

## トップインタビュー No.007

(株) TOK 代表取締役社長

# 吉川 桂介氏

### 一貴社の主な事業内容と現状についてお聞かせください。

当社は1938年に自動車メーカー向けなどの金属ベアリングを製造・販売するメーカーとして創業。1964年に「プラスチックベアリング」の開発・販売を開始、事務機や冷蔵庫の引き出しに使用することで金属ベアリングよりも静音性の向上、コスト低減が図れる製品として多くの企業に採用され、世間に認められることとなった。また、この技術を応用したOA機器の紙送り機構「ワンウェイクラッチ」を1983年に販売。品質の高さから日本のみならず世界中に供給を行っている。さらに、家電メーカーから製氷ボックスをゆっくり開けたいと要望があり、コンパクトで高トルクを発揮する「ロータリーダンパ」を開発。現在ではトイレやピアノのふたをゆっくり閉める用途で数多く適用されている。この三製品が当社の主要製品で、それぞれが全体の売上の約3割を占めており、供給している業界や製品に偏りがないことが特徴と言える。

### 一新製品の開発状況についてお聞かせください。

既存製品においてコストの問題で大きく失注した事例があったことから、当社にしかできない付加価値の高い製品「SRシリーズ」の開発を進めている。これは当社の事業の3本柱であるベアリングとクラッチ、ロータリーダンパの技術を融合した製品シリーズで、当社のスローガンである「これまででない“動き”を。」を具現化する製品である。同シリーズは現在のところ、手元の操作で重量物を簡単に昇降させることができ、入力を止めるとその位置で正確に固定できるクラッチ製品「SR2」、閉止させる対象物の重量が異なっても閉止速度を揃えることができる自動調圧ダンパ「SR3」、ワンプッシュで取付け・取外しが可能なユニットシステム「SRX」がある。SR2はブラインドの巻取り機構などに、SR3は航空機内トイレのトビラヒンジなどに、SRXはロボットマニピュレータや医療機器の先端部材の着脱装置に適用を見込んでおり、SR2とSR3においては受注もいただいている。今後も我々にしかつくりえない製品で、なお

かつお客様になくってはならない製品を生み出し、シリーズを拡充していく。

### 一今年4月にトックベアリングからTOKに社名を変更した経緯をお聞かせください。

すべての製品にカタログは用意してあるが、当社の強みの一つは、お客様との密な対話により仕様に合わせた専用設計を行うカスタム製品、カタログにない製品開発にある。ベアリングという単語が社名にあることで、他の製品に関するそうした強みの認知が阻害されていた。こうしたことからベアリングの文字を外し、我々にも色々できるということを社内外にメッセージとして発信する意味を込めて、社名をTOKとした。また、従来からTOKをブランドとして使用しており、社名とブランド名の統一によりTOKブランドのさらなる価値向上を図ることも目的の一つである。

### 一国内外の状況と今後の展開についてお聞かせください。

国内は本社を東京に置き、マザー工場に位置付けている山梨工場、大阪オフィス、名古屋オフィスで全国をカバーしている。海外においては、15年程前に中国の深圳と上海に工場を設立。深圳はワンウェイクラッチ、上海はロータリーダンパの大量生産を行っている。また、アメリカに子会社、ドイツに駐在員事務所を開設し、欧米のお客様に対しても迅速な対応ができる体制を整えている。

ただ、先ほど申し上げたとおり、当社としては高付加価値製品を推し進める方針であり、現在は海外よりも日本国内での体制の整備に投資を行っている。現在、山梨工場内に新工場を建設中で、来年1月に稼働する予定だ。この工場はSRシリーズ専用として使用する。また、こうした計画に伴い、技術や営業といった面で新卒採用を積極化するなど人員の拡充も図っており、併せて来年3月には現本社近くに新本社を完成させる。

既存製品の市場は成熟していることもあり、大きく伸ばすことは難しい。当社としてはニッチな分野に対して当社の強みを活かした高付加価値製品を投入していくことで、今後の道が切り拓かれると思っている。