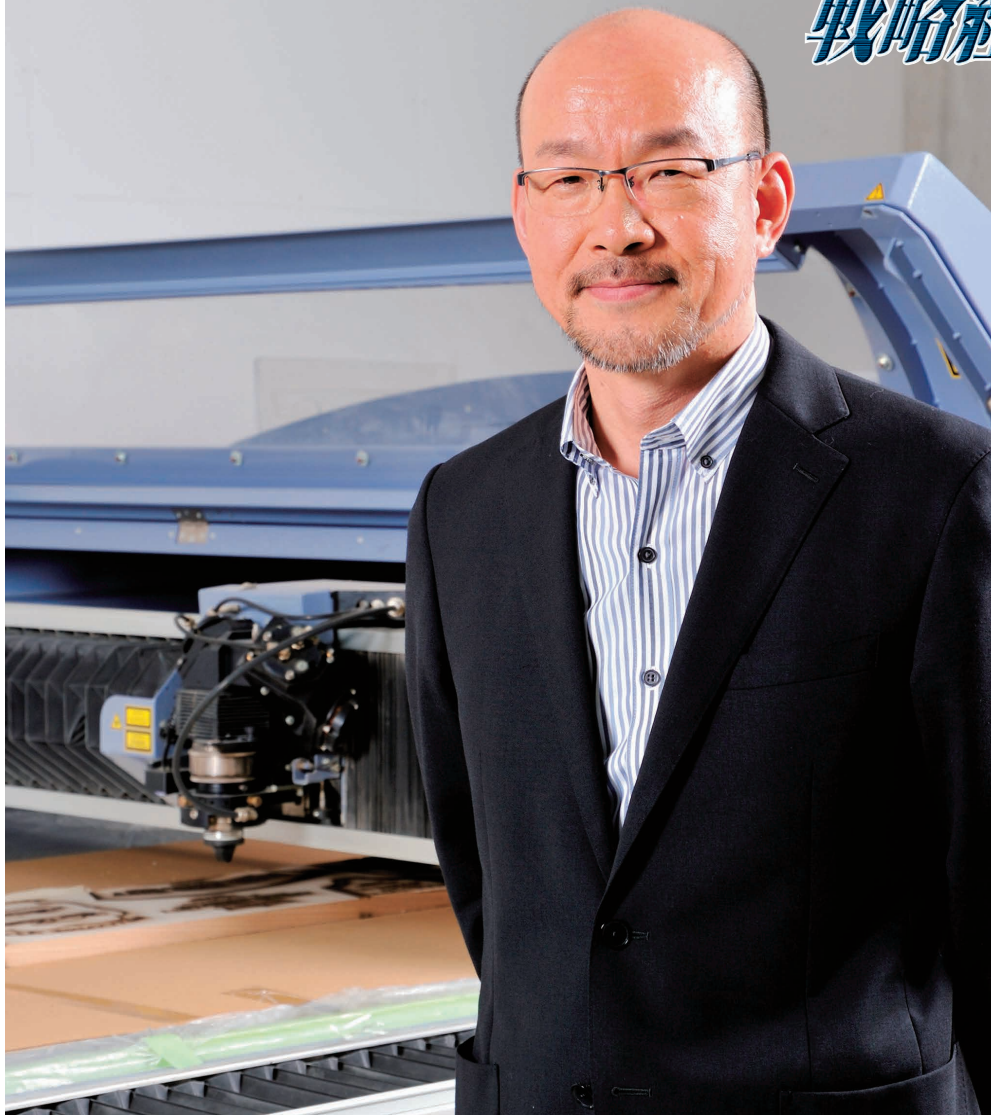




五十嵐晃治

koji igarashi

©「コムネット」

ソフトとハード両面に強み持つ レーザー加工機販売のトップ企業

ものづくりの世界に革命的な変革をもたらすといわれている工作機械の一つが、レーザー加工機だ。コムネットは、そのレーザー加工機を日本で累計2000台以上売ってきたトップ企業である。国内初の会員制工場立ち上げを計画するなど時代の先端をひた走る五十嵐晃治社長(55)の経営戦略に迫った。

神戸すまいまちづくり公社が運営する神戸国際ビジネスセンター。その2階、組み立て・製造工場、倉庫機能を備える「WAM」と呼ばれるスペースの一角に、コムネットの作業場がある。所狭しと並んでいるレーザー加工機を前に、五十嵐社長はこう語り始めた。

「レーザー加工機は、レーザー光線で対象物を切断したり彫刻したりする加工機のことをいいますが、大きく分けて①切る②表面を焦がす「マリーキング」③深く掘る——という三つの機能を持っています。加工できる素材はゴムや木材、紙、服の生地など多岐にわたります」

木材をカットするノコギリのような使い方もできるし、極めて微細な装飾用の模様を紙に施すことも朝飯前だ。印章店で販売されているゴムの住所印も主にレーザー加工機によって印字され、ユニフォームへのネ

◎プロフィール

いがらし・こうじ ●1958年福島県出身。専修大学卒業後、CAD開発・カッティングプロッター販売会社に就職、営業職に従事する。31歳で独立を果たし、コムネットを設立する。趣味は釣りや日曜大工。

ーム入れにもこの機械は欠かせない。「マーキング」と呼ばれる加工法で生地を焼き切るため、糸にほつれが出ないからである。

「ここに来てこの機械の裾野はどんどん広がってきました。お客さまの関心も非常に高く、最近では、『こんな素材があるんだけどお宅の機械で加工できるか』という電話での問い合わせがあつて商談がスタートする、という営業スタイルが多くなっています」(五十嵐社長)

メーカーと独占販売権締結

同社が販売する機械は、ほとんどすべて海外製品を輸入したもの。日本メーカーは大規模工場向け的大型製品を主に手掛けており、同社がターゲットとするニッチ産業向け製品は海外から仕入れる必要があるためだ。価格帯は1台300〜500万円がスタンダードだという。

「メインは台湾のGCCというメーカーの商品で、総発売元として独占契約を締結しました。同社はパーソナルレーザー加工機メーカーとしては世界第2位の企業です。それからイタリアのSEI。ここはレーベルをダイカットレスで高速カットするなど特殊な用途に使う加工機を得意としているメーカー。さらに世界でも数社しかないガラスの中に彫刻で

きる3Dレーザーを製造している中国のメーカーとも契約を結んでいます」(五十嵐社長)

同じように海外製品を輸入販売する競合他社は存在するが、同社は輸入元すべてと独占販売権を締結する戦略をとることで競争優位に立った。独占販売権を得たことで、複数の販社との間で価格のたたき合いになることを回避したのである。

「安い商品が流れて代理店の利益がとれず、『機械はいいけど対応が悪すぎる』と苦情が出るほどアフターサービスがないがしろになっている会社もありました。当社では独占販売権を得ることでそうした状況に陥ることなく事業を展開することができたのです」

専門業者向けの機材販売会社を地域ごとに販売代理店に指定、販売網も着実に構築してきた。さらにアフ

ターサービスの充実も図り、保守メンテナンスとインストラクター専従に9人、電話サポート窓口には常駐で2人のスタッフを配置した。「これだけの保守人員をそろえている同業他社はまずない」(五十嵐社長)という陣容は顧客に安心感を与え、コムネットのブランド価値を高める一助となったのである。その結果同社は、ついに非量産向けのパーソナルレーザー加工機販売で国内シェアトップを獲得するに至った。

トータルなものづくり支援

今では機材販売が事業の8割を占める同社だが、もともとはコンピュータによる設計支援ソフト、いわゆるCADソフトの開発会社としてスタートした。五十嵐社長はその経緯についてこう説明する。

「汎用CADとは一線を画す、業界

に特化した専門CADをご提供してきました。たとえば墓石に刻まれている『〇〇家の墓』という文字をデザインしているのは実はコンピュータ。これを石材屋さんが転写してサンドブラストという手法で彫っていくのですが、当社が開発したCADはその墓石の文字をデザインする分野で高いシェアを誇っています。このほかサイン・アンド・ディスプレイ製造(看板業界)や板紙、段ボール製造で必要な包装設計向けなどのニッチ分野で多くのお客さまに使っていただいていますね」

業界に特化した機能や用語を盛り込んだ専用CADの開発に専念していた同社だが、次第にその後工程まで手掛けるようになる。CADで設計したデザインは、当然何らかの形でアウトプットしなければならぬからだ。たとえば車のボディに貼るカッティングシートの設計をした場合、その設計通りにシートを切って加工する機械が必要になる。顧客の利便性を考慮すれば、実際の加工工程にまでビジネスの手を広げ、一気通貫の体制を整えることにしたのは必然だった。

「上流から下流までお客さまのものづくりをトータルで支援することに力を入れました。たとえば段ボール業界では試作箱というものを作りま



(上) 最も販売台数の多い台湾製のレーザー加工機
(下) 紙に微細な加工を施す特殊製品も取りそろえる

会社概要 コムネット株式会社

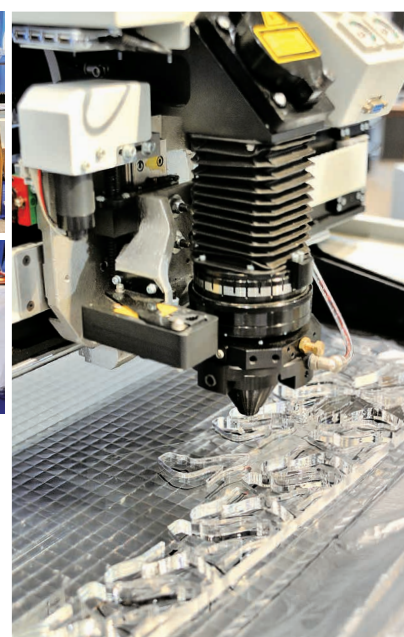
- 業 種 レーザー装置の輸入販売保守、アプリケーションソフトウェア・CAD 開発および販売など
- 所在地 兵庫県神戸市中央区港島南町5-5-2
神戸国際ビジネスセンター6F/2F
- TEL 078-304-7760
- 売上高 12億円
- 社員数 56名(パート含む)
- URL <http://www.comnet-network.co.jp/>

す。これは強度計算後に実際に落下試験を行うものですが、その箱を作るためには、金属の刃で対象物を切断するカッティングプロッターという機械が必要です。そのカッティングプロッターを当社で販売できるようにしたのです」(五十嵐社長)

カッティングプロッターは、石材業界のみならず看板業界や段ボール業界でも必要不可欠なもの。こうして同社はCADソフトと機材販売とともに展開する事業スタイルを確立したのである。カッティングプロッターに置き換わって次第にレーザー加工機が普及しはじめてからは、その戦略にますます磨きがかかった。五十嵐社長はこう胸を張る。

「ソフトが理解できるレーザー加工機の輸入販売業者は、当社をのぞいて業界にはほぼ存在しません。ソフトとハード両面でお客さまのニーズにお応えできるのが、わが社の一番の強みといえるでしょう」

もちろん現在でもCADソフト事業は健在だ。たとえば包装設計向けでは中規模以上の段ボール・紙器会社のおよそ3分の1のシェアを握っているし、画



6月に大阪南港ATCホールであった「SIGN EXPO 2013 第28回広告資機材見本市」に出展。レーザー加工への関心の高さから、想定を上回る多くの来場客がブースに立ち寄ったという

像編集ソフト「Adobe Illustrator (アドビイラストレーター)」用プラグインソフトの開発では唯一無二の存在になっている。9月には、見積もり積算や図面管理、作業指示書の作成などがワンストップで行える看板業界向けASPソフトをリリースする予定だという。

日本初の会員制工房

ソフトとハードの両輪で規模を拡大してきた同社だが、この9月に三つ目の柱とすべく新規事業を立ち上げる予定だ。日本初の会員制工場「メイカーズ」である。レーザー加工機の利用だけを希望する声が強か

ったことから計画した事業だ。

「機械を販売したお客さまから『加工が間に合わないのでもちうでやってくれないか』というニーズがある程度あり、これまで外注で請け負う加工サービスをしていたのですが、最近『機械だけ使わせてくれ』という要望が増えてきたのです。ちょうどそのころ、アメリカで『テックシヨップ』という店舗があることを知り、『これだ』とひらめいたのです」(五十嵐社長)

テックシヨップとは、5年ほど前から米国で広まりつつある会員制工房のこと。企業の製造ラインとそんなプロ仕様の工作機械を取りそろえ、個人や法人が会費を払って自由に使えるというものだ。同社はこのテックシヨップの例にならった会員制工房を事業化することを決めたのである。

「いまでも工業試験場などを予約して使用した場合、3時間も使えば使用料は1万円を超えてしまいます。

これでは利用者は資金力のある大企業などに限られてしまう。そうではなく、だれもが自由に気軽に使えるような場所を作りたいと考えました。テックシヨップの一拠点当たりの平均会員数は660人ですが、当社の試算によると3000人集められれば十分利益を確保できるビジネスモデルだと考えています」

装置はデジタル加工機4種の神器と呼ばれるレーザー加工機、3Dプリンター、CNCルーター、3Dスキャナーを完備し、ものづくり愛好家、学生、商業ベースで活動している宝飾品作家、レーザー加工機を保有しているメーカーなど幅広い層でニーズを見込んでいるという。神戸に続き、営業拠点のある横浜など3年以内に3店舗を開設する予定だ。リーマンショックをのぞくところ10年の平均成長率は2桁を維持してきたという同社。五十嵐社長はマーケティングの重要性やストラテジーの立て方、イノベーションの生み出し方などを従業員向けに解説する「社長塾」を今年からスタートした。「自分の頭で考えられる」人材育成の一環だという。企業の根幹ともいえる人材育成に本腰を入れ始めた五十嵐社長の究極の目標は、「100年企業」の実現である。