

株式会社ミナロは「前例無きにも恐れず、創り上げたものにこだわらず、常に変化を取り込み、自由闊達な活動で社会に貢献する。」を社訓として掲げ、日本の製造業に活気を取り戻すため、木材加工の製造業を営んでいる。

1. CSR活動への取り組み

1.1. きっかけ

会社を興した当初、地域住民に多くの手助けを受けた。その後、より事業を発展、継続させるため地域に根差した活動に着手するようになった。CSRに取り組もうとしたわけではなく、自然とそうになっていた、と社長は語る。

1.2. 具体的な活動内容

① 全日本製造業コマ大戦

「日本の技術」の凄さを伝えるため、全国の町工場に呼びかけ開催した。コマ大戦公式戦にて使用されるケンカゴマは直径 20.0mm 以下、全長 60.0mm 以内。この小さなコマを、製造業に携わるプロが本気で設計し、プロの機械を使用して自社の持てる技術をすべて注ぎ込んで製作する。また、全国の町工場に務める職人同士が交流を持てるプラットフォームとしての機能も果たしている。

② ハーバリウム

ハーバリウムとはガラスの小瓶に生花をオイル漬けしたもので、手入れせずとも花の美しい姿を保ち続けるというもの。今後の日本経済を考えた上で、町工場にも女性向けの商品が必要であると考え、工業製品でできるハーバリウムの製造を始めた。その結果、女性の購入者、ワークショップ参加者が連日訪れるようになり、その中からワークショップ講師を担当してもらい、また新しい女性利用者を呼び込むという、町工場に女性が訪れる循環を生み出した。

また、働き方改革に先駆け、「10時から14時までしか働けない」という子持ちの主婦も生産力、付加価値をつけられる力と位置付け、販売員、作家として積極的に採用している。

2. 今後の取り組み

現在、日本の町工場は「B to B」の企業形態が大半を占める。しかし株式会社ミナロにおいては、コマ大戦、ハーバリウムなどの活動を通じて「B to C」の要素が増えてきている。町工場においても価格、納期の設定、在庫管理などが容易になる。さらに EC を有効活用し、日本のみならず、世界中で町工場自らが製造した商品を販売するという柱を作っていくことを考えている。