「常に」社会に貢献する企業でありたい

社会の困りごとに対して好奇心をもってチャレンジする

株式会社　をくだ屋技研

1934年創業の株式会社をくだ屋技研は、ジャッキからハンドリフター分野への主力事業の転換を経て現在に至ります。お客様の成功を目指して、をくだ屋技研の5つの強み『製品力』『開発力』『営業力』『人材力』『改造力』を活かし、常に社会に貢献し続けています。今回は代表取締役社長の奥田智氏にお話しをうかがいました。

本社外観（堺市）

株式会社　をくだ屋技研

代表取締役社長：奥田　智 氏
本　　社：堺市美原区丹上263
創　　業：1934年（昭和9年）
従業員数：125名
　　グループ全体237名
事業内容：荷役運搬機械および環境機器製造販売
ＵＲＬ：http://www.opk.co.jp/

―ジャッキからハンドリフター分野への参入

当社は1934年に自動車用エアーポンプの開発・製造を行う、奥田鉄工所として創業しました。その後、1954年に株式会社をくだ屋技研として法人設立しました。その頃、当社のコア技術である油圧技術に目をつけた当時のお客様から依頼されて、日本で初めてハンドリフターを開発しました。

油圧ジャッキからハンドリフターへの主力事業の転換は非常に大きな決断でしたが、当時の経営者が「重いものを動かすという人が嫌がる仕事こそがこれからの日本に必要になっていく」と当社の理念を軸に決断し、油圧ポンプをベースとしたハンドリフトの分野に参入することを決めました。

―研究開発の取り組み『製品力』『営業力』

今後は少子高齢化やフードロス削減など「環境」が大きなキーワードとなる中、当社もハンドリフトの技術を応用して福祉や医療関係、食品業界へ様々な商品を展開しています。これらの多くはまだ開発段階ですが、どうすれば運び手が『楽に』『安全に』荷物を運べるかということを大前提として、現場での困ったに挑戦し続けています。

さらに、研究開発から製造、アフターケアまで一貫体制でお客様に対応できることが当社の強みの1つです。開発メンバーはお客様の現場に足を運び、使用環境や要望を聞き取りします。運搬はあくまでプロセスであり、ものを動かすという困りごとさえ解決すれば、お客様は自身の得意分野で本領を発揮できる。そのサポートをするために、会社発展の基礎ともなる研究開発に取り組んでいます。

―専用機の開発『開発力』『改造力』

標準の製品は、サイズが決まっているものを運ぶのには適していますが、ものづくりそのものに大きな変化や進化が起きている昨今、お客様それぞれに合わせた運搬方法が必要とされています。お客様が必要とする状況で安全に作業できるようなリフターとなると、既存の製品には存在していないスペックが求められます。それを当社では専用機と呼んでおり、すでにある製品をカスタマイズしながらお客様の

OKUDAYA BASE

2020年4月にショールームカフェOKUDAYA BASEを開設しました(左写真)。もとは製品の展示ルームだった場所が、打ち合わせスペース兼社員の憩いの場となって生まれ変わりました。これを起点として全社のフリーアドレス化のために環境づくりの研究をし、自分に合った働き方や外国の方の雇用を目指して取り組んでいます。

ガーデニングチームによる緑化（icoi=憩）
桃の収穫(中央写真)や屋外での打ち合わせ（右写真）、バーベキューも可能

困りごとを日々解決しています。

製造業をとりまく環境は目まぐるしく変化しており、既存の製品がいつ淘汰されるかわかりません。しかし、こうした製品開発を地道に続けていれば、専用機の中で需要が確立して次世代の規格となることもあります。時代やお客様のニーズに合わせて次世代の規格を作るためにも、改造品や専用機の開発には特に力を入れています。

第3回関西物流展【6/22~24開催】ブースの様子

―プロジェクトチームの活躍『人材力』

当社は創業以来、「人」を大切にし、社員のＱＯＬ（クオリティ・オブ・ライフ）の向上に努めています。仕事とそれ以外のバランスが取れて初めて企業の責任を果たせると考えています。その一環として定期的にモラールサーベイ（従業員満足度調査）を行い、規定を変更するなど、プロジェクトチームを作り、社内の改革に取り組んでいます。そのうちいくつかをご紹介させていただきます。

当社では2019年に定年年齢を65歳まで引き上げました。さらに65歳からは1年単位の更新制で70歳まで働ける環境を整えました。これは調査の結果、老後の資金を得るために退職後も働きたいと考えている人が多いことがわかったためです。最終的な目標はエイジフリーです。

エイジングの大切さを身近に触れる環境をつくりたいと考え、ユニフォームを変えるプロジェクトチームを作りました。私は企画に対して、あえて意見しないようにしています。チームで自発的に考え、企画を進めていく。こうしたチーム活動を通じてコミュニケーションや仕事の進め方を学び、共に成長していきたいという思いがあるからです。

企画は斬新なものでした。パンツは会社のロゴが刺繍されたLevisのデニムで、上着は冬用が4色、夏用は10色からカラーを選択できます。夏用のユニフォームはポロシャツです。10年前であればデニムを履いて仕事など考えられなかったでしょうが、多様性を柔軟に受け容れる社会になっています。また、デニムであれば生地が分厚く、安全性にも配慮ができます。ポロシャツや上着もカラーが選べますので社員の好みでコーディネートができ、そのまま出退勤する社員もいます。デニムは履くほど経年変化で味が出ているため、ベテランと若手では風合いが異なり、ベテラン社員のデニムが恰好良く見えたりもします。ベテランと若手が互いに価値を認めあって切磋琢磨してほしいと願っています。

―をくだ屋技研の役割

物流の大切さというのはこのコロナ禍で再確認されていますが、世界中で物流の課題は多くあります。今はロジスティクス4.0の時代と言われており、いわゆるAIやIoTなどソサイエティ5.0と連動して物の流れを予測も管理もできる状態を求められていますが、当社はロジスティクス2.0、荷役運搬が生まれた時代の、重いものを持ち上げて運ぶという人が嫌がる仕事を補助する役割を担っている会社だと思っています。今後も当社の役割をしっかり果たして、「常に」社会に貢献していきたいと思っています。

―貴重なお話をいただき、誠にありがとうございました。