

職人の安全を願い、 社会の縁の下での力持ちを支える会社

株式会社 基陽

兵庫県三木市別所町小林477-10
従業員数：38人

金物の町、兵庫県三木市で、安全帯・工具袋・工具を製造販売している会社である。社員の7割が女性。女性社員の9割が子供を持つお母さんたちで占められている。製品のユーザーは建設現場や工場で働く職人たちで、そのほとんどは男性だが、彼女らはその現場に出向き、仕事ぶりを観察し、話を聞き、彼らの要望と使い勝手にピッタリ沿った製品を次々生み出して、職人たちの心をとらえている。そんな会社がどのようにして生まれたのか、どんな人たちが、どのようにして、どんな製品を生み出しているのか。藤田尊子社長、^{ふじた たかこ}やましたのりこ 山下典子常務の姉妹お2人に話を聞いた。

■金物の町

三木が金物の町となったのは、秀吉の時代からである。1577年、羽柴秀吉は、織田信長から中国の毛利氏攻略を命じられた。京都から中国に向かう通過点に三木城があ

り、城主の別所長治が毛利方に味方したために、秀吉は三木城を攻め、城下は灰燼に帰した。

秀吉はその復興のため、この地に大工職人を集めようとして、職人たちの税を免除する^{じ し めん きょ}地子免許の制札を出した。これにより各地から大工職人が集まり、さらに、その道具をつくるために鍛冶職人が集まってきた。地子免許は江戸幕府にも引き継がれ、三木はその後も金物の町として栄えたといわれる。

藤田家は、三木の地で代々金物をつくってきた家系の1つである。藤田尊子さんと山下典子さん姉妹の曾祖父にあたる藤田友次郎が、^{のこぎり}鋸製作の傍ら、晩年刀剣の製作



藤田尊子社長（右）と山下典子常務

に打ち込み、国家鎮護を祈念する刀剣を伊勢神宮や熱田神宮、高野山に奉納したという記録が、三木市の資料に残っている。

基陽^{きよう}の前身となる会社は、鋸など金物を製作していたが、1970年代にいったん解散。その後、兄弟たちはそれぞれ別の会社を立ち上げ、藤田さんと山下さんの父、基弘氏^{もとひろ}が1975年に立ち上げたのが基陽である。地元の金物を仕入れて建設関連具小売店に販売する入用買い（問屋業）からはじまり、お客からの要望に応じて基弘氏が丸鋸を製作し、その切れ味が高く評価されてから、再びメーカーの道を歩むようになった。

同社製品には「KH」というロゴがついている。邪気を払い、安全を祈願する光剣（Koken）と鉾（Hoko）の意味。その祈りを込めて刀剣を打ち、神々に奉納した曾祖父への誇りと敬慕を込めている。

株式会社であり、従業員もいたが、その一方で家業という色彩も残っていて、姉妹は若い頃から、基陽の仕事を手伝っていた。基弘氏の長男で、藤田さんの弟、山下さんの兄に当たる人が後継候補だったが、基弘氏と意見が折り合わず、基弘氏が体調を崩してから、姉妹が経営判断する場面が多くなったという。そして、2012年に藤田さんが社長に、2015年に山下さんが常務に就任した。

■エンドユーザーの声を聞く

ショールームを兼ねる応接室の周囲の壁

に、工具類の棚、工具袋の棚、そして安全帯の棚があり、ずらりと製品が並んでいる。

「先代社長だった父、基弘は、エンドユーザーの声を非常に大切にしていた、その声を製品の中に取り入れることが巧みでした。その伝統を私たちも大切に守っています」と山下さんが言った。

基弘氏と同じように、姉妹は何かあると職人たちの現場を見に行き、その声を聞いた。いまは姉妹だけでなく、営業担当や広報担当の社員も、それぞれに現場に足を運んでいる。現場に入ること、職人たちの環境、仕事ぶり、工具の使い方を観察できる。仕事の合間に時間をとってもらって意見も聞く。その中で製品の問題点を見つけ、改善のヒントをつかむ。新たなニーズに気づくことも多い。

現場だけでなく、街や駅で自社製品を身に着けている職人たちを見かけると「この製品をつくっている基陽です。ちょっといいですか？」と声をかけて、製品への感想や使い勝手を聞く。写真を撮らせてもらい、それを全社で共有し、みんなで製品の改良を考えている。

2000年7月以来、すべての製品にアンケートはがきを付けるようになった。返ってくるのはごく一部だが、「ここをこう変えてほしい」「こんな色のものもほしい」「こんなのをつくってほしい」と書いてきてくれる人がいて、毎週月曜日の朝、社員が手

分けして、丁寧にお礼状を書いている。

こうした声によって製品は次々改良され、次々新しいものが生まれていく。会社を支えているのは製品よりも、こうしたコミュニケーションそのものである。

■ショールームにて

[ラチェットレンチ]

「たとえば…」と言って、山下さんはボルトやナットを締めるラチェットレンチを手にとって見せてくれた。「ボルトやナットをつかむこの部分に、職人さんたちはグラインダーで切れ込みを入れていました。油のついた手袋でこの部分を締めるとき、すべるのを防止するためでした。それ以来、当社のラチェットレンチには、すべり止めの切れ込みを入れたホールディング加工をしています」

[工具を投げ入れても破れない工具袋]

工具袋は当初、革や帆布の袋だったが、工具を乱暴に投げ入れても破れないよう、基弘氏は、2枚のナイロン生地の上に天然ゴムをサンドイッチ状に圧着した生地を開発した。それを量産してくれる事業者を国内で見つけることができず、韓国まで足を運んでようやく製品化した。だが、生地の強度に縫製がついていかなかった。工具を何度も投げ入れるように使用していると縫製がほつれた、という苦情とともに、商品が送り返されてきた。現在はそれを改良して5重縫製にし、この縫製法は特許になっ



ラチェットレンチ

ている。

[入口が斜めになった工具袋]

工具を入れても外に落ちないためには底が深ければよい。しかし、深いと取り出しにくくなる。そこで職人たちの作業を観察していて、ズボンのポケットが斜めになっていることに気づき、それにならって、一部の工具袋は入口を斜めにカットしている。

[市松模様の工具袋]

ナイロン生地の工具袋は当初、黒一色だったが、その後、角度が変わると市松模様が浮かび上がって見えるものが登場した。その試作品を持って現場で意見を聞くと「これは派手やで。オレらはこんなよう使わん」という意見ばかりだった。しかし、あえて数量限定で発売すると、ほどなく売り切れてしまい、さらに限定販売を重ねて、現在は定番化している。最初に身に着けることには戸惑いがあったとしても、誰かが格好よく身に着けているのを見ると自分もほしくなる。ユーザーの心理は必ずしも言葉どおりではなく、その向こうまで読み込んで開発方針を決めている。



工具袋



安全帯

〔キティちゃんの工具袋〕

最近ではキティちゃんのキャラクターを入れた工具袋が人気を集めている。「職人さんは怖い」という声を聞いて、職人たちをもっと身近に感じてもらおうと思ってつくった。怖いといわれた職人にも、最近増えつつある女性の建設職人にも、ネイリストなど美容関係者にも人気がある。

〔工具袋の広がり〕

工具袋の起源は、江戸時代の道具箱やノミ巻きなどだったが、その後、道具の形や用途に合わせたものが次々開発されてきた。最近では、専門商社だけでなく、ホームセンターやネット通販を通じて直接販売したことで、道具を使って仕事をする工場作業員、農業者、ネイリスト、美容家、家庭園芸家、さらにはスポーツ愛好家たちにも利用されている。さらに、道工具だけでなく、何でも入れられるボディバッグやボストンバッグにまで商品構成が広がっている。

〔安全帯〕

安全帯は、高所からの落下防止のために、労働安全衛生法に基づいて高所作業者に着用が義務づけられているものである。金属製のフックと命綱（ランヤード）からなり、身体に装着したハーネスに命綱を、足場の単管にフックを取り付ける。「剣フック」と呼ばれる製品は、単管に着脱するときに指に引っかからない形を追求して、2014年のグッドデザイン賞金賞を獲得した。

命綱は短すぎると行動半径が小さくなり、何度もフックをかけ替えなければならない。長すぎると、足に絡まって作業性が悪くなる。そこでロープの巻取機を備えた製品が生まれたが、これは重かった。そこで撚りを入れた糸で編んだロープを採用して、引っ張ると伸びるじゃばら式を開発した。この製品は、2014年の「ひょうごNo1ものづくり大賞」を受賞している。

〔雪下ろしハーネス〕

雪下ろし中に屋根から落下して死亡する



安全帯のハーネス

事故が多発している。そこで、被害を減らそうと活動しているNPO法人と大学教授との共同で「雪下ろしハーネス」という製品を開発した。雪国の自治体の中には屋根へのアンカーの取り付けを推奨して、設置補助金を出しているところがあるが、そのアンカーにフックで命綱を取り付けるもの。需要は限られているが、開発は社会貢献事業の意味合いが大きい。

【五神獣シリーズ】

工具袋と安全帯のフックの一部に「五神獣」を刻印したものがある。「五神獣」は東西南北を守る青龍・朱雀・白虎・玄武と中央の麒麟を指し、たとえば、東方向の困難な現場に向かうときは、青龍を刻印した工具袋や安全帯を持って行ってもらって安全を祈願するという意味を込めている。安



グッドデザイン賞を受賞した「剣フック」

全を守るのは、必ずしも合理主義だけではない。人智を尽くしたうえで、最後は祈りに通じる部分が残る。職人たちは、基陽製品のそんなところに、つくり手の心づかいを感じとり、それが熱心なファンを生んでいるようだ。

「職人たちは、屋外の危険な現場で汗と埃にまみれて過酷な仕事をしているにもかかわらず、社会的評価は決して高いとはいえません。それだけに、ぶっきらぼうですが、いったん信頼関係が生まれると、それをどこまでも大切にしようというところがある。私たちはその人たちに寄り添い、その人たちに喜んでもらえるものをつくり続けたいと思っています」と藤田さんは言う。

■お母さんたちが安全を支える

藤田さんが社長に就任したとき、社員第一主義、お客様本位主義、社会貢献主義の3つを掲げた。この中の「社員第一主義」

は、トップダウン型だった基弘氏の時代にはなかったものである。

現在は、社内の問題、課題をオープンにし、複数の社外プレーンにも参加してもらって自由に意見を交わし、最後に「じゃあ、この件はその方向ですすめましょう」と藤田さんが発言して、方向性が決まる。

日々の問題・課題は、朝礼や社内の通信網で共有するほか、「ブイモス会」というのがあって、会社の将来について議論している。ブイモスはVMO S (Vision, Mission, Objective, Strategy) の意味である。

お客様の声を聞き、お客様に販売するのは社員だから、お客様本位主義の前に、社員第一主義でなければならないとして、働きやすい環境を整え、リフレッシュ休暇、



藤田尊子社長（手前中央）と社員の皆さん

メモリアル休暇、ファミリー休暇などを制度化。ワークライフバランスに配慮してきた。その結果、女性社員が増え、現在は社員の7割が女性。女性社員の9割がお母さんによって占められている。

過酷な条件の下で働く職人たちの安全は、こうしたお母さんたちを含む社員の熱い思いによって守られている。

取材・執筆 山口 幸正（やまぐち ゆきまさ）

《プロフィール》

外資系食品製造業人事部勤務の後、産業教材出版業勤務。全国提案実績調査を担当し、改善提案教育誌を創刊。1985年に独立し創意社を設立、『絵で見る創意くふう事典』『提案制度の現状と今後の動向』『提案力を10倍アップする発想法演習』『提案審査表彰基準集』『改善審査表彰基準集』『オフィス改善事例集』などの独自教材を編集出版。40年にわたって企業・団体の改善活動を取材。現在はフリーライター。

●創意社ホームページ <http://www.souisha.com> 「絵で見る創意くふう事典」をネット公開中