

# Hello!

Vol.06

# FACTORY

東海 町工場通信

量産品の、真逆を行け。

「町工場って、面白い!」を伝える紙。

Hello!  
FACTORY Vol.06



「営業もいなければ、自社サイトも持たない。なぜなら、その必要がないから」。そんなものづくりの会社がある。  
「新規事業を任せるからよろしくね。工場は作ったから、あとは頑張っただけ」。そう背中を押されて独立した会社がある。  
無謀な挑戦とも思える2社の話は、いずれも実話だ。さあ、その顛末やいかに!?



## 有名建築を彩る、 無名の職人集団。

# 11  
**Marushin**  
岐阜県瑞浪市稲津町萩原1213-3  
TEL:0572-67-1300

(株)丸新

編集担当:後藤 成人

手間暇を惜しまない  
タイルづくりに感動!

お話には聞いていましたが、まさかここまで手作  
業ばかりだとはい…。自動化された製造ラインを見  
慣れている私には、とても新鮮でした。実際、還元  
焼成で焼き上がったタイルは、どれも絶妙に色が  
違って素敵なんです。その裏には、塚本社長や  
職人の方々の、工夫の積み重ねがありました。

### 工芸品としての、味わい深いタイル。

いったい誰が想像できるだろう。山間にある小さな工場から出荷されたタイルが、有名商業施設のフラッグシップ店の外観を彩り、皇室の住まいにもふんだんに使われている事実を。工場を訪問し、過去の納入事例を聞くにつけ、そんな驚きを感じる。社長の塚本さんが、実際にいくつかのタイル見本を見せてくれた。我々がふだんにする均質なタイルとは、質感や醸し出される雰囲気明らかに異なる。ゴツゴツ、ザラザラしているのだ。表面にこれほど凹凸やひっかき傷がついているものは新鮮だ。「職人が手作業で加工しています。うちが手がけるタイルの9割はオーダーメイドなんです。工業製品というより工芸品。こだわりの強い建築設計者に向けて、毎回、創意工夫しながらつくっています」。

街中で見かけるビルの外壁タイルも、戸建住宅の玄関や水回りのタイルも、その多くが規格化された量産品で

ある。一方、この味わい深いタイルは、どの1枚を取っても世界にひとつだけの「作品」なのだ。どのような歩みの末、この領域にたどり着いたのだろうか。

### オーダーメイドタイル 一本でいこう。

株式会社丸新は建築用タイルの製造会社だ。納入先は住宅、オフィスビル、学校、店舗などさまざまだが、いずれも意匠性を重視する案件という点で共通する。手間暇をかけてつくったタイルは、その価値を知るひと握りの建築設計者に選ばれているのだ。丸新が「量より質」で勝負することを選んだのは必然だった。もともと明治時代から食器をつくっていたが、1971年から瓦づくりへとシフト。その6年後の1977年、今度は湿式成形のタイルが流行りはじめたのを機に、タイル工場を設立。分社化して現在に至る。2002年に父親から会社を承継した塚本哲



[写真:上段左]自然光が適度に入る庫内。さまざまな土たちが出荷を待っている。[上段中央]目的に沿って最適な配合になった土が水と混ぜられ、練られ成形されていく。当然まだ柔らかいゆえ、作業にも慎重さが求められる。[上段右]熟練の職人たちが、一枚一枚検品を行う。『カンカンコンコン…。』トンカチでタイルをたたく音は規則的で、ときおりリズムのように聞こえる。[下段左]積み上げられた試作品の残骸。大都市のジオラマのようでも不思議とずっと眺めていられる。なぜだろう?と考えたが、「一枚一枚のディテールが美しいからだ」と、あとで納得した。[下段中央]乾燥室(のごく一部)。どんな素材でどんな成形・表情づけ・焼成をするかで、乾燥の時間も大きく異なる。蓄積されたデータは膨大だ。

也さんは言う。「住宅の屋根瓦は特色を出しづらい。規模がものをいう装置産業だから、うちは価格面で大手に太刀打ちできなかった。それで、味わいや独自の風合いを出しやすい湿式成形のタイルに目をつけました。その中でも、より付加価値を高められるオーダーメイドタイルに絞っていったんです」。

日本国内のタイル市場は、ピーク時の平成初期と比べておよそ5分の1に縮小している。そんな厳しい事業環境下においても売上を堅持できているのは、タイル事業をスタートした頃から「量より質」を貫いてきたからなのだ。

### 量産品と一線を画す 3つの工程。

オーダーメイドのタイルづくりは手間暇がかかるというが、量産品のタイルとは製造工程にどのような違いがあるのだろうか。工場を案内してもらって見えてきたのは、大きく3つの工程でその差が顕著となることだ。

1つ目は成形工程。量産品は粉末を金型に入れて押し固める乾式成形が主流である。それに対して丸新が採用しているのは、柔らかい粘土を金型から押し出す湿式成形。すぐそばには大量の金型が無造作に積まれている。数百個はあるだろうか。塚本社長が笑いながら答える。「あまりに多すぎて、いくつあるかは把握していません(笑)。オーダーメイドだから、毎回断面形状が違う。その都度新しい金型を用意して成形しているんです」。

2つ目は加工工程。やわらかな自然光が降り注ぐ室内に、コンコンコン、ガリガリガリという作業音が心地よく響く。成形直後の柔らかい粘土生地を、石で叩いて凹ませる。針のような器具でひっかく。顔料を擦り込む。さまざまな技法を駆使して、タイル1枚1枚に表情をつけていく。そのすべてが職人による手作業。もはや工場というより、工房という風情である。

3つ目は焼成工程。焼き物には大きく2つの手法がある。ひとつは均質な仕上がりに向いた酸化焼成で、量産品のタイルのほとんどがこの焼成方法となる。もう

ひとつは還元焼成。色ムラが生じやすいため、タイル1枚1枚に微妙なバラツキが生じる。それが味わいとなる一方で、バラツキを一定範囲内に抑えるのはきわめて難しく、熟練の技術が必要となる。

「湿式成形」「ハンドメイド加工」「還元焼成」。いずれも恐ろしいほど手間暇のかかる製法である。すべては自由な形状、バラツキのある色ムラや模様、質感を表現するためだ。「この3つ全てをやっているタイル製造会社はほとんどありません。おかげで時間がかかるし歩留まりも悪い。すごく大変ですよ(笑)」。

### レンガもつくる。 ドバイの大富豪へ。

職人技を駆使したタイルはまさに工芸品。こだわりの強いタイル商社やその先の建築設計者から、大きな信頼を寄せられている。特殊な案件が次々に舞い込むという。「毎回毎回、現場が違えばオーダーも違う。もうこっちは大変です。すんなりいくことのほうが少ない」。

これまでで最も高難度だったのが、東京・渋谷とあるオフィスビルの外壁タイルだ。1枚の建築写真を指差しながら、塚本さんが苦笑する。「これが、過去最大のタイルです」。そこには、長さ1メートルにもなる長方形のテラコッタ(素焼き陶器)が写っている。垂直方向に連結され、日射を遮蔽するルーバーとして機能しているのだ。「500本くらいつくりました。問題は熱収縮です。周辺部から乾いて縮んでいくのに対して、分厚い内部はなかなか縮まない。収縮差が大きいと、ひび割れのリスクがあります。いかにして均一に乾かし、収縮差が出ないようにするか試行錯誤しました。最終的に、乾燥だけで1週間くらいかけることで、この課題を解決しました」。

最近だと、ドバイの大富豪が新築した別荘向けのレンガが印象的だったという。丸新に白羽の矢が立ったのは、「白のレンガ」というオーダーだったことが大きい。「瑞浪周辺では、鉄などの不純物が混ざっていない白粘土が採れます。これが実は世界的に希少なんです。それに、ざらついた表情も求められました。どちら

もうちの得意分野です。「こんな表現はどうですか?」と提案し、無事採用いただきました」。

### 無名のまま、輝き続ける。

建築家や施主の期待に応えたい。その強い想いは、納品後の姿勢にも表れている。「東京や大阪に出張した際は、自分たちが納めた現場をなるべく見に行くようにしています。大事なのは、施工後の建物がどう見えるかです。タイルは建物に貼られて納まったときに完成形なので」。実際、タイルを単体で見ると、現場で集合体として見るとでは、印象が異なるという。「縦貼りか、横貼りか。目地を詰めるか、広めにとるか。並べ方によっても見え方が変わってくるんです。これは工場ではわからないことですね。この気づきを社員にも経験してもらうため、社員旅行では「建築視察」も欠かせないという。建築設計者やその先の施主がどう感じるか。そこに思いを馳せ、誇りを持って仕事をする職人であってほしい。そんな思いが込められているのだ」。

建築雑誌に掲載される物件概要や建材情報に、タイル製造会社の名前まで掲載されることはあまりない。どんなにいい仕事をして、丸新の名が広く知られる機会はそう多くはないだろう。あくまで黒子役に徹している。ホームページで実績をアピールすることもない。というより、ホームページすらつくらないと決めているのだ。「うちに営業はいません。建築家とつないでくれる商社や、タイルのプランニング会社とのパートナーシップを大切にしている。営業経費をかけずに、製造に専念できるメリットのほうが大きいので」。

とはいえ、もう少しアピールしてもいいのではないだろうか。塚本社長はさらりと言う。「うちには、コツコツと好きなものづくりに没頭する職人が多いですよ。だから、余計なことに手をわずらわせず作業できる環境にしたい」。そして手仕事の喜びを、職人たちの想いを代弁するかのようこう表現した。「つくったものを良かったとほめていただけたときが、一番うれしいんです。それまでの苦労が吹き飛びます」。そのシンプルな言葉に、ものづくりの原点を垣間見た気がした。





今でも楽しくて  
しょうがない(笑)。

[写真:左] 草深工場長 [右] 渡邊常務

## #12 CK Clean AD

愛知県名古屋港区小割通1-2-1 2F  
TEL:052-654-1715  
<https://www.ck-clean-ad.co.jp/>

### シーケークリーンアド(株)

編集担当:深山 徹也

#### おふたりの行動力に 圧倒されました!

メーカーに入社して、いきなり新規事業を任せられる。お二人はじめ皆さんの行動力に驚きました。自分に置き換えたなら、入社してすぐ新規事業に挑戦するなんて、ちょっと想像できません。苦業を共にしたおふたりは、まさに「戦友」。長年の信頼関係が取材班全員に伝わってきました。

### ものづくりからサービス業への挑戦。

その姿はまるで、使用済みのパーベキュープレートのようである。真っ黒にすすけ、油でギトギト。そんな四角い金属製プレートが、高温・高圧で吹き付けられる熱水によって、みるみるきれいになっていく。ほかほかの湯気の中、本来のメタリックな輝きを取り戻したその製品の名は「グリスフィルター」。調理中に発生する油の微粒子をキャッチするフィルターで、主に厨房の業務用換気扇に装着される。シーケークリーンアド株式会社は、このグリスフィルターを飲食店にレンタルし、定期洗浄・交換する事業を30年以上前から行っている。

このレンタル事業の仕組み自体は、当時から世の中に存在したものだ。ただ、鉄鋼メーカーの新規事業としてスタートしたことが異例であった。製造業から、業態が全く異なるサービス業へ。ノウハウは一切ない。暗中模索のなか顧客を探し、強みを確立し、事業の継続性を構築し

なければならなかった。そんな一筋縄ではいかないプロジェクトを成功に導いたのは、当時まだ20代半ばに過ぎなかった若者たちだ。今は経営幹部を担う創業メンバーのふたりに、これまでの歩みについてうかがった。

### 飛びこみ営業? 分社化??

鉄鋼メーカーである中部鋼板株式会社がレンタル事業を始めたのは1991年。畑違いの新規事業ということで、中途採用でメンバーを募集した。希望に胸を膨らませ、一期生として入社したのが渡邊さんと草深さんだ。「それまでふらふらしていたので、心を入れ替えてがんばろうと思いました(笑)」。現在、シーケークリーンアド株式会社で常務を務める渡邊さんが笑いながら言う。一方、最近工場長に就任した草深さんは、元プロ野球選手。6年の現役生活を終え、所属球団のある広島から地元愛知に帰る道を選んだ。「自分たちで一から何かをつくり上



[写真:上段左]回収したグリスフィルターの最初の工程は、高圧洗浄機による洗浄。自立油汚れは粗方この段階で落とすことができる。[上段中]次にリフトで流れる洗浄機へ、人の手でセットしていく。[上段右]薬剤での洗いを2度繰り返して行く。「ボイラーの熱と高い湿度により、夏場はサウナです(笑)」と草深工場長。[下段左]最後のすすぎが終わると、まるで新品のようにピカピカのフィルターが顔を出す。[下段左から2枚目]必要に応じてメンテナンスも行う。顧客は安心して、キレイで万全の状態のフィルターを使うことができる。[下段左から3枚目]「今後は設備・技術・営業経験を活かして、フィルターに留まらずさまざまなものの洗浄・メンテナンス事業をして提供していきます」と草深工場長。2018年に設立した新工場も活用し、事業拡大を視野に入れている。[下段右]30年、仲間とともにその中心となって二人三脚で歩んできたふたり。「絆」というのは浅はかな表現かもしれないが、それは目に見えるものだということを実感した。

げることに魅力を感じたんです」。

しかし、いざ蓋を開けてみると、待っていたのは飛びこみ営業の毎日。寝耳に水だったが、すでに洗浄工場は建設済み。顧客を獲得することが急務だったのだ。ふたりの若者は腹をくくる。毎週アルバイト情報誌を買い、「オープニングスタッフ募集」と掲げる飲食店を探しては訪問した。新規オープンのお店なら、他社に先んじてグリスフィルターを提案できるはず。がむしゃらに飛びこむ日々は苦勞の連続だったと草深さんは言う。「もともと野球しか知らない。そんな私が飛びこみ営業です? 営業の「え」の字だってわからないのに。それこそ「こんにちは」の第一声からトークマニュアルをつくりました(笑)」。苦勞が実り、ぼつぼつと受注できるようになると、今度はグリスフィルターの洗浄が追いつかなくなる。「赤字になるのがこわくて、在庫を持ってなかったんです。営業先から帰社すると、出荷できるグリスフィルターがすっからかん。間に合わないから、自分たちで手洗っていました」。

こうしてヒト・モノ・カネをなんとかやりくりし、レンタル事業は3年目に黒字化を達成。このまま鉄鋼メーカーの安定基盤のもと、事業を拡大していける——。そんな青写真を描いていた矢先のことだった。1994年、シーケークリーンアド株式会社設立。まさかの分社化である。新会社への転籍が決定し、メーカー社員という安定を失ったのだ。「晴天の霹靂だった」とふたりは口をそろえる。黒字化したとはいえ、まだとても盤石とは言えない新規事業と運命を共にするのだから無理もない。しかし、渡邊さんはこう付け加える。「そのおかげでスイッチが入ったんです。最初は面食らったけど、今となっては感謝しています」。それ以降、メンバー全員の目の色が変わった。それまで以上にチームで結束し、一丸となって営業活動に打ち込んだ。

### 洗浄屋ではなく、コンサルタント。

事業は軌道に乗りつつある。ただ、明確な競合優位点となるまで模索中だった。そこで意識したのは、飲食店やオーナーの実態を深く理解すること。来る日も来る日も店舗に通いつづけ、現場を観察し、困りごとを

ヒアリングした。見えてきたのは、顧客がグリスフィルターそのものに興味を持つわけではないということだ。一度契約を結ぶだけで、スタッフが洗浄作業から解放される。万が一の火災も予防できる。異物混入など衛生面の不安も取り除ける。さらに、今で言うサブスクリプションのような固定契約により、こうしたメリットを以後ずっと享受できる。つまり、本業の接客や調理以外の煩わしい仕事を減らせることに価値があるのだ。草深さんは自分たちのサービスをこう捉え直したという。「グリスフィルターの洗浄屋ではなく、要は店舗管理支援のコンサルタント。そう気づいたんです」。

定義が変わることで、サービス内容自体もどんどん幅広くっていった。「グリスフィルターを交換に行ったら、フードの中も見るわけです。「汚れているから掃除しませんか?」と。同じように、エアコン清掃もやる。お客様からすると、「よく見てくれているな」となるわけです」。単なる売り込みではない。困りごとに先回りし、かゆいところに手が届く提案を心がけたのだ。さらには、排水から油脂をキャッチするグリストラップの清掃にも挑戦した。渡邊さんは胸を張って言う。「初期の頃は、現状のフィルターと新しいフィルターの性能差ばかりを営業していました。でもだんだんと、コンサルティング営業の意識を持つようになっていった。グリスフィルターを入口にして、エアコンもグリストラップも含め、店舗のトータルメンテナンスが提案できる。お客様があまり意識していないような火災予防や環境にやさしい水処理の大切さを、店舗管理の視点で説明することもあります。提案力は業界の中で一番だと思います」。

### ファースト・コール・カンパニー。

幅広い提案力という強みを確立できた背景には、シーケークリーンアドが大切にしてきた価値観の存在がある。それは、どんな相談も断らず、自ら解決する姿勢だ。渡邊さんは言う。「お客様から「こういうことできないの?」と頼まれたのが、そもそものきっかけでした。要望に応える際は、協力会社任せにもしません。私たちがお店に行って、一緒に手伝います。だから、何か提案したときの説得力が違うんです。そうして現場力が磨

かれました」。

過去にはこんなオーダーもあった。「オーナー様のご自宅のトイレ工事を頼まれたんです。工事会社といっしょに取り付けましたよ。他にも、休耕地の畑を処分するお手伝いをしたこともあります。『それ、私がやるの!』とさすがに驚きましたけど(笑)」。そこまで拡げていくと、まず解約にはならない。価格競争にも巻き込まれない。自然と、顧客との長い付き合いが育まれる。

「うちの会社のモットーは、「ファースト・コール・カンパニー」。お客様がお困りのときに、真っ先に思い出しもらえる会社になれるという意味です。だから、電話がかかってくるとうれしいですね。今でも「これ、渡邊さんに頼んでもいいんでしたっけ?」と尋ねられたら、本当はうちのサービス範囲ではなくても、『もちろんです!』と答えちゃいます(笑)」。

### ゼロからつくった会社。 愛着が半端じゃない。

事業立ち上げから30年以上が経った今、シーケークリーンアドのレンタル事業は堅調だ。顧客には、飲食店の他にもスーパーや百貨店など、東北から沖縄までその数は約4,000店舗ほどにもなる。

創業メンバーのふたりにとって、鉄鋼メーカーに入社したときには想像もしなかった人生となったに違いない。この30年をどのように捉えているのだろうか。草深工場長はこう答えた。「もともと私は、ふつうの人生を送りたかったんです。それが、プロ野球の世界に入って人生設計が変わった。さらに、グリスフィルターの新規事業にどっぷりつかったことで、ふつうじゃない人生が確定した(笑)。たくさん壁にぶつかり、そのたびに仲間と乗り越えてきた。この連帯感は宝物です。その言葉に渡邊常務もうなずく。「私もやはり、まずは人との出会い。社員はもちろん、お客様も、協力会社さんも仲間。それが一番の財産です。自信を持って言えるのが、この仕事は天職だということ。今でも楽しくしょうがない。自分たちが手塩にかけて育ててきた会社だから、愛着が半端じゃないよね(笑)」。そこには、20代の頃から変わらないふたつの笑顔があった。



## Hello! FACTORY編集部 工場見聞録 KO-JO KENBUNROKU



東海地方のキラリと光る町工場をご紹介します巻末恒例の当コーナー。  
編集委員が各社の魅力をギュッと濃縮、一挿入魂で執筆しています。  
あなたのお悩みを解決してくれる町工場が、  
この中から見つかるかもしれません。



### ポンプと福祉に、情熱を注ぐ。

主に産業用モータ及びトランスの製造を行うオークテック。モータの主要部品であるステータの巻き線工程から、ワニス加工、フレーム、シールド、ロータの切削加工、そして組み立て完成品まで一貫生産できる加工技術を有しており、高品質、短納期、低価格でお客様に貢献しています。地域福祉にも力を入れ、昔から高齢者や障がい者の雇用に取り組んできました。しかし、雇用という形だけでは支援できる人数に限りがあるため、1994年に社会福祉法人四日市福祉会を設立。7つの施設運営を通して、障がい者の就労や生活を全面的に支援しています。地域の方々からの理解や信頼は深く、四日市で評判の企業です。(文・武井)

### 株式会社 オークテック

三重県四日市市別名3-2-12  
事業内容:ポンプ及びポンプ部品の製造・販売  
TEL:059-331-3108  
https://www.oaktech.co.jp/

FILE #29



食卓に笑顔を  
#irosajiのある生活

### 口あたりがやさしい! 精密塗装で、食卓に笑顔を。

医療機器・光学機器を中心とした精密塗装技術を活かして、2018年にスプーンオリジナルブランド「irosaji」をリリース。ステンレス製カトラリーに植物由来100%のナイロン樹脂をコーティングすることで熱伝導率を下げ、やさしい口あたりを実現しています。あつあつのスープでも安心して口に運べるので、猫舌の方には特におすすめです。唇や舌に触れた際のソフトな感触が印象的で、一度使ったら虜になる方も多はず。スプーンの他にフォーク、カップ、トングと新作も随時販売予定。小さな町工場の職人が1本1本丁寧にコーティングした「irosaji」で、食卓を彩りませんか?(文・稲葉)

### 株式会社 太陽塗装

愛知県西尾市中畑町小井戸44-1  
事業内容:医療機器・産業機器等の塗装業  
TEL:0563-59-3358  
https://www.taiyo-toso.net/

FILE #30



### 自動車部品をつくる技術で、「模造刀」もつくる。

自動車部品や機械部品をつくるダイカスト casting が主事業の田原ダイカスト工業。同社がユニークなのは、観賞用である「模造刀」の刀身や鍔(つば)なども製造している点です。実は工場を構える岐阜県関市は、「世界三大刃物産地」にも数えられる刃物づくりのまち。インバウンドからの土産ニーズや、昨今は国内における刀剣ブームが追い風となり、多数の引き合いがあるそうです。過去には有名な漫画やアニメに登場する刀を製造したことも。刀使いのキャラクターが大活躍するたびに、製造依頼が増えるとのこと。工業製品だけでなく、刃物産地らしい製品でも地域を盛り上げています。(文・汐崎)

### 株式会社 田原ダイカスト工業

岐阜県関市大杉289-4  
事業内容:ダイカスト casting  
TEL:0575-22-5719  
http://www.tahara-d-c.jp/

FILE #31



### 7mクラスの大物塗装も、翌日納期の案件も。

大型製品の焼付塗装を得意とする塗装会社、ティーエムカラー。例えば、ショッピングモールやインテリアショップの搬入口にある大型シャッター。幅7メートルにもなる長尺物でも、大型レーンに吊り下げて塗装することができます。2022年には、既存の大型乾燥炉をひと回り大きいものに更新し、より大きな製品にも対応可能に。もうひとつの強みは、特急案件にも可能な限り対応する顧客第一の姿勢です。ときには夕方に製品を送り届けてもらい、翌朝までに塗装を完了し発送することも。どんな難しい要望にも「どうすればえられるか」を真っ先に考え行動に移すその企業姿勢に感服です!(文・小林)

### 有限会社 ティーエムカラー

滋賀県米原市柏原3927  
事業内容:塗装業  
TEL:0749-57-1668  
https://www.t-m-color.com/

FILE #32



### 創意工夫をこらし、美味しいお肉を食卓へ。

鶏・豚・牛を中心とした食肉加工を行うデリカ食品工業。「食卓にいつでもプロの味を」をモットーに、飲食店やスーパー、惣菜店、コンビニなど、身近な食品のPB商品やOEM商品の開発を行っています。強みは、個食や小ロット加工など、通常困難とされる依頼内容にもフレキシブルに対応できることです。また、完成形のイメージが固まっていない依頼に対して、創意工夫をこらし、期待を上回る提案で応えます。揚げる、焼く、煮る、蒸す、カットする、味付けする、衣をつけるなど、幅広い調理法を自社設備で完結できるため、魅力的な食品を考案することができるようです。(文・安藤)

### デリカ食品工業 株式会社

愛知県小牧市大字入鹿出新田1208-1  
事業内容:食肉加工  
TEL:0568-77-3166  
https://delica-f.co.jp/

FILE #33



**Niimi**  
スマートファクトリー  
推進室

工場の見える化からはじめる!

コスト削減 省エネ DX 工場のデジタル化  
支援サービスのご案内



ニイミ産業では簡単に導入できるIoTツールを開発。工場の見える化を図るとともに、東海地方200社以上への省エネ、設備改良、環境改善などの幅広い支援で培ってきた技術や知見をお客様目線で組み合わせ、コスト削減の好循環を生み出します。

詳しくはこちらから!



Hello!  
**FACTORY** Vol.06

今号の表紙題字: 塚本哲也さん (株式会社 丸新)

Hello! FACTORYは、ニイミ産業が発行しています。  
https://www.niimi-s.co.jp

©2023 NIIMI SANGYO CO.,LTD. All Rights Reserved.

Hello! FACTORY 6号 発行:2023年 6月1日  
発行元:ニイミ産業株式会社 〒486-0932 愛知県春日井市松河戸町段下1360  
編集長:北野秀樹/編集委員:安藤優里花、稲葉巧、大塚卓、後藤成人、小林祐希、汐崎貴大、武井寛、竹下正晃、谷口寿規、平井千尋、深山徹也/Produce:湊慎太郎/Creative Direction, Design & Text:小園勝之/Text:伊藤渉/撮影:中野理/印刷:株式会社北斗社  
[お問い合わせ(Hello! FACTORY編集部)] hf@niimi-s.com TEL:0568-81-8461

facebookページはこちら  
@hello.factory.niimi

TOPICS!

ニイミ産業・工業用LPガス部門のWebサイトもチェック!



- 工場お役立ちメルマガ
- 省エネ・メンテ事例
- 本紙バックナンバー & Web特別版

ガロプロ  
https://www.niimi-s.co.jp/ie/

