

探求心をものづくりに実現し油圧機器部品で世界市場を席卷

株式会社タカコ 京都府相楽郡精華町

株式会社タカコは、昭和48年（1973年）、関西随一のものづくり力を誇る東大阪市で誕生した。

自動車部品メーカーのサラリーマンから転身した石崎義公^{よしとも}社長が、わずか3人の米国向け特殊工具メーカーとして出発し、「何故できないか」を徹底的に追及する研究開発力により、今や、高圧油圧ポンプの心臓部（アキシャルピストンポンプ）で、国内シェア80%、米国シェア90%のナンバーワン企業に成長した。そして、残りのシェアもユーザーが自社で内製化しているものであり、まさにオンリーワン企業でもある。

会社概要



会社名：株式会社タカコ
所在地：京都府相楽郡精華町
祝園西 1-32-5

電話：0774-95-3336

FAX：0774-95-3337

設立：昭和48年（1973年）

代表者：代表取締役社長 石崎 義公

資本金：2億3,495万円

従業員：275名(単独) 815名(連結)

事業：油圧機器製販、電子部品
チップマウンター・パーツカセット製販、メカトロ・FA機器製販、自動車部品、精密鍛造品、ステールボール溶接部品

URL：<http://www.takako-inc.com>



「本社・研究開発センター（精華町）」（上）
と「滋賀工場（甲賀市）」（下）

関西学研を拠点に油圧機器部品を世界展開

高圧油圧ポンプは、パワーショベルなどの建設機械、トラクターなどの農業機械、さらに航空機や船舶、自動車など、幅広い分野において不可欠な部品である。同社製品のユーザーには、国内の著名大手メーカーはもちろん、ボルボ、キャタピラー、ボーイング、ボッシュ、マンネスマンといった世界的な巨大企業が名を連ねる。

1990年には米国カンザス州に現地法人を設立、97年には滋賀工場に国内生産拠点を統合、そして、2003年、ベトナム工場を設立して3工場体制とし、関西文化学術研究都市の中心ともいえる精華町に、本社及び研究開発センターを移転した。

「人の縁」から画期的な開発へ

石崎社長は、サラリーマン時代から研究開発に没頭し、大阪大学やマサチューセッツ工科大学（MIT）とも交流があるなど、どちらかというどと学究肌であった。

実業の世界に飛び込み、創業後しばらくは、食べていくという現実問題から特殊工具の対米輸出を手がけていた。しかし社長の思いは、あくまで、誰もまねのできない新製品の研究開発である。

そのなか、米国で旧知の仲であった、オランダ屈指の工科大学であるアイントホーフエン大学の教授に再会し、アキシャルピストンポンプの「量産化」への挑戦を勧められ、開発に取り組んだことが今日に繋がることとなった。

人の縁の不思議さであるが、研究開発へのチャレンジ精神のたまものともいえる。

何故できないかを追及し最適の解を求める

アキシャルは、画期的な技術として原理も構造も学術的には解明されていた。しかし、形状が複



世界市場を席巻する同社の油圧機器部品

雑で微妙なパーツはミクロン単位の加工精度が求められ、まだ、量産に成功した企業はなかった。

「何故量産ができないのか」を繰り返し唱え、思考を解決できない部分に集中させることで、最も効率的な量産の工程設計を導き出した。

この工程設計の能力が最も重要で、製作のプロセスが解明されれば、後は、ものづくりの街、東大阪に分厚く集積された「匠の技」で分業すれば量産も可能となった。

海外で認められ国内へ

しかし、量産にめどが立っても、創業間もない従業員3人の会社には、企業規模や名声を重要視する国内企業からの受注は難しかった。

そこで、当時としては社運を賭けた金額を投じ、世界最大の工業製品展示会であるドイツの「ハノーバーメッセ」に出展。京都で買った日本人形を飾ると来場者の目を引き、欧米の超大手企業へのプレゼンテーションまでこぎつけた。

欧米企業には、ものづくりの基本であるQCD（品質・コスト・納期）さえきちんとできれば、会社の規模等を問題にしない徹底した合理主義があり、早速ボルボから受注を獲得できた。

続いて、米国キャピラー社やボーイング社等で取引の口座開設が相次ぎ、世界市場での認知が進んでいった。そして、海外での評価を受けて、日本企業にも取引が拡大し、まさに、逆輸入の形で国内でも販路拡大が続いた。

「匠の技」を追及し生産設備を自社開発

同社発展の基盤となったのは、不断の研究開発による工程設計能力と、まねのできない「匠の技」といえる。しかし、同社が世界規模に発展を遂げた大きな要因は、「匠の技」を追及した量産設備を自社開発していることであろう。

ライン設備は自社で設計する。マザーマシンこそ工作機械メーカーから購入するが、実際に作業を行うアプリケーション部は自社製である。

普通の設備機器で生産ラインを構築しても、技術的には他社を凌駕することはできない。そのため、自社でだれにもまねのできない設備を製作するのである。そして、自社設備を開発する中で、チップマウンター等のメカトロFA機器を始めとした新しい成長商品分野も誕生した。

また、その自社開発の設備機器は、100%を外部依存することにリスクを感じるユーザー自身の内製化にも提供される。同業のライバルが存在しないオンリーワン企業といわれる所以である。

宿題解決型企业として常に挑む

石崎社長は自社を「宿題解決企業」としている。顧客から投げかけられる宿題、すなわちニーズに、提案で確実に応えるキャッチボールを重視する。

そのため、全世界に向けての販売は、全て商社を経由しない直販体制である。

技術がますます複雑になり、直接的な対応は不可欠となっている面もある。コンパクト化、高圧化、高回転化、耐久性への要求は年々上昇し、技術的な顧客対応も日々高度化している。

そのなか、現技術は来年には通用しないという危機感を持ち、常に、次の開発をやっていくという積極的な発想が社内風土となっている。

現在、日本では産業の空洞化が問題視されているが、このような、他国・他社にまねのできない技術の開発こそが、日本が勝ち残っていく原動力といえよう。
(山城、武村)