

SDGs時代に向き合う 経営のあり方

SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS



三菱UFJリサーチ&コンサルティング

インタビュー記事の発行にあたり

2030年を目標年として2016年にスタートしたSDGs (Sustainable Development Goals) は、社会全体が抱える現代の課題を解決するために掲げられた目標です。さまざまな社会課題が顕在化する中で、SDGsの達成に向けた対応や貢献の必要性は、今や誰も疑うことのないものになっています。そして、SDGsは各国政府にのみ対応を求めるものではなく、最新の技術や資金、人材などの多くのリソースを持つ「企業組織」も目標達成への協力が期待されています。

企業から見た場合、SDGsの17の目標と169のターゲットは、2030年までの「社会の大きなニーズ」として捉えることができます。そうした社会のニーズに応えることによって、企業は持続可能な社会の形成に貢献することができ、さらに自らの持続的な成長に繋がっていくことが可能となります。

SDGs時代ともいうべき今日に活躍する企業の皆様は、SDGsを「ビジネスチャンス」或いは「リスクマネジメント」の観点から捉え、経営の力としています。そして企業の持続的成長に結びつけています。この冊子では、そのような企業の中から5社の経営者の方々に、直面する社会課題やSDGsを見据えた取り組みや経営の考え方、具体的な施策や成果をご紹介します。現在まさにSDGs経営に取り組んでいる企業の皆様や、これから取り組んでいく企業の皆様の活動の一助となれば幸いです。

contents

01 | インタビュー記事の発行にあたり

03 | 井村屋グループ株式会社

- 03 あいさつ
- 05 企業概要 / 主な沿革
- 06 主な事業内容

07 | OSJBホールディングス株式会社

- 07 あいさつ
- 09 企業概要 / 主な沿革
- 10 主な事業内容

11 | 株式会社フルヤ金属

- 11 あいさつ
- 13 企業概要 / 主な沿革
- 14 主な事業内容

15 | マクセルホールディングス株式会社

- 15 あいさつ
- 17 企業概要 / 主な沿革
- 18 主な事業内容

19 | 株式会社ユーシン精機

- 19 あいさつ
- 21 企業概要 / 主な沿革
- 22 主な事業内容

井村屋グループ株式会社

2010年に持株会社制に移行し

今年で10年目を迎えます。

アメリカ・中国に加え、ASEAN(マレーシア)への

事業展開もスタートします。

各事業会社が持つ多様性を活かして、

“特色経営”にさらに磨きをかけてまいります。

創業以来、「一つのチーム」という考え方を大切にしています。

井村屋グループは、2017年に創業120年を迎えました。最初の50年間はファミリービジネスとしての小さな菓子舗井村屋でしたが、会社組織にしてから70年になります。ファミリービジネス時代にあった「一つのチーム」という意識が、今も非常に根強く残っていると思います。

「特色経営」というのは創業者の井村二郎が提唱した言葉ですが、どの時代にも当てはまります。何かスペシャリティな要素がなければ、時代の変化の中で生き残っていくのは難しいため、開発担当者には「この商品の特色は何か」と常に質問します。原料、配合、スペック、商品が他のメーカーと比べてどのような差異があるのかを問うものです。また、ターゲットを明確にするため、商品開発シートにはペルソナを書く欄があります。どこに住んでおり、何歳ぐらいで、どんな家族構成で、どのような生活をおくっているのかを書いています。開発担当者が、どのような方々に喜んで頂きたいのかイメージを膨らませることは、すごく大事なことだと思っています。開発者自らが、何が特色なのかを明確にして商品づくりを行わないと、他社との差異性は生み出せません。同質化は絶対に価格競争に陥ります。同質化競争を避けるためにも「特色経営」は非常に大事だと思っています。

また新しい動きに対しては勇敢に挑戦をしていくという考え方も大切にしており、「不易流行」という原理原則はしっかり押さえています。例えばソーシャルメディア等の新しいトレンドを取り入れることに、若い人は非常に巧みであるし視野が広いと感じています。

「全員がマーケター」という考え方を大切にして、健康経営の推進にも取り組んでいます。

中期3ヵ年計画「新・維新 Next Stage 2020」の大きなポイントとして、「全員がマーケター」を掲げていますが、これは以前から提唱している言葉です。生産現場にいる社員が新しい発想をするということはたくさんありますし、全員がメーカー企業の一員として市場に向き合うという意味で言いますと、皆がマーケターになり得ます。社内で一Qさん(いっきゅうさん)活動という仕組みがあるのですが、これは仕事をしている中で疑問に思ったことを他部署に投げかけ、投げかけられた部署はそのQ(クエスチョン)に答えなければいけないというものです。何故これほど大きいのか、硬いのか、或いは重いのか、もっと改善できる点はないかということを考え、開発や営業に投げかけると、新しいアイデアが出てきます。そうしたやり取り自体が、当社が考えるマーケティング活動です。そう考えると、「全員がマーケター」ということになります。

そして食品メーカーとして、2つの健康経営を大切にしたいと考えています。一つ目は、自社グループ内における健康経営です。人材こそ大きな財産であり、社員が常に身体も頭脳も心も健康であり続けることが、結果的には会社の成長に寄与します。会社全体として推進していきたいという想いから、プロジェクトも発足し動いています。人材の教育、施設の充実、会社の環境も関わりますが、一人ひとりが「健康でありたい」という気持ちを持ち続け、それを会社として可能な限り援助していきたいと思っています。

2つ目が、「お客さまへ健康を提供する」健康経営とい

代表取締役会長

浅田剛史



う考え方です。最近の代表商品として「煮小豆」がありますが、今までは捨てていた煮汁を、新しい生産方法で取り入れた商品です。煮汁を捨てるのは「渋切り」と呼ばれ、昔からの和菓子の作り方では最も重要です。小豆の渋味を上手に捨てていくことで、精選された「あんこ」になるからです。このプロセスも大事ですが、捨てる煮汁の中に栄養成分が詰まっていますので、それを一緒に取り込みたいと研究開発したのが「煮小豆」です。おいしい上質な商品を提供すると同時に、お客さまの健康に寄与するという側面を打ち出していきたいと思っています。

SDGsは新たな考え方ですが、「三方よし」や従来からの当社の取り組みにも通じるものがあります。

日本では近江商人が「売り手よし、買い手よし、世間よし」と、「三方よし」について大昔から言っています。売り手が儲かるだけではなく、買い手や多くの人に喜ばれる経済でなければいけないということですが、この「世間よし」というのが、現代のSDGsに通じるのではないかと思います。

当社でもSDGsのプロジェクトを立ち上げており、食品メーカーとして特に環境問題には注力していますが、1998年に環境マネジメントシステムの認証取得をした頃から、環境面については十分考え、実行してきたのではないかと思います。またSDGsには「ジェンダー平等を実現しよう」という目標があります。当社では社長に女性を登用していますが、これは、ハンディキャップも、性別も国籍も関係なく、適材適所で人が活動する場があるのがダイバーシティだという、当社の考え方に基づくものです。女性社長ということ自体

がクローズアップされることもあるため、日本では女性の活躍推進はまだまだだという印象がありますが、これから普通のことになっていくと思います。

SDGsの新しい考え方を導入しながら、17個の目標のうち、企業ごとに注力するテーマに濃淡を付けることはもとより、企業として貢献できることや企業に従事する人たちが喜びを感じられるというところから手を付けていくというのも良いと思います。重要なのは、論理的に継続していくことだと思っています。

食品メーカーとして食品の素材にこだわり、「不易流行」を実践していきます。

井村屋グループでは小豆や大豆を中心に扱っていますが、栄養素を人工的に作り出すような領域ではなく、食品本来の素材を活かした豊富な栄養素が含まれる栄養価の高い食品を提供したいと考えています。前述の「煮小豆」の他にも、伝統的な羊羹の作り方を生かし、非常食として長期保存が可能で栄養価の高い「えいようかん」という羊羹を商品化しています。またこれから派生し進化した、片手で食べられるチューブ式スポーツ羊羹もあります。素材を活かす伝統を大切に、社会の変化に対応し新しい商品を生み出すという、まさに「不易流行」が当社の商品づくりの基本です。

「サステナビリティ」をどう創っていくかを考える際に、ダーウィンが残した「強い者や力がある者が生き残れるのではなく、社会の変化に対応できる者が生き残れるのだ」という言葉に立ち戻ることを、日頃から言っています。こうした考えのもと、これからも井村屋グループを進化させていきたいと思っています。

企業概要

社 名	井村屋グループ株式会社
本社所在地	三重県津市高茶屋七丁目1番1号
設 立 年	昭和22年(1947年)4月
代 表 者	代表取締役会長 浅田 剛夫
資 本 金	25 億 7,653 万円
売上高(連結)	45,108 百万円(2019年3月期)
従業員数(連結)	978 名(2019年9月現在)
事業内容	食品製造・販売 レストラン事業 他
主な国内拠点	三重県津市
主な海外(国・地域)	中国・アメリカ
上場市場	東証・名証1部

主な沿革

1896年	菓子舗「井村屋」開業
1947年	株式会社 井村屋設立
1961年	名古屋証券取引所市場第二部に上場
2000年	北京京日井村屋食品有限公司(JIF)設立 中国へ進出
2009年	IMURAYA USA, INC 設立 アメリカへ進出
2010年	持株会社制移行 井村屋グループ株式会社設立 浅田剛夫会長就任
2017年	「三重県経営品質知事賞」受賞
2017年	東証・名証 第一部に上場
2019年	IMURAYA MALAYSIA SND. BHD. 設立 ASEAN 事業進出

主な事業内容

菓子・食品・DC・冷菓・加温事業

ようかんや肉まん・あんまん、アイス等の流通事業を行っています。ロングセラー商品「あずきバー」や「やわもちアイス」など井村屋の強みを活かした特色ある和風アイスやオリジナルアイス。ご家庭のレンジなど、いつでも温かいおいしさを味わえる「肉まん・あんまん」が主力商品です。その他にも伝統的な羊羹の作り方を生かし、非常食として長期保存が可能な「えいようかん」という商品も開発しました。今後も素材の味を活かす伝統を大切にし、社会の変化に対応した新しい商品を創造していきます。



フードサービス事業

アメリカン・フードレストラン“アンナミラーズ”と南フランスプロヴァンスパティスリー“ラ・メゾン・ジュヴォー”のショップ運営などを行うスイーツ事業。2018年には新たに2店舗と新ブランドで高級あずきバーを販売する「和涼菓堂」もオープンし、お客様へ本格スイーツを提供しております。



B to B事業

OEM 担当の食品加工事業と調味料事業を行っています。食品加工事業ではスパウチ製品、レトルト製品などを中心に様々なメーカーの商品をパッケージ化しています。調味料事業では多岐にわたる素材を粉末調味料・液体調味料に加工し、生産しています。また、海外展開においてはハラール認証を取得し、現在取り組み育成中です。今後も両事業の強みを活かしながら技術改革と生産性向上を実現してまいります。



OSJBホールディングス株式会社

OSJBグループでは、
橋梁建設で培った高度な技術で
生活に欠かすことが出来ない社会基盤を創造し
支えています。

長きにわたって経済や人々のくらし、
安全、安心を支えてきたことが
OSJBグループの原点であり、そして存在意義です。

OSJBホールディングスは、コンクリート橋梁の上下
部工に強みがあるオリエンタル白石株式会社と鋼製橋梁
に多くの実績を持つ日本橋梁株式会社をその傘下に持つ、
建設・補修補強事業のエキスパートグループです。社会基
盤整備における揺るぎない実績と技術力が、わがOSJB
ホールディングスグループの誇りでもあり、競争力の源泉
でもあります。

OSJBホールディングスは、2014年創立という新しい
会社ですが、オリエンタル白石は、2007年にオリエ
ンタル建設（1952年創立）と白石（1933年創立）が合
併してできた会社であり、また日本橋梁は1919年に創立
しております。長きにわたって日本の経済成長、人々の
安全・安心・就業や就学を支えてきました。

新設橋梁、補修補強、ニューマチックケーソンなど、
わがグループの手がけている工法はニッチともいえるかも
しれませんが、それゆえに他に代えがたい独自の活躍をし
てきました。そこに集中的に人と資金を投入し、研究開発
や人材の育成を重ねながらさらに技術や独自性を深めてい
ます。こうしたことが当社の原点であり、かつ存在意義で
あり、顧客から期待していただき、また信頼していただけ
るところだと思います。

時代によって変えるべきものと時代を経ても
不変なるもの、そして「わがグループらしさ」を
ミレニアル世代、Z世代に継いでいきます。

競争力の源泉である技術の継承は、わがグループにとっ
て極めて重要である、と考えています。

新年の業界新聞で、各建設会社の経営者が年頭訓示を
寄せるのですが、私は今年のキーワードとして「間断な
き継承」を選びました。わがグループ各社は創業以来、
社会基盤の整備に向きあう中で、使命感や責任感、そし
て独自の技術を絶えず継承してきました。最近では、
ミレニアル世代やZ世代と呼ばれる、我々の世代とは違
う感覚を持った社員が入社してきており、継承の方法が
変わってきた、継承の方法を変えねばならない、と感じる
ことがあります。

「先輩の背中を見て学ぶ」とか、「失敗し怒られながら
覚える」とか、我々の世代の技術や知識の習得方法は通用
しなくなってきています。彼らが育ってきた“ゆとり教
育環境”とか、“失敗に対するいい意味でのおおらかさ”
がなくなっているという社会的背景もあると思いま
す。そうしたことも加味しながら人材育成に取り組ん
でいく必要がある、と考えております。少しやり方や接
し方は変えながらも、変わることをないわがグループの
原点、存在意義、「わがグループらしさ」を伝えていかね
ばならないと考えています。

我々は、国内で初めての工法を行うことや、日本初の
技術を開発すること等がモチベーションになり、それ
により使命感や責任感を醸成してきました。

では、従来の建設分野が成熟していく中でミレニアル
世代やZ世代の人たちはどこを頑張る？と考えてみま
す。維持管理部門や更新部門では、まだまだ彼らが『国
内初』や『画期的』を生み出す機会、チャレンジする機会
は多くありますし、国土強靱化など社会的要請に应运
っていく中で、かつてない新しい技術を駆使しなければ、と
いう局面もあると思います。また、AIやICTによる技術、
機械化、自動化、ロボット化などは、彼らの知識、感覚、
価値観によってこそイノベーションが起きるのでは、と
期待しております。

代表取締役社長

大野 達也

建設産業や社会全体が直面する課題の解決に向けて、
技術やノウハウ、独自工法を駆使していきます。

労働力がひっ迫していく中、生産性の向上は喫緊の
課題ですが、これはわがグループがもともと得意とし
ている分野です。例えば、プレキャスト（コンクリート
工場製品）を使用することにより現場の生産性が上がり、
作業員数を減らすことや、現場の施工期間を短くするこ
とができます。プレキャストを用いた、わがグループ
独自の工法や開発した工法も幾つかあり、それらを駆
使しながら、さらに開発を加えながら、より生産性を
高めていきたいと考えています。

環境に関しては、わがグループはコンクリート構造で
あれ、鋼構造であれ、耐久性の高い構造物を数多く建設
してきました。耐久性が高いということは、スクラップ
アンドビルドの更新サイクルが長くなるため、廃棄物の
削減に繋がります。また、製鉄や火力発電などの産業廃
棄物をコンクリートの材料として使用し、廃棄物再利
用やCO₂の排出削減を行うという資源循環を従来から
行っており、今後も推進していく所存です。

さらにわがグループでは、橋梁の補修・補強事業に力
を入れており、構造物の延命化、高耐久化に貢献するこ
とで、環境問題の解決に少なからず寄与しております。

SDGsを行うべく自らがサステナブルであり、
自らがサステナブルであるべく「間断なき継承」を
行っていきます。

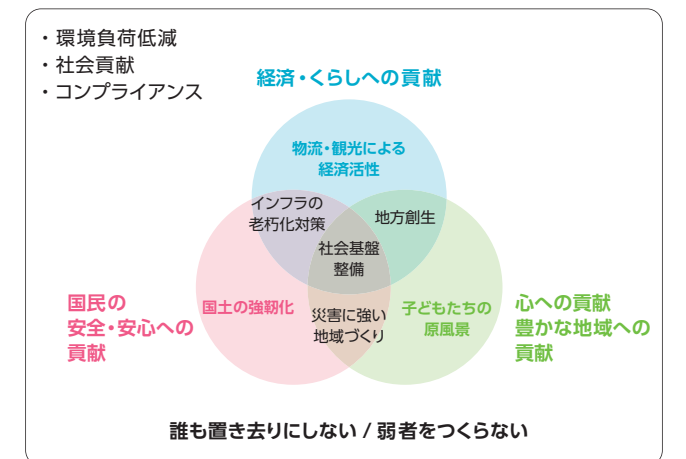
ここ数年、自然災害が激甚化、かつ頻発してきており、
日本だけでなく世界中で大きな問題となってきました。
わがグループではニューマチックケーソン技術を利用して
都市部に治水対策のためのコンクリート構造物を造ってい

ます。災害に強い強靱な都市やまちづくりを支え、防災・
減災の社会インフラをつくることで災害弱者を生まないこ
とに貢献しています。

またわがグループは、これまでに多くの高速道路や国道、
市町村の橋などを造ってきました。これが経済のためにな
り、地方創生のためになり、住民の暮らしのためになり、
そして地域の子どもたちにとってはその橋梁が故郷の原風
景にもなりました。こうしたことを地道に繰り返しながら
「わがグループらしく」社会貢献し、SDGsを達成してい
きたい、と考えています。

わがグループは、社会基盤の整備を通じて経済発展や人々
の暮らしや安全安心を支え、社会のサステナビリティの
形成に貢献してきておりますが、今後も貢献していくため
には、わがグループ自体がサステナブルでなければいけ
ません。サステナブルなグループであるべく、様々な投資や
研究開発、組織体制の強化そして「間断なき継承」を実
践していきたいと考えています。

「持続可能」な日本に貢献する



※ OSJBグループのサステナビリティへの貢献

企業概要

社 名	OSJB ホールディングス株式会社
本社所在地	東京都江東区豊洲五丁目6番52号（NBF豊洲キャナルフロント）
設 立 年	大正8年（1919年）7月7日
代 表 者	代表取締役社長 大野 達也
資 本 金	10億円
売上高(連結)	503億円(2019年3月期)
従業員数(連結)	840人(2019年3月31日現在)
事業内容	グループ企業の経営計画ならびに管理
主な国内拠点	本社（東京）
上場市場	東証一部

主な沿革

- 1919年** ● 株式会社岩井商店（現・双日株式会社）の創業者岩井勝次郎が大阪市大淀区（現・北区）にあった日本橋梁建築合資会社に資本参加し、資本金100万円の日本橋梁株式会社を設立、橋梁・鉄骨の生産を開始
- 1949年** ● 大阪証券取引所に株式上場
- 1997年** ● 東京証券取引所市場第一部に株式上場
- 2011年** ● オリエンタル白石株式会社の全株式を取得し、同社を子会社化
- 2014年** ● 会社分割を行い、純粋持株会社体制へ移行
『OSJB ホールディングス株式会社』へ商号変更

主な事業内容

オリエンタル白石株式会社

プレストレストコンクリートの建設工事および製造販売、ニューマチックケーソンの建設工事、補修補強の建設工事、耐震補強建築工事の設計・施工、プレキャスト建築物の設計・製造・施工などを行っています。

【プレストレストコンクリート工法】

プレストレストコンクリートとは、プレ＝あらかじめ、ストレスト＝圧力を入れた、コンクリートのことです。鉄筋の5～6倍の強度がある鋼材を引っぱって緊張した後に、コンクリートと固定。鋼材が元に戻ろうとする力を使ってコンクリートを圧縮します。こうして作られたプレストレストコンクリートは、とても強度が高く耐久性に富むことから、さまざまな構造物に活用でき、また地震にも強いため、特に安全性が重視される橋梁や鉄道、上下水道の貯水槽、公共施設などに積極的に取り入れられています。当社は国内屈指のリーディングカンパニーとして、橋梁をはじめとするプレストレストコンクリートの施工技術をけん引し続けております。



【ニューマチックケーソン工法】

ニューマチックケーソン工法のニューマチックは「空気の」、ケーソンは「函（はこ）」の意味で、潜函工法ともいわれます。地上でコンクリート構造物「函」を構築し、その下部に設けた作業室で掘削し、地中深くに構造物を沈設させる工法です。地下水の浸入を防ぐため、作業室には圧縮空気を送ります。この工法は作業室内の空間で地盤を確認しながら掘削・排土して「函」を沈めていくことで、あらゆる地盤に対応可能です。長大橋梁の基礎やポンプ場など、数多くの地下施設に活用されています。当社は本工法を日本に導入、発展させてきたパイオニアであり、世界最高の技術と施工実績を誇っております。



【PC 建築】

プレストレストコンクリートは、ひび割れやたわみを抑制し、かつ梁せいを抑えたスレンダーなロングスパン梁を可能にすることにより、無柱大空間が求められる大学の大教室、体育館、企業の執務室など様々な建物に利用されています。また、工場で製作した柱や梁などのプレキャスト部材をプレストレスにより一体化させ、建物を構築するプレキャストプレストレストコンクリートを用いると、現場における工期短縮や、現場廃棄物の削減、騒音の低減など環境負荷の保全にも有効であり、造形美に優れるとともに高品質で耐久性の高い建築物を造ることができます。当社はPC建築のパイオニアとして、これからも利用者が安全で快適に過ごせる建築物を提供してまいります。



【補修・補強】

1960年代以降急速に整備が進んだ社会基盤も、今や約半世紀の時を経て老朽化が問題視され、インフラの更新や維持管理は、まさに喫緊の課題として対応を迫られています。当社は、来るべき「社会基盤のリニューアル時代」を予測し、社会のニーズに応えるべくさまざまな補修・補強、メンテナンス技術を開発しています。当社は耐震化などの国土強じん化やインフラ老朽化対策に高い技術と独自の工法で他に代え難い存在感を発揮し、インフラ整備に貢献してまいります。



日本橋梁株式会社

鋼鉄製橋梁の設計・製作・架設・保全工事などを行っています。

【新設鋼橋】

我が国有数の歴史と優れた実績を誇る、鋼橋の設計・製作架設会社であり、「品質の日本橋梁」として、その技術と品質を長年にわたり評価していただいております。この誇りを胸に、私たち日本橋梁は、「大正・昭和・平成の90余年、代々受け継いだ貴重なノウハウ」を駆使して、人々の生活道路の橋から、鉄道橋、海峡を渡る長大橋まで、あらゆる種類の橋梁構造物を、高い品質と高い安全性で、また、環境への配慮を常に怠ることなく、実現してまいります。



【補修・補強】

当社が架けた歴史的な橋梁などの長寿命化補修・補強技術の実績を持って、社会資本の高齢化時代における維持管理の課題にも貢献してまいります。

株式会社フルヤ金属

当社が用途開発に取り組んできた
「プラチナグループメタル」は
地球環境・省エネ対策に不可欠な素材です。
当社の技術力で環境・省エネに関わる
課題を解決し社会の繁栄に貢献
してまいります。

代表取締役社長

古屋 堯民



プラチナグループメタルを扱うリーディング カンパニーとして、常にチャレンジしています。

フルヤ金属は、プラチナグループメタルの調達・製造・加工・リサイクルのサイクルを確立し、高品位の製品を安定的に供給している工業用貴金属専門メーカーで、2018年に50周年を迎えたところです。創業から初めの10年は、私の父が宝飾関係の仕事をしていましたが、別の会社で営業をしていた私がフルヤ金属に入社してからは大手との競争に打ち勝つため、培った営業力を活かし、まずは貴金属メーカーから商品を仕入れて販売していくという商社機能を強化することにしました。これが功を奏して官公庁や学校等との取引も増え、商売自体は順調に拡大しましたが、やがて価格や納期への対応から、どうしても仕入先であるメーカーにお願いできないことが増えてきたため、自社で製造するしかない、と判断し、取引先の工場から職人さんを紹介していただき自宅の車庫を工場にして自社生産を始めました。

ちょうどビデオが世の中に出回り始めるようになった

時代で、ビデオヘッド用の単結晶の需要が伸びていましたが、利益の70%をそれに依存していたため次のビジネスを常に探していました。そこで目を付けたのが、イリジウムでした。イリジウムは当時、日本ではどこも扱っていなかったので、イリジウムを使用している製品の修理を手掛けられなかったかと思いつきました。イリジウムは固くてもろく非常に難しい材料なのですが、優秀な技術者もいたため、どうにかビジネスになるのではないかと考えていました。

取引先からイリジウムのルツボの修理ができないか、との相談があり、請け負ったものの思うようにいかず失敗をしてしまい、多大な損害を出してしまいました。考えが浅かったと実感しましたが、それでも諦めずにチャレンジを重ね、4個目でやっと修理を成功させることができました。その後も、試行錯誤を続けて修理技術を完成させ、修理だけでなく製品の製造も手掛けることができるようになり、ビジネスが拡大していきました。

バブル期のピークには、つくばに広大な敷地を持つ工場を新設し、社員の技術習得も推進しました。他社が

持っていない新しい技術や設備を積極的に導入し、外注に出している技術の内製化にも取り組むようになりました。

こうした中、経営理念の重要性についても、社員に対して徹底的に発信してきました。「科学技術の発展に寄与し、社会の繁栄に貢献する」という企業理念をきっかけ、企業としてのプライドを持ち続けるということも、当社の成長に大変寄与してきたと考えています。貴金属業界と言うのは信用が非常に重要です。社員教育を含めて、お客様に信用頂けるようにビジネスを行うということを常に考えてやってきました。その意味では、お客様や社員も含めて、人には非常に恵まれたことも大きいと考えています。

社員も経営方針やチャレンジの重要性を理解し、 日々取り組んでいます。

常日頃、営業や製造、開発まで含めて、チャレンジをしないと話しています。大変有難いことに、他社様から「フルヤ金属の営業部門はすごいね」とよく言われます。開発部門もそうですが、当社の規模を見て、何故この人数でこれだけの仕事ができるのだろうかと感心しておられます。

お客様からの相談に「できません」と言えばそれで終わりますので、まずは「やります」と返事して、チャレンジをしてみます。途中は失敗の連続ですが、結果的に当社では「できなくてお客様をがっかりさせる」ということはありません。現在、当社のオンリーワンの製品や技術はすべてそういったチャレンジから生まれています。

SDGsは2030年までの目標ですが、今から10年後、企業が日本で製造業として生き残るためには、素材に力を入れていく必要があると考えています。海外の企業は、3年継続して結果が出なければ手を引いてしまうところも、日本企業は、長期的な視点で忍耐強く開発を続けられる文化的土壌がありますので、それが1つの生きる道ではないかと思っています。

若い人には、30～50年後を考えた仕事をしないと常に言っています。当社の経営理念に基づいて事業を進めていけば、30年後には、世界的に見ても高収益の企業になるということは、私以上に若い人がイメージできているのではないかと感じています。

オンリーワン製品を提供する責任から、環境問題や 人権問題等について真摯に向き合っています。

当社は、オンリーワン製品が多いため、BCPの観点はお客様も大変気にされています。最近では、海外のお客様

からRBAプログラムに基づいてアンケートが送られてくることがあります。児童労働がないかなど、当社からすれば当たり前のことを聞いてくることが多いのですが、そういったアンケートは増えてきていますし、お客様のチェックも厳しくなっており、定期的に工場監査も受けています。当社はプラチナグループメタルに特化した企業ですので、原料の調達にも非常に気を遣っています。産出国である南アフリカ政府とも連携して、安定調達の確保に取り組んでいます。

また環境問題を考えていかないと企業成長はないという問題意識のもと、商品のリサイクルについて既に手を打っています。当社の貴金属製品はほぼリサイクルができていますが、技術的にまだ難しいイリジウムやルテニウム等も、完璧に回収していく方針を立て、大規模な設備投資も行っています。環境省からも助成金をいただき回収技術の確立に努めています。また、当社が開発した低温触媒の技術は、大手メーカーの冷蔵庫にも採用頂いていますが、野菜が長持ちするため、食品ロスの問題にも寄与しています。5年～10年後を見据えて、4つから5つテーマを掲げて製品開発等に取り組んでおり、行政機関からも期待されています。

今後もフルヤ金属の技術を守り発展させ、 夢を持ち続け成長していきます。

今後の当社の成長に欠かせないのは、やはり人材です。理系の大学には当社が実践していることをご理解頂いて、優秀な学生が多く来てくださるのですが、当社の将来や夢を語れるような、例えば営業面で力を発揮してくれるような文系の人材も必要だと感じています。また経営陣が先見力と決断力を持って現場を牽引しサポートしなければならないと思っています。

そして多面的に、人材育成と企業の成長に向き合いながら、新規・既存の様々な分野においてコラボレーションを一層意識していきたいと思います。特に海外では国内での産官学連携の視点からは見いだせないようなビジネスチャンスがあるため、新たなチャレンジには強い意志と連携が欠かせません。経済や社会のデジタル化により、時代の変化が極めて速くなっていますが、当社の独自技術をしっかりと守りながら発展させて社会に貢献できる夢のある製品を提供し続けていきたいと思っています。

企業概要

社 名	株式会社フルヤ金属
本社所在地	東京都豊島区南大塚 2-37-5 MSB-21 南大塚ビル
設 立 年	1968年8月22日
代 表 者	代表取締役社長 古屋 堯民
資 本 金	5,445 百万円
売上高(連結)	21,451 百万円(2019年10月1日現在)
従業員数(連結)	307人(2019年12月末現在)
事業内容	プラチナ・イリジウム等の工業用貴金属各種製品、測温センサーの製造・販売。電子材料、半導体関連製品の販売。薄膜部品の製造・販売。
主な国内拠点	九州ビジネスユニット(福岡)/つくば工場(茨城)/つくば研究開発センター(茨城)/土浦工場(茨城)/千歳工場(北海道)
主な海外拠点(国・地域)	韓国、アメリカ
上場市場	東京証券取引所 JASDAQ(スタンダード)(7826)

主な沿革

1968年	● 株式会社フルヤ金属を設立(東京都三鷹市)
1975年	● 工業用貴金属事業に参入
1981年	● 国産第1号のイリジウムルツボ開発成功
1990年	● PGM 機能素材加工と精製回収工場をつくば工場に集約
1998年	● 薄膜技術研究開発センター設立
2006年	● JASDAQ 市場に上場
2008年	● 土浦工場ルテニウム精製ライン稼働
2012年	● 土浦工場に新棟竣工、イリジウム精製ライン稼働
2015年	● 土浦工場触媒量産開始
2016年	● ナノ合金開発設備の導入
2019年	● FT-eco 触媒量産機導入

主な事業内容

貴金属製品部門

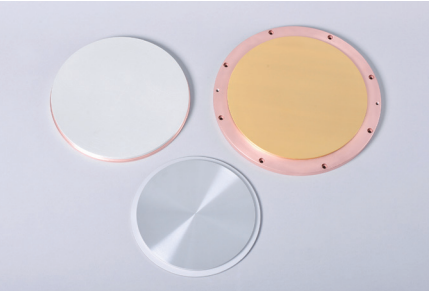
電子デバイス向けおよび医療用向け単結晶育成用ルツボ、光学ガラス溶解装置などを製造販売しております。



単結晶育成用イリジウムルツボ

薄膜関連製品部門

HDなどの磁気記録媒体向けおよびスマートフォンタッチパネル向けスパッタリングターゲットなどを製造販売しております。



スパッタリングターゲット

温度センサー部門

半導体製造工程における拡散炉・CVDなどの高温制御に必要な熱電対を製造販売しております。



半導体製造装置用熱電対

ケミカル製品・回収精製部門

化学プラント向け触媒、電極向け貴金属化合物、有機EL発光材向け高純度貴金属化合物などを製造販売しております。また、希少資源であるPGM(プラチナグループメタル)の精製回収(リサイクル)を受託しております。



鮮度保持機能触媒 (FT-eco 触媒)



貴金属化合物

マクセルホールディングス株式会社

社会課題解決に向けたポートフォリオの強化、
SDGsの達成のために広い協力体制をつくることで、
マクセルグループの持続的成長をめざしていきます。

代表取締役 取締役社長

勝田善春

“未来の中に、いつもいる”企業をめざして

マクセルホールディングスは、2017年10月に持株会社体制へ移行し、新たなステージへ踏み出しました。グループ経営を強化していくなかで、社会の課題解決に繋がる事業や製品を通じてSDGsの達成に貢献できることは大きいと感じています。

マクセルはこれまで、乾電池やカセットテープのグローバルシェアが高く、ブランド力もありました。しかし記録メディア衰退の影響もあり、現在は若い世代での認知度が下がっていると感じています。そのため、コーポレート・アイデンティティを伝えるブランディング活動にも力を入れる必要があると考え、専門チームを立ち上げました。2017年10月より「Within, the Future / 未来の中に、いつもいる」というブランドスローガンを掲げ、マクセルがみなさまの周りにいつもあるブランドであり続けることを約束し、新たなブランドの確立に向けた取り組みをしています。

新たな強みを生み出す

「マクセルビジネスプラットフォーム」

マクセルは「エネルギー」「産業用部材料」「電器・コンシューマー」のセグメントで事業を展開していますが、源流は創業の製品である乾電池と磁気テープ。その製造過程から生み出された化学・物理学の分野や製品を完成させるものづくりの各種技術が、現在中核となっている技術力のベースです。

社会・経済のデジタル化が進み世の中が大きく変わる中、成長3分野として今注目しているのは、「自動車」「住生活・インフラ」「健康・理美容」分野です。自動車はCASE(Connected, Autonomous, Shared/Service, Electric)、住生活・インフラ系は5G、健康・理美容はアンチエイジングなど、それぞれの分野で大きなトレンドがあります。こうしたトレンド、すなわち消費者ニーズに対して、マクセル独自の価値を提供していくのがミッションであり、成長の機会だと考えています。その機会を逃さず受け止め、ポートフォリオの強化を図るた

めに「マクセルビジネスプラットフォーム(MBP)」を推進しています。これは、めざす姿や事業コンセプトでマクセルグループと共通の考えをもつ企業との間でリソースを共有し、強いところはより強く、弱いところは補い合うコンセプトのもと、共創共栄を可能にするプラットフォームです。

現在マクセルは「売上高利益率10%、ROE10%のダブルディジット企業への脱皮」を中長期目標に掲げています。ダブルディジット企業へ成長するには「高い目標を掲げて、課題を突破していくためにリソースの集中が不可欠」と考えています。マクセルには、一旦始めた事業を競争力が落ちて倒れるまで続けてしまう文化がありました。これからは、元気のあるうちに新天地に移って活躍できることを考え、ポートフォリオマネジメントを徹底し、強みのある事業に、よりリソースを集中していきます。また、MBPを通じたシナジーの確実な実現と刈り取りを進めることでポートフォリオの強化を進めます。

社会課題の解決に向けたESGの取り組み強化

マクセルは、企業の社会的責任(CSR)と同時にCSV(Creating Shared Value)経営という考え方を早くから持っており、社会課題の解決に繋がる製品を提供してきました。そういう点では、事業とSDGsとの親和性は今後も高いのではないかと考えています。

CSV経営の全社的な浸透には、まだまだ努力できるところは多くあると思いますが、少しずつ拡大していると感じています。ニュースなどで話題になる社会課題と、その解決に向けたマクセルの事業活動が繋がっていることについて事業の担当者たちと話をすると、彼らは非常に生き生きとした表情になります。自分たちの仕事が、何かしら社会の役に立っている、価値を生み出しているということが、働くモチベーションに大きく影響しているという実感を得ているのです。

そして、マクセルは、「誰もが活躍できる会社・職場づくり」をめざす「M-Wing」というダイバーシティ推進プロジェクトを進めています。これは、ダイバーシティやワークライフバランスの実現を通じて、社員が生き生きと活躍できる場としてマクセルという職場を提供しようという人財戦略の一環で実施しているものです。仕事は人がするものなので、生き生きとして行うのと嫌々行うのでは、決して大袈裟ではなく100倍ぐらいアウトプットが違わないかと思っています。そして、この“生き生き”という部分にSDGsの考え方を紐づけたいと考えており、さまざまなプログラムを展開しています。

マクセルはメーカーですので、生産段階での環境負荷を削減する取り組みは必須です。以前からエネルギー使用量の削減を中心に、廃棄物や水使用量などの削減にも重点を置いています。また、2030年までにCO₂排出量を2013年度比30%削減することを掲げて長期投資計画に織り込んでいます。自動車メーカーなどと取引をしていると、調達プロセスの中でこうした環境負荷の削減を含むESGに関する要求項目があり、年々要請も増えているため、特に重点を置いて取り組んでいきたいと考えています。

そのほか、一企業でできることと、業界として取り組まなければいけないことがあります。企業としては、マクセルでは「ゼロエミッション」をめざし、国内製造拠点でリサイクルの徹底を業界に先駆けて取り組んできました。一方、市場に出回っている電池を対象とする場合は、(一社)電池工業会や業界各社との協力体制が必要です。特にリチウムイオンの分野では各方面に働きかけ、どのようなスキームが構築できるか、フレームワークを模索しています。ここは、リチウムイオン電池業界を牽引してきた日本が、先頭になって決めていかなければならない領域だと考えています。

社会的価値を創出するCSV経営の実践

社員に向けた2020年の新年挨拶の中で、今後10年間のマクセルグループの成長に必須の概念として、ESGを掲げるという話をしました。マクセルの提供する製品は人の周りにいつもあります。CSRやCSV経営を推進していくなかで、今後はさらに社会課題を解決するような、人の安全、安心、快適に繋がる製品を世に送り出し、SDGsの達成への貢献を事業成長のモチベーションにしたいと考えています。

こうしたことは内部のリソースだけでは難しいため、MBPも最大限に活用しながら、また社会にも広くリソースを求めて推進していきます。絶え間なく進化し変化する現代社会の中で、こうして培ったネットワークを大切に、共創していきたいと考えています。そしてより広い協力体制をつくり、SDGsの輪を広げながら、マクセルグループの成長を実現していきます。

企業概要

マクセルグループは1961年に創業し、国内で磨かれた品質と信頼を基盤に、1969年からは積極的に海外でも事業を拡大してきました。
今後もステークホルダーの視点に立ち、製品を通じた環境貢献およびCSV経営とCSR活動で社会と「共存共栄」し、持続的発展をめざした取り組みを進めていきます。

社 名	マクセルホールディングス株式会社
本社所在地(東京)	〒108-8248 東京都港区港南 2-16-2 (太陽生命品川ビル 21 階)
設 立 年	1960 年 9 月
資 本 金	122 億円
従業員数(連結)	5,263 名 (2019 年 3 月 31 日現在)

主な沿革

- 1961年

 - 日東電気工業(現 日東電工)から、乾電池・磁気テープ部門が独立し、マクセル電気工業創業
- 1963年

 - 国内初アルカリ乾電池を生産
- 1964年

 - 社名を日立マクセルに変更
- 1966年

 - 国内初カセットテープ商品化
- 1976年

 - 国内初 酸化銀電池商品化
- 1998年

 - 世界初 書換型 DVD-RAM 商品化
- 2010年

 - 日立製作所の完全子会社化、上場廃止
- 2011年

 - 日立マクセルエナジーを新設分割し、電池事業を承継
- 2012年

 - 国内連結子会社 5 社と経営統合
- 2013年
3月

 - 日立マクセルエナジーと経営統合、日立コンシューマエレクトロニクスより、液晶プロジェクター事業等を承継
- 2014年

 - 東証一部再上場
- 2017年
3月

 - 日立製作所が保有する当社株式の一部譲渡に伴う両社の資本関係の変更
- 2017年
5月

 - ルネサス セミコンダクタパッケージ&テストソリューションズの電子機器事業を譲受、マクセルシステムテックを設立
- 2017年
10月

 - 持株会社体制(マクセルホールディングス株式会社)へ移行、自主独立体制へ
- 2018年
6月

 - GSユアサから産業電池電源開発の特機事業を譲受
- 2018年
10月

 - 泉精器製作所(現マクセルイズミ)を株式取得により子会社化
- 2018年
12月

 - 宇部マクセル京都を設立
- 2019年
1月

 - クレハエラストマー(現マクセルクレハ)を株式取得により子会社化
- 2019年
3月

 - ビークルエナジージャパンに共同出資
- 2020年
4月

 - マクセル情映テックがマクセルシステムテックを吸収合併し、マクセルフロンティアに商号変更

主な事業内容

エネルギー事業

コイン形リチウム二次電池、産業用リチウムイオン電池およびその電極、民生用リチウムイオン電池、リチウム一次電池、ボタン電池、蓄電デバイス、充電器・電池パックなどの製造販売、太陽光発電による売電事業を行っています。



産業用部材料事業

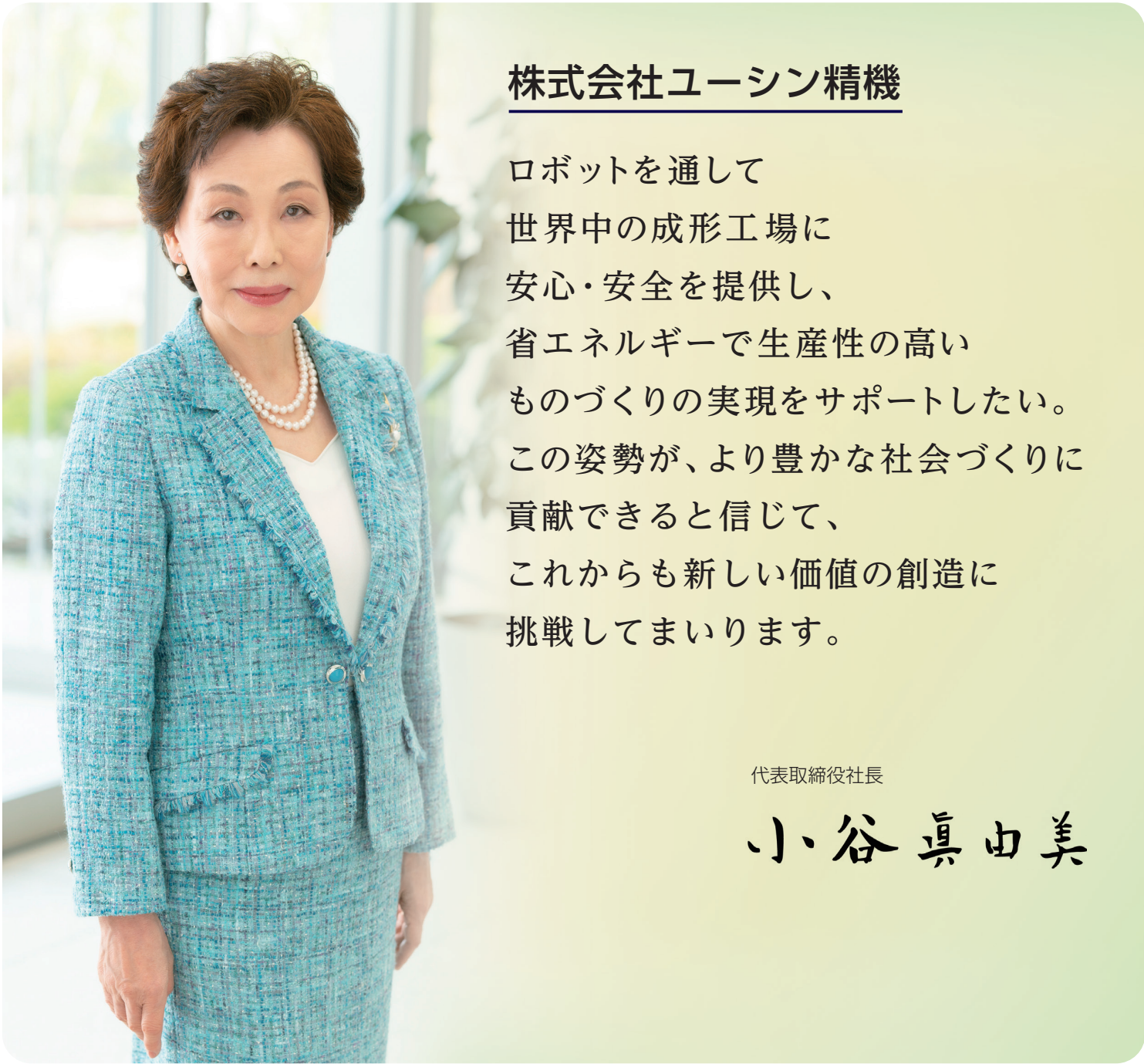
光学部品、金型・合成樹脂成形品、電鍍・精密部品、粘着テープ、機能性材料、RFIDシステム、ICカード、工業用ゴム製品などの製造販売を行っています。



電器・コンシューマー事業

プロジェクター、ヘルスケア製品、小型電気機器、音響機器、アクセサリ、光ディスク、乾電池、充電機器、電設工具などの製造販売を行っています。





株式会社ユーシン精機

ロボットを通して
世界中の成形工場に
安心・安全を提供し、
省エネルギーで生産性の高い
ものづくりの実現をサポートしたい。
この姿勢が、より豊かな社会づくりに
貢献できると信じて、
これからも新しい価値の創造に
挑戦してまいります。

代表取締役社長

小谷 真由美

**ユーシン精機は、優秀に進む（優進）、
友とともに進む（友進）、そして信用を育てていく
（有信）という想いを大切にしています。**

ユーシン精機は、1973年に株式会社として設立して以来、本当に多くの方々に支えていただき、今日まで経営を続けてきています。ユーシンという社名は、社会に価値ある製品をご提供したい（優秀に進む：優進）、友人に背中を押していただき創業することができたという感謝の想い（友とともに進む：友進）、そして企業経営を続けていく上で信用をいただき、育てることが何よりも大事である（有信）という意味が込められています。当社の第1期は、有難いことに600万円程の黒字でした。勿論非常に落ち込んだときもありますが、お陰様で創業以来、

ずっと黒字で推移しています。

当社は、取出口ロボットを中心としたプラスチック射出成形工場の合理化や、FA化を推進する機器やシステムの開発、製造、販売を手掛ける会社ですが、創業当初は様々な自動機を設計・製造しておりました。当初の社員数は私も含めて4人で、仕事は初めから外注を活用しての対応でしたが、初めての注文でもお客さまが望まれるものに近いものを作ることができたため、「この会社に頼めば何でも作ってくれる」と評判になり、当社の名前を覚えていただくことができました。本当にいろいろとご注文をいただき、創業時でも穏やかな経営を行うことができました。プラスチック製品を扱う商社からプラスチック製品関連の仕事をいただいてからは、プラスチックの仕事が少しずつ増えていきました。

**社員を大切にしてい一緒に考え行動する、当社の姿勢や風土が評価され、「働き方改革事例」として
取り上げていただきました。**

今般企業経営にとって重要だとされるESG課題やSDGsの解決に向けた取り組みとしては、安全と環境に配慮した製品開発があげられます。最新の取出口ロボットFRAでは、世界最高基準の安全規格を標準搭載しております。安全に対して妥協しないことが、これからのスタンダードであると考えています。また消費電力を低減するなど環境負荷の小さい商品の開発に努めています。この取り組みが評価され、優秀省エネ機器・システム表彰において2度受賞しております。

製品の開発や提供を通して環境問題を考えることは勿論ですが、そのためには社員と一緒に考えることや社員の働きがいや満足度が、とても重要だと考えています。こうした想いは創業当時から全く変わっていません。創業者の小谷は設計に携わっていましたが、いつも社員と一緒に部屋で働き、開発や営業の会議は全て出ていました。営業担当の私も常に社員と一緒に営業に行っていました。働きやすい環境づくりにも早くから力を入れているため、女性が働きやすい職場というだけでなく、男性であっても育児休暇で半年ほど休める環境が整っています。また1985年に作った京都で初めてワンルームマンションのバストイレ付きという社員寮は、当時は珍しく、京都新聞にも大きく取り上げられたほどです。

今でも皆さんと一緒にフロアで仕事をしていて、社員と机を並べていますので、社員が何か気がついたことは、すぐに社長に対して発言できます。ある程度の役職の人が転職してくると、「ここは一般の社員の人でも堂々と自分のところに意見を言ってくれる」と私のところに報告に来ます。私はそれが普通だと思っていますので、そうした報告は、風通しのとても良い職場だという評価だと思っています。

**技術力の向上はもとより、
社員の経営への参画意識の醸成も大切にしながら、
社会に貢献する良い会社づくりを行っています。**

特に新しい技術の開発には力を入れており、その成果を測るためにもこれまで数々の賞に挑戦し、日本機械学会賞や機械工業デザイン賞も受賞しています。2019年には、ドイツのレッド・ドット賞という世界三大デザイン賞に数えられる賞を受賞することができたのですが、初めての挑戦にも拘わらず賞をいただくことができ、社員の大きな励みとなっています。

社員の育成にはとても注力しており、本社では、定期的に階層別の研修を行っています。また、月1回のリーダー会議は、会社の方向性を検討する役員を含めた経営会議の位置づけで、22年間続けているものですが、リーダーであれば役職のついていない社員でも、参加しています。新しいものをつくり出す際の決断力もそうですが、自分たちで考えて実践するというのが、ユーシン精機の強みだと思っています。

当社が業界1位になったのは2001年ですが、あまり華やかな業界ではないため、認知度はそれほど高くないと思っています。そのため、会社を知っていただくための取組も、社員と一緒にを行っています。まずは社員の家族に会社を知ってもらいたいということで、2018年は、社員の家族を職場に招待するイベントも実施しました。

**培ってきた技術力を最大限に活かしながら、
社員の皆さんと一緒に今後の事業を
展望していきます。**

技術面では、IoT技術を活かしAIに繋げることを通して、機械の状態を全てAIとIoTで確認できる止まらない設備づくりを目指しています。そのために予知保全の技術開発に力を入れています。

エリア展開としてはまずはアジアですが、中国を中心に1985年頃に進出しています。インドもまだまだ可能性があると思っていますので、今後強化していきたいと思います。欧州では、イギリスの医療関係事業が順調に推移していますが、取出口ロボットのシェア拡大を狙い、2019年にドイツに子会社を立ち上げました。

海外展開ではもともと日本のお客さまが中心でしたが、現地の事業が成長するに従って各国のお客さまも増え、社員も現地化してきています。現地拠点ごとの事情や事業展開等の状況を踏まえながら、今後もユーシンググループとして経営していきたいと思っていますが、こうした観点からも、ガバナンスが機能していることは重要だと思っています。当社の役員体制は取締役7人中社外取締役3名という体制で、私も含め2名が女性です。社外取締役からは様々な重要情報や助言がタイムリーにいただけますので、経営にとって大きくプラスになります。

引き続き、存在意義のある業界トップ企業として成長していきたいと考えています。創業からの「ユーシン」の想いを今後も大切にしてい、もっと上を目指していきたいと思っています。

企業概要

社 名	株式会社ユーシン精機
本社所在地	京都市南区久世殿城町555番地
設 立 年	1973年
代 表 者	代表取締役社長 小谷 眞由美
資 本 金	19億8,566万円
売上高(連結)	218億円(2019年3月期)
従業員数(連結)	685人(2019年12月末現在)
事業内容	取出口ロボットを中心にプラスチック射出成形工場の合理化、FA化を推進する機器、システムの開発、製造、販売。
主な国内拠点	東日本統括営業所(さいたま市)、中部統括営業所(豊川市)
主な海外(国・地域)	アメリカ、中国、韓国、イギリス、タイ
上場市場	東証一部

主な沿革

- 1973年
- 株式会社ユーシン精機設立
- 1978年
- 業界最後発 取出口ロボット市場へ参入
- 1988年
- YUSHIN AMERICA, INC.(アメリカ) 設立
- 1989年
- 取出口ロボットSERVOLINER 発売 - 業界初の全軸サーボモータ駆動
- 1996年
- 業界初のカラータッチパネル式コントローラ発売 大証二部に株式上場 (1999年に東証1部に株式上場)
- 2002年
- ディスク取出口ロボット DRD Ⅲ 発売 - 取出タイム世界最速記録を大幅更新
- 2010年
- 最適設計による取出口ロボットHSAを発売 (2012年に日本機械学会賞(技術)受賞)
- 2016年
- 新本社工場落成 (京都市南区)
- 2017年
- ハイエンド製品取出口ロボットFRA 発売
(2019年に日本機械学会賞(技術)、レッド・ドットデザイン賞 2019 等を受賞)

主な事業内容

取出口ロボット

プラスチック射出成形機用の取出口ロボットの開発、製造、販売を行っています。業界に先駆けて全軸サーボモータ駆動を導入するなど、常に新しい技術を導入し、ユーザのニーズに応える商品開発を行っています。ユーザ業種は自動車、電子部品、医療、家電、食品、雑貨など多岐にわたります。



ハイエンド取出口ロボット FRA

特注機

主に取出口ロボットのユーザ向けに、射出成形の前後工程の自動化システムの開発、製造、販売を行っています。自動化システムの例として、ストッカー、ゲートカットシステム、パレタイジングロボット等があります。



ゲートカットシステム G-CUTTER SC

部品・保守サービス

取出口ロボットの部品の販売や保守サービスを行っています。当社は長年に渡り取出口ロボットを提供し続けており、世界各国で10万台以上のロボットが稼働していますので、部品・保守サービスは安定的なビジネスとなっております。



発行元：三菱 UFJ リサーチ & コンサルティング株式会社
社会システム共創部 ESG コンサルティング室

〒105-8501 東京都港区虎ノ門 5-11-2 オランダヒルズ森タワー
TEL：03-6733-1015 (部代表)
<https://www.murc.jp>