

企業の CSR 活動のあり方に関する一考察

—— 島精機の事例より ——

小田 章, 小高加奈子

はじめに

株式会社島精機製作所（以下、島精機という）は、和歌山市に本社と工場を置くコンピュータ横編機およびデザインシステムのトップメーカーである。1962年に現社長の島正博氏が創業し、日本の高度成長期の繊維機械ブームの中で手袋編機と横編機の自動化と高性能化を武器に競合メーカーを追い越して約10年で国内上位に躍進し、オイルショックの逆風に見舞われたものの、コンピュータ制御横編機とデザインシステムの開発により世界市場の攻略に成功し、約20年で世界のトップクラスに駆け上った¹⁾。

世界初の独創的な製品を次々と開発してきた島精機の技術力は業界の枠を超えて広く知られており、2007年には「無縫製コンピュータ横編機およびデザインシステムを活用したニット製品の高度生産方式の開発」により、事業者による優れた独創的研究に対して与えられる第53回大河内記念生産特賞を受賞している。こうした実績を残してきた島精機は、自然な成り行きとして、和歌山において地元企業のリーダー的な存在となった。こうした企業に対して、地元行政や地域社会が種々の協力を求めるケースが増えている。企業の社会的責任、いわゆるCSR (corporate social responsibility) については、さまざまな視点からの議論があるが、我々は、その原点を、企業が社会から実際に要請され、それに応えている事実求めたいと考えている。本稿では、島精機の社会的責任への取り組みを具体的な事例に即して考察し、企業のCSRの在り方を考えることとする。

1. 島精機の企業活動の基本スタンス

島精機は、自社ホームページにおいて「行動基準」、「品質・環境基本方針」、「品質行動指針」、「環境行動指針」及びこれらと関連する「製品づくりのコンセプト10か条」を公表し、企業活動の基本スタンスを明確にしている。島精機の価値観や個性がよく表れていると思われる部分を中心に概観する。

1) 詳細については文末に引用した諸資料を参照されたい。

(1) SHIMA SEIKI グループ行動基準

島精機における行動基準は、「SHIMA SEIKI グループのすべての役員、社員が事業を通じて社会に貢献することをめざし、当社の経営理念を柱に、それぞれの事業活動において遵守すべき指針をわかりやすく表現したもの」としており、2006年9月に制定された後に、2008年10月と2015年9月に改訂されている²⁾。

本行動基準は、「総則」、「第1章 事業活動について」、「第2章 会社と社会との関係について」、「第3章 会社と社員との関係について」、「第4章 会社財産との関係について」、そして「第5章 その他」の5章から構成されている。

これらのうちで、我々が注目したいのは、総則第1項の「経営理念に基づく企業行動」の項に掲げられている以下の内容である。これらは、島社長が近年特に強調している経営哲学であり、行動基準の原点をなしている。

私たちは「愛」「創造」「氣」を合言葉に「Ever Onward — 限りなき前進」を掲げ、事業の持続的発展により、「世の中になくてはならない企業」になることを目指してまいります。

「愛」

私たちは、仕事を愛し、人を愛し、国や地域を愛し、地球を愛することを通じて、人や環境にやさしい「もの創り」を目指し、社会に貢献します。

「創造」

私たちは、高感度・高感性で創造力を発揮し、世の中に無い魅力的なものを創り出すことを目指します。

「氣」

私たちは、何ごとにも、成し遂げる“氣”を持って挑戦し、製品やサービスに魂を込め、未来を切り開いていきます。

(2) 品質・環境基本方針とその背景

島社長は「良い製品は良い環境から生まれる」という強い信念を持っている。こうした考え方は、世界市場への本格的な挑戦を始めた頃に同氏が欧州の先進メーカーを視察した際に、その生産体制・業務環境の素晴らしさに感銘を受け、共感したものである。これらを背景として、

2) 同社の次のホームページを参照されたい。<http://www.shimaseiki.co.jp/company/conduct/>

島精機は「品質」と「環境」を不可分の両輪として以下のような基本方針を掲げている。

当社は、「Ever Onward — 限りなき前進」の経営理念に基づき、「創造力」を発揮してユーザーニーズを先取りした魅力のある製品・サービスの開発・提供に注力するとともに、「最高機能の製品を経済的な価格でお届けする」というシマセイキスピリットのもと、製品品質、顧客満足度の向上に努めます。あわせて「人に、地球に、やさしい製品づくり」を進めるとともに、「環境配慮型製品」の開発・提供を通じ環境保全に貢献しグローバル企業としての社会的責任を果たしていきます。

そのため、社長以下、全社員が「製品づくりのコンセプト 10 か条」を常に念頭に置き、品質・環境マネジメントシステムの計画的かつ効率的な運用、ならびにその有効性の継続的改善に積極的に取り組みます。

(3) 製品づくりのコンセプト 10 か条

上記引用にはっきり示されているように、島精機は「品質」と「環境」に関する基準を具体的な方法論に展開している。1990年代に「トータル・ニッティング・システム」を追求する中で生まれた提言が、次のような「製品づくりのコンセプト 10 か条」としてまとめられ、ユーザー業界への具体的な提案に活かされる中で、同社の各部門における行動指針として根付くに至った³⁾。

企画提案型

魅力のある商品

洋服感覚

高感度・高感性

多品種・少量

クイックレスポンス (QR)

マーケットイン

効率化

情報化 (マルチメディア)

平準化・複合化

3) 同社の次のホームページを参照されたい。<http://www.shimaseiki.co.jp/company/responsibility/index2.html>

2. 島精機の CSR 活動：ニットマシン関連分野

企業の CSR 活動には、その企業の経営理念と重点指向が端的に現れる。現在、島精機が自社ホームページにおいて公表しているのは、「太陽光発電」、「工場緑化」、「フュージョン・ミュージアム」、そして「ISO 14001：環境マネジメントシステム認証」の4項目である。同社がこれらを CSR 活動として特に重視していることが窺われる。これらのうち最後の項目は同社の品質・環境基本方針に基づく具体的、日常的な活動の統制と理解できるところであるので、その他の3項目について概要を確認しておく⁴⁾。

(1) 太陽光発電

「良い製品は良い環境から生まれる」という信念の下、「品質」と「環境」は、島社長と島精機にとり経営上の必須かつ不可分の最重要目標として位置づけられている。「品質」の重視は生産体制の効率化と顧客満足につながり、「環境」の重視は生産性の向上と地域社会との信頼関係強化につながる。

島精機の生産体制・業務環境は、実際に、こうした考え方に基づいて整備されてきた。工場内の整理整頓は言うまでもなく、同社による太陽光発電の活用の取り組みは全国でも先駆けといえるものであり、現在までその努力は継続されている。以下は、同社のホームページにおける公表内容である。

SHIMA SEIKI は、「SHIMA SEIKI グループ行動基準」に「地球環境の保護」を定めているように、環境法令等を遵守し、環境に配慮した事業活動を積極的に推進することを重要な経営課題と認識しています。

生産部門では、年平均1%以上のエネルギー消費原単位の低減を目標に、エネルギー使用量の削減を推進しています。ホールゲーム横編機専用組立工場である最新の「FA3号棟」をはじめとする各工場には、大規模な太陽光発電システムを導入。この設備を含めて SHIMA SEIKI グループの工場には、日本の民間企業としては屈指の出力1,550kWhの太陽光発電システムが稼動し、工場内で使用する電力の10%相当が削減できる自然エネルギーを創出しています。

このほか当社は、蓄熱式空調機の設置、照明器具のインバーター化、工作機械の廃熱利用などによる省エネルギー化にも取り組んでいます。

SHIMA SEIKI は、「人に、地球に、やさしい製品づくり」を進め、「環境配慮型製品」

4) 同社の次のホームページを参照されたい。<http://www.shimaseiki.co.jp/company/responsibility/>

の開発・提供を通じ環境保全に貢献し、グローバル企業としての社会的責任を果たしていきます。そのため、当社が設計、製造、及び販売する全ての製品において、係る全ての本社業務に関して、“外部認証機関による ISO14001 第三者認証”を取得しています。

また、次のプレスリリースは、太陽光発電を始めとする島精機の品質・環境改善のためのノウハウを結集して建設した最新鋭の工場と生産設備の概要を示すものである。

2012年03月23日

新工場『FA (Factory Amenity) 3号棟』竣工のお知らせ

弊社本社敷地内に建設中でありました新工場『FA (Factory Amenity) 3号棟』を下記のとおり竣工しましたのでお知らせ申し上げます。

工場名称：『FA (Factory Amenity) 3号棟』

建設目的：ホールガーメント（無縫製ニット）横編機のフレキシブルな組立体制の確立

コンセプト：地球環境に配慮した省エネルギーと人にやさしく快適な次世代工場

- ・ トップライトによる自然採光とインバーター照明、無段階調光センサーの採用で均一な照度を確保することにより工場環境向上と電力消費量の約50%を削減。
- ・ 太陽光発電設備の設置。
- ・ 屋根、壁面の断熱性能の向上および加湿組込型インバーター空調、熱交換型換気システムの採用により、ランニングコストを年間約35%低減。
- ・ トラス化で柱間を広く取り、良質で強度のある鋼材を使用することで、開放的な空間を確保すると同時に鋼材を約30%節減。
- ・ 従来工法の基礎杭や地中梁を必要とせず、建物全体の地盤を深い位置まで地盤改良を施すことにより強度を上げることで、上部荷重と地震による水平力に地盤全体で対応し、耐震性能を向上させるなど防災を意識した最新工場。
- ・ 従来工場の床面よりも20cm高い床面を確保。さらには、各扉に50cmの防潮扉を完備し、西側水路沿いに設置した擁壁とともに水路からの水の浸入を防ぐよう計画。
- ・ 建設にあたっては、建設地の木々をすべて工場敷地内に移植し、環境にも配慮。全工場敷地の約30%の緑地帯を確保することでCO2を吸収。弊社工場は緑化優良工場として2005年度(財)日本緑化センター会長賞を受賞しました。

工場概要：

- ・鉄骨造り平屋建て
- ・本体部分床面積 2,414.91㎡
- ・太陽光発電設備 京セラ株式会社製 出力 220kW（発電パネル 1,000 枚）
- ・出荷部テント膜キャノピー 657.4㎡ 酸化チタン光触媒による半永久的な汚れ防止および紫外線遮断機能。

総工費：約7億円（建設工事，太陽光発電設備，付帯工事）

工事請負：株式会社浅川組

設計監理：株式会社DEM建築事務所

(2) 工場緑化

島精機の本社と開発・製造拠点は、1962年の創立から現在まで、和歌山市内に立地している。現在では島精機の売上高と利益の大半は海外で得られているものであり、販売拠点は世界各地に配置されているが、開発・製造拠点については地元集中してきた。

メーカーとしての原点である開発・製造拠点について地元を基本に考えるのであれば、地元社会との前向きな関係構築は欠かせない。島精機による工場緑化活動は、その開発・製造拠点の存在自体が、地元社会の環境資産となることを目指したものであった。以下は、同社のホームページにおける公表内容である⁵⁾。

SHIMA SEIKI は、緑化に積極的に取り組み、約16万平方メートルある敷地の約30%以上を緑地とし、15,000本の木々を植樹してCO2低減に寄与しています。こうした総合的な工場緑化の推進と地域緑化への貢献が評価され、2007年10月には「緑化優良工場等表彰 経済産業大臣賞」を受賞しました。

当社では、今後も工場緑化を推進するとともに、周辺道路や街灯、歩道などの整備の推進、防犯効果を高める本社ビルのライトアップなども実施し、地域社会に貢献していきたいと考えています。

また、次のプレスリリースは、島精機の地道な工場緑化活動が、地域社会及び行政から極めて高い評価を受けている事実を示すものである。

2016年04月15日

5) 同社の次のホームページを参照されたい。<http://www.shimaseiki.co.jp/company/responsibility/>

『平成 28 年 緑化推進運動功労者 内閣総理大臣表彰』受賞のお知らせ

このたび、株式会社島精機製作所本社工場は、『平成 28 年緑化推進運動功労者内閣総理大臣表彰』を受賞することが決定しましたので、お知らせいたします。

1. 緑化推進運動功労者表彰制度について

「緑化推進運動の実施方針」に基づき、緑化活動の推進や緑化思想の普及啓発について顕著な功績のあった個人又は団体を表彰する制度です。

2. 受賞の理由

工場敷地の周囲だけではなく、生産施設を囲うように植栽するなど、周囲から見えにくいように配慮した工場緑化に取り組んでいる。緑地には、和歌山県の木であり、備長炭としても使われているウバメガシや県の花であるウメといった地域の特徴的な樹木をはじめ、サクラやカリン、ハンカチノキ、サツキ、ツツジなどの高木・低木多品種の植栽がなされ、散策路も整備されている。ほぼ全ての樹木に樹名板が設置されているなど、手入れも行き届き、一年を通じて美観が保たれている。

弊社では、『よい製品はよい環境から生まれる』を理念とし、長年工場緑化活動に取り組んできました。工場敷地面積の約 30% の緑地を確保するとともに、周囲に歩道や街灯を設置し、植栽を提供するなど、周辺を含めた環境整備への取り組みが評価されたものです。今回の表彰を励みとして、環境基本方針に基づき、より一層緑化環境保全に向けての努力を続けていきます。

【今回の受賞の対象となる敷地】

〈所在地〉和歌山県和歌山市坂田 85 番地

〈敷地面積〉90,883㎡

〈緑地面積〉37,018㎡（環境施設を含む）

〈過去の受賞歴〉2005 年 日本緑化センター会長賞

2006 年 近畿経済産業局長賞

2007 年 経済産業大臣賞

(3) フェージョン・ミュージアム

島精機の経営方針には、常にニット・アパレル業界への貢献という視点があった。島社長のリーダーシップの下で卓越した技術・製品開発力を発揮した同社は創業から数年間で国内にお

いてはニット横編機業界のリーダーの地位に到達したことがその背景にある。

業界のリーダーとなった場合、マーケットシェアの追求にはいずれ限界が生じると考えられ、市場規模自体の成長にどのように貢献するかを考える必要が出てくる。島精機の場合、海外市場への挑戦と国内での顧客業界への貢献が重要な戦略となった。以下はその一環で実行された、国内のニット・アパレル業界への貢献を目指した取り組みであるフュージョン・ミュージアムに関する同社のホームページにおける公表内容である⁶⁾。

SHIMA SEIKI は、ニット・アパレル業界へのさらなる貢献を目指し、業界のパイオニアとして「フュージョン・ミュージアム」を運営しています。

フュージョン・ミュージアムでは横編機、手袋編機などの実機を展示しており、英国で生まれた世界最初の靴下編機から当社が誇る最新鋭機器まで、ニット編機の歴史を紹介しています。ご来館の皆様が楽しみながら見て触れることで「ニットのしくみ」が理解でき、また、展示品を通じ人やモノ、業界、世界の国々との「つながり」を実感できる場を提供していきたいと考えています。

ニットの歴史を展示する同ミュージアムは、地域の教育に貢献する体験施設としても活用されています。また、子供たちが当社のデザインシステムを使ってモノづくりの楽しさを体験できる「アートクラブ」を開設し、豊かな感性と表現力を身につけるためのデザイン教育にも貢献しています。

創造から生まれるモノづくりの楽しさを体感できるこれらの活動が、未来ある子供たちの知的探究心を育むことの一助となることを願っています。

次のプレスリリースは、ニット・ミュージアムの概要と設立趣旨について、更に詳しく伝えている⁷⁾。

平成 20 年 3 月 31 日

『ニット・ミュージアム』オープンのお知らせ

このたび弊社では、予てより和歌山市内の市街地活性化の核として和島興産株式会社が進めてきた『フォルテ ワジマ』（和歌山市本町 2 丁目 1 番地）内に『ニット・ミュージアム』をオープンし、本日 3 月 31 日より営業を開始しました。

6) 同社による次のホームページを参照されたい。http://www.shimaseiki.co.jp/company/responsibility/

7) 同社の次の公表資料を参照いただきたい。

1. ニット・ミュージアムのコンセプト

- ①メリヤス編みを中心とするニット産業は和歌山の地場産業であり、弊社はこの地において手袋編機、横編機のパイオニアメーカーとして成長を続けてきました。繊維機械の発展や弊社のためみない技術開発の歩みを様々な展示を通じて情報発信いたします。
- ②ミュージアムには新鋭のニット機器も展示します。最新のビジネスモデルを発信することで、広くモノづくりの提案を行っていきます。
- ③歴史に触れ、編機の動きや部品を目の当たりにすることで、未来を担う子供たちにモノづくりの心を紹介し、知的探究心を養ってもらいます。

2. 施設概要

①編機の展示

英国 1800 年代の靴下編機、手動手袋編機、全自動手袋編機、コンピュータ横編機、デザインシステムなどの実機および写真パネルの展示

②繊維関連機器の展示

③編針を始めとした様々な編機部品の展示

④ホールガーメント（無縫製ニット）横編機等の稼働展示

⑤ハイビジョンシアター

世界最高レベルの高輝度・高精細ブルーオーシャンスクリーン（150 インチ）による弊社デザインシステム SDS-ONE APEX のデモンストレーションなど

3. 弊社が提案する新しいビジネスモデル

弊社では、ホールガーメントのモノづくりにおける新しいビジネスモデルとして、『Ordermade』（オーダーメイド）を提案しています。

これは膨大な編成テストと検証済みの実績値をデータベース化し、顧客のサイズや好みに合った上質なホールガーメントを、簡単かつスピーディーに仕上げるものです。

ホールガーメントは地球環境にやさしい商品ですが、ムダのない究極のモノづくりを実現することでさらなる環境改善を進めます。

3. 島精機の CSR 活動：ニットマシン関連以外の分野

島精機は、島社長の価値観や感性に基づいて、ニットマシン関連以外の分野の CSR 活動にも取り組んできた。その中には、いわゆる企業のステークホルダーだけにとどまらず、その活動への一般の参加者や関係者から極めて高く評価されているものもある。島精機がこうした活動を積極的に支援していることは意外に知られていない⁸⁾。

(1) 飲食・ホテル事業

島精機は、飲食・ホテル事業を事業領域の一部に位置付けており、そのことを自社ホームページにおいて次のように公表している。「フォルテワジマ」と「Wajima 十番丁ビル」は、和歌山市中心部のいわゆる「ぶらくり丁」周辺地域の活性化に協力する観点から運営している施設である。現在の社会・経済情勢において、これらの事業を維持していくには相当の負担があるものと推察されるが、地域社会の期待に応える観点から本業の一部として事業運営していく努力を続ける意思を明らかにしている。

SHIMA SEIKI は飲食店事業もおこなっています。和歌山市内の商業施設フォルテワジマには、山形県・庄内平野にある“平田牧場”で育てられた三元豚を使ったとんかつ・豚肉料理が自慢の「庄内」、ご家庭でお楽しみいただける“こだわりの味”を取り揃え、高級食材を使用した惣菜専門店「IL Gusto」、レストラン「グリーン」、バー「ブルー」を出店しています。また、Wajima 十番丁ビルには、高級食材がリーズナブルに楽しめるカレーとコーヒーの専門店「ISOLA BELLA」、ビル最上階から和歌山城を臨む素晴らしい眺めもお楽しみいただけるレストラン「LA VERANDA」といった店舗展開もしております。和歌山にお越しの際は、ぜひお立ち寄りください。

(南紀白浜に立地する、オーベルジュ・サウステラスは)「宿泊できるレストラン」として味が自慢のホテルです。自然の恵み、富田の自然水をはじめとした無添加の料理素材など、こことカラダの健康に配慮しています。

島精機の主力事業はアパレル業界向けの編み機や業務支援システムの提供であったが、その視線は島精機がそれらを納入する業者がそれらを活用して最終製品を提供する消費者・利用者のニーズや欲求に向けられていた。

アパレル製品の消費者・利用者の大半は、言うまでもなく、一般市民である。島精機は、その日常生活を支える「衣食住」の充実に貢献することを重視している。同社にとって、飲食・ホテル分野の事業は、そのための具体的な手段となっている。

島精機は、この分野の事業を維持していくということにとどまらず、新たな取り組みを積極的に進めている。フォルテワジマには良質な素材を最大限に生かしたメニューを提供するステキハウス「坂の上」を加えている。Wajima 十番丁ビルには創作和食の「和テラス」とイタリア郷土料理の「トラットリア イ・ボローニャ」を加えた。いずれも、島精機が提案する個性豊かな食文化が堪能できるユニークな店舗である。また、世界遺産に登録された高野山の

✓ 8) 同社による次のホームページを参照いただきたい。<http://www.shimaseiki.co.jp/company/responsibility/>

一角にあたる和歌山県伊都郡かつらぎ町では、豊かな自然の背景と地元の農作物の高品質を最大限に生かした飲食・宿泊施設の「天の里」を2013年に開業した。

(2) スポーツ振興

島精機は、地域社会におけるスポーツ振興の観点から、いくつかのイベントへの支援を継続している。その代表的な例が和歌山市周辺地域がマリンスポーツの拠点として好条件を備えていることを背景に、そうした拠点づくりとイベント開催に関与している「SHIMA SEIKI CUP」である。

2016年 第14回 SHIMA SEIKI CUP

「SHIMA SEIKI CUP」大会組織

共同主催 JSAF 加盟団体外洋内海, 和歌山県セーリング連盟

運営 NPO 法人和歌山セーリングクラブ, SHIMA SEIKI CUP 実行委員会, JSAF
加盟団体外洋内海, 和歌山県セーリング連盟, 和歌山オーシャンヨットクラブ

協力 和歌山マリーナシティヨット倶楽部, 和歌山マリーナ

後援 和歌山県, 和歌山県教育委員会, 社団法人和歌山県体育協会
和歌山市, 和歌山市教育委員会, 和歌山市体育協会

特別協賛: 株式会社島精機製作所

「SHIMA SEIKI CUP」大会主要役員

大会会長 島 正博 (島精機製作所代表取締役社長)

大会実行委員会会長 中井國雄 (和歌山県セーリング連盟会長)

大会レース日程

IRCクラス 11月5日(土) ~ 11月6日(日)

和歌浦セーリングフェスティバル 11月6日(日)

公式パーティ・表彰式

SHIMA SEIKI CUP ウェルカムパーティ

11月5日(土) 18:00 ~

会場: 和歌山マリーナシティホテル (2階 宴会場)

表彰式

11月6日(日) 17:00～

会場：和歌山マリーナシティヨット倶楽部 (2階 レセプションホール)

大会事務局, レース本部

和歌山セーリングセンター内「SHIMA SEIKI CUP 大会事務局」

〒641-0014 和歌山県和歌山市毛見 1514

TEL. 073-448-0251

FAX. 073-494-3252

(3) 文化振興

島社長は、本業、非本業を問わず、「感性」を重視している。その背景には本業のニットマシン製造が大衆の感性に応えようとするアパレル・ニット業界にビジネスモデルとツールを提供しようという視点を持っていることがあるのだろう。

他方、天才発明少年と言われた青年期から事業を起こした島社長の関心は、さまざまな機械類に向けられた。「感性」と「機械」が融合した世界であるクラシックスカーに関心が向けられたのは自然である。島精機は次のようなイベントの開催に協力している。

2009年に誕生したクラシックスポーツカーの春の祭典「La Festa Primavera」は、日本の歴史的建造物や名所旧跡が点在する東海・近畿地方を舞台に4日間約1000kmのルートで開催されます。

参加する車は今から半世紀から一世紀前に製造され、それらを操る参加者は愛車を労りつつ遙か先のゴールを目指しますが、完走は容易くありません。過去のデータでは完走率は8割、2割の参加者は途中で脱落します。

4日間天候に恵まれる保証もなく、完璧に整備したはずの愛車が故障する事もあり得るのに、なぜ参加者は完走の保証もない旅に挑戦するのでしょうか？

それは、クラシックカーの持つ、品格、個性、操縦の楽しさなど、現代車では決して味わえない魅力とともに、己の五感を駆使してゴールまで辿り着いた時の達成感、参加者の冒険心をかき立て、筋書き通りに行かないからこそ楽しく、自身のライフスタイルを満喫できるからではないでしょうか。

大会は「古いものに敬意を」「いくつになっても、心・少年」「大会を通じて友情の輪を広げる」という三つの基本精神を理念として、クラシックカーの魅力を様々な形で伝え、再生産不可能な数々の名車が次世代へと継承されることを願い、毎春、継続して大会を構築してまいります。

4. 関係者との対話

企業としての社会的責任の範囲と内容を、どのように認識し実践するかは、経営者の個性であり、企業の個性である。鳥精機の開示内容は、事業領域における攻めの取り組みに焦点が当てられている。

現実には、和歌山県のリーディング企業として、一般には認識されていない場面でも種々の貢献を行っているのが事実であるので、それらを公表しないことで、自社のCSR活動の内容と意図は十分に理解されていないくらいがあると申し上げざるを得ない。

鳥精機としては、このような地元のリーダー企業として求められて自然に対応する地元貢献については、当然なすべき行動と位置づけて、あえて積極的に公表されていなかった模様である。しかしながら、地元企業群によるこうした地道な貢献は、社会的なニーズに対する解決に向けて前進する極めて有力な手段である。

我々は、鳥精機のこれまでの経営行動の理解という観点でも、地方のリーダー企業の経営行動のあるべき姿の考察という観点でも、鳥社長と関係者、そして地元の本音を引き出したいと考えた。以下はそのような問題意識から、鳥精機と和歌山市在住の筆者の知人をお願いしたインタビューの記録からの抜粋である。

まず、鳥社長と総務部門管掌の藤田取締役とのインタビュー記録から、同社の基本姿勢やその背景にある信念や想いがよく表れていると思われた部分を紹介する。

小高：地元の方とか地域の方に対して、何かしたいという思いはどのようなことかお聞かせいただけますか？ 何か具体的に。

社長：それはもう、小さい時から野菜を作って、あの、配ったり、配ってるけども、まあ、あの、「お餅もらったんで」ってくれるから、こうなにする。そんな物々交換は近くの地域の人、で、できるだけそういうようなんで、そういうようなことを教えてもらったり、あの、教えたりそうしながらやって、それで今度、仕事の分野に入ると、無いものを新しくしようと。そうするとなにか機械を買ってもら、何かを買ってもら、それ、買ってもらう人がお金を出すわけやから、お金を出す人が喜んでくれるようにせんといかん。そのためにはやっぱり、地域の人がやっぱりやる気を出していいものにしようとそういう気持ちのものが集まって作ると良いものができるでしょ。そのためにはやっぱり、社長やからどうとかっていうんとちごて、僕はコンダクターで、こっちもうちょっと、そういうような感じにやって、その代わり儲けたら先に、あの、給料は少しでも良くするように、減らそうちゅうなんではなしに、良くするように。それで、あの、賞与もちょっと余分にやって、まだもうちょっと余分にいきたいなって思うやつは業績配当ちめて余分に奨励金を渡し

て、そんなにしたり。それで、それはまあ、地域と違って会社の社員が、まあ、地域から来てるわけやから、その人が少しでもやりがいあるように。帰って、「仕事遅までご苦労さんやな」って、「辞めたいでしょう?」、「いや、面白い」ちゅて、しんどいけども面白い。そんなような感じでやってたから、今でも振り返って、古い人が残業、徹夜ってそんなことやりながらやってるけども、やっぱりあの時は1番楽しかったわな〜?

藤田：そうです。

小高：長年お勤めされている方々に昔を振り返っていただきお話を聞きしていても、イキイキとした雰囲気伝わってきますよね。向かうべき同じ目標に向かって、皆さんでやっていたというのがよく分かりましたね。

社長：そういうような時にはね、必ずね、お金ちゅうよりかみんなもね、「ステーキ食べたいやろ? 美味しいやつ食べたいやろ?」ちゅて言うたら、「そりゃあ、食べたい」、「そしたらようけ儲けてね、それで美味しいもん食べられるようにね、やっていこう」ちゅて。それやから、ここの上のステーキハウスとかね、南風荘ちゅうても、美味しいものを食べるのに、それは自分だけ美味しいだけちゅて、やっぱり南風荘でする時にもお客さんの技術者に美味しいもん食べてもらうようにしよう。そしたらこの機械作ってるところから機械をこうて、それでちゃんと研修に行っても、他へ行くよりか大切にしてくれて美味しいもん食べさせてくれてどうやとか、そういう風になってるから、そのために料理長にね、日本料理やけどファッションは、日本料理は和服と似合うでしょ。それでニットは洋服、それはやっぱりちょっと洋風料理が。しかし日本へ来たら、「和風と洋風とミックスしたフュージョンのそういうようなものを作ってください」、そしたら「ワシは日本料理のなんとか流や。そんなことできない」ちゅて。「できないって今まではそうやけども、やっぱりお客さんは洋風の感覚の人が来るんやからね、そやけども前が海やからね、新しい魚が入るやろなってそういう感じで」って。そうするとお魚料理ったら、日本人はやっぱり刺身、そういうようなにするけども、欧州から来るとやっぱりあの、カルパッチョかなにかそういう風にしたリムニエルにしたリせんといかん。それをうま〜くなくにするように。あんまり醤油を付けるような形のもんを作らないで。そういう風にやったら、料理長ね、怒って「そんな難しいこと」ちゅて。そうやってるうちに、段々それが美味しいって。それで知事とかかなにかそんなにも、東京から来ても日本料理だったら京都の京料理とかそういうようなん食べたりね、それで東京にも純日本料理はたくさんあるし。洋風ちゅうても、そうやけど東京や東北やそんなところから来てもやっぱり、新鮮な魚、そういうようなものを同じことでもカルパッチョとかそんなにしたらワインとも合うし、そういうような形に創作料理

作る。そしたら「無いものは作らない」って言うん。「作らなかつたら、こっちは食わない」ちゅて。「どっかへ食べに行く」って。そしたら料理長、食べに来てくれなかつたら淋しいでしょ。

小高：南風荘からレストラン経営へ展開されておられますけど、何店舗かあるレストランに期待をしたこととはどういうことでしょうか？ コンセプトいろいろ違いますよね？ 期待をなさっていることってというのは何ですか？

社長：まあ、やっぱり、あの、まず、基本は美味しくなかつたらいかん。美味しいなって美味しく感じる人がどれだけあるか、しかし、まだこんなん食べたことないっていう新鮮さが無かつたらいかんでしょ。それで新しい感覚でどこにも無いようなもんを作ってください、創作して食べたら味も何も良いなって、自分もちょっと食べて、これやつたらいけるって創造して、お客さんが喜んでくれるだろうなとそういうような形でやつたら、間違っておつたらそれを修正したらいいわけやから、そういう風にチャレンジして、ああ、島精機へ行つたら、海の幸、お肉、そういうようなもんから色んなもの、果物も豊富やからいろんな食材を活用して、「他の真似しない創作料理をやってください」ちゅう。そうするとあそこへ行って、あれが良かったなどそんな感じになるわけやから、「世界一の料理を作ってください」ちゅう、そんな気持ちで言うたら、そしたら和歌山で一ちゅうたら、和歌山に無かつたらそれが1番って思うでしょ。世界のそこまで食べに行つてたら時間かかるわけでしょ。だから、「創造してね、そんなん他に無いちゅう感じの料理を作って、美味しいもんを作ってください」ちゅう。

小高：それは一般のお客さんに対してもですね？

社長：そう!!

小高：会社の社会的責任というか、社長さんが考える企業の社会的な責任についてはどう思われますか？

社長：責任は…、

小高：レストランの中でも「グリーン」では低カロリーで糖尿病や他の病がある方にも安心して召し上がっていただけるようなものをご提供されているってことを、あまり一般の皆さんはご存知ないかもしれませんが、そういうことは既にされているのですね？

社長：うん。お金儲けよりか、美味しくて過剰に油が無いとか、食べても胸焼けしないような、健康でいていただくようなことを心がけて。

小高：そういう社会的な意味を持ってきちんとされているのであれば、それは素晴らしいと思いますし、本業ではないレストラン経営に対してもそれならステークホルダー

の方々も納得できるものですよ。では、レストラン以外のことでの社会責任ということについてはどのようにお考えですか？

社長：レストラン以外でもね、やっぱり衣の文化を高めていくのが本業で、新しい機械を毎年進化させて、そしてお客さんが使ってもらったら、そこで島精機の機械を使ったら、あの、故障起こらない、そうすると不良も出ない、生産量、儲かる。そやけど同じもんばかりと違って、他に無いようなもんができるようになったら、そしたら真似される、お客さん同士、他の機械メーカーの安いやつを買って安く作る、それと同じもんだつたらなにやから、他でできないようなことをするようにするとお客さんの差別化になるでしょ。ほいで、お客さんに喜んでもらったら、そしたら結果的にうちの機械を買ってくれることに。そういうような格好で、そのためにはお客さんにやっぱり儲けてもらう、それが相手の立場に立って、それで今度はそのお客さんの技術者が、やっぱりよけ機械を愛して油もやり掃除もしてもらうように、こっち来たたら訓練もし、その人にそのオーナーよりかまだ美味しいやつを食べてもらおうと。オーナーの方はお金あんなやからね、そしたらその技術者よりか食べようと思たら食べられるわけやから。普通はオーナーの方が来たたらサービスするでしょ。技術者の方をサービスするようになって、そういう風にしたら、そしたら機械を愛してくれる、そういうような形で結果的に相手の立場に立ったら、そういうようなには、あの、自分ところのやってるんは衣をよりファッションブルに、そして良い生地になるようなそんな機械を、惚れ込んでくれるようなその人を大切にしよう、そやけど大切にすんのね、衣食住がもう日本だけでしょ。みんな、フード・クロッシング・シェルターで食衣住。その食を1番大切にせんといかんのに、あの、食のなんでは日本人は早食いが多いでしょ。

小高：(笑)。

社長：早食いは胃に負担をかけて消化不良になる。ゆっくり食べてなにする、そうするとお肉食べてもなに食べても、まあ大体、酸性のものが多くいしょ。そうするとそれにワインをなにするると中和して、そのためにはワインを提供してワインもやっぱりこの料理と合うものを出したら、そしたらいいなって。そしたらそういうような感性をまた今度ニットの方に持っていったりすることができるし。それやからもう、人間は健康で美味しいなど、そうすると心が満足するようなそんな形。着ても、ああ、これ軽くてって、それでみんな、安めに見えるなっていうんとちごて、すごいなちゅて、そういうようなこと言われたらまた嬉しいでしょ。そんな感じで、人の心を大切に、より楽しいようにするためには、食衣住やから、まず、食べて良かったなって。それを見ただけでもう本業の分はもう観なくても大丈夫ちゅう、そんなんで帰ってしまう人あるん。余分なもんまでこだわってやってるんだつたらもう、

本業はそれ以上にやってるちゅうそんな感じ。そうするとやっぱりお客さんも遠くにあるから、お客さんを大切に、繋がりがあから繋がりを大切にしていこう。そうすると地域の人が一生懸命作る方でやってくれてる、その人もなにせんといかんし、また仕事に関係ない人でも地域の和歌山の人を大切にせんといかん、まあ、そういうような形で度合いが違ってやっぱり人を大切に、満足にするようにせんといかん。そのためにお金儲けしようと思ったら、ちょっとあの、高く売りつけるようにせんといかんでしょ。それでお金を貰うんではなしに、やっぱり売りつけるんと違って良いものを作ってまた次を買ってもらうようにして、そうすると量を作っていくと結果的に利益に繋がってくる。それがギブ&ギブンの精神になってくるから、「お金を欲しいと思うな」ちゅう。「仕事を好きになったら勝手にお金がやってくるちゅう、そういうような心を持つようにしなさい」ちゅう。

小高：鳥精機の社会責任を事業拡大の戦略の1つとして考えてみると、本業の利益の一部で何かをするということだけではなくって、社会から要請され支持されるモノづくりができるのではないですか？ まあ、もう皆さん、色々とお考えでご苦労されておられるのだと思います。

社長：ご苦労はね、テーマを出してもらったり評価をしてもらって、ああ、そしたらどうしたらええかなと思って、その時はグツと落ちたりするん。そのことによって能力が発揮するでしょ。そうして、ああ、これやったらいける、今度できた時に、褒めてもらった、その人間が今までシュン太郎のなになが、バツと上がって、あつ、これでいけるっていうチャンスを掴んだら、次にこうしたらいいな、次々いける。評価してくれる人が無かったら、いくら経っても努力しない。能力あるのにしないっていう、それが今。

小高：能力はとても高いと思います、皆さん。

社長：高いことないん。僕から見たらね、低い低い。

小高：社長さんから見られたらそうなのでしょうけど（笑）。

社長：そうするとね、僕は理想が高いかは別として、小高さんのなから見たらね、すごくね、同じようなことを、同じ仕事をしたらもっとなにごできるなど、そんな感じで、

小高：分からないから思うことだと思うんですけど（笑）。

社長：思うちゅうことは、そういう創造性があるって、こうしたらできるちゅうそんな感じがあるからね。

小高：こちらの会社だったら絶対できる、これから社会が求めていることに対してその方向へ向かれたら、地域の方々からも親しみを持って支持もいただけるような企業になる、もっと身近な存在として皆が捉えるのだからって思うんですけど。それを

チャンスと捉えて戦略として、

社長：やっぱり、それぐらいの情熱を持ってうちの役員さんいますか？

小高：社員さん、皆さんがそうお思いだと思います。

社長：いやいや、それはお世辞や。実際、こちらから見てどうですか？ それぐらいね、情熱持ってやってるなには無いと思いますよ。ちょっと1つ前だけ見てね、やってるような。やっぱり情熱はどんどんどんどん行くとやっぱり成功に導いてくる。そのへんちょっと。

小高：一般の人の声を聞いていると、ちょっとそんなところが見えてきますね、自分達にとって身近だと知って初めて島精機さんを見つめ直すところがある。「自分が持っているファストファッションブランドのニットが、実は島精機の機械で編まれているものもあるということを知って、とても嬉しい気持ちになる。そういうことは全く知らなかったから」と。「ホールガーメントニットだけが島精機の機械で編まれたニットだとばかり思っていた」と。和歌山の人にとっては島精機は誇りなんですよ。誇りなんですけど、会社と自分が何らかの関わりがあるということを知っているか知らないかで全然違うわけですね。知ることは両者にとってほんとに良いことなんですよね。

社長：もうそれは過去の問題。それを聞いて島精機が何ができるか？ っていうたら、無い。それではなにやから、やっぱり、過去のなにがそうあってでも明日…

小高：そう、新たなビジネスチャンスに繋がると思うんです。社会責任を考えると、奉仕とか貢献とかってそこで終わらせることだけではなくって、社会が要請していること、これなら支持できると皆が思うところで新たなビジネスチャンスが生まれると思うんですけど、どうですか？ なので、そういう意味では島コーさんはこれから大きな役割を果たす部署となれるのではないですか？ そうすることによって、島精機さんがより一層、

社長：ブランドアップ、

小高：そうそう、すると思うんです。

社長：機械屋ですからね、今まで機械を作る方からファッションに変わってきてるでしょ、システムで。それでも頭は昔のまま。そんな人が多い。だから、僕のイメージとね、乖離して、言うても、，，

小高：社長の想いというのはものすごく高いところにあるので、なかなか皆さんも難しいと思いますが。

(2016年6月17日島社長及び藤田取締役へのインタビュー記録より抜粋)

藤田取締役には、上記の島社長とのインタビューに先立ち、島精機のCSR活動の具体的な

取り組みや経緯などについてご教示いただいた。以下は、その中で得られた同社の取り組みの背景にある基本姿勢や考え方、想いなどに関わるコメントの抜粋である。

藤田：地域貢献ってデータで見ると、いつこんなにお金使ったとかに。でも、お金をモロに出したくないん。

小高：そういうお金での貢献って大事なんですけど、とても大事ですけども、見る人によっては受け取り方も違うと思いますので。だから、社長さんの和歌山愛を特に大事にしたいのですが。

藤田：社長は想い持ってるんでね。地元に対しても。

小高：和歌山に対する想いはどうですか？ という直接的な聞き方というよりはむしろ、社長さんがくださる様々なお話の中から、そういうところを感じていきたいと思っています。

藤田：この間も「小高さん、また話を聞きたいって言うてますよ」って言うて、「今度は地域貢献とかって言うてますよ」ちゅうたら、「うんうん、そうか」ってなんか言うてたけど、ハハハ（笑）。ただ、ほとんどが社長がやってきたことばかり。我々が地元貢献、地域貢献は仕事する中で当たり前ようになってるけど、社長は我々に対してよく言うてたんは、「やっぱり、税金払うことや」って。「税金払うことが社会に貢献することや。余計なことを考えやんでも儲けて、利益出して税金払ったら、それをちゃんと使ってもらえる」って。そういう考え方の人なんで、同時に業界のためにですよ。業界あるいはお客さんの発展のためにどうするかって、これをもうイヤっちゅうほど叩き込まれてきました、我々は。お客さんに偉そうにしたら怒りますし、もうどんどん自分らがこの会社ずーっと成長していくから、「シェアが上がれば上がるほどお客さんの選択権を奪うってことやから、頭下げやなアカンやろ」っていうことをよく言われましたね。お客さんにとったら決しておもしろくないことや。うちにとったら嬉しいことかも分からんけども、今まで選べたのに鳥が出てきたんで、もう鳥しか無いかえっていう風なもんでしょね。だから、「お客さんの立場に立って考えてみな？」っていつも言う。「相手の立場に立ってって、これ、心理学の原点やで」って。それを地で行ってるっちゅうか。うちの社長が偉いのはね、製品はハードとソフトと、そこへどないしたら儲かるかっていうノウハウをくっ付けて売るんですよ。ってよく言いますよね。よく言うんやけど、どないしたら儲かるかっていうところにミソがあって、必ず、もう昔っからそうやけど、製品開発して生産するだけで終わらないん。お客さんに技術指導するっていうところをセットになってる。これはやっぱりよく出来上がってる。もう、自分がもうほんとにもう、自分とこの家へ泊めてでも教えたりとか。

小高：ああ、そういうことを。

藤田：それぐらいのことをやってきた人なんで。だから、研修センター、雑賀崎にある時は凄かったですよ、板前6人居ったわけですから。世界中の色んな人が来たし。南風荘ではお米、新潟のお米、コシヒカリの、粘りそのまま持って来て、食べる分だけ精米して、で、毎朝精米したお米をお客さんに食べていただいて、材料は材料で地元のそこの海で獲れた材料で。

小高：お客さんは大喜びだったでしょう？ そういうところって無いでしょうから。

藤田：大喜びですよ。もう、美味しいし一切お金取らない。旅費だけ払ってもらって、ここへ来るまでの。当社では昔から値引きして無かった。値引きやらなくても売れたんで、値上げもやらなかったん。値上げを絶対しない。値上げするんやったら、機械の性能を上げるといった新しいなにかをくっ付けてやらないと、そのまま値上がりしましたってようなことってというのは、社長の哲学に反するんで。そういうのは徹底した原則みたいなのがあるので、この会社には。まあ、そういうような色んなところから取り組んでいることが、お客さんのためにとかって発想も出てくるし、地元のためにとかっていうのはね～、まあ、社員も地元の人ですからね～。

小高：さっき仰ってた92%の、

藤田：社員の92%が和歌山の人ですね。っていうのは、工場ここにしか無いからね。そら、海外も入れると、あの、海外出て行くとほとんど現地の人ですから、まあ、変わりますけど。まあ、社長の言う『たらいの水』で、

小高：社長さんのお人柄に惹かれたって仰る人が多いじゃないですか。中村総料理長も「10分お話をしてそう思った」って仰ってました。人生の中でそういう方に出会えるというのは幸せですよ。

藤田：幸せですね～。

小高：社長にそこまで惹かれる人が多いってというのは、すごいことですよ？ 社員さんだけではなく、お会いする皆さんが社長さんに心惹かれてしまうわけですね。皆さん、大好きでしょ？ 社長さんのこと。

藤田：むつかしこと言うけどね、社長はね。あの、簡単のように言うんだけど、実際やろうと思うとめっちゃむつかしこともある。だから、それができずに頭を抱える人もいてる。やっぱり、う～ん、すごい天才肌の人で、「自分は特別じゃないよ」って言うけども、特別の能力持ってる人ですね～。だから、やっぱり通常の人とちょっと違うところある。

小高：全然、高圧的なところが無いでしょう？

藤田：偉そうなところは無い。

小高：それに苦労話も苦労に聞こえないし、自慢話のようなことも自慢に聞こえないんで

すよ。不思議な方ですよ。自慢話っていう言い方はおかしいですけど、スケールの大きなことを平然と仰るじゃないですか、持っているものとかなんでも。でも、嫌味に聞こえないのが、これまたお人柄なのかなと思って。

藤田：うん。

小高：それこそ特殊な「場」をお持ちだから、引き込まれるんでしょうね、皆さん、きつと。

藤田：あの～、なんて言うかな、常識…、

小高：そう、常識と破天荒が同居されているような。

藤田：同居してるから、だからまあ、ひどい場合は、そら昨日言うたこと、もう今日「古い」って言う感覚やから。っていうことを平気で言うことある。我々はもう長いことつきおうてるんで分かるけど。

小高：でも、よくよく考えたら、常にそのことについて考えていたら、昨日と今日、今日と明日は変わっていても全然おかしいことではないですよ。

藤田：おかしくない。社長は常にチャレンジですよ。常にチャレンジすることしか考えてない。だから、誰かが言うてるちゅうようなことには、耳傾けない。だから、色んな人が社長に話聞きたいって。絶対値を持つてるからですね。「これからどうなりますか?」とか、これからどうなりますとかあんまり言う人じゃないけど、でも、自分の考えはこうやっていうのは持つてはるんで。お客さんには懇切丁寧に説明します、「これからこうなりますよ」とか。

(2016年6月7日藤田取締役へのインタビュー記録より抜粋)

総務畑で島精機のCSR活動に多年関わってこられた和田課長のコメントも頂けた。収益が一義的な目標でない事業や活動であるので、会社としてどこまで踏み込んでいくのか、常に自問しながら取り組まれてきたものと推察する。同氏とのインタビューにより、島社長のスタンスがシンプルで一貫していたことにより行動指針が明確になり、効果的な活動ができたことが窺われる。

小高：地元貢献，社会貢献の一環として色々なイベントだとか寄付だとかをされてきていると思うのですが，イベントで長く続いているもので島精機カップ，

和田：ああ，そうですね。

小高：クラシックカー，

和田：そうですね，もう5年ぐらい続いていますよね。

小高：で，あと関空のドラゴンポート。

和田：はい。

小高：和歌浦のジャズマラソン。

和田：そうですね、ジャズマラソンは当初からですね。ドラゴンボートも当初で、今年で13回目ですね。

小高：総務としてそのようなイベントを中心になってこなされてきていると思いますが、45周年パーティーもこちらのお庭でされたそうですし、そういうことにずっと携わっておられる中で、社長さんが期待をされていることというのは何だと思われませんか？

和田：和歌山の活性化じゃないですかね。やっぱり元気が無いと皆さん感じてと思うので、なんとかして和歌山の、例えば人口を増やしたり、明るい話題を提供したり、和歌山でみんなお金を落として、みんなが潤っていければいいなっていうことだと思っただけです。5年ごとに行事をやってますけれども、私が入社したのが33年目だって、35周年っていうのが97年かな。

小高：神戸へ行かれた時ですか？

和田：そうそう、神戸に。それは神戸で大震災が起こった後で、復興の音が聞こえてきたところで、神戸にお金落とそうっていう掛け声で行ったんですよ。で、その後、40周年から和歌山でやりだして。その時から地元にお金を落とそうっていうことで始めたんですね。ですからビッグホールで40年をして、45周年ではこのお庭でやって、50周年はビッグホールでやって、来年55周年どうしようかって言ってるんですけど。

小高：日頃から社長さんの和歌山愛、地元愛というのを感じますか？何かエピソードがあれば教えてください。

和田：紀伊半島の大水害で寄付を会社でもしましたし、個人でも社長は奥さんと一緒にやりましたんで、はい。

小高：鳥社長さんが地元を活性化させようと色々なイベントしたり、施設をお建てになっているということですが、実際にこういうことが起きたよという何かエピソードはございますか？入ってくるお声とか、一般の方の反応を見られた感想でも結構です。

和田：クラシックカーのラ・フェスタですか、あれはすごく反響が大きいですよね～。あの、和歌山でそういうのが見れるっていうのは、「是非、続けてください」っていうお声は多いですよね～。

小高：幼い子供さんも楽しみにされているというお声は聞いたことがありますし、私も一昨年見せていただきましたけど、ほんとにね、こんな車が走ってるんだ～って思うようなのが次々と走って来られて。特にご近所の方などは楽しみにされているイベ

ントですよ。カメラを抱えて（笑）。

和田：そうですね、皆さんお越し頂けますものね。あと、近隣の方で言うと、夏場にプールをね、地元の自治会の方に開放してるんですよ、子供さん向けにね。

小高：ずっと？

和田：ずっと。もう何十年って、プールができてからですから。

小高：夏休みの間ずっとですか？

和田：夏休みの間、日を限定させていただくんですけど、2回か3回、休みの日に。

小高：そうですか、子供さんは楽しみにされているでしょうね。

和田：そうですね、無料ですからね、（笑）。

小高：そういうこともされているのですね。県や市から頼まれ仕事というか、きっと突発的に入ってきたりとかで大変なことも多いと思うのですが、

和田：はい。

小高：お手伝いされていることってありますか？

和田：ここ最近で1番のあれは、国体じゃないですか。

小高：衣装の提供をされていましたね。

和田：衣装もそうですし、色々ほかにも（笑）。

小高：色々ほかにも？

和田：お金とか。

小高：人の提供というのは？

和田：人は無いですけどね（選手派遣の協力はあり）、衣装は提供させてもらったです。衣装を着せるところまでやったのかな～、どうなのかな。そこはちょっと定かではないですけど。ここ数年では国体が1番大きくて、その前は紀伊半島の大水害で協力さしていただいて、

小高：お金でってことですか？

和田：お金と人。私も行きましたね。交代で皆。

小高：大変でしたか？

和田：大変でしたね～。もう朝ね、6時ぐらいに出発。うちのマイクロバスで出発して、向こうへ着いて、向こうのボランティアセンターみたいなところで、「じゃあ、ここへ行ってください」ってことで、泥であったり家の中の片付けとか。

小高：暑い頃でしたよね？

和田：9月。2011年にたまたまITMAって展示会がバルセロナであったんです、スペインの。で、それでその前に社長と奥さんがその水害の日に飛行機飛ぶか飛ばんかで飛んだん、確か。で、水害が起こって、で、私も実はスペインへ行って、戻って来た時に月曜日に会社へ出て来て、「じゃあ、お前、木曜日」って言われた（笑）。「木

曜日、あ、分かりました」って。なんて優しい会社なんやろうと思って、ウハハハハ（笑）。まあ、それは冗談ですけど。

- 小高：そうですか。一昨年ぐらいの年末に県の方からおみかんの価格が暴落していると、
- 和田：あっ、買ったんや、そうそう。そんなんありましたね〜、ありました、ありました。
- 小高：年の瀬のとってもお忙しい時に、突然そんなお話が持ちかけられてきて、お客さまにお渡しするとなっても送りつけることはできないので、営業所の方に届けてもらわないといけないということで、日にちがもう無くてほんとにお困りだったご様子でしたね。そういった突発的に入って来るような厄介なお仕事について、お聞かせいただけますか？
- 和田：我々で協力出来ることであれば、なんていうかな、喜んでやらしてもらおうっていうようなのがおそらく社長のスタンスだと思うので。

- 小高：総務をご担当されていて、イベントなどで外の人との付き合いも色々あると思いますが、外部の方々に島精機ができること、したいこと、お役に立ちたいこと、そういった思いを仰っていただけますか？
- 和田：むつかしいな〜。私個人的には、島精機だからって島精機の看板を大きくかけて人前に出たくないんですよ〜。偉そうになるじゃないですか。
- 小高：どうしてもね、相手はそうように取るかもしれませんね。
- 和田：そうなんです。ただ、人に後ろ指さされるようなことはしてないつもりだし、したくないので、そこがまあ、うちの会社としてやらしてもらえることは進んでやりたいなという風には思います。

- 小高：社長さんの和歌山愛、地元愛というものを受け止めて、和田課長さんがこれから島精機の総務を担っていかれる方としてですね、こういうことをしていきたいという夢であったりプランであったり、何かありますか？
- 和田：そうですね、和歌山市坂田っていうところで、これだけ土地も広げさせてもらって、まだまだおそらく地元の方が満足いくような貢献ってできてないと思うんですね。あの、例えば物的であったり金銭的であったり、そういうようなことはやらしてもらったかもしれませんが、今後は地元の方と一緒に何かがするとか、うん、ボランティアみたいなこととか、会社として社員としてできるとか、そういう風な会社になれたらいいなって思いますよね〜。まだ残念ながらちょっとそこまでは成熟できてないので。
- 小高：東北の地震の時などもボランティアで行かれたのですか？
- 和田：東北はね、福島と山形に出先があって、福島の社員の家がちょっとこうヒビ入った

りってことがあって、そこはあの、別のところへ仮住まいを探させてもうたんかな。あの、うちはお客さんが色んなとこにいらっしゃるんで、そういう面では応援には、お客さんのところへ応援という形では、実は熊本も行きましたし。

小高：そうですか。

和田：熊本、大分で30数社お客さんがいてるんで。まあ、幸い大事に至った会社さんは無かったんですけど、ただちょっと機械がズレたとか倒れたとか、それを復旧には行かせていただいた。もちろん、赤十字にも寄付はさせていただいて、社員から寄付を集めて、あと、会社からもそれにプラスして、この間、部長と一緒に赤十字へ持って行ってきたんですけど。

小高：色んなところへ貢献されているんですね。

和田：わりとね、うちはそういうことは言わない会社ですね。

小高：消費財を作っているわけではないので、和歌山の方でもあまり身近ではないようで、

和田：そうなんです、そうです。

小高：島精機さんは有名ですけども、具体的には何をされているのかは知らないという方が多いですよ。

和田：おそらく、年配の方だったら、うちの会社は手袋作ってると思ってるんで。実際はね、手袋じゃなくて手袋を編む機械を作ってるんですけど。

小高：そういった意味では一般の方に直接関係があるというのは、レストランやホテル経営なので、島さんがやっているならしっかりしているんじゃないかなってというような声はよく聞きますが。

和田：食材はね、悪いもの使ってないです。だから、偽装とかってうちでは有り得ないですね。元々レストラン関係を一般の方にとってなったのは、和歌山の食文化を上げていこうってという想いが社長にはあるからって。

小高：食文化って優劣は無いような気がしますので、世界の色々なものを知らせるという意味ですか？ ロケーションや店内の雰囲気なども含めてのトータルコーディネートであったりって面のご提供。フォルテには海外の珍しいものやプロシユートも置いておられますよね。それが大阪の百貨店に行かなくても和歌山で買うことが可能ってというのは、嬉しいですよ。

和田：なかなかね、上手いこといきませんけどね（笑）。

小高：まあ、何でも安いものの方へ流れる風潮がありますから難しいのかもしれませんが、いくつか行かせてもらいましたが、行けば良いってことが分かりますよね。確かに食材とかもこだわっていらっしゃるんだなということが分かるし、ここで儲けを出さねばというような危機感というか、そういう雰囲気は感じられない。

(2016年6月7日インタビュー記録より抜粋)

繰り返しになるが、企業のCSR活動には、その企業の社会的存在として自らをどのように位置付けているのか、極めてシンプルであるが本質的な問いかけがある。その回答にはさまざまなものがあるが、島精機の回答は簡潔で明快なものであって飾りが無い。以下の関係者のインタビュー記録は、その事実をよく表していると感じる。

池田：こちらでは社員の研修をしているんです。11時からして夜9時くらいまでしたことがあるんです、藪田館長が話をして。

小高：そんな時間まで？

池田：で、ちょっと9時に終わって社員が向こう（本社）へ帰ったら、もっともっと遅くなるんで、午前の10時20分からスタートして6時を目途にしてるけども大体7時になる。ほとんど3回ほど休憩取るんですけども、

小高：このミュージアムの中で？

池田：ずーっと機械の前で。だからね、やっぱり慣れなかったら足が疲れる（笑）。それを藪田さんがずーっと喋りっ放し、うん。

小高：それで皆さん、いろいろ学ばれているのですね。

池田：そうです。やっぱり島精機の考え方、今までの島精機の歴史になりますので、それを皆に考え方とかを引き継いでもらうってことで。

小高：大事なことですものね。

池田：うん。

小高：今回のテーマとして島精機さんの地元貢献、島社長さんの和歌山に対する思いなどを考えたいと思っていて、昔からのお話をちょっとお聞かせいただきたいと思うのですが、

池田：うん、はい。

小高：以前は土地の買収とかのお話をお聞きしているのですが、

池田：そうですね、はい。

小高：ご入社されてから総務をご担当されてきたということで、色々なイベントをされてきたと思うのですが、島精機カップであったりクラシックカー、関空のドラゴンボートとか和歌浦のジャズマラソンは長く続いているものですけど、クラシックカーなどは特にご近所の方やお子さんが楽しみにされているようですが、そういったイベントをされてきた中で島社長さんの想いを受けてどのようなことを心がけてられましたか？

池田：うん、ああ、そうですね、今お話になったものは、ほとんど担当してないんです。

小高：あ、そうですか。

池田：うん。って言うのは、まあ、こちら（フォルテワジマ）に来たりとか、その時の、まあ、

藤田部長が中心で、また別の人とかに。だからクラシックカーもジャズマラソンも、あの、ドラゴンボート、これは行ってないです。島カップはね、ヨットかな、少しだけ、うん。クラシックカーはここ（フォルテワジマ）へ来てから始まったのでね。

小高：じゃあ、池田さんはフォルテにいらっしゃって、一般の子供さんとかお客さんに対して何かイベントをされてきたことは？

池田：ここでは1番は子供のイベントっていうのは常にモノづくりとかいうんでやってますけど。ここの会場を使用するというので、館内の例えば和歌山医大の元学長で今は労災病院長なんですけど、

小高：南條先生ですか？

池田：南條先生がここで野菜フェスタってやってるんです。

小高：野菜フェスタ？

池田：うん。これはもう5回ぐらいかな。今年でそのぐらいになるかな。それはここの場所を使うんで、フォルテでやるんですけど、ここ（3階）がセミナーのメイン会場になるんです。他は展示とかで4階でもやりますけども。で、ここでは講演から始まって野菜に関する色んなイベント、わりと有名な方を呼んでとか、

小高：野菜ソムリエとかを？

池田：えっとね、まあ、知事なり市長なり、この周辺だったら紀の川市の中村市長、あの方も講演したり。野菜ソムリエの方の講演があったり。これはここでやるんですよ。

小高：それは主旨としては健康的に生活しましょうということなのですか？

池田：そうですね。野菜が体に良いことをPRする。野菜フェスタということで、あの、今年も大体野菜の日で8月31日ね。それで8月末の土日でやるんです。今年もやります。

小高：ああ、そうなんです、831（野菜）。

池田：で、そこに合わせて子供の野菜をテーマにした絵も貼りだしたりするんです。この外とか。4階とかね。それをやるんで結構人がたくさん。

小高：賑わうわけですね？

池田：うん。3,000人、4,000人とか。

小高：えっ！ そんなに？

池田：うん、来ますね。で、無料で血液検査とか、

小高：血液検査も？

池田：うん、無料でやってます。そういう労災病院とかみな協力して、他の協会の方とか。

小高：そういうイベントをされているのですね。

池田：それはね、ここでやる中で今とこ1番大きいかな。

小高：そういうことならやはり色んな年齢層の方が興味を持ちそうなことですね。

池田：そうです。で、女性の方も料理の有名な人から、日本料理の方を呼んだりとか、ちょっと試食できたりとか。基本は健康にってことで。

小高：そういうイベントをされているんですね。

池田：ここはそういう中に入ってるんじゃないくて、お手伝いしてるわけですね、この会場で映像を当然流しますし。映像のものを上の階に持って行ってとか中継したりとか。イベントの講演のそれをここで映像を切り替えたりとかね。だから結構、急に変更があったりで大変です。特にね、役所の方っていうのは予定しててもやっぱり公職の関係で変わるでしょ。午前の予定がその日はイベントが長引くとかなんかあって、突然午後になりますとか（笑）。そんな変更もわりとあったりとか。色んなところが入ってるんで、コントロールがものすごく大変なんです。で、それはこちらではやるんじゃないんですけど、臨機応変な対応が求められる、ここでやるやつは。内容的にはすごく良い内容、うん。

小高：皆さんからどのようなお声がありますか？ 参加された方々から。

池田：やはりね、大変喜ばれるっていうんか、特に試食なんていうのは（笑）。それとやっぱり健康のね、子供たちのやっぱり野菜に対する、あの、

小高：食育になるわけですね。

池田：そうですね。野菜は健康に良いですよとか、あの、食べない子供も多いでしょう？

小高：そうですね、小さい頃は特に。

池田：それをやっぱりここで見せることによってね、色んな、皆。やっぱりなんていうんか、お話の中では健康がメイン、健康・野菜がメインなんで、なかなかね、内容的にはすごく、

小高：勉強になるわけですね？

池田：良いですね、うん。

小高：今年？

池田：31日にならない時もあります、その辺りの土日。今年は27日ぐらいやったんところがうかな～。

小高：それは無料で？

池田：無料です。まあ、ここで主催ではないですけど、協力をして。あとは隣りでフュージョンってことでスポーツ伝承館があるでしょ。会場が1つなんで、イベントを行ったりする時にこちらも協力したりとか。

小高：やはり子供さんがよく見に来られますか？

池田：やっぱりスポーツ関係ですんでね、色んな人のものを展示してますから。で、去年、国体があった、和歌山で。だから、この会場も3か月弱、会場にここのなって、秩父宮記念スポーツ博物館の展示がここであって、うん。

(2016年6月8日池田氏へのインタビュー記録より抜粋)

島社長や関係者の思いと行動は地元でどのように受け止められているのか。和歌山市在住の筆者の知人のコメントと許可が得られたので、以下その抜粋を紹介する。もとより地元のステークホルダーの評価や印象の正確な把握には体系的な調査が必要であるが、その手がかりとなるような指摘が随所に垣間見れるため、あえて供覧に付すこととした。

小高：社長はファッションと食は一体であるとお考えらしく、衣食住って日本人はいうけれど、他の国では食衣住で

扇本：食衣住？

小高：まず、食が大事で、食があってこそ、ファッションも、次もってなっていくものだから、人を構成するにはまず食ということで、食にすごくこだわりを持っていらっしゃるの、一般のレストランのように儲けを第一に重視するというよりも和歌山の人に食の文化を根付かせたいという強い思いがあるようですね。

扇本：でも、そういう社長の思いは知らない人が多い。っていうか、私らも全然知らなかった。

渡邊：全く知らなかった。

扇本：でも、知らんわな～？

渡邊：そこまで知り得ないよね。

扇本：で、結構、知る人ぞ知るじゃないけど、『天の里』もそこ（天野）をチョイスしたんだと思うんだけど、なかなか知らないよね？

小高：あの場所ってこと？

扇本：うん、うん。丹生都比売神社？そこを知ってる人やったら、もしかして天野の良さに気付くかもしれないけど、まあ、知らない人が多いと思うし。まあ、カレー屋さん（イゾラベラ）も有名だけど、場所的にそんなに大きな道に面しているわけではないから分かりやすいとはいえないし。もうほんとに裏やん。

渡邊：そうなの？

扇本：ちょうどみずほ銀行の真裏やんね～？でも、口コミで続いているっていうんは、ね～。カレー屋さんってすぐ潰れてるでな～。もう、近所にあったカレーマンなんかも（笑）、無くなったし。

小高：天野も、白洲次郎さんっていらっしゃるでしょ？吉田茂さんの側近だった。

扇本：うん、うん。

渡邊：うんうん。

小高：あの方の奥さんの正子さんも天野のあの場所を気に入って、ここで暮らしたいって

言ったほどの場所らしいですよ。

渡邊：へえ，すごい！

小高：6月はホテルが飛び交うようなところで，お星さまもきっと綺麗でしょうね。そういうなんというのか，何か1つだけ素晴らしいのではなくって，お料理だけとかそういうのじゃなくって，なんでもトータルコーディネートでしょ。場というか空気感というか。建物であったりインテリアであったり，そこで働く人の雰囲気であったり。

扇本：そう，いくら美味しいものを食べても，それだけじゃなくってやっぱりシチュエーションじゃない？ やっぱり。

渡邊：そうね。

扇本：ロケーションが大事で誰と行くかということも含めて，1つこれがいいっていうだけではダメだと思うから。

小高：そういうことなんだと思いますね。社長さんは何か和歌山の方に対してお手伝いをしたいという想いなんだと思いますね。それが和歌山の人々への貢献の1つだとお考えなのでしょうね。

渡邊：すごいことですね，それって。

扇本：和歌山を残そうと思ってくれてるから，和歌山で一生懸命モノづくりをしてきている，それが無かったら，みんな，もう和歌山には何も無いわって思って，他へ

渡邊：そう，他府県へ行くよね～。

扇本：行くわな～。食事にしてもファッションにしても。

渡邊：うん。

扇本：大阪や神戸やそこらへ行く？ って。もう今はそんなに遠くないもん。

小高：そうですね。高速さえ乗ればすぐ行けますもんね。

扇本：行けるから。そこが，あの，地域に根付いてこうやってやってくれてるっていうのが，

渡邊：社長さんは本当に大きくて温かい人なんだろうなって，何を通してみても思う。社員さんのほとんどが皆和歌山の人で，本日も和歌山に残して納税されて，その恩恵で身近に橋や道路のカタチあるものが造られて。そこに関してはもちろんだけど，それ以上に素晴らしいって思うのが，人と向き合う姿勢。社員さんに対して温かい。愛情が感じられる。どこかで読んだ話だけれど，社員さんの働いているところにふらっと赴いては声をかけてあげる，その声のかけ方が温かい。そうされると，社員さんもがんばろうと思う，きちんと見ていてくれるからがんばろうと。そうした“気”の巡りが互いの意識を高めあって人が育つのでしょね。島精機の社員さんがそうした中で育っていると考えると，それって和歌山のすごい宝だなんて思った。また

その社員さん達には家庭があって子育てをする。受けた愛情はまた次に繋げようとするじゃない？ 愛情を注がれて育った子が、また同じように家庭を持って子育てをする。そういう環境で育つとまたそういう子ができる。その輪の広がりを想像すると和歌山はどんどん良くなってゆくだらうって、島社長はすごい人だなって、和歌山自体を変えてゆける人なんじゃないかって。和歌山を見捨てずに育てながら変えてゆこうとしてくれているその懐に感動しました。

小高：事業が上手く軌道に乗ると本社をどこかへ移すとか、工場をどこかに持っていくとかっていう企業が多い中で、ずっと和歌山で作っているっていうのはやっぱりコストがかかることですよ、日本で作るわけですから。

扇本：うん、うん、うん。

小高：そういう中でも和歌山のあの場所に工場を置いている。だからこそ技術の流出がないっていうことが、世界一の編み機メーカーを維持していることもあるとは思いますが、そういうことはあまり一般の人には分かりにくい。皆さんにとってはレストランが1番身近ですよ？

渡邊：そうですね。

小高：和歌山の企業といえば、今では島精機さんが1番に名前が挙がると思いますが、今後の島精機さんへの期待とか、こういう風であってほしいなと思うことはございますか？

渡邊：先の話と共通しますが、島精機さんって温かく人を大切に考える組織だと感じるのので、大きな意味で人を育てるということを継承していただきたいです。レストラン業にしても何にしても、気持ちがありますよね、その心を大切に、末永く良き和歌山へと導いていただけたらとても嬉しいです。もう和歌山が終わるんじゃないかと思っていたところに、じわじわと“新しい和歌山らしさ”が構築されつつある。文化レベルを上げながら成長してゆける可能性を垣間見れた気がするの、期待したいです。新しい和歌山を創れるのは島精機さんしかないと思うし、大企業だから冷たいのかと思っていたけれど、実は皆さんとても温かい。レストランもミュージアムもどこも。社長さんがそうだから社員さんにもきっちり浸透していて、そこが素晴らしいですよ。フォルテワジマのふくろうの湯もそう。和歌山にもこんな空間があるんだって感動したことが。和歌山っぽくなくて造りもそうだけど、コンパクトなのにそつなく綺麗で凝っていて。

小高：間接照明もオシャレですよ。

渡邊：そう、上品なりラックスルームに、エステもあったかな。人の動きや想像され得る欲求まで計算されているというか。どの施設にも見られる、気持ちに寄り添う配慮、是非その辺りを継承して、素敵な“気”を県中に伝播していただいて和歌山県人を

変えて欲しい (笑)、と思います。

扇本：企業っていうとまず島精機を思い浮かべるでしょ、和歌山はね、いわば。やっぱり企業を残してほしい。島さんとイコールになる企業が生まれてくれたら、和歌山ももっと活性化すると思うけど、そういう企業が無いと若者は流出してしまう。若い良い人材が無かったら、やっぱり、どんな商業施設も利用しなくなるじゃない。着るもの、食べるもの、年を経る毎にやっぱり利用しなくなるから、やっぱり島さんのような大きな企業を和歌山に残してほしい。で、和歌山人を使ってくれているっていうことはすごく有難い。

小高：雇用の92%は和歌山の人だそうなので。

渡邊：それってすごいことですね。

扇本：すごいことだと思う。結構、和歌山市内だけではなく、県内色んなところから勤務してますよね。遠くから結構来られてるよね。やっぱり和歌山県を守ろうとして雇ってるんやろうね。ただ、地域密着型なゆえに新しい空気が取り入れられているのかな？ って思ったりもするけど。私の勤務先は全国に支店があるでしょ、転勤が多いのね。支店長が変わると空気が全く変わる。人の考え方って固定してしまったら成長が無いんで、その分は地域密着型ゆえのデメリットかなっていう点はちょっと感じるけど、良いところは継承することができるし、やっぱり和歌山を守ってもらいたいというのがある。会社だけじゃなくって、編み機の島精機だけじゃなくって、レストランやホテルとか色んなことに手を広げておられてるっていうのは最近まで知らなかったことなので。

小高：島社長さんの考え方っていうのは、よく「タライの水」って仰るのだけど、こういうものにお水を入れて、欲しいからと自分の方に寄せると水というものは逃げる。

渡邊：ええ。

小高：でも、向こうに差し出すと水はこちらへ寄せてくる。そういうものですね、皆に与えていると自分のところへも回ってくる。まずは相手の立場に立って自分には何ができるのかと考えてみると、自ずとすべきことが見えてきて、それを実行してきたことで伸びて来た会社という精神がブレていないところがレストラン経営にも影響していると思うと、人に紹介をする時に島のレストランだったら、まず大丈夫かなという安心感が、

扇本：食材とかね。

小高：そういうブランド力を保っておいでだということは大きなことですよ。

渡邊：どこに行っても包容力を感じるものね～。

小高：そう思いますか？

扇本：心遣いがね～。

渡邊：敷居が高くて入りづらそうなお店も、寄せ付けない空気感を排除して柔らかくお出迎えてくださる、その配慮もまた素敵で。

扇本：レストランのロケーションが素敵だからみんなで写真を撮ろうとしていると、スツとどこかから現れて、

渡邊：よく見ていらっしやいますね。

扇本：でも、それは決して押しつけがましい感じは全く無いし、面倒に感じている風でもないし、なんかそういう空気のようにあえてされているという感じが

渡邊：スマートにね～。

扇本：接客も焦らずにゆったりしてる。本業あってこそのことだからかもしれないけれども、なんかすごく、名門っていわれるお店って頑固なところもあって、なんかそのお店に合わせないといけないようなことがあると、お客なのに萎縮してしまうようなこともあるけど、最初は興味で体験したいと思うけど、結局やっぱりもう行かんところになって思うけど、鳥さんのレストランはまた行きたいかなって思うよね。

渡邊：ね～。

扇本：今日のトンカツ屋さんなんか美味しかった、また行きたい行きたい。

渡邊：うん、うん、うん。

小高：和歌山に居ると、山形の庄内地方の平田牧場の豚っていくら美味しくても縁が無いですよ、普通。

渡邊：居ながらにして他府県の美味しいものをいただけるっていいよね。

扇本：友達を連れて行ってあげたいと思う。和歌山の良さを感じてもらえるかな～、『天の里』とか特に。空気もやっぱり違う。あそこって自然と高くなってるやん。

渡邊：そうね。

扇本：自然と。

渡邊：和歌山に内包されたポテンシャル、意外と高いのに活かしきれていないというか。

小高：海あり山あり川ありって自然はたくさんあるし美味しいものたくさんあるけれども、それをスタイリッシュに上手く演出するのが苦手というか、

扇本：そう。昔は近畿のおまけとかって言われてきたけど、段々、知名度上がってきてるよね？

渡邊：魅力がないがためにどうしても他府県に出て行かざるを得なくて、大阪や神戸へわざわざ。医療にしても同じ。少し前までは大病をすると県外へと考える人も多くいたらしいの。でも、人の命を県外まかせなのはいかなものか、このままではダメだって考える強い信念を持った方々が和歌山県立医大の紀三井寺への統合移転を成し遂げて、救急救命センターを設置して、いち早く全国3番目？ ドクターヘリを導入することに繋がったみたい。地域医療が変わることで町が変わり、衣食住が変

わることで人が変わってゆくでしょ。こころの豊かさがゆとりを生んでモノや事を動かすけれど、それを裏支える島精機さんの存在意義は本当に量り知れないね。良くしたいと願う熱い思いと信念が和歌山を変えているんですね。地元の丸正百貨店が潰れた時も、

扇本：もう終わりかなって思ったよね。

渡邊：子供の頃からずっと当たり前のように和歌山人みんなの生活の中心にあって、私達は学生時代アルバイトをしていたから特に無くなってしまった喪失感が大きくて、和歌山の過疎化もよぎったりこのまま終わりを感じていたところに甦ったフォルテワジマは一筋の光だったよね。

扇本：でも、娯楽施設がもうちょっとね～。

渡邊：ピアガーデンは人気で予約が取れないほどだから、どこもそれくらいがんばってほしいね。

小高：フォルテでは夏至の日にキャンドルナイトのイベントをするようですが、そういうことももっとアピールして大々的に宣伝してもらわないと知らない市民は多いでしょうね。実は年に1回島精機カップってヨットレースを行っています。参加する人はものすごく楽しみにしておられるのだけれども。あとはクラシックカーのイベント。

扇本：それ（島精機カップ）も知る人ぞ知るやんな～。

小高：ご存知ですか？

渡邊：キャンドルナイトも島精機カップも知らなかった。そうね、告知に改善点ね、もったいないものね。でもクラシックカーイベントは知っている。最初、島精機さんがオフィシャルスポンサーだと知らずにいたから、ミツレミリアにエントリーするほどの希少な車や人をどうして呼んで来れたのかってとても不思議だったの。でも後から知って、みんなはマッチに会える、堺正章さんに、亜久里さんに、篠塚さんにとって芸能人と触れ合える機会に興奮しながらとっても喜んでいて、その笑顔にふれて島さんの貢献は大きいなって実感しましたね。

扇本：あれは根付いてるよね。

渡邊：ね。

扇本：みんな知ってるわ。

渡邊：こんな機会が無かったら和歌山に芸能人が来ることなんて滅多にないじゃない？

小高：あのようなクラシックカーを目にするのは珍しいから、子供たちなんて嬉しいでしょうね。楽しみにされている方が多いようですね。

扇本：普通にマッチが走ってるんやもんね～。

渡邊：子供たちの夢を膨らませる素敵なきっかけになるといいですね。

小高：ジャズマラソンにも協賛されているし、ほんとにお金のことを言いだしたら、色んなところに寄付をされている、我々一般人が知らないだけで。それに、社長さんはとても腰の低い方で、私がとても驚いたのが、お会いした時には車が見えなくなるまで立って見送ってくれていて、そういうご姿勢が社員さんにも引き継がれているのかなって思ったりしますね。

扇本：これからも島精機さんに期待したいですね。

渡邊：そうですね。

(2016年6月8日インタビュー記録より抜粋)

おわりに

企業の社会的責任という視点からのさまざまな議論が注目を集めるようになったのは、比較的最近のことである。従来は、企業組織が有する経営理念や企業文化等の視点からというよりは、経営者個人の経営理念や行動指針の延長線上に考えられていた。ところが、近年におけるさまざまな新しい社会的ニーズへの覚醒や企業の不祥事の発生などを契機として、企業自体に関わるテーマとして意識されるようになってきた。

各企業が本業において顕著な成功を収めれば社会から注目される存在となり、ステークホルダーからの期待も高まっていく。その期待にどのように応えるかによって、当該企業に対する評価や印象は大きく左右される。そこで法令遵守という基本的なCSRから、国や地域社会の課題に積極的に関わるパートナーとして、本業の収益力や経営資源を活かす形で、自らの立ち位置を定めていくに至っている。

島精機は、ニットマシン業界において、そして和歌山市において、さまざまなステークホルダーから非常に大きな期待を集める存在となった。本稿では、同社がそれに応じて、「品質」と「環境」をキーワードとする、事業領域と地域社会に直結した種々のCSR活動を積極的、主体的かつ持続的に展開してきたことを確認した。島精機はその社風からこうした活動実績をアピールすることに消極的であったきらいがあるが、こうした企業努力に対する認識と評価を積極的に開示することは、それに期待をかけるステークホルダーに対する責務であり、かつ義務となるのではないだろうか。本稿により事実関係が周囲に正確に認識され、正当に評価されることを願う次第である。

【文献】

- 伊吹英子, 2005, 「経営戦略としての「企業の社会的責任」」『知的資産創造』2003年9月号, 54-71.
伊丹敬之, 1999, 『場のマネジメント』NTT出版。

- 伊丹敬之, 2005, 『場の論理とマネジメント』 東洋経済新報社.
- 小田章・小高加奈子, 2014, 「島精機における組織の成長に関する一考察: バーナードの組織概念と伊丹の場のマネジメント論を用いて」『和歌山大学経済理論』第377号, 19-41.
- 株式会社島精機製作所, 1983, 『エンジニアたちのグラウンド』.
- 株式会社島精機製作所, 2012, 『島精機50年史』.
- 株式会社島精機製作所, 2016, 同社ホームページ, (2016年5月5日取得, <http://www.shimaseiki.co.jp>).
- 小高加奈子, 2005, 「場の理論に基づく組織的情報創造の研究」『奈良女子大学大学院人間文化研究科年報』第20号, 189-200.
- 小高加奈子, 2013, 「島精機の強さの源泉: OBへのインタビューから判明した事実」『奈良女子大学社会学論集』第20号, 65-81.
- 崔 裕眞, 2012, 『一橋大学 GCOE プログラム「日本企業のイノベーション—実証経営学の教育研究拠点」大河内賞ケース研究プロジェクト 島精機製作所 ネット製品の最先端生産方式開発の技術経営史: 手袋編機用半自動装置(1960年)からMACH2シリーズまで(2010年)』一橋大学イノベーション研究センター.
- 谷本寛治, 2006, 『CSR: 企業と社会を考える』, NTT 出版.
- 辻野訓司, 2009, 『EVER ONWARD 限りなき前進: シマセイキ社長島正博とその時代』, 産経新聞出版.

A Study on the CSR Activities of Corporation Learning from the Experience of Shima Seiki

Akira ODA, Kanako KOTAKA

Abstract

Shima Seiki Mfg., Ltd. is a leading manufacturer of computerized flatbed knitting machines and related design systems and has its main office and factory in Wakayama City, Japan. Mr. Masahiro Shima, its current president, started the business. In the textile machine boom during Japan's high growth period, the company surpassed its competitors with its automation technology and the high quality and performance of its products. Despite the negative impact of the oil shock, it became one of Japan's top three companies in ten years and one of the world's top companies in twenty years after starting up through the successful development of mass-produced computerized machines and comprehensive design systems. This article attempts to describe how Shima Seiki's CSR activities developed and contributed to its various stakeholders in the industry and local community.