



## 精密加工企業の組織化で日本のものでづくりを守る

ゼネラルプロダクション株式会社 京都府相楽郡精華町

平成 22 年 9 月、関西文化学術研究都市「けいはんなプラザ」ラボ棟において創業した「ゼネラルプロダクション株式会社」は、高度な加工技術を持つ中堅・中小企業、特に、単工程でトップレベルにある企業をまとめ、最高品質の完成部品やユニットを世界市場に販売することを目指す。

今、ものづくり拠点が人件費の安い中国や東南アジア等、海外に流出するなか、日本の競争力の原点である国内の技術力が衰退、あるいは流出の危機にある。

そこに危機感を抱き、本事業を立ち上げたのは、ものづくりの集積地東大阪で油圧ポンプ精密部品の世界的メーカー「株式会社タカコ」を一代で築き上げた石崎義公氏である。

### 会社概要



会社名：ゼネラルプロダクション株式会社  
本社：京都府相楽郡精華町光台 1-7  
けいはんなプラザラボ棟 9 階  
電話：0774-95-5030  
FAX：0774-95-5058  
設立：2010 年（平成 22 年）9 月  
代表者：代表取締役 石崎 義公  
資本金：1 億円  
従業員：7 名  
事業：精密機械部品の製造・販売  
URL：<http://www.generalproduction.jp/>



関西学研都市「けいはんなプラザ」ラボ棟の本社

### 日本の精密加工技術を守る

ゼネラルプロダクション命名の由来は、建設に関する多くの工程をまとめ上げ完成までを管理する大手建設請負会社をゼネコン（ゼネラルコントラクター）と呼ぶのに対し、同社は、ものづくり（プロダクション）を受注し、単工程専門企業をまとめ上げ製造管理すること、つまり「元請け」を目指すことにある。

同社が主な活動分野としている、鋳造、鍛造、プレス、成型、加工、メッキ、熱処理等々の分野では、単工程に特化した企業が多く、職人技によるトップレベルの技術を持つが、その高度さ故にどの企業からも頼られることから、いわゆる下請け系列に属さず独立的な位置づけにあった。

単工程専門のメーカーが多数立地するのは世界的にみて日本独特のもので、部品メーカーでは約 3 分の 1 に上るのではないかといわれる。そのため、最終製品メーカーが続々と生産拠点の海外移転を進める中、完成部品の生産工程を管理する機能が国内から失われ、単工程に特化した精密加工各社が取り残されてしまうこととなった。つまり、工程の一部しかできないため、完成部品を求めるユーザーに対応できないのである。

ただ、単工程の企業が共同で受発注しようとする動きは、これまでも諸所でみられた。しかし、量産を目指す場合、受注から完成部品に至る工程の管理やその間の資金の調達の難しさ、さらには、誰が Q C D（品質・コスト・納期）に責任を持つかがあいまいという点が要因となって、少量の試作品製作を除き成功した事例は稀である。

その点を解決すべき事業モデルを掲げて立ち上がったのが同社である。1 社では限界のある単工程企業をまとめ上げ、受注から完成部品までの工程管理を行い、加工賃は各工程ごとに同社が支払

うことで問題解決を図る。そして、自社では、オフィスと品質検査室、配送センターしか持たない。



同社の目指す製品群（同社パンフレットより）

#### 対象顧客業界と技術

- 産業機械（工作機械・成形機・実装機 他）
- 農業機械（トラクター・コンバイン 他）
- 建設機械（パワーショベル・特装車 他）
- 自動車部品
- 船舶・航空機
- 各種精密機械・金型の設計、開発、試作、量産
- 技術集約し、難易度の高い高精密品や重要保安部品の量産を行う
- 日本の得意とする、特殊鋼と表面処理を軸とした部品を主に取り扱う

### 全工程の管理の難しさ

工程管理において、例えば、熱処理を行う工程が間に入るとすれば、熱による歪みを計算に入れた設計が必要になる。これは、全行程を把握していないことには管理が不可能であり、全工程を技術別に分解する能力が求められる。かつては、最終製品メーカーや大手完成部品メーカーが、外注管理の能力を持っていたが、合理化により徐々に減少し、さらに、生産拠点が海外に流出する中、日本ではその能力が失われつつある。

また、商社では販売はできても技術者が不在なため、工程管理ができない。同社が目指すものは、単工程の部品を売るのではなく、完成部品を作り上げ、完成製品メーカー、セットメーカーに販売することである。

現在約 90 社が同社の事業に参画しており、当面の目標としては 150 社を目指す。そして、5 年後には、売上高 30 億円、経常利益 3 億円、さらには株式上場を視野に入れている。

### 成長する海外市場を目指す

同社が目指す市場は、成長著しい海外市場である。一方、国内の市場は、各社の自力による開拓に任せる。国内のメーカーは、生産工程へのカンバン方式導入が進んでおり、必要な部品を必要な量だけ時間指定で納入するには、各社単独の取引に任せる方が合理的である。

また、創業者である石崎社長自らが率いてきた株式会社タカコは、海外市場で認められたことが、今日の発展の起点となったが、これまでの納入実績などにとらわれず、純粋に製品の品質を見極める海外のユーザーの合理性を見込んだ面もある。

### 日本の伝統を守り世界 No.1 であり続けるために

また、事業として継続するため、あくまで量産品にこだわる。単発製品の受注ではなく、大量、あるいは継続的取引が見込める取引の開拓である。

日本の製品の優秀さは世界各国が認める所であり、性能を左右する重要部品（キーパーツ）はメイドインジャパンが欲しがられている。日本製は量産化を見越して設計しているため、問題が起こりにくいといわれており、これは、職人技により営々と築き上げられた日本のものづくりが持つ競争力の原点ともいえる。

しかし、単工程メーカーが多いため、海外からの発注が難しいことがネックとなっていた。

今、同社が行う、単工程企業をまとめ上げて完成部品を作る総合プロデュースともいえる事業は、日本で初めての試みであり、技術衰退、技術流出に危機感を抱く国、地方の行政機関及び J E T R O（日本貿易振興機構）等々、多方面からも期待が高く協力機関として名を連ねている。

昨年 9 月の創業以来、国内からはいくつかの引き合いが入ってきているが、目標とする海外市場開拓のため、海外各地の著名な国際見本市への出展も予定しており、将来に渡り「ものづくり日本」の伝統を守り、世界ナンバーワンであり続けるための牽引役としての期待がかかる。（山城 満、岡本 忠）