



次代への扉を開く

創業
企 造

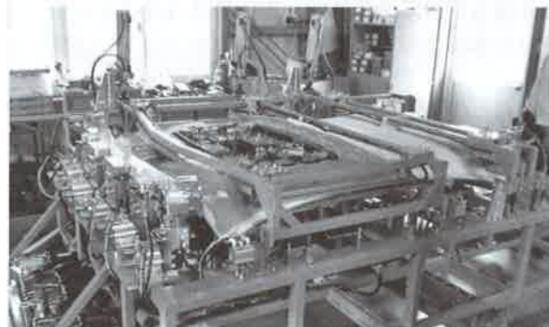
日本経済の縁の下で、熱い情熱でものづくりを支える「工場男子」

株式会社 ダイワ・エム・ティ

▲写真1 創業100周年を記念して作成した「工場男子」PRポスター

デザインデータから量産設備までの一貫生産に強み

自動車を中心とするデザインデータの作成から、樹脂型製作、自動車内装用部品製造のための専用設備機械の製作までを手掛ける(株)ダイワ・エム・ティ。1916年、船舶エンジン用の木型製作所として創業した同社は、時代とともに取扱製品を変えながら、2016年に100周年を迎えた。職人の技術を若手社員に継承していこうと、今年から新たに「ものづくり技能塾」を開始。技術の蓄積を強みに、次の100年に向けて進化を続けている。



▲写真2 製作する自動車内装用部品製造のための専用設備機械の一例(巻き込み治具)

時代とともに、船舶、製紙、自動車へと転換

同社は、1916年、静岡市清水区にて現社長の和久田恵子氏の祖父にあたる八十松氏が、船舶エンジン用の木型製作所を創業したことに始まる。第一次世界大戦後、国が国策として製紙に注力し始めると、製紙機械の木型製作に主軸を移し、富士市の旧日産自動車吉原工場(現ジャトコ)前へ移転。1950年代になると、日産自動車吉原工場から自動車製造用の木型製作の受注が少しずつ入るようになり、取引を拡大していった。その後、本格的に自動車産業へと舵を切り、2001年、現在地の富士市大淵に本社工場を移転。社名も(株)大和木型製作所から(株)ダイワ・エム・ティに改めた。エム・ティとは“Mastering Technology”の略で、木型という言葉ははずし、取扱製品の元となる「デザインモデルや型を作る会社」であることを表している。

こうした中、2006年、先代である父親の逝去に伴い、恵子氏が3代目の社長に就任した。翌々年にはリーマン・ショックが起り、経営はかなりひっ迫したが、同社では、苦境のときにこそ投資をして乗り切ってきた経験があったことから、2007年に神奈川県厚木市に開設したデザインデータセンターに最新のCADシステムを導入したり、大量生産用設備機械や機械治具の設計製造部門を設立。これにより自動車産業だけでなく、航空機やクルーザー、医療機器といった大型製品の製造にも対応できるようになり、その結果、取引先が増えていった(写真2)。

一貫生産、成形技術、アフターフォローで受注を拡大

同社の強みは、顧客から提供された仕様やスケッチなどを元に、開発の最上流工程であるデザインデータから試作機、さらには下流工程の量産用設備機械の製作までを一貫して受注できる点にある。通常、取引先は発注したそれぞれの企業と、日程調整や製品の確認などの作業が発生し、業務が煩雑になる。しかし、同社では、1つの窓口で対応できるため、スムーズなやりとりが可能となり、納期の短縮やコスト削減につながるというメリットがある。また、自動車のアロパーツやスケールモデルの製作を手掛けるデザイン部門も擁しており、カーボンなどの新素材の成形技術も得意としている(写真3)。

一方、設備機械の製作においては、50年以上にわたる自動車内装部品の型製作の技術が大いに役立っている。たとえばシートに革を張るための設備の製作にあたっては、革にしわをつくらず、表面の加工もつぶさないなど、通常なら職人の技術を要する最終調整まで機械化でき、



▲写真3 同社が製作した自動車のスケールモデル

細かい部分のニーズにも対応した製品を製作することが可能となっている。

加えて、アフターフォローにも注力する。社員には常にパスポートを所有しておくように声をかけており、依頼があれば海外でもすぐに駆けつける。このほか、取引先に管理コストの削減を図る提案をしたり、仕様の変更にも即座に対応するなど、取引先の要望を満たす技術力とフットワークで万全のフォローをしている。

「ものづくりはカッコいい」技能伝承にも注力

近年、製造業の人手不足が深刻になっているが、同社も例外ではなく、5年ほど前から人材確保に力を入れている。しかし、どうしても知名度の高い大手企業に人材が流れてしまうため、若者に興味を持ってもらえるようなホームページを作成したり、公式インスタグラムを始めるなど、知名度の向上に力を入れている。

2016年に100周年を迎えた際、新聞広告に掲載した「工場男子」のポスターも、地元の高中生や地域への知名度向上を意識したものである(写真1)。製造業は3K(きつい、汚い、危険)のイメージがあるが、「ものづくりはカッコいい」という思いを表現することで、若者に興味を持ってもらいたかった(和久田社長)という。また、地域産業が盛り上がらないと、地元の子供たちは外に出ていってしまうとの懸念から、富士市の企業PRプロジェクトに積極的に参加するなど、地域への情報発信にも努めている。

人材育成面では、今年8月から若手社員向けに「ものづくり技能塾」を開催(写真4)。団塊世代の退職に伴い、職人が持っていた技術が失われていくことに危機感を抱いたことに加え、機械化が進んでも不可欠である1mm単位の調整ができる技術者を育てたいという思いから始めた。

社員の中でも、特に高い技術を持つベテラン社員が塾長となり、道具の扱い方や刃の研ぎ方などを基礎から徹底的に指導。途中からは、ベテラン社員から技術を教わりたいという中堅社員も自主的に参加するようになるなど、社員が一丸となって技術習得にまい進している。また、この取り組みをきっかけに、若手社員が積極的に

株式会社ダイワ・エム・ティ
代表取締役社長 和久田 恵子

所在地 静岡県富士市大淵539
創業 1916年
資本金 1,000万円
従業員数 60名
事業内容 デザインデータ作成、量産用樹脂型の製作、
自動車内装部品用の設備の設計製作
TEL 0545-35-0350



ベテラン社員にわからないことを聞ける雰囲気
が醸成され、社内のコミュニケーションが活発
になるといった相乗効果も生まれている。

変化を恐れず、次の世代へ

和久田社長は、東京の大学を卒業後、広告代
理店で働いていたが、先代の父親の思いもあり、
「いずれは家業を継ぐ」ことを決意して、1987
年に同社に入社した。社長となってからは、「製
造業の女性経営者」として注目されることも多
いが、経営者としての悩みは男性も女性も関係
なく同じだと感じている。

また、自身も子育てをしながら働いてきた経
験から、男性社員の育休取得や学校行事の際の
休暇取得を強く推進。社長から声を掛けること
で社員は休暇が取りやすくなり、実際、育児休
暇を取得する男性社員が増えてきている。

現在は男性社員が9割を占めているが、今後、



▲写真4 ベテラン社員が若手に技術指導する
「ものづくり技能塾」

人口減少が進む中、女性や外国人などの採用も
増やしていく必要があると考え、工場内にも女
性用の更衣室やトイレを設置するなど、働きや
すい環境を整えていくことを検討している。

一方、事業面では、自動車産業を中心に、こ
れまで培ってきた技術を他の分野でも生かして
いく方針である。自動車業界は、現在、100年
に一度といわれる変化の真ただ中にあり、成
形の技術だけではなく、材料に使われる素材も
日々進化している。たとえば、カーボンは軽量
で耐久性が高い素材として注目されてきたが、
今後は、セルロースナノファイバーなどの新素
材の活用も期待されていることから、同社の強
みである成形技術にさらに磨きをかけて対応す
る意向だ。

ダーウィンの進化論にある「進化できるもの
が生き残る」という言葉をモットーにする和久
田社長。時代に合った進化ができる企業であり
たいと常に考え、固定観念にとらわれず、新し
い工法を試したり、若手の意見を取り入れるこ
とを大切にしてきた。これまでも取引先のあら
ゆるニーズに応えることで事業の幅を広げてき
た同社。「過去の延長線だけでは生き残ってい
けない時代になった。先を見据えながら、怖が
らずに変わっていきたい」(和久田社長)。同社の
さらなる進化が期待される。

研究員：黒田貴子
Kiko Kuroda