東洋農機

ジャガイモ収穫用機械

企業ファイル　トップランナー編 8

農家の声聞き技術磨く

地面から掘り起こされたジャガイモがコンベヤーで次々と上がってきた。機械の上では3人が手分けし、大きさや病気の有無など規格に合うかを瞬時に選別する作業が続く。

十勝地域のほぼ中央にある音更町。郊外の農場で8月上旬、小川磯治さんら一家が背丈の倍近い機械に乗り込み、早出しする生食用イモを収穫していた。

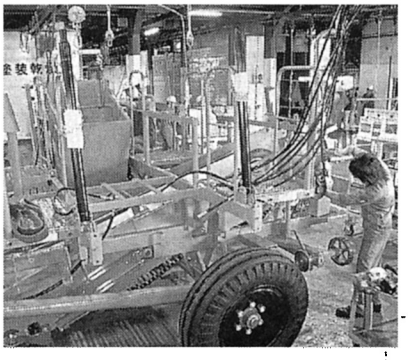
国内シェア7割

小川さんら農家が使うジャガイモ収穫用機械を手掛けるのが東洋農機（帯広市、山田政功社長）だ。主力産地である道内の農家に浸透し、この分野で国内シェア約7割を握る。出荷先は道内にとどまらず、本州では青森、秋田、茨城や長野県、さらに四国や九州にも及ぶ。1979年に発売してから道内外の累計販売台数は約3000台に上るという。

父の代から同社の製品を購入してきた小川さんら多くの農家が支持する最大の理由は、1909年の創業以来、農家の要望にこたえ磨き培ってきた技術力だ。

ジャガイモの収穫用機械は73個の型式をそろえるなど、製品群の多さは他社を圧倒している。道内には十勝地方のように平たんで広い畑もあれば、美瑛町のように丘陵地の畑もある。道外では小さな畑も多い。形や起伏の大きさ、土壌の中に石や水分が多いかなど地域によって条件は様々。異なる農家のニーズにきめ細かく対応することで支持を広げてきた。

《会社概要》
▽設　　立　1967年
▽本　　社　帯広市西22条北1の2の5
▽事業内容　農業機械の製造・販売
▽従業員数　156人（パート含む）
▽売 上 高　25億円（2012年1月期見込み）



季節性の商品が多いため工程管理を徹底してきた

しかし、細かなニーズに応えるには部品などの在庫を厚めに持つ必要があり、経営には重しとなる。この矛盾を解消するため、同社は25年前から「ポルフ」と呼ぶ生産性向上活動に取り組んできた。

2002年にはレーザー加工機を導入。可能な限り部品づくりを内製化し、工程管理を厳守する体制を確立した。外注先の都合に左右され、納期に間に合わなかった苦い経験があるからだ。担当者が顧客の農家からの受注状況を細部まで詰めたうえで、生産計画に反映。経営上のリスクを最小限に抑えている。

一方、不良品が発生した場合には同じミスを繰り返さないよう、社員が自分たちの手で注意点をまとめたカードを作成する。データベースで情報を共有し、担当者が変わっても作業前に確認することで再発防止してきた。

九州までカバー

もう一つの強みが、販売後のケアを含めた営業態勢だ。主戦場の道内は本社と5つの営業所できめ細かく網羅。道外顧客には本社から担当者が出向き、効率的に九州まで広い地域をカバーする。

山田社長によると、農機には「ウインター修理」という言葉がある。農閑期の冬場に顧客の農機修理を集中させる意味だ。農繁期に故障が起きれば農作業に支障を来す。営業担当者が農家と話し合い、故障の可能性があれば早めに部品交換を提案することで顧客の信頼をつかんでいる。

開拓時代の帯広でかじ屋として農機具を作り始め、1世紀余り。農家の声に耳を傾け「ささいなことでも、ないがしろにしない」（営業部の伊藤真一さん）。こうしたものづくり精神が今も現場に脈々と受け継がれている。

（磯貝守也）

＝金曜日掲載

国内農家は減少　海外市場に注目

農業の機械化に伴い業容拡大した農業機械メーカーだが、経営環境は年々厳しさを増している。高齢化や後継者難で離農者が増え、農家の戸数が減少しているからだ。農林水産省によると、1985年に道内で10万戸あった戸数は、2010年には半数以下の4万4000戸にまで減った。

農機メーカーがいま熱い視線を向けているのが、経済成長著しいアジアなどの海外市場。道内の5社は11月中旬、ドイツで開かれる国際展示会「アグリテクニカ」に、それぞれ畑作・野菜用機械を共同出展する。ブランドの知名度を向上させ、海外販路開拓の足掛かりにしたい考えだ。

北海道

釧旭函札
路川館幌
0000
1111
5631
4681
2228
1321
7733
0122
6041
0081