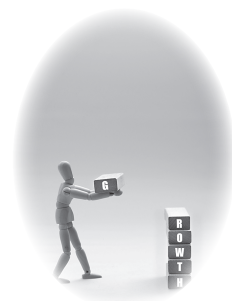


特集 元気な中小企業訪問記14

第3章

「楽器の心はミュージシャンの心」 アコースティックギターを極める老舗

——長野県松本市 モーリス楽器製造株式会社



中田 紀夫
埼玉県中小企業診断協会

会社名：モーリス楽器製造株式会社
代表：代表取締役支配人 山田 博文
資本金：1,000万円
従業員：25名
所在地：長野県松本市大字笹賀5652-12
連絡先：TEL：0263-25-0793
URL：https://www.morris-guitar.com

「モーリス持てばスーパースターも夢じゃない！」

時をさかのぼった昭和の時代、今日のJ-POPの前身ともいえるフォークソングやニューミュージックと呼ばれた音楽の全盛期に、ラジオから毎日流れていたギターの商業チャートのキャッチフレーズである。

令和の今、新型コロナウイルス感染拡大による外出自粛という新しい生活様式が巣ごもり需要を生み、手軽に始められる趣味として楽器も注目を浴びている。



モーリスギターのカatalog (以下、写真はすべて取材先提供)

すべての音楽の基礎という、アコースティックサウンド技術に欠かせない楽器の1つがアコースティックギターである。その日本を代表するブランドであるモーリスを開発・製造しているのが、モーリス楽器製造株式会社である。

1. ギター工房の聖地、信州

信州の山々を望む長野県松本市の南部、水と緑に囲まれた大久保工場公園団地に同社の松本工場がある。

ここ長野県は実は、都道府県別のギター出荷額（エレキギターも含む）において、全国の約半分を占める日本一のギター生産地である。

「気候、特に湿度が比較的安定しており、木材の加工をするのに適した環境なのです。とりわけ松本市は、古くから木工職人が多く民芸家具や楽器作りが盛んで、家具職人からギター職人に転向した人も多いのです」

そう説明してくれたのは、同社の5代目代表取締役支配人、山田博文さんである。

ギターの製作期間は約60日であるが、製作前の木材は最低でも2～3年、自然乾燥や強制乾燥を行わなければならない。

また、製作後も1ヵ月ほど自然乾燥し再び調整して完成となることから、製作のみならず前後の乾燥工程が非常に重要であることがうかがえる。



モーリスのトップを担う支配人の山田さん



松本工場

同社には、松本工場のほかに中国とインドネシアにも廉価なモデルを製造する協力工場があるが、海外生産のギターも販売前に松本工場に持ち込み、最終調整および検査を行っている。気候の異なる海外で製造したギターも信州の安定した気候のもとで仕上げ、ベストコンディションで提供するという品質へのこだわりである。

2. 老舗ブランドの事業変遷

(1) 創業——モーリスブランド誕生

1961年創業の同社は、半世紀以上の歴史を持つ老舗企業である。楽器の販売事業を経てアコースティックギターの製造を開始したが、老舗ブランド「モーリス」の原点である。

1967年に松本市内の地名に由来する芳野楽器の会社名で、「ホタカ」ブランドのギターを作り始めた。1972年に新ブランド「MORRIS」（以下、モーリス）を立ち上げ、量産体制に入るとともに、会社名もモーリス楽器製造株式会社に変更された。ブランドネーミングの由来を山田さんに教えていただいた。

「モーリスの名前は、創業者の森平利男のニックネームといわれています。『森平利男の魂』という情熱を込め、海外進出を見据え世界に通用する響きを持った呼称として採用されました」

ブランド名に込められた名づけ親たちの情熱と未来への思いを背負って、「モーリス」は大海へと船出した。

(2) 工場移転——拡張の成長期

船出と同時にモーリスの快進撃が始まった。1973年に現在の地に敷地面積3,337m²の新工場を建設移転し、1980年には工場を約2.4倍の8,000m²に拡張している。

「製造能力は30%以上アップしましたが、それでも自社工場だけでは限界があり、国内ギターメーカー数社にも製造を委託し、ピーク時は年間33万本を販売しました」と山田さんは当時を振り返る。

この頃が冒頭に紹介した「モーリス持てばスーパースターも夢じゃない！」の時代である。しかし、増産に次ぐ増産の快進撃にもやがて陰りが訪れる。

(3) 転機——攻めの戦略転換

1980年代後半になると、アコースティックギターの需要が激減した。その後10年以上低迷が続き、全国のギター工場が淘汰されることになったのである。しかし、この需要激減がモーリスにとって再び躍進する転機となった。

1997年にモーリスはブランド戦略を刷新し、「新生 MORRIS～大量生産から、半手工品へ」のキャッチフレーズを掲げ新世代への新たな出発をした。

「これまでの大量生産から、デザインやカラーリング、サウンド、機能的にも独自の特徴を持つ付加価値の高いギター作りへと舵を切りました。それに合わせてブランドロゴやスペック、ラインナップも一新しました」

モーリスは、このブランド戦略の刷新と前後して生産戦略も大きく舵を切っている。

1995年より韓国の工場で製造開始、1999年に中国に製造移管したが、中国国内の人件費や材料費の急激な高騰を懸念し、2016年にはインドネシアにも生産拠点を設けた。山田さんは、当時の海外展開の背景にはコストに関する課題があったと話す。

「かつて大量生産していた廉価なギターは、国内ではもう採算が取れなくなっており、製造コストの安い地域で作るより方法がなかったのです。そこで、経験豊富で大量生産が可能な海外の工場に委託することにしたのです」

その一方で松本工場は、より高付加価値なギターの生産拠点という位置づけを明確にしていった。さらに生産戦略は物流戦略へと、攻めの戦略転換は続いた。

2002年には、松本工場の敷地内に自動倉庫を導入した松本商品センターを設立した。

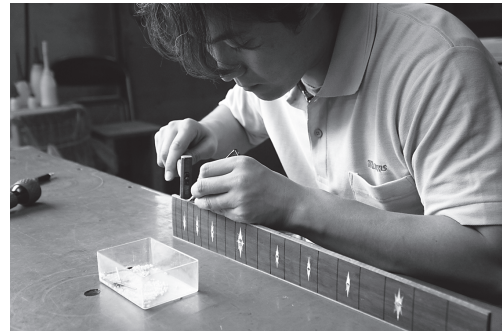
「以前、販社の株式会社モリダイラ楽器が埼玉県戸田市に倉庫を借りて物流拠点にしていたのですが、松本工場の集約化が進みスペースに余裕ができたため移転し、販社と工場の合同運営により社外に流出していた倉庫費用をグループ内に留保しました」

3. 新生モーリス、新たなる成長へ

(1) 山田さんがトップに就任

2003年に当時総務部長だった山田さんは取締役役に、2005年に創業者の森平利男さんとともに代表取締役支配人に就任。2011年の森平さんの逝去により、山田さんは1人でトップを担い、新生モーリスの立役者として現在に至っている。支配人就任当時の心境を尋ねた。

「業界は全盛期を過ぎ、大量生産の時代は終わっていました。代表になる前、当時総務部長として50名ほどいた社員1人ひとりに会って、リストラのため退職を促す話をしました。会社人生で最も辛く切ない時でした。その後代表となりましたが、会社に残った社員の生活を守る責任の重圧をひしひしと感じま



手加工の製造工程

した」

ベテラン社員の退職による技術力低下が品質にも表れて苦勞したこともあったが、山田さんと社員の奮闘により新生モーリスは見事に新たな世界を確立した。ブランド、生産、物流などの戦略を実らせたのは1人ひとりの社員である。特に、高品質な半手工品のモーリスには、極めて高い技術力の職人が不可欠である。

「消費者の減少で、業界の競争もますます激化しました。勝ち残るには独自性と品質を保持する必要がある、それらに向けた社員教育のために勉強会などに力を入れています」

そのような山田さんの社員への思いは、新生モーリスの元気の源でもあり、時とともに変化するミュージックシーンに対応したギター作りにもつながっている。

(2) 楽器の心はミュージシャンの心

モーリスは、「楽器の心はミュージシャンの心」をポリシーにしているが、どのような取組みをしているのか尋ねてみた。

「著名なギタリストなどミュージシャンとのギター試奏会や意見交換などを反映してギターを作っています。また、フィンガーピッキング・デイなどの催しでプロや一般の音楽好きな人との交流の場を作っています」

フィンガーピッキング・デイは、ギターの演奏テクニックを競い、地区予選優勝者が本選に出場するコンテストとライブの祭典である。販社の株式会社モリダイラ楽器とともに、

2001年から毎年開催してきたが、残念なことに新型コロナウイルスの感染拡大により、ここ2年連続で中止となっている。

「出演希望者や演奏を楽しみにしてくれている人が大勢いますから、来年こそは開催できて音楽好きな人たちの交流ができることを期待しています」

販社との連携を通じて、プロや一般のギタリストと交流を重ねながら顧客ニーズをつかみ、新製品の開発につなげている取組みに、「心」を重んじるモーリスのポリシーが生きている。

(3) 伝統と新技術の融合

モーリスのギターの特徴を山田さんに語っていただいた。

「少し専門的な話になりますが、ネックとボディの接合のアリ溝工法、フレットの指板調整後の打ち込み、独自の構造を持つプレッシング（力木）など、伝統的な工法と科学的に計算された新しい技術の融合により、時代に合った独自の音を作り出しています」

このような独自の特徴を持つモーリスのギターは、ルシアー（弦楽器製作家）と呼ばれる職人により作られている。松本工場のギターには、マスタールシアーが1人で全行程を手加工で作る「ルシアーメイドプレミアム」と、各工程のスペシャリストの個々の技術を集結して作る「ハンドメイドプレミアム」の2種類のラインナップがある。一人前の職人になるまでに何年かかるのだろうか。

「かつては20年とも30年ともいわれましたが、変化のスピードが速い現代では4～5年でなくてほしいところです」

(4) 社員1人ひとりが音楽プロデューサー

今後のモーリスの進む方向性を山田さんに語っていただいた。

「創業者の言葉『育てよう、ヒューマンリレーション』は社訓の一部ですが、本当に大切だと思います。個人の考え方や行動力、技術力をお互いに語り、また、意見を聞いてみ

んなで考え、共有できる財産にしたい。それが良い製品を生み出す原点だと思います」

「ギターにより興味を持って、作ることを好きになってほしい。好きでなければ決して良いものは作れません。好きならば新たな発想も生まれ、より楽しくなる。1人ひとりが当社の音楽プロデューサーになってほしいと考えています」

新型コロナウイルスの感染拡大により巣ごもり需要や海外生産品の入荷遅れなど、良し悪し両面の影響を受けたが、山田さんは秘めた情熱とともに冷静に未来を見据えている。

「技術を次世代に継承していく中で、守りではなく攻めの姿勢でこれからの時代を切り切り、社員が楽しみながら知識や技術を身につけ、新しい『モーリス』の音を作り続けていけるような時間、空間を作る投資をしたいと考えています」

空気の澄んだ静かな環境にある松本工場。鳥のさえずりや虫の音と音楽プロデューサーたちのギター調律音が奏でるハーモニーが、気持ち良く涼風に乗り舞っていく。



社員とともに

中田 紀夫

(なかだ のりお)

2020年中小企業診断士登録。航空機・自動車の生産技術、調達、物流を経験。取材・執筆、診断士資格学校の講師、経営改善支援などに従事する。旅好き音楽好き診断士。

