新天地を求めて

県人創業物語

サンロード（奈良県）㊤

食品や薬品の製造会社にとって毛髪などの混入は許されない。電気の力で毛髪やほこりを吸い付かせる衛生キャップ「電石帽（でんしゃくぼう）」を開発し、国内外の食品製造ラインの衛生管理に寄与しているのがサンロード（奈良県橿原市）だ。阿南市出身の髙見敏明社長(78)が興して38年になる。

主力の電石帽は、電石という機能を備えた不織布で作られている。電石とは、磁界で鉄を吸い寄せる磁石のように、電界で髪やふけ、ほこりを吸い付ける。1989年に発売し、山崎製パンや不二家、エーザイなどの大手メーカーをはじめ、国内外で約1万の事業所に納入している。

「電石帽は人のつながりと偶然からできたようなものです」。開発のきっかけは86年ごろ、取引のあった企業に連れられて訪れた国内大手食品メーカーの会話だった。

髙見 敏明さん（阿南市出身）

衛生帽子開発し脚光

サンロード　1978年創業。橿原市の本社のほか、福島県いわき市に工場、中国の上海、青島に関連会社を持つ。2016年3月期の売上高は7億4580万円。資本金2千万円。従業員は約70人。

担当者から聞かされたのは製造ラインでの異物混入の悩み。帽子を着用するなどして予防していても混入はゼロにならない。クレームが発生すれば商品回収などで大きな損害が生じる。「簡単ですよ。電気の力を使って解決できます」。課題は長かった。繊維を織ったものだが当時は珍しかった。裁断、縫製など全て手探りで始めた。

慣れない不織布の扱いに加え、素材自体がクレームが減ったという言葉を聞いたときは本当にうれしかった。今後も『こんなものが欲しかった』と言われる商品を作っていきたい」。髙見さんは力を込めた。（平田潤）

解決を申し出た。

髙見さんは、化学繊維を扱う東レに母校・富岡西高校の同級生がおり、ちょうどクリーンルーム用として開発された電石不織布の使い道について相談を受けていた。「ほこりを吸い寄せる素材なら髪にも使えるはず」。点と点がつながった。

東レの研究開発部門に所属していた安藤勝敏さん(75)は「新たな用途に目からうろこが落ちる思いがした」と振り返る。

しかし、ひらめきを実現するまでの道のり作業で使う機器類に引っ付き、あらゆる工程が思い通りに進まなかった。安藤さんら東レの研究開発部門と共同で改良を加え、機器類を見直し、大量生産できる態勢を整えるまで3年を要した。

発売以降の評判は上々で、全国の食品メーカーに広がっていった。「自分の作った製品が使われている様子を見た感動は忘れられない」と小椋さん。安藤さんは共同開発が縁で退職後の2011年、研究顧問としてサンロードに加わった。

「納入した企業から

衛生キャップ「電石帽」を作るサンロードの従業員＝奈良県橿原市

新天地を求めて

県人創業物語

サンロード（奈良県）㊦

国内シェアは4割強

食品や薬品製造現場の衛生管理を向上させる帽子「電石帽」を作ったサンロード（奈良県橿原市）社長の髙見敏明さん(78)＝阿南市出身＝は、そもそも起業を目指していたわけではなかった。「世の中の変化が大きく、自分自身の人生を変えたいという思いが強かった」と創業の経緯を振り返る。

髙見さんは富岡西高校を経て早稲田大に入ったものの、体調を崩し3年で中退。22歳のときにプラスチック素材を扱う大阪の商社に入り、18年間サラリーマンとして勤めた。この間に家庭を持ち、たまたま公団住宅の募集に当たった場所が橿原市だった。

営業部署に在籍していた1970年代、オイルショックなどの影響で取引業者が次々と倒産した。担当者として債権回収に走り回る日々が続き、身も心も疲弊していった。「いつまでこんなことが続くのか。規模が小さくても自分のやりたいことをやった方がましだ」。40歳で見切りを付け、橿原市で起業に踏み切った。

当初は前職の経験を生かし、プラスチック関連素材を使った生理用ショーツや高齢者介護用おむつカバーを製造。89年に電石帽を手掛けて以降は空調フィルターや防虫フィルター、マスクなど衛生管理用品の製造に重点を置くようになった。

「ニッチでディスポーザブル（使い捨て可能な）製品が中心ですね」と紹介する。

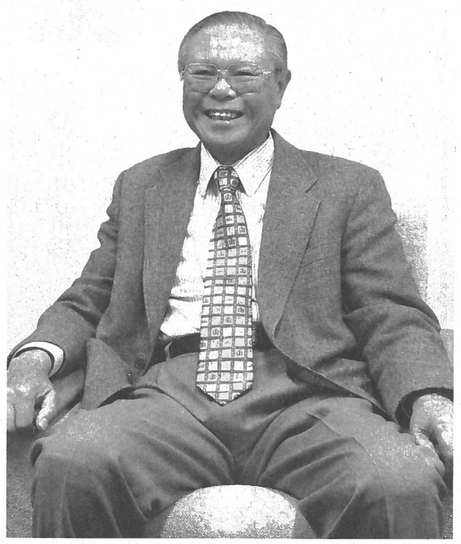
今も電石帽が収益の中心を担うが、発売から20年近くを迎え、さまざまな情勢変化に直面している。

大きな要因は類似商品の出現。電石帽の人気に目を付けた同業他社が類似品を作り競合するようになった。価格競争が生まれ、コスト削減が喫緊の課題となった。

これに対し92年に中国・上海に合弁会社を、2002年には青島に工場を設けて対応している。ただ、中国では人件費が高騰の一途にある。「中国の人件費高騰は頭が痛い」。もっと人件費の安い国に工場を移すのはやめようと思う」。終わりのない価格競争を戦うのは得策でないと判断したためだ。

「今は製造の国内回帰を進めている」。15年、橿原市内で本社を移転。併設している製造部門の強化を図った。本社で作っているのが電石帽などのオーダーメード製品だ。気温や人員構成など使われる環境は千差万別で、それぞれの現場に即した商品を提供する。納期短縮も図り、注文を受け最短1週間で納めている。

現在の国内シェアは4割強を占める。日本企業が多く進出している東南アジアを対象にした海外販売も進める方針で、「さまざまな経営課題を克服し、明るい職場と社員の豊かな家庭をつくる」。さらなる発展への意欲は尽きない。（平田潤）



「今後は東南アジアへの販売を進めたい」と話す髙見さん＝橿原市のサンロード