



◎社長インタビュー

モノづくりをおこなう
北木のメーカーとしての誇りを忘れずに、
小売店支援に力を入れていく

鳴本石材(株) (本社〓岡山県笠岡市)

代表取締役社長

鳴本太郎

▲鳴本石材(株)展示場に立つ
『日本銘石物語』シリーズのノボリ

鳴本石材(株)の新社長に、このたび前常務取締役の鳴本太郎氏が就任した。鳴本新社長は現在三十四歳。大学卒業後、京都・山科の(有)山本石材店に勤務。その後、鳴本石材(株)に入社し、現在に至る。鳴本新社長に抱負を聞いた。

* * *

石屋になるのが当たり前だった

私が生まれ育ったのは、全国でも有数の石材産地の一つである北木島で、子供の頃は国内加工全盛期の時代でした。島では朝から夜中まで大口径の音が鳴り響き、通勤時には原付バイクに乗った職人さんが島中を行き交い、原石や製品を満載したトラックが何台もフェリーの順番待ちをしているのが日常の光景でした。とても活気があり、景気が良かったのだと思います。それは北木島だけではなく、業界全体がそうだったでしょう。

同級生の家も石屋ばかりで、私は「将来は石屋になるものだ」と、当然のように思っていました。今から十二、三年前、私が通った北木島の小学校が廃校になる際、小学生の時に埋めた

タイムカプセルを開けました。そのタイムカプセルも石製ピラミッドです(笑)。何を入れたか全く覚えていませんでしたが、小学三年生の時に書いた作文が出てきて、そこには「北木の石を世界中に売って、日本一の石屋になる」と書いてありました(笑)。

北木産地のメーカーとして

ただしその後、バブル経済が弾け、長い長い不況の時代に突入し、北木産地も韓国、そして中国にとって代わられました。市場の牽引役(けんいんやく)がメーカーから商社へと変わり、加工産業が空洞化し、同業仲間の廃業という現実も目にしてき

ました。

そういう状況の中で、当社は中四国や京阪神エリアを中心に積極的な営業展開をおこない、また取引先である小売店様のあらゆるニーズにお応えするため、外国材の輸入業務をおこなう商社機能も充実させていき、現在まで継続することができました。

現在、当社の売上げの中で国産材の割合は約半分ですが、やはり北木産地のメーカーとして四十年以上モノづくりをおこなってきた経験と実績を活かし、歴史ある「国産材」には今後もこだわり続けたいと思っています。

国内工場の存在価値

現在、全社員六十名のうち本社工場で働く社員は二十名ほどです。十数年ほど前から国産材の中国加工という流れが出来てきて、当社も平成十七年に中国に自社工場を設立し生産拠点を築きましたが、国内工場で働く社員の雇用は何としても守り、工場を維持してきました。

ただ現実には、工場の規模に見合った加工の仕事があったわけではありませんので、厳しい時



技術の継承にも力を入れている

代が続きました。その中でも、自動化や多能工化、作業工程の改善や新業務の開拓など、徹底した効率化、省力化を全社一丸となって取り組んで参りました。

ここに来て国内回帰の機運が高まり、またその流れを作っていくかなければならない中で、長期的な視野も含め昨年、工場に高卒の新入社員を採用しました。工場での採用は約十年ぶり



鳴本太郎社長



春と秋の年2回開催される鳴本石材展示会は毎回、趣向が凝らされ大好評。期間中におこなわれる「石材店のための特別セミナー」も人気だ（写真は先月4月に開催された「春の大展示会」のようす）

です。また今年も一人採用しました。加工技術は教科書で勉強できるものではありませんので、一人前になるまでには五年、十年かかると思いますが、今のうちから職人を育成し、技術だけでなく、モノづくりに対する想いの継承をしていきたいと考えています。

国内工場を残してきた意味がこれから問われるのだと思います。国産材という付加価値に加え、国内加工という付加価値も更に追及していきます、小売店様やその先のエンドユーザー様にもその価値をお伝えできるよう、色々なことにチャレンジしていきたいと思っています。

小売店支援

卸業である当社の役割は、得意先からいただいた注文を手配し、間違いのない商品を確実にお届けすることであり、さらに言えば、日本の墓石市場が縮小の一途を辿り、先行きが不透明な時代に我々がお役に立てること、それは価値ある情報と問題解決型の営業力であると考えます。つまり、小売店様にとって有益な情報をタイムリーにお届けし、共に困難を解決し成

長・発展していく、それこそ当社が目指すべき道であります。

当社は日本全国約五百件の小売店様とお取引引きをさせていただいております。そのネットワークを存分に生かし、販売の成功事例や独自の取り組み、営業戦略や人材育成方法など、価値ある有益な情報を共有し、「当社と取り引きしてよかった」と言っていただけのような関係の構築に取り組んで参ります。

また、エンドユーザー様にとっても、価値を認め納得していただける商品開発にも挑戦いたします。素材や加工技術、デザインなど、消費者ニーズにあつた付加価値を追求しブランドを構築することによって小売店様の販売のお役に立ちたいと考えております。

人財育成

『企業は人なり』という言葉があります。それはつまりどんなに素晴らしい商品や技術があっても、そこに介する人が魅力的でなければその価値は半減してしまうということでしょう。あるいは人が成長してこそ企業の成長

“日本銘石物語” ステッカー発表キャンペーン！ “日本銘石物語” カタログ5部を先着で50社様にプレゼント！！



ステッカーの素材には、光沢のある銀ツヤのフィルム素材(耐水)を使用。サイズは2種類。大が118mm×32mm、小が59mm×16mm



“日本銘石物語”カタログは、“庵治石”“大島石”“北木石”“天山石”“万成石”の特徴やその石を使用した建造物などを各石種ごとにA4サイズ用紙1枚の表・裏の両面に収め、カバーケースへ封入した販促品。通常は1セット(50部)＝10,000円(送料・税込)から。ステッカーはカタログセットに付録となる

鳴本石材(株)は『墓石小売店応援プロジェクト』の一環として展開している“日本銘石物語”シリーズ(カタログ・ノボリ・ポスター・ホームページ等)の新たな販売促進用グッズとして、「日本品質 JAPAN QUALITY」ステッカーを作成した。

このステッカーは、同社が高級国産材として販売に注力している“庵治石”“大島石”“北木石”“天山石”“万成石”の製品やサンプル石に貼ってもらい、高級国産材の魅力をいっそう引き立ててもらうことが目的。

また「弊社の国産材を使用するお施主様への見積書の表紙や資料をお渡しする際にクリアファイルなどにも貼っていただき、お施主様への国産材アピールにご利用いただければと思います」と企画担当者。

さらに「同ステッカー発表キャンペーンとして、“日本銘石物語”カタログ5部を先着で50社様にプレゼントします」とのこと。

応募方法は住所、社名、担当者名、電話番号、FAX番号を明記の上、下記のFAXまたはEメールまで。

- FAX：0865-66-3022
- Eメール：soumu@narumoto.co.jp

※「日本銘石物語 JAPAN QUALITY」ホームページ
<http://www.narumoto.co.jp/stone/>

があり得るとも言えるでしょう。

当社では「人材」を「人財」、つまり人は会社の「財産」であり「たから」であるということとを理念の一つに掲げています。一人ひとりが夢と希望を持ち、生き生きと仕事に取り組み、人として成長する努力を惜しまず、その成長を共に喜び合える人が意欲的に実践し、お客様や会社、そして社会に貢献する。そんな「魅力ある人財カンパニー」を目指しております。

建立本数が減少し、墓石・墓地が小型化・簡素化し、お墓以外の選択肢も増えてきている中で、より付加価値の高い商品を提案していく必要があるでしょう。業界が国産材や国内加工に目を向けている昨今、国内外にメーカー機能を持つ当社の存在価値が、今まさに問われているのだと思います。

変化を恐れず、勇猛果敢に挑戦し、皆様のお役に立てることで社会に必要とされる企業となれるよう、社員一同努力して参ります。

◎鳴本石材(株) (表3頁にカラー広告あり)

本社 岡山県笠岡市茂平 2918・23

TEL 0865・66・1414