

◆特集インタビュー

## 僕らは「知的な変わり者」 多彩な個性が1つを目指す 最強のチーム

井手 直行氏 株式会社ヤッホーブルーイング  
代表取締役社長

◆業務改善レポート

株式会社トーエネック 様  
西日本電信電話株式会社 関西事業本部 様

◆作業改善レポート

株式会社平林塗装 様

◆災害シミュレーション

作業床からの墜落・転落事故

◆私の通信簿

株式会社コウデン  
代表取締役 工藤 健生 様(新潟県村上市)



僕らは「知的な変わり者」

# 多彩な個性が1つを目指す最強のチーム

井手 直行氏 いで なおゆき 株式会社ヤッホーブルーイング 代表取締役社長



個性的なネーミングと味わいのエールビールを造り続けるヤッホーブルーイング。地ビールブームの終焉を乗り越えて、日本のクラフトビール業界を牽引する同社の原動力はどこにあるのか、井手直行社長にお話を伺いました。

PROFILE  
プロフィール

井手 直行 いで なおゆき  
株式会社ヤッホーブルーイング代表取締役社長

1967年（昭和42年）9月生まれ。福岡県出身。国立久留米高専電気工学科卒業。大手電気機器メーカーにエンジニアとして入社。広告代理店などを経て、97年ヤッホーブルーイング創業時に営業担当として入社。2004年楽天市場担当としてネット業務を推進。看板ビール『よなよなエール』を武器に業績をV字回復させた。08年より現職。全国200社以上あるクラフトビールメーカーの中でシェアトップ。13年連続増収増益。著書に『ぶしゅよなよなエールがお世話になります』（東洋経済新報社）

## 地ビールブームから一転 売上はどん底に



軽井沢の隣、佐久市にある醸造所

創業メンバーとして入社したきっかけから教えてください。

創業者は星野リゾート代表の星野佳路なんです。1997年当時、僕は軽井沢の広告代理店に勤務していて、星野は僕のお客さまでした。僕が広告代理店を辞めた後に、星野から「ビール事業を一緒にやらないか」と声をかけてもらったのがきっかけですね。

1997年4月に醸造所ができて、7月から「よなよなエール」を発売しました。発売前から注文がどんどん入ってきて、売れに売れたという状況が3年くらい続きましたね。

当時は地ビールブームと言われていましたね。

ただ、ブームとはいえ、全てビジネスとしての根拠があってやっていたんですよ。星野がアメリカに留学している時、ちょうどアメリカでも小さなメーカーが造るビールが急成長していました。その時に飲んでおいしいと

思ったビールを参考にしているんです。急成長しているアメリカのマーケットの中でも支持されていたという根拠を元に造ったんです。

また、現在の設備は当時とほぼ同じなんですけど、現在でも大手以外で最大級の設備だと思います。最初は初期投資があって数年赤字だけど、損益分岐点を越えたらそれ以降は黒字になって、という事業計画を立てていました。「よなよなエール」の値段もずっと248円（税別）。この値段設定も、250円を下回ったら定期的に買ってくれる層が一定数いるという調査を元にして

当時の社内の雰囲気はどんな感じだったのでしょうか。

それは盛り上がってましたよ！ テレビや雑誌でも紹介されましたし、「これはすごい事業だな！」と思って、忙しいながらも楽しく働いていました。夜12時過ぎに僕が外出先から戻って

きても、スタッフ7人全員がまだ会社にいるような状態で。

ただ、1999年が売上のピークだったんです。地ビールブームが終わって、翌年からどんどん売上が下がっていききました。ブームが終わった理由は3つあります。1つ目は、値段が高すぎたこと。安くても500円、高いと1本1000円くらいする地ビールもありましたから。2つ目は、味が個人的すぎたこと。3つ目は、品質の悪いビールが多かったことですね。

でも、「よなよなエール」の値段は248円で大手より少し高い程度なんです。味は個人的ですが、アメリカでは同じようなタイプのビールが支持されていましたし、世界的な品評会で受賞するくらい品質もよかったです。

そういったことをお客さまに伝えても、地ビールは買ってもらえないという状況になってしまいました。

そうやって売上が下がると社内の雰囲気も悪くなるんですね。スタッフも



味わいもデザインも個性豊か。「よなよなエール」や「水曜日のネコ」は全国の一部スーパー・コンビニでも購入できる



（左上）1日3000ケース以上充填する日もある  
（左下）ビールの香りと苦味付けに使われるホップ  
（右）1万リットル（ビール約3万缶分）の麦汁を造れるタンク



(左) 楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー表彰式会場で楽天の三木谷社長と  
(右) 2016年でなんと10年連続受賞の快挙!



表彰式での仮装も毎年おなじみ

歳の近い人たちが多かったのも、仲もよかったですよ。それが気がついたら誰かの悪口を言っていたり、派閥ができてしまったりという状態に。そして、次から次へとみんな嫌な辞め方をしてしまっ……。

### 状況を変えるために、インターネット販売を始めたそうですね。

今でも僕らは日本で一番インターネット上でクラフトビールを売っている会社だと思っていて、「いいところに目を付けましたね」とよく言われるんですけど、そうじゃないんですよ(笑)。地ビールブームが終わって、売場がなくなってしまったので、最後に残ったのがインターネット販売。

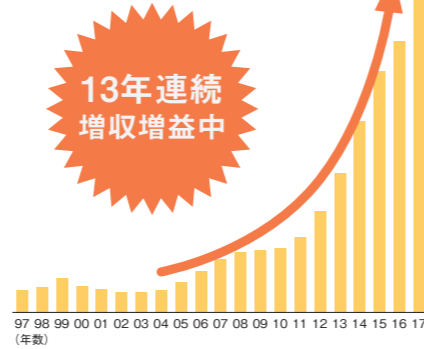
始めた当初は、僕も何をしたらいいのか分からないので、楽天市場さんの

楽天大学という講座を受講しました。そこで「メールマガジンも始めたほうがいいですよ」と言われて、まずやってみたんす。「お中元のギフトにビールはいかがですか」といった感じで、でも、全くお客さまからの反応がないんですよ。

どうしたものかと途方に暮れている時に、楽天市場ですごく人気のある店のメールマガジンを読んでみたんです。そうしたら、それが衝撃的！店長さんの個人的な話ばかりなんです。ブログのような感じで、最後に少し商品の案内があるだけなんですけど、でもそれが面白い。

「こんな文章で本当に売れるのかな？」と思いましたが、実際に僕も買ってみようかという気になったし、真似してみようと。そこからメールマ

### <売上推移>



ガジンのスタイルを変えました。僕自身の話の中に、さりげなく「よなよなエール」の思いやエピソードを書いたら、急に反応が出てきたんです！

### それから売上も徐々に伸びてきたのでしょうか。

そうですね。今思うとそれがブレイクスルーの1つだったんですが、当時はそう思いませんでした。

インターネットを使った仕事って、遊んでいるように思われていたんですよ。パソコンに向かってカタカタやっているだけで、みんなからは白い目で見られていました。そんな雰囲気だったので、苦しかったですね。

ただ、インターネット販売を始めて、少しずつ売上が上がってきたのは事実です。忙しくなってきたので途中から1人加わって、私と2人でインターネット販売を担当していました。

それなのに社内から「インターネットのおかげで残業が増えた」「忙しくなってツライね」といった声が聞こえてきたんです。これはもう2人だけで頑張っているだけでも無理だな……と。



社内の至る所にある顔写真と注意書き。言葉に親しみを持たせるひと工夫

### 会社の雰囲気をどのように変えていったのですか？

その時にチーム作りの必要性を感じました。みんなの力を集めないともう無理だと。そう思っていた2008年に、僕が社長になったんです。そこでチーム作りを最優先に取り組みました。

まず、僕が楽天大学のチームビルディングという研修を受講しました。チームワークの大切さを理解し、1+1を2ではなく、3にも4にもするという研修で、全国から店長さんや経営者が参加しているんです。個性が強い人たちばかりが15人集まって、初日はチームワークも何もなくバラバラ。それなのに、研修が終わる3カ月後には15人が無二の親友のようになって、「こいつらとだったら何でもできる！」くらいに思えるんです(笑)。

3カ月でこんなにすごいチームがで



社内ではみんなニックネームで呼ばれる。井手社長のニックネームは「てんちよ」

## 地ビールブームが去った後 インターネット販売でV字回復

きるのか！と思ひ、そこで学んだことを僕が講師役となって社内でも実践しました。ただ、力づくでやってもよくないので、希望者を募ったんです。そうしたら、当時20人の会社で8人が希望して研修を受けてくれました。

でも、仕事中にやっているのも業務に影響が出ますし、研修に参加していない人からは文句も出る。「研修やっている人たちは遊んでるみたいだね」とか「そういうことはプライベートでやってください」とか。そんな声に対して、「今一番大事なのはチーム作りなんですよ」「これを越えたらきっとよくなるから」と説得しました。

### 2014年には、キリンビールと提携するほどになりましたね。

だんだんチーム作りの成果が出始めてきて、年30%もの成長が続くようになってきました。ビール造りは装置産業で、たくさん造って原価を下げ販売するというビジネスモデルなんです。でも、そんな急成長をしている時に10年先を見据えて投資すると何百億円もかかってしまうんです。

しかし、僕らは「ビールに味を！人生に幸せを！」をミッションとしていて、日本のビール文化を変えていきたいと考えています。その夢を叶えようと思ったら、ある程度市場に影響力を持つくらいの量を販売しないといけないんですよ。

となると、大手と提携するしかないと考えて、キリンビールさんと提携しました。ただ、キリンビールさんと組んでも、大手にはできない面白いことをやらないといけない。もっと自分たちも成長して幸せを届けたいいけない、という高い理念のもとに、意思決定をしているんです。



毎年赤字覚悟の「超宴」。初開催は2015年春で当時は500人規模だったものが、2018年秋には都内でなんと5000人規模を予定  
[http://yohobrewing.com/cho\\_utage2017/](http://yohobrewing.com/cho_utage2017/)



ヤッホーブルーイングの公式ビアレストラン「YONA YONA BEER WORKS」は都内に7店舗を展開。料理に合わせてビールを選べばマリァージュの世界が広がる  
<http://yonayonabeerworks.com/>



## 井手社長に学ぶ

# 強いチームを作るための 環境を整える3つのヒント

メンバーの  
能力を引き出す!



スタッフの皆さんと名刺交換すると、その名刺にはニックネームが書かれていました。ニックネームで呼び合うことにどんな意味があるのか。チーム作りがキーワードだと語る井手社長に、強いチームを作るためのヒントを教えてくださいました。

## トップダウンから合意形成へ 納得するまで議論する

確かに、大手のビールにはないユニークなビールばかりですね。

プロジェクトを組んで、アイデアを出して考えてということは何カ月もやっています。くだらないことを真剣に楽しくやっているんですよ。ネーミングも、1つのビールに対して1000個くらい案を出す。チームビルディングをやり始めてからは、みんな納得するまで議論しているんです。

初めて女性をターゲットにした「水曜日のネコ」という小麦芽を使ったビールの時は特に大変でしたね。社内でも反対意見が多くて、「水曜日は

ビールの売上が低いのに」とか「犬好きは買わない」とか(笑)。

ネコのデザインはとてもかわいくて、つい手に取ってしまいます。

ありがとうございます！この「水曜日のネコ」を造ろうと企画した時、醸造の職人たちはもっと本格的なベルギースタイルを想定していました。ネーミングやデザインだけでなく味でも反対意見が出ていたんです。そこで、マーケティングチームは膨大な時間をかけて若い女性にアンケートを取って資料を作ったんですよ。そうしたら職

人たちと同じ意見なんて1つもなくて、そうだったのか……と(笑)。そうやって造ったら大ヒットですからね。

こうやってトップダウンではなく、みんなの合意形成ができるようになっていったんです。

何か今までにないことをやろうとするのは、とても勇気がいることだと思います。それでも、今の日本のビール文化を変えて、日常的にクラフトビールが飲めるというような状況を、私たちがリーダーになって作っていきたいと考えています。

## 1 コミュニケーションしやすい フラットな環境



無駄話しない朝礼もお互いを知るために重要な時間

私が社長の役割として大事にしているのは、大きい目標を掲げてみんなで一致団結して向かっていける環境を整備することでしょうか。そのためには、コミュニケーションがしやすくなるフラットな環境が必要。その1つとして、社内ではみんな「みーしー」「びんきゅー」といったニックネームで呼び合うようにしています。

## 2 大きいマーケットを意識せず 出る杭を伸ばす



新人だろうが関係ない。会議では多くの意見が飛び交う

他社ではできないようなデザインやプロモーションを、会社としてやっていかないとはいけません。万人受けするものよりも、「水曜日のネコ」のように、あるターゲットに狙いを絞ってそこにしっかりアプローチできれば、そこから口コミで広がっていくんです。出る杭をとにかく伸ばしていきます。

## 3 「知的な変わり者」という目指すべき形を共有する



「醸し課」など部署名も風変わり



多くの個性が1つを目指せば強いチームができる

出る杭を伸ばすだけではダメで、ある程度の枠を提示してあげないといけないと思っています。それが「知的な変わり者」という言葉。得意なところを伸ばしてあげて、変わっていると思われるかもしれないけど、知的さも出す。ここを目指しているのだから、範囲内で自由にやればいいよということ共有しています。



### PRESENT

4種  
10年  
「よなよなエールの  
金賞ギフトセット」  
をプレゼント



「よなよなエール」をはじめ個性の異なる魅力的なビールを、アンケートにご協力いただいた方の中から抽選で5名様にお送りします。  
※20歳未満の方の応募はご遠慮ください。

# 危険に対する感受性と安全意識の向上を図る

トーエネックテクニカルフェアで初披露された安全創造館

株式会社トーエネック 様

中部電力グループの総合設備企業として、電気・情報通信・空調・電力供給設備の企画・設計・施工・メンテナンスからエネルギーの有効利用提案までを手がける株式会社トーエネック様。今回は、2017年11月に開催された同社のテクニカルフェアにてお披露目された「安全創造館」の設置目的と安全教育について、同社の住田輝友取締役にごった。

## トーエネック テクニカルフェア2017

2012年に社内向け展示会として初開催し、2017年で4回目となったテクニカルフェア。「見て、聞いて、体感して。未来を作る最新技術」をテーマに、17部署から約60件の企画・展示物を紹介した。来場者が楽しみながら最新技術を体感する場として工夫を凝らし、オールトーエネックとしての一体感をもって運営にあたることで企業風土の醸成を図ることも狙いのひとつであった。



マスコットキャラクター「つながレン」

2500名近くの来場者を迎えたテクニカルフェア



テクニカルフェア高所作業車の試乗会

## フェアの目玉「安全創造館」

愛知県名古屋にある株式会社トーエネック様の教育センターにて開催された「テクニカルフェア2017」は、若い世代の社員が中心となり企画し、半年以上をかけて準備してきた。対外



創立70周年記念事業の一環として開設された安全創造館

的に各部門の技術や技能をアピールすることはもちろん、従業員の相互理解と、さらなる技術・技能の向上も目指した。テレビCMに出演中のタレントのトークショーやマスコットキャラクターのスタンプラリーなど、近隣の学生や一般客も楽しむことができるフェアは、回を重ねるごとに来場者数を伸ばしている。

なかでも今回の目玉は、「安全創造館」のお披露目だ。1階は、労働安全・衛生に関する教育を行う危険体感教育設備を設置し、2階、3階には、配電・情報通信・内線・空調管部門の作業訓練設備や実習設備を設け、工事の安全とともに、品質の向上も学べる施設になっている。

「弊社では、従業員の健康と安全の確保を最優先事項として、安全意識と安全行動を一致させることで労働災害撲滅を目指しているが、このところ危険に対する感受性の低下やルールを守らない不安全行動が原因となる災害が繰り返し発生している。ルールを作っても、ヒューマンエラーや手順通りにいかないこともある。作業に潜む危険

を予知する力を高めるために、現場作業で起こりうる危険を体感することで安全意識の向上を図る教育施設として幅広く活用できればと考えている」と住田取締役は語る。

### 求められているのは 実際に体感する教育

テクニカルフェアでは、一般来場者も「安全創造館」の設備を体感することができた。人気の体感設備は行列ができて予約制だったりも。上司が新人を連れて説明しながら館内を見て回る姿も多数見かけられた。社内だけでなく、協力会社や関係する業界からの注目も高いことが感じられた。また当日、インストラクターを務めていた館員たちは、今後は同体感教育の講師として危険を回避する術を伝えることになる。

トーエネック様では従来の安全教育は、OJT教育の他、定期的な集合教育でテキストや教材を用いて、座学を主に行っており、教材の事例を最新の内容に更新しながら経験の浅い若年者を中心に反復教育を行ってきた。しかし、



エントランスには安全衛生活動の年表を展示



樹脂ボール5万個に埋まることにより身動きのしづらさを体感する土砂崩壊体感設備

6600Vの電気設備がショートする状況が見られる高圧感電体感設備



ボルダリングの壁を利用した安全帯比較体感設備

## 安全創造館

社内から現場作業者などの意見やニーズを2年かけて集約。30以上の危険体感教育設備を常設。



枠組み足場に設置された不安全体勢の人形を見てリスクを体感する足場からの墜落体感設備

座学だけでは一方的な講義になるためイメージがわきづらい、学んだことを現場で生かしづらいという意見もあった。「やはり興味を持ってもらわないと教える側の伝えたいことが伝わらない。これからは実際に体感する教育が求められているのだと思う。今後は、受講者の意見も取り入れながら、設備や教育内容を講師と共に改善させていきたい」と住田取締役。

### 安全安心な環境が 新たな人材確保へ繋がる

同館の開設準備にあたり、各部門との意見交換を行い、過去の労働災害などの教訓を踏まえた危険体感教育設備を選定した。同業他社をはじめ、他業種の施設も見学させてもらい情報を集めた。

「ボルダリングの壁を使った三点支持の体感や安全帯の比較体感設備を見た時は、私もすごいものを作ってくれたなと思った。楽しみ過ぎて困るが、今の時代にあっている。墜落防止のためのハーネスの利用などは、業界としても今後導入に向け取り組むべき安全対策だ」。

将来的には、一般にも施設を利用できるようにしていく予定だ。

関心は高く大学・高校などからも問い合わせがあるので、安全創造館はトーエネック様の企業PRにも一翼を担うことが期待されている。「今後の採用にも繋がるとういことです。安全安心な作業環境と、体力面をカバーする機械力が上がれば、女性の採用も増えるのでは。アイチコーポレーションさんの機械力にも期待しています」。

### 課題

- ・危険に対する感受性の低下
- ・テキストを利用した座学メインの教育の限界

### 狙い

- ・作業の中に潜む「危険の芽」を体感し、危険を回避・改善する力を身につける
- ・実現場に近いバーチャルな体験により、危険を回避する具体的な対策を学ぶ

### 会社概要

社名：株式会社トーエネック  
本社所在地：愛知県名古屋市中区栄一丁目20番31号  
設立：1944年(昭和19年)10月  
事業内容：電気及び電気通信工事 他  
従業員数：4858名(2018年3月現在)  
資本金：7680百万円(2018年3月現在)  
URL：<http://www.toenec.co.jp>



住田 輝友 取締役

※役職名は2018年5月末現在のものです

# “安全”は企業活動の土台、労働災害ゼロへの挑戦

安全大会による安全教育の推進

西日本電信電話株式会社 関西事業本部 様



安全大会の会場となったNTT西日本研修センター本館



実際に起こった電柱からの転落事故を人形を使って再現



坂道での高所作業車の正しい設置手順を再確認

## 企業が活動していくための土台となるのが安全対策

NTT西日本様は企業として、国際的な枠組みである「持続可能な開発目標(SDGs)」を掲げている。この目標は、企業の事業活動を通じて社会の問題解決を図り、環境にも配慮しながら持続可能な地域社会の実現に貢献するというものだ。この目標の中にNTT西日本グループとして「安全労働を推進」していることを掲げている。



走ってきたトラックが架空ケーブルに接触し、ケーブルを持っていた作業員が脚立から転落した事故を再現

NTT西日本 関西事業本部の岸本照之本部長は「安全」とは企業が活動していくための土台であり、NTT西日本グループは社外に『労働災害ゼロに向けた取り組み』を推進していくことをコミットしています。これを実現するため各種の安全対策に継続して取り組んでいます」と力強く話す。

つまり、企業活動をするにあたり、「安全」が確保されなければ地域社会からの信頼を失い、事業活動そのものが揺らいでしまうということだ。

## 最新技術を駆使しながら安心・安全な体制を築く

NTT西日本様が、グループ会社や取引先の通信建設会社、ITEA様と共に、安全対策の柱として力を入れて実施してきたのが、今回で19回を迎えた安全大会だ。

「安全大会は、様々な情報通信技術を駆使したカリキュラムを用意し、

“労働災害ゼロ”を目指すための取り組みです。過去の事故事例を基にした危険体感研修や事故再現などを通して、安全対策につながる取り組みを実施しています」と岸本本部長は語る。

これまでの指導方法は、「正しい手順」を身に付けることを意識して行ってきた。しかしそれだけでは応用が利かないため、現在は「なぜ、その手順になるのか?」という理由にまで踏み込んだ、一歩進んだ安全対策指導を心がけている。

たとえば、高所作業車は坂道で前下がりに停車し、作業する際は前輪からジャッキを上げなくてはならない。その理由は、後輪にしか駐車ブレーキ機能がついていないためだ。仕組みや構造まで理解することで、現場での応用力を養うのが狙いだ。

また作業員に実際の危険を身をもって体感してもらうことが重要であり、VR(バーチャルリアリティ技術)を活

西日本電信電話株式会社(以下、NTT西日本)関西事業本部様では、情報通信エンジニアリング協会様(以下、ITEA)、通信建設会社5社を含めた、NTT西日本グループが一体となり、「安全大会」を毎年開催している。過去の重大事故の教訓を活かして、ICTやIoTといった情報技術を駆使しながら、安全対策を周知徹底させる試みだ。グループ全体で団結しながら、ソフトとハードの両面から、労働災害ゼロに向けた挑戦に迫る。

### 安全大会で使用したVR(バーチャルリアリティ技術)を現場の安全教育に活用!

NTT西日本グループの安全教育は、新人の社員を対象にした新人研修の他、事業所単位で1か月に1回、安全の日を設定し、朝礼の中などで安全にまつわる教育を施している。また、新たな取り組みとしては、安全大会で開発したVRを各府県に1つある営業所に配布している。VRを通して、バーチャル空間の中で事故をリアルに体験してもらい、現場での安全教育に役立っている。

VRを通して、安全装置未着用の電柱での転落事故などを体感できる

昇柱作業転落衝撃体感の様子

安全大会では、参加者の健康測定も実施された

用したブースを設けている。

## ハードとソフトの両面の対策でグループ全体の魅力を高める

NTTフィールドテクノ関西支店・設備部安全推進室の打越真喜男室長は「安全への取り組みとしては、安全大会等を通じて作業員自らが現場で安全に作業するためにはどのようにしたらよいか、を『考える力』の向上というソフト面と、より安全に作業ができるツ



アイチコーポレーションのブースでは扉付きバケット車などを展示

ルを整備していくハード面の両方からの取り組みが必要です」と説明する。

ハード面の取り組みの1つとして、高所作業車では安全機能が具備されている最新式の車両へ計画的に更改を進めている。

「アイチコーポレーションさんには、誤操作・誤動作が発生した場合、常に安全側に制御するフェールセーフ機能を広げたり、ひと目で老朽度が分かるメンテナンスフリー機能などの改良を期待したいですね」(打越室長)。

現在、社員の高齢化や減少などを踏まえ、働き方改革や、女性作業員の進出を後押しするダイバーシティ活動が進められている。人手の確保が難しくなっている昨今、安全に配慮し、誰もが使いやすいユニバーサルな器機の開発を追求していくことは、グループ全体の魅力を高めることにつながる。安全対策への飽くなき挑戦は続いていく。

## 課題

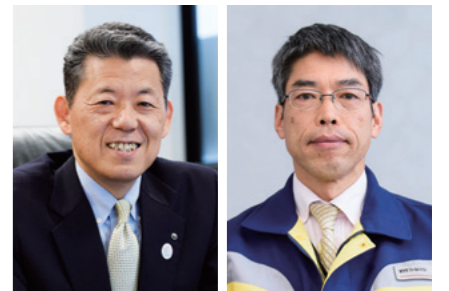
- ・労働災害ゼロ化への取り組み
- ・NTT西日本グループ全体での、事故防止対策の展開
- ・少子高齢化による人手不足への対応

## 狙い

- ・ICTやIoTなどを駆使し、作業員の命を失うような重大事故を無くす
- ・安心・安全な働きやすい職場環境を構築し、グループ全体の魅力を高める

## 会社概要

社名: 西日本電信電話株式会社 (NTT西日本)  
 本社所在地: 大阪府大阪市中央区馬場町3番15号  
 設立: 1999年(平成11年)7月1日  
 事業内容: 西日本地域における電気通信業務と、それを営むために保有する設備や技術を活用する業務  
 従業員数: 3950名 (2018年3月現在)  
 資本金: 3120億円 (2018年3月現在)  
 URL: <https://www.ntt-west.co.jp/>



西日本電信電話株式会社 取締役 関西事業本部 岸本 照之 本部長 兼 大阪支店長  
 株式会社 NTTフィールドテクノ 関西支店 設備部 安全推進室 打越 真喜男 室長

## ラジオ体操で毎日、体をメンテナンス!

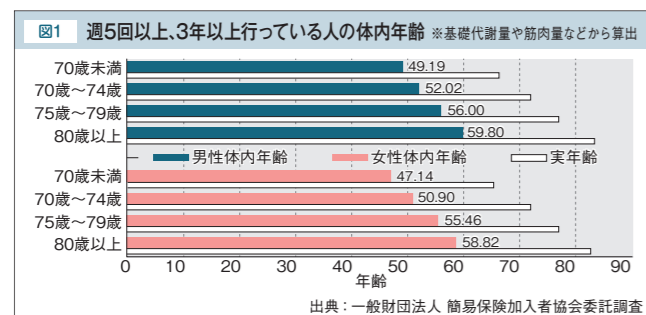
みんなが知っているラジオ体操は、体の凝り固まった筋肉からおこる肩こりや腰痛を解消させる運動でもあります。何に注意すればよいのか、全国ラジオ体操連盟の指導委員、小野梨沙先生にお伺いしました。

## 動ける体を作れば作業効率もアップ

今年90周年を迎えるラジオ体操は、通信省簡易保険局(現かんぽ生命保険)が1928年に「国民保健体操」として制定し、普及しました。現場で朝、行っている方も多いと思います。伸ばすところは伸ばし、しっかり動ける体ができていると、その日の作業効率がよくなります。

縮まった筋肉をほぐして軽い体に  
400個の筋肉を使うと姿勢が正しくなり若返る!

人間の体には、内臓なども含めて約650個の筋肉があります。そのうち骨にくっついて体を動かす骨格筋は約400個。ラジオ体操第1は3分10秒、13種類の運動のなかで約400個の筋肉をほぼ使う、実はすごい体操です。なので、きちんとラジオ体操をやる人と、惰性でダラダラとやる人の1年後では、体に大きく差が出ます。さらに毎日やれば、その日の体調の変化も分かり、安全管理にも役立ちます。研究では、55歳以上の方でラジオ体操を3年以上、週5回以上実践している人の体内年齢が実年齢より約20歳も若いという結果も出ています(図1)。



## 正しい姿勢を保って、サビつかない体を手に入れる

作業をする方は、かがんでばかりいる、上ばかり向いている、座って前傾など、同じ方向への負担が多く見られます。

## 小野 梨沙 (おの りさ)

NPO法人全国ラジオ体操連盟 指導委員  
大学卒業まで新体操部に所属、ジュニア世代に新体操の指導をしながらNHKテレビ体操に在学中から2013年まで10年間出演。現在はラジオ体操の指導・普及推進に全国各地、時に海外で講習会や講演会を行う。また、個人や企業向けにパーソナルでのダイエット・ボディメイク指導、トレーニング指導も行っている。

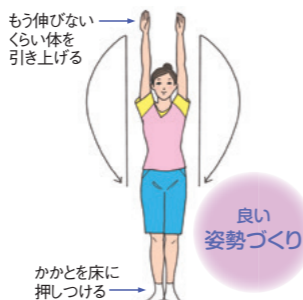


すると使っていない筋肉は、血行不良で動かなくなっていき、その動きの癖が体についてしまうと、肩こり、腰痛などさまざまな故障の原因になります。これは機械がサビついてくるのと一緒で、ある日突然、一生懸命動かそうと思っても壊れるだけ。人間の体も同じなので、毎日、油を差すイメージで、普段動かさない方向、前後左右きちんと体を動かして固まりがちな筋肉をほぐし、体のメンテナンスをすることが大事です。

ですから、ある日突然ラジオ体操の全部をしっかりとやろうと考えても体は動きません。まずは毎週、1つの運動だけを意識してみてください。たとえば今週は横曲げの運動、次週は前屈。13週で体が正しい動きを覚えます。特に同じ方向への動きの癖を解消する伸びの運動、横・前後に曲げる運動を以下に4つ挙げました。工作中、体が固まったときにも使えるので、ここから始めてみましょう。

## ラジオ体操第1のPOINT

## 伸びの運動



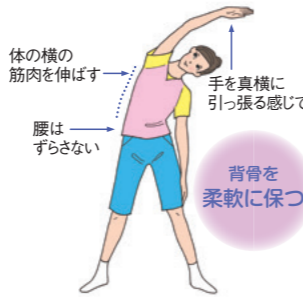
最初の運動。この先12種類続く運動のベースになる姿勢作りの運動。腕を肩の幅で上に引っ張り、かかとは床に押しつけ、体を上下に引き伸ばすことで縮こまりがちな脊柱の間が伸びる。

## 胸を反らす運動



腕の横振りをし、斜め上に振り上げて胸を反らす。腕の付け根の筋肉の伸びを感じればOK。胸の前の筋肉がやわらかくなると、肺の動きがよくなり呼吸がしっかりできるようになる。

## 体を横に曲げる運動



右腕を横から上に振り上げ、体を上に引き上げてからまっすぐ左に曲げる。起こして再度曲げ、反対も同様に行う。手を真横ではなく斜め前に曲げたり、腰を曲げる人が多いので注意。

## 体を前後に曲げる運動

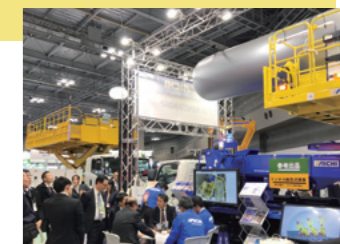


前下に3回弾みをつけて曲げ、体を起こす。両手を腰に当てたらお腹から胸の筋肉が伸びるように息を吐きながら反る。呼吸が止まるくらい無理に反り返って、頑張りすぎるのはNG。

## 展示会への出展情報

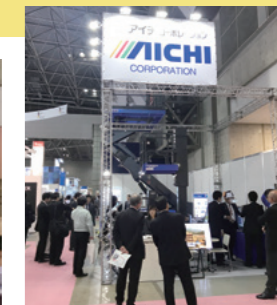
## 「ハイウェイテクノフェア 2017」に出展しました

- 日 時：2017年11月21日~22日
- 会 場：東京ビッグサイト
- 展示・出展内容：トンネル点検車(参考出品)、高所作業車 SK12C1FN 他
- 当社ブース来場者数：約470名



## 「Sea Japan 2018」に出展しました

- 日 時：2018年4月11日~13日
- 会 場：東京ビッグサイト
- 展示内容：自走式高所作業車 WZ09ASM、自走式高所作業車 WM05C1NS 他
- 当社ブース来場者数：約380名



## 新製品情報

5mクラスの高所作業車  
「WM05C1NS」「RM05C1NS」を  
発売しました

5mクラスの自走式高所作業車「WM05C1NS」(ホール式)、「RM05C1NS」(クローラ式)を5月31日に発売しました。

- 作業床最大地上高：4.78m(WM05C1NS)、4.80m(RM05C1NS)

## ●主な特長：

- ・作業床が0.55m拡張するため、障害物をかわしてのアプローチが可能。
- ・マスト式昇降機構の採用により、WM05C1NSでは0.55m、RM05C1NSでは0.57mとなる作業床最低地上高を実現。



Photo: WM05C1NS

Photo: RM05C1NS

10~11mクラスの高所作業車  
SH/SK-Cシリーズを発売しました

10~11mクラスのトラック式高所作業車「SH10C1RN」、「SK10C1RN」、「SH11C1RN」、「SK11C1RN」、「SK10C2RN」を5月23日に発売しました。

- 作業床最大地上高：9.7m(SK10C2RN)、9.9m(SH10C1RN、SK10C1RN)、11.0m(SH11C1RN、SK11C1RN)

- 作業床最大作業半径：7.6m(SK10C2RN)、

- 8.9m(SH10C1RN、SK10C1RN、SH11C1RN、SK11C1RN)

## ●主な特長：

- ・梯子収納スペースの奥行きを拡大し、3連伸縮式7.3梯子を収納可能。
- ・ニュートラル検知インターロック装置などの安全装置を標準装備。



Photo: SK10C1RN

※掲載画像は試作車のため、実際の商品と外観が異なる場合があります。詳しい情報は弊社営業担当、またはお近くの営業拠点までお問い合わせください。

# 作業効率の向上を追求したコンパクトさ

## スカイマスターSK12C1FN

### 株式会社平林塗装 様

#### 課題

- ・住宅地や店舗敷地内など、高所作業車の設置スペースに制約のある場所における作業の実施
- ・より安全で効率的な、ブーム格納操作とバスケット上での電気工具の使用

#### 効果

- ・アウトリガーの張り出しがないため、幅が限られた場所でも作業車を設置できる
- ・ブーム自動格納機能により、格納操作がより安全に
- ・100V電源取出口がバスケットに装備されたことで、高所での電気工具の使用もより安全となり作業効率も向上

#### 会社概要

社名：株式会社平林塗装  
 本社所在地：新潟県上越市平成町604番地  
 創業：1909年(明治42年)  
 設立：1978年(昭和53年)2月  
 事業内容：建築全般内外塗装工事・内外吹き付け工事・防水工事など  
 従業員数：25名(2018年4月現在)  
 資本金：2000万円  
 URL：<http://www.avis.ne.jp/~hitoso/>



平林 健恒 専務取締役



セレモニーホールの外壁塗り替え工事。アウトリガーの張り出しがないため、壁近くに作業車を設置できる

### 20年前に導入したSK126からの買い替え

明治時代から約100年続く株式会社平林塗装様。その歴史は、明治40年に陸軍の師団新設により、城下町として栄えてきた高田(現上越市)に「第十三司令部」が置かれたことに始まる。「師団が駐屯するということで、高田に人が集まったそうです。軍隊の宿舎、官舎など和洋折衷建築の需要が高まり、ペンキ職人だった私の曾祖父も長野から高田に移り住みました」と話すのは、平林健恒専務取締役。現在、社長は、3代目にあたるお父様が務める。

取材は、20年前に購入いただいた「SK126」からの買い替えにより、新製品「SK12C1FN」を導入して数日のところにお邪魔した。本社駐車場には長い間使い込まれたSK126が停まっていた。きちんとメンテナンスされ丁寧に扱ってきたからこそその20年選手だ。「よく持ちましたね。正直言うと今も大きな問題はない。バッテリーな

ど経年劣化した部分はありますが、まだまだ使える作業車ですよ」。

### 作業効率の向上を実感新しいSK12C1FN

一方、SK12C1FNについては便利になったという印象だという。まずは、自動でジャッキを設置できること。「SK126では前を出して、後ろを出してと見ながらやっていたのがスイッチ一つでできるのは大きい」と話す。大きなポイントはアウトリガーの張り出しがないということ。アウトリガーを張り出すと車両占有幅が大きくなり、場所を取る。道路を片側通行にする必要



20年間活躍したSK126

新潟県上越市に本社を置く株式会社平林塗装様は、明治42年創業の老舗塗装店。現在は、上越地域を中心に建築物などの塗装、吹き付け工事、防水工事などを手がけ、地域から厚い信頼を受けている。今回はいち早く導入いただいた、トラック式高所作業車「SK12C1FN」の使用感について取材した。

がある場合や、住宅地など道が狭く現場の近くまで作業車が入れないため広い道路からブームを伸ばす必要がある場合などには作業範囲が限られることも。だが、SK12C1FNは車両自体がコンパクト。さらに直下型ジャッキなので、作業対象物の近くまで作業車を寄せることができる。

「足場をかけないで仕事ができるということは最大のメリット」と健恒専務は言う。上越の山間部は豪雪地帯。雪解け後の春から夏にかけては屋根の塗り替えなどの需要が多い。特に山間部は高床の建物が多く、足場をかけるとなると費用がかさむ。天候に左右される塗装の現場では、少しの晴れ間でも効率的に作業をしたい。「作業車1台持ってくれば屋根にも上がれるし、外壁の塗り替えも可能。使用頻度も高い。自家保有のため天気を見てすぐに現場に行ける。そのことが営業のセールスポイントになっています」。

### より地域に密着したい伝統保全に作業車を活用

高所作業車を使用することで安全面の違いも実感している。実は、20年前SK126を導入した理由が、社員である職人が足場から滑って落ち大けがを負ったことにあるという。「安全第一という思いから高所作業車を用意しようと考えた、と社長から聞いています。それから20年。命に関わる事故はなく、作業車に助けられてきたのかなと思います」。

上越市は古い町並みを残そうという取り組みが盛んだ。「明治に移り住んできた他の商店なども経年劣化が目立ち、雪よけ屋根『雁木造』<sup>がんぎつくり</sup>など伝統保全のための塗り替え作業も多い。新しいSK12C1FNとともに町を維持していくための一助になれば」と健恒専務の心意気が熱い。



本社駐車場のSK126(奥・小豆色)とSK12C1FN(手前・ブルー)。車両全長の違いはジャッキ位置の比較により一目瞭然だ



入社したころから活躍している旧作業車と新車について語る平林兄弟

### 平林塗装を支える平林兄弟

「ブーム自動格納機能により塗装後の複雑なブーム操作が不要になりました。電源取出口も付き、高所での作業で地上からコードを這わすことなく使えるので安心」と語る平林雅恒工事主任。兄は経営、弟は現場で力を発揮している。



平林 雅恒工事主任(左)と健恒専務(右)



ブームの自動格納



車両前方に乗降ステップと手摺りを配置

### SK12C1FNの特長



直下型ジャッキ(手前)は車両占有幅が小さく、幅が限られた場所でも設置可能



バスケットに100Vの電源取出口を装備 ※使用の際、下部で発電機との接続が必要です



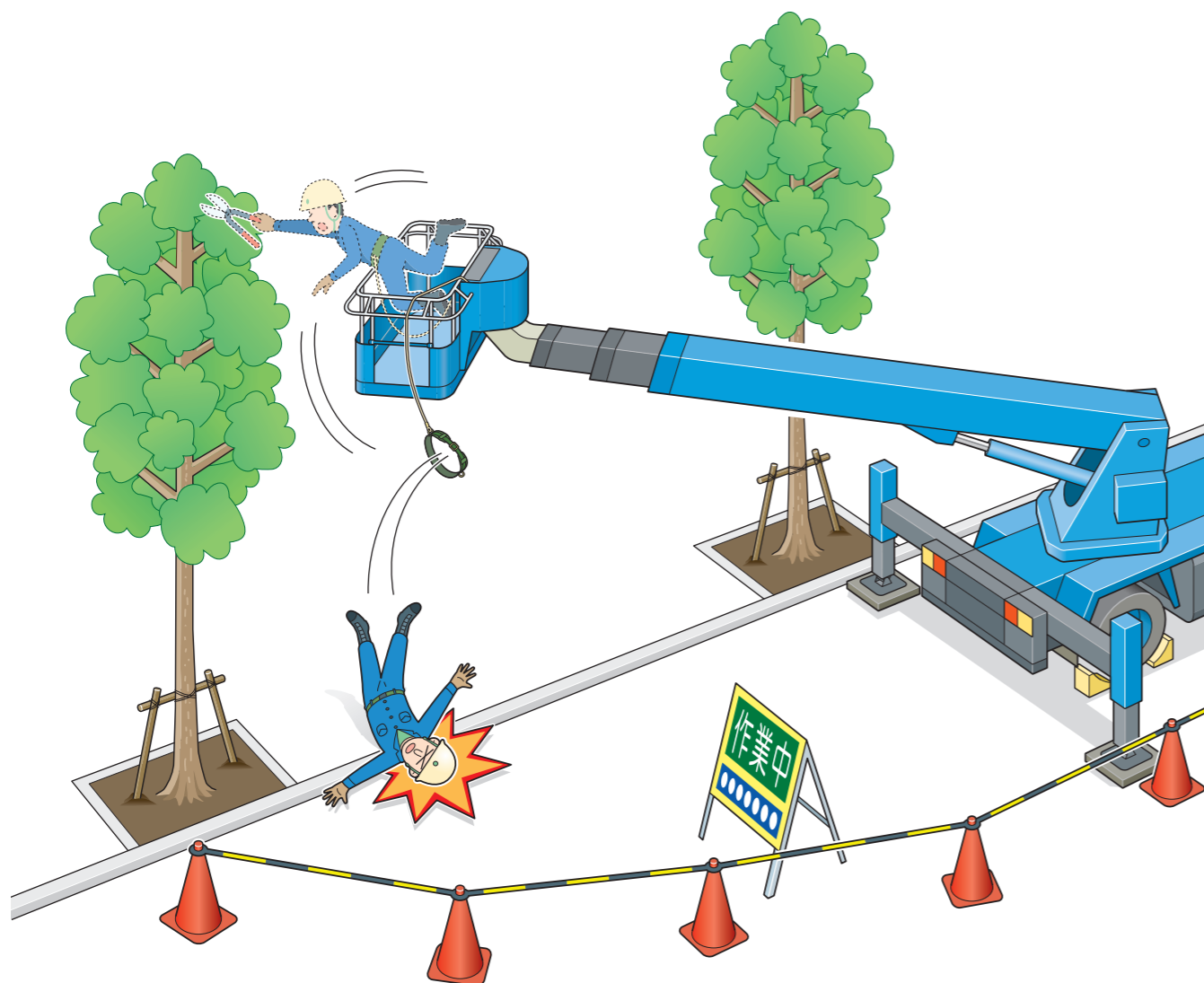
# 災害 シミュレーション

## 作業床からの墜落・転落事故

高所作業車を起因とする災害は、事故の型として「はさまれ・巻き込まれ」に次いで「墜落・転落」が毎年、上位<sup>\*</sup>を占めています。

今回は3つの事例を基に、「墜落・転落」事故の再発防止策を考えます。

※出典元：平成21年～26年、中央労働災害防止協会統計資料より

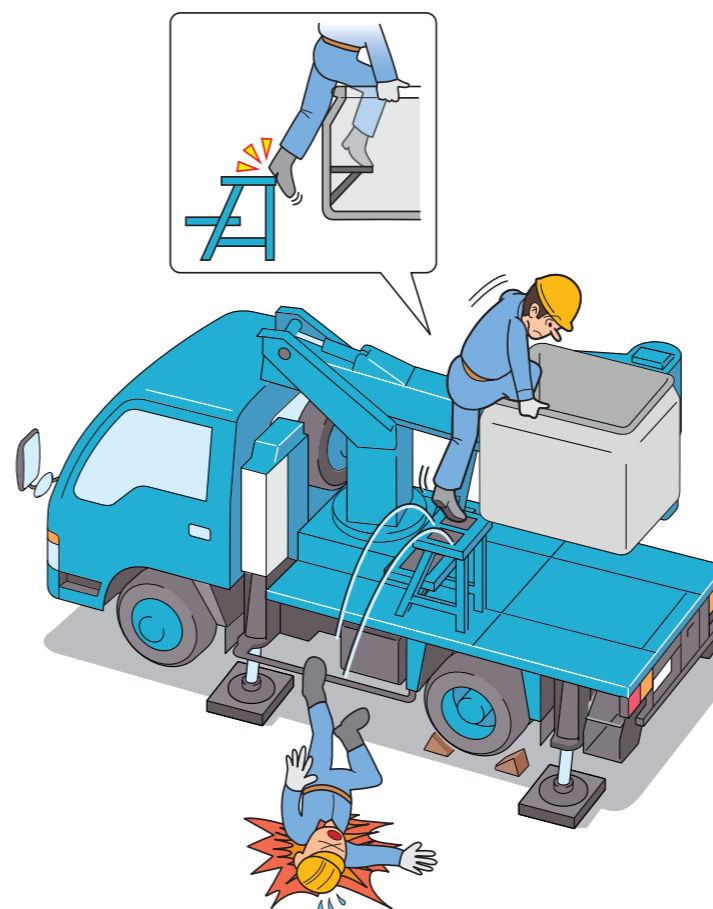


### CASE 1

**発生状況** 樹木の剪定作業中、バランスを崩して作業床から転落。落下の衝撃で安全帯が腰から抜けてしまい、地上へ墜落した。

- 原因**
- 1 作業床から身を乗り出して作業をしていた。
  - 2 安全帯の締め方が不適切であったため、安全帯が腰から抜けてしまった。

- 対策**
- 1 安全な体勢で作業できるように、作業床の位置決めを行う。
  - 2 安全帯は付属の取扱説明書を参照し、腰骨の位置に締める。
  - 3 フルハーネス型の安全帯を使用する。



### CASE 2

**発生状況** 高所作業車での作業終了後、バケットから降りる際に足を踏み外して地上に転落した。

**原因** ステップの位置をよく確認していなかった。

- 対策**
- 1 バケットから降りる前に指差呼称にて、ステップの位置確認を行う。
  - 2 高所作業車の乗降は、三点支持で確実に進行。

### CASE 3

**発生状況** 外壁工事現場において、高所作業車から建物に乗り移ろうとしたところ、バランスを崩し墜落した。

**原因** 高所作業車をハシゴの代わりにして、用途外の使用をした。

**対策** 高所作業車を使用して建物へ乗り移るなど、本来の用途以外には使用しない。



安全な作業を行うには、使用する機械化車両に適した操作資格の他、安全に関する知識も必要になります。

普段の作業の中で、不安全動作や不安全な体勢をとっていないか一人ひとりが常に意識するとともに、同様の事故を発生させないように努めましょう。

協力：株式会社 アイチ研修センター

# 一流の組織、常に必要とされる会社になる



工藤社長

本社社屋

株式会社 コウデン 代表取締役 工藤 健生 様(新潟県村上市)

東北電力企業グループ、ユアテック様の協力会社となって約22年。「巧みな電気技術で社会に貢献する」を理念に、高い技術力を活かした施工で村上市及び下越地区にて厚い信頼を得ている株式会社コウデン・工藤健生社長に、ご自身を採点していただいた。

## 逆境に燃え 不運をチャンスに変える情熱

1月の寒さ厳しい新潟県村上市の朝。株式会社コウデン様の構内から高所作業車や穴掘建柱車などが雪の国道7号線へと次々と出発していく。最後の一台まで手を挙げしっかりと見送る工藤社長。朝礼と共に欠かすことのない毎朝の習慣だ。「車両の安全点検はもちろん、自分がどの現場で何をするのか理解して動いてほしい」と話す眼差しは子どもを見守る親のように深い。

社員を定着させるのに苦労した時代もあり、もっと安定した会社に行きたいと辞めていった者もいた。「悔しかった。絶対見返してやる」と思ったという。現在はコウデン様の他、交通誘導会社、コインランドリー店、リース会社を保有し、着実に業務を拡大している。しかし、その道のりは山あり谷あり。「運が悪いときがエクスになって頑張る。逆境をチャンスに変える。結局は運がいいのかもしれない」。

## 夢は大きく見る 必要とされる一流の組織へ

コウデン様の前身は、工藤社長の父親が40代半ばで始めた「荻野巧電舎」。街の電気工事店として一般住宅の電気工事やメーターの交換を請け

負っていた。「いわゆる一匹狼の職人。腕はいいが儲けることに関しては下手」。そんな父親を見ていたので、電気屋にはなりたくなかったという。

中学卒業後、進学した高校を早くに辞めて、コックの世界へ。勉強は嫌いだけど料理は好き。早く自活したかった少年は両親の反対も聞かずに中華料理のコック見習いになる。「エビチリが作れるようになって村上に戻って店を出すぞ!」と夢は大きかった。

そんな少年が電気店の仕事を始めたのは20歳の頃、年を取ったと感じた父の背中と苦労している母の姿からだった。「どうせやるなら成功してベンツに乗ってやる」とやはり夢は大きかった。当時はバブル絶頂期で新築ラッシュ。電気工事の仕事が多かったが「いつまで続くのだろうとふと感じ、別の仕事を模索した。それなら外線をやってみよう」と思い立ったら即行動、ユアテック様になんとか協力会社にしてほしい、配電工事をさせてもらいたいと頼みに行ったという。

22歳で結婚、長女の誕生もあり、新しい挑戦をするときだった。「今でも鮮明に覚えていますよ、アイチの伊藤さん(弊社営業担当)から中古の高所作業車を購入したときのこと」と笑う工藤社長。当時、社員1人2人しかいない家族経営の電気屋が高所作業車を

### DATA & 社長の略歴

電気設備、空調設備工事

#### 略歴

- 昭和43年 新潟県村上市生まれ
- 平成元年 有限会社巧電社 入社
- 平成5年 同社専務に就任
- 平成11年 同社代表取締役に就任
- 平成17年 株式会社コウデンに社名・組織を変更

### 工藤社長への通信簿

社長をよく知る2人に5段階評価で採点していただきました。

**木村 太さん**  
勤続13年  
配電部工程担当

工藤社長の「家族愛」に **5**

丁寧な仕事をする方なので、仕事にはとても厳しいですが、どんどん資格を取らせてチャンスを与えてくれます。ご家族にも社員が頑張っているから今があると伝えているようで、お家に何うと当時中高生だった息子さんが深々とお辞儀をしたり、もてなしてくださったり。ご家族に対しても思いが大きい方だなと感じています。

\*

**小和田 ゆかりさん**  
勤続9年  
事務

工藤社長の「夫婦漫才」に **5**

事務なので奥様の近くで仕事をしています。仲がよいですね、いつも夫婦漫才みたいに話しています。奥様がツッコミかな、ふたりの会話は聞いていて面白いです。私が出産したときも快く育児休暇をとらせてもらい、子どもたちもかわいくなってきます。仕事面では安全に厳しく、お客さま第一で、とても頼もしい社長です。



### 安全対策の工夫、各人が自覚を持つ

工藤社長が今の若い人に足りないと感じている「自分で考える力」を養うため、社長のアイデアで始まった顔写真と一言。今日やることを書くとき、自分の顔を見ると書く内容にも行動にも責任感が出るとのこと。他社にも好評価な取り組みのひとつ。



コミュニケーションを大切にしているコウデン様、本社にて

持つなんて考えられないことだった。それもレンタルではなく所有する道を選び、内線を任せる社員も雇った。

「ユアテックさんをお願いして始めた外線の仕事だから、ユアテックさんに必要とされる組織になろうと思いました。人から必要とされるためには、一流でなければならないと考えています。一流のブランドバッグと百円ショップのバッグ、これはどちらも支持される。けれど中間層のバッグはなかなか売れない世の中だ。では、私たちコウデンはどちらに向かえばいいのか。たとえ一部のお客さまからしか支持してもらえなくてもあそこに任せておけば大丈夫だと言ってもらえる一流の組織になろうと、常に社員たちに話しています」。

### 労働災害から得た 徹底した安全意識と共有

高所作業車の台数は増え、その過程で社員数も増えた。本社である事務所も3回引越し、同業の中でも急成長を遂げた会社として見られることも多い。「いや、ユアテック村上営業所さんから必要とされるように裾野を広げてただけです。電気屋から木を切る班、路面を作る班、除雪する班というように同じ業種形態だが内容が少し違う。そこに交通誘導の会社も自分たちでやればと始めた。他に拠点を増やすより、この地で根付くことを考えました」。

若くして社長となり、現在では様々な要職にも就いている。コウデン様だけで41人の社員を抱えている。「そも

そも赤字からのスタート。社員も1人、2人と出入りのある中で増えてきた。女房も最初から仕事をしているし、私たち自身はなにも変化を感じていないです。両親が頼みにきて15歳で入った子が今30歳を越えて家庭も築いて班長をやっていたりする。人は大切にしていると自分では思います。人材育成や教育が大事です。現場は頭が良く勉強ができることより発想力の方が重要だと考えています」。

そんな工藤社長が一番に大事にしていること、それは安全教育だ。コウデン様は平成11年に労働災害を発生させている。現場での感電災害。幸い災害にあった社員は助かり、現在も同社で働いている。「会社にとって大変なダメージでした。しかし、これで負けてたまるかと強い気持ちになった。あれがなかったら今の私も会社もなかったと思います」。

「労働災害は起こしてはならない」。そんな想いから敷地内に模擬線路を作り、毎月の安全の日を利用して作業トレーニング。各自の作業の持ち場を逆

転させ交代で体験させるなど工夫を凝らしている。「立場が変わると新しい視点も生まれる。今は間接活線が主流になっていますが、高・低圧線を防護するトレーニングも実施しています。安全に対する基本を定期的に学び習得すると当たり前になり、普段の作業に出るのです」。

朝礼での語先後礼、当番が自分の言葉で話す3分スピーチ、ボードに書き出された顔写真付きの各自の目標、現場の人も管理職も見渡せるワンフロアの事務所など、工藤社長のアイディアは様々なところに活かされている。個人として、チームとして、作業の安全や会社という組織作りについて意識し、イメージを共有することができる。

強いハングリー精神と微に入り細を穿つ組織作り。深い父のような眼差しを持つ工藤社長にご自身の評価を伺う。「まだ終わっていないので、自分で点数をつけることはできません。満点を目標して頑張ろうかな。若いころからの付き合いの(アイチの)伊藤さんに、20年後点数をつけてもらいたいですね(笑)」。



朝礼での安全唱和。声を出して元気よく復唱する

毎朝の見送り。「気をつけて」と声を掛け安全意識を高め、それぞれの現場へと送り出す

本社	〒362-8550 埼玉県上尾市大字領家字山下1152番地の10	048(781)1111(代)
営業企画部	〒362-8550 埼玉県上尾市大字領家字山下1152番地の10	048(781)2672(代)
ライフサイクルサポート部	〒362-8550 埼玉県上尾市大字領家字山下1152番地の10	048(781)3715(代)
北日本支店	〒983-0035 宮城県仙台市宮城野区日の出町3-4-8	022(236)0421(代)
北日本支店北海道	〒063-0834 北海道札幌市西区発寒十四条4-2-70	011(665)1301(代)
関東支店	〒338-0014 埼玉県さいたま市中央区上峰1-15-4	048(852)1104(代)
中部支店	〒459-8001 愛知県名古屋市長区大高町丸の内70-1	052(621)5112(代)
中部支店北陸	〒930-0177 富山県富山市西二俣354	076(434)2181(代)
関西支店	〒532-0027 大阪府大阪市淀川区田川3-9-56	06(6307)4567(代)
中四国支店	〒739-0151 広島県東広島市八本松町原10852-57	082(429)2011(代)
中四国支店四国	〒769-0102 香川県高松市国分寺町国分59-7	087(874)0808(代)
九州支店	〒811-2207 福岡県粕屋郡志免町南里2-26-1	092(935)5353(代)
サテライト沖縄	〒900-0014 沖縄県那覇市松尾2-17-29タウンコート玉商B棟6-G	098(867)7337(代)

## 国内関連会社

(株)アイチ研修センター 〒362-8550 埼玉県上尾市大字領家字山下1152番地の10 048(725)4441(代)

## 株式会社 アイチ コーポレーション

<http://www.aichi-corp.co.jp/>

お客さまとともに。  
変化の先にある、  
より良い未来。

アイチは、製品をご提供するだけでなく、  
お客さまの作業環境、さらには事業全体の向上を  
トータルに考えたご提案を行うことで、  
お客さまとともに発展の途を歩んでいきたいと考えています。  
創業時より受け継ぐ、  
お客さまとの対話をもとにした製品づくりは、  
アイチに宿るアイデンティティーです。  
もっと安全に、さらに快適に、より効率的に —。  
お客さまにとって、理想の作業環境を創造してまいります。