

葉たばこ乾燥 立 た の の 社長の の た 市

木原 康博 社長
(きはら・やすひろ)

●会社概要

所在地：山口市秋穂西3106-1
 創業：明治35年（設立 昭和26年）
 資本金：4,500万円
 従業員：80名
 事業内容：葉たばこ等乾燥機の製造販売
 営業拠点：全国14カ所（九州・沖縄6カ所、
 東北3カ所、中国・四国・東海
 ほか計5カ所）
 U R L : <http://www.kiharaworks.com>

●会社沿革

明治35年 木原安一が木原鉄工所創業
 昭和3年 葉たばこ乾燥機の製造開始
 昭和13年 戦時下で軍需品の製造部併設
 昭和26年 株式会社木原鉄工所設立
 昭和29年 株式会社木原製作所に改称
 木原芳介が社長就任
 昭和41年 「温湿度管理技術」による葉たばこ乾燥
 機の販売認可
 昭和48年 木原稔夫が社長就任（現会長）
 平成4年 財団法人山口銀行地域企業助成基金受賞
 平成16年 ISO9001認証取得
 平成20年 木原康博が社長就任

はじめに

山口県の瀬戸内海側のほぼ中央に位置し、クルマエビ養殖発祥の地として有名な山口市秋穂。雨が少なく温暖な気候を生かし、かつては製塩業が盛んに行われていた。のどかな景色が広がるこの地に、創業100年超す乾燥機メーカーがある。それが、今回紹介する株式会社木原製作所だ。

当社は、農産品のなかで乾燥が最も難しいとされる葉たばこについて、「温湿度管理技術」という独自の乾燥技術を確立し、全国に葉たばこ乾燥機の販路を拡大してきた。しかし、喫煙者の減少や喫煙規制の強化、外国産たばこの流通などを受け、当社を取り巻く経営環境は厳しさを増している。葉たばこ乾燥機の製造に次ぐ、新たな事業柱の構築が急がれるなか、平成20年1月に当社4代目社長として、30歳の若さで就任した木原康博氏の挑戦を追った。

当社の歩み

当社前身は、明治35年（1902年）創業の木原鉄工所。創業当初は、塩田農家向けに製塩釜や農機具などを製作していた。創業から25年が経過した昭和3年、専売品の塩に係る仕事をしてきた関係から、同じく専売品のたばこについて大蔵省専売局から指定業者の認証を受け、葉たばこ乾燥の事業を開始した。戦時下の昭和13年には、商工省の重要工場に指定され、軍需品の製造部を併設したこともあった。

本社外観

独自の「温湿度管理技術」を確立し、高品質・低燃費の乾燥を実現 従来の乾燥方法

従来の乾燥方法は、乾燥機内の空気温度（乾球温度）のみを計測する「乾球制御」という方式であった。この方式は「乾球計」という温度計を1つだけ使用し、空気の温度のみを計測するものである。

乾燥機内の水分調整は、乾燥機内の温度が指定温度まで上昇するとバーナーが停止し、乾燥物の状態を見て操作者が適当に排気を行うか、もしくはタイマーによる時間設定で3段階程度に排気口が開くことにより調整される。暖められた空気は乾燥物を一度通過した後、乾燥機外に捨てられていたため、「一方送風式乾燥」といわれていた。

改良後の乾燥方法

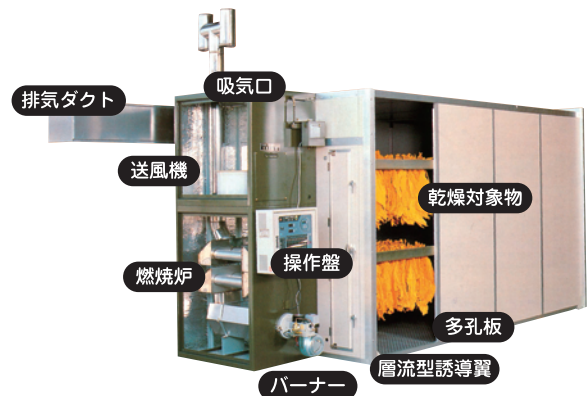
改良後の乾燥機の最大の特長は、「乾湿球制御方式」という温湿度の管理方法にある。この方式は、空気温度を計るための「乾球計」に加え、乾燥物の温度を計る「湿球計」の2つの温度計を使用するのが特徴で、これを「乾湿球制御」という。乾湿球制御方式は、葉たばこ乾燥に永年携わるなかで、当時の日本専売公社の葉たばこ研究所と研究を続けてきたノウハウの蓄積により実用化できた技術である。

乾湿球制御方式を実用化するにあたり、付随して要求されたのが、乾燥機内の温度と湿度をプログラムに沿って細やかに自動調整する「自動比例排湿装置」である。乾湿球制御方式と自動比例排湿装置との連動により、乾燥機内の温湿度調整を自動で行うことができ、暖めた空気と湿度を乾燥機内で最大限に回し続ける「循環式乾燥」が可能になるという。暖められた空気は無駄に排気されず、装置内をまんべんなく循環するので、バーナーの燃焼時間が大幅に減り、燃料消費量が節減される。同時に、装置内の乾燥ムラを防ぎ、より高品質の乾燥を実現する。

<食品分野への応用>

たばこと同じ農産品のつながりで、温湿度管理技術を用いて乾燥する代表的な食品に、しいたけがある。当社がしいたけ乾燥機の製造に本格的に乗り出したのはわずか3年前のことだが、乾球制御だけの乾燥機に比べ、実に7割以上の燃費削減効果があることが財団法人日本きのこ研究所により検証されている。また、しいたけ業界初の全自動乾湿球制御操作盤がセットされた乾燥機で仕上げられたしいたけは、農林水産大臣賞（平成19年）を受賞している。

しいたけ乾燥機の市場はニッチとはいえ、今や国内における当社のシェアはトップとなっている。温湿度管理技術の実力は、しいたけ乾燥の分野でも実証されている。



葉たばこ乾燥機

試練に直面し、果敢なリーダーシップで新たな市場開拓に挑む

主力製品の需要縮小

葉たばこ乾燥機は、一度購入すれば20年～30年は使える耐用年数の長い商品である。主要ユーザーであるたばこ農家が乾燥機メーカーを選ぶ最大のポイントは、高品質・低燃費の2つに集約される。この点、独自の温湿度管理技術を保有する当社は、他社との差別化が十分に図れており、“口コミ”を中心にユーザーが全国に広がっていった。

しかし、国内たばこの生産量減少や、後継者不在によるたばこ農家の減少などから、葉たばこ乾燥機の新規需要が10年くらい前から減少している。耐用年数が長く、買い替え需要が頻繁に発生しないことも需要減少の一因だ。これまで積極的な営業経験が少なかつただけに、社員の営業意識を変える必要にも迫られた。就任早々、木原社長は試練に直面した。

開発優先型の企業を志向

かつてない厳しい経営環境に対し、木原社長は若さを武器に自ら率先して行動し、新たな事業柱の構築に懸命に取り組んでいる。もちろん、ベースは独自の温湿度管理技術であるが、農作業の周辺機器開発も含め、開発優先型の企業を志向する方針を明確に打ち出している。専務で営業部門を統括する、弟の利昌氏も同じ考えだ。



しいたけ乾燥機（全自動乾湿球制御操作盤付）

<開発部門の重視>

開発優先型の企業を目指す当社において、現場の第一線で働く製造スタッフ（40名）の平均年齢は30代前半と若く、技能継承の心配は当面向かない。製造スタッフとは別に、新たな技術を研究する専門スタッフも6名配置されており、開発部門を重視する木原社長の姿勢が明らかになっている。

<オーダーメイドに対応可能な生産体制>

本社敷地内にある3つの工場で板金、溶接、塗装、組立までの一貫生産体制を構築しており、多様化する乾燥機のオーダーメイドの要望に確実に応えている。開発に係わる設備投資も一巡しており、新たな投資は当面必要ないという。

<農作業の周辺機器開発>

乾燥機本体の開発に加え、周辺機器の開発にも注力している。現在、にんにくの茎を束ねて切る機械を開発しており、完成後は農家が出荷時に1本1本茎をはさみで切る、大変面倒な作業がかなり省力化される。

新たな事業柱構築へ向けた挑戦

葉たばこ乾燥機のユーザーは、県内では萩市の相島や大島にあるくらいで、大半は九州地方（熊本、宮崎県など）や東北地方（青森県など）にある。当社は両地方を中心に、全国に営業所（全14カ所）を配置しているが、主に乾燥機のメンテナンスを受け付ける窓口として機能して



製造現場

< Web上に「試験乾燥」のコーナーを開設 >

試験乾燥への取り組みは、「乾燥を通じて、風味や品質が向上したり、素材の新たな利用方法が必ず見つかるはず」という木原社長の斬新な発想で始まった。農商工連携の動きが強まるなか、「農産物等に付加価値をつけたい」という生産者のニーズも試験乾燥の追い風になっている。専用の受付コーナーをWeb上に開設し、青果、肉、魚、植物など、乾燥可能な素材ならば何でも受け付けている。

その成果は徐々にではあるが、表れ始めている。例えば、これまで産業廃棄物として有償処理されていたみかんの皮を試験乾燥したところ、陳皮（漢方薬）の原料として使えることが判明した。今春には、専用の乾燥機が完成し、依頼者との受注契約も済ませた。当社の新たな製品の誕生に加え、「試験乾燥が資源再利用にも役立った」と木原社長は笑顔を浮かべる。



試験乾燥サンプル

梨を乾燥させたせんべいや、乾燥納豆を与えた鶏が産む低コレステロールの卵など、新商品になりそうな成果も上がってきており、「試験乾燥を通じて、地域に貢献したい」と木原社長は意気込んでいる。

< 国内外の展示会へ出展 >

木原社長は展示会について、当社製品を広く来場者に知っていただく場であるとともに、出展企業と知り合い、新たな開発ニーズを見出す絶好の機会と考えており、出展企業との情報交換のため会場内を意欲的に動き回る。

平成19年は、しいたけ乾燥機の製造を本格化させた時期であり、しいたけと関係のある品評会には進んで出展した。平成20年には、全国規模の展示会である「アグリフードEXPO2008大阪」と「第3回アグリフードEXPO20(東京都)」の両EXPO展に出展し、同じ会社から時期を隔てて複数回にわたり、計6台の乾燥機を受注することができた。

同年には、財団法人山口県国際総合センターの支援により「第5回APEC中小企業技術交流会及び展示会(中国・青島市)」へ参加し、当社商品の海外での感触もつかんだ。

おわりに

当社ビジネスは、かつての葉たばこ乾燥のような一大規模の市場を創出する可能性を秘めている。当地有数の老舗である当社は、過去の信頼と実績を受け継ぎながら、若さあふれる経営陣と社員のもと、新たな事業展開に向けてまさに動き始めたところだ。「若い頃の苦勞は買ってでもする」という木原社長の果敢なリーダーシップに期待したい。

(中村 滋)