



ECテーマパーク 「しずパレ」で 地域の魅力を発信

社員の元気を取り戻すため
「コロナに負けないぞプロジェクト」をスタート

株式会社 山崎製作所 代表取締役社長
山崎 かおり 氏

(株)山崎製作所は緊急事態宣言発出後の5月、社内に「コロナに負けないぞプロジェクト」を立ち上げ、若手社員を中心にフロンティア精神で感染防止グッズをはじめとした新製品開発に取り組んだ。

同社は2015年に自社ブランド「三代目板金屋」を立ち上げ、ヘアアクセサリ「KANZASHI」を発売した。「三代目板金屋」のブランドコンセプトは、板金加工のルーツである彫金職人や刀鍛冶が培ってきたものづくり技術に「現代のデザイン」を融合させ、「金属」の新しいかたちを創造すること。幾度となくメディアに取り上げられ、三越伊勢丹などのデパートや高

級ブランドのECサイトなどで取り扱われるようになり、売上も伸びてきた。

今年10月からは、自社商品の開発に取り組んだ経験を生かし、地元・静岡県の特産品を取り扱い、県内中小製造業の魅力を発信するECテーマパーク「しずパレ」をオープンした。

2009年に2代目社長に就任した山崎かおり社長は、こうした取り組みが評価され、2016年度「J300アワード」(内閣府共催)準大賞、2020年度「女性のチャレンジ賞」(内閣府)を受賞している。コロナ禍に負けずにがんばるものづくり企業の“今”について、山崎社長にお聞きした。

■コロナ禍でも自社商品が下支え

——コロナ禍の事業への影響はありますか。

山崎かおり社長(以下、姓のみ) 7月までは順調でした。「KANZASHI」がテレビの全国ネットで取り上げられた反響が大きく、一時は売上の50%以上を占めるようになり、全体でも前年同期比プラスで推移していました。8月に入ると受託加工の仕事が落ち込み、単月で30%ほど売上が落ち込みました。10月以降は徐々に仕事に戻ってきています。8月・9月が底で、これからは回復していくと予測しています。

——新型コロナウイルスの感染防止対策としては、どのような取り組みを行いましたか。

山崎 4月7日に政府の緊急事態宣言が発出された後、社員のみなどと話し合い、検温・行動記録・手洗い・マスク着用を義務づけ、現場も「3密」を避ける取り組みを行いました。万が一、感染者が出たときの対応も決めました。

また、重症化リスクが高い高齢社員への感染を避けるため、60歳を超えた社員は雇用調整助成金をいただきながらシフト制で休みを増やすなどの対策も実施しました。

■ものづくり×観光の複合施設計画は凍結

——御社は2015年から医療産業クラスター「SPメディカルクラスター」(静岡県)に参加しています。クラスターのメン



「コロナに負けないぞプロジェクト」から生まれた飛沫防止ガード「AIDA Partition」。クリニックや美容院、理髪店の待合室などで採用されている

「バー企業と協業し、複合施設を建設する計画を進めていたと思いますが、その後の状況はいかがですか。」

山崎 当社を含めた4社で、ものづくりと観光をテーマに、静岡市内に工場を兼ねた複合施設を建設する計画を立て、3月31日に用地取得の契約を行う予定でした。この複合施設では、ものづくりの現場を一般の方々に広く公開するとともに、インバウンドで静岡を訪れた海外の方々に「Made in SHIZUOKA」の魅力を知っていただく場所にもしたいと考えていました。

SPメディカルクラスターで製作しているのは、鉗子のような医療器具です。静岡県は、製造品出荷額等では国内第4位、医療機器生産金額では国内トップです。しかし、その事実は県民を含め、あまり知られていません。そのため、この複合施設で、ステンレス材料から鉗子などができ上がるまでの工程をご覧いただき、その合間に当社の自社商品「KANZASHI」の製造工程や、受託加工の作業の様子を見ていただきながら、静岡のものづくり・観光地・県産品を紹介していく——そうすることで板金加工をはじめとする金属加工業界のイメージアップにつながり、「Made in SHIZUOKA」を世界に広めることができると考えました。

しかし、コロナ禍により計画を変更せざるを得ませんでした。景気の先行きが不透明な中で契約は見送った方が良く判断しました。ロケーションは最高だったので残念でしたが、複合施設の計画は仕切り直しです。当初の計画から2~3年遅れるかもしれませんが、複合施設を建設して、そこに当社も移転するという基本計画は維持します。

■「コロナに負けないぞプロジェクト」

——緊急事態宣言下の5月に、若手社員を中心とした「コロナに負けないぞプロジェクト」を発足し、新商品としてデザイン性の高い飛沫防止ガード「AIDA Partition」を開発しま

した。

山崎 当時はコロナ禍の影響もあってか、社員の間みんなが元気を失っていくのを感じました。そこで、改めてものづくり企業としての誇りと役割を再認識し、元気を取り戻すために「コロナに負けないぞプロジェクト」を発足させました。

プロジェクトメンバーの若手社員から「飛沫防止ガード」のアイデアが出てきました。すでにいろいろな企業が飛沫防止ガードを製作し、ECサイトで販売していたので、当社はクリニックや美容院、理髪店などの待合室で使っていただけるような高級感のある製品を「AIDA Partition」として開発。当社のECサイトだけでなく、当社のメタルインテリア製品「ORIGAMI」シリーズを取り扱っている高級家具のECサ

会社情報

会社名	株式会社 山崎製作所
代表取締役社長	山崎 かおり
所在地	静岡県静岡市清水区長崎241
電話	054-345-2186
設立	1970年
従業員	26名
業種	工作機械関連のカバー・架台・フレーム、 制御盤関連・医療機器関連・食品関連など
URL	http://www.yamazaki-metal.co.jp/

主要設備

- パンチ・レーザ複合マシン:LC-2012C1NT+AS-2512C1
- ベンディングマシン:HG-8025、HD-1303NT、RG-125、RG-25
- 3次元ソリッド板金CAD:SheetWorks
- 2次元CAD/CAM:AP100
- ブランク加工データ作成全自動CAM:Dr.ABE_Blank
- 曲げ加工データ作成全自動CAM:VPSS 3i Bend
- 生産管理システム:WILL



①山崎社長を含む5名の三代目板金屋女子チーム。「三代目板金屋」ブランドの企画・開発・デザイン・販売などに取り組む／②「三代目板金屋」ブランドのヘアアクセサリー「KANZASHI」。幾度となくメディアに取り上げられ、一時は売上の50%以上を占めた

イトでも販売するようになり、「おしゃれな飛沫防止ガード」として、さまざまなお客さまにご採用いただいています。

■自社ブランド「三代目板金屋」が順調

——2015年に立ち上げた自社ブランド「三代目板金屋」の事業は、順調に成長していますね。

山崎 コロナ禍でインバウンド需要が激減しましたが、メディアでたくさん紹介していただいたことで、販売は順調に伸びています。

「三代目板金屋」は、「女性から見た板金の世界や板金加工技術をPRしていこう」という狙いで企画営業部長の山崎瑠璃ともうひとりの女性でチームをつくり、スタートしました。現在は、私を含む5名の三代目板金屋女子チームで、企画・開発・デザイン・販売などに取り組んでいます。

最初は、山崎部長の「木製の温かい感じの家具は世の中にあふれているのに、なんで金属のメタリックな風合いを生かした家具はないんだろう」という素朴な思いから、メタルインテリア「ORIGAMI」シリーズを製作しました。「ORIGAMI」は、金属の冷たさ・無機質さ・重厚感という、今までネガティブに捉えられていたところを逆に“売り”にしたシリーズで、今では高級家具のECサイトでも取り扱われています。

「KANZASHI」シリーズは、「昔の^{かざり}鋳職人がつくっていたかざしを、私たちが今の技術を使ってつくったらどうなるんだろう」という考えから作り始めました。以前美容師をしていた社員の知恵を借り、見た目だけでなく機能にもこだわって作り込んでいます。お買い上げいただいたお客さまからは「こんなの、ほしかったんだよね」「これ、髪の毛がすぐ止まるね」「宝物のような商品を大事にします」といった喜びの声が寄せられています。

職人にとっては当たり前の技術も、少し見方を変えてみる

だけで、いろんなおもしろい製品をつくることができます。私たちはこうした製品を通して、「怖い・堅い・きびしい」といった従来の板金職人のイメージを「カッコいい・おもしろい」に変えていきたい。そして、若い人や女性たちに魅力を感じてもらい、一緒に働く仲間になってもらえるようなブランドをつくっていきたくと思っています。

販路は、「ギフトショー」や「インテリアライフスタイル」といった展示会などへ出展して、買い付けていただくようなかたちで開拓していきました。今では自社のECサイトでの直販のほか、三越伊勢丹や高島屋などの有名デパートやセレクトショップ、高級家具のECサイトで販売しています。また、海外（上海・台湾・イタリアなど）でもポップアップショップ（期間限定店）として出店・販売しています。

■ECテーマパーク「しずパレ」をオープン

——今年10月には静岡県の魅力を発信するECテーマパーク「しずパレ」をオープンしました。「しずパレ」オープンまでの経緯を教えてください。

山崎 静岡県は「ものづくり県」と言われるほど製造業がさかんです。当社のように下請けから脱却したいとがんばっている企業もたくさんあります。

そこで2016年から、木工機械メーカーや木型屋さん、畳屋さん、自動車部品をつくられている会社など、素材と技術にこだわりを持つ県内ものづくり企業によるパッケージブランド「STYLISH×SHIZUOKA」を立ち上げました。東京・銀座でのイベント開催など、さまざまな取り組みを通じて静岡県のものづくりをPRし、商品の販売なども行っています。今では雑貨・インテリア・ファッション・食品など、さまざまなジャンルの静岡ブランドの商品が生まれています。

——そうした地域のブランディングの取り組みが「しずパレ」にもつながっているんですね。



- ① 今年10月にオープンした静岡県内中小製造業の魅力を発信するECテーマパーク「しずパレ」(<https://shop.shizupare.jp/>)
- ② 2016年から展開している静岡県内ものづくり企業によるパッケージブランド「STYLISH×SHIZUOKA」のWebサイト (<https://shizuoka.shopselect.net/>)

山崎 そうです。静岡県はものづくりがさかんだけでなく、東西大都市圏の中間という地の利があり、自然豊かな土地でもあることから、さまざまな産業が発達し、「産業のデパート」とも言われています。しかし、多岐にわたる産業の発展により、かえって静岡県らしい特徴を前面に出すことが難しくなっています。私は「どうしたら静岡県の良さを出していけるだろうか」「静岡県らしいブランディングができないだろうか」とずっと考えてきました。

こうした思いが、「しずパレ」の立ち上げにつながっています。「パレ」は「パレード」の意味を込めており、産業が続々と連なっている様子をイメージしています。製造品出荷額等が全国第4位でありながら、静岡県は転出者から転入者を差し引いた転出超過数が全国で5番目に多い。特に県外の大学へ進学した若い人の多くが、そのまま県外に就職します。しかし、「三代目板金屋」の活動をさまざまなメディアが取り上げてくださったおかげで、当社には「職人になりたい」「かんざしをつくっているところを見たい」「板金加工をやってみたい」という人からWebサイトや電話で問

い合わせがあり、求人募集を出さなくても優秀な人材が来てくれるようになりました。

企業活動が活発になれば、人材確保もしやすくなります。静岡にこんな企業があるということを若い人たちに知ってもらうことで、地元企業に就職したいと考える若い人たちが増えると嬉しいと思っています。

「しずパレ」では、工業製品だけでなく、農水産物も取り扱います。また、新型コロナウイルスの感染拡大を機に開発された商品も充実させていきたい。商品が生まれてくるものづくりの舞台裏や経営者のストーリーを紹介するような動画の配信も考えています。こうした取り組みを通じて、静岡県産品のファンを育成していきたいという思いがあります。

——自社商品だけでなく他社商品も取り扱うECサイトを運営すると、難しさもあると思います。

山崎 当社のスタッフが中心となり、一部外部の方に手伝っていただきながら運営しています。できる限り社員の力で対応していきたい。まずは約40社・200商品の取り扱いを目指し、その後も少しずつ増やしていきたいと考えています。



パンチ・レーザ複合マシンLC-2012C11NTによるレーザ加工



ベンディングマシンHG-8025による曲げ加工