

長瀬次英さんと当社代表取締役社長荒賀誠との特別対談

デジタル時代にあっても、 大切なのは「人間力」と「熱量」です

「Instagram」の初代日本事業代表責任者（BDL）や外資系コスメ ロレアル・ジャパン初代CDO（最高デジタル責任者）などを歴任、現在はフリーの立場でさまざまな企業の経営に携わっておられる長瀬次英さんを当社にお招きし、当社代表取締役社長荒賀誠と対談をしていただきました（対談での発言は敬称略）

気になる、調べたくなる それも魅力のひとつです

荒賀 長瀬さんのプロフィールなどを拝見すると、京都府綾部市生まれとなっています。わざわざ“綾部市”と入れていただいているのは、綾部で創業し、今も綾部に本社をおいている私も日東精工にとっても非常にうれしいことです。

長瀬 じつは綾部市という三文字はとても意味があるのです。“京都”だけで終わってしまうと、京都は誰もが知っているので「ふ～ん、そうなの」とそれで終わってしまいます。けれど「綾部（あやべ）」となると、京都の人はともかく、ほとんどの人が知らない。「綾部市ってどこ？ なにがあるの？」って調べたくなる。話題が広がっていききっかけになるわけです。それでインターネットが普及しはじめた20年ぐらい前からプロフィールに綾部市生まれと入れています。

荒賀 まさに先ほど私もよく知っている某有名人と長瀬さんとのLINEのやりとりを直に見せていただきました。「あやべって知っている？」「お笑い関係の方？（アメリカに移住したピースの綾部祐二氏）」「京都の綾部市のこと」「名前は聞いたことがあるかも」……といったやりとりのあと



「今、ぼたん（猪）鍋を食べている。おいしいよ」というメッセージにぼたん鍋の画像を添付されると、「わあ、おいしそう。食べたいな」「じゃあ、今度」……といったふうに展開していき、なにか人を惹きつけていく、ワクワクさせる一端を見せていただいた気がしました。

長瀬 調べたくなる、気になる、それも大事なことのひとつなのです。あやべにはじつは魅力がたくさんあると思いますし、検索してもらいやすいというアドバンテージもある。けれど、あやべの人は案外それに気づいていない。それはもったいないと思います。

荒賀 当社はBtoB、いわゆる企業間取引の会社なので、かつては取引先との関係を深めればそれでいい、一般の方向けには必要以上に発信しなくてもいいというような風土がありました。もちろん経営理念の一丁目一番地は、地域に貢献することなのですが、ことさらにそれを発信しなくてもいい、わかる人にわかってもらえればよいという雰囲気が残っていたのですが、今はIRにも力を入れ、等身大の自分たちの姿を知ってもら

うことが大事だと考えています。そのためにも発信力をもっともっと高めていかなくてはと思っています。SNSなども大事なんでしょう。Instagram（インスタグラム）の日本での立ち上げに深く関わった長瀬さんにそのあたりのことをお話いただければありがたいです。

長瀬 根本は「人間力」「熱量」でしょう。SNSで「友達」や「フォロワー」がたくさんいるとすごいということになりますが、友達になったからといってほんとうにつながっているというわけではありません。たとえば1000人の友達やフォロワーがいて「いいね」をつける人が50人の場合と、300人のフォロワーのうち100人が「いいね」では、後者の影響力のほうが圧倒的に高いわけです。私はInstagramを立ち上げた人間ですが、今は年に4回ぐらいしか更新していません。だからフォロワー数もどんどん減って一時期は7万人ぐらいだったのが、今は5000人程度です。しかし、こんな私にさまざまな企業がアプローチしてくるのは、私が発信すれば、それを受けて何万人、何十万人のフォロワーをもつ人がそれを広げていくくれるからです。そういう背後のつながりを知っ

ている。そして長瀬がいいと紹介するのだからいいものだ、安心できるものだという信頼関係が築かれているからなんですね。そのベースにあるのが「人間力」と「熱量」……。

デジタルを支えるのは じつは泥臭い「人間力」

荒賀 AI（人工知能）が発達してきましたが、それでもデジタルというとなんとなく、冷たいとか非人間的なイメージを抱きがちですが、じつはその根本にあるのは、泥臭いものなのですね。

長瀬 以前、外資の化粧品会社の再建にかかわったことがあります。副社長（CDO デジタル最高責任者）として入ったのですが、当初は「デジタルだからなんなの？ お金になるのか？」「なにも知らない外部の人間になにができるの？」という反発のほうが大きかった。デジタル導入という一般にはシステムを構築するぐらいだと考えがちですが、たとえばECコマースを導入すると流通の仕組みも変えなくてはいけない、工場のラインも見直し、また宣伝戦略なども見直すなど、抜

長瀬次英（ながせつぐひで）さん

1976年 京都府綾部市生まれ。中央大学を卒業後、KDD（現KDDI）に入社。その後、外資系大手広告代理店や外資系大手美容メーカなどを経て、Facebook（現Meta）に参画しフェイスブックのマネタイズ事業の立ち上げ、拡大に貢献。2014年にはInstagramの初代日本事業代表責任者に就任し事業を推進。その後もさまざまな会社の再建に関わり、メディアなどでは「日本のカリスマ経営者（『ForbesJapan』など）として取り上げられる。常に「新たなビジネスの可能性」「継続的で自由な働き方」を模索・挑戦されている



本的な大改革となるわけで、それを成し遂げるには現場の理解・協力が必要です。ですから最初の一年間は人脈づくりに徹しました。まず、工場などをまわって皆の話を聞く。それぞれの業界には業界の「言葉」があるので、その言葉を理解することからはじめました。人を大事にする、そして自分が嫌われないように細心の注意を払ったわけです。だから、いざ大改革を断行するときに皆がついてきてくれたのです。

荒賀 「人」が基本、「人」が大事ということですね。当社では人材を人財として人財教育にも力を入れています。当社の人財教育を一般向けにまとめた『人生の「ねじ」を巻く77の教え』がベストセラーになったこともありますし、さまざまなところから当社の人財教育についての取材や講演依頼を受けることも多いです。そういった外部からの高評価を誇りに思いつつ、やはり日々、新しいものへと更新していかないといけないと思っています。いまのお話をうかがって、伝えることの大切さ、言葉の大切さをあらためて実感しました。そして長瀬さんがはじめになさったように「聞く」「相手の懐に入っていく」ことが基本、それをないがしろにしてはいけないと思いました。

質から量、 そして今は個の時代

長瀬 インスタグラムを日本で立ち上げるときに、1年で1000万人のフォロワーを獲得するからと、3000万円の予算を計上してもらいました。その3000万円のほとんどは地方への出張費、交通費やホテル代、飲食代です。つまり、人とのかかわりを深めるためのものです。当時、Instagramといっても誰も知らない。それでなにをしたかというと、まずはカメラのライカを購入し、写真教室で写真の撮り方の基本を学びました。そのうえで、日本全国の写真展や写真クラブ、鉄道写真の愛好家の集まりなどに片っ端から顔を出して交流



当社代表取締役社長 荒賀誠

を深めました。それで「長瀬さん、撮った写真をどうしているの？」と聞かれたときに「Instagramにアップしているんですよ」と話題を広げていく。皆さん、素敵な鉄道写真や日本の美しい風景、珍しい穴場の写真をお持ちなので、その方たちもInstagramに写真をあげていくようになる。そうすると、Instagramには美しい写真がたくさんある、まだまだ知られていない日本の穴場が載っていると話題になっていきました。ほかにも雑誌社には掲載されなかった写真がいっぱいあるし、芸能人のオフショットなどふだん見られないシーンがのぞき見できるといったように、どんどん話題になるようになり、1年経たずに1000万人を獲得できました。

荒賀 しかもその1000万は不特定多数ではなく、性別、年齢、趣味嗜好などユーザー特性がわかる1000万人というところが味噌ですね。

長瀬 昔は「質」の時代、それが「量」の時代へと変わっていき、今は「個」の時代だと言っています。いいものをつくって評価されていた時代から、よりいいものを大量につくることが良しの時代へと変遷していきました。そして作り手側は「これがいいよ」と一律におすすめ（Push）すれば成り立っていたのですが、いまは個別の好み、希望を引き出して（pull）してカスタマイズする時代です。先ほどの化粧品を例にとってみれば、かつては「これをつかえば美しくなる」「しわが

とれる」といった会社側からのPushだった。SNS利用といってもテレビCM同様、Push型の発信だったのですが、SNSの発信をいったんやめて、そのかわり熱量をもって発信してくれる、いわゆるインフルエンサーに会いにいくように指示しました。そうすると、必ずしも皆が同じものを求めているわけではないと知る。しわがないのがいいとはかぎらず、年相応のしわがあるのが魅力であると思う人がいるということがわかる。そういった声に対応していくことで、信頼を獲得していったわけです。

荒賀 当社のねじは圧転造という製法で高品位のものを大量に生産できるのが強みになっています。まさに高度成長期などは家電メーカ、光学機器メーカなどからのかなり難しい発注にもしっかり対応し「神様ねじ」と評判をとったものもあります。しかし、それでも基本はお客様の希望に応じての個別対応で、いわゆるJIS規格などに準ずる汎用製品ではありません。そして最近「多種少量」にも対応しています。「お客様満足度120%」という言葉は合言葉にしているのですが、長瀬さんのお話をうかがって、よりきめ細やかに対応していかないとあらためて感じ入りました。

長瀬 御社の工場をはじめて見学させていただきました。モノづくりの現場を見るのは勉強になりますし、なにより楽しい。今後は「ねじ」についてさまざまなところで熱量をもって語っていきたいと思っています。

荒賀 ありがとうございます。長瀬さん、当社が協賛する5月開催の「あやべ水源の里トレイルラン」にも出場されるとお聞きしています。ぜひ、またお目にかかれればと願っています。本日はありがとうございました。



※長瀬さんをお招きして当社社長荒賀と綾部市内で懇親会を実施。その場での会話と翌日に当社幹部向けに開催された講演会のお話などをもとに、長瀬さんの許可を得て「対談」として紙面構成しました。

インフルエンスは 現場の熱量で起こす



長瀬次英さんには標記演題で、2025年1月18日、日東精工アリーナにて講演を行っていただきました。熱量を高めることが大事、そのためにいかに自分の言葉で発信できるか、類友をつくっていくことが大切かなどについて、ご自身の「ビックリマン」への想いなどを例にとりながらお話をいただきました。また、じつはこの講演の3日前からあやべに入られて、異業種交流のミーティングに特別参加されたり、綾部高校の生徒向けの講演なども行われました。あやべのまちにとってもいい刺激を与えてくださり、今後もあやべとのつながりを大切にされたいとおっしゃっています。

人気番組が当社を密着取材 YouTubeで公開される!

実力派経営者たちが日本の「経営」について熱く議論を繰り広げる、ABEMA番組『For JAPANー日本を経営せよ!ー』(メインMC:古舘伊知郎)にて、当社を密着取材いただき、その模様がYouTubeで公開されています。

当社の経営理念や事業について、当社代表取締役社長荒賀誠が語っているほか、当社(グループ含む)従業員が登場し多様な働き方などを紹介しています。冒頭、荒賀が「誠実、信頼、感謝の心」と揮毫をしているシーンにはじまり、約15分間、日東精工の魅力が満載ですので、ぜひご覧ください。



綾部鉄工組合&京都経営者協会に 当社代表取締役社長が講演

1月7日、綾部市I・Tビルで綾部鉄工工業協同組合の新年互例会が開催され、当社代表取締役社長の荒賀誠が講演会の講師を務めました。また1月17日には京都経営者協会「人材開発研究会」ご一行が当社を訪問。八田工場などを見学いただいた後、荒賀社長による人材育成に関する講演も実施しました。当社の経営や人材教育などについてはさまざまなところから注目されています。当社の取り組みが社会の規範になるべく、これからも日々、より良いものへと更新を続け、よりいっそう努力してまいります。



上は綾部鉄工工業協同組合新年互例会、下が京都経営者協会「人材開発研究会」向けの講演会

ボウリング世界大会の ナショナルチームに内定!

日東精工グループのひとつ、ケーエム精工(株)三重工場の井岡聖一がボウリングの競技大会で、全日本ナショナルチームシニアジャパンに選出されました。まだ少し先のことですが、本年、2025年10月13日～24日にアメリカで開催されるボウリング世界大会(シニア部門)の日本代表に内定しており、活躍が期待されています。



日東精工はスポーツ庁のスポーツエールカンパニーに認定されており、産機事業本部の岩崎拓夫がパラグライダーで世界的に活躍するほか、野球、卓球、バレーボール、剣道などの社員のスポーツクラブも充実、毎年行われる市民駅伝にも複数のチームをつくって参加しています。今春

開催される「あやべ水源の里トレイルラン」にも協賛。これからもスポーツ振興にも力を入れてまいります。

オープンファクトリーに 遠方からも参加いただきました

綾部市観光協会が〈モノづくり企業の見学を観光の魅力〉として発信する「第3回オープンファクトリー」を主催、当社もこの企画に協力しました。

今回は「大人の社会見学」と題して対象を広げたところ、他県、遠方からも多数参加いただきました。参加者のなかには当社の人材教育を紹介した『人生の「ねじ」を巻く77の教え』や『驚きの地方創生「京都・あやべスタイル」』を読んで、以前から日東精工に興味をもっていたという方もおられ、とても嬉しい出会いとなりました。



オープンファクトリーに当社も協力。
下は12月16日付あやべ市民新聞

新しい扉を開く

代表取締役社長

荒賀 誠

工

ツセイストの阿川佐和子さんが
自分を勇気づけたものとして、

映画『サウンド・オブ・ミュージック』を挙げていました。物語の冒頭、主人公のマリアは「あなたには向いていない」と修道女見習いを首になります。そして新しい仕事として家庭教師の口を紹介されるのですが、自分が否定されたように思い、マリアはしょんぼりしながら修道院出口に向かうのです。

暗い廊下を進んで行き、キリスト像の前でふと立ち止まる。そこに書かれていたのが「神様は一つの扉を開めると必ず新しい扉を開けてくださる」でした。この言葉に力を得て、マリアの表情は徐々に明るくなっていき、やがて歌って踊りながら修道

院を走り去っていくのです。

「〇歳で〇〇を達成する」といった計画を立てそれを実行・実現したアスリートや経営者の成功例がある一方で、計画が思い通りにいかなかった、目標がかなわなかったということも少なくありません。会社などで希望した部署と違うところに配属されるというケースも多いでしょう。こんなときに気持ちを切り替える力も必要だと、阿川さん。自分が思う得手不得手を信じすぎないことも大事。自分のことはわかっているように、案外わかっていないものです。与えられた仕事にきちんと向き合えば、次のチャンスがやってくる。目の前のことを精進していけば、必ず新しい扉が開いていくのです。

「幸せ」を見つけるヒント 2月

「新しい抹茶」のすすめ

ペットボトルやティーバッグのお茶が普及し、わざわざ茶葉を急須に入れてお湯を注いでという人が減っていて、茶葉がゴミになるのでと敬遠する方も少なくないようです。

先日、茶道をされている方に「抹茶碗あるいはカフェオレポウルなどで抹茶を点てれば、茶葉がゴミとして残らない。しかも煎茶のようにおいしくいただくためにお湯を冷ますというような温度に気をつかうこともない。だからふだんのお茶としてもおすすめ」というお話をうかがいました。

抹茶というと、なんとなく茶道を思い起こし、格が高い、ハードルが高いように考えがちですが、今は案外、身近なものであり、海外の方々にも抹茶のお菓子ばかりか、抹茶そのものが受けているそうです。抹茶はカジュアルなシーンでも使えてアレンジもしやすい。しかも抹茶の美しい緑に癒されるともいわれるよう。抹茶に対してこんな視点、アプローチもあるんですね。まさに温故知新!?

当社は2月11日に創立87周年を迎えました。ありがとうございます。これからも歴史や先達が築かれたものをさまざまな角度から見つめ直し、新しい学びを得ていきたいと思います。

日東精工代表取締役会長
綾部商工会議所会頭

材木正己

