

エーモン（兵庫県福崎町）は1日、社名をエーモン工業から変更し、新たなスタートを切った。6月には創業60周年の節目を迎える。かつて業績が低迷していたが、1千点以上に及ぶ商品を見直すなど大規模な改革を断行し、高収益体質への転換を実現した。次なる成長に向け、カー用品からライフスタイルの提案を目指す新生エーモンの戦略を、川岸浩二社長に聞いた。

節目のタイミングで

―社名変更の狙いは

「『工業』という点、どう

しても何かを製造する会社というイメージが先行する。しかし、当社は企画提案型の商品づくりを強みとしている。

顧客からも、長年『エーモン』の呼び名で親しまれていることから、節目のタイミングで変更を決めた」

―間もなく60周年となる

川岸 浩二社長



〈プロフィール〉かわぎし・こうじ 1983年兵庫県立福崎高校を卒業後、エーモン工業（当時）に入社。2004年に家具などを手掛けるマイスト社を設立し、13年に同社代表に就任。17年4月から現職。1964年6月生まれ、59歳。兵庫県出身。

シーンに合わせ独自性ある提案

「これまで、よく持ったと子会社を任されていたが、立っるのが、率直な気持ちだ。て直しのため呼び戻された。10年ほど前、売上高がピーク 社長就任後、採算悪化の要因時の6割まで落ち込むなど収を調べたところ、利益の出な益力が低下した。当時、私はい商品が全体の3〜4割を占

確保するには価格を上げねばならず、自ら取引先と交渉し たことを覚えている。5年か け、約1400点すべてのア イテムの見直しを行った」

―直近の業績は

「この数年は売上高、利益ともに過去最高を更新し続けている。売上高はピーク時と同水準の52億円まで回復しており、利益率も当時と比較して10%増えている。また、商

めることが判明した。ただ、品数も現在、約1700点まで増えた」

―従業員に変化はあるか

「組織の若返りが進んだことで、新卒採用では車好きが多くなってきているようにな

た。当社では、利益は従業員全員に還元することを掲げている。新しい挑戦ができる仲間を増やすためにも、これか

提案する側も

多様な人材必要

―企画・開発では、若手や女性を積極的に登用している

「当社はカー用品からライフスタイルの提案を目指している。幅広い年代や嗜好（し）のユーザーに対し、最適な商品を打ち出していくに

高価格帯のラインアップも検討

は、提案する側も多様な人材が必要だ。今期は二輪車向けの商品を強化するため、会社でバイクを5台購入し、社員7人が運転免許を取得した。われわれは想定するシーンに合わせ、本気で考える商品づくりを重視している。このプロセスは、今後も大切にしながらはならない」

―中長期での取り組みは

「高価格帯のアイテムのラインアップも増やしていくことを考えている。今、新たにフロントグリルの開発を進めている。イタリアでデザインと金型を製作し、スタイリッシュな雰囲気仕上があった。発表は今夏を予定している。今後、内装も含め、新たな提案をしていきたい。ユーザーの潜在的なニーズを捉え、『さすがエーモン』といわれるような独自性のある商品を世に送り出していく」

（関西支社・草木 智子）

専心

流通・アフター首脳に聞く

▷36◁