

代表取締役社長 鈴木 穂

使命実現のため自らが主体的に挑戦できる市場を開拓 溶接の楽しさを製品開発とワークショップで広く発信

「小型で軽量、100ボルトの電源に対応し家庭や現場で手軽に使える溶接機」。スター電器はこの領域に特化した商品開発で、シェア9割にも上る第一人者としての地位を確立してきた。創業者が掲げた「一家に一台溶接機」のミッションは、溶接を気軽に体験できる直営ショップ「Fe☆NEEDS」などの形で今に受け継がれ、素材としての鉄の面白さ、溶接というクリエイティブな魅力を、溶接に触れる機会の拡大を通じて社会に発信している。

テーブルや傘立てなどのインテリア、店舗看板やウェルカムプレートなどの建物装飾、額縁やiPhoneスタンドといった日用雑貨まで、形状も大きさもさまざまな個性的で楽しい鉄製品の数々。これは家庭用溶接機器メーカーのパイオニア、スター電器製造が運営する溶接体

驗工房「Fe☆NEEDS」でつくられた作品の一例だ。

現在同社は、鎌倉と中目黒に二つの直営店を展開しており、いずれも常時予約でいっぱいと いう人気ぶり。テレビや雑誌で特集されることも多く、通りを歩いている人が「この作品テレビで見たことがある」と思わず声を上げ、お店のなかをのぞき込むことも珍しくない。

溶接というと、まだ多くの人にとっては「縁遠い存在」と感じるかもしれないが、実は着実にファンを増やし続け、秘かなブームになりつつあるのだ。

「重厚感があり、年月を経るほど味わいが出てくる鉄という素材に対する興味、木工の次のステップとして未知の溶接を体験してみたいという意欲など理由はさまざまですが、関心を持つていただける方の裾野が着実に拡大しているのを感じます」と、社長の鈴木穂は確かに手応えを語る。

「体験ギフト商品としても人気があると聞いています。プレゼントされた方が初めて溶接というものを体感して、その魅力に嵌まっていくといった例も非常に多いようです」

家庭や現場で手軽に使える小型軽量溶接機に特化して製品を開発

創業者の鈴木樹は、松下電器が溶接機事業をスタートした時期に技術者として入社。それが 同社の事業の原点となる。創業当時は、勤務先だった松下電器の製品の販売を中心に展開して

いたが、一次代理店に仕入れを左右されることが納得できず、新たな方向性を模索。製造部門を立ち上げ、生販一体の機能を持った会社へと大きく事業の転換を図った。

このころ、ホームセンターの走りといわれる「ドイト」が埼玉県与野にオープンし、D.I.Yという概念が日本でも語られるようになった。そこで同社は、これまでなかつた「個人向け」にスポットを当て、溶接機を開発しようと考へた。

キーワードに置いたのは、小型軽量化と100ボルト電源でも対応できること。溶接経験のない一般消費者にとって、どれだけ手軽に作業できるかどうかは大きなポイントだったからだ。一方、作業現場も外部だと100ボルト電源しかないことがほとんどで、プロの持ち運び利用のニーズも取り込めると期待した。

「しかし現実にはなかなかうまくいきませんでした。当時の製品はまだ出力が弱かつたため、プロにとつては物足りなく、D.I.Yといつてもまだ当時は木工主体の日曜大工のイメージ。いずれの層にも浸透させることが難しかつたからです」

そこで百貨店やホームセンターなどの売り場でトライアルイベントを積極的に開催するなど、溶接の魅力、家庭でも手軽に使える溶接機の存在の周知に全力を尽くした。

2代目である鈴木が入社したのは、このようなまだ先の展望がはつきり見えていなかつた時代だつた。「子どものころから家の手伝いをしていましたし、先代（父）に連れられて石岡の工



〈左上〉「SUZUKID」ブランドの代表作SIG140。溶接棒の長さを自動的に調節する「半自動」タイプのパイオニアとして注目を集めめた。〈右上〉「Fe☆NEEDS WELDERSPOINT 鎌倉店」外観。〈左下〉定期的に開催されている溶接ワークショップのひとコマ

場をよく訪ねたりもしていました。それは、会社を私に継がせたいという父の気持ちの表れだつたのでしよう。私も父を尊敬していたので、会社を継ぐことは当たり前に意識していました」

しかしその一方で「この事業を続けていて本当に大丈夫なのだろうか」という懸念も、本音では強くあつた」と鈴木は振り返る。

その迷いが払しょくされたのはしばらく時間がたつてから。先代に頼み込み、自社製品の一つを携えて9800円という常識外れの安さでホームセンターに営業をかけた時のことだ。

「びっくりするくらい売れたんです、桁が一つ違くくらいに。値段が安いという理由はあったでしょうが、『小型溶接機はこんなに売れる商材なんだ』と気づけたのは大きかった。それからは自信を持って営業ができるようになつたのです」

「Fe☆NEEDS」のオープンでビジネスのあり方が大きく変わった

「大量生産の世の中で、自分の個性をアピールできるオンラインのものを手に入れたいといふ需要が広がってきたこと。震災などによつて、自分でできることを増やして、自分で生きていかなきやという意識が世間全体に広まつたこと。溶接はその思いの受け皿の一つとして支持されるようになつたのかなと感じています」と、鈴木は近年の注目の高まりを説明する。

その人気の象徴ともいえる、「Fe☆NEEDS」1号店を鎌倉にオープンしたのは、2009年9月のこと。「多くの人に、より身近に溶接を体験できる場所を提供したい」という思いが

その原点にあるが、実はそれ以上に鈴木の経営観を色濃く反映した取り組みでもあつた。「溶接機の販売が順調に増えるようになつて、『価格と量』だけが問われる取引になつてきた懸念が強くありました。これでは社内の士氣も上がらないし、事業の将来が広がらない。もつと自らが主体的に挑戦を続けられる会社でありたいなと。一方で営業や製造などの担当を問わず、社員一人ひとりが溶接をリアルに体感できる場所、お客様の声を近くで感じ取れる機会をつくることも重要だと考えました」。少し冒険的な挑戦ではあつたが、だからこそ想像以上の効果を会社にもたらすことになった。

「これまでこちらから営業に出向くのがほとんどでしたが、今ではいろんな方がどんどんお



■Profile ■

鈴木穰(すずき じょう)

1971年、神奈川県出身。高校在学中に先代が体調を崩したため、卒業後にスター電器製造入社。営業の現場に従事しながら市場開拓に努め、1989年に代表取締役社長就任。

スター電器製造株式会社

〒251-0055

神奈川県藤沢市南藤沢17-15

三井住友海上藤沢ビル3F(本社事務所)

☎0466-27-2666

創業:1960(昭和35)年

事業内容:小型溶接機の製造、キャバシタなどの自動車関連製品の製造、DIY店舗の運営

<http://starelectric.co.jp>

店に来ていただけだ。それによつて社員の視点も広がり、新たな展開がたくさん見えてきました。溶接への注目度が高まることで、縮小一途だつた職人のなり手が増えるきっかけにもなり、業界から高く評価していただくようになりました」と鈴木はその一例を紹介する。

実は「Fe☆NEEDS」の店内には、メーカーとしての色はほとんどない。物販も積極的には行つていない。「気軽に inserる場所にすることで、気長にファンの裾野を増やしていくいたい」、それがすべてに優先するからだ。狙い通り、市場は少しづつ広がってきた。創業者が掲げた「一家に一台溶接機」のミッション、着実にそのゴールまでの距離は縮まつているようだ。