技あり

強

職人の目で最終調整

ペンチ・ニッパー フジ矢

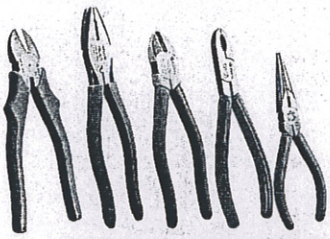
トップメーカーだ。刃付けなどを手がける職人の技が「フジ矢」ブランドの信頼感を支えている。

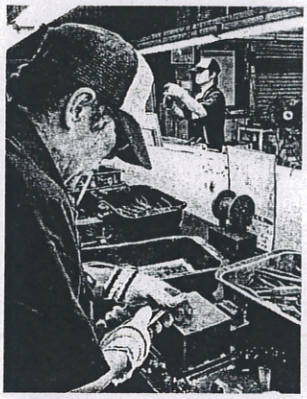
工場内で8人の職人が刃付け作業に取り組んでいた。目の前の蛍光灯にペンチの刃先をかざす。何かをチェックしたかと思うと、ある人はハンマーで開閉部分を締め、別の人は刃の部分にヤスリをかける。「刃の間から漏れる光をみて、刃の隙間をチェックするんですよ」と小谷幸宜・製造本部長が教えてくれた。

最終仕上げ担当の御輿良光・刃付チームリーダーは「ものをつかむニッパーは、先端は隙間がなく、下の方にいくと微妙な隙間が必要。ペンチはその逆。100分の1ミリ単位で刃の隙間を調整する」と事もなげにいう。

同社では右刃が左刃の上にかぶるよう調整する。刃同士を直接当てると、使い始めは切れ味がいいが、すぐ刃こぼれする。刃を微妙にずらすと研磨効果も出る。「切れ味と耐久性のバランスをどう取るかが、工夫のしどころ」（小谷・製造本部長）だ。

同社は部品の鍛造から梱包まで約60工程を社内で一貫して手掛ける。刃付けだけでなく、焼き入れや研磨など多くの場面は手作業だ。前工程でいかに正確に加工しても、





「フジ矢」の刻印が開閉部に打たれたペンチやニッパー（写真上）。職人が手作業で一丁一丁、刃付けしていく（大阪府東大阪市、同下）

《会社

▽創　業　1923

▽本　社　大阪

2の

▽売上高　10億

▽従業員　75人

▽事業内容　ペン

の製

他工

国内市場は半減

ペンチ・ニッパー類は低価格化の波が襲う。100円ショップなどで販売される中国などアジア勢の格安品に押され、「国内市場は1990年代初頭のピーク時に比べ、半減の約35億円。うち12億～13億円は輸入品が占めつながっている」と野崎

勢の格安品に押され、「国内市場は1990年代初頭のピーク時に比べ、半減の約35億円。うち12億～13億円は輸入品が占めつながっている」と野崎

ロ向けのため、ホームセンターでの平均価格より3割は高いという。

「うちは工程ごとに現場で職人同士の擦り合わせが必要で、なかなか機械化できない。しかし、簡単に機械化できない点が、逆に中国製にはまねできないプロも満足する切れ味と耐久性に

自動刃研磨装置を開発。左右の刃の研磨幅を設定でき、1時間に約60丁に刃付けできる。それでも、できた製品は職人による最終調整が必要だ。現在、生産量全体の2割を自動刃研磨装置で対応する。

刃付け職人は独り立ちまで最低3年はかかる。ベテランでも1日700～800丁が限界だ。「自動研磨機を使って1年目の職人でも1日1000丁処理できるようになれば、コスト抑制につながる」（野崎社長）と、今も試行錯誤する。

新製品にも力を入れる。ペンチ・ニッパー類だけで約250種類の定番製品をそろえるほか、毎年50種類を新規投入する。ホームセンターなどで売り場を確保し、ユーザーの買い替え需要を促すためだ。競合他社に先

東南ア向け販売

海外戦略も重視する。2008年にベトナムに進出。国内工場で研修生だったベトナム人を現地雇用し、日本国内向け製品を製造してきた。今年6月には約1億5000万円を投資し新工場を稼働させた。来年からは同工場の製品を東南アジア向けに販売する。現在5%にすぎない海外売上高比率を今後、30%に高める目標だ。

ベトナムでの見本市で、会場を設営していた現地作業員に自社製品を試してもらったところ、「高くてもいいから売ってくれとしつこく言われた」と野崎社長。新たな市場に確かな手応えを感じている。

（東大阪支局長　中村厚史）

音声データ一斉配信

パトライト 災害速報通知と連動

【東大阪】表示灯大手のパトライト（大阪市、沢村文雄社長）は17日、携帯電話のメールなどの文字情報を音声データに自動変換し、一斉配信するサービスを開始する。政府の全国瞬時警報システム（Jアラート）や携帯電話各社の災害速報通知サービスとの連動も可能で、視覚障害者や高齢者にも確実に災害情報を伝えられる。新規分野として育成する。

サービスの名称は「ボイス工房 Vnet」。利用者が専用サイトで打ち込んだ文字情報をクラウド上にあるサーバーで自動的に音声データに変換し、携帯電話や固定電話などに一斉送信する。Jアラートなど公的な緊急メールは自動的に音声に変換する。

同時にファクス向けにテキスト送信したり、ツイッターやフェイスブックなど交流サイト（SNS）に投稿したりと、多様な媒体に同じ情報を一斉送信できる。送信情報を受け取ったかどうかや安否状況などを確認する機能もある。

同社によると、1分間に最大3万件のメール配信が可能だという。標準プランで5万2500円の初期費用と、毎月1万500円の利用料金が必要となる。50件の電話・ファクス番号とメールアドレス3000件を登録できる。

主に自治体や公共施設向けに売り込む。5年後には同事業で契約件数1000件、年間5億円の売り上げを目指す。

同社はファクトリーオートメーション（FA）分野も手がけており、光だけでなく音声も活用した情報伝達システムのネットワーク対応を進めることで事業領域の拡大を図っている。

技術系VB売上高成長率 トップはgumi

トーマツベ調

監査法人トーマツは16日、技術系ベンチャー企業などを対象にした過去3年間の売上高成長率ランキングをまとめた。トップはソーシャルゲーム開発・運営のgumi（東京・新宿）で、会員数の増加で売上高は40・5倍に増えた。今年に入り韓国やシンガポールなど海外展開も進めている。ゲーム開発会社のほか、法人向けインターネットサービスを手がける企業の躍進が目立つ。

3月期決算企業の場合、直近の2012年3月期と10年3月期の売上高を比較した。各社の売上高の伸び率を上位50位までランキングした。

2位は住宅地盤の解析事業を手掛ける地盤ネット（東京・中央）で、地震対策への関心の高まりを受けて売上高は21倍になった。3位は今年6月に東証マザーズに上場したソーシャルゲームのモブキャスト（売上高10倍弱）だった。

50社のうち35社をネット関連やソフト開発が占めた。交流サイト（SNS）を活用したマーケティング支援を手がけ、19日に東証マザーズに上場するトレンダーズ（12位、2・6倍）のように、法人向けの事業に取り組む企業が多いのが今年の特徴という。

トーマツは「高機能携帯電話（スマートフォン）やソーシャルメディア関連のビジネスが一般消費者向けから企業向けに広がってきている」と分析している。

売上高成長率ランキング

順位	社名	事業内容	売り上げの伸び
1	gumi	ソーシャルゲーム	40.5倍
2	地盤ネット	住宅地盤の解析	21.1
3	モブキャスト※	ソーシャルゲーム	9.9
4	UBIC※	米国での訴訟支援	5.4
5	エスキュービズム	ネット通販支援	4.6
6	グリー※	SNSやゲーム	4.6
7	パスクリエイト	ウェブメディア運営	4.3
8	エイタロウソフト	携帯コンテンツ開発	3.8
9	エージェントゲート	ネット広告サービス	3.1
10	ドリコム※	ソーシャルゲーム	3

（注）トーマツまとめ。※は上場企業

23日　東証2部上場　3896

ルーキープロファイル

自動車エンジン用の紙製フィルターなどの特殊紙メーカー。自動車用フィルターはエンジンに流れ込む空気やエンジン内のガソリン、オイルをろ過する部材で、同社製品は国内トップシェアを誇る。自動車の需要が高まっている東南アジア地域での販売拡大も今後期待できる。

自動車用フィルターのほ

アで販売拡大 期待

バル戦略のさらなる強化が課題だ。上場により海外における信用力の強化を狙う。海外展開に必要な優秀な人材の国内外での確保にもつなげる考えだ。海外の生産拠点は中国とタイにあり、自動車用フィルターな

社長の略歴

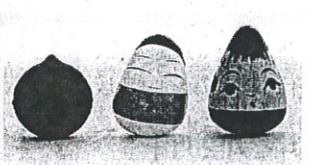
三木　康弘氏（みき・やすひろ）徳島県出身、48歳。第一勧業銀行（現みずほフィナンシャルグループ）勤務を経て、1992年阿波製紙入社、社長。趣味はマラソン。

おきあがり小

東北3県の素材

メソッドとteco

東日本大震災で被災した福島、宮城、岩手3県の代表的な素材を使った「3つのおきあがり小法師」＝写真＝が17日発売



で5040円。鉄製の小法師は南部鉄器の伝統的な鋳造所とハイテクの設計工場が協力し、鉄器の内部に空洞を作り重心計算をしながら何度も試作を重ねたという。

東京で開かれた国際通貨基金・世界銀行年次総会の記念品としてメソッド（東京・港、山田遊社長）が企画し、tecoLLC（テコエルエルシー、青森市、立木祥一郎代表社員）が制作した。伊勢丹新宿店、国立新美術館ミュージアムショップなどで販売する。山田社長は「世界経済が再び起き上がるようにというメッセージと、震災復興に向けた世界からの支援への感謝の気持ちを込めた」としている。