

No.190 会社訪問

代表取締役 海老原 淳 氏



株式会社 海老原ゴム商会

会社プロフィール

代 表 者：代表取締役 海老原 淳

本 社：〒113-0033 東京都文京区本郷2丁目6番4号

Phone：03-3815-0051（代） Fax：03-3815-0342

神戸オフィス：〒650-0046 神戸市中央区港島中町4丁目1番1号

・倉庫 ポートアイランドビル 203-1

Phone・Fax：078-599-9114（代表）

創 業：1905年（明治38年）

設 立：1947年（昭和22年）

資 本 金：1,000 万円 従 業 員：8 名

事業内容：理化学、工業用ゴム・プラスチック製品の販売。天然ゴム、
合成ゴム、シリコンゴム製のゴムチューブ、ゴム栓、実験用器具、
プラスチック製のシリンジ、スポイトその他、容器等理化学用品

U R L：https://www.ebihara-rubber.co.jp/

聞き手：鈴木裕之（広報委員長）、岡田康弘（編集長）、取材・撮影・編集：クリエイティブ・レイ(株)

株式会社

海老原ゴム商会

医療・理化学・工業用関連のゴム・プラスチック製品を販売
明治38年創業、海外工場とも連携する「海老原ゴム商会」

御社の事業内容についてお聞かせください。

海老原 弊社は明治時代の創業で120年になります。主に、医療・理化学・工業用ゴム製品、並びにプラスチック製品の販売を行ってきました。

戦前の主流は、義肢用・医療用のゴム製品でした。当時、戦場などで負傷して義足を使うことが必要になる人がいた中、抗菌性が高いゴム製品に注目が高まり、需要があったと聞いています。

戦後は、ゴム関係の中ではシリコンゴムやプラスチック製品の取り扱いも伸ばしてきました。

ゴムの種類には大きく天然ゴム、合成ゴム、シリコンゴムの3種類があります。天然ゴムはゴムの木の樹液を原料とするもの、合成ゴムは石油から抽出したナフサを原料にし、成形して製品にするもの、シリコンゴムはケイ素を原料とするものです。ケイ素は地球上に豊富にあるもので、戦前の天然ゴムに代わる形で現在の主流になっています。

ゴム関連の具体的な主力商材としては、ゴム栓、ゴムチューブがあります。ゴム栓は試験管やフラスコなどの栓として使う部材で、弊社は小さなサイズから、私たちの顔よりも大きな特大栓など、様々なサイズ揃えていることが特徴で、理化学関係だけでなく土木、建築関係などでも

広くお使いいただいています。

ゴムチューブ類では、例えば血圧測定の際に腕を縛る等に使われるもの他、排気管、各種機器に接続したり、地中に埋めて使用する物など、多種類です。天然ゴム・合成ゴム・シリコンチューブ、さらにビニール系のチューブがあり、こちらも細いものから太いものまで1m単位で1mから100mまで、ご要望に応じて多くのサイズをきめ細かく揃えているのが特徴です。

多様なサイズへの対応は、弊社で多数の金型を作り、提携の工場に製造を依頼することで可能となっています。そして弊社の製品は、現在でも「手作り」が多いのです。型を使って製造するわけですが、でき上がったものを最終製品にする際にバリを取り、のりを貼って余りが出ないようにするなど、人の手がかかります。機械だけで完成することができない製品が今でも非常に多くあります。

天然ゴム、合成ゴム、シリコンゴム、それぞれの特性をお聞かせください。

海老原 天然ゴムは柔軟性が高く、とてもしなりがあります。ただし難点は耐油性が少し低いことです。ゴム手袋などのフィット感は合成ゴムが一番よく、よく耳にするニトリル

主な理化学・工業用ゴム製品ラインナップ



EBIHARA RUBBER TUBE



ゴム栓



エアロフレックスチューブ



ニトリル手袋



オールプラスチックディスポシリンジ



ポリ瓶



トスロン密閉バケツ



セラミック培養栓



ラルフィン指サック



グローブボックス用手袋



シリコンスポンジ紐



滅菌済みバスターールピペット

手袋などは合成ゴム製品の1つです。合成ゴムは天然ゴムよりも耐油性に優れています。

さらに合成ゴムの利点は、体へのアレルギー反応が比較的少ないことが挙げられます。天然ゴムは植物なので、他の植物と同じように時々アレルギーを持つ人がいらっっしゃいますが、合成ゴムはそれが軽減されます。

近年、非常に安価になってきたのがシリコンゴムで、天然ゴムよりも価格が安くなりました。メリットは、顔料との相性が良くて様々な着色できることです。さらに耐熱性にも優れています。製品にもよりますが200℃からマイナス60℃くらいの耐久性がありますので、実験現場でも重宝されています。シリコンゴムのデメリットは弾性や柔軟性、フィット感は合成ゴムに劣ることです。また、紫外線に弱く、例えば白いシリコンゴムは日光にさらされていると黄色に変色しますし、長時間放置されるとベタつきが出やすいという欠点があります。

売上全体の内訳では、ゴムの比率が40%から50%、プラスチックも40%から50%前後で、残り10%前後はその他のガラス製品や機械品です。そしてゴムの中ではシリコンゴム製品の売上が6割ほどで、シリコンチューブがその7割前後を占めています。

安価なシリコンゴムが増えてきましたが、従来の天然ゴム製品の需要もまだ多いということでしょうか。

海老原 はい。医療、薬学や理化学関係では、これまで使われてきた製品をそのまま使う傾向が高く、天然ゴムの比率が非常に高いです。

先代の社長は、「そもそもゴムは時代の新素材として世に現れたものである」ということを言っておりました。馬車の時代の車輪から自動車のタイヤへ、やがて航空機のタイヤにまでと時代の発展を支えてきたわけです。ゴムは表に出る派手な商材ではないのですが、各方面、各産業の裏方の素材として今に至っているのだと考えております。

明治38年創業と大変長い歴史がありますが、そのあゆみをお聞かせください。

海老原 創業者は海老原武五郎と言い、千葉県佐倉藩の藩校に在校していました。当時の先生が福沢諭吉で、11人いたと伝えられる弟子の1人だったそうです。ただし成績が振るわなかったのが、「海老原君は商売をやりなさい」と勧められ、「これからの時代の新素材としてゴムが発展する」というメッセージをいただき、1905(明治38)年に「海老原ゴム商店」という名で、日本橋日銀本店近くでゴム関連の事業を始めたと聞いております。

しばらく日本橋で社業を営んでいましたが、戦時中に空襲に遭い、文京区本郷に移りました。本郷近辺は大学や

経営資料

研究所が多いので、都合がいいだろうという判断もあったようです。

戦時中は統制経済で、ゴムは国が管理する筆頭だったので、自由に商売をするようなことはできなかったようで、軍に提出することも命じられていたと聞いております。

そして戦後間もない頃は、瓦礫の上を自転車やリヤカーで走らなければならず、しばしばタイヤをパンクさせてしまっていた人のために、パンク修理用のゴムを東京や大阪などで売り歩いて、日銭を稼いで乗り越えていたそうです。その事は父親から聞きました。

やがて大学の研究などが再開して予算がつくようになってくると、戦前からの抗菌性の高いゴム素材の販売に加え、プラスチックのものが売れるようになってきました。従来のガラス製品に代わる形でプラスチックの需要が非常に高まったのが昭和30年から50年代頃でした。さらにその頃から、シリコンの価格が下がってきて、弊社が取り扱う製品も、プラスチックやシリコンゴム製品が増えてきたそうです。

代々の社長について、お聞かせいただけますか。

海老原 創業者の曾祖父は私が生まれた時には他界していましたが、2代目の祖父のことは記憶に残っています。当時はいわゆる昔の商店で、ガラッと引き戸を開けると土間があり、その向こうにある6畳の間にそろばんと火鉢があって、和服で仕事をしていました。

2代目の祖父が社長の頃、世界的免疫学者で東京大学名誉教授にもなられた多田富雄氏が、社名であった「海老原ゴム店」に居候していたことをエッセイに残されています。『大小さまざまなゴム栓などで店はうずまっていた。今でもその匂いを懐かしく思い出す。』といったことを書かれています。

3代目になる父は、国産飛行機のYS11を営業する会社にいました。その後20代で入社し、営業として北海道から九州まで出張していました。そして年月が経ち、先代の4代目社長を挟んで、私が5代目の社長になります。父が早く他界したので、仕事面について直接話をしたり、課題を色々と論じたりしたことはありませんでした。本当に幼少期のシーンでしか記憶がないというのが正直なところです。私が社長となって10年以上になりますが、今の姿を父親が見たら、色々と言いたいことがあるだろうと想像します。

海老原社長は、入社前に全く違う業界にいたらしいとのことですが、どのような職種だったのでしょうか。

海老原 報道関係で記者をしていました。大学卒業後に海外の大学院に4年近く学んでから、報道の仕事について、主に北海道や関西を拠点に現場主義を貫いて飛び回っていました。

これまで、経営者として強く印象に残っている出来事があれば、お聞かせください。

海老原 弊社の事業は、何よりもモノを売ることです。サービスではなく、形があるモノを売るという強みは変えがたいものがあり、「モノという商材に期待するということができる仕事なのだな」と、つくづく感じています。それを提供できることは、喜びを感じられることだとも思います。

もうひとつ、弊社には若い社員が増えてきていますが、社員の一人ひとりが最後まで仕事を完結する姿があることが、私の喜びになっています。この育てる時の言い方、伝え方が特に今の時代は難しいのですが、やはりひとつの仕事を完結してもらえんということが、私としては喜びを感じ、ある意味、生きがいでもあるとも言えます。

さらにもう1つ喜びを感じるのが、先代のことを、お客様や他社の先輩の方々からお話いただく時です。「先々代はこうだったよ、こういう風にして売っていたよ」といったお話を教えていただけるのは、お客様、業界の先輩方がまるで鏡が光に反射するように、父親の昔のやり方を私に教えてくださっているのだなと、この業界の方々とお話していく上で喜びとなっています。

経営者としてこれまで困難を感じたことがあれば、お聞かせください。

海老原 コロナ禍で、急に手袋とマスクが必要になり、ドカッと同類製品の注文が殺到したことがありました。「いつ入荷するのか?」との問い合わせがあっても、どうしようもできないような状況でした。その中で、やはり日頃からネットワークを開拓しておくことの大切さを非常に感じました。日頃から広くお会いしたり、お話ししたりしていたことが、電話でしか話せなくても、おチカラ添えをいただけたり、人から人へご紹介をいただけたり、どうにか解決に至る事ができたということが、たくさんありました。やはり人の付き合いは一期一会、とても大切なことと感じました。

経営資料

ここからは、社長の個人的なことをお聞かせください。

座右の銘や愛読書などがあればお聞かせください。

海老原 敬愛する人物ということではありませんが、アインシュタインの言葉で「In the middle of difficulty lies opportunity」という、「困難の中にこそチャンスがある」という言葉は共感します。原爆の投下という悲劇があった後に、アインシュタインが一種の後悔のような思いも含めて残した言葉とも伝えられ、その事からも色々と思う事があります。難しい時こそ人間はどう動くのか、ということです。

もう1つ、イギリスにいた時に「Be scientific」とよく言われたことが印象に残っています。直訳すると『科学的であれ』ということですが、本当によく言われました。経営者は決断するのが仕事のようなものですが、私は自分を思うと、時に「Be scientific」の面が弱いように感じ反省することがあります。それに関連して、天道説が正しいと言われていた時代に、自分の望遠鏡を使った観察や研究を基に地道説を支持したガリレオ＝ガリレイの生き方は、自分になんとかかなと思うだけに、敬意を抱きます。

余暇に楽しんでいる趣味はございますか。

海老原 ひとつは釣りです。正月などに伊豆や、足を伸ばして九州方面で磯釣りを楽しむ事が多いですが、元々せっかち故か成果は今ひとつです。

もうひとつは旅行です。見知らぬ土地を訪ね歩くとエネルギーになります。前職では北海道や関西での勤務も続いた事もあり全ての都道府県を回りました。最近は出張の折にも時間の合間に街歩きなどを楽しんでいます。新しい体験や文物を知って頭の中をアップデートしながら自分自身を高めていける、そういうものを趣味にしています。

協会へのご意見やご要望などがあればお願いします。

海老原 まだ協会に入って日が浅いのですが、色々なネットワークやコミュニケーションを高められるような場をいただけるとありがたいです。とりわけ今は、国の発展の問題など多々あると思います。若い世代の人がより貪欲的だと思いますか、基礎研究など、科学技術の発展のためのチャンスを広げられるような場作りを希望したいと思います。そうした場を協会がファシリテーターとして存在する形があれば良いと思います。私も勉強しながら、よりよい場作りのために関わればと思っています。

困難さということでは、長期的に悩ましく感じていることがあります。ゴム製品をどう作っていただくか、ということなのです。特に弊社の商材は手作り商品が多く、それらの多くは国内各地で作っておりました。しかしこの20年ほど後継者不足が深刻で、特に家族経営でやられてきたところは非常に顕著で、毎年のように工場や作業場の統廃合に直面しています。

そういうことなので、海外で同じものを作ってもらえないかと、私も訪ね歩いて回っています。東南アジアの工場にお願いしても採算が合わないといったような状況も多々ありますが、現在、マレーシア、ベトナム、中国、台湾の工場と提携して、自社製品を作ってもらっています。全体の売上では、海外製品が30%を占めるようになりました。

我々としては、これまで100年以上に渡ってお使いいただいてきたラインナップを変えないよう、提供に努めたいと思っています。

御社の経営方針や経営理念をお聞かせください。

海老原 お客様に寄り添い、ニーズを弊社の方で読み取らせてもらって、それを価値にしていくということになります。私は“いい加減な対応”がとても嫌いで、相手の言っていることを聞き取り、寄り添い、そうして取引に繋いでいくとの思いを強く持っています。

時代の価値観が変わるなど色々ありますが、やはり面倒くさがるようなことをせず、しっかり聞く、そして応えるということが根本だと思います。お客様の姿勢をこちらが理解し、価値化していくことが大切だと思います。

御社の現在の課題をお聞かせください。

海老原 申し上げたように、モノをいかに今後も供給していけるのかということが最大の課題です。もちろん、社員を増やして営業力をつける、あるいは新商材を積極的に取り扱って紹介していくといったような課題もありますが、まずは今まで提供してきた商材を安定的に確保したうえで、次のステップになります。

ひとつの考えですが、主力ゴム商材の在庫品の50%前後を海外製品にゆだねても供給の安定化を図るとで、納品の遅れを防ぎ、弊社の信用問題にならないよう、商品の安定供給を第一にチカラを尽くしたいと思います。