

4×2m材まで対応するファイバーレーザマシン
ENSIS-4020AJ (9kW) + AS-4020G。厚板・
大物まで幅広く対応し、同社の利便性(コンビ
ニエンス)を象徴する設備となっている



ジャンル・業界を越境する コラボレーションで「共創」を目指す

「組織づくり」「自社商品」「ブランディング」で会社の魅力を高める

株式会社 タシロ

31歳で3代目社長に就任

1966年の創業以来、神奈川県湘南エリアで板金加工を手がけてきた(株)タシロは、2023年9月に事業承継を実施。61歳の田城裕司氏が取締役会長に、31歳の田城功揮氏が代表取締役社長にそれぞれ就任した。

3代目社長に就任した田城社長は、大学卒業後、人材紹介会社の(株)パソナに入社。同時期に国際ボランティア事業を運営するNGOの理事を務めた。2019年1月に26歳でタシロに入社

してからは、田城会長に積極的な提案を行いながら、短期間でさまざまな改革を実行してきた。

田城会長は社長交代にあたり「新社長は私の後継者として、会社をさらなる成長に導いてくれると信じています。幼少期から経営の知識と経験を積んできましたし、常に学び続け、新たなビジネスチャンスを見極める洞察力にも長けています。急速に進化するAI技術、グローバル社会、競合メーカーの台頭に対応するためには、若くてエネルギー力が必要です。私自身も

新社長を全力でサポートし、彼が持つ情熱と才能を最大限に引き出すよう努めます。ともに協力し、チーム全体で新たなビジョンを実現し、変化する市場に対応していきたい」と田城社長への期待を述べている。

田城社長は「当社はこれまで時代に合わせた経営に努めてきました。初代（田城俊雄氏）は高度経済成長の波に乗り自動車部品製造をスタート。2代目（田城会長）は最先端の加工マシンを積極的に導入して精密板金加工を強化。3代目の私は『共創』を軸に据え、自社製品の製造販売を新規事業として進めながら、ジャンル・業界を越境するコラボレーションを歓迎する文化を醸成していきたいと考えています」と意欲を示した。

「製造業界のコンビニ」として成長

同社は「製造業界のコンビニ」をキャッチコピーとして掲げ、小規模企業ならではのフットワークの良さを生かして得意先の信頼を獲得してきた。特に短納期対応は最大の強みで、最短で即日見積り・即日納品に対応し、ほとんどの製品を確定受注から1週間以内に納品している。

田城会長はこれまで、最先端の加工マシンをいち早く導入することで競争力を高めてきた。中でも9kWの高出力で4×2m材まで対応するファイバーレーザーマシンENSIS-4020AJは、薄板から厚板まで、小物から大物まで幅広く対応する同社の利便性（コンビニエンス）を象徴する主力設備だ。

現在の得意先は約200社で、毎月の取引社数は40～50社に達する。手がけている製品は、歯科治療用椅子のベースや構成部品、食品製造装置や粉砕機のカバー、半導体製造装置向け部品、インフラ関係などさまざま。売上構成比が最も大きいのは歯科治療用椅子向けの部品だが、それでも12～13%にとどまり、業種・得意先の分散化に成功している。

加工材料は鉄系材料とステンレスが合わせて70%、アルミが



31歳で3代目社長に就任した田城功揮社長

20%、その他10%と続く。対応する板厚は、鉄系材料が板厚0.1～30mm超、ステンレスが0.1～20mm、アルミが0.5～8.0mmと幅広い。

従業員数はベトナム人6名（技能実習生3名、特定技能3名）を含め計13名。売上高はコロナ禍の際に前年同月比で半減したこともあったが、すでにコロナ前の水準に回復している。

会社の魅力を高める「組織づくり」

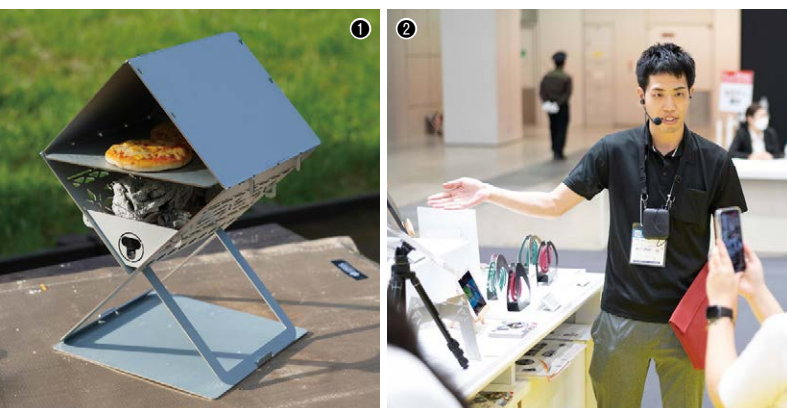
田城社長にとって、同社の最大の課題は「日本人社員の定着率の低さ」だった。コロナ禍のさなかには外国人材が全メン

会社情報

会社名	株式会社 タシロ
取締役会長	田城 裕司
代表取締役社長	田城 功揮
所在地	神奈川県平塚市入野 284-1
電話	0463-31-7118
設立	1971年（1966年創業）
従業員数	13名
主要事業	歯科治療用椅子、食品製造装置のシュートやホッパー、一般産業機械のブラケットやカバー類、新幹線車両、レース用オートバイの部品加工、介護用自動車部品
URL	http://www.tasiro.co.jp/

主要設備

●ファイバーレーザーマシン：ENSIS-4020AJ（9kW）+AS-4020G ●パンチ・レーザー複合マシン：LC-2012C1 NT +MP-2512C1 ●ベンディングマシン：HDS-1303NT、FBDⅢ-1025 NT ●シャーリングマシン：DCT-2045 ●バリ取り機：Fladder、IBT-610 ●マシニングセンタ ●旋盤 ●ボール盤 ●フライス盤 ●2次元CAD/CAM：AP100×3台 ●ブランク加工用CAM：VPSS 3i BLANK ●曲げ加工用CAM：VPSS 3i BEND ●生産管理システム：WILL ●稼働サポートシステム



①「東京インターナショナル・ギフト・ショー春2022」の「LIFE×DESIGNアワード」でグランプリを受賞した「3WAYピザ窯」／②展示会やポップアップストアで田城社長みずから接客対応を行っている



①バンチ・レーザ複合マシンLC-2012C1NT / ②曲げ工程。HDS-1303NTにより長さ3mまでの曲げ加工に対応する / ③機械加工エリア。マシニングセンターや小型プレス機を設備し、板金加工との複合加工にも対応する

バーの70%を占めるなど偏りが大きく、対策が急務だった。

田城社長は前職で身につけた人事・労務関係の知識・ノウハウを生かし、2019～2022年の3年間で労働環境の抜本的な見直しを行い、離職率の低下をはかった。

まずは、企業の方向性を示す「VMV」(ビジョン・ミッション・バリュー)を策定。就業規則を見直し、完全週休2日制や半休制、子育て中の社員を対象とした時短勤務を採り入れた。有給休暇の取得を推進し、交通費や住宅手当もアップ。人事評価制度を策定し、社員が「どうがんばれば評価されるか」を明確にするとともに、資格手当制度や表彰制度も設けた。

人材教育にも注力

人材教育にも力を入れ、新人研修や週1回の勉強会を実施。社会人の基礎であるビジネスマナー、ものづくりの基礎である図面の読み方などのほか、SDGsなどの時事的な話題も共有している。先輩社員が後輩社員に対して個別に支援を行う「メンター制度」も採り入れた。社員間投票で決定するMVPや、田城社長と社員の1on1ミーティングも実施し、「評価される機会」そのものを意識的に増やした。

デジタルツールも積極的に採り入れ、クラウドサービスによるスケジュール共有、日報のデータ化、LINEグループによるコミュニケーション、Zoomによるオンラインでの採用面接や商談などを実施している。

外国人スタッフには、「VMV」や年度目標、経営方針、就業規則などの重要な資料を翻訳して伝えている。英語とベトナム語は文法がちがいため、田城社長が持ち前の英語力を生かして英訳した後、機械翻訳を用いてベトナム語に再翻訳した。

新事業として「自社商品」を開発 ——ギフト・ショーでグランプリを受賞

こうした組織の基盤固めと並行して、自社製品の企画・製造・

販売をスタートし、プロモーションにも力を入れた。

2021年には田城社長が中心となって企画した「3WAYピザ窯」でクラウドファンディングに挑戦し、目標金額の300% (120万円) を達成した。この商品はA4サイズ・厚さ10mmに収納できるコンパクトなピザ窯で、燻製器・焚き火台としても使用できる。30回以上の試作を重ねて完成させた田城社長入魂のアイテムで、「東京インターナショナル・ギフト・ショー春2022」の「LIFE×DESIGNアワード」では国内外2,172社の中からグランプリ(最高賞)を受賞し、メディアでも大きく取り上げられた。

同社はその後も「香炉」、「蚊取り線香ホルダー」、ウォータージャグも置ける「2WAY三脚テーブル」などの新商品を相次いで発表。Yahoo!ショッピングやネットショップ作成サービス「BASE」に出店し、EC事業を展開している。

また、自社製品の開発・発表・販売を通じて町工場の活性化を目指すコミュニティー「町工場プロダクト」にも参加し、中心メンバーとして活躍。東京都心のロフトや蔦屋書店などでポップアップストア(数日～数週間程度の期間限定で開設される店舗)を共同出店するなど、活動の場を広げている。

2023年11月には、日本の中小製造業の海外進出を支援する(株)Craft Tokyoとの連携により、台湾・台北でもポップアップストアを開店。念願の海外出店を果たした。

人材採用・新規顧客開拓に大きな効果

メディアでさかんに取り上げられたことで、同社の知名度は急速に高まり、人材採用・新規顧客開拓の双方に大きな効果をもたらした。

人材採用では、「20代が9割」「日本一挑戦するベンチャー型町工場」を掲げ、求める人材像を「自分のアイデアで自社商品をつくりたいくらい、ものづくりが好きな人」と定めて、採用ツールやPR動画に力を入れた。

その結果、求人応募者数は4年前の年間10名から200名へ



「3WAYヒザ窯」の後も新商品を次々と発表。左から「香炉」、「蚊取り線香ホルダー」、ウォータージャグも置ける「2WAY三脚テーブル」。現在は「FACTORY PRODUCTS」「CUPSULE TOY」の2分野で新商品を企画中

と増加。応募者に占める大卒者の割合は10%から60%に増加した。2023年4月に入社した新入社員は大学で学んだプロダクトデザインの知識を生かすことに意欲的で、2024年4月に入社予定のメンバーは一足早くアルバイトとして同社に通うなど、熱意を持った人材が集まってきた。

「当社の通勤圏内に住まいがあり、自社商品の企画・開発をしたいという意欲がある人には積極的に応募してもらえるように意識してきました。『自社商品の開発』を目標に据えていれば、それを実現する製造技術の習得にも目的意識を持って取り組んでもらえます。それが従来のメンバーにも良い影響を与えてくれると考えています」（田城社長）。

また、新規開拓の目標を年10社以上と定め、直近3年間は年15社のペースで新規得意先の開拓に成功した。

「当社が自社商品に取り組む狙いは、第一に『社員のモチベーションアップ』、第二に『B to C to B』です」と田城社長は語っている。

「まず『社員のモチベーションアップ』のためには、毎日、誰かの商品が何個売れたと朝礼で話せる状態が理想的。今のところB to C向け自社商品の売上構成比は数%とわずかですが、今後5年間で10%まで増やしたい」。

「また、『B to C to B』の効果は、お客さまからの問い合わせや新規得意先の開拓など、すでに目に見えるかたちで表れています。企業プロモーションやブランディング、SEO（検索エンジン最適化）への貢献は大きく、こうして新たにつながったお客さまの中から主力となるお客さまが増えてほしい」（田城社長）。

ジャンル・業界を越境するコラボレーションで「共創」を目指す

「共創」を掲げる田城社長は現在、「板金加工とジャンル・業界を越境するコラボレーションで日本の産業界を勢いづける存在に」をテーマに「オープン・イノベティブ・ファクトリー構想」を

掲げている。この構想が認められるかたちで、神奈川県立産業技術総合研究所（KISTEC）が主催する開発製造企業とデザイナーとのマッチング事業「NEXT!! and Design 次世代イノベーション創出セミナー」に採択された。

この構想の中では2種類のアプローチから新たな自社商品も企画している。

1つ目の「町工場のイメージを変革する」というアプローチでは、町工場の実際の作業からインスパイアされた「FACTORY PRODUCTS」として、棚整理用仕切り、タップが切られた有孔ボード、書類整理ウエイトなどを企画中。2つ目の「ジャンル・業界を越境する」というアプローチでは、「CUPSULE TOY」（カプセルトイマシ）をプロデュースし、他業界とのコラボレーションを実現するプラットフォームとして位置づける。

設備投資の考え方についても「自社商品の付加価値を高めしてくれる設備や、人材不足を補ってくれる自動化・スキルレス化・標準化に貢献する設備を意識的に導入していきたい。将来的には自社商品の事業の延長で、設計者・エンジニアを雇用して企画会社を立ち上げるのもおもしろいと考えています」と語っている。

2024年3月までには神奈川県内で同社単独の「事業方針発表会」を開催する予定だ。得意先や金融機関、メディア、「町工場プロダクツ」や田城社長が主催してきた異業種交流会の参加企業などに声をかけ、今後の事業方針やブランド戦略について発表する。

「こういう場を通じて当社のことを知ってもらおうと同時に、ほかの企業とのコラボレーションを呼びかけていきます。すでに『町工場プロダクツ』は100社ちかくの町工場が参加する一大コミュニティに育ち、異業種間で仕事の相談や融通をし合うケースも生まれています。一つひとつの会社は小さくても、こうした『共創』を通じて大きな波を生み出していきたい」と田城社長は力を込めた。