

かいぎしよ

6 June
2013/No.648

月報

KAWASAKI



4p

トップの部屋

カスタムメイドの自動串刺し機を開発 卓上タイプで他社との違いを打ち出す

ヒロキ産業株式会社 代表取締役 柘田 基弘 氏

2p 川崎商工会議所 1号議員選挙日程決まる

18p 会議所情報

28p 音楽情報 MUZA ランチタイムコンサート&ナイトコンサート／6月12日(水)

29p シネマ情報 奇跡のリンゴ／6月8日(土)公開



トップの部屋

第15話

らくさし君

川崎ものづくりブランド認定 自動くしさし機



カスタムメイドの自動串刺し機を開発 卓上タイプで他社との違いを打ち出す

梶田 基弘 氏
(Masuda Motohiro)

ヒロキ産業株式会社 代表取締役

自動車部品・精密機械の金属部品加工から出発したヒロキ産業(中原区)は、1965年の創業です。長年培ってきた金型・プレス加工技術を生かし、焼き鳥や串焼きの串刺し作業を機械で自動にできる「らくさし君」を開発し、2006年に販売を開始しました。カスタムメイドの卓上タイプに特化した商品開発で他社との違いを打ち出し、全国の飲食店(焼き鳥屋や居酒屋)のみならず、串刺し業を兼ねる精肉店や問屋からも引き合いがあります。「らくさし君」は、「川崎ものづくりブランド」にも2012年に認定されました。「地元飲食店の皆さんのプラスになる事業を、これからも展開していきたい」と梶田基弘社長は意気込んでいます。

友 人の話が開発のきっかけに

—会社の沿革を伺います。

柁田 父で創業者の柁田治夫が東京都大田区で会社を起しました。川崎に移転したのは、1982年です。一代で会社を立ち上げた父の背中を見ながら育ち、大学在学中に入社しました。

—なぜ、自動串刺し機を開発することになったのですか。

柁田 友人が飲食店の開業を目指していたのですが、仕事の話をする中で、「串刺しの作業がとても大変だ」ということを何度も耳にしました。当時、大型工場向けの串刺し機はありましたが、小規模の飲食店・小売店向けの機械はありませんでした。友人の話を知りにつれ、そんなに大変ならば、機械を作ってみようと思い立ちました。

—開発は大変でしたか。

柁田 機械の仕組みを考える段階から試行錯誤の連続でした。特に、“真っすぐに刺す”という点に最も苦労しました。というのも、焼き鳥に使う鶏肉の状態はその都度違います。状態が一定しない中で、“常に真っすぐに中心に刺す”という点が開発のポイントでした。



焼き鳥や串刺しは、それぞれお店によって“持ち味”があるのです。鶏肉をカットする大きさや、使う串の長さなど個性がある。千差万別なのです。そうしたお店の“持ち味”を機械でも同じように再現できなくてはなりません。しかも、手で刺すより速くなくてはいけません。全国に営業を行う中で、さまざまな方の串刺し作業を見させていただき、「串刺しには“技術”がある」ということが分かりました。その技術を機械に盛り込まなくてはなりません。規格品の機械ではなく、カスタムメイドの必要性を感じました。

全 国各地で地域性がある焼き鳥

—どういう仕組みなのですか。

柁田 専用トレーにカットした肉を1本分ずつ置き、串を機械にセットします。そして、手動で上ぶたをかぶせると、串が刺さる仕組みです。これまで培ってきた金型技術と金属部品加工技術を生かし、トレーや上ぶたの形状をそれぞれ工夫することで、カスタムメイドを可能にしました。

—焼き鳥、串刺しは地域性があるのですか。

柁田 焼き鳥も全国各地で地域性があります。例えば、北海道や九州方面では、「ねぎま」のネギといえばタマネギであることが多い。関東は長ネギですよね。沖縄の特徴は、鶏肉の大きさが関東の倍くらいあります。串も長い。そうしたお店ごとの違いを機械でも出せるよう、ステップアップさせていく技術が必要でした。お客さまの要望に合わせないと、意味がありませんから。

—一串に刺すものなら、何でも対応できるのでしょうか。

柁田 手で刺しているものなら、対応可能です。これまでに、鶏肉や野菜だけでなく、イカやベーコンなどを串刺しにする注文もありました。行楽地向けのバーベキューサイズもあり、その時は串が30センチもありました。これらも、私どもの卓上タイプの機械で串刺しが可能です。

小 規模店で扱える卓上型に特化

—「らくさし君」は何タイプあるのですか。

柁田 現在、4タイプあります。1本刺しは2タイプあり、4～5人で作業するタイプと1人で作業するタイプ。それと2本刺しと3本刺しがあります。2本刺しと3本刺しはそれぞれ、同時に2本、3本と刺せます。小規模店で扱える卓上型に特化しているので、1本刺しの1人作業タイプなら、重さは15～20キロくらい。移動も操作も簡単です。女性でも楽に作業できます。「たくさん刺せる」ということだけでなく、「作業が楽である」ということも、開発の重要なポイントにできました。価格も抑えており、同様の機械でしたら業界では最安値だと思います。

—卓上タイプだと作業効率はどうなのですか。

柁田 他社の大型機械ですと、10人がかりで1時間当たり2,000本ほど刺せます。すると、1人当たり200本刺す



計算ですよ。 「らくさし君」の1人作業タイプでも同じ本数の串が刺せます。大型機械を1台買う場合と「らくさし君」を10台買う場合では、価格にそれほど差異はありません。1台の大型機械ですと、一度に1種類しか刺せません。しかし、「らくさし君」が10台あれば、5台は「もも」を、別の5台は「ねぎま」を刺せるなど、小回りが利くのも特長です。

作業現場の動画も公開

—営業チャンネルはどうしているのですか。

榎田 今は直販で対面販売をしています。なぜなら、「ただ売れば良い」とは考えていないからです。右肩上がりでコツコツやっていたら良いと考えています。ヨーロッパの日本料理店など海外からの引き合いもありますが、コスト面などから海外への展開は慎重に考えています。しかし、日本料理が世界各地に広がっていることもあり、近い将来、海外への販売も行っていくことになるでしょう。

—遠隔地での商談は大変ですね。

榎田 行き来すると、お互いにコストがかかりますので、まずは焼き鳥や串刺しのサンプルを送ってもらい、仕様を検証して見積もりを出します。先方の了承を得てから機械の試作をし、その試作機で実際に刺したサンプルを送りま

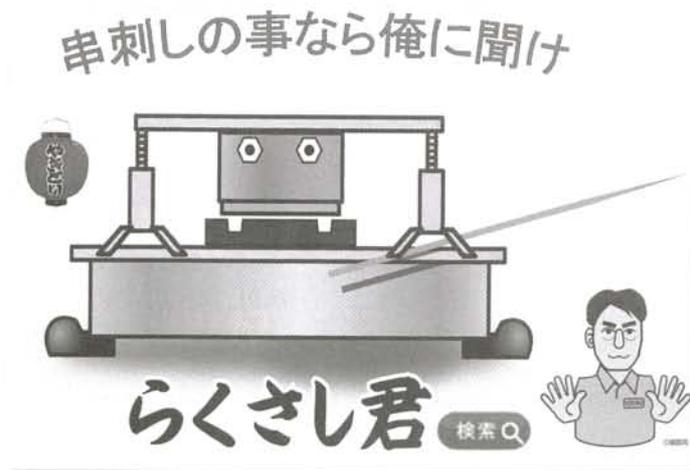


す。今年からは、作業風景を撮影したDVDも送っています。動画を見てもらうことで、成約率も高くなりました。動画はホームページやYouTubeでも公開していますので、どうぞご覧ください。

飲食店などの開業支援も

—事業として飲食事業などの独立開業支援も行っていますね。

榎田 「らくさし君」を販売する中で、定年退職された方が、「第二の人生として飲食店や焼き鳥店などの小規模店を仲間でありたい」という相談が多く寄せられるようになりました。そこで、事業を立ち上げる際の法的な申請の仕方やお店の内装などの開業支援も行うようになりました。コンサルタントとアドバイスの中間のような支援ですね。



—住宅設備工事・増改築も事業の1つになっているのは、そうした経緯からですか。

榎田 そうです。開業支援をすると、当然、設備関係の相談もあります。そこで、メーカーなどのショールームで展示され、その後廃棄されていた「アウトレット建材」に着目しました。アウトレット建材を仕入れる仕組みを作り、安価に設備工事ができるようにしました。住宅設備工事・増改築は、提携店を募って展開しています。こうしたアウトレッ



ト建材は、一点ものにはなってしまいましたが、意外に需要が多いことが分かりました。

地 元でモデル店を

— 今後はどういった事業展開を目指していますか。

柘田 地元川崎で、モデル店の展開を目指しています。店頭で焼き鳥や串刺しの作業を実演し、お客さまに見てもらおう形の飲食店です。よく手打ちうどんやそばの店頭実演が



ありますよね。それと同じ感覚です。本社内にも串刺し作業のデモンストレーションが見られる場所を作りましたが、店頭なら、もっと気軽に多くの人に見てもらえますからね。そして、お客さまが自分で刺し、自分で焼いて食べられるスタイルを考えています。自分で刺したら楽しいし、よりおいしいですね。

— とてもユニークなアイデアですね。

柘田 ないものを生み出すのが、好きなのです。グローバル化により、これまで日本の産業を支えてきた建設業と自動車産業の2大産業の裾野の仕事が非常に厳しい時代です。そこを生き抜いていくためには、海外進出をするか、需要のある違う分野に進出するしかありません。そうした意味で、自社製品の開発はずっと視野に入れてきました。今までは金属部品加工をメインにしてきて、なかなか先が見えない部分もありましたが、この自動串刺し機を開発したことで、ビジネスが広がりつつあります。肉のカット機や自動焼き機など、一連の商品も開発視野に入れていきます。これからは一緒に仕事をしてくれる、若い人材も募集していきたいと考えています。

人 と人とのつながり大切に

— 「川崎ものづくりブランド」にも「らくさし君」が認定されましたね。

柘田 「川崎ものづくりブランド」に認定され、「地元の活性化に役立つような取り組みをしていきたい」と、より考えるようになりました。若いころは異業種交流にも積極的に取り組んでいたこともあり、そのころからの人とのつながりが、今の仕事にも生きているように思います。人と人とのつながりを大切にしながら、地元飲食店の皆さんのプラスになるような事業を展開していきたいです。

— 本日はお忙しい中、ありがとうございました。

ヒロキ産業株式会社
中原区宮内1-23-10
電話：044(788)1321

profile

柘田 基弘 氏 (ますだ・もとひろ)

1966年4月生まれ。東京都大田区出身。
1987年、ヒロキ産業に入社。
1997年、専務に就任。
2000年、代表取締役役に就任。
趣味はスポーツ観戦。