

社員の結束と技術向上をもたらし「鈴鹿8耐」参戦

株式会社オーファ

主な事業内容：
チタン表面改質処理、非鉄金属および加工製品の製造・販売など
本社所在地：千葉県浦安市
社長：細川寿二
創業：2001年
従業員数：32名



細川寿二社長

知人の会社の片隅で 新たな人生をスタート

国内最高峰のオートバイレース「鈴鹿8時間耐久ロードレース」（鈴鹿8耐）。今年も5連覇を狙うヤマハと、それを阻止したいホンダ、カワサキの各ワークスチームの優勝を争う接戦が二輪ファンを大いに盛り上げた。プライベーターチーム「ヨシムラ（スズキ）」も加わり、メー

カー系チームがしのぎを削るこのレースに挑戦を続ける中小企業がある。【#6 Titanium Power Racing with HOOTERS】を立ち上げた、従業員32名のオーファだ。

2001年の創業以来、二輪に関わってきた同社代表取締役社長の細川寿二氏は、同社の鈴鹿テクニカルセンターを14年に創った年に鈴鹿8耐へ参戦を決断、以後5年連続挑戦しているという。

細川社長は子どものころ、父親と叔父が立ち上げた鉄工所でよく遊んでいた。そのときに経験した切削油の匂いがいまでも忘れられないという。大学卒業後は鉄鋼メーカーに就職し、メーカー担当の営業マンとして経験を積んだ。しかし、組織の枠を超えた仕事がしたいと思い立ち、10年間お世話になった会社を33歳のときに突然退社した。すると、通商産業省で働く兄からすぐに呼び出され、「会社を辞めるのはいいが、3

年だけは経験のある鉄鋼関係の仕事でがんばれと激怒されました」。

仕方なく知り合いの会社の片隅に机だけ置かせてもらい、1人でビジネスをスタートした。1年が経過したころ前職でつながりのあった人物から呼び出しがあった。大きなプロジェクトに共に取り組んだ仲だ。提案されたのはチタン素材の販売。チタンパーツを利用した二輪バイクを量産化することになったから、アフターパーツ用のチタンを販売したらどうかというのだ。

すぐに動いた。2トントラックを購入し、仕入れたチタンパイプを山積みにして売り歩いた。「それがおもしろいように売れたのです」

しかし、長続きはしなかった。ヨーロッパで排ガス規制が厳しくなるのと、主な取引先であるアフターパーツメーカーの業績が落ち込んでいった。そんなときにリーマンショック

が起きた。ダブルショックに見舞われた同社が受けた打撃も少なくなかった。

「売上がピークの6割まで落ち込みました」

20年後の姿を見通し ビジネスの方向を修正

二輪の事業を広げるには、その魅力を自らが実感しなければならぬ。細川社長は高校時代からラグビーに打ち込んでいたため、二輪の免許は持っていなかった。起業後、仕事でバイクに関わるようになった後、38歳で取得した。

「ツーリングに出かけてみると、クルマとは違う楽しさがあることに気づきました。風景と同時に街の匂いが直に伝わってきます。男のロマンも感じましたね」

仕事の関係上、鈴鹿サーキットに通う回数も増えていった。サーキット内で顔見知りになると食事に誘わ



レース当日は女性社員を含め多くの社員が応援に駆け付け、一体感が高まった。

“遊び”が仕事にもたらした効果

社員交流	日ごろの仕事では見られない同僚の姿を見て互いの理解が深まる。
性能検証	過酷な状況で自社製品を使ってみることで性能向上に役立つ。
宣伝	検証で得たデータを活用することで自社製品の売り込みがしやすくなる。

れたり、その場でPRタイムをもらい、自社商品を紹介したりした。そのころから、「いつかは自分たちのチームを持って参戦したい」との想いが芽生え始めた。一方で細川社長は20年後に自社のあるべき姿を模索していた。

「そのとき生き残っているためには、世界に通用する加工技術を身につけ、付加価値の高い商品を手掛けていかなければならないと思いました」

当時の規模からすると相当思い切った規模の投資だったが、その思いを実現するために三重県鈴鹿市に土地を購入し、鈴鹿テクニカルセンターを建設した。14年のことだ。それまでは仕入れた素材を販売するのがメインだったが、社員とともに板金

加工の技術を身に付け、OEMの部品加工の仕事を受け入れた。いまでは、チタンの表面処理技術（チタンFG処理）が同社の強みの一つとなっている。鈴鹿テクニカルセンターのオープンとともに鈴鹿8耐への参戦も決意した。

「レースへの参戦は自社の技術を磨くことにもつながります」

たとえば、1年目の参戦では世界最高といわれていたブランドのマフラーを購入して利用したが、走行中の熱で割れてしまった。割れないように補強するにはどうすればいいか社内で研究し、それが耐久性の向上につながった。また、本番は8時間だけだが、準備は1年前からスタートしなければならぬ。細川社長は油まみれになって仕事に没頭していた父親の言葉を思い出す。

「仕事は準備・段取りが基本。それが7〜8割を占めている」とよく言っていました」

レースへの取り組みはそれを実感し、実践する場にもなった。本番では1時間に一度、タイヤを交換する。ライダーは暑さで倒れる寸前。レーシングスーツを脱がして体を冷やす。併せてガソリンも補給する。どうすれば短時間で効率よくできるか。やはり準備が大事だった。仕事以上にきめ細かい対応と戦略が必要だ。



18年のレースでは細川社長が自らサインボードを7時間半出し続けた。

レースでの体験が社内に一体感を生む

こうした厳しいチャレンジは、社内に一体感をもたらす効果もあった。「レースの当日には、女性社員も応援に駆け付けてくれます。どんくさいと思っていた先輩がレースという失敗のできない世界で頑張っている姿を見て、見直すなんてこともあるようです」

自分たちが関わっている二輪の部品が実際に使われているのを目の前で見るのは、社員のモチベーションの向上にもつながる。一方でレースは同社の表面処理技術の成果を確認する場でもある。取得したデータに自信を持った細川社長は、ヤマハフアクトリレーシングチームに売り込んだ。そして、同社のチタン関連部品が採用された。

これによりメディアにも大きく取り上げられ、問い合わせが殺到した。

レースだけではなく、さまざまな場面で同社の部品が使われるようになっていく。鈴鹿8耐には5年連続で参戦したが、ある程度の目的は達成されたことから、自社単独チームでのチャレンジはいったん休止した。今年からは取引先が引き継ぎ、同社はサポート役に回っている。

細川社長は、外部へのPRに力を注いできたが、鈴鹿8耐への参戦が会社にとって必要なのか、社員にもはつきりと説明する必要があると最近感じている。レースに莫大な費用をかけるくらいなら「その分、給料を上げてほしい」と考える社員もいるからだ。

改めて振り返ってみると、鈴鹿8耐への参戦は、業績にも貢献している。参戦する以前の利益率は15〜16%程度だった。鈴鹿テクニカルセンターをつくり、参戦するようになってからは、約27%まで上昇し、売上高も毎年7〜10%増えている。これなら、鈴鹿8耐への参戦効果を社員にも理解してもらえらるだろう。

「今後はさらに毎年利益率を1%でも上げることが目標。そして、売上高は20億円に挑戦」

すでにアメリカ向けの二輪部品の大量発注が決まっている。鈴鹿8耐に参戦した成果が本格的に花開くのは、むしろこれからかもしれない。