



企業

探訪

# 株式会社キジマ

代表取締役社長

木嶋孝一氏

## 二輪車マニアの心を

## しっかりつかんだ企画・開発企業



取材・構成

● 西原 勝洋 経済評論家

代表取締役社長 木嶋孝一氏

株式会社キジマは二輪車の各種アクセサリをはじめ、エンジン以外を企画・開発・卸売りする企業だ。日本の二輪車生産は1980年がピークで644万台に達したが、2014年は59万台（日本自動車工業会資料）。実に10分の1以下に落ち込んでしまった。しかし、キジマの売り上げは全く減っていない。そこだけ見ても、すごい会社であることがわかる。

### 実需品から マニアの世界に変わって

わが国の二輪車生産は、なぜ、そんなに落ち込んだのか。日本の二輪車メーカーが海外生産比率を高めたということもある。が、より大きい原因は「足がわり」で使われていた二輪車が、軽自動車にとって代わられたことだ。

それでもスクーターやオートバイに乗る人たちはいる。都市部ではビザや寿司の宅配などの業者が使う商業用もあるが、ほとんどは「二輪車が好きな人々」と言ってもよい。つまりマニアだ。

彼らは、自分が乗るオートバイ、スクーターを「運転しやすくしたい」そ

して「格好良くしたい」「自分だけのスタイルにしたい」と考える。

彼らの趣向をいち早くキャッチして、新しい製品を企画して市場に出し、さらに需要を高める。キジマの仕事は、その連続と言える。

扱う品目は、「エンジン以外のすべてです」と木嶋孝一社長は言う。二輪車に装着するものだけでなく、運転者のヘルメットやウエアも扱い品目の一部だ。

キジマのカタログ（ホームページからも見られる）は現在、ランプ関連、電装品、外装品、ハンドル廻り、呼吸系、ブリーザー関連、メンテナンス用品、足廻り、マフラー関連、工具類、アクセサリ、トランポ関連、社外品……と、13項目に大別されている。

素人にもわかりやすい部分を見よう

と思い、「ハンドル廻り」にアクセスすると、これがすごい。

グリップライナップ、パーエンドキャップ、レバーライナップ、ミラーライナップ、ハンドル／パワーバーワイヤーケーブル……など、中分類が12項目に及ぶ。

ここまで見たのだからと、「グリップライナップ」を開いてみると、「SPIグリップ 非貫通タイプ MIN I」「オーバルデザインブリップスズキスクーター特殊サイズ専用 貫通タイプ MINI」といった小項目が実に49。そのそれぞれの小項目に、いくつかの製品がある。

キジマが取り扱っている製品の総数は、いったい、どのくらいになるのだろうか。それはもう、おびただしい数になるに違いない。

### 業態が変わり 社名も変わり

キジマの創業は1958年。現会長の木嶋孝行氏が、勤めていたゴム製品問屋から独立して、東京・王子で創業した「不二屋ゴム商会」がルーツだ。なかなかの社名だが、実は2畳半の賃貸倉庫が「会社のすべて」であり、電話もなかった。重量のある家具の足に履かせるゴムや、二輪車用ゴム部品を扱っていた。

そして、2年後には東田端に移転して、社名を「東洋ゴム商会」に改めた。創業者は、よほどの働き者だったに違いない。会社は着々と成長していき、さらに2年後には、西日暮里に土地を購入し、住宅兼社屋を建





KISS RACING TEAM を立ち上げ、レースに参戦。レーシングパーツやウエアを販売した。キャンギャルの起用も二輪業界初だった。

てた。大きくなるたびに都電荒川線を上っていくような歩みだ。

都電荒川線の三ノ輪橋から王子までは、戦前から「物づくり」に取り組む町工場がひしめく地域だ。

当時、東洋ゴム商会の主力製品は二輪車や四輪車の泥よけ用のラバーだった。1967年に会社を法人化して、社名を「木島ゴム工業」に改め、三輪車・四輪車用のビニールフロアマットの製造を始めた。

孝行氏はそもそも物づくりが好きで、「他人がつくった物を扱っているだけでは面白くない」との思いが強かった。しかし、まだまだ二輪車の

あらゆる部品・アクセサリを企画・開発する今日のキジマの姿ではない。

大きな転機になったのは、1970年にアメリカ（ハワイ、ロサンゼルス、アイダホ）まで行って、二輪車部品の販売店を視察したことだった。ゴム製品を扱う間屋が振り出された品にばかり目を向けていた

が、このアメリカ視察で「そう、二輪車の部品・アクセサリはラバー製品ばかりではないのだ」と目覚め、金属系のパーツもつくりはじめた。

孝行氏はアイデアマンであり、即実行型だ。帰国するや、モトクロス・チームのアドバイスを得て、モト

クロス用の製品の開発を始めた。そして71年にはMFJ（日本モーターサイクルスポーツ協会）とスポンサー契約を結び、レース会場でパーツ販売を開始した。

日本で初めて、ビニール素材によるオートバイ用の泥よけをつくったのもその頃だった。動物柄や装飾文字などで80種類のデザインを揃え、大ヒット製品になった。

ここから「木島ゴム工業」は、ゴム



取扱商品例



製品メーカーから、二輪車用の部品・アクセサリの製造・取り扱い企業に発展していく。

イラスト入りのカタログをつくったのも業界で初めてだった。真空ポンプを使った包装システムを導入して、真空パックした部品を出荷したのも業界初だった。

並行して、M・ロベルト社（イタリア）の総代理店になり、さらにハーレーダビッドソン社の部品・アクセサリの卸売りも始め、1982年に「木島」に社名を変更した。その頃からオリジナルパーツを積極的に

売り出し始めた。

「キジマ」の名称は75年にシヨールームを開設した時から使っていたのだが、正式な社名を「キジマ」としたのは1992年のことだ。

不二屋ゴム商会↓東洋ゴム商会↓木島ゴム工業↓木島↓キジマ……と、これだけ社名変更を経てきた企業も珍しいかもしれない。それでも「商会」時代は卸問屋であり、「工業」時代は

メーカーだ。そしてカタカナ名「キジマ」になったとき、自社生産をやめて、製品企画・開発、そして協力会社に発注する企業になったのである。

### 高級品を小ロットでも 売り切る戦略で

二輪車用の部品・アクセサリを扱っている会社と聞くと、その創業者は大のオートバイ・ファンと思いがちだが、創業者の孝行氏はオートバイには乗らなかった。ゴム製品卸だった会社を発展させていく過程で、二輪車に使うゴム製の部品に着目したのだ。息子たちにも「オートバイ



営業技術センター(上)のエントランスに展示してある「モンキーダビットソン」。モンキーをハーレースタイルにしたフルキット。

に乗るのは危ない」とよく言っていたそうだ。

しかし、2代目社長の孝一氏が物心ついた頃、父親のしている仕事はゴム製品の卸やメーカーではなく、二輪車の部品を取り扱っていた。分けても格好良いのは大型のオートバイだった。

「幼い頃から父親の仕事を継ぐのが当たり前と思っていましたし、その仕事とはオートバイのことだとしか思いませんでした」と孝一氏は振り返る。そういう意思が明確だったか

ら、大学は機械工学科を選び、大手オートバイメーカーに就職した。そ

こではオートバイのサービス部門を受け持って、町の修理屋では手に負えない故障と取り組んだ。オートバイマニアたちの気持ち自然に理解できるようになる職場だった。

その時の経験がキジマの営業戦略に生きている。「高級品を小ロットでも売り切る」、逆に言えば、売り切れる高級品を企画・開発していく戦略だ。

素晴らしい新製品を開発して売れ



ヤマハ TW200

ている——と思つたら、もう翌日には安価なコピー製品が出てくるのだから、「売り切る」ことが重要になってくる。

オートバイのイベントがあれば、必ず出店して、社長や企画・開発担当者が「新しい流れ」を探る。しかし、それはあくまでもスタッフ各々が持っているイメージにズレがあれば修正するためだ。

2000年に放送されたTVドラマ「ビューティフルライフ」で、主演の木村拓哉がヤマハTW200カスタム(右の写真)を愛車として使ったときは、空前のTWブームが起こった。

カスタムカーの販売も、オートバイマニアの趣向を重視した戦略の一環だ。今年4月に新築した西新井の

営業技術センターの玄関には、自慢のカスタムカーが展示してある。

「この業界は、大部分が、取り扱いたい品目が限られた零細企業ですが、業界のトップはわが社の3倍の売り上げがあります。しかしそれは、わが社はまだまだ拡大できるということなのです」と孝一社長は見ている。

現在、キジマの輸出比率は5%ほどだが、アジアにはたくさんのおトバイ・スクーター大国がある。そのほとんどは、まだ貧しい国であり、二輪車はあくまでも実用品だ。しかし、それらの国がだんだんと豊かになり、二輪車マニアが誕生してくれば、キジマは大飛躍のチャンスをつかむに違いない。(にしはら かつひろ)

#### 株式会社キジマ

- 代表取締役社長 木嶋孝一
- 創業・設立 昭和33年
- 資本金 2000万円
- 従業員 約46名(うち期間従業員16名)
- /平成28年4月現在
- 売上高 12億円
- 事業内容 オートバイ関連部品用品の企画・開発・製造・販売
- 本社 東京都荒川区西日暮里1-57-7
- 営業技術センター 東京都足立区西新井4-22-16
- 電話(営業技術センター) 03-3897-2167(代)
- <http://www.kijima.info>

(東京都民銀行 三河島支店会員)