

わたしの事業承継

～戸惑いの先に見えたもの～



株式会社ミュートック35
代表取締役 谷口 栄美子

— 会社概要 —

社 名：株式会社ミューテック35

住 所：〒191-0003 東京都日野市日野台1丁目18-5

設 立：1990年7月5日

資本金：1,700万円

従業員：28人 正社員数17人 パートさん11人

(男性19人、女性9人) 平均年齢43歳

事 業：○金属部品製造

(精密板金加工・機械加工・溶接加工・レーザー彫刻・粉黛塗装)

○BtoC自社ブランド (THE BLOSSO・Corherz)

○中古機売買

あらゆる業界の金属部品を製造

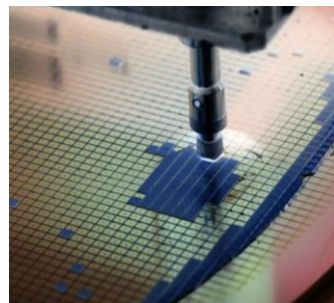
▶ 自動車



▶ 事務機器



▶ 半導体(検査装置)



▶ ロボット



▶ 医療機器



▶ 航空宇宙



▶ 食品機械



▶ 家電機器



事業の変遷

1960年 創業 **インフラ事業** 発電所・特殊照明機器・照明設備の設計、製造

1990年 設立 **プレス加工事業**開始
電光掲示板の保守/各種金型の設計・製造(プレス加工)

1998年 **精密板金加工事業**開始 電光掲示板の保守
各種金型の設計・製造(プレス加工)(精密板金加工)

2002年 入社

2006年 **電光掲示板の保守閉鎖** 金型の設計・製造(プレス加工)(精密板金加工)

2007年 専務取締役就任

2015年 **自社ブランド**事業開始

2017年 **中古機械売買**事業開始

2019年 代表取締役就任

2019年 **プレス事業分社**・**機械加工事業**開始

一人の主婦から経営者になるまで

女の子が働くなんて冗談じゃない！

母の意向で、学校卒業後は働かず家事手伝い

病弱な母のそばにいてサポート

23歳で結婚。3人の娘を育てながら、両親と二世帯で暮らす

2002年 入社

社会経験ゼロの私が、いきなり経理に…

三女が幼稚園に入ったころ、父から経理を頼まれる

右も左も分からない状態で、いきなり総務全般を任される

当時PCは普及しておらず、わからないことは本屋で参考書を買って独学

突然の事業承継宣告

ようやく総務の仕事に慣れた頃、
父から突然の指示：

「弟と会社を承継するんだからね」

「あなたが経営するんだからね」 の宣告。

弟は「自分は社長の器ではない」と断言していた

父は弟を説得：「あなたは今まで通り現場を見ていればいい。

経営はお姉ちゃんに任せればいいんだから」

私には何の相談もなく、問答無用で経営者に…！

事業承継当時の私と経営への戸惑い

経営者って・・・何をすればいいの？

経営の知識ゼロ・従業員さんからの人望ゼロからスタート

○ひたすら本を読み漁る日々

松下幸之助氏の著書・ビジネス本・トヨタ自動車カンバン方式

○従業員さんたちとの距離

厚い壁を感じる毎日 話しかけても振り返ってもらえない日々

経営者になった直後の経営危機

2008年 リーマンショック

○売上の激減

役員報酬を除く従業員さんの給与と売上が同額

給与の支払いに内部留保、保険積立金をくずし、家の貯金も空に

○父の言葉で覚醒

○お金の工面

○初めての営業

初めての営業先で学んだこと

明確な「強み」が言えない経営者
コスト競争に巻き込まれる

課題1.「何をすれば従業員さんが認めてくれるか」

課題2.「自社の強みを明確にする」

2011.3.11 東北大震災発生

サプライチェーンの問題でプレス品の納品がストップ！

2011年 主要設備3台が次々に故障

2011年 経営理念成文化セミナーの受講が 経営危機を乗り越える大きなきっかけに

- 私たちは、ものづくりの知恵と高度な技術で、
世界に誇れる日本の工業界に貢献します。
- 私たちは、感動を共有できる仲間がいることに感謝し、
互いの成長を素直に応援します。
- 私たちは、地球にやさしいものづくりで、
生き生きとした笑顔の未来に貢献します。

成文化による会社の変化（Before & After）

	成文化前	成文化後
ターゲット ・ 営業方針	どの業界にアプローチすべきか曖昧。受注を得るために価格競争に巻き込まれがちで、下請け体質から抜け出せなかった。	重点顧客が明確になり、価格競争ではなく自社の強みを活かした提案が可能に。脱下請けを実現し、直接取引が増加。
提案内容	お客様に合わせた提案を毎回考える必要があった	自社の強みを活かした提案がテンプレート化され、提案スピードが向上
営業の負担	一から関係構築が必要で時間がかかる	ターゲットが明確なため、関心のある顧客に絞って営業できる
受注率	多くの提案をしても成約につながりにくい	受注確率が高い商談に集中できるようになった
社員との関係	経営者として認められず、話しかけても無視されることがあった	会社の価値・方針が明確になり、社員全員が同じ方向を向くようになった
経営判断	迷うことが多く、一貫性に欠ける	会社の方針が明確になり、決断が速くなり全くブレなくなった

自社ブランド商品開発への取組

受注生産(待ちの事業) + 自社開発品(攻めの事業)

「THE BLOSSO」



「Coherz」



従業員さんの想いをカタチに

従業員さんの人柄や個性、夢をカタチに、自社ブランド開発
一人でも「こんなことをやってみたい!」と思う人がいれば、
トコトン応援する。

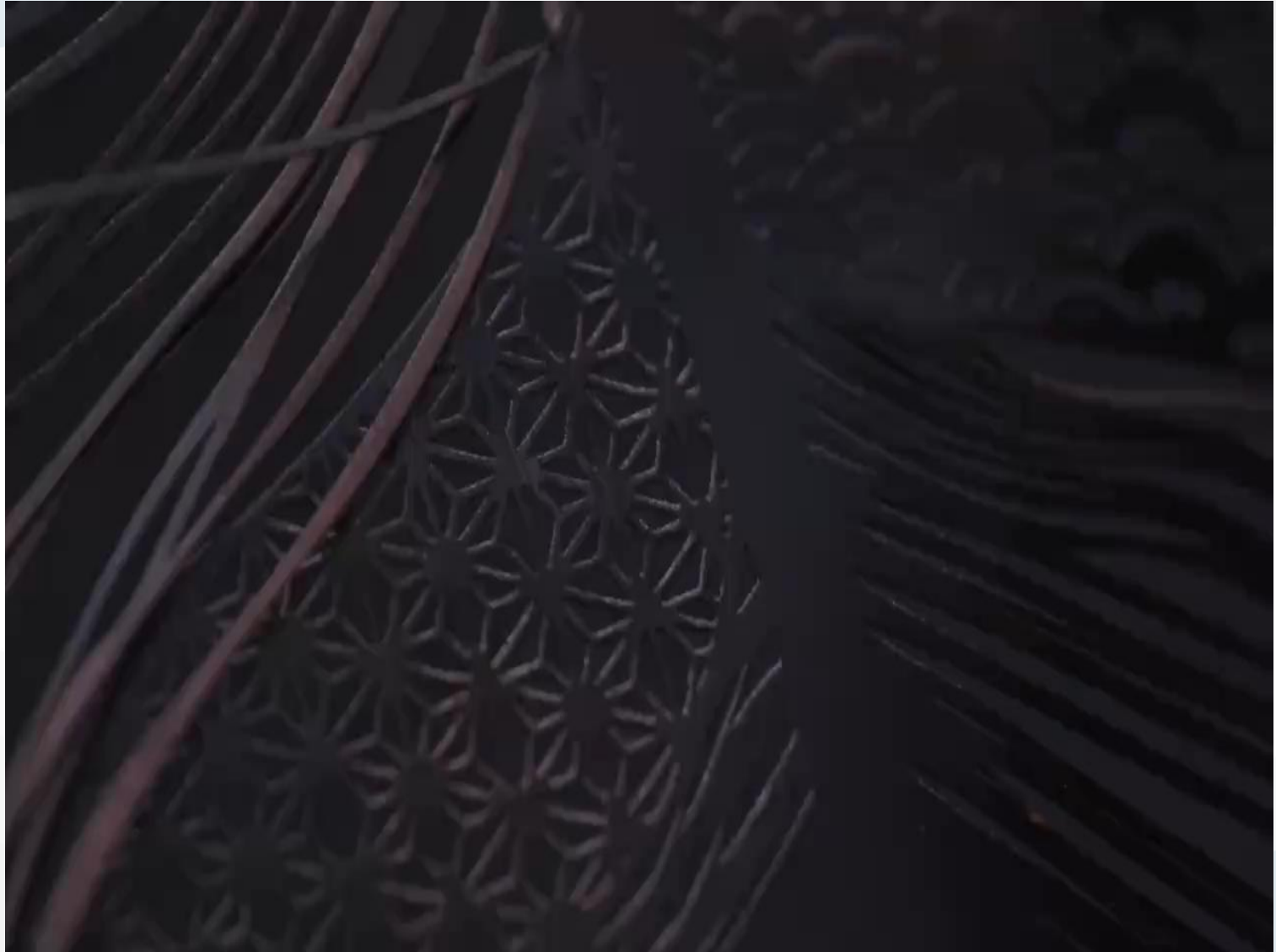
2015年 ブランド①: THE BLOSSO (ザ ブロッソ)
ステンレスジュエリー



2023年 ブランド②: Corherz (コエルズ)
オートバイの旧車のbulb部品



ARTへの挑戦



自社ブランドの効果

○優秀な人が入社

2019年 動くエンジンを作ってしまう人の入社

2021年 NC複合旋盤の魔術師の入社

2022年 難材をいとも簡単に溶接できる溶接マンの入社

2023年 私、儲けます！という営業ウーマンの入社

○本業のお客さんが興味を持ってくれる

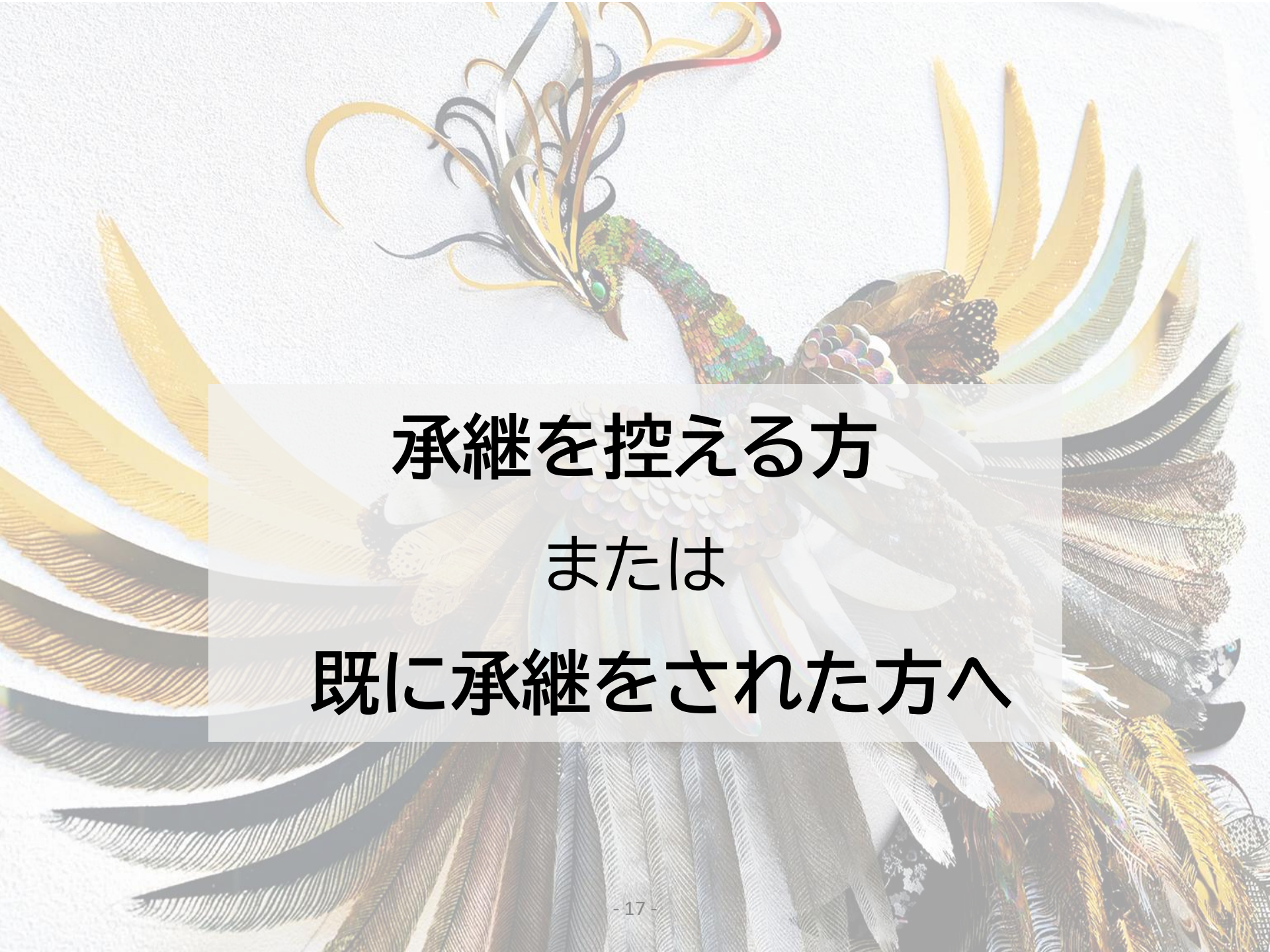
○従業員の家族も会社に関心をもってくれるようになった

私の目指す工場

心底ものづくりが好きな人、
したい人が集まる発信型工場

社会に無くてはならない工場

素直に、謙虚に、朗らかに、そして前向きに



**承継を控える方
または
既に承継をされた方へ**

ご清聴ありがとうございました。