

株式会社アトラス 相模原市 田名塩田

「想い」を伝えるものづくり

所在地	相模原市田名塩田1-13-10
代表者	青木 孝夫
資本金	6000万円
創業	1982年
売上高	20億円
従業員数	130名
事業内容	商品開発支援サービス業
電話(代表)	042(777)3777
ウェブ	http://www.atrus.co.jp/

* アトラスとは？ 試作品とは？

商品を開発する過程に「試作」というものがある。アトラスは、その試作品製作を主な事業とする企業だ。

〈試作品は何に使うの？〉

- ・設計図どおりに正しく製品が出来ているかの確認。材料は温度変化や加工によって伸び縮みするので、本来の設計と出来上がった製品の寸法に誤差が出ることもある。
- ・安全性を確かめるために、試作品を使って強度実験などをする。
- ・デザインを見るため。設計図だけでは分からない見た目や使いやすさを確認する。

〈どうやって作るの？〉

おもちゃの試作を例にあげると…

①メーカーからどんなものを作りたいかを聞く

顧客：「こんな雰囲気です」「こう動かしたい」「子どもが使っても安全なように」

②顧客の要望をもとに設計する

アトラス：「軟らかい素材を使おう」「動かすためにデザインはこうした方が良いかな」「子どもが怪我をしないように先端や角は丸くしよう」

③工場で試作品を作る

④顧客との打ち合わせを重ねながら、量産できる形になるまで仕上げていく（2～3ヶ月）

⑤試作終了→メーカーは量産へ

〈なぜメーカー自身が試作をしないの？〉

メーカーが自社で試作のための人員や設備を配置するよりも、試作会社に依頼するほうがコストを抑えられる。そこでアトラスのような試作会社が必要なのだ。

また、メーカーの商品開発者は、アイデアを生み出そうと日々試行錯誤している。私たちもいい考えが思いつかないときに、他人に聞いてみると、自分では思いもよらなかったアイデアや意見を出してくれることがある。メーカーも同じように、自社内

だけでは限りがあるアイデアや発想を、試作会社に求めている。より良い商品を作ろうと試行錯誤する過程を、アトラスがパートナーとなって支えるのだ。

* 試作品作りの現場

【現場その①】企画・デザイン・設計部門

顧客の要望をもとに、デザインや設計をすること。「顧客の作りたいもの」を汲み取り、設計図に起こす（＝データに変換する）作業をする。昔は設計図も手で書いていたが、今はコンピュータでの作業。コンピュータを使うとは言っても、デザイナーは頭の中で製品をイメージしながら設計するので、意外とアナログな仕事なんだそう。

【現場その②】試作部門

試作品を作る方法には、光造形・切削・板金・真空注型などがある。中でも光造形はアトラスが他社に先駆けて導入した技術だ。光造形装置は、液状の樹脂に部分的に光を当て、当たった部分の樹脂だけが固まりカタチが作られるという仕組み。コンピュータで光線を制御するので、精密な作品も自動的に、速く出来る。他にも試作品の材質や構造に合わせて、様々な方法で顧客の要望に答えている。

* インタビュー

昨今の厳しい社会状況の中で、アトラスは何を考え、何を目標しているのか。社長の青木孝夫さん、常務の増田忠明さん、アトラス・デザインセンターの塩沢稔さんの三人に話を聞いた。

今、製造業は「ただモノが作れるだけじゃ、生き残れない」と三人は口を揃える。「いくらすごい技術を持っていても、それがいかにすごいのか？をアピールできる力がないとね」。アトラスでは技術者が積極的に顧客のもとへ行き、打ち合わせにも

参加する。また池袋駅（東京都豊島区）から徒歩5分の立地にオフィスを持ち、顧客に制作現場に来てもらうこともある。営業が技術を説明するより、実際に現場を見てもらうほうが早い、というわけだ。

「みんながやらないからこそ、やってみよう」。創業時から青木社長が持ち続けているビジョンは「独自性（オリジナリティ）」である。まだ他の企業に関心を示していなかった時代に光造形装置を購入したり、試作業という領域を越えて、企画・デザイン部門を立ち上げたり。

このように、積極的に新しい策を打ち出してきたアトラスだが、今後の事業展開として考えているのが、「製造業とサービス業の融合」である。

製造業では一般的に、速さと安さと品質が求められる。回転寿司とカウンターの寿司屋を例に考えてみよう。回転寿司は、すぐに食べられて値段も安い。では、カウンターの寿司屋の主人が「今日は元気がないね」と言っていて気分が合わせたネタを握ってくれたら、もてなしてもらえたらどうだろうか。お客さんは安さや味だけでなく、気持ちも満足できる。「安くお腹がいっぱいになればいい。そういう人もいるだろうけど、そうじゃない人、もっと違う価値を求める人をターゲットにしていきたい」。

言われた通りにもものを作るだけでなく、こちらから提案していく。顧客の要望にあった製品や、作り方を考えるのも「サービス」だ。最近では、「どんなものを作ったらいいと思う？」「どうやって売ったらいいと思う？」とお客さんから相談を持ちかけられることも多くなった。顧客の課題と一緒に解決していくことで、顧客との良い関係が生まれる。それが大きなビジネスにもつながるそうだ。

顧客の「こんなものを作りたい」という想いをカタチにする。それもサービスであり、アトラスが掲げるテーマだ。顧客の考えていることを、より具体的に、正確に製造現場に伝えなければ、良いものはできない。そのためには何が必要か？「対話、コミュニケーションだね」。とにかく話すこと。それも電話やメールではなく、直接会って話すこと。また想像力や洞察力も、相手の言いたいことを理解するために必要だ。社員一人ひとりが、顧客のために何を提供すべきかを考える。「企業も個人も、本質が問われる時代なのだと思う」。

* 最後に…

ものを作っている人は、何だか楽しそう…。今回ツアーで回った会社を見て、率直に感じたことだった。だからアトラスの方にも思わず聞いてしまった。「モノづくりは楽しいですか」と。それに対する答えも印象的だった。「そりゃそうだよ！作る人が楽しくなきゃ、製品を使うユーザーも楽しくない」。楽しんで作った製品は、実際に市場に出たときにも売れている傾向が

あるそうだ。試作品は直接消費者の手に渡るものではないけど、「最終的には消費者とつながっている」と、常に意識しているそうだ。

「つくる」って実はすごく難しいことだと思う。技術がなくてはいけないし、相手の心に響くものは簡単には作れない。今この原稿を書いているのもすごく難しいと感じる。私は絵を描いたりデザインしたりするのが好きで、大学でも勉強していた。けれど私がものを作るときは、上手が下手か、課題の締め切りはいつか、と気にしてばかり。「つくるのが楽しい！」という気持ちを忘れていたように思う。

アトラスの方は、作るのを楽しむだけでなく、楽しさが消費者に伝わることまで考えて作っている。それが大事なことなのだと気づかされた。

伝えたい、表現したいという気持ちがエネルギーになって、相手のもとに作品や想いが届く。ものを作るって、なんて素晴らしいことだろう。なんて嬉しいことなのだろう。アトラスは、ものをつくることの喜び、想いが相手に伝わったときの喜びを顧客に提供している。機械だけでない、人の気持ちが溢れる企業なのだ。

この記事を読んでいる人も、想いをカタチにして相手に伝えてみてはいかがだろうか。きっと楽しくて嬉しい気持ちになれると思う。

（取材／文：井岡 里恵、米倉 和希）

