

# イマオコーポレーション

雑談とひらめき

2003年のある日。イマオコーポレーション常務営業・技術担当の吉田浩明（現専務）の耳に、職場の雑談が聞こえてきた。標準治具のユーザーから「標準治具の開閉にはサイズ別に複数の工具が必要で面倒。工具を1種類にしてくれと

言われた」という。吉田は「いっそ工具レスにできないか」とひらめき、話の主な営業担当者商品企画を指示した。このひらめきが後の同社を変えることになる。

イマオコーポレーションはハンドルやレバー、クランプなどの標準機械部品、生産現場の作業効率を高める標準治具、機能性と自由度を両立したアルミニウム製構造材などを主力とする。14年3月期の売上高は前期比3%増の42億円。カタログに掲載する品ぞろえ



## 「工具レス治具」主力製品に

### 顧客の声から標準化



顧客の声を形にした標準治具の第1弾「ワンタッチクランプ」

▲……………

5年(昭10)に靴の底金の製造で創業。標準機械部品や標準治具を主力にしたのは2代目社長の今尾達(現会長)だ。67年にJIS(日本工業規格)9規格のハンドルや握りの製品化を決定。74年に自らが先導して独社と提携し、現地の標準機械部品の輸入販売を始めて好調を維持した。

#### 差別化でヒット

達を「カリスマ」と社員たちは評する。今も同社が扱う製品の大半は、達が社長時代に海外で見つけて輸入したり、自らのアイデアで製品化したりしたものだ。国内の販売店網も自ら開拓した。強烈なリーダーシップで現在の経営の基盤を構築し、バブル崩壊後も他社にない製品を探す目利

しかし、00年ごろ同社も停滞期に入った。欧米を本に高度経済成長期を経て力をつけた日本のモノづくりは世界のトップランナーになった。カリスマ社長に頼り、欧米の優れた標準部品・治具などを日本に広めるビジネスモデルはもはや通用しなくなっていた。

そんな時期に顧客の声を元に企画した「工具レスで使える標準治具」は、他社と差別化できる商品となった。レバーを45度ひねるだけでも簡単に正確に加

工対象物(ワーク)が固定できる標準治具「ワンタッチクランプ」は04年に発売。通常、標準治具は発売から軌道に乗るまで数年かかるが、ワンタッチクランプはすぐヒットした。現在年間1億円以上を売り上げる主力製品だ。

#### 売れるもの作る

ワンタッチクランプの成功に確信を得て、同社は「作ったものを売る」から「売れるものを作る」に基本方針を変えた。それから10年。インターネット販売も当たり前となり、製造現場向けの標準製品市場も競争が激化。同社は顧客の声に即した独自製品の開発に活路を見いだそうとしている。

(敬称略)

は多彩で、標準機械部品で約8700品番、標準治具で約4200品番、アルミ構造材で約1300品番にのぼる。

同社は今尾信一が193

▽所在地 岐阜県関市千足2002、0575・284811▽社長 今尾任城氏▽従業員 241人▽資本金 9000万円▽売上高 42億円(2014年3月期)▽URL www.w.imao.co.jp