

ニーズに応える駐輪機器を展開 生活者視点に寄り添うものづくりで創業100周年



本誌編集長
山本 稔

株式会社ダイケン 代表取締役社長

藤岡 洋一

【プロフィール】

藤岡 洋一(ふじおか よういち)

1964年7月6日生まれ 1992年1月株式会社ダイケン入社 1994年5月取締役営業本部部長 1998年5月取締役副社長営業本部長 2007年5月代表取締役社長 現在に至る/高校~大学とコーラス部に所属し、現在も時々カラオケに。座右の銘は「脚下照顧(きゃっか しょうこ)。元は禅宗の語で「他に対して理屈を言う前に自分の足もとをよく見て、自己を反省しなさい」の意。なお、二人の間の掛け軸はダイケン創業80周年の周年旅行時に北京で揮毫された書「福壽」。幸福、長命であることを意味する。

「2022年版ものづくり白書」によれば、製造事業者の営業利益は、2021年度は半数近く回復に転じたという。さらに2021年以降の3年間の営業利益も、半数で増加の見込みが示されているそうだ。かつて世界有数の「ものづくり大国」だった我が国だが、今では、他国に差を縮められ、国際競争力の低下が指摘されている。2024年は何とか復活への足がかりを強固にしてほしいものだ。

そんな期待を担うメーカーのひとつが、大阪に本社を構える株式会社ダイケンである。1924年(大正13年)4月に産声を上げ、今年で創業100周年。パーキング業界はもちろん、日本の製造業全般においても老舗のメーカーである。藤岡洋一代表取締役社長に、駐輪場周辺機器づくりを含め、同社が一世にわたって貫いてきたものづくりの精神をうかがった。

収録：2023年12月8日

聞き手：本誌編集長 山本 稔

ハウスメーカーで 自分なりの“武器”を得た

山本 BSテレ東、日経CNBCで放送されているドキュメンタリー『テクノサミット ものづくりの挑人たち』に出演された藤岡社長を拝見しました。2014年収録で10年前の映像でした。メディアや広告を活用した情報発信には、早くから注力されてきたと推察致します。

藤岡 ご覧いただきありがとうございます。私が入社した1992年には、既にカタログ制作担当がいましたし、社長就任以降は宣伝広報課の設置や、営業本部内の社員デザイナー配置などを実施してきました。HP開設や電子カタログ制作・公開にも早い時期から力を入れてきた経緯があります。

山本 なるほど。御社は今年創業100年を迎え、代々、藤岡家による経営が続けられてきました。社長は学業を終えら

れた後、すぐ入社されたのですか。

藤岡 いえ、まずはハウスメーカーに入社しまして、住宅営業職に就きました。いずれダイケンを承継する予定にはなっていたのですが、その前に違う建設関係の営業を経験してほしいと父に言われまして。そこで普通に就活を行い、一般入社したのです。

山本 実際の入社後はいかがでしたか。

藤岡 ハウスメーカーに限らず、まあ、営業は売ってなんぼですから、売上至上主義的な面があったのは事実です。分かりやすく言えば「夜討ち朝駆け」の世界に近かったですね。

山本 大変なことも多々経験されたと思いますが、半面、鍛えられた面もあったのではないですか。

藤岡 ええ。私はさほど口が立つタイプではなく当初は苦勞しましたが、そんな私の面倒をよく見てくれた素晴らしい上司・先輩との出会いによって、少しずつハウスメーカーのセールスパーソンとして成長することができました。大学で文系だった私が、気が付けばドラフターを駆使して平面図や立面図、時にはパースも描いて、それをお客様に示しながら商談が行うほどのスキルを身に付けられたのです。口頭でお客様を説得するというやり方ではなく、分かりやすい資料とともにご納得いただく、自分なりの営業スタイルを築けたのはその時代に得た収穫だったと思います。

山本 ハウスメーカーには何年間在籍されたのですか。

藤岡 およそ4年です。最終年にはいわゆる「提案営業」を自分のスタイルとして確立できました。例えば、住宅展示場にご来場いただいたお客様とお話しして、要望をお聞きし、その日のうちにお客様が所有されている土地を大まかに計測して平面図、立面図をつくり、見積り、資金計画書も添えて、ご自宅の郵便受けに投函しておく。そんなアプローチもしていましたね。そのように対応したお客様からは好感触のお返事をいただくことが

できました。

山本 すごい早業ですね！ お辞めになる時、慰留されたのではないのでしょうか。

藤岡 「せっかく大きな戦力になっているのに、なぜこのタイミングで彼が辞めなければならないのか？」との問い合わせがあったとは聞いております。ともあれ『営業=弁舌に優れたビジネスパーソン』といった先入観にとらわれず、独自の仕事術、ポジションを見つけられればそれが武器になるという、有益な気づきを得ることができました。

山本 ダイケン入社後にはどんなお仕事をしたのですか。

藤岡 まずは上場に向けたサポート業務でした。私の入社前は、弊社はまだ、販社としてのダイケンと、メーカーとしての藤岡製鋼、ダイケンシャッター、大建鋼業の計4社体制だったのですが、上場を目指すにあたり、監査法人から「ひとつに統合したほうが良い」と提言を受けたのです。ただ、実際に上場に向けた作業に入るまでには、各部署を見ておきなさいということで、全6カ所の工場や営業店所をまわりました。

山本 上場の完了後は再び営業職に？

藤岡 はい。入社2年目から、2007年に社長職を拝命するまではずっと営業本部にいました。

山本 ハウスメーカー時代とダイケンでの営業、どのような違いがありましたか。

藤岡 ダイケンは代理店を通じたルート営業であり、要は「毎度！ダイケンです」と先方を訪ねれば相手をしていただけます。長い間に培った会社対会社の信頼感の上に成り立つB to Bの営業ですね。一方、ハウスメーカーのほうは、展示場に來られた一見のお客様を相手にする仕事。家づくりのプロと、言ってみれば家づくりのビギナーが一緒に取り組みます。そういうわけで両者には大きな違いがあるのですが、ふたつとも経験できたのは、私にとって、近視眼的にならず広い視野を維持するための原動力になっていますね。



守り続けたスローガン 「当社はおお客様の工場である」

山本 では、ここからは御社の歴史についておうかがいしていこうと思います。今年4月に、100周年を迎えられるということで、振り返りも簡単ではないと思いますが、まずは概要を教えてくださいませんか。

藤岡 創業者である私の祖父の実家は比較的裕福な暮らしをしていたようです。しかし曾祖父の代に相場で失敗して家が没落してしまい、以降、大きく運命が変わることになりました。その後、曾祖母が再婚し、嫁いで北海道の室蘭に行ったのに伴い、祖父も室蘭に移りま

して、現地の尋常小学校に入学したのです。曾祖母の夫は旋盤工でした。当時、室蘭には日本製鋼所があり、日本中から旋盤工が集まっていたそうです。祖父は尋常小学校卒業後大阪に戻り、丁稚奉公を経て16歳の時に独立。古い旋盤機を一台買い、自宅土間に設置して「鋳物の枠付き戸車」を製造し始めました。そして完成した製品を大八車に積んで大阪市内で売り始め、ようやく完売した日が、弊社の創業日ということになっています。

山本 ご祖父様は、大阪→北海道→再び大阪と大きく移動をしつつ、技術を身に付けていかれたのですか。ところで、何故「戸車」だったのでしょうか？

藤岡 耐久性がある部品であり、なおかつ、金物だけに腐ることがない、姿を変えないものであるということが根本にあったようです。また、養父が旋盤工であったことも影響しているでしょう。創業年の大正13年は前年に関東大震災が起き、東京を中心に大きな住宅建築需要がありました。建築金物製造のメッカは大阪だったこともあり、祖父のものづくりは軌道に乗ったようです。

山本 なるほど。

藤岡 戦前には海外にも工場を展開しましたが、終戦ですべて失い、本人も3年半にわたるシベリア抑留があったので、復員は遅かったんですね。帰国後、再び会社を立て直していくなかで、塗装、板

金加工、パイプ製造など多様な会社を吸収し、さまざまな技術が会社の事業として加わっていきました。

山本 つまりM&Aですね。

藤岡 現代風に言えばそういうことですね。昭和30年代後半にはほぼ会社の基盤ができあがったということで、祖父が少年時代を過ごした室蘭、その後、千葉にそれぞれ工場をつくりました。その後、先ほど触れたとおり、私が入社するまでは分社経営で、各社に番頭を置き、ものづくりは各社に任せるスタンスを継続していました。特徴的だったのが「地域に根差したものづくり」です。例えば室蘭では、住宅の外に設置されている灯油のタンクづくりを行いました。また、当時活発な宅地開発が行われた千葉では、家の各種エクステリア製品を開発した経緯もあります。

山本 地域のニーズを素早くつかみ、スピード感をもって実現するというのは、メーカーとして本当に大きな強みですね。

藤岡 ありがとうございます。ダイケンではお客様や取引先から「こんなものつくってもらえるか？」と声掛けいただき、それをカタチにして販売させていただくというポリシーがあるのですが、その始まりは昭和30年代後半からの「地域に根差したものづくり」が始まりだと言えます。創業者が長年唱え続けていた「当社はおお客様の工場である」というスローガンも、これに裏打ちされています。一



藤岡社長のご祖父、藤岡京一氏が1924年（大正13年）4月に創業。当時の社名は「藤岡製作所」。以降、戦後までは戸車を中心に建築金物の製造販売を手掛けた

一般的なメーカーはコアになる技術があり、その周辺に少しずつ商材がそろっていくものですが、弊社は、お客様から受けた依頼を最優先し、まずはそれにチャレンジしよう、という精神を貫いてきました。さらに、先ほど申し上げた上場前の分社経営も影響した結果、多岐にわたる商品ラインナップを備えるに至ったのです。

「スライデックス」で海外に引き戸文化を輸出

山本 そのラインナップのひとつとして、駐輪場関連製品も登場してきたのですね。

藤岡 駐輪場については、元をたどると弊社の物置に行き着きます。弊社の物置のルーツは、二代目社長である私の父が、アメリカにおもしろいモノがあるから見に行こうと誘われて、渡米して知った「鋼製物置」でした。それを一台買って持ち帰り、アレンジして作り始めたのです。ちなみに工業生産品としては日本初の物置なんですよ。

山本 日本に複数の物置メーカーがあるなかで、御社がパイオニアなのですね。

藤岡 ありがとうございます。その鋼製物置の開発で、金物からエクステリアへと領域が広がり、家の庭などに設置するカーポート製造につながり、さらには駐輪場の屋根へと拡大していきました。

山本 お客様や取引先からの要望に応じてチャレンジし続けてきたということでしたが、逆に純粋な御社発信の製品は

ないのですか？

藤岡 あります。なかでも代表的なプロダクトは1992年に販売開始した木製建具用クローザー装置「スライデックス」という半自動の引き戸用クローザーです。

山本 どのような商品ですか。

藤岡 従来、上吊りの引き戸のレールは水平に付いているのが常識でした。その常識を逆手に取り、レールを斜めに取り付けられれば、閉まる時はドアの自重で勝手に閉まってくれるのでは、との着想から開発したものです。閉まる時に歯車とそれを受けるラックをかみ合わせ、油圧ブレーキで閉扉のスピードを調整しました。電気不要の半自動の引き戸用クローザーで、開き戸が主流の海外でも高く評価されています。引き戸はご存じのとおり、



り、開き戸と違ってほぼデッドスペースが生まれません。日本では一般的ですが、海外でも特に病院や学校、老人養護施設



自駐工認定のアルミ製スライド式自転車ラックSR-AFR。ラック、レールがアルミ製。ラックの前後差を活かし、ハンドルやカゴの干渉を軽減する



アルミ製スライド式自転車ラックSR-AHL。こちらも自駐工認定製品。ラックの高低差を活かした1本レールの狭小地向けタイプ



1992年に販売開始した木製建具用クローザー装置「スライデックス」。「自動で扉が閉まってほしい！」とのお客様の声から誕生した

などを中心に導入事例が増えています。

山本 私見ですが、海外の建築物に引き戸が定着してこなかったのは、レディファーストの文化があり、男性が女性のためにドアを開ける習慣が根付いているからではないでしょうか？

藤岡 なるほど(笑)。その一面はあるかもしれない。うちの貿易部部長は『「スライドックス」で、引き戸の文化を輸出している』と話していますよ。

自駐工「子乗せ自転車用スライド式サイクルラック」技術基準認定第1号を獲得

山本 先ほども少し説明いただきましたが、そうしたものづくりの精神と市場のニーズに応える姿勢が、駐輪場周辺機器の開発の背景であると承知しています。

藤岡 はい。弊社は、建築金物、エク

テリア、物置など多様な販売ルートがあり、それに伴い、お客様のニーズを拾う機会を多く持っています。また、近年の自転車の多様化、具体的には軽快車、実用車、ママチャリ(シティサイクル)、ミニサイクル、子ども用自転車、さらにはロードバイク、マウンテンバイクなどの登場で、自転車のサイズ、タイヤの幅、大きさ、重量なども多岐にわたるようになったため、それに応える必要があったことも多彩な製品群を生み出した背景になっています。

山本 メーカーとしての圧倒的な歴史の長さも、多彩なプロダクトを製造する原動力なのでしょうね。

藤岡 ありがとうございます。弊社としてもそのように自負をしております。

山本 事実、2020年3月に、一般社団法人自転車駐車場工業会(以下 自駐工)が新たに策定した「子乗せ自転車用スラ

イド式サイクルラック」技術基準、初の認定最終審査が行なわれ、御社の「SR-SW-30」が第1号の認定を受けました。自転車の販売台数が全体的に減少する中、販売を伸ばしている電動アシスト付き自転車のユーザー利便性を上げる製品として、駐輪業界に非常に大きなインパクトをもたらしたと思います。

藤岡 ありがとうございます。

山本 また、御社の製品は、デザイン的にも現代風のシャープなものが多いという印象があります。

藤岡 それは素材にアルミを採用するようになったことが関係しているかもしれません。3年ほど前に、それまでエクステリア専門だった部隊もまとめて開発部門も「マーケティング本部」に編成し直した結果、アルミ製品の開発を専門としていた部隊が駐輪場ラックの設計に従事するようになり、アルミ製の駐輪場製品ラインナップが増えるようになりました。

山本 今後は新製品開発もさることながら、マンション駐輪場のリニューアルにも積極的に取り組むとうかがいました。具体的にはどんな方針なのでしょう。

藤岡 マンションは竣工から時間が経つにつれて、住人の家族構成が変わっていくものです。例えば、当初は乳幼児を乗せる大型の電動アシスト付き自転車が多いのですが、お子さんの成長に伴い、子ども用自転車のニーズが増え、ラックの数を増やす



工場の大きな扉を吊るすための「ハンガーレール・部品」は、ダイケンの最も古い製品。治工具を吊り、工場の作業効率を上げる「マテハン用部品」など、ノウハウを活かした用途活用によって利用領域が広がっている。写真は、ビル保守点検などの設備メンテナンス作業や、窓ガラス・外壁清掃などの高所作業時に、作業者の命綱(安全帯)を吊り下げながらスムーズに移動することを可能にした墜落防止装置「セフティーレールシステムメンテナンスレール」。上は東京の「GINZASIX」、右は新宿住友ビル三角広場の採用例



大阪本社屋1階の大阪ショールーム。ダイケン100年の歴史が生んだプロダクトに触れられる

必要が出てきます。一方で高齢化によって「もっとラクに自転車を出し入れできるラックが欲しい」という声も生じてくる。さらには経年劣化に伴う交換の需要もあります。数年前から弊社HPで呼び込みを行い、マンション管理組合から直接問い合わせいただく機会も増えてきました。

山本 それだけ自分たちが住むマンションの資産価値を重視し、快適な環境を維持しようとする管理組合が増えているということですね。

藤岡 マンション駐輪場のリニューアルでは、主役は毎日駐輪場を利用する住人であり、使い勝手の良さやコスト、耐久性などに対してより要求が高くなります。新築物件に付帯する駐輪場と異なり、製品特性やメーカーとしての企業姿勢が問われるケースが多いため、モチベーションが上がりますね。お客様にとって、より分かりやすい説明や資料、デモなどが必要であり、総合力が試されますが、弊社は、駐輪場関連製品以外にも改修工事計画に提案できる商材を多く持っているだけに、満足度の高いリニューアルに結び付く場合が多いと自負しています。

山本 冒頭でうかがった藤岡社長のハウスメーカー時代を彷彿とさせるお話ですね。新築マンションの駐輪場は、プロであるゼネコンとの協業ですが、リニューアルでは、いわば“素人”の住人がクライアント。ダイケン入社前に培ったノウハウが活用されているのではと推察します。

藤岡 確かに。そうした面はあるかもしれませんね。



創業以来、金物の部品部材をつくり続け、お客様の声に耳を傾けてきたからこそ多様な製品ラインナップが生まれましたと語る藤岡社長。近未来の画期的な駐輪製品誕生に期待したい

人の暮らしを支え続ける 駐輪場製品をつくりたい

山本 では最後に今後の展望についておうかがい致します。コロナ禍を経て自転車の価値が見直され、また、世界的にも自転車活用の機運が高まっています。今後の御社の活動、駐輪場関連製品に対する展望をお聞かせください。

藤岡 人と環境に優しい移動手段である自転車と、住まい、社会生活をつなぐことが駐輪場の役割であると考えています。先ほど申し上げたマンションのほか、一戸建て、公共施設、さらに将来的には海外においても弊社の製品群を展開できればと思います。いつまでも人の暮らし、生活者の視線に寄り添えるものづくりをしたいですね。

山本 自駐工の正会員企業として、工

業会に対するお考えをうかがえますか。

藤岡 自駐工のような、何らかの業界団体が存在し、そこに加盟しているメーカーがつくる製品と、団体は特になく、メーカーが独自に生産する製品には、大きな違いがあります。すなわち、団体を通じた一定のルールに基づくものづくりがされているか否か、ということです。お客様の目線で言えば、当然前者の、団体に所属し、基準を満たした製品のほうが、製品クオリティにバラツキがなく、安全・安心なものになることは間違いありません。弊社は自駐工の正会員企業として、その信頼を裏切らないようなものづくりを続けたいと考えています。

山本 分かりました。今日は御社の100年にわたるものづくりに通底する精神や、駐輪場関連製品の開発余話など、多様なお話をうかがうことができました。誠にありがとうございました。 **PP**

聞き手：本誌編集長 山本 稔（やまもと ゐのる）

1959年神奈川県横浜市生まれ。1981年東京工芸大学写真工学部卒業。制作会社にて宣伝広告・商業カタログ等の写真制作に携わりながら1994年に独立し、デザイン・印刷・出版を主な事業とする(有)サン・ネットを設立。2010年より本誌編集長

過去の対談記事をWEBで公開しています

パーキングプレス 対談 で検索

または <http://www.parkingpress.jp/taidan/> にアクセス

