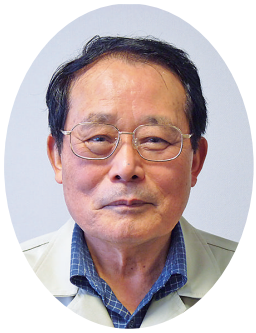
シリーズ
企業訪問

ミツエイ株式会社

～ 独自の技術力で、人々に喜んでもらえる 低価格・高品質の洗剤を提供する企業 ～

企業概要

代表取締役：安部　徹（あべ　とおる）
所在地：いわき市中部工業団地６－５
ＴＥＬ：0246－72－1218　　ＦＡＸ：0246－72－1235
資本金：１億円　　ＵＲＬ：http://mitsuei.jp/
従業員：200名　　**事業概要**：ハウスホールド製品および業務用製品の製造販売、化粧石鹸の輸入販売
設　立：1969年５月


安部社長

日本を訪れる外国人は年々増加しており、2013年に初めて1,000万人を突破しました。最近はそれを更に上回るペースで増加していますが、日本に来た外国人旅行者の多くが、日本の清潔さに驚くといいます。駅やデパートなど、どこへ行ってもトイレが清潔に維持されているのは、驚きを通り越して、外国人には不思議に感じるようです。また、洗浄剤や清掃用具なども、用途に応じて細かく分類されています。他人も利用する公共の場を勝手に汚してはいけないという感覚は、日本人特有の和の意識や清潔さに基づくもので、これからも大切に持ち続けたいものです。

本社・いわき工場

ミツエイ株式会社は、家庭用・業務用の洗浄剤を製造する企業です。私たちが毎日使用するものですが、製品の性格上、厳しい安全性と品質管理が要求されます。当社は洗剤から容器成型までの一貫製造を行っており、低価格・高品質で製造することを実現しています。今回、いわき市にある本社工場に安部社長を訪ね、経営理念や製品開発にかける思いなどについて話をうかがいました。

■ 父の会社を引き継ぎ横浜で創業し事業を拡大
―― 創業の経緯についてお聞かせください

当社の前身は、私の父が昭和25年頃に始めたアクリルプラスチックを再生する会社でした。その当時は、洗剤とは全く関係のない業種でした。化学の世界では、新たな方法が考え出されると、従来の方法が価値のないものになってしまうことがあります。アクリルは合成樹脂で、当時は最新の製品として良く売れ、父の会社はしばらく良い時代が続きました。しかしその後、技術革新で大量生産が可能となったことなどによって価格が下がり、会社の収益性は大きく低下しました。私がその会社を引き継ぐ形で㈲三津栄化学として創業し

たのが昭和43年５月でした。神奈川県横浜市鶴見区生麦において工場を借り、従業員３名で始まりました。生麦は幕末の「生麦事件」で有名な地です。

―― 創業当時はどのような製品をつくっていたのでしょうか

創業時はトイレ用洗浄剤製造の下請けから始めました。当時、洗浄剤とそれを入れる容器、キャップはそれぞれ別々の会社が作っていました。しかし当社では、私が創業以前にレーヨンを製造する会社に勤めていたため化学に対する知識を学んでいたこと、父の時代からプラスチックを扱っていたことなどから、全てを一括で製造することが可能でした。そのため他社よりコストを抑えることができ、下請けとしての売上を伸ばすことができました。

―― 創業以降の事業拡大、工場移転の系譜についてお聞かせください

創業以降、製品の品質などが認められ、洗浄剤以外にも漂白剤や柔軟仕上げ剤、食器用洗剤などの受注が次第に増加しました。取扱製品の増加とともに、それまでの工場が手狭となったこともあり、昭和52年、同じ神奈川県の津久井郡（現横浜市緑区）に自社工場を建設し移転しました。平成10年には完全自動ラインを備える足尾工場を栃木県に建設し国内２工場の体制となりました。会社の業容は順調に拡大し、平成６年には優良工場として神奈川県知事から表彰を受けています。

本社入り口に並ぶ当社製品の数々

また、同じ平成６年にはベトナムに法人を設立し、海外進出を果たしました。そして平成16年に本社工場を現在のいわき市へ移転しました。

平成22年、熊本県の同業者からの経営支援要請を受け、100％子会社である三協㈱を設立したことにより、国内ではいわきと熊本が製造拠点となっています。

■ 優れた品質の製品を低コストで生産

―― 現在の事業内容についてお聞かせください

現在当社では、家庭用、業務用の洗剤製造を行っております。シャンプーやボディーソープなどは、通常トイレタリー製品※として洗剤と区別することが多いのですが、当社ではそれらを含め製造しています。大きく分類すると、配合、成型、充填包装の３部門で構成されており、ライン別では24時間終日稼働ラインと昼間のみ稼働の２ライン構成となっております。製造拠点別では、いわきでは粉末以外の殆ど全ての液体洗剤、熊本では粉末と液体洗剤、ベトナムでは主にアルコール製剤などを製造しています。

※一般に身体の洗浄や身だしなみのための商品の総称

―― 製品の特色や強みについてお聞かせください

当社の強みは、他社製品よりも優れた品質（洗浄力、保存中の安定性）の製品を低コストで生産できる点です。その特徴が他社製品との差別化につながっています。当社が得意とする分野は洗剤の中でも特に漂白剤です。漂白剤は一般に化学的に不安定である故、化学分解によって漂白作用が引き出されるものです。しかし、各メーカーが売り出して間もない頃は、容器やキャップがひび割れを起こし液体が漏れたりすることがありました。また、保管中に分解を起こしてしまうと効果もなくなり、消費者の皆様に迷惑がかかってしまうこともあります。なかなか取り扱いが難しいことから、手を焼いて漂白剤から撤退するメーカーもありました。

当社は永い間の研究で、保管中は安定を保ち使用するときだけに分解する製品を製造することに

成功しました。これが当社の最大の特徴であると言えます。もう一つの特徴は、容器からの一貫生産でコスト競争力があるということです。不安定な化学物質を安定的に供給する、且つ、コスト競争力のある製品を製造する二つの要素で、当社ブランドのみならず、PB（プライベートブランド）製品※の委託も数多く受けております。

※小売店・卸売業者が企画し、独自のブランド（商標）で販売する商品

—— 営業体制についてお聞かせください

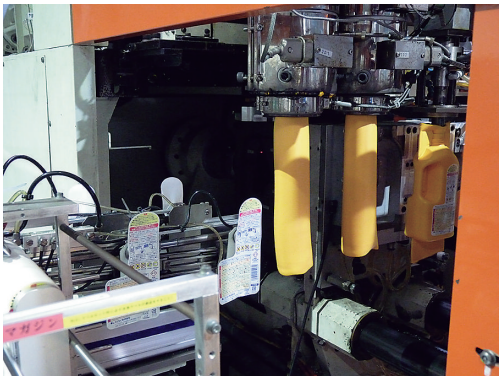
当社では、東京に７人、大阪に３人、九州に２人、合計12人体制で営業活動をしております。顧客開拓は当社製品と PB 製品両方で実施しており、漂白剤については業界全体に当社製品がほぼ行き渡っています。今後はトイレタリー製品と業務用製品の開拓に重点を置いた営業活動をしていきたいと考えています。

■ 海外進出といわき市への本社移転

—— 海外進出についてお聞かせください

洗剤は重くて安いというのが特徴で、物流コストがかかることから現地生産現地販売が鉄則です。海外の工場で製造したものを国内へ輸入することは考えたこともありませんでした。しかしバブル崩壊以降の円高が進行するにつれ、海外生産も選択肢に入れるようになりました。当時、多くの企業の進出先として真っ先に挙がるのは中国でしたが、知り合いのつながりで紹介されたのがベトナムでした。

トイレ用洗浄剤が当社売上に占める割合は３％程度まで小さくなっていましたが、製造ラインの面積は工場の15％に及んでいたこともあり、トイレ用洗浄剤の製造を海外に移管してみようと考え、



容器の製造→中身の充填→箱詰めまでの作業が次々に行われる

平成６年にベトナムで現地法人を設立しました。初めに外国人と交渉したとき、言葉が通じなくて悔しい思いをしました。英語ができないと外国ではビジネスができないと感じ、英語を懸命に勉強したのもこの頃です。私自身に先見性があったとは思いませんが、設立からこれまでの状況を考えると、偶然性もありましたが、ベトナムを選んだことは間違っていなかったと考えています。

社名については、時代の流れとともに漢字からカタカナ表記の会社が増えています。当社においても、海外との取引を行うことを考えると、漢字よりもカタカナのほうがわかりやすいと考え、平成６年に株式会社へ改組するのに合わせ、ミツエイ㈱と変更しました。

――いわき市へ移転した経緯についてお聞かせください

足尾工場は海抜600m程度の位置にありました。当社の作業は、気圧が低い環境ではなかなかスムーズに進まないことが多く、新たな製造拠点を設け事業を集約する必要性を感じていました。そんな時に、漂白剤の原料となる次亜塩素酸ソーダを調達している化学メーカーの工場がいわき市にあるつながりで、平成16年に海抜50mである現在の場所に移転することとなりました。

倉庫については、急速な売上増に伴い各所に設置していることから、やや非効率な状態にあると思っています。現在、本社・いわき工場の近隣に大型の自動倉庫を建設中で、平成27年７月に完成予定です。その後は、大幅な物流の合理化が実現するものと期待しています。

■震災による混乱の中、従業員の頑張りで早期再開

――震災時の対応についてお聞かせください

震災時は、幸運なことに当社は殆ど実害を受けずに済みました。ここ中部工業団地の岩盤が固いせいかも知れませんが、建物の崩壊や機械設備の損傷は全くないと言って良いほどでした。但し、製品の荷崩れで数百万円の実害があり、インフラが断ち切られて従業員が出勤不能になったことで10日間は操業停止しました。

しかし、そのような中で、工場の運転に必須の電気と水が供給出来たことに加え、生活環境が不便な中で従業員の大半が出勤してくれたお蔭で、11日目からは操業が可能になりました。国内では多少の風評被害があり、ロシア向け輸出は半年程度滞りましたが、現在では回復しています。

■「当たり前のこと」を続ける大切さ

――経営理念についてお聞かせください

当社では３つの基本理念を社是としています。

１．社会への貢献

言うまでもなく、まずは企業活動を通して何らかの形で人々の暮らしを快適にすること、「喜んでもらえるものづくり」をすることを常に考えています。また税金を納めて国にも何らかの貢献をするのは企業に課せられた義務であり、当然のこ

工場内に並ぶ製造ライン

建設中のいわき第二工場を案内する安部社長（左）

とです。

２．資質の向上

会社で働いている以上、単に報酬を得るだけでなく教養や知識を身に着けて人間性を高めるのは当然で、企業としても従業員が幅広い意味で勉強する機会を作るべきと思います。

３．利益の追求

赤字で経営が継続できるはずはありません。しかし利益を出すこと自体が目的であるという意味ではなく、利益があれば従業員の生活も豊かになりますし、税金を納めることにより社会への貢献にもつながります。更に、研究開発などの資金としても活用できますので、より良い製品の開発につながる可能性があります。

「当たり前のことを当たり前にやる」ことが大切であり、それを基本理念としています。

―― 人材育成についてお聞かせください

経営理念でも申し上げた通り、「資質の向上」を図るためには人材教育が欠かすことはできず、そのためには会社の後押しが必要です。当社では計画的にほぼ毎月、専門知識の向上のため、内部や外部講師による社員教育を実施しています。その他、各種セミナーや資格取得試験の機会を与えておりますし、動機づけとして幕張メッセや東京ビッグサイトでの各種展示会にも社員を参加させています。

■ 品質・コストで他社に負けない、技術力の更なる高みを目指す

―― 今後の抱負についてお聞かせください

現在の洗剤業界は、大手で国内企業が２社、海外企業が２社、また中小では６社程度あります。しかし、この20年間で10社ほど減少し、この先も更に淘汰が進むことが予想されており、その中で生き残るためには更なる努力が必要です。当社の特徴である技術的に比較的困難な漂白剤に特化する他、その他の洗剤分野でも品質とコストで負けない体質の会社を目指して行く方針です。

また、先手を打たなければ将来的に国内・国外の企業に飲み込まれてしまうという危機感も持っています。人口減少が見込まれる日本の現状では、更なる海外展開も必要不可欠だと思います。今後、ベトナムの製造拠点をベースに東南アジア周辺への製品製造と販売活動を伸ばして行きたいと考えています。

製品開発への思いを語る安部社長

【インタビューを終えて】

洗浄剤や漂白剤などは、使用方法を間違えると人体に影響があるだけに、製品の開発や製造の過程では緻密さが求められるものです。当社はクレームの少なさ、コストパフォーマンスの高さで定評があります。当社をここまで築き上げてきた安部社長は、苦労をしたことよりも、当たり前のことをするだけと語っていたことが印象的でした。

また、何事にも自然体で取り組んでいる社長の人柄がうかがわれました。一方、低価格で高品質を両立させていることについては、独自の製品開発力を構築しているという、誇りと自信も感じられました。

従業員の生活を豊かにするとともに社会へ貢献するという安部社長の話を聞き、経営環境が厳しくなる中で、これらを乗り越えていける力強さが感じられました。清潔に保つという日本人の良さが更に広がることを望むとともに、優れた製品を提供し続ける当社の益々の活躍が期待される取材となりました。　（担当：木村）