

木製品を通じてお客様に 豊かなライフスタイルを提供する

株式会社 タカハシ工芸



TAKAHASHI KOGEI CO.,LTD

株式会社 タカハシ工芸

マンションの据付家具を設計から生産・施工まで一貫対応している株式会社タカハシ工芸。“家具は家の中の具、味噌汁の具のように、家庭の味を豊かにするような商品・サービスを提供すること”をコンセプトに、マンション家具メーカーとして成長してきた。今回は、代表取締役の高橋賢氏に、創業の歴史から、現在の事業に至った経緯、業界初の試みなどを伺いました。

― 父の独立から始まった、 （株）タカハシ工芸の創業

当社は、1980年に父である高橋勝治が創業しました。父は元々、祖父が経営するタカハシ木工所で営業マンとして働いていました。木で作れるものであれば何でも営業をかけて仕事を取ってくる敏腕営業マンでした。現場の一つのものづくりに対する想いと、父のなんでも仕事を取ってくる想いとがすれ違い、父は独立を決断し当社を立ち上げました。

当初は、タカハシ木工所の一部を間貸りし、外注でOEMをしていました。順調に成長していったので、独立後間もなくして王寺町に自社工場を建て、移転しました。

王寺町に移転したときに、家具製品づくりの仕事始めることになりました。きっかけは、工場の近くでマンションの工事をしていた施工会社から当社の駐車場を貸してほしいと依頼があり、無料で貸す代わりに仕事をいただきたいと交渉したことが始まりでした。当時は、下駄箱などの小さく少量の仕事でしたが、これがきっかけで、当社が家具製品をつくり始めることになりました。

― リーマンショックによる方針転換

私が当社に入社したのは1998年です。入社した当時は、マンションの据付

家具の仕事始めて間もなかった頃でしたが、マンション以外に、病院、学校、店舗など、多岐にわたる物件関係の仕事をしており業績も順調でした。

しかし、2008年のリーマンショックにより、状況が一転します。色々なゼネコンに新規営業をかけていきましたが仕事をいただける状況ではなくなりました。また、このタイミングで現場のベテラン社員が多数辞め、ベテランに頼っていた難しい仕事もできなくなり、仕事を縮小せざるを得なくなりました。ここまで悪いことが重なると、いっそのこと仕事を取捨選択する時期になったんだと思い、店舗や施設の物件の仕事辞め、マンション家具の仕事一本にすることにしました。



同社が手掛けるマンション家具

当初は仕事がなく苦戦しましたが、地道な営業を積み重ね、中堅ゼネコンを中心に仕事をもらえる機会が増えていきました。中堅ゼネコンの仕事が増えたタイミングで大手ゼネコンの取り



株式会社 タカハシ工芸

代表取締役：高橋 賢 氏

本社：大阪府柏原市円明町1000-202

創業：1980年（昭和55年）9月

社員数：21名

事業内容：

- ・木製品の製造販売
- ・キッチンメーカー・什器メーカーからのOEM生産
- ・家具の設計から生産・施工管理





■ 社内の取り組み

同社では、定期的に社内勉強会を実施している。この取り組みにより、トップから社員同士の価値観の共有を行っている。
他に、月1度、一斉清掃を行い、3S活動を徹底的に行っている。



■ オリジナル商品 Wall Decoシリーズ

同社のオリジナル商品の「Wall Deco」シリーズお客様で組立ができ、かつ、ネジや釘を一切使わないため、使い勝手が良い製品。

「Wall Deco」シリーズには、リビング家具、寝室家具、本棚、シューズラックと豊富なラインナップをそろえている。

すべてにオプションパーツがあり、家の大きさ、収納物の高さによってアレンジができる。

引きはすべて辞退することになりました。社員が少ないということもありましたが、一番の要因は、一度に受ける負担が大きく、各社コスト競争になり、受注できて利益が全くないのでメリットがありませんでした。それならば、小さい仕事でもコツコツと積み重ねていくほうが当社には良いと考えました。この営業方針の転換は、結果的に功を奏したと思います。

満足や喜びを直接感じるできませんでした。どうしてもやらされ感があります。仕事を面白く、お客様の満足を感じるといことは、従業員の仕事のモチベーションに繋がると思います。

今はまだ、始めたばかりなので売り上げは少額ですが、この事業を売り上げの10%くらいまでは持っていきたいと考えています。

また、QRコードには、オプションパーツだけではなく、当社のオリジナル商品、リフォームサービスなど充実した情報を展開しているため、お客様に良いサービスを提供できていると自負しています。

— B to B企業からB to C企業へ

現在、当社は取引先がゼネコンですので、完全なB to B企業です。このまま、マンション物件を続けていくには、どこかで限界を迎えます。そのため、今のシェアを維持しながら、新たにB to C事業を始めなければいけません。そこで必要になるのがカスタマー向けのオリジナル商品です。B to C事業を始めるにあたりオリジナル商品を製作しました。それは、リフォーム用のオプションパーツです。施工後、扉の変更や壁面収納の棚の追加などは、職人が再度取り付けないといけません。しかし、当社の製品はお客様で組立ができる製品をつくりました。当社は、これを空間創造事業と言っています。

この事業のきっかけは、企業理念やビジョンを達成しようとする、下請けのままでは難しいと感じたからです。下請け企業でやっているとお客様の



同社が手掛けるリビング家具

— QRコードによる製品受注

マンションでは、施工が終わり人が住んだあとから棚板の追加、鏡の追加、オプションの追加というのは良くあります。この追加は、施工業者に連絡し製品の段取りなどに手間がかかります。当社は、製品にQRコードを付け、そこから発注できる仕組みをつくっているため、その手間を極力減らしています。



— 最後に

当社のビジョンは、家具メーカーになることです。日本の家具メーカーと言われると名前がパッと出てこないのが現状です。当社は、マンションの家具に特化したメーカーとして地位を確立したいです。

家具というのは、家の具と書きます。空間に家具が入ることで空間は非常に変わります。自分の持っているものがかっこよく飾る、自分の好きなもので囲まれた空間を創造できる、家具はこうした魅力があります。

家具の可能性を探求して、自社で市場をつくれるビジネスをしたいと思えます。

— 貴重なお話をいただき

誠にありがとうございました