

## 物流の枠を超えてグローバルな事業を展開する 日本の梱包事業のパイオニア

物流とは、単にモノを右から左へ動かすことではない——株式会社コイケは、包装・輸出梱包・国際物流を軸に商社の機能も併せもち、幅広い事業への挑戦を続けている。人とモノをつなぐソリューションプロバイダーとして、顧客の事業領域に一步踏み込んだ仕事で問題解決を図り、相乗効果でともに発展する。

株式会社コイケは、包装資材の生産販売や輸出梱包、国際物流など総合物流事業を軸に、二輪車組立、輸出入代行など、物流と連動したさまざまな分野に進出している。また、早くから海外での事業展開にも着目。1991年のベトナム政府との合弁会社設立を皮切りに、タイ、マレーシア、インドネシア、カンボジアで次々に関連子会社を立ち上げ、海外進出では業界の先駆的な役割を果たしてきた。

「わが社は戦後間もない46年、北品川一丁目目創業しました。この地域は旧東海道の入口にあたる品川宿があった場所で、昔から物流や交通の要衝でした。ここで紐や荒縄などの包装資材を取り扱うところからスタートしたのです。その後、朝鮮戦争の勃発を機に、米軍座間基地における物資の梱包や開梱の作業を請け負うことになりました」

代表取締役社長の岩澤基氏が同社の歴史を振り返る。実は、その頃まで日本には、きちんとした梱包技術がなかったのだという。

「米国がロジスティクス（<sup>へいたん</sup>兵站）の重要性を認識し、高度な梱包技術を有していたのに対し、日本は未



物流の要となる東京事業所。梱包工場、保税・一般倉庫として機能する

発達。戦後から、梱包の技術が物流・輸送において重要だと認識されるようになりました」（岩澤社長）

米軍から梱包技術を習得したコイケは、その後鉄道用合板コンテナを設計・製造するなど、日本における梱包事業のパイオニアとなった。

84年、東京港大井埠頭での梱包事業者6社による東京港輸出梱包事業協同組合設立を機に、運輸・倉庫・保税免許を取得し、一連の輸出入業務を担うようになる。

### 時代の変化で窮地に陥るが ピンチをチャンスへと変えた

90年代に入ると、それまで商社を介して入手してきた梱包資材等を自社で調達するようになり、海外取引を開始した。ベトナム、タイでの合弁会社設立に次いで、マレーシアでは単独の梱包会社を立ち上げ、木箱製造事業で製造業の免許を取得した。

だが、2000年代には創業以来最大の窮地に陥った。「2003年に物流で取引のある会社から携帯電話のプラスチックボタンの製造事業を譲渡され、売り上げが急拡大しました。ISOによる品質管理などグローバルスタンダードを導入し、グローバルサプライチェーンに組み込まれることで、当社の製造業の割合が一気に高まったのです。ところが、その数年後にはスマートフォンの登場で需要が急落。このピンチに直面し、異業種メーカーへ設備譲渡を行うとともに、そのメーカーの製品販売を請け負うなど、他メーカーとのパイプを拡大していきました」（岩澤社長）

同社の強みの一つとして、岩澤社長は「系列化や国内企業取引にこだわらなかったこと」をあげる。取引先の分野や系列にとらわれず、外国企業・現地財閥とのパイプを強化してきたことが、危機に際しての柔軟でスピーディーな対応に生かされた。



EP Equipment社との共同ショールームには、「電動パレットトラック」や「電動ビッカー」など、世界標準のリチウムイオンバッテリーを搭載した小型・軽量のモデルが取り揃えられる



Ranpak社の紙緩衝材システム。プラスチック系緩衝材に比べ、ランダムな隙間埋め作業をスピーディーに行うことができる

時流に乗った、物流と連動した他分野へのチャレンジは、国内でも積極的に行っている。

02年にオランダの紙緩衝材メーカーRanpak社の販売代理店になり、脱プラスチック社会の推進に寄与している。09年にはイスラエルの映像機器メーカーKramer社の輸入総代理店となり、民間企業のみならず、公的機関の業務をサポート。20年には中国最大手の物流機器メーカーEP Equipment社の販売店となり、東京都大田区の東京事業所内にショールームをオープンした。

「言われるままにモノを動かし保管するだけでは、事業はすぐに頭打ちになります。お客様の側に一步踏み出し、物流の枠を超えた事業展開を常に意識してきました」と岩澤社長は語る。

顧客の事業と連動することで相乗効果を生み出し、ともに繁栄する。コイケはまさに「人とモノをつなぐソリューションプロバイダー」として独自の成長を遂げてきた。

そんな同社では、業界の常識にとらわれないチャレンジ精神が求められる。人材の採用や教育を担当しているのは、代表取締役常務執行役員の小池創氏だ。

「中堅中小企業ならではのスピーディーな判断や、トータル的に仕事を任せることがコイケの良さです

ね。目安箱を設置して、若手の意見をすくい上げる風通しの良さもあります。外国人登用についても、1993年から日本人と同一条件で正社員を採用し、優秀な外国人人材の確保と育成に注力してきました。

人材育成においては、単なる『行動集団』ではなく、皆で知恵を出し合い考えながら動く『考動集団』を育てることが、わが社の方針です」（小池常務）

一方で、国内の信用を高めるために、中堅中小企業ではめずらしい無担保社債を2002年から毎年発行している。弱みは発想の転換で補強し、変化に対してはスピーディーに対応することで、これまで危機を乗り越えてきた。

いま多くの企業がコロナ禍という未曾有の危機に直面しているが、「経営環境の変化は小回りの利く中堅中小企業が新たな事業分野に参入できるチャンス」との岩澤社長の言葉に、同社のさらなる飛躍が予感できる。

### Corporate Profile

代表取締役社長	岩澤基
本社	東京都品川区北品川1-1-17
設立	1949年6月
売上高	107億円（2019年度連結）
従業員数	約400名（2019年度連結）
<a href="https://www.koike.co.jp/">https://www.koike.co.jp/</a>	

岩澤社長（左）と小池常務。コイケは海外でもマレーシアを中心に、物流のみならず優良メーカーとしての地位を築いてきた。「KOIKE」ブランドのさらなる浸透を目指す



取材・文／若林邦秀 撮影（右下）／西崎進也 写真提供（その他）／株式会社コイケ