

こんな時期だからオンライン鼎談 感染防止に立ち向かうものづくり企業



株式会社マツダ紙工業
代表取締役社長 松田 和人氏



株式会社エーディーエフ
代表取締役 島本 敏氏



株式会社渡辺製作所
取締役 渡辺 安雄氏

世界的な感染拡大を続ける新型コロナウイルス感染症（COVID-19）は、ものづくり企業へもはかり知れない影響を与えた。ものづくりの現場ではコロナとつきあひながら、あるいはパンデミックが終息したあとも見据えて、どのような戦略を立てて前へ進むべきか考えていかなければならない。

今回登場していただいたのは、多くの企業が大きな変化と逆境に立たされたなか、いち早く自社の技術力を活かして、時代が求める製品を提供した経営者のみなさま。各社はコロナ禍で支障をきたしている業務や社員の働き方、営業の不安やリスクにどのような対応を取ったのか。そこには未曾有のパンデミックと折り合いをつけながら生産・営業活動を継続する「ウィズコロナ」「アフターコロナ」時代の製造業の姿があった。

先行き不安なコロナ時代のものづくり。 経営者はどう対応したのか。

松田 今回のコロナ禍で、みなさんの会社にも影響はあったと思いますが、社内ではどのように対策されていきましたか？

島本 ありがたいことに、現在まで「仕事がないので休業」という状態は一度もなく、時短もおこなっていないです。



松田 それはすごいね。

島本 社内対策としては自分たちで安全策を考え、感染リスクを軽減させながら、来訪者にも安心してもらえる環境づくりを真っ先に手がけました。体温計も購入して全社員が毎朝測って記録するだけでなく、来訪者にも検温に協力してもらうよう努めました。食堂は二交代制利用にし、間仕切りもつくって密にならないように。これは社員が主体的に準備してくれたんですよ。会社としては、身内にコロナ患者が発生した場合の対応などを盛り込んだガイドラインを作成し、社内には貼り出しました。

渡辺 スピード感を持って取り組まれたのですね、うちもエーディーエフさんと同じように基本的な対応はしています。また業務に関していうと、得意先に営業へ行けないのが大きいので、リモートで営業活動ができるように工夫をしています。



ダンボールでつくられた、飛沫感染対策のデスク用スライド式ボード。近畿大学の図書館や東大阪市保健所でも使用されている
●株式会社マツダ紙工業



松田 ものづくりは休めないから、うちも皆さん同様にまずはマスク着用、手洗い、うがいなどのコロナ対応は徹底して、体温も出勤後に計測して書き出すようにしました。それと出勤時間も時差出勤、仕事がないときは早く帰ってもらえるように工夫して。社内感染を防ぐためにいち早くデスク用スライド式ボードを開発して、まずは自社で活用するなど、とにかくできることはすべてやりましたね。

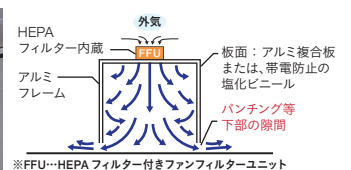
渡辺 事業に関してはいかがですか？ うち3月以降、前年に比べて大きく売上が落ちました。みなさんの会社ではどういう状況でしたか？

松田 3月は2〜3割減ですね。主力製品のリピートの注文がなくなったのが原因。うちでは女性向けの化粧品用の箱を多く製造しています。これまでは「化粧品は不況時でも売上に影響がない」といわれ、不況に強い商品とされてきましたが、今回は違いました。マスクを使用することで、化粧品の販売数が大きく落ち込んだんです。

島本 うちも3月は下がりました。まわりからは「クリーンルームをつくっているから注文殺到じゃないか」と思われているみたいですけど、全然そんなことはなくて。クリーンルームって設備投資じゃないですか。どの企業もこんな先行き不透明な状態で、投資なんかできないわけですよ。

松田 ああ、たしかに。この時期に投資するのは怖い。

飛沫防止ブースは、殺菌・酵素フィルタを用いた清浄度の高い空間を簡単に組み立て設置でき、感染による不安を軽減する（左）HEPAフィルタがホコリを除去する簡易クリーンルーム。（右）置くだけで囲いとフタができる物流ボックス（右下）
●株式会社エーディーエフ



島本 そうでしょ。例年だと年商の4割を占めていた部門なのですが、これが1割程度にとどまってしまった。結果、3月は30%以上売上が落ちたのですが、4月以降は保管庫にもなる物流ボックスという製品が予想以上に売れたので、例年と同じくらい上回るくらいまでなんとか取り戻しています。

渡辺 今後のクリーンルームの見通しはどんな感じですか？

島本 これからは徐々に設備投資も復活するんじゃないかと思っています。それとマスク製造に新規参入される企業向けに、DMを送ってこうと考えていて。ほかにも過去に購入いただいた顧客へのメンテナンスの強化とか。このあと話題になると思うのですが、飛沫感染防止対策のフィルターを介したクリーンルームに改良・改善という後付パーツの提案も展開予定です。新たな需要を開拓したり、新たな要素をプラスするという提案で伸ばしていけるのではと考えます。

渡辺 経営に関していうと、当社は厚生労働省の雇用調整助成金を申請したのですが、支援金や融資制度などは活用されましたか？

島本 3月に30%以上売上が落ちた時に、保証付き融資「新型コロナ対策資金」などの融資を受けました。4月以降は先ほどお話ししたような感じなので、今のところ1円も手を付けていませんが、先手を打って万が一の状態に備えました。今後の売り上げ次第では、持続化給付金も申請するかもしれません。

逆境に負けないものづくりが 社員のモチベーションを上げる。

島本 さきほどクリーンルームの話でしたが、この製品のパーツで帯電防止塩ビシートというものが、うちも多くの在庫を抱えています。当時有名なオンラインショップでは、間仕切りが軒並み売り切れになっていたのを、これを使って「飛沫感染防止卓上パネルパーテーションをつくらう」と、社員が発案してくれたんですよ。企画からすぐ製作にかかって、2日でオンラインショップを立ち上げました。

渡辺 これは売れたんじゃないですか。