

モノづくりは人づくりから



社長 松本 正登 氏

「海外進出にあたりM&A(合併・買収)は一切せず、まず現地に日本人社員が入り必要なライセンス取得を行うなど、すべての拠点をゼロから立ち上げてきた。社内にもノウハウがたまってきたので、そこを軸に新たなものを生み出そうと考えている」

「国内ではどんな立ち位置でしょうか。」
「売上高では業界で中堅といわれるポジションだが、同業他社とは一線を画す。他社はどちらかという人材派遣がメインだが、我々はモノづくりを軸にしており、国内では製造請負に注力している。岩手県一関市に自社工場を持ち、ゲーム機をはじめとした修理事業も受託している」

「16年にはベトナムに工場を設立して、製造受託事業を開始。またカンボジアに駐在員事務所を設立し、タイ・日本向けの人材採用・教育を業務提携先に提供してきた。17年にはラオス国内に技能実習生の送り出し機関を設置する一方、入国後の教育を行う機関を日本に設立した。18年にはインドネシアに実習生やエンジニアの日本語教育を担う会社を設立した」

「2003年に中国・北京にオフィスを」

◆製造派遣・受託・請負業界で
いち早く海外に進出したそうですね。

◆海外の売上比率はどのくらいですか。

「全社売り上げの20〜23%程度で推移し

ている。本来はもっと前倒しで海外売り上げを伸ばしたかったが、コロナ禍で大きなダメージを受けた。そこからようやく戻して、いま拡大のステージに入っている」

「海外進出にあたりM&A(合併・買収)は一切せず、まず現地に日本人社員が入り必要なライセンス取得を行うなど、すべての拠点をゼロから立ち上げてきた。社内にもノウハウがたまってきたので、そこを軸に新たなものを生み出そうと考えている」

「中国、ベトナム、タイでも人材派遣を行っているが、製造請負やベトナム工場を活用した製造受託、国をまたぐ生産移管をお手伝いしていることが特徴だ。人件費が上がってきた中国から東南アジアに、一部工程を移管したいという相談が増えていく。その際、例えば当社ベトナム工場長とベトナム人のリーダーがお客様の移管元工場に入り、生産に必要なノウハウとモノづくりのポイントを確認、それをnmsのベトナム工場で垂直立ち上げを行う。こうし

◆実際に「脱中国」は増えていますか。

「増えている。『中国から東南アジアに移管したいが、どの国がいいか』とよく相談される。賞与や社会保険はどうか、年間休日は何日かなどは、現地で事業を運営していなければ分からないノウハウであり、当社はそこが強みだ。実際に複数の提案を進めており、いずれタイやラオス、インドネシアにも工場を出したい。結果として、お客様とは単なる取引関係ではなく、真のパートナーといわれるようなポジションになっていきたい」

◆最近の業績推移はいかがですか。

「売上高は22年3月期が220億円、23年3月期が232億円、24年3月期が226億円。ここ数年は収益改善が難しい案件からの撤退を行い利益体質重視に転換した結果、売り上げそのものは横ばいが続いたが、基盤強化は進んでいる。ここから売上拡大に取り組む。25年3月期は280億円を見込み、海外売上高比率も25%に引き上げる」

◆今後3年程度の中期経営計画を教えてください。

「27年3月期の売上高は400億円が目標だ。ただ採用費用の高止まりもあり、日

本人の若者の採用は極めて厳しく、引き合いがあるにもかかわらず、事業を拡大できない課題がある。国の指針も30年に600万人の労働人口が足りなくなるといわれおり、明らかに今までの延長線上では人は確保できない」

◆対策として何を考えていますか。

「四つある。一つ目は外国人の活用だ。技術・人文・国際のビザを持つエンジニアと、いわゆる技能実習生の受け入れを増やす。2月にテクノロジー・トレーニングサイトを埼玉真熊谷市に開設し、受け入れた外国人エンジニアを教育しながら顧客に提供する枠組みもつくった。一般的に外国人のエンジニアや技能実習生を使いたいとなると4カ月から6カ月後になるが、早期の活躍が可能になる」

◆海外事業拡大の目標は？

「国内に比べて海外は人を採用しやすい環境にある。27年3月期は今の2倍弱まで売り上げを増やし、海外売上高比率を30%に引き上げるのが目標だ」

◆事業全体の成長への鍵を教えてください

「やはり鍵は国内事業。海外事業を成長させるためにも、国内事業の基盤強化が重要となる。営業力をさらに強化し磨き上げ、国内外のお客様のニーズに応えながら、成長に向かう」

