

# new wave



Kyoni Communication Paper  
"New Wave"  
July 2012

2012.7.20

お客様の  
購買代行を目指す  
**kyoni**

## 「To be, or not to be」

代表取締役社長 井口宗久

「To be, or not to be」とは皆様ご存知のシェークスピアのあまりに有名な台詞で、現代の和訳としては「成るか成らぬか」(あるいは「在るべきか、消えるべきか」と解釈しています。

唐突にこの言葉を誌面に書いたのは、ここ数か月間、いくつものお客様から今後についてのお話をお伺いする中で、世界のものづくりの需要構造や環境が数年前とはガラリと変化してしまったことを今更ながら深く実感し、ふと頭に浮かんだからです。

更に、異常な円高の継続もあり、大手自動車会社でさえも国内生産を今後減らすことを発表しました。今、まさに日本のものづくり、そして当社もこの言葉のような岐路に立っています。しかし、企業は創業し、活動しているからには「to be」しかなく、「not to be」はしてはならない選択だと私は思っています。

とはいえ、物事が計画通りには進まず、悩ましい日々を送る中で、「見える化」で有名なローランドベルガーの遠藤功先生の講演を初めてお聞きし大変感銘を受けました。その中でも特に2つの話が今の京二や私自身に足りないものとして心に響きました。

### 【現場力】

まず、「強い企業は強い現場力を持っている、経営者は必至の努力で現場に溶け込み、競争力ある現場を創るべきだ」という話。

そういう意味では、私は異業種の企画畑出身でどちらかというと机上で分析や企画を立てているタイプでしたが、もっと商売やものづくりの「現場」を社員と一緒に回り、そして一緒に強い現場を創っていかなければならないと痛感いたしました。

## 【ノリの良い会社】

次に「会社のノリが悪くては逆転も挑戦も起こらない（ノリ=会社全体の雰囲気やムードのこと）」という話。京二は皆様にどう見えているのでしょうか？

「中国工具」なんて思い切ったこともやるが、決して「やってみなはれ！」的なノリの良い会社ではないなと私は思っていました。そんな講演を聞いた後の話ですが、どちらかというと、今までやや腰の重かった当社の東北営業所が「一丁やってみるか」と思いたち、自発的に展示会を企画し開催いたしました。反省点も色々ありますが、一丸となり実施したことが非常に良かったですし、やってみようという「ノリが良さ」が非常に大事だと改めて思いました。

企業活動の肝要は「現場力」や「ノリ」だけではありませんが、厳しい事業環境だからこそ、このことを今一度大事にしながら、社員と一緒にこの夏に向けて取り組んで参ります。



# 挑む

機械工具商社の  
成長戦略

▷5

## 京二

京二（東京都千代田区、井口宗久社長、03・3264・5151）は2011年10月、中国・上海市に同社初の海外現地法人「京二（上海）機電科技」を開設した。現地の日系工場に安価な中国製切削工具を販売するとともに、中国製品の日本への輸出、日本製品の中国への輸入などの役割を担う。12年5月をめぐり、悪化するというイメージを拭い去るのに苦

向上とともに普及が加速している。中心に、取り扱いメーカーが増えた。「上イZ」というブランド

を始めた。同メーカーがこれまで京二の販売先は印刷機械と建設機械関連が中心だったが、食品機

その一環で、中国の計測機器メーカーである蘇州英仕精密機械との取引

今後の成長に向けて、販路拡大も課題となる。

（木曜日に掲載）

## 中国工具に次ぐ柱を開拓



中国製計測機の取り扱いも開始（デジタル顕微鏡）

現在中国最大手の超硬工具メーカーである株洲ダイヤモンド切削工具、多結晶ダイヤモンド（PCD）工具や立方晶窒化ホウ素（CBN）工具を手がける鄭州市ダイヤモンド精密製造の2社を

現地のコミュニケーションが密にできるようになり、優良メーカーの開拓につながっている」と井口社長は説明する。

一方で井口社長は「中国工具だけで会社の将来が安泰というわけではない」とも認識。中国工具に次ぐ第2、第3のオンライン商品の開拓に挑む。

日刊工業新聞掲載記事  
(4月19日版)