

※本紙全てのコンテンツの無断転載・複写・転用を禁止いたします。

## 業種の「垣根」越え続々と新事業

### 協同インター、生ハム製造から半導体事業まで展開

生ハムの製造から半導体分野での試作開発、最先端のMEMS(微小電気機械システム)、再生医療用の細胞培養、牛の搾乳機…。協同インターナショナル(川崎市宮前区宮崎、☎044-853-2611)の事業領域は実に幅広い。貿易商として出発した創業以来から多角化戦略を続けており、今ではグループ全体で売上高約70億円にまで成長。商社でありメーカーでもあり、業種にもこだわらない同社を、池田謙伸社長は「課題解決業」と言う。景気の波に強いとされる多角化戦略だが、同社は既存の価値観に縛られないビジネス展開で独自路線を歩む。=関連記事1面に

#### ■探り続ける商売のタネ

同社の事業は「電子MEMS」「IoT」「ライフサイエンス」「食品・食材」「畜産・酪農」「環境」など多岐にわたる。電子事業では、半導体の超微細加工を受託しており、中でもスパッタリング(成膜)とフォトリソグラフィ(露光)の技術を強みにする。MEMSでも、フィルムやプラスチックなどにナノレベルの超微細加工を施す特殊技術「ナノインプリント」を展開する。一方、食品事業では、生ハムを中心に輸入するほか、飲食店や専門店に卸

す。グループ企業では生ハム・生ベーコンを製造する。創業は1970年。先代が貿易商として始めた。インテリア用に米国の廃車から回収したナンバープレートや、台湾産のスポン、欧州の農業用機械など、「世の中にないもの」なら何でも輸入する企業だったという。その姿勢は今も変わらない。2代目の池田社長も「私の仕事は新規事業開拓です。みんながやらないことを考えるのが社長の仕事です」と語り、常に商売の新しいタネを探し回る。

#### ■社長トップの企画開発室

多角化の実践に当たり、社内には「企画開発室」を置く。そこで、社員から出たアイデアで、事業化できそうなものを精査していく。発案した社員は、既存部署と兼務することもある。社長が「企画開発室長」でもあるので、意思決定までのスピードが早い。かつて大手電機メーカーに在籍し、海外で社内ベンチャーの立ち上げに携わった経験がある池田社長。海外ベンチャーとも関わった。その時に日本企



業とのスピード感の違いを痛感したという。その教訓を生かした。

#### ■条件は「世の中にないモノ」

新規事業で欠かせないのが「今までなかったモノ」「まねされないモノ」「自分で価値が付けられるモノ」という要素。実際、同社の製品群や技術は、どれもニッチといえるが、トップシェアを目指す地位にある。「誰もやっていないからこそ値段がつけられるのです」(池田社長)。できるだけリスクは負わない。最初から設備投資をするのではなく、まずは他社との協業の道を探ったり、工場も所有せずに借りたりして、初期投資をできるだけ抑える。「いつでも撤退・縮小できるように準備しながら進めます」(同)。異業種の事業が重なると、相乗効果も生まれるという。例えば、試作品開



発などで厳しい納期管理とムダのないスケジューリングが要求される電子事業部門のノウハウを、生ハム製造にも応用。また、同部門で培ってきた加工技術を食品のパッケージ製造に使うなど、各部門の知恵を持ち合うことで、新しいやり方を生み出す。コロナ禍で多くの企業が影響を受けた。その点、同社は創業以来の多角化戦略が奏功し、成長を続ける。池田社長は「今後も新事業ハンターとして挑み続けます」と、語っている。

## ウィズコロナ時代対応のラーメン販売

### ウルトラフーズ、冷凍自販機を展開

「横浜家系ラーメン松吉家」や「ゴル麺。」をフランチャイズ(FC)展開するウルトラフーズ(横浜市中区宮川町、☎045-228-7485)は、お店の味をそのまま楽しめるラーメンの冷凍自販機の展開を始めた。コロナ禍を背景にした接触制限や時短営業などで飲食店が影響を受ける中、非接触で無人、しかも24時間販売が可能な自販機に着目した。今後はFC加盟店へ設置を呼び掛けるほか、敷地内のスペースを有効活用したい企業にも提案する。

自販機で販売できるメニューは、同社のセントラルキッチンで提供する計26種類から最大5種類を選ぶ。定番の「横浜家系ラーメン」から「九州豚骨ラーメン」「鶏白湯」「担々麺」「餃子」な

どを用意した。家庭で冷凍スープを解凍し、麺をゆで、付属の具材を盛り付けるだけでラーメンが完成する。「店と全く同じ味です」(松野克成CEO)と、胸を張る。

「コロナが始まった早い時期から(この事業を)準備していました」と松野CEO。冷凍自販機の選定などに時間をかけ、今年7月に1号機を本社前に置いた。近く、静岡や千葉県内にも設置する予定だ。

自販機を導入するには、購入してもらうかリース契約のいずれか。人材が必要ない「自販機ビジネス」のため、飲食業の経験がない異業種企業との契約も想定する。年間1000台の設置を目指しており、ウィズコロナ時代に対応した新しい



ラーメン販売のモデルとして定着させていく。一方、同社は直販サイト「ウルトララ

メン大集合」も開設。「自販機をきっかけにサイトにも誘導したいです」(松野CEO)とも話している。

## サーボプレス機、低価格で導入可能

### JANDC、金型の小型化も実現

“型屋”が開発したサーボプレス機。プレス金型製造、ジェイアンドシー(JANDC、横浜市都筑区荏田南、☎045-482-4311)は、これまで培ってきた金型生産のノウハウを生かし、小型のサーボプレス機を開発した。金型の小型化も可能になるという。コネクターなど、精密電子部品での使用を見込む。金型生産を続けてきた中で、「こんなサーボプレス機があったらいい」という発想を具現化した。省スペース化に加え、1台約750万円という低価格を実現。サーボプレス機を断念していた企業でも導入できるようになるという。「自動車部品や電子部品などは年々

小さくなっているのに、生産設備だけが変わりません。そもそも「小さな精密部品を加工するのに、大きなプレス機と大きな金型が必要ですか?」というのが開発の出発点です」と、曾永彬社長。同社製サーボプレス機は、銅の薄板などの微小部品に特化。加圧能力は7tまでとなっている。「微細部品の場合3t以上あれば十分と考えます」(曾社長)。また、ストロークは8mmで1000回転(1分間)。工程能力(CPK)は、他社汎用プレスとも遜色ない1.33を達成し



た。筐体寸法(駆動源含まず)は、高さ1500×幅640×奥行き400mmで、既製プレスに対し、相当量のフットプリントの削減に貢献するという。曾社長は「余計なものは省いた“型屋”が作ったサーボプレス機です」と説明する。導入後は、小型金型の生産も請け負う。価格や品質など、ニーズに応じ国内外の工場を活用して対応する。すでに大手電子部品メーカーなどに計15台を納入済みで、年間50台の販売を見込む。現在、モニターも募集している。

### 受け入れの再開

9月末で全国に出されていた緊急事態宣言が解除されることになりました。国内でのワクチン接種も進んできましたので、今度こそは、停滞している経済活動を一歩ずつ確実に進めていくことができるようにと願うばかりです。とは言うものの、新型コロナウイルスとの闘いは人類の完全勝利とはならず、まだまだにらみ合いながら共存するしかなさそうです。経済活動の再開に伴って、これまでほぼ閉ざされていた、海外

とが検討されているようです。実は、既に日本に在留することが認められている多くの外国人が、入国の再開を待っていて、最初にこれらの人たちが入国してくることになるかと思えます。入国ができる時期がいつごろになるのかははっきりしていませんが、少しでも早く入国してほしいということでしたら、まずワクチン接種を2回受け、証明書を準備しておくこと、母国を出国前に必要となる可能性が高い、72時間以内のPCR検査を実施できる施設の確保などを検討しておくこととさそうです。技能実習生など、複数で来日する場合にはこれらの情報をリスト化しておくこと、来日の準備がスムーズに進むかもしれません。(のぞみ総研代表取締役)



今村正典の海外市場