



第三種郵便物認可

Fuji Sankei Business i.

2016年5月27日(金)

特集 9



## 助かる人がいるなら—使命感抱き医療器具開発

河野 淳一 河野製作所代表取締役社長

2014年度第20回 大賞(千葉県知事賞)受賞

こうの・じゅんいち 1988年から約3年間損保会社に勤務後、91年に入社。35歳で4代目社長就任。「挑戦し続けることがイノベーションに重要」「反対されたことこそうまくいった」と話す。数年前まで社長自ら、年間約160人と面接し5、6人を採用する人材発掘も手掛けたタフマネージャー。53歳。千葉県出身。

「次のチャレンジの糧になる。失敗してもいい」と社内を鼓舞する。「挑戦なき企業は衰える」という緊張感と、「技術開発型のベンチャー企業でありたい」というこだわりと一。高邁な理念の実践で、マイクロサージャリー(微小外科手術)分野で世界最先端レベルの医療器具専門メーカーにのし上げた。

幼い頃からモノ作り好き。理工系の研究に進むつもりが、親族から創業者一族として経営学を勧められた。「家業は継がないと決別宣言のつもりで経営学を選んだ」と苦笑する。損保会社への就職がその意思表示だった。

だが、家業には停滞ムードが漂っていた。働かぬ役員、失敗を避ける社

風、平均年齢50代の社員構成…。90年代に医療費抑制が進む中で経営が傾き、「戻ってほしい」と待望論が親族から届く。91年、損保から転身。ヒラ社員として営業を担当後、下請け状態脱却と消極的社風打破に努める。98年、社長に就く条件として全役員退陣の荒療治も。大手が参入しない、高付加価値の多品種少量生産、技術が生きる医療器具作りに集中する戦略を打ち出した。

改革が報われる起爆剤となったのが、心臓血管外科分野における血管縫合糸の開発・製品化(97年)と売り上げの伸び。当時の市場で圧倒的シェアを持った糸に比べ、新素材の糸は劣化に強かった。しかし、市場が成熟して

おり、新製品化を誰もが敬遠していた。「治験が必要で時間と費用がかかり、医療機関も新製品に拒絶反応がある。これは当社しかできない。患者さんにとって良いモノだからやろう、と」。新素材の糸を使った医師らが性能の良さを認め医学界に広まった。

04年には世界最小の手術用超微細針を開発、社名を高からしめる。知人の

医師から「外科手術は500診以上の組織ではできるが、50診以上500診以下では不可能。可能にする針がほしい」と聞き、「1人の患者にしか使われないかもしれないが、助かる人がいるなら作る。これが当社の存在意義であり使命」とチャレンジを決めた。製造のための機械・装置開発から始め、直径0.03mmの針ができたのは3年後。針に付ける糸は直径0.012mm。世界唯一の超微細針の完成で、手術の空白地帯とされた神経やリンパ管、乳児の血管を縫うことが可能になった。

「年に2つ以上の新製品を出す」が目標。「売れるか、でなく、助かる人がいるならば、新市場を育てるつもりで楽しみながら開発を」。技術に未来をかける、こんな企業が医療を支える。

<企業プロフィール> 1949年祖父が時計針生産で創業、70年会社設立。41歳で急逝した河野社長の父が医療器具にビジネスをシフトさせた。大手ができない、ニッチなニーズへの対応を目指す。超微細針と糸の開発では外科手術の新領域を開拓。「クラウンジュン」と銘打って製品販売するブランド戦略も。部署や社歴を問わないメンバー構成のイノベーション&テクノロジーチームを設け、新製品開発を加速中。