

関係者インタビュー

株式会社ダイニチ

管理部 営業課 後藤 修氏 総務部 前田 絵美氏

2012年11月5日 インタビュー:中部オフィス 大石 誠



複合筒物加工

「穴」が創り出す「人の幸せ」のかたち ～「穴屋」が医療の世界に見出した使命～



後藤 修氏

当社は、微細な製品にあける「穴」にこだわり、技術を磨き続けてきました。もともとは非常に大きな金属を加工・組み付け・販売していましたが、経営上の転換をはかろうと考えたとき、盆栽のような小さなものを作り出す日本文化からヒントを得て、次第に小さなものに特化した加工を導入しました。現在は、この技術を医療分野に活かすべく、積極的な取り組みを続けています。

◆オーダーメイドの製品づくりで顧客の要望に応える

当社の強みは、1対1のオーダーメイド方式でお客様のご要望にとことんお応えするところにあります。小物の部品加工に特化していくと、小さな穴をあけるニーズが生まれ、そこから小径穴加工、深穴加工、形状加工へと発展し、さらには穴の中を磨く技術をも培ってきました。

このように、お客様のいろいろなご要望に技術的にお応えしてきた結果、少しずつ取引先も増え、現在の取引先は日本全国1300社にのぼります。収益性の面からいけば、このようなオーダーメイド方式よりも大量受注生産のほうが効率的なのかもしれません。しかし、他の人がやれないことをやっという、誰もやらない仕事に取り組んできたことは技術的な進歩、そして堅実な経営基盤の確立という意味では正解だったと思います。

◆受注型からアピール型へ —技術者として営業マンとして—
医療分野への参入を決めたのは、これまで培ってきた技術を活かせるという技術的な側面、これからの高齢化社会に必要とされる技術を目指しているという経営戦略的側面、この2つの側面から考えてのことでした。新分野参入にあたっては、これまでの受注生産型とは違い、自ら顧客開拓やマーケティングを行っていくかねばなりません。そこで、自発的な医療機器製造を可能にするための医療機器製造業許可や、品質保証規格であるISOを取得し、まず事業展開の基盤を固めました。しかし一方で、自社製品をアピールしていくことは難しく、そこが我々にとっての大きな壁となっていました。

◆「日本の未来の幸せのかたち」を考え続ける

今回の研修では、仮想カタログを作る中で、顧客開拓やマーケティングの手法、自分たちのビジネスプランをどうやって描いていくのか、商品や技術をどうアピールしていったらよいのかを学び、経営に弾みがついたと感じています。

今後の課題は医師や医療機器メーカーとの接点をつくり、顧客開拓やニーズシーズのマッチングを進めることですが、研修の集大成であるHOSPEXではそれを実践したいと思っています。

医療技術は今まで救えなかった命を救えるようにできるかもしれない技術です。そして高齢化社会を迎えるにあたり、これからは医療に限らず、介護の場面でも我々の技術がお役に立てればと考えています。例えば、車いすは非常に重く介助者の負担となるものですが、新しい部品を使うことで車いすが今の半分くらいの重さになったら、その負担も軽減されることでしょう。我々の製品技術がそういうことに貢献できるのではないかと、ということを考え続け、志を持って進んでいきたいと思っています。

◆「日本の未来の幸せのかたち」を考え続ける

医療は命にかかわるものであるゆえ、この分野への参入を躊躇する企業も少なくないと聞きます。我々は培ってきた技術を医療分野に活かすパイオニアでありたい、規模は小さくても岐阜県、ひいては日本を盛り上げて世界に発信できるような企業でありたいと考えています。

◆「日本の未来の幸せのかたち」を考え続ける



前田 絵美氏

■ 本事業に関するご紹介はこちらから >> http://www.jmac.co.jp/special/health_care/

【お問合せ】株式会社日本能率協会コンサルティング

TEL.03-3434-0982 mail:healthcare_jmac@jmac.co.jp

URL:<http://www.jmac.co.jp>