

T.G. Press

Tokyo Guarantee Press

巻頭

Special
Feature

ある町工場の社員たちが
一体感のある組織になるまで

株式会社三輝「詰め替えそのまま」



デザイン経営のはじめかた

「香り」×「心理学」で
ビジネスに効く！ 香り術

職場で食べたい
おやつ & ごはん

アーリーステージの羅針盤
株式会社FinT

T.G.Info
東京信用保証協会の専門家派遣

独自の福利厚生で環境改善 社員のやる気で会社は伸びる



阿部 拓也
 Takuya Abe

1982年東京生まれ。アパレル企業勤務を経て入社。本社工場での組み立て業務や「詰め替えそのまま」の販売促進などを歴任した後、2014年に3代目として代表に就任。

Company Profile

株式会社三輝
 創業：1968年
 資本金：1,000万円
 代表者名：阿部拓也
 事業内容：流体継手、プライベートブランド商品の設計及び製造販売
 所在地：東京都大田区北糀谷1-20-8 三輝ビル
 URL：https://sanki-ota.com/

ヒットの最大の障壁は？

社員のモチベーションが低く、生産性が上がらない

「楽しくなければ会社じゃない！やりがいがないければ仕事じゃない」をスローガンに、他にない福利厚生を打ち出し、注目を集める町工場がある。社員に尽くし、意識を変えることで組織を一枚岩にするという独自の発想で業績を伸ばしてきたその経営の秘密に迫る。

取材：文／國天俊治 写真／清水亮一

町工場の新たな挑戦 BtoC市場へ進出

「詰め替えそのまま」という商品を知っているだろうか。シャンプーやボディソープなどの詰め替え用パックに直接取り付け、そのまま吊り下げて使えるようになった商品で、2009年の発売以来、ロングセラーとなっている。最大の特徴は、ボトルへの詰め替え作業が不要なところだが、消費者のエコロジ意識がより高まっている近年は、プラスチック製のボトルを買う必要がなくなり環境にやさしいという点も評価され、さらに注目を集めてきた。

この「詰め替えそのまま」の製造・販売元は、大田区にある町工場だ。主力製品は、ガスボンベの接続口などに取り付ける「継手」という部品であり、長きに渡りBtoB領域で事業を展開してきた。そんな会社がなぜBtoC市場へと進出し、快進撃を続けてこられたのか。この発端は「先代社長が自

分を会社に引き入れようと考えたことだろう」と、阿部さんは笑う。

社内の反対を押し切り 粘り強く開発

株式会社三輝の歴史は、創業者である阿部さんの祖父がワンタッチで装着できる継手を開発し、1968年に特許を取得したことから始まった。そして、その高い利便性は業界で評判となり、継手のトップメーカーに上り詰めていった。

その後、持ち前の金属加工技術を生かしさまざまな関連製品を作るようになり、現在は1500種ほどの製品群を抱える。ニッチな商品ではあるものの、ラインナップの豊富さから、会社の売上の多くを占める。

2006年、阿部さんは三輝に入社したが、後継者になるのは正直乗り気ではなかったそうだ。「前職のアパレル企業での勤務経験では、三輝の事業について何もわからず、分野としても興味を持てませんでした」そんな阿部さんの気持ちを察した

先代は、なんとか事業に関心を持ってもらうべく、工業製品以外の商品の開発を模索し始めたという。

ある日、阿部さんの姉が「シャンプーのボトルの中にリンスが入っている、詰め替え時に間違ったのではないか」と先代に文句を言ったことが、ヒントとなった。

詰め替えパックをそのまま使える商品があれば便利ではないか。先代はそんな相談を阿部さんに持ち掛け、その開発に阿部さんを巻き込んでいった。

「気づけば父とともに図面を描き、試行錯誤を繰り返していました。工業製品よりずっと身近な家庭用品の開発ならきっと興味を持つだろうという父の思惑に、まんまと乗ってしまったのかもしれない」

先代との仕事は楽しかったが、一方で社内は反対の嵐だった。「変なものを作るな」「売れるはずがない」と言われ続けたという。

しかしそれでも先代とともに腐ることなく開発を続けていった。2008年によくやく形になり、試しに展示会に出してみたところ反響が予想外に大きく、手応えを感じた。そこで思い切って工場や金型への設備投資を行い、本格的に生産を開始した。

「すぐに芽が出たわけではありませんが、2011年にテレビの情報番組で取り上げられてから一気に火がつき、売上は伸びていきました。そうして実績ができたことで、ようやく社内から3代目として認められた感じがします」

アイデアお風呂グッズ

「詰め替えそのまま」とは

シャンプー、リンス、ボディソープなどの詰め替えパックを、ボトルに移し替えずそのまま使用するための商品。市販されているほとんどの詰め替えパックにワンタッチで取り付けられる。独自技術で中身が空気に触れるのを防ぎ、雑菌をおさえて清潔に使い、吊り下げて使用することで最後の一滴まで使い切れる。



デザイン経営の はじめかた

第1回

「デザイン経営」の第一歩！ あなたの会社の個性とは？

日本においてデザインというと、主に物品の色や形を表すもの、すなわち「意匠」の意味で使われています。しかしそれは狭義的な意味であり、実際にはより幅広い意味を持っています。英語の「design」は直訳すると「設計」。この場合はモノづくりだけで用いられるのではなく、ユーザー体験の設計、ビジネスモデルの設計、というように幅広く使われます。これこそが広義的なデザインの意味であり、デザイン経営もこの広義的なデザインの発

想を取り入れた経営です。具体例を挙げるなら、電気機器メーカーであるダイソンの戦略がまさにそれでしょう。ダイソンの掃除機の代名詞であるサイクロン方式は、同社の経営資源の一つ。実は昔からあった技術で、吸引力が落ちないのは確かですが、フィルター式に比べて吸引力は弱く、音も大きいことから、マイナーな存在でした。それをどう売っていくか。ダイソンが出した答えは、自社の掃除機をリビングに置くことを考えた設計、そしてむしろ部屋がおしゃれに見えるような意匠の採用でした。そうして「掃除機は隠すもの」というそれまでの一般常識をデザインのパワーで覆し、フィルター式の掃除機と戦わずして世界的なメーカーへと成長を遂げました。吸引力が衰えない使いやすい場所にある掃除機は、掃除をこまめにするという生活習慣さえ植え付けたのです。このようにデザイン経営においては、自社の経営資源を商流のどこで活用するかを考え、イノベーションにつなげていきます。そこで重要なのが、「自社の個性を知ること」です。自らの持つ技術の本質、商流の中でのポジション、社会的使命などを改めて見つめ直すことで、個性や強みを把握しましょう。それがデザイン経営の視点を取り入れた新たなビジネスモデル構築のための第一歩となります。

一橋大学大学院
経営管理研究科 教授

鷲田 祐一
わした・ゆういち
博報堂にて、消費者研究などに従事後、一橋大学大学院商学研究科准教授に就任。2015年より現職。2017年には特許庁などによる「産業競争力とデザインを考える研究会」の座長を務める。

デザインの定義



※()内はデザインの対象

色や形だけに収まらない 「広義のデザイン」を知る

近年、話題となっている「デザイン経営」という言葉をご存じでしょうか。

2017年、経済産業省と特許庁は「『デザイン経営』宣言」を発表しました。

デザインを経営戦略の中心に組み込めば、ブランド力が増す。国がそう宣言したことで、多くの経営者がデザイン経営に注目しました。少子化や人口減により国内市場の環境がさらに厳しくなる今後、デザイン経営の発想こそ、生き残るための重要な要素になると私は考えています。さて、デザイン経営とは何なのか。それを知るにはまず、デザインという言葉の持つ意味を考えてみる必要があります。

障壁を突破した瞬間

労働環境を改善し、組織としてまとまるように

社員に尽くし意識を変えれば 組織は自然にまとまる

先代が病気を患ったのを一つのきっかけとして、阿部さんが会社を引き継いだのは2014年のことだった。そこでさっそく経営上の大きな壁にあたったという。「自分がトップになって初めて、会社の課題がわかりました。在庫管理がいい加減で8千万円分の過剰在庫があったり、勤怠管理が甘く、社員たちが好きな時間に出社して働いていたり、組織としての問題点が見えてきたのです」

その背景にあったのは、曲者揃いの職人たちの存在だった。効率や生産性よりもモノささきちんと仕上げ



主力製品の流体継手。工事現場などで使用されているガスボンベとホースをつなぐ重要な部品で、ガスの逆流を防ぐ。この技術が「詰め替えそのまま」のノズルにも応用されている。

ればいいという価値観が主流で、個人プレーが目立ち、組織としての意識が希薄だった。何より仕事に対するモチベーションが低く、それが業務のずさんさにもつながっている。阿部さんは感じた。「詰め替えそのまま」の事業を新たな経営の柱へと伸ばしていくには、組織を整え、生産性を上げることが不可欠であると阿部さんは判断した。そこから組織改革に着手し、その一環として仕掛けていったのが、ユニークな福利厚生だった。

を新設、屋上にはゴルフ練習場を作り、使用することに給料とは別に少額ながら手当を支給するなど、健康増進にも力を入れた。



福利厚生の一つとして設置した本格的なマシンを有するトレーニングルーム。30分以上トレーニングした社員には、1回400円を支給。

「三輝」の これからの展開

今後も、創業事業である継手と、新たな柱となった家庭用品事業の両輪で会社を支えていくつもりです。会社を成長させるのと併せて、社員たちの給料を上げていき、年収1,000万円クラスの社員を出すというのを一つの目標としています。町工場のイメージをポジティブに変え、若い人がどんどん入社してくるよう、これからも努力していきたいと思っています。



すると、組織がどんどんまとまり始めた。社員たちの仕事に対するモチベーションが上がり、社内雰囲気も格段によくなっていき、それに伴って生産性がぐっと向上した。

そのほかに、ホームページを若者向けのデザインに一新するなど、イメージアップにも努めた。そこから就職希望者も増えていった。「社長になってからは、どうすれば社員たちに楽しんでもらえるかずっと考えてきたのですが、それが結果として業績アップにつながり、社員に尽くせば会社は自然に成長するとわかりました。最終的には「ここで一生を過ごせてよかった」と社員から言ってもらえる会社を作ることが、私の役目だと思っています」

アーリーステージの 羅針盤

様々な分野で活躍中の社長さんに、
アーリーステージでの学びや
大事にしていたことをうかがいました。

「ユーザーを幸せにするもの」に 自分たちの強みをとことん活かす

は、若い女性向けに始めたウェブメディアだ。
「自分が等身大で勝負でき、周囲からもニーズを
集めやすかったため、改善の方向性が常にはつき
りしていました。ここで自らの強みを生かす大切
さを改めて実感しました」

そんなある日、大槻氏はある変化に気づく。ウェブ
メディアへの流入を目指して始めたSNSの
フォロワー数が順調に伸びていたのがきっかけだ。
「今の若者は、情報を集めるのに利用するのは検
索サイトよりもSNSです。これからはSNSの
時代になると直感しました」

さっそく自社でインスタグラムのアカウント運
用を始めたところ1年で10万フォロワーを突破、

**顧客目線の徹底で、
アウトプットの質が変わる**

近年、若者世代に限らず欠かさない存在といえ
るSNS。企業もこぞって運用を始め、商品やサー
ビスの認知度や好感度を上げようとしのぎを削る。
そんな企業に対し、SNSを起点としたマーケ
ティング事業やインフルエンサーのアサインとい
った支援を主軸に行っているのが「ユコ」だ。
創業者である大槻氏は、大学時代に「ユコ」を起業。
試行錯誤の日々の中で初めて手応えを感じたの

そこから現在のSNSマーケティング事業へと舵
を切っていく。しかしその入り口で壁となったの
が、クライアントからの依頼内容だった。
「すぐに痩せる、色白になる、など誇大広告ぎり
ざりともとれるプロモーション依頼が入るようにな
ったのです。事業を立ち上げた直後で仕事は欲
しかったのですが、だからといって実際に商品や
サービスを使うユーザーに後ろめたさを感じる案
件を引き受けるべきなのか悩みました」
社員たちのモチベーションも同様に低下してい
るのを見て、大槻氏は決断した。ユーザーのため

ならない仕事は断ろう。それとともに社内に
発信したのが、ユーザー目線の徹底だった。

「ユーザーはどう感じるか、どう考えるか、という
問いを全員が常に持つことが、アウトプットの質
を変えました。まず大切にすべきは提供する商品
やサービスがユーザーを幸せにするかということ。
その上で、クライアントが発信したい情報とユー
ザーの求めるものが重なる部分に価値を見だし
発信したとき、事業はうまくいくと思います」

そんな大槻氏の根底にあるのは、日本を前向き
にしたいという起業家としての思いだ。
「これからもユーザーが幸せになるよう、良いも
のを発信し続け、世界にも広げていきたいです」



Profile おおつき・ゆい

1995年生まれ。2017年、大学在
学中にFinTを起業。「みんなの強
みを活かして、日本を世界を前向
きに」というパーパスのもと、女
性向けSNSメディア「Sucle」の
運用やSNSを軸としたマーケティ
ングパートナー事業を展開。

もっと知りたい!

Sucle

現在70名を超えるメンバーからなるFinTが
運用する女性向けSNSメディア「Sucle」。
「きょうのわたし、愛しいわたし」をコンセ
プトとして特にZ世代に向けて流行を発信。
総フォロワー数は90万以上。

「香り」×「心理学」で ビジネスに効く! 香り術

第1回 効率的に休息を! リラックス効果を高めるには

いつも気が休まらない。疲れているのに眠れない。これらを解
消し、上手にリラックスする上で香りは効果的に働きます。

現代人の疲労を回復する方法の一つに脳を休めることが挙げら
れます。普段、脳は身体の末端に指示を出していますが、五感を
じっくり感じることで身体への集中を促し、思考が続けがちな脳
に休息を与えられます。中でも効果を得やすいのは、嗅覚。香り
分子が鼻の奥の細胞に達すると、情動や記憶を司る大脳辺縁系へ
直接信号が送られます。思考を介さず、「好き」「安心する」など
の感情を促し、脳を休め、気分を良くするのに効果的です。

嗅ぎ方にコツがあります。まずひと呼吸、口から息を吐きましょ
う。そして鼻から入る空気とともに香りを取り入れます。香り
がお腹に届くことをイメージし、身体の変化を感じましょう。好き
な香りで3回呼吸を繰り返すだけでも、脳の疲れが軽減し、リラッ
クス感が得られるでしょう。

松尾 祥子 (まつお・しょうこ)

カウンセラー、公認心理師、臨床心理士、アロマセラピスト。メンタルヘルス支
援を行うSAFARIの代表を務める。著書に『香りで気分を切り替える技術-香りマ
インドフルネス』(翔泳社)などがある。

職場で気が休まらないなら……



昼食を
リラックス時間に

「いただきます」の前に、
食事の香りを意識的に感
じてみて。出汁の香りか
らはリラックス感が得ら
れるという日本の研究成
果があります。

疲れているのに眠れないなら……



お風呂の香りを
においサインに

入浴時は好きな香りで呼
吸を深め、その後はすぐ
に布団に入る習慣をつけ
ましょう。香りが入眠の
合図になり、眠りにつき
やすくなります。

職場で
食べたい

おやつ&ごはん

リフレッシュ・会話のきっかけに最適な
おやつやテイクアウトメニューをご紹介します!



野菜の魅力が際立つ!
創業からの
人気メニュー

絶品サンドイッチ
おいしく手軽に栄養チャージ



力強い味わいの牛肉は
しっとり柔らかな質感

ニューヨークルーベン 2,100円 (税込)

これでもかと挟まれたスパイシーなビーフパストラミは、噛み
しめるごとに牛肉の旨味、燻製の香りが楽しめる。ザワークラ
ウトのほどよい酸味は良いアクセント。具材を挟んだ十穀パ
ンの香りとまろやかなチェダーチーズが全体の味わいに深み
を出す。

Qino's Manhattan New York

きのーず まんはったん にゅーよーく

茗荷谷

☎03-6231-5527 ☎東京都文京区小石川4-21-2
☎9:30~19:00 (L.O. 18:30)、日曜・祝日は9:30~18:00
(L.O. 17:30) ☎月曜 ☎東京メトロ丸ノ内線 茗荷谷駅3
番出口から徒歩6分

& sandwich.

あんどさんどいっち

新宿御苑前

☎03-6709-9455 ☎東京都新宿区新宿1-5-7スカラ御苑1F
☎9:00~18:00 (L.O. 17:00) ☎月曜(祝日の場合は営業、
翌日休) ☎東京メトロ丸ノ内線 新宿御苑前駅1番出口か
ら徒歩2分

注)上記では、通常時の営業時間、定休日のみを表示しています。
営業時間短縮および年末年始や夏期などの臨時休業日につきましては、各店舗にお問い合わせください。

専門家派遣

費用負担
なし※1

様々な経営課題の解決を
外部の専門家とともに
サポートします。
ぜひ、ご活用ください！

例えばこのような悩みをお持ちの方

ホームページの集客力
を高めたい

事業計画書
を作りたい

マーケティングの強化
を図りたい

人材の育成
を図りたい

生産性を向上
させたい

事業承継の進め方
がわからない

専門家派遣の流れ 2・3はご希望に応じてご利用いただけます

1

専門家とともにイメージを具体化
**コーディネイト
サポート** 1~2回※2

経営改善のポイントがどこにあるのか、専門家との対話を通じてイメージを具体化し、お客さまに合った支援内容をコーディネートします。



2

課題を絞り込み解決を支援
**ピンポイント
サポート** 3回※2

新規顧客獲得、人材育成など、課題を絞り込み、解決を支援します。

または

中長期の計画策定を支援
**トータル
サポート** 5回※2

専門家が経営改善、事業承継などの中長期計画の策定をサポートします。

3

専門家によるアフターフォロー
**フォローアップ
サポート** 1~2回※2

各種サポートを利用された後も、希望されるお客さまには、専門家によるアフターフォローをご利用いただけます。



ご利用には、当協会の利用があるなど一定の条件がございます。内容によりお客さまのご希望に応じかねる場合もございます。

※1 支援内容によって、お客さまに費用の一部をご負担いただく場合がございます。

※2 枠内の回数は、専門家派遣回数の目安です。

お問い合わせ

東京信用保証協会 経営支援部 企業サポート推進チーム TEL:03-6264-1899



● Editor's Note

今回取材にご協力いただいたお二人は、業種も業歴も異なりましたが、目の前の仕事に向き合っていく中で、やりたいことが明確になっていったという点は共通していました。やりたいことが見つからないと悩むよりも、まずやってみることが大切だということを学ぶことができました。(G)

＼まるガモ応援隊／



三輝のビルの1階には、金属加工のための大きな機械が並ぶ。継手が出てくる機械を観察するまるガモ。

ご意見・ご感想は、以下までお寄せください。
東京信用保証協会 企画部広報課
〒104-0061 東京都中央区銀座6-17-1
銀座6丁目-SQUARE 13階
TEL: 03-6264-1695
HP: <https://www.cgc-tokyo.or.jp/>

