

エイブリックのアナログ半導体事業を支える「人を基点」としたモノづくり

2018年にブランドの再構築を実施して以来、エイブリック株式会社はアナログ半導体の技術ソリューションにおけるグローバルリーダーとしての地位を確立しつつある。

エイブリック株式会社 代表取締役社長兼CEO 石合 信正



エイブリック株式会社の歴史は1970年、世界初の実用的なクォーツ時計に用いられる複雑な部品の自社開発と製造から始まった。そこから48年経った2018年に、同社はブランドの再構築を決行。代表取締役社長の石合信正氏のリーダーシップのもと、大胆な変革が進みつつある。

「2018年にエイブリックを設立したことで、低迷していた会社の状況を完全に好転させることができました。エイブリックの独自技術であるCLEAN-Boost®を応用したバッテリーレス漏水センサなど、新しい技術を含めデバイスやセンサー事業分野に新製品を投入したことによって、事業改革に成功したのです」と石合氏は語る。

実際に、同社の年間営業利益はこの4年間で約3倍に拡大。キャッシュコンバージョンサイクル(CCC)を大幅に改善し、世界の巨大半導体メーカーに匹敵する成功を収めている。



千葉県高塚事業所のクリーンルーム

この企業価値の向上につながったのは、エイブリックが創業以来の強みとする現場力に加え、グローバル企業5社で30年以上にわたる経営経験を積んできた石合氏が大胆に実行した3つの施策に集約される。

一つ目の施策が、「バリューセリング」と呼ばれる顧客価値への徹底した訴求だ。「コスト重視の

営業ではなく、バリューチェーン全体で独自性を打ち出すことで、企業価値全体に対して最適な価格設定への理解を得ることに成功したのです」と石合氏は言う。

もう一つが、石合氏が打ち出すビジネス判断における「7つの基準」だ。「新製品導入の戦略やチェックポイント、コア・コンピタンスの再強化、顧客ニーズのプロセスへの反映など、7つの基準を強化しています。」

「そのひとつが、『昇り竜・水平展開』です。これは、ある産業の中で最も業績の良い分野に投資や経営リソースを思い切って振り



CLEAN-Boost®技術を搭載したバッテリーレス漏水センサ

向け、成功した事例を全世界に水平展開し収益性を向上させるというものです。我々はこれを、『パブリックプロダクト』と呼んでいます。また、IDM(半導体素子製造の材料となるウエハとパッケージの両方を含む統合デバイス製造)の強みを活かし、開発・製造・マーケティング・営業の各部門がプロモーションに全面的に関わるなど、新製品発売に向けて迅速に対応し、発売後の早期売上拡大を実現します。」

三つ目の施策は、緻密なプロジェクトマネジメントの手法を元に行われる「セールス&オペレーションプランニング」だ。「これによって、売上・購買の予測精度、外注加工、在庫管理の向上、多様化する製品ポートフォリオと、グローバ

ル拠点に広がる効率的なサプライチェーンの構築、グローバルトップクラスのCCCと収益性の実現が可能となります」と石合氏は語る。

「現在弊社では、バッテリーレスセンサ、航空宇宙技術用UVカメラ、車載・医療用集積回路部品など、アナログ半導体ソリューションを幅広く取り揃え、世界の半導体企業でも他に類を見ない製品ラインアップを実現しています。このようなニッチな市場をターゲットにすることで、多くの企業が失敗の原因とする大手競合他社との直接的な競争を回避することができています。我々の戦略は、市場の中でグローバルなニッチを探し求めながら、常に自弱

の強みを評価し、弱みを理解し、世界を開拓することで」と石合氏は言う。

「私は、多様なリーダーシップの経験と製造業での長いキャリアを武器に、経験豊かな視点で会社に貢献したいと考えています。個人的には、実業家で元ゼネラル・エレクトリック(GE)会長のジャック・ウェルチ氏など海外の優れたリーダーから多くのことを学びました。私がGEプラスチック社本社のセンター・オブ・エクセレンスで勤務していたとき、ウェルチ氏は恐れや不安、ためらいを持たず、十分にクレイジーであれと私に教えてくれました。淡々と目的に

集中し、情熱を持って向かうこと。それが大切だと学んだのです。」

「もうひとつの重要な教訓は、私のメーターでもあるGEインターナショナル元CEOのナニ・ベッカリ氏から学んだ、信頼性と常に自分らしくあることの重要性です」と石合氏は言う。



東京国際空港のサインボード

「日本語では、お客様の満足をいかにして実現するかという姿勢を『おもてなし』と呼びます。これは日本人にとって大事な目標でもあり、先述したような我々の強みを活かして実現できることでもあります。全ての考え方は、一つにつながっているのです」と石合氏は言う。



都内を走るエイブリックバス

ビジネス以外の経験では、当時できたばかりだった新幹線に父親と共に試乗した時の感動が、日本の「モノづくり」への情熱のきっかけになったと石合氏は語る。「私の記憶には、過去に日本が作り上げた技術の輝きが深く残っています。今後、日本が世界の技術革新の担い手として、そう遠くないうちに復活すると信じています。」

「モノづくり文化を根底に、ミネベアミツミグループの一員として、グローバルに活躍する社員とともに、同じ未来に向かってエイブリックを前進させていきたいと強く願っています。」

石合氏は、自社が開発・製造する半導体の仕組みと同じように、自身の経験をインプットからアウトプットまで一貫して余すことなくエイブリックに伝えていきたいと語る。

エイブリックを語る上で重要なことは、この会社がデジタルではなくアナログ半導体のメーカーであるということだ。

「アナログ半導体の製造には、特殊な職人技と緻密な設計が必

須です。その結果、他にはない高い価値とインテリジェンスを持った製品を生み出すことができるのです」と石合氏は胸を張る。

「私の信条は、『謙虚、溫柔、感謝』です。この考え方は、日本企業の強さである高品質な『モノづくり』の信条に基づいています。これは、プロダクトマネジメントやスピードだけではなく、『人が基点』というポイントにおいて最も大切だと考えています。」と石合氏は語る。

「人こそが変化をもたらすアイデアを生み出し、会社を前進させる原動力です。たとえ世界で最も優れた製品を持っていても、その会社で働く人々のモチベーションが低ければ製品は改善されず、売上は下がってしまいます。社員のモチベーションを高めることが、イノベーションを起し、持続的な成長を実現するための最重要課題とも言えるのです。」

エイブリックは、「モノづくり」の信条が製造過程だけに当ってはまるものではなく、顧客満足度を高めるためにも重要な要素であると認識している。

「日本語では、お客様の満足度をいかにして実現するかという姿勢を『おもてなし』と呼びます。これは日本人にとって大事な目標でもあり、先述したような我々の強みを活かして実現できることでもあります。全ての考え方は、一つにつながっているのです」と石合氏は言う。

「世界は今、より小さく、よりスマートで、よりシンプルであることを求めています。私たちの製品がこれらを実現し、社会に利益をもたらします。」

「エイブリック(ABLIC)」という社名は、ABLE(可能にする)とIC(集積回路)を組み合わせた造語だ。半導体技術がもたらすことができる可能性を示した言葉でもある。

「Small Smart Simpleなアナログ半導体ソリューションでお客様に感動を与えるという企業ビジョンをロゴと社名で伝えていますが」と石合氏はそのブランドについて説明する。このブランディング戦略によって、他のB2B企業との差別化だけでなく、社員が自分が働く会社に誇りを感じられるきっかけを生んでいるのだという。



東京・銀座のパナー広告

また、同社が企業ビジョンとして掲げる「Small Smart Simple」は、国連の掲げるSDGs(国連の持続可能な開発目標)の考え方も合致していると石合氏は言う。

「我々のアナログ半導体製品は、世の中を小さく、よりスマートで、よりシンプルにすることができるのです。これは、SDGsのために世界が今まさに必要としていることであり、弊社の製品をお客様に使っていただくことで、多大な恩恵をもたらす事ができるのです。」

「我々は、常により多くの天然資源や再生可能な資源を活用することを求めています。弊社のポートフォリオはアナログ半導体製品のみで構成されており、製品の品質に対しては特に注意を払っています。」

研究開発においては、新製品だけではなく、既存の製品における新しい用途や部品に対して重点を置いていると石合氏は強調する。「我々は、このアプローチこそが、お客様をサポートするためのより直接的かつ即効性のある手法であると考えています」と石合氏は言う。

「研究開発というより、『用途開発』と言ったほうがいいかもしれません。例えば、我々のCLEAN-Boost®という技術は、わずかな水滴の水をエネルギーに変えることができるのです。この技術は無数の可能性を秘めています。発売後、この技術は米国IEEE(電気電子学会)から賞を受賞しました。この技術は、住宅やオフィスで使用される漏水検知センサとして実用化されているほか、介護の分野でも新たな活用場を模索しています。」

「この『用途開発』は、課題解決のための素晴らしいアプローチ

だと思います。お客様は適切な価格だけでなく、持続可能な形で機能を果たす製品を求めており、バランスを取ることが重要です」と石合氏は言う。

エイブリックは、海外においてもそのポジションを確立している。同社の営業や設計はアメリカやヨーロッパで実施されるほか、生産はアジア各地で行うなど、グローバル規模のビジネスを積極的に展開している。

エイブリックにとって、グローバル市場におけるポジション維持は今後最優先すべき課題だと石合氏は言う。「現在、弊社の売上の70%が海外を占めています。短期間でこのような素晴らしい成果を上げることができたのは、社員の仕事に対する姿勢によるところが大きいと考えています。今後

も合致している」と石合氏は言う。

「我々のアナログ半導体製品は、世の中を小さく、よりスマートで、よりシンプルにすることができるのです。これは、SDGsのために世界が今まさに必要としていることであり、弊社の製品をお客様に使っていただくことで、多大な恩恵をもたらす事ができるのです。」

「我々は、常により多くの天然資源や再生可能な資源を活用することを求めています。弊社のポートフォリオはアナログ半導体製品のみで構成されており、製品の品質に対しては特に注意を払っています。」

「研究開発においては、新製品だけではなく、既存の製品における新しい用途や部品に対して重点を置いていると石合氏は強調する。」

「我々は、このアプローチこそが、お客様をサポートするためのより直接的かつ即効性のある手法であると考えています」と石合氏は言う。

「研究開発というより、『用途開発』と言ったほうがいいかもしれません。例えば、我々のCLEAN-Boost®という技術は、わずかな水滴の水をエネルギーに変えることができるのです。この技術は無数の可能性を秘めています。発売後、この技術は米国IEEE(電気電子学会)から賞を受賞しました。この技術は、住宅やオフィスで使用される漏水検知センサとして実用化されているほか、介護の分野でも新たな活用場を模索しています。」

「この『用途開発』は、課題解決のための素晴らしいアプローチ

とのコラボレーションにとどまらず、世界中の多くの著名な大学の先生方と協力して新しい技術開発の取り組みを加速していきたいですね。」

石合氏は、ビジネスでの協力において国境は存在しないと語る。

「ニーズさえあれば、場所を問わずとも一緒に協力したいと考えています。高い可能性を秘めている欧州や米国におけるプレゼンスも今後拡大していきたい。ニッチな製品の用途事例を紹介しながら、我々の優れた技術力と品質を示すことができるよう、世界の動きに常に注目していく考えです。」

業種問わずの中にありながらも、エイブリックは更にその先にある未来での成長を目指し歩み続けていく、と石合氏は自信を見せる。



世代を超えて受け継がれるモノづくりの技

はこれをさらに伸ばしていきたいですね。」

「私は、会社が持つ付加価値とは単にハイエンドな製品を世に送り出すだけにとどまるものではないと考えています。我々エイブリックは、熱意を持ったブランディング戦略、優れた製品開発、きめ細やかな販売とサポート、従業員の満足度向上など、すべてを可能な限り高いレベルで実現することが、最終的にお客様の満足につながると考えています。これこそが、世代を超えて受け継がれるべき我々の『モノづくり』の精神です。」

