

建設業界を支える人たち

～トンネル工事の現場から～

(財)建設業振興基金

第2回 ● 産業用安全衛生保護具製造販売業者

ゲスト ● 谷澤和彦氏

(株)谷沢製作所
代表取締役社長

堀内正好氏

(株)谷沢製作所 営業部 土木担当部長
日本トンネル専門工業協会
商品開発改良委員会資材部会 副部会長

この連載では、建設工事の中でも特殊性の強いトンネル工事に焦点をあて、そこで裏方として工事を支える建設業以外の業界の方にお話を伺います。

第2回のゲストは、東京都中央区に本社を構える保護具メーカーの(株)谷沢製作所から、谷澤和彦社長と営業部の堀内正好部長にご登場いただきました。

同社は、産業用安全保護具の製造販売業者として保護帽(ヘルメット及び関連用品)、保護具(マスク、ゴーグル等)、安全帯、換気用風管など、現場の安全にかかわるさまざまな製品を開発し、供給しています。



谷澤和彦さん

ヘルメットの前身を開発

—御社は創業が昭和7年と、とても歴史のある会社ですが、創業当時のお話を聞かせてください。

谷澤 私の祖父(谷澤末次郎氏)はもともと商社マンでした。英語が堪能な祖父は、当時盛んだった鉱山工事向けにアメリカから手掘りの削岩機などを輸入する商売をしていました。まだ日本製の機械がなかった時代です。その関係で、保護帽もアメリカのMSA社などから輸入していたのですが、日本で作ればもっと安くでき、多くの人に使ってもらえるのではないかと考えて、見よう見まねで作るようになりました。

この頃は成型技術がないので、ファイバー系の紙を積層させて固くしたただけのものでした。もちろん自前の工場なんてありませんから、町の加工場を探して作ってもらいました。これを「鉱山用保安帽」という名前で売り出したのが当社の保護帽の第一号で、今のヘルメットの前身です。

ですから、当社は鉱山で働く人たちの保護帽を作ることから始まりました。その後、昭和25年に祖父の弟信雄と一緒に会社組織

を立ち上げました。同じ年に日本で初めて安全帯を製造し、翌年には換気用の布風管も開発しました。成型技術を利用して今のようなヘルメットを大量生産できるようになったのは、昭和40年代に入ってからです。——当時の人々の安全に対する意識はどうだったのですか？

谷澤 創業の頃は、まだ頭を守ることについて法律には明記されていませんでした。トンネル工事について言えば、坑内の換気に関する数値の基準はなかったと思います。

吉村昭氏の小説『高熱隧道』は、昭和11～15年にかけて黒部第三発電所建設のために行われたトンネル工事の様を描いたものですが、300人とも言われる事故死者が出てもとにかく完工させることを最優先に、工事を続行していくわけです。戦時下という当時の時代背景もありますが、工事で人が亡くなるということについて今とは意識がかなり違っていたように思います。

今は法律も整備され、数値の規制の中で仕事をする時代です。しかし私の祖父を含め当時保護具の開発に携わった人たちは、仕事を通じて仲間が亡くなっていく現実を見て「何とかしなければいけない」と強く思い、その気持ちが発端になりました。国から言われたとか、法律で決められているからという動機ではなかったんです。

堀内 その後、昭和30年代になると鉱山事業が日本経済の中で下降線を辿っていき、入れ替わるように建設業が伸びていきました。そこで当社も徐々に建設業向けにシフトしていきました。鉱山用保護具のノウハウがあったので、建設業向けの製品開発も早かったんです。

昔は、現場で作業員の方にヘルメットを被ってもらうのがとても大変だったそうです。昭和40年代頃まで、頭にタオルを巻いただけだったり、麦わら帽子を被っていたりという環境が普通にありました。それをスーパーゼネコンさんが中心になり、作業中はヘルメットを被るよう繰り返し指導しました。今は被っていない人を見つけるのが大変なくらいですが、昔は被る人が限られていたんです。

トンネル工事について

——安全保護具という視点で考えた場合、建設業の中でトンネル工事の特殊性というのは何かありますか？

堀内 建築の現場で身につける保護具といえば、ヘルメット、安全帯、安全靴という3つがあればほとんど対応できます。しかし土木しかもトンネル工事の場合は、頭の周りだけでも頭を守るヘルメット、騒音を防ぐ耳栓、粉塵から目を守るメガネ、口と鼻を塞ぐマスクと、4つの保護具が必要で



堀内正好さん

▼企業概要

- ・会社名：株式会社谷沢製作所
- ・役員：代表取締役会長 谷澤陽太郎
代表取締役社長 谷澤和彦
- ・本社所在地：東京都中央区新富2-8-1
URL <http://www.tanizawa.co.jp>
- ・創業：昭和7（1932）年
- ・資本金：1億円
- ・従業員数：255名

す。その他に落石から背中を守るプロテクター、もちろん安全靴も要ります。本当に頭からつま先まで保護具だらけです。安全管理において、私たちから見れば建築とはまったく違う職種と言えます。

ですから、トンネル専門協さんとしては数年前にトンネル現場で働く皆さんのために『職業性疾病予防の手引き』を作成して、現場作業員の健康管理の啓蒙・普及に努めているわけです。その上で、1つひとつの製品をいかに使いやすくできるか、いかに安全なものを安心して使ってもらえるようにできるかを考えるのが私たちの仕事です。

トンネル工事は、非常に狭い空間の中で行う常に危険と隣り合わせの仕事です。自然が相手ですから、落盤の危険もあれば、硫化水素などの有害ガスやメタンガスなどの可燃性ガスが出る危険もあります。現場所長や職長さんたちは、そういった自然の中に潜む危険を、長い経験の中で得た知識で察知しながら工事を進めていきます。彼らを見ていると本当に「プロだな」と感じます。

製品開発に求められるもの

——御社の営業活動について教えてください

い。

堀内 当社は、北海道から九州まで全国に20カ所の営業所があります。東京に本社のある建設会社さんには本社が、地方に本社を構える建設会社さんにはそれぞれ出先の営業所が営業展開を行っています。

——その時に武器になるのはどういう部分でしょうか。

堀内 当社は、おかげさまで保護帽では業界トップの納入率があります。市場占有率が高いということは、お客様から入ってくる情報も多いということです。その要望に応えるために次々と開発が進み、その結果できあがった製品が信用やブランドにつながる、という良い循環ができています。それが当社の強みだと思います。

——具体的にどんな要望が多いのですか？

堀内 作業される方の立場になれば、やはり身体に何もつけていないような感覚になれるのが一番良いですね。なるべくその状態に近づけるために、軽量化や、機能性の向上、今のように暑い時期には頭がむれないような通気性能も求められます。

谷澤 CI（コーポレート・アイデンティティ）の考え方が流行した頃は、それがヘルメットにも反映されました。1つの会社でヘルメットから作業服までデザインを統一するんです。ですから“格好良さ”も大事な要素になりました。そうして徐々に形も機能も多様化し、品揃えも増えていきました。

昔はヘルメットの形状も14種類くらいしかなかったのですが、今では型式だけで100種類近くあります。さらに中のハンモックの形や色のバリエーションなども含めると、その3倍くらいの数になります。皆さ

人はやはり自分の働く環境に合ったものを使いたいということで、多様化はものすごく進んでいますね。

——御社は日本トンネル専門工事業協会の賛助会員に加入されていますが、協会ではどのような活動をしていますか？

堀内 トンネル専門協さんには「商品開発改良委員会」という組織があり、当社はその中の資材部会に参画しています。ここでの情報交換は、当社の業務にとっても役立っています。新たに安全用品を開発する時、机の上で議論するだけでなく、実際に使っている方々の意見を吸い上げることが非常に重要だからです。

この部会を通じて、当社製品を使っている方々の作業員1人ひとりにアンケートをとり、製品の改善点や必要な機能などを調査します。それを情報として吸い上げ、商品開発改良委員会で新たに製品化するという仕組みになっています。

建設工事では、工法にしても機械にしても次々と新しい技術が出てきます。それによって現場に今までなかった新しい危険が生まれることもあります。その新しい危険がどういうものかを知り、そこからどう身を守るかを考える上で、ここから得られる



歴代の保護帽を前にお話を聞く

情報は貴重なものです。

トンネル専門協さんとは「1件でも災害を減らしたい」という共通のテーマがあり、その上でお互い本音で核心の話をしていきます。ちょっと顔を出して「何か改善ありませんか」という営業とは訳が違います。当社としてはこの会に入って非常に良かったと思っています。

出合いが大切

——新しい製品を開発する上で、大切にしていることはありますか？

谷澤 良いモノを作るためには良き人との出合いが必要だと、最近とくに感じています。良きユーザー、良きアイデアを持つベンチャー、良きデザイナー等々、当社のここ数年のヒット商品はこういった人たちとの出合いから生まれました。

自力だけで開発することを否定はしませんが、やはり出合いを大切にしないと本当に良いものはできません。こういった多くの人によって“作り込まれた”製品でないと、手に取った時に「ちょっと違うな」というものになってしまいます。

要求されたとおりに作れば品物はできるんですよ。ただ、それでは作り手の「ここをわかってほしい」という意図や思想が形に表れないし、機能にも反映されません。最初の概念をどこまで揉んだか、どこまでギリギリまで苦しんだかということが、製品の良し悪しを決めるんです。

製品を通じてユーザーがその良さを理解できることも重要です。見た瞬間、「よくこう作ったな」と思ってもらえれば成功です。説明書を読まなければわかってもらえ

ないようではダメなんです。

ちょっとした雑貨品でも、使っていて伝わる、素晴らしいものがありますよね。トイレの掃除用品で、普通は原価500円程度なのに7千円で売っているものがあります。それでも買う人がいるということは、持った瞬間にわかるんです。何とも言えない触感、質感があり、長年使っても飽きのこないデザインをしている。素材、形状、機能、すべてが作り込まれているんです。

ヘルメットについても、「どうしてこうしないの」という素朴な意見に対して、「今までやってみただけ無理だったから」とか「検定に受からないから」などと最初から判断するのではなく、「待てよ」と立ち止まり、どうすればそのアイデアを採用できるのかを考え、どんどん外に出て第三者に会ってみる。そういうことにフタをしていると永遠に出会いはありません。

開発の途中では行き違いは必ず起きますし、お互いがwin win!の関係になるまでは苦勞があります。モノをつくる楽しさや喜びと、それをビジネスとして成功させることの厳しさは常に同居しています。でも完成してお客様に認められた時にやっと喜び合い、充実感を分け合うことができます。

当社も単に製品の数を揃えるのではなく、作り込まれたものを1つでも増やしていかなければなりません。ここ2～3年で、やっとそれらしくなってきたかなと感じています。

社会に貢献できる製品を

—今後の目標があればお願いします。

谷澤 もっと我々の商品を一般に広めたいですね。当社の顧客像は、鉾山の時代から“働く男の人”でしたが、今後は建設現場や製造現場に限らず、老若男女を問わず、“人の頭を守る”ということにこだわっていきたいと思っています。

世の中には「頭さえ守っていれば助かったのに」というケースが非常に多いのです。産業用という枠にとらわれず、防災や防犯セキュリティなどすべての方面で我々の技術を生かし、社会に貢献できるよう努力していきたいと思っています。

そのためにも、妥協しないモノづくりの姿勢を本気で会社の中に植え付けていかなければいけません。「子供が1人で被れるのか」「女性に被ってもらうことはできるのか」「老人が被って町を歩けるのか」など、課題はいろいろあります。難しいですが、こういうところを考えないと相変わらずのモノしかできません。

頭を守れることと頭が幸せかどうかは別なんです。被っている人が周りから指をさされてはかわいそうでしょう。あぜ道をヘルメット姿で自転車をこいでいる中学生が、「格好良いね」と言われたら素敵ですよ。

—ありがとうございました。

…インタビューを終えて…

谷澤社長は前に勤めていた会社の上司から、「“中途半端なものは現場に出さない”という執念と責任感を学んだ」と仰っていました。人との出会いを大切に、妥協しないモノづくりを目指す姿勢はその頃の経験から育まれたのかもしれない。