

## これが欲しかったを カタチに ソーシャルグッドで社会貢献

株式会社ナガエ  
代表取締役社長

長柄 洋一 氏



今年創業70年を迎えられます。これまでの歩みをお伺いします。

1954年にプレス加工を始め、工作機械や部品など様々なものを作ってきました。プレス金型も作っていた関係で1962年にガスメーターのカバーの受託製造を始めると、時代背景から需要が伸び、会社の成長の基となりました。

ガスメーターの仕様の変更に対応するため鑄造に乗り出し、1967

年に金型を使ったダイカスト鑄造での生産を開始しました。

その後、大量生産に適したダイカスト設備を活用して建材や美術工芸の分野に進出します。高岡銅器の美術工芸品のダイカスト鑄造は業界初の試みでしたが、高度経済成長期の旺盛な需要に応えることができました。1975年には伝統的な高岡銅器の蠟型鑄物の応用である「ロストワック鑄造」を開始し、

細かな絵柄の香炉や仏具などの製造も開始、現在のアート事業部に繋がる流れになっています。

現在、デザイン性の高いインテリア商品やアクセサリなどが目を引きま。2017年の米国トランプ大統領来日の際には錫製のプレスレットが夫人に贈られました。

バブルが崩壊して美術工芸品の需要が落ち込む中、ものづくりにデザインの力を取り入れる動きが出てきました。当社も2009年に「Nプロジェクト」を始動し、自社商品の開発、ブランドの立ち上げに取り組ましました。

県総合デザインセンターの協力も得ながら商品開発、販路開拓を進め、国内外で開かれる展示会やギフトショーに積極的に出展し、各国のバイヤーの反応を直接感じながら、ライフスタイル雑貨の「naft」、美術工芸分野の「銀雅堂」など、自社ブランドを育ててきました。2015年にはライフスタイルブランドを運営する新会社、(株)ナガエプリウス (NAGAE+) を設立しました。

どのようなブランドですか。

「循環」をテーマに、使い手であるお客様と共に価値を創造していくブランドです。潜在的ニーズを形にしていきます。例えば、ナガエプリウスではアルミ製のマッサージツールを販売しています。この企画の元になっているのは、「今後睡眠がキーワードになる」と言われたお客様との雑談でした。3年程前にリリースし、最近、売れ始めています。こうした取り組みは失敗も多いのですが、常にアンテナを張って、新たなリソースを掴んでいきたいと考えています。

現在の売上比率は、建築金物やガスメーター、自動車・輸送機器

をはじめとする工業製品を製造する「テクノ事業部」が85%、美術工芸品や銅像、雑貨などの「アート事業部」が15%です。

—「ナガエWAY」を浸透—

主軸となるダイカスト鑄造では幅広い業種の製品を手がけ、アート事業では潜在的ニーズを商品化されています。新領域を開拓される企業風土はどのように醸成されているのでしょうか。

元々、金型プレスからダイカストへと転換し、無かったら作ろうというマインドがありました。創業60周年の2014年に、社員が仕事をする上でのよりどころとなる「ナガエWAY」を策定しました。その頃、中堅社員を集めて「未来塾」という勉強会が毎月あり、そこで、それまで会社の経営理念や方針はあったが、行動指針やフィロソフィーみたいなものが無かったので、作ることにしました。みんなで意見を出し合いながら、私は事務局長として携わりました。

「ナガエWAY」に盛り込まれた「『これが欲しかった!』を多様な発想でカタチにする」ことを、コーポレート・スローガンにしています。ニーズが顕在化している市場はレッドオーシャンになる可能性が高く、社会がまだ気付いていない、潜在的なニーズを商品化し

ていきたいと考えています。

スローガンを実際にどのように社内浸透させているのでしょうか。

「ナガエWAY」は小冊子にして全社員に配布しています。10年前に未来塾で一緒になって策定したメンバーが今、幹部となっており、ベクトルが合っています。各部署のリーダーとの意思疎通はスムーズです。

最近の新たな取り組みは？

当社が強みとするアルミニウムのダイカスト製品は100%リサイクル材を使用しており、環境負荷低減に貢献することを前面にアピールしています。

脱プラ・減プラに注目が集まる中で、アルミ素材を多用した室内物干しを市場投入したり、インテリア商品の樹脂部分を竹に置き換えて、社会問題になっている放置竹林の活用につなげ、また、石の端材を活用してアロマストーンを商品化し、再生ガラスビンと再利用した錫の蓋に入れて販売するなどしています。「ソーシャルグッド」を打ち出して、世の中に良いものを広めていきます。

— 新たな商流を開拓 —

今後の展望をお聞かせください。

リーマンショック時にはガスメーター交換の需要があり、コロナ禍では自宅リフォームの増加に伴

って建材部門に助けられました。「選択と集中」ではなく、「両利きの経営」で新事業を進めていかないといけないと実感しています。

2022年にグローバルマーケティング部を設置しました。アート事業部の商品開発に加え、テクノ事業部でも脱プラの室内物干しや自在に動かせる手すりなど、オリジナル商品が増えてきました。セクション毎に商品開発、販路の拡大を考えるのではなく、マーケティングという大枠で横串を刺して新たな商流を開拓していきます。

またオリジナルブランドの商品開発を進めるとともに、小売り部門をしっかり立ち上げます。ものづくりで培った“目利き”を生かして確かな商品を仕入れ、優れた品物からものづくりにフィードバックもできると考えています。

これまでECサイトで自社商品を販売してきましたが、近日中にECの物流拠点を兼ねた実店舗をオープンする予定で、発信力を高めていきます。

座右の銘を教えてください。

「明日ありと思う心の仇桜、夜半に嵐の吹かぬものは」。親鸞聖人の言葉です。タイミングを逃さずに実行すること、今意識していることです。

### 会社概要

#### 株式会社ナガエ

創業：1954(昭和29)年11月  
所在地：高岡市荒屋敷278番地  
資本金：5,000万円  
事業内容：ダイカスト鑄造、金型・ガス型・焼型・生型鑄造、プレス、板金加工、各種機械加工  
従業員数：185名(2024年6月現在)  
売上高：33億2,000万円(2024年5月期)  
事業所：東京オフィス、上田オフィス  
関連会社：NAGAE VIETNAM Ltd.、(株)ナガエプリウス  
URL：<https://nagae.co.jp/>



### 略歴

1976年高岡市生まれ。富山県立大学大学院博士前期課程修了後、2000年(株)ナガエに入社。取締役製造部長、テクノ事業部長を経て、2013年常務、2016年7月から代表取締役社長。