

Dainichi

メイドイン新潟を貫き人々の暮らしに寄り添う

ダイニチ工業株式会社

代表取締役社長 吉井 唯 氏



石油ファンヒーターや加湿器など私たちの暮らしに密着した高品質の製品づくりに定評のあるダイニチ工業株式会社。同社は新潟の地で研究開発から製造、営業、物流、サービスまで一貫して行い、スピード感のある対応で評価されています。その機動力の秘訣について、吉井唯社長に伺いました。

石油燃焼機器の コア技術を活かして

—1964年の創業から昨年は60周年を迎えられました。石油ファンヒーターなどの暖房機器と加湿器は、業界で高いシェアを誇っています。このほかに空気清浄機、コーヒー機器の事業も展開されていますが、その経緯を教えてください。

吉井 石油暖房機器は創業から7年後に販売を開始していますが、当初から特に力を入れていました。市場は成長していましたが、当時は、石油が枯渇すると言われ、当社は別の事業にも着目していました。その後、石油は掘削の技術が進みましたが、最近では脱炭素社会に向けた動きや住環境の変化によって、エアコンの需要が伸びています。こうした動きに先駆けて、当社は加湿器や空気清

浄機、コーヒー機器の事業に取り組んできました。1987年にスモークマシン、1997年に焙煎機能付きコーヒーメーカーの製造販売を開始。加湿器は2003年に販売を開始し、2024年には累計生産台数380万台を達成しています。技術開発の期間も含めると、長い時間をかけて事業の柱として育ててきた結果が今、表われています。

石油ファンヒーターと加湿器は、どちらも冬の商品で生産時期が重なるというデメリットはありますが、エアコンを使うと乾燥するので加湿器の需要が高まります。このように加湿器は経営バランスの面で重要な事業です。当社は、石油燃焼機器のコア技術である風の制御、温度の制御を活かした、ものづくりを展開してきました。

1971年に誕生した業務用石油ストーブ(右)。近年では家庭でも使用が広がりパワフルな暖房能力が好評です。家庭用石油ファンヒーター(左)は2023年12月累計生産台数3500万台を達成。「気化器」を用いて灯油を燃焼させるので臭いが少ないのが特徴です。



良いものを作る社員の気概に 社長も心を打たれる

—時代を見据えて、ものづくりを
されてきたんですね。

吉井 ものづくりの元になる意識
は、会社の入口に掲げてある社是の

「常に新しい技術を生み出し、私達が心から誇れ、お得意が安心して販売でき、使用者にいつまでも愛される、よい商品をつくる」です。毎朝、全社員がこの言葉を唱和しています。そして、社是の通りに社員は品質、性能に関して非常に厳しい姿勢で臨んでいます。社員にとっては当たり前のことかもしれませんが、私は他社の事情もわかるので、当社の社員の真摯な姿には心を打たれます。ものづくりのスタートが石油燃焼機器ということもあり、安全性に関しては、徹底しすぎるくらい厳格に行っています。安全性は数字として表れませんが、目に見えない部分にこそ、細心の注意を払っているのです。

—安全性は消費者にとって一番大切なことです。具体的にはどのようにされているのですか。

吉井 当社はQC活動(※)と個人の改善提案が盛んに行われています。改善提案は年間15000件あります。500人の会社で、15000件ですから、自分の仕事を真剣にやり遂げようという意識の高さがかがえます。これは会社のためというより、使命感が強いのだと思います。改善提案の積み

重ねと二人ひとりの誠実な仕事ぶりが、高品質で安全性の高いものづくりを実現しています。このように素晴らしい社員が働く会社で、創業者である祖父、そして2代目の父の跡を継いで社長として就任できたことに、心から感謝しております。

地域の雇用を守る 新潟生産へのこだわり

—ものづくりへの真剣な姿勢が伝わってまいります。商品はすべて日本製とお聞きました。

吉井 当社は良い商品を提供して、豊かな暮らしを創り、社会に貢献すると同時に、創業地の新潟である、当社および協力工場の社員の生活が安定し、豊かになつてほしいという願いがあります。そのため、コストが安いからと言って、海外生産するという選択肢はありません。必然的に「メイド・イン・新潟」、「メイド・イン・ジャパン」になります。良い商品を作るために妥協せず、コスト面では大変な努力が必要となりますが、そこから創意工夫が生まれます。当社も協力工場の社員も「チームダイニチ」の一員であり、私の中で分け隔てはありません。この「チームダイニチ」の力がなければ、当社の

品質や独自の生産体制は実現しません。毎年、協力工場を含めた運動会を開催しており、今年は800人が参加しました。

運転音の静かさと手入れの容易さ、デザイン性などが評価され、加湿器(右)は「家電大賞2023-2024」では加湿器・除湿機・暖房機部門で金賞を受賞。空気清浄機(左)は0.03μmの浮遊微粒子も捕集でき、汚れたら捨てるだけのカンタン取替えプレフィルタも搭載しています。「家電オブ・ザ・イヤー」(「家電批評」発表)の空気清浄機部門で「ベストバイ」を受賞しました。





製品の企画・設計、主要部品の生産や最終組立、検査までを新潟で行っています。社員はもちろんのこと、部品を作る近隣の協力工場、製品を全国発送する人々も含めた雇用にも努め、新潟の経済発展に寄与しています。

小さいからこそその強さ 圧倒的なチームワーク！

——新潟の雇用の創出と新潟の経済の発展に寄与されていますね。

吉井 当社のもう一つの特徴は、「小さいから強い」です。一般的に、企業は大きいからこそ強いという考え方もありますが、当社は500人規模の小さな会社です。社員が同じ意識を持ち、高品質な商品を生み出すために、それぞれの部門が連携し合い、全体の精度を高めています。この圧倒的なチームワークこそが、当社の強みです。

——変動する市場にフレキシブルに

対応ができる独自の生産体制を採用されているそうですね。

吉井 当社の主力商品である石油ファンヒーターや加湿器は、冬季にしか需要がありません。12月と1月がピークです。シーズン前に計画生産を行い、出荷するのが一般的ですが、当社は通年で生産を続けています。ずっと生産し続けることで品質の安定が図れます。もしピークに合わせて生産を行うと、多くの設備と人員が必要ですが、当社では最小限の設備と人員で、通年生産を行っています。ピーク時に合わせて仕事量が変わると、協力工場も大変ですが、通年生産により、協

計画の数字よりも 柔軟性を大切にしたい

——中期・長期計画については、どのようにお考えですか？

吉井 10年先の日本や世界がどうなっているのかは全くわかりませんが、1年先のことも分からないのが現実です。計画を立てて目標に向かうやり方もありますが、それでは柔軟に対応ができません。当社は中期経営計画よりも臨機応変に対応できることが重要と考え、あえて、目標の数字を掲げていません。もちろん会社としての計画はありますが、世界情勢や政治的な要因が絡み合っているため、現時点では具体的に申し上げられません。

しかし、新しい商品の準備は進んでいます。私が責任を持って皆さんにお伝えできるのは、「当社が良い商品を作るために真剣に取り組んでいる」ということです。

——社長の誠実なお人柄が株主様にも伝わり、御社のファンになれる方が増えるといいですね。

吉井 今ある事業の柱に加えて、燃料電池など新たな事業を育てていく楽しみがあります。当社のものづくりに関わる全ての人々と共に発展し、新潟の地に貢献していきたいと考えています。この価値観に賛同してくださる方の応援をいただきながら、良い商品づくりに努め「チームダイニチ」の力を最大限発揮していきます。



代表取締役社長 吉井 唯 氏

「ずっとサッカーをしていましたが、ここ数年は控えています。体を動かすのが好きで、新潟マラソン（フル）に参加しています。社員たちとすれ違う瞬間が楽しいですね。絵を描くことや物を作るのも好きなので、似顔絵を描いて消しゴムはんこを作ってプレゼントすることもあります（笑）」と吉井唯社長。

企 業 紹 介

ダイニチ工業株式会社

（東京証券取引所 スタンダード市場 銘柄コード5951）

石油バーナー、石油ふる釜を製造販売するメーカーとして、1964年に新潟県三条市に創立。1971年に開放式の業務用石油ストーブ「ブルーヒーター」の製造販売を開始し、1980年には家庭用石油ファンヒーター、1997年にコーヒーメーカー、2003年に加湿器、2022年に空気清浄機の製造、販売を通じて、私たちの暮らしを豊かにする新技術を提供し続けています。



本社

力工場の経営も安定するのです。ただし、通年生産には課題もあります。長期の天気予報は難しく、石油ファンヒーターなどは気温の変動が販売に直接影響します。在庫を抱えず欠品しないように、当社は計画生産と受注生産の時期を設け、その時期の調整を柔軟にすることで通年生産を可能にしています。そこには、当社の協力工場を含めたチームワークが発揮されており、営業の情報を生産部門、協力工場の現場まで共有し、各部署が自在に動き、連動しています。

——先ほどのチームワークが活かされるんですね。ところで、会社のロゴマークも新しくなりましたね。

吉井 創業50年を記念して変更しました。商品は愛用されているのに会社の知名度がなかなか上がらないという課題をクリアしたいと思ったのです。創業以来のものづくりの姿勢を表現し、しなやかでシャープなデザインにすることで視認性を向上させました。併せてブランディングも行い、おかげさまで、これまで好評だったスタンダードモデルに加えて、高付加価値モデルの売り上げも伸びていきました。自家焙煎コーヒー機器やコーヒー生豆を取り扱う

「カフェプロ」も新たにブランドロゴを刷新して展開しました。市場が限られている中で、数を追い求めるのは厳しいですが、高品質を追求する当社の価値観に注目していただけたのだと思います。

——製品のデザイン性も優れていらっしやいますね。

吉井 製品デザインにはこだわっています。あまり奇抜すぎず、スタイリッシュで部屋の中にあると喜びを感じられるデザインを心がけています。社内のアイデアのみならず、社外のアイデアも積極的に参考にし、安全性と高性能を両立させるデザインを追求しています。



石油暖房機器の熱学技術、制御技術、においを抑える触媒技術などを応用し、コーヒーの生豆を手軽に焙煎できるため、コーヒー愛好家や自家焙煎コーヒー店からも評価され、堅実な販売を続けています。

所在地	本社／新潟県新潟市南区北田中780番地6
代表者	代表取締役社長 吉井 唯
創立	1964（昭和39）年4月1日
資本金	40億5,881万円
売上高	196億50百万円（2024年3月期）
決算期	3月
従業員数	500名（2024年4月1日現在）
事業内容	暖房機器（石油暖房機器、電気暖房機器、ガス暖房機器）、 環境機器（加湿器、空気清浄機、燃料電池ユニット）、その他（部品、コーヒー機器 他）の製造販売
事業所・営業所	北部工場、中之口工場、和泉物流センター、東京営業所（第一・第二）、大阪営業所（第一・第二）、 東北営業所、新潟営業所、水戸営業所、高崎営業所、名古屋営業所、広島営業所、九州営業所