発行所株式会社空調タイムス社
本　社　（〒105-0013）
東京都港区浜松町1-23-2（山下ビル）
電話代表番号　東京3433局6501
FAX：東京　3433-6505
関西支社　（〒530-0015）
大阪市北区中崎西1-4-22（梅田東ビル）
電話代表番号　大阪6312局6061
URL　http://ac-times.com

空調タイムス

THE AIR-CONDITIONING TIMES

6 12 水
2019年〈令和元年〉
週刊

昨年設立、ヤブシタグループの設備工事会社

ヤブシタ冷熱設備

グループ各社との連携強み
現場の声届けるミッション担う

辻　雅彦取締役

油谷　伸一取締役

ヤブシタグループの各社が入居する本社ビル。ヤブシタ冷熱設備の本社もここに入る

急成長を続けるヤブシタグループは、防雪フード等の空調関連部材メーカーであるヤブシタ（社長＝森忠裕氏、本社・北海道札幌市中央区北6条西23－1－12）を中核企業とし、製販工（製造・販売・工事）を一気通貫で提供できる体制を確立している。グループの一社として空調設備工事の施工管理を展開するヤブシタ冷熱設備（社長＝岩本昭男氏、本社・同）は、昨年4月にヤブシタの工事部門が独立する形で設立された。設立から1年が過ぎる中、グループ各社との連携を強みとし、順調に伸長を続けている。一方で同社は、現場から生まれるアイデアをメーカーのヤブシタに伝えることで新製品開発に貢献することをミッションとしており、グループが躍進を続けていく上で重要なキーを握っていると言える。

ヤブシタは1963年、部品・機械の販売会社として函館に設立。99年に札幌に営業所を開設して工事業に進出、2001年には空調関連部材の製造・販売を開始して製造業にも進出し、製販工をカバーする体制を敷いた。事業が拡大を続ける中で、工事部門もより質の高いサービスを提供するため、昨年、ヤブシタ冷熱設備として独立した（社内の部門を会社として独立させるという方針はヤブシタの森忠裕社長の考え方に基づくもので、その狙いは社員に小さな組織を委ね、裁量と覚悟を持ってもらい、工事の幅を広げることができたとし「新規顧客の増加に加え、従来の顧客から依頼される仕事量も増えている」と話す。

同社が現在掲げている目標は直需案件を5割に増やすこと。下請案件は受注が決まるまで『待ち』状態となって計画が組みづらい部分があるが、直需案件は年間で新築や改修の物件数が見通せるため計画が立てやすく、毎年安定した収益を見込めるためだ。そこで同社はグループ会社の顧客に対するアプローチに注力している。例えば省エネ提案・電気販売を展開しているヤブシタエネシス（社長＝森忠裕氏、本社・同）の顧客となるエンドユーザーに対しては同行営業を行い、空調設備改修による省エネ提案を進めているところだ。

グループ各社との連携はヤブシタ冷熱設備の対応力向上にも貢献している。グループの設計事務所であるヤブシタ総合設計（社長＝巴敬二氏、本社・同）とは、同社が実施した設計に対してヤブシタ冷熱設備が、基本設計に基づいてプランを考えて設計協力し連携をとっている。また、ヤブシタとは、顧客の要望に応じて特注の架台やフードの設計・製造を依頼したり、気流や騒音の解析を依頼したりといった形で連携を図っている。こうした連携によって幅広い設置提案が可能な点はヤブシタ冷熱設備の大きな強みとなっている。さらに、同じく設備工事を展開し東北地域を営業エリアとするヤブシタエンジニアリング（社長＝外崎匡洋氏、本社・青森市）とは、それぞれにとってエリア外の東北、北海道の仕事をカバーし合う形で協力している。

ヤブシタ冷熱設備が今年から注力するのが若手社員の育成。勉強会を開催して理論を学んでもらい、実践で理論を活用するといったサイクルにこれまで以上に力を注いでいく。同社へはグループから空調工事に予備知識のない若手社員が配属されるが、そうした若手にも一から知識を教えていく。一方で人材育成はサービス力の強化にも繋がる。例えば顧客から機器の不調で呼ばれた時に、同社社員が機器のどの部分が悪いのかを一次判定し、交換が必要な部品や機器の状態をメーカーに伝えることで、素早い対応が可能になるためだ。

現在、ヤブシタ冷熱設備の社員数は17名で、今年も新卒社員が1名入社する予定だ。また、現在ミャンマーから外国人技能実習生を3名受け入れており、11月頃にもう1名受け入れを予定する。実習生の勤務態度は勤勉・真面目であり、それは『技術を学ぶ』という明確な目的意識を持っている」（同社取締役で工事課長の油谷伸一氏）ことも大きいという。ミャンマーでは空調工事が増えており、同社としてもミャンマーへの進出を検討しているところ。進出の際には彼らと何らかの形で連携を取ることも考えているという。

ヤブシタが開発・製造する部材の強みは、現場の声に応えている点にある。同社が事業を拡大するきっかけとなった防雪フードも、現場の要望であった施工のしやすさにこだわったからこそロングセラー製品として支持を獲得し続けている。この経験を通して同社グループは『アイデアは現場で生まれる』という考え方を重視しており、現場の声をメーカーであるヤブシタに届けることは、ヤブシタ冷熱設備のミッションともなっている。現場の声を反映した製品はグループの成長の原動力となるもので、グループから同社に寄せられている期待は大きい。

同社の油谷取締役は以前、地元の設備会社で働き、8年前にヤブシタに入社した。「設備業以外では働いたことがない」という言葉通り、設備工事業という一つのことをとことん追求してきた。そうした経験もあって、グループが求める人物像を「一つのことに特化している人」と話す。ヤブシタグループは人の持つ弱みを伸ばすことよりも、むしろ強みをとことん伸ばすことを重視する。強みは優位性に直結する一方で、弱みはグループ内でカバーし合えるためだ。こうした常識に囚われない考え方の中に、空調冷熱業界で随一の急成長を続けるヤブシタグループの新しさと強さが垣間見える。

ヤブシタ

さらなる製品開発に向けて
ヤブシタ研究所の設立を計画

空調部材メーカーのヤブシタは設備工事業をグループ企業に持つ強みを活かし、工事現場のニーズを拾った様々な製品の開発を行い販売も手掛けている。

同社はさらなる開発力の向上のため、防音部材の実験を行う無響音室や空調の試験室、同グループが提供する商材を展示する「ヤブシタ研究所」の設立を札幌市内で計画している。

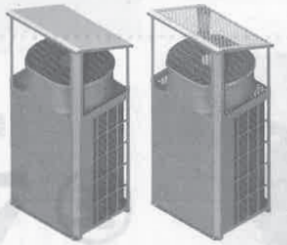
同社の最近の動向としては、初の照明用部材となる「誘導灯LEDリニューアルプレート」を発売した。蛍光灯や冷陰極を使用する誘導灯をLED化する際に、既設品との寸法違いにより黒ずんだ設置跡を隠しながらLED器具を設置できる。

三菱電機照明（社長＝内田敏彦氏）の推奨部材として展開していく。現在、計13機種を展開しており、来月には16機種までラインアップを増やす。

空調関連の新製品は北陸地域からの要望に応えて開発した「傾斜付きトップフローカバー」と「傾斜付き防雪ネット」を今月発売する。「傾斜付きトップフローカバー」は通常の防雪フードでは強い風を受けてしまうビル屋上等の設置環境に最適。また「傾斜付き防雪ネット」は、通常の防雪ネットに比べて氷柱の発生や積雪を抑制する構造になっている。

このほか、以前より開発を進めていた「スーパー防雪フード」も今月中に発売を開始する予定。東北・北陸地区の湿雪に対応するため昨冬より青森市でのフィールドテストを再開し、動作確認を行った。

また、防音製品の更なる効果向上のため新防音システムを開発しており、今夏発売予定。吸音材や形状を見直し、室外機実機を用いて様々な実験を進めている。同社は設備の騒音解析サービスにも注力しており、より正確・ハイスピードな解析を実現するため様々な手法を取り入れている。



㊤誘導灯LEDリニューアルプレート㊦傾斜付きトップフローカバー（左）と傾斜付き防雪ネット