

ORANGE NEWS

Total.173
Vol.008 2025 WINTER

TOP INTERVIEW

MISSION 2025

いま、TAKAMAZが果たすべき役割。

ものづくりINTERVIEW

JIMTOF2024を

好転の兆しにすべく、
TAKAMAZを牽引する
リーダーの想い。

WORK & SOUL

Siam Kochi Co., Ltd. 様

北陸ものづくりの旅

美意識を解き放とう。

いま水引は、空間の美を支配する。

【表紙photo】

ロケーション / 自遊花人 水引ミュージアム

今号の表紙は、伝統工芸「水引」でモダンなアート空間を創り出した自遊花人 水引ミュージアムで撮影。新しい水引の世界がここにあります。

【モデル】田内 杏奈

TAKAMAZ

高松機械工業広報誌 2025年冬号

新年号特別企画 TOP INTERVIEW

MISSION 2025

いま、TAKAMAZが
果たすべき役割。代表取締役社長
高松宗一郎代表取締役会長
高松喜与志

EVシフト、カーボンニュートラル、DXなど、工作機械メーカーを取り巻く環境は様々な課題を抱える一方で、瞬く間に変化していく市場の動向と向き合いながら、会社が進むべき方向をその都度判断していかなければなりません。ただそういった中であっても、TAKAMAZの果たすべき使命、つまりMISSIONそのものは揺らぎません。2025年がスタートしたばかりの今、改めてTAKAMAZのMISSIONについて弊社のトップに尋ねました。

11/5～11/10に東京ビッグサイトにて開催されたJIMTOF2024に対する経営者としての想いをお聞かせください。

JIMTOFは世界3大工作機械見本市と言われていますが、我々にとって、そして日本の工作機械メーカーにとって最も大切な展示会であることは間違いありません。世界3大工作機械見本市にはすべて弊社は出展させていただいていますが、JIMTOFには熱量の違いをはっきりと感じます。出展するメーカーもそうですし、お越しいただくお客様の熱量も本当に高く、JIMTOFの重要性を改めて意識しました。会場では我々の新しい製品、新しい取り組みをしっかりとお客様にお伝えしたいという想いが強くありました。会社の中で取り組んでいるだけでは誰からも評価されません。それをどう表現していくのがとても重要だと考えています。ですから2年に1度のこのJIMTOFには入念に準備をして臨みました。おかげさまでJIMTOF2024には想像以上にたくさんの来場者が訪れ、TAKAMAZの展示ブースにも多くのお客様が足を運んでくださいました。設備投資ニーズがそこまで高まっているとは言えない中でも、足を運んでいただけることに、深い関係性が築けているんだと感謝するばかりです。設定した目標もクリアし、盛況のうちに幕を閉じた展示会ですが、大切なのはアフターJIMTOFです。営業部もこれまで以上にフォローを強く意識していると感じています。展示では『今』求められているものを新機種の発表だけに留まらず、これから販売されていくというモノも広めさせてもらっています。我々がこの2年間取り組んできたことがしっかりと伝わっていれば嬉しいですね。

今年や来年のテーマだけでなく、未来に

対してのメッセージも含まれているわけですね。ところで、総じて厳しい環境にあった2024年を乗り切ったばかりですが、工作機械業界を取り巻く2025年の市場環境(国内外)はどのようになるとお考えですか？

市場環境というのは予想してもなかなか当たるものではありません。我々の姿勢としては、環境が良くなったときのために、いま何ができるかを考えるべきだと思っています。ネガティブなことに対して準備をしようというよりは、良くなったときに力を発揮できるように、そこで最大限の評価を得られるように準備することに努めたいと思います。

いろんなものが少しずつ変わってきて、この1～2年で見るとその変化はさほど大きくないかもしれないですが、これを10年後20年後に振り返った時、あらゆるものが確実に変化をし、確実に良くなっています。それと比較した時、我々はそれ以上に良いモノを生み出していないと、世の中には評価されなくなります。そういう意味でも毎年毎年、変えるべきものを進化させ続けることが大事だと考えます。それをしなくてもこの1～2年の変化では目立たなくとも、10年スパンで振り返ると大きな差がわかるはずですよ。TAKAMAZは、毎年しっかりとやるべきことを着実に実行していますし、これからもそういう気持ちで努力を続けていきます。

そんなTAKAMAZが、「社会」「業界」「お客様」に対して、いま果たすべき役割についてお聞かせください。

今、世の中で求められている課題は非常にたくさんあります。環境に関してはカーボンニュートラルやSDGsが問われ、同時に生産性も上げなければならない。そのためにはDX、IoTも要求されます。携わる業界では、EVシフトの波がどうなるのかを見極める必要があります。今は本当にいろいろな課題があって、もちろん我々もそういうところに取り組みをしているわけです。それはお客様にとっての経営課題でもあるわけです。その課題を解決する手助けを行うのがTAKAMAZの役割だと思っています。その上で、TAKAMAZの機械を選ぼうと思っていただき、ご購入いただければ、我々としては非常に嬉しいなと思います。お客様には、いま

どのような課題を抱えているのかを教えてください。10年前に言われていなかったような課題が、今ではたくさんあります。刻々と変化する課題を共有し、我々が持つ技術や情報を駆使しながら、共に課題解決したいと思っています。お客様が課題とされているところを無視したような機械は支持されません。そこに貢献できる機械を提供することがTAKAMAZの大切な役割です。

その時、競合他社は意識されるのでしょうか？

もちろん性能に限らず、競合他社がどういうふうに取り組んでいるかベンチマークをして、参考にすることはありますが、そこはやはりお客様の要望が一番です。お客様の声を最も大切に考えています。唯一絶対の正解がないところを、お客様と我々とお互いに頑張って取り組んでいくという認識です。

地域に対するTAKAMAZの役割はどのようにお考えですか？

地域貢献という観点も昔に比べてはどんどん世の中全体に広がっています。企業が地域にどう貢献していくか、どう関わっていくかという意識は大きくなってきています。我々のこれまでを振り返ると、我々のビジネススタイルからして、我々の製品が地域に消費されるものではありません。しかし、今後はもっと地域との関係性も深めたいと思っています。ここ最近では、我々が得意とする場面です。どうすれば地域に貢献できるのかを考えてもいました。まだまだ模索中ですが、今、地元の工業高校や工業大学などの教育の場面で、我々の技術者や設計者が講師となって協力することを始めています。学生さんの学びに少しでも協力ができれば嬉しいと、個人的にも思っています。

2025年最初のインタビューを締めくくったのは、地域貢献とともに、お客様の声を一番に大切にしていこうというトップの想いでした。それは同時にTAKAMAZ全体の想いに重なるものであり、その理念がお客様から信頼される社員を育てているのだと改めて感じました。

JIMTOF2024を好転の兆しにすべく、TAKAMAZを牽引するリーダーの想い。



国内営業部 部長
山崎 由清



上席執行役員
海外営業部 部長
唐木 英幹



業務部 部長
古谷 和雅

昨年11月に開催されたJIMTOF2024は、前回開催から来場者数も大幅に増やし、盛況のうちに閉幕しました。これを業界にとっての明るい兆しと捉え、市場が好転することが期待されます。今回の『ものづくりINTERVIEW』は、JIMTOF2024でお客様の熱量を肌で感じ、新たな年を迎えたTAKAMAZを牽引する3人の部長に話を聞きました。

過去最大規模での開催となったJIMTOF2024を終えられたわけですが、まずはその手応えからお聞きしたいと思います。

山崎 (国内営業部 部長)

2年前の開催と比べて来場者が体感で3割ぐらい多かったように感じました。実際の来場者数も約13万人に上ったようです。前回開催のJIMTOF2022では、コロナ禍直後だったことから外国人来場者は非常に少なかったと記憶していますが、今回の開催では初日からたくさんの方の海外のお客様にお越しいただきました。特にインドと中国の方が多く印象でした。

唐木 (海外営業部 部長)

海外営業部として今回の開催に触れるならば、中国を拠点とする関連会社の杭州友嘉高松机械有限公司がお客様を2グループに分け、ツアーのように訪れたことですね。TAKAMAZの本社工場・あさひ工場見学とJIMTOF2024への来場を、連日で決行するスケジュールが組まれました。

古谷 (業務部 部長)

これも北陸新幹線が開業したからできることですね。

山崎

今回は「TAKAMAZさん、変わりましたね」という声をたくさんいただきました。これまではコンパクトなサイズで量産することを前提とした機械が中心でしたが、今は多品種少量で大きなワークサイズにも対応できる機械を作ることには注力しています。今までのTAKAMAZカラーとはひとあじ違うものをアピールできたと感じています。

古谷

今回は汎用旋盤のデモンストレーションもして、とても多くの人に興味を持っていただけました。

唐木

長尺ワークに対応でき、なおかつ1台で完品まで加工できる機種を展示したことで、今までのTAKAMAZのイメージに加え、「新たなTAKAMAZ」をPRができたと感じています。そういう意味でも狙い通りの良い展示会にできました。

古谷

それが今回メインで展示したXTLシリーズの3番目の機種「XTL-8MYS」です。販売開始は来春を予定しております。

▶ さらに今後の営業戦略を考える

山崎

多くのお客様にご来場いただいたことで、おかげさまで今回の展示会での引合・受注ノルマを達成することができました。その一方で、お客様の声を聴い

てみると、設備投資のニーズはあるものの、コロナ禍が続いた影響があって投資できない、EV化のための設備投資をしたいけれどもできない、というものが少なからずありました。ただ中には、今後も内燃機関に向けた製品づくりは続くと言明されるお客様も多く見受けられました。国内についてはここ数年、来年こそ良くなると言われ続けながら上がったり下がったりしているのが実態です。この展示会の盛況ぶりを、海外含めて、実際の市場に反映させていきたいですね。

唐木

海外とひと括りに言っても地域によって異なります。東南アジアであれば日本と同様の営業スタイルで入っていますが、欧州や北米の市場ではディーラとのマッチングや関係づくりがとても重要だと認識しています。そういった中で、彼らの話によると、トランプ政権へ移行することで経済が活性化し、モノが動き出すと考え、2025年上期から少しずつ上向き始め、後半にかけて良くなっていくだろうとの見解でした。ただ関税の話など、懸念点も多く、今後どうなるのかを予測するのが難しいというのが現時点の印象です。それでも、トランプ氏の言説などを見ると、EVヘシフトするのではなく、HVやガソリン車を重視するようにも受け取ることができるので、アメリカの国内の状況は良くなってきていると思っています。

▶ 変化するTAKAMAZの利益構造について

唐木

経済環境を読み解きながら売上の拡大に努めていくことも大切ですが、一方でTAKAMAZの事業における構造

的な課題も見ていく必要があります。国内ではお客様から要求される仕様のボリュームがとても増えていたり、さらにカスタマイズが必要になったりと、時代とともに機械1台を納めるまでの工数や付加価値が多く、利益を出しにくい体質になっています。そこをどう改善していくかという課題に取り組んでいるのが業務部です。

古谷

「TAKAMAZ利益向上プロジェクト」のことですね。そこはしっかりと成果を出していくつもりです。

私は平成2年にTAKAMAZに入社していますが、大きな不景気の波は、バブル崩壊、リーマン・ショックに続いて、このコロナ禍で3回経験していることとなります。経験の中で感じるのは、お客様が重視するのはアフターサービスだということです。機械の安い高い、納期の遅い早いもありますが、最後はアフターサービスによって築かれる信頼が物を言うのです。TAKAMAZという会社は現場を大切に、地道にコツコツと営業を続けたことで、中小企業から支持された、そこを見失わないで新たな取り組みに挑みたいですね。

JIMTOF2024は盛況のうちに幕を閉じ、狙い通りのプレゼンテーションができたわけですが、この後にどう繋げていくのか、それぞれの展望をお聞かせください。

山崎

先行きが不透明な今、私たちは原点に帰って地道な営業を行っていきたく思います。まずはJIMTOF2024でご挨拶させていただいたお客様のところへ漏れなくお伺いするつもりです。今回の話

もあったシャフト加工については非常に多くの引合いをいただいております。その中でも有力なものは具体的な営業のチャンスと捉えています。新しい展望としては、ここ2年ほど低調だった旋盤加工において、TAKAMAZの新しい取り組みを知っていただいたことは、非常に良いトリガーになったと感じますし、それをしっかりと業績に結びつけたいと思っています。

唐木

今回の展示会で良かったのは、TAKAMAZの機械がコンパクトなゆえに剛性に不安を感じていた海外のお客様に、サイズの大きな機械を見せることでそのイメージを払拭できたことです。今後の市場を考えると、インドに目を向けるべきと捉え、インドの展示会へも出展する予定です。

古谷

展示会に携わったり、商談やアフターサービスに携わったりするなど、仕事が多岐にわたる業務部です。その中で、営業員に寄り添って、お客様の求めることに素早くレスポンスしていくことを心がけていきます。メンテナンス業務に携わる若手の育成を含めて、お客様の利便性を第一に考えた仕事で、営業をしっかりとサポートしていくつもりです。

政治の動きも、技術の潮流も、まさに変化の只中であって先の読めない状況下ではじまる2025年ですが、JIMTOF2024の盛況を好転の兆しとすべく、国内外で新たなTAKAMAZの姿をお届けしたいと思います。本年も、どうぞよろしく願い申し上げます。

JIMTOF2024 (昨年11月開催)



展示会総来場者数
129,018人
(前回 114,158人)

13%
増

弊社ブース総来場者数
2,407人
(前回 1,797人)

34%
増

vol.008

Siam Kochi Co., Ltd. 様 In good faith

誠実に、心地よく。

本社



第二工場

「サバイサバイ」のコトバが飛び交う職場環境。
誠実さに溢れた工場経営が社会との信頼を紡いでいく。



今回のWORK&SOULは、日本を飛び出してタイのユーザー様にお話を伺いました。日本とも縁の深い社長とオンラインでつなぎながら、終始和やかな雰囲気の中でのインタビュー。最後にご子息も登場されて、有意義な会議となりました。

職場においてタイらしさはどんなところに感じますか？

就業時間や休日給など、勤務形態は日本と良く似ています。タイ人はしばしば「サバイサバイ(Sabaai)」というタイ語を使います。これは「心地良く、気分良く」という意味ですが、職場の中で大切にされている空気もこのコトバに集約されます。タイ人は気分良く働くことが重要なのです。悩みなく働ける環境であり続けることはタイの工場経営においてとても重要だと考えています。

御社がモノづくりをされている地域の特性や立地環境について教えてください。

タイには工業団地が点在していますが、私の工場があるのはそうした有力な団地から少し離れた場所に立地しています。街や住宅街から距離はありますが、社員寮を持っていますので通勤に時

間がかかるといったことはありません。もちろん、工場には食堂もあればカフェもあります。

御社の事業内容について教えてください。

タイの産業構造は日本と大きく変わりません。メインとなる産業も自動車産業です。こちらの工場でも自動車やバイクの部品を加工するのが主な仕事で、メインとなるのは自動車のギア部品です。切断、旋削、フライス加工、曲げ、転造そして研磨などの工程に対応できる人と設備を備えているのがこの工場です。タイも日本と同じように工場ごとに工程の範囲が細分化されていることが普通ですが、最初から最後まで製品づくりを完結できることは独自の強みとなっています。

いまの事業は、どのような経緯で始められたのでしょうか？

もともと私は日系自動車メーカーで働いていました。そこからサプライヤーをしている会社へ移り、さらに知識を高めた後、起業しました。当初は4人でスタートした会社が17年を経て、いまでは従業員の数も90人を超えるまでになりました。

した。設立当初の資金繰りには苦労しましたが、経営的には、ここまでは順調に推移していると言って良いと思います。

全世界で猛威をふるった新型コロナウイルス感染症(COVID-19)などもありましたが、現在の経営環境としてはいかがですか？

タイにおいても新型コロナウイルス感染症(COVID-19)の影響はとても大きいものがありました。需要も減りましたし、行動規制などもあって売上は大きく下がりました。その後は一旦回復傾向にありましたが、かつての状態には戻っていません。タイでの自動車販売台数がピークの時で200万台で、今年は170万台ぐらいに減少していますので、その影響がそのまま工場の売上と比例しています。

タイで工場経営をされていく中で、御社の強み・競争優位性はどこにあるとお考えですか？

まず1つ目の強みと考えているのは、日本と同等のクオリティを持った製品を、タイの価格で供給できることです。2つ目は意思決定のスピードが早いことです。組織化されて段階を踏むのではなく、あらゆる業務に社長である私が

携わってすぐに判断できるところが強みです。加えて、ここはローカルな会社ですが、日本人のお客様としっかりコミュニケーションを行うことができること、言葉ではなく心で通じ合う関係性を築けていることもあります。

今の強みが確立された背景には、どのような考え方や取り組みがあったのでしょうか？

部品加工については、最初から最後まで何でもこなせることが強みでもあります。だからこそ弱みを克服してよりクオリティの高い製品づくりができることが重要です。可能な限り品質にこだわり続けたことが、今ある信頼に繋がっていると思います。私は日本の自動車づくりに携わって長いのですが、最初は日本の自動車はクオリティが良くないと言われていました。しかし改善を続けた結果、今では最もクオリティが高いのが日本の自動車だと評価されるに至っています。この工場でも日本のプロダクションシステムを導入して品質の向上に努めてきました。従業員のマネジメントも、研修やOJTを通じて技術の向上に努めていますが、タイ人は「サバイサバイ」の志向が強くて楽観的になりすぎるところはありますね。

大切にされている理念や哲学は何ですか？

経営理念として「正直、思いやりがある、有能、儀理固い」を掲げて行動規範とし、大切にすべき優先順位は、お客様が1番、自分自身が2番、社会が3番、株主が4番だと考えています。自分の仕事に責任をもって、会社にも社会にも株主にも誠実に仕事を行うこと、道徳や秩序を守ることを意識しています。

今後に向けてはどのようなビジョンをお持ちですか？

今は自動車産業が私たちのフィールドですが、将来的にはこの自動車産業で培った技術を取り込み、さらに進化させて、飛行機の部品まで供給できるようにしたいです。

最後に、TAKAMAZの機械やサービス等について、どのようなところを評価して機械のご導入をいただいているのでしょうか？具体的な事例も含めて教えてください。

TAKAMAZの機械は他社と比べるとコンパクトでレイアウトしやすいところが導入の大きな理由です。今はTAKAMAZの機械を40台以上導入して工場を稼働していますが、問題が発生したりメンテ

ランスの相談をしたりする際にコミュニケーションがとてもスムーズです。現場での対応がとても良いです。この工場が将来に向けてさらに進化していくためにも、TAKAMAZとの連携をさらに深めて行きたいと考えています。

インタビューの最後に、TAKAMAZの機械を使って加工作業をされているご子息(P7写真左下)のお話も聞くことが出来ました。「TAKAMAZの機械は私がこの工場で働き始めた当初から使っています。TAKAMAZの機械はコンパクトで扱いやすい、メンテナンスがしやすい、リードタイムが短いという点を評価しています。新しい機械を導入した際もコンセプトが変わらないため、そのまま使えるのが良いですね」とのコトバをいただき、本当に嬉しいインタビューの締めとなりました。ありがとうございました。

【Siam Kochi Co., Ltd.】
148/9 Moo4 T. Bowin A. Sriracha Chonburi 20230
TEL.+66 38-057-525-6 FAX.+6638-057-527
代表者 / Mr.Thanaset T.
資本金 / 1,700万バート
従業員数 / 93名(2024年4月現在)
設立 / 2007年3月
事業内容 / 自動車用精密部品

SIAM KOCHI CORPORATION

北陸ものづくりの旅

— CRAFT CONSCIOUS —

美意識を解き放とう。いま水引は、空間の美を支配する。

金沢の街なかを流れる犀川のほとりで、

伝統的な工芸や文化の新たな挑戦がはじまっています。

石川の伝統工芸で知られる水引は、ファッション・アイテムに留まらず、

魅力的な空間演出のツールとなり、美術品を収蔵するためにあつた建築は、それ自体が美術品としての価値を持つものとしてミュージアム化されています。



自遊花人 水引ミュージアム

2023年4月にオープン。ランプシェードで彩られた幻想的な空間が体感できる水引のミュージアムです。隣接するショップでは、熟練の職人が一つ一つ丁寧に仕上げた繊細かつ温もりのある美しいデザイン水引が並べられています。



谷口吉郎・吉生記念 金沢建築館

建築・都市についてのミュージアムです。谷口吉郎氏の住まい跡地に、谷口吉生氏の設計により建設されました。



宝勝寺カフェ

寺町にあるガーデン&カフェ。約四百年の歴史ある本堂、禅画・墨蹟のアーティストでもあるご住職と、魅力満載です。



犀川大橋

縁起物としての水引は、結ぶことで幸運や祝福が訪れるとされ、祝儀の際に添えられるアイテムでした。その水引も金沢では、繊細な美しさとデザイン性を昇華させ、様々なシーンで用いられるようになっていきます。

「自遊花人 水引ミュージアム」はその名の通り水引が空間を見事に演出するアートミュージアムとして、見るものに驚きと感動を与えてくれます。

水引ミュージアムから川の流れに沿って犀川のほとりを歩くと、谷口吉郎・吉生記念 金沢建築館と出会います。建物の中には、迎賓館赤坂離宮和風別館

ゆうしんてい「游心亭」の広間と茶室が再現され、建築を見せる新しいスタイルのミュージアムとして、世界に発信しています。

さらに犀川を下れば、100年の歴史を持つ犀川大橋。川を挟んで金沢の中心街と町を守る寺町寺院群が金沢の街作りの歴史を伝えてくれます。いま金沢は、犀川のほとりに大注目。寺町のカフェで癒やされながら、新しい文化の息吹をしみじみと感じてください。

TAKAMAZ
高松機械工業株式会社

詳しい情報はこちらから ▶
<https://www.takamaz.co.jp>



本社・工場	〒924-8558 石川県白山市旭丘1-8 サービス受付専用ダイヤルイン 部品受付専用ダイヤルイン	TEL(076)207-6155 TEL(076)274-1400 TEL(076)274-1407 TEL(076)274-0123 TEL(076)274-1443 TEL(076)274-1448 TEL(076)274-2515 TEL(076)274-1442 TEL(048)521-8771 TEL(06)6395-3252 TEL(052)332-6801 TEL(053)456-2530 TEL(046)240-9820 TEL(022)784-1882 TEL(076)274-1405 TEL(0256)36-5560 TEL(082)568-7885	FAX(076)274-1418 FAX(076)274-1454 FAX(076)274-1454 FAX(076)274-8530 FAX(076)274-3170 FAX(076)274-1446 FAX(076)274-2516 FAX(076)274-1345 FAX(048)520-2189 FAX(06)6398-2430 FAX(052)332-6303 FAX(053)456-2531 FAX(046)240-9424 FAX(022)784-1883 FAX(076)274-8530 FAX(0256)36-5567 FAX(082)568-7886
あさひ工場	〒924-0004 石川県白山市旭丘4-13		
第2工場	〒924-0004 石川県白山市旭丘2-18		
第3工場	〒924-0004 石川県白山市旭丘2-18		
第4工場	〒924-0004 石川県白山市旭丘1-7		
開発センター	〒924-0838 石川県白山市八束橋3-3		
関東支店	〒360-0042 埼玉県熊谷市本町2丁目48番地(ユニバース熊谷ビル1F)		
大阪支店	〒532-0004 大阪府大阪市淀川区西宮原1-5-28(新大阪テラスサキ第3ビル2F)		
名古屋支店	〒460-0016 愛知県名古屋市中区橋2-1-12(橋AKビル2F)		
浜松営業所	〒430-0929 静岡県浜松市中央区中央3-15-1(EKビル6-D)		
厚木営業所	〒243-0018 神奈川県厚木市中町3丁目9番地15号(厚木JCビル101号室)		
東北営業所	〒981-1217 宮城県名取市美田園5丁目4-1(アルモニーバル101号室)		
北信越営業所(北越)	〒924-0004 石川県白山市旭丘4-13		
北信越営業所(信越)	〒955-0092 新潟県三条市須頃2丁目13番地(パークハイツ須頃1階102号室)		
広島営業所	〒732-0827 広島県広島市南区福荷町1番1号(ロイヤルタワー8F)		
海外拠点	アメリカ(シカゴ) ドイツ(ヒルデン) 中国(杭州) タイ(バンコク) インドネシア(タンブン プカシ) メキシコ(レオン) ベトナム(ホーチン)		

※このニュースに対するご要望・お問い合わせは編集委員会まで TEL(076)274-1408 FAX(076)274-8530