

from **NOW ON** KANSAI

ひとを見つける、ひととつながる
関西広域連合のビジネス情報紙

●プロフィール

平安伸銅工業株式会社

1952年の創業当初はアルミサッシを中心に事業を拡大。初代がアメリカで出会ったシャワーカーテンを吊り下げるテンションポールに注目。日本に持ち帰り、先代とともに改良を重ねて発売した「突っ張り棒」を主力製品として事業を展開してきた。3代目の竹内香予子代表取締役が就任後は、「アイデアで暮らしを豊かにする」をコンセプトに、時代にフィットした革新的なヒット商品を生み出し、大きく飛躍を続けている。

大阪市西区江戸堀1-22-17 西船場辰巳ビル4階

<https://www.heianshindo.co.jp/>

編集後記

今号では初の試みとして、中小企業の人材育成にフォーカスし、ユニークな取組をされている平安伸銅工業株式会社取材しました。人材育成だけでなく、商品開発やメディア戦略、DXなど多様な面で興味深い取組を展開されており、限られた紙面ではご紹介しきれないほどでした。

風通しのよい職場が人材をはくくみ、良い商品を生み出していく土壌となる、

ということを実感しました。

(広域産業振興局:恵)

関西広域連合 広域産業振興局NEWS

メルマガ会員募集中!

ぜひ、ご登録ください(登録無料)

kansaisangyotouroku@qt15.asp.cuenote.jp



発行元

関西広域連合 広域産業振興局

〒559-8555

大阪市住之江区南港北 1-14-16

大阪府商工労働部 商工労働総務課内

TEL06-6614-0950 FAX06-6614-0951

E-mail sangyo@kouiki-kansai.jp

URL <http://www.kouiki-kansai.jp/koikirengo/jisijimu/sanshin/index.html>

さあ、関西の時代へ
関西広域連合
UNION OF KANSAI GOVERNMENTS

グラフィックデザイン●秋山茂之
(株式会社アド・エモン)

取材ライティング●町田佳子

編集ディレクション●浅野由裕

老舗にしてベンチャースピリットを持つ企業から
時代の変化への対応や人材の活かし方を探る。



HEIAN SHINDO

平安伸銅工業株式会社
代表取締役
竹内 香予子氏

老舗にしてベンチャースピリットを持つ企業から時代の変化への対応や人材の活かし方を探る。

機能重視の日用品メーカーから、ライフスタイル提案型企業へと躍進。

日本人であれば誰もが一度はお世話になったことがある収納用品、それが突っ張り棒。この商品のリーディングカンパニーとして、業界を牽引してきた平安伸銅工業株式会社は、竹内香予子代表取締役の祖父が1952年に創業した。アルミサッシ製造で立ち上げた事業を、2代目社長である父が家庭の収納用品製造へシフトさせた。この時代に発売したのが突っ張り棒だ。そこから発展して、今も「未来の定番」となるようなアイテムを世に送り出し続けている。「創業から今に至るまで変化しながら、時代ごとにユーザーから求められる「アイデアで暮らしを豊かにする」ことを一貫してやってきました」と竹内さんは語る。2015年に代表を引き継いだ時点では、すでに安定した売上を見込める商品があった。しかし商品にはライフサイクルがあり、売れ筋アイテムもいつかは衰退していく。「ですから既存商品を浸透させるのと並行しながら、新しい事業を育てる必要があります。これらを両輪でまわすために既存事業の改善から手がけました」

まずは従来の機能性だけを重視したもづくりからの脱却を図り、常務取締役役夫である敏之さんの入社後は、新ジャンルの開拓へ挑んだ。2016年にライフスタイルを提案する突っ張り棒として「LABRICO(ラブリコ)」を発表。これは2x4材の上下へキャップのようにはめることで、誰でも簡単に柱や脚をつくることができるというもの。色にもこだわり、雑貨感覚で選ぶ楽しさも演出されている。さらに翌年発売された「DRAW A LINE(ドローライン)」では、新たにインテリア市場での展開に成功。アイデアグッズとして扱われがちだった突っ張り



◀ 小島まさひろ管理型グループリーダー。2017年入社。採用に関わる仕事だけでなく、制度設計や評価制度の設置といった、社内を広くする役割にも関わっている。

棒を、暮らしを豊かにする「1本の線」と再定義し、ここからはじまる新しいライフスタイルを提案した。

また竹内さんはずから広告塔となり、多くのメディアに登場する。知名度が低く広告宣伝の予算もない中小企業が、自社の価値や「自分たちの叶えたい未来」を届けるためには、社長が顔を出して会社を知ってもらうのもひとつの方法と考えるからだ。「突っ張り棒がこれだけ売れても、会社やブランドが指名いされるまでにはなっていません。それなら私が表に出ることで認知してもらおうと。自分たちで話題をつくって届ける、そういうメディア戦略で進めました」

「ヘイアンバリュー」の浸透でカルチャーに共感する人材が増えた。

社長みずからアイコンとなって発信する。その効果は人材確保にも影響する。「中小企業への就職に対して、ご両親が反対することがあります。親としては大手企業に入社して欲しい方も多いので、でもメディアに登場することが第三者からの信頼の証となって、その認識が変わる方も多かったです」と竹内さん。またその姿は、若手や中堅の人材にとって、リーダーシップが発揮できる可能性を感じさせる。大手企業からの転職者である、組織人事担当の小島佳穂さんもそこに惹かれたひとり。「以前は大きな組織で働くことに、もやもやを抱えていたんです。次に働くならベンチャーが若い経営者が新しいことに挑戦する企業だと考えていたので、この会社に興味をもったんです」

竹内さんが代表に就任した頃は20名ほどだった従業員も、現在では約60名に。「当社のメンバーには新卒や中途採用の若い人はいれば、外国人や70代のベテランもいます。この規模にしては性別や国籍、世代も多様で、さらに内面的にも創造的な人が多いですね」と小島さん。ちなみに竹内さんも小島さんも、社員のことをメンバーと呼ぶ。こんなところにも風通しの良い社風が垣間見える。「とくに2018年に「ヘイアンバリュー」を掲げ、それを発信することで多様な人が集まるようになりました(竹内さん)。ヘイアンバリューとは「自由闊達でいい」「私らしい暮らしを実践しよう」など、同社が考える9つのバリュー(共通の行動規範)をまとめたもの。最近ではこれをカードにして社員に配ったり、ヘイアンバリューに対する理解や考えを全社へ共有するプロジェクトを始動したり、Spotifyのポッドキャスト機能を使った「平安ラジオ」を通じてメンバーの「私らしい暮らし」にフォーカスしたりと、様々な方向からバリューの浸透を図っている。「これを続けたおかげで、私たちが大切にしている価値観やめざす世界を理解したうえで、この会社は面白い」と思ってくれる人が増えている気がします(小島さん)

リモートワークでも、面談でも、カジュアルなコミュニケーションを大切に。

コロナ禍で働き方は大きく変わった。平安伸銅工業も岐阜県の物流センター以外は基本リモートワークを導入している。ただ入社していれば気軽に雑談することから悩みごとの相談に発展したり、表情を見るだけで調子がうかがえたりもする。業務では話す機会が少ない人のコミュニケーションやチームのためのもない雑談を通じてイノベーションは生まれることが少なくない。「それをフォローするためにSlack上に雑談チャンネルがあり「エンタメ」や「家庭」などカテゴリ分けされていて部署に関わらず自由に雑談できるようにしています(竹内さん)。同時に部署単位の朝礼などミーティング時には、アイスブレイクとして雑談をするルールをゆるやかに設けているという。「私が担当している管理グループでも週に1回は雑談をしています(小島さん)。司会を持ち回りで「今ハマっていること」「最近食べたコンビニのおすすめスイーツ」「はじめて買ったCDは?」といった具合に、多様なメンバーに合わせて話すトピックスの幅も広がる。これにより、はじめて「おの趣味や考え方を知った」というのがよく聞くとか。

リモートといえば同社ではコロナ以前から、採用活動の一端でオンラインでのカジュアル面談を実施してきた。その理由を小島さんにたずねてみた。「進方からの応募者が、社員の話を少し聞くためだけに来社するのはハードルが高いです。ですからカジュアル面談では、ウェブサイトだけでは届かない会社の情報を伝えている。この面談で私たちに魅力を感じた人には採用選考に進んで欲しいので、積極的におこなっています」

内定者研修もユニークだ。まずは内定者がオンラインで先輩の「暮らしにまつわる悩み」をヒアリングし、それをもとに課題を抽出。その後、実際に先輩の家に向かい、ほかのメンバーのサポートを受けながら「LABRICO」や「DRAW A LINE」を使用して課題解決に挑む。研修には2つのメリットがあるという。まずはDIYを通して商品の特徴を体感し、ユーザーの喜びをわかってもらうこと。もうひとつは「人を知る」こと。この研修を通して先輩の暮らしがうかがえ、サポートする先輩とプロジェクトを進めることで、人となりを知ることができる。結果、会社の風土＝カルチャーへの理解が深まるというわけだ。

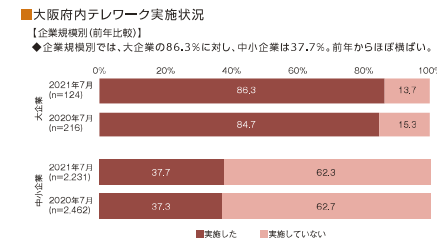
創造的な活動に時間が割ける環境が老舗ベンチャーの未来を切り拓く。

最近話題のDXにも取り組んでいる「DXで改善のためのもの、デジタル技術を活かした新規創造のためのもの」の2つがあって、両方もが大切。後者に関しては、つねに探究を続けています」と竹内さん。数年前にIoTやハッカソンが盛り上がった頃には、みずから突っ張り棒と通信技術を融合した製品開発イベントを開催したり、技術者が集まるコミュニティに参加してテストもした。「突っ張り棒をIoTステックとみなして、いろんなものをつなげたら新しい物ができないかとプロトタイプをいろいろつくってみました。奈良先端科学技術大学院大学との産学連携プロジェクトでは、振動センサーをつけて災害で傾いた携帯電話に通知が来る「防災用の突っ張り棒」の試作品を製作するなど、新しいことも次々と挑戦している。

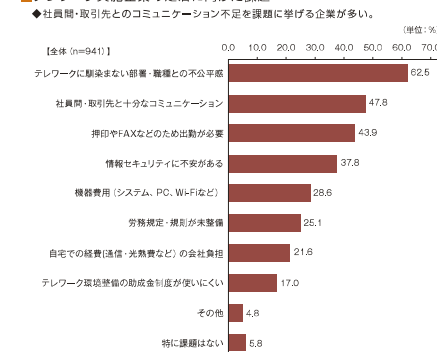
「ファブレスである当社にとっての「技術」というのは、すでにコモディティ化した既存の技術をアイデアの方でアレンジし、新しいジャンルをつくっていくこと。だからつねに情報を収集し、それがこたえてユーザーの手に届きやすい価格になったタイミングで、商品を提供できるようにしたい。そういう、いわば「先の見えないこと」は経営陣の仕事。竹内さんが率先して外部の人たちと接触し、可能性を探求している。

もうひとつの「改善のDX」ではITスキルを活用。コロナ禍でのリモートワーク以前から、コミュニケーションツールとしてChatworkやZoomを導入していたが、より自ら社内の情報にアクセスしやすいSlackの導入やGoogle Workspaceを使ったクラウド上のデータの整理、在宅でもVPNで社内のサーバーにアクセスできるなど、働きやすい環境を整えることを意識している。最近ではRPAで定型業務を自動化するためのプロジェクトチームも始動した。「そういった改善業務はITスキルを活用して取り組み、できるだけメンバーが創造的な活動に時間が割けるようにしています。挑戦を続ける企業では、所属する人間も組織の変化や成長にあわせてアップデートが求められる。平安伸銅工業にはそれを楽しめる人が集まり、さらにDXによってクリエイティブを促進する環境を整える。こうした体制が事業成長を加速させていく。

企業のテレワーク状況



テレワーク実施企業の定着に向けた課題



◀ オンライン研修
コロナ禍での内定者研修はオンラインで実施。内定者がそれぞれの「暮らし」にあった商品が何であるかを考え、実際に設置して使うことで、平安伸銅工業のカジュアルな雰囲気を体感してもらった



◀ 過去の研修1
2017年から実施していた内定者研修では、オンラインでの打ち合わせと実際に先輩の自宅を訪れ、サポートメンバーとともに作業をおこなっていた



◀ 過去の研修2
内定者ははじめて自社商品に触れることが多いが、この研修を通して商品のためや使いの手軽さ、色などは以前の研修でつくられたLABRICOを適用したクリエイティブな効果