

小さな町工場から
グローバル企業へ

私共平岡産業は日本、タイ、インドを拠点に自動車、オートバイ、電子製品などの部品を製造、販売する金属切削部品加工メーカーです。タイ人、インド人を中心に約千四百名のスタッフを擁し、売り上げは約百四億円。取り引きは世界十四か国に及びます。

創業は一九〇七年、曾祖父の平岡静三郎が近代綿織物が盛んな東京・青梅の地で平岡織物という織物メーカーを開業。以来時代の変化に柔軟に、

一所懸命

引先の商社から「カーオーディオの部品製造をタイと一緒にやらないか」と打診を受けたことです。低迷する町工場の活路を求めていた先代は海外進出を決断しE&H Precisionという現地法人を設立、三十三歳の私が社長、二十三歳の従兄弟が工場長、二十歳の入社間もない社員が製造責任者として現地に派遣されたのです。資金的な余裕は全くありません。銀行から一億五千万円を融資してもらい、商社の社員と二人で事務所を借り、地元のカラオケ店の女性店員に通訳をお願いするなど文字通り手探りでスタートでした。

日本から工作機械が届くまでの三か月間に工場

対応しながら、百十八年の歴史を刻んできました。創業時から事業は地域に浸透し、静三郎は地元青梅の織物協同組合の組合長を務めるほどでしたが、大正、昭和初期をピークに業績は徐々に下降線を辿り、戦後、日本の繊維工業が深刻な構造不況に陥ると、最後まで踏み止まっていた当社も事業転換を余儀なくされました。一九七二年に社名を平岡産業に改称し自動旋盤、精密金属切削加工業に転換。カメラを手始めにカーステレオ、オーディオ機械用シャフトなどの部品生産を地道に続けてきました。

しかし、後発ゆえに取り引き規模は小さく、経

を確保し、通訳を介した面接で二十名ほどの現地スタッフを雇用。日本人の応援スタッフと共に作業の工程から切削技術、掃除の仕方まで丁寧に指導し、稼働に漕ぎ着けました。現地スタッフが仕事に馴染んでくれるかが何より心配でしたが、仕事への向き合い方は熱心で、摩耗した刃物を研ぎ直して正確に取りつけるという精緻な技術も見事に習得してくれました。

幸いだったのは同業者がほぼゼロだったことです。受注はE&H Precisionが一手に引き受け、カーオーディオが下火になった後は、自動車部品へのシフトを円滑に図ることができました。事業は

ただ、その頃から環境規制への対応が世界規模で求められるようになり、そうなるや高度な加工技術を持つ日本企業にとって追い風となることは明らかでした。赤字経営の厳しい中ではありましたが、当社も起死回生のための大規模設備投資を行い、将来に備えました。

思ってもみない試練に見舞われたのは、まさにそんな時でした。全世界を席巻したコロナパンデミックにより生産ラインがストップしてしまったのです。さらに、二〇一六年にメキシコに進出したものの赤字で撤退を余儀なくされるという時でもありました。多くの方の支援で何とか切り抜けることはできましたが、メキシコでの失敗により精神的に追い込まれていた私にとって、コロナ禍は二重の衝撃でした。

しかし、このようないくつもの試練により、当社の足腰は確かに強くなりました。何より嬉しかったのは大規模な先行投資をつくったインドの工場の業績が急伸し、黒字転換を図ることができたことです。タイの工場ではコロナ禍で徹底して無駄を削ぎ落としたことが、いま健全経営に大いに生かされています。

社を発展に導いた
家族主義

二〇二五年は当社がタイに進出して三十年、インドに進出して十五年の節目の年。いま改めて思うのは当社の経営理念の意義です。

「会社は信頼関係で結ばれた家族のような存在である。会社の皆が誠実に・地道に・こつこつ仕事をを行い、世界中のあらゆるお客様から強く必要とされる会社となり、私たちの生活基盤である会社

の継続的成長に必要な適正利益を確保する。その営みを通して、社員の資質向上とその家族の物心両面の幸福を実現し、社会に貢献する。」

これは私が二〇一八年につくった当社の経営理念です。家族主義を謳った理念の原点には、幼少期に見た貧しくても真摯に働き続ける家族の姿があるように思えます。それはタイやインドの国民性とも合致し、社を発展に導いてくれました。

私は一九九五年、タイの現地法人の社長に就任して以来、今日までタイを拠点として日本やインドを往き来する生活を続けています。「外国人を相手に仕事することに難しさを感じませんか」と質問を受けることもあります。いつも現場に足を運んで心を通わせれば必ず理解し合えるというのが私の信念です。民族の壁を越えた一家族という思いで、仕事の意義や目的を繰り返し語り続ける。これが私なりの教育の方法なのです。

当社には家族主義の経営理念の前提として掲げているスローガンがあります。それは「一所懸命」。文字通り命懸けで先祖伝来の土地を守り抜いた関東武士の気概を象徴する、私の大好きな言葉です。このスローガンを唱える度に、私は百年以上続く会社を守り、次にバトンを繋ぐという私自身の覚悟を促されます。と同時に、その誇るべき日本精神が国境を越えて、タイやインドの現地社員にも広く浸透していることに大きな喜びを感じます。

日本人の素晴らしいさを伝える「和僑」の企業として、これからも従業員や家族の幸せを守り、事業と人材を通じた社会貢献に力を尽くすキラリと光る存在を目指して歩み続ける所存です。

取材：執筆／致知編集部

営は決して楽ではありませんでした。当時小学生だった私は、先代の父が真夜中に工作機械の切りくずを除去し、油まみれの作業服のまま床に就く様子を間近で見ながら、町工場の経営の厳しさと先代の苦勞を思ったものです。そういう中でも両親や祖父母は神棚や仏壇に必ず手を合わせて、日々の仕事に打ち込んでいた姿がいまも胸に焼き付いています。

逆境の中での
海外進出

当社に大きな転機が訪れたのは一九九五年、取

平岡産業株式会社
代表取締役社長
平岡泰浩



急成長し、現在、タイ国内に四つの工場を構え、八百四十名（うち正社員四百名）の現地社員が勤務しています。

相次ぐ試練が
社の足腰を強くした

タイで大きな自信を得た当社は二〇一〇年、新たにインドに進出しました。日系の工業団地を確保し、意気揚々と自動車部品の製造を始めたのですが、そこには思わぬ誤算がありました。タイと違って同業者が多く、受注金額が極端に安いのです。そのために十年間はずっと赤字続きでした。



生産拠点 | E&Hタイ30th E&Hインド15th Anniversary



タイ工場



インド工場

若手・経験者を積極的に採用中！

～ 挑戦の場はいつもグローバル ～

※HPのお問い合わせまでご連絡ください

超精密を支えに、革新の最前線へ――

アジア最大級の切削加工工場―自動旋盤1000台所有―業界の先駆者としてフロンティアを開拓！



平岡産業株式会社

東京都青梅市上町367





人間学を学ぶ月刊誌「致知」2025年5月号

Issho-Kenmei (Utmost Diligence)

Yasuhiro Hiraoka President and CEO, Hiraoka Sangyo Co., Ltd.

■ From A Small-town Factory to A Global Company

Hiraoka Sangyo is a precision metal-cutting parts manufacturer with operations in Japan, Thailand, and India. We produce and supply components for automobiles, motorcycles, and electronic devices. Our team of 1,400 employees, mostly from Thailand and India, generates annual sales of approximately 10.4 billion yen. Our products are shipped to 14 countries around the world.

The company's origins date back to 1907, when Seizaburo Hiraoka, my great-grandfather, who founded Hiraoka Textile in Ome, Tokyo—then a hub for modern textile production. Over the last 118 years, we have adapted flexibly to changes in society while building our legacy.

From its inception, the business was deeply rooted in the local community. Seizaburo's professional experience includes serving as the head of the local textile cooperative. However, after its peak in the Taisho and early Showa eras, the textile industry began to decline. Following World War II, the Japanese textile sector entered a severe structural downturn, and even we, who had held on until the end, were forced to shift our business direction.

In 1970, the company was renamed Hiraoka Sangyo and began focusing on precision metal-cutting using automatic lathes. Our company began with the production of camera parts, and has gradually expanded into the production of components for car stereos and audio equipment.

Nevertheless, as a latecomer to the field, we faced limited business volume, and management was not easy. I remember, as a child, watching my father—then the company president—clean up metal shavings from machines late at night and go to bed in his oil-stained work clothes. It left a lasting impression on me, the harsh realities of running a small factory. Moreover, I also vividly recall how my parents and grandparents always prayed to the household Shinto and Buddhist altars and devoted themselves wholeheartedly to their work. That spirit remains deeply ingrained in me.

■Expanding Overseas Amid Adversity

A turning point came in 1995, when we got an invitation from a trading company to start manufacturing car audio parts in Thailand. My father, seeking a way forward for the struggling business, decided to expand abroad. A local subsidiary has been established under the name E&H Precision. At the time, I was 33 years old and was appointed president. My 23-year-old cousin became the plant manager, and a new 20-year employee was assigned the role of manufacturing lead.

We had no financial cushion. We borrowed 150 million yen from the bank and rented an office with just one trading company staff member. We even asked the karaoke bar hostess to help us interpret—truly a trial-and-error beginning.

While waiting three months for our machines to arrive from Japan, we secured a factory and hired about 20 local staff through interpreter-assisted interviews. Together with our Japanese support staff, we carefully taught everything—from production processes and cutting techniques to how to clean the factory. We were most concerned whether local staff would adapt, but they worked with great dedication and quickly mastered even the intricate skill of sharpening and installing worn tools accurately.

Fortunately, there were virtually no competitors in our field in Thailand at the time, so all orders came directly to E&H Precision. As demand for car audio declined, we smoothly shifted our focus to automotive parts. The business grew rapidly, and we now operate four factories in Thailand, employing 840 people (400 of them permanent staff).

■Trials That Strengthened Our Foundation

Encouraged by our success in Thailand, we expanded to India in 2010. We secured space in a Japanese industrial zone and began producing auto parts with great enthusiasm. However, we soon faced unexpected challenges. Unlike Thailand, India had many competitors, and order prices were extremely low. We struggled with losses for ten years.

During that time, global environmental regulations began to tighten, creating more demand for the high-precision manufacturing that Japanese companies specialize in. Even under tough conditions, we made large-scale investments to prepare for future demand and regain our footing.

Then came the COVID-19 pandemic, which brought global production lines to a halt. At the same time, we were forced to withdraw from our loss-making venture in Mexico. Thanks to the support of many people, we managed to get through it, but the double blow of failure in Mexico and the pandemic pushed me to my mental limits.

Yet these hardships undoubtedly made our company stronger. What gave me the greatest joy was seeing our large investment in the Indian factory finally pay off—our operations there became profitable. In Thailand, the operational efficiencies we implemented during COVID are now contributing to healthy and lean management.

■A Family-Based Philosophy That Led to Growth

In 2025 marks 30 years since we entered Thailand and 15 years since we entered India. Looking back, I’m reminded of the importance of our company philosophy:

“A company should be like a family bound by trust. When everyone works sincerely and consistently, we can become an essential partner to customers around the world.

By securing fair profits to sustain our company, we improve the character of our employees, provide material and emotional well-being to their families, and contribute to society through our business and our people.”

I formulated this principle in 2018. At its core is the memory of my own family—who worked sincerely even in poverty—which shaped the value system that continues to guide us. This family-oriented mindset has also resonated strongly with our employees in Thailand and India, helping to drive our company’s growth.

Since becoming president of our Thai subsidiary in 1995, I’ve continued to base myself there, traveling regularly to Japan and India. People often ask me if I find it difficult to work with foreigners. But I believe that by showing up in person and building genuine connections, mutual understanding always follows. I see us as a family that transcends nationality. That’s why I keep communicating the purpose and meaning of our work over again and over again. This is my leadership and education style.

We also have a slogan that supports our philosophy: Issho-Kenmei, or “Utmost Diligence” It’s a term that evokes the spirit of samurai who would risk their lives to protect their inherited land. Every time I say it, it renews my resolve to protect our century-old company and to pass it on to the next generation. At the same time, I feel a deep joy in seeing this admirable Japanese spirit take root across borders, in Thailand and India alike.

As a proud “Wakyo” (Japanese expatriate) company that shares the best of Japanese values, we will continue to protect the well-being of our employees and their families, contribute to society through our business and people, and strive to shine brightly in the global landscape.

นิตยสาร “CHICHI” ฉบับเดือนพฤษภาคม / จุดเริ่มต้นในการก่อตั้งธุรกิจ

Issho Kenmei (การทำอย่างเต็มที่)

โดย ยาสึฮิโระ ฮิราโอกะ
ประธานกรรมการและกรรมการผู้จัดการ
บริษัท ฮิราโอกะ ชังเกียว จำกัด

■ จากโรงงานเล็ก ๆ ในเมือง
สู่การเป็นบริษัทระดับโลก

พวกเราบริษัท Hiraoka Sangyo เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนโลหะที่ใช้ในรถยนต์ รถจักรยานยนต์ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยมีฐานการผลิตอยู่ในญี่ปุ่น ไทย และอินเดีย เรามีพนักงานประมาณ 1,400 คน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวไทยและชาวอินเดีย ยอดขายของเราประมาณ 10.4 พันล้านเยน และมีลูกค้าอยู่ใน 14 ประเทศทั่วโลก

บริษัทก่อตั้งขึ้นในปี ค.ศ. 1907 โดยคุณทวด ฮิราโอกะ เซซาบуро ซึ่งเริ่มทำธุรกิจสิ่งทอภายใต้ชื่อ “Hiraoka Orimono” ในกรุงโตเกียว เมืองโอเมะ ซึ่งเป็นเมืองที่มีความรุ่งเรืองในเรื่องผ้าทอผ้าสมัยใหม่ ตั้งแต่นั้นมา เราก็ได้ดำเนินธุรกิจโดยปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลงมาโดยตลอด จนถึงปัจจุบันเป็นเวลากว่า 118 ปีแล้ว

ในช่วงเริ่มต้น ธุรกิจของเราก็ได้หยั่งรากลึกในชุมชน โดยคุณเซซาบуроได้เป็นถึงประธานสหกรณ์สิ่งทอในท้องถิ่นของเมืองโอเมะ อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปลายยุคโทโฮถึงต้นยุคโชวะ ธุรกิจเริ่มซบเซาลง และหลังสงคราม อุตสาหกรรมสิ่งทอของญี่ปุ่นก็เข้าสู่ภาวะถดถอยทางโครงสร้างอย่างหนัก ทำให้ในที่สุดบริษัทของเราซึ่งพยายามยืนหยัดมาตลอด ก็ไม่สามารถหลีกเลี่ยงการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจได้

ในปี 1970 เราได้เปลี่ยนชื่อบริษัทเป็น “Hiraoka Sangyo” และหันมาประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการผลิตด้วยการตัด กลึงชิ้นส่วนโลหะที่มีความละเอียดสูงด้วยเครื่องกลึงอัตโนมัติ เราเริ่มต้นจากการผลิตชิ้นส่วนกล่อง จากนั้นก็ขยายไปยังชิ้นส่วนสำหรับเครื่องเสียงในรถยนต์ และเพลาลูกเครื่องเสียงต่าง ๆ โดยค่อย ๆ ดำเนินธุรกิจเรื่อยมาอย่างมั่นคง

อย่างไรก็ตาม ด้วยความที่เราเข้าสู่ธุรกิจช้ากว่ารายอื่น ธุรกิจยังมีขนาดเล็ก การบริหารงานจึงไม่ใช่เรื่องง่ายเลย ตอนที่ผมยังเป็นเด็กนักเรียนประถม ผมเคยเห็นพ่อของผมทำงานจนดึก คอยเก็บเศษโลหะออกจากเครื่องจักร แล้วเขานอนทั้งที่ยังสวมชุดทำงานเบื่อน้ำมันอยู่ ภาพนั้นทำให้ผมรู้ซึ่งถึงความยากในการบริหารโรงงานเล็ก ๆ และความยากลำบากของพ่อ

แม้ในสถานการณ์เช่นนั้น พ่อแม่และปู่ย่าของผมก็ไม่เคยละเลยที่จะพนมมือไหว้หิ้งพระแบบชินโต และพุทธทุกวัน และทุ่มเทกับการทำงานในแต่ละวัน ภาพเหล่านั้นยังคงตราตรึงอยู่ในใจผมจนถึงทุกวันนี้

■ การออกไปทำธุรกิจในต่างแดน

ท่ามกลางความยากลำบาก

จุดเปลี่ยนสำคัญของบริษัทเราเกิดขึ้นในปี 1995 เมื่อบริษัทคู่ค้ารายหนึ่งติดต่อมาว่า “อยากจะร่วมกันผลิตชิ้นส่วนเครื่องเสียงรถยนต์ที่ประเทศไทยหรือไม่” ประธานรุ่นก่อนซึ่งกำลังมองหาเส้นทางใหม่ให้กับโรงงานเล็ก ๆ ที่กำลังซบเซาในญี่ปุ่น จึงตัดสินใจจะออกไปทำธุรกิจในต่างประเทศ และได้ก่อตั้งบริษัทในไทยภายใต้ชื่อ E&H Precision โดยผมซึ่งตอนนั้นอายุ 33 ปี รับตำแหน่งประธานบริษัท ลูกพี่ลูกน้องผมอายุ 23 ปีเป็นผู้จัดการโรงงาน และพนักงานใหม่อายุ 20 ปีที่เพิ่งเข้าบริษัทได้ไม่นาน รับผิดชอบด้านการผลิตถูกส่งไปประจำที่ไทย

ตอนนั้นเราแทบไม่มีเงินทุนเลย จำเป็นต้องกู้เงินจากธนาคารจำนวน 150 ล้านเยนมาใช้เริ่มต้นธุรกิจ โดยผมกับพนักงานของบริษัทเทรดดิ้งอีกคนหนึ่งเข้าสำนักงาน และขอให้พนักงานหญิงจากร้านคาราโอเกะในพื้นที่มาช่วยเป็นสามให้ เรียกได้ว่าเป็นการเริ่มต้นแบบต้องคลำหาทางจริงๆ

ในช่วง 3 เดือนก่อนที่เครื่องจักรจากญี่ปุ่นจะส่งมาถึง เราหาโรงงานและสัมภาษณ์พนักงานในพื้นที่ผ่านล่ามจนได้ประมาณ 20 คน จากนั้นก็เริ่มสอนทุกขั้นตอนตั้งแต่กระบวนการผลิต เทคนิคการกลึง ไปจนถึงวิธีทำความสะอาด โดยมีพนักงานชาวญี่ปุ่นคอยช่วยแนะนำอย่างละเอียด

สิ่งที่ผมห่วงมากที่สุดก็คือ พนักงานคนไทยจะสามารถปรับตัวเข้ากับงานได้ไหม แต่ทุกคนตั้งใจทำงานมาก จนแม้แต่เทคนิคละเอียดอ่อนอย่างการลับคมมีดกลึงที่สึกให้คมใหม่ แล้วติดตั้งให้ถูกต้อง พวกเขาเรียนรู้มันได้อย่างยอดเยี่ยม

สิ่งที่โชคดีที่สุดคือ ในตอนนั้นแทบไม่มีบริษัทคู่แข่งในสายงานเดียวกันเลย E&H Precision ได้ออร์เดอร์ทั้งหมดเจ้าเดียว และแม้ต่อมาเครื่องเสียงรถยนต์จะไม่เป็นที่นิยมเหมือนเดิม เราก็สามารถเปลี่ยนไปผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ได้อย่างราบรื่น

ธุรกิจเติบโตอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันเรามีโรงงาน 4 แห่งในประเทศไทย โดยมีพนักงานชาวไทยรวม 840 คน (เป็นพนักงานประจำ 400 คน)

■ บททดสอบที่มีมาอย่างต่อเนื่อง
ทำให้รากฐานของบริษัทเข้มแข็ง

หลังจากที่บริษัทของเราได้รับความมั่นใจอย่างมากจากการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย เราได้ขยายธุรกิจไปยังประเทศอินเดียในปี 2010 โดยจัดตั้งบริษัทในพื้นที่ของนิคมอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น และเริ่มต้นการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ด้วยความมุ่งมั่นเต็มเปี่ยม อย่างไรก็ตาม เรากลับพบกับการคาดการณ์ที่คลาดเคลื่อนอย่างไม่คาดคิด เพราะต่างจากประเทศไทย ที่อินเดียนั้นมีคู่แข่งจำนวนมาก และมูลค่าการสั่งซื้อนั้นต่ำอย่างมาก เราจึงประสบภาวะขาดทุนต่อเนื่องนานถึงสิบปี

อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลานั้น โลกเริ่มให้ความสำคัญกับข้อกำหนดด้านสิ่งแวดล้อมมากขึ้น และแนวโน้มดังกล่าวก็กลายเป็นปัจจัยเกื้อหนุนที่ชัดเจนสำหรับบริษัทญี่ปุ่นที่มีเทคโนโลยีการผลิตขั้นสูง แม้จะอยู่ในสถานการณ์ทางธุรกิจที่ยากลำบากจากภาวะขาดทุน บริษัทของเราก็ยังตัดสินใจลงทุนครั้งใหญ่ในเครื่องจักรและอุปกรณ์ เพื่อพลิกฟื้นธุรกิจ และเตรียมการสำหรับอนาคต

และในเวลานั้นเอง เราก็ต้องเผชิญกับบททดสอบที่ไม่คาดคิด — การระบาดของโควิด-19 ที่ลุกลามไปทั่วโลก ทำให้สายการผลิตต้องหยุดชะงักลง อีกทั้งยังเป็นช่วงที่บริษัทของเรากำลังถอนตัวออกจากเม็กซิโกเนื่องจากประสบภาวะขาดทุนอย่างหนัก แม้ว่าเราจะสามารถฝ่าฟันวิกฤตครั้งนั้นมาได้ด้วยความช่วยเหลือจากหลายฝ่าย แต่สำหรับผม ซึ่งถูกกดดันอย่างหนักจากความล้มเหลวในเม็กซิโกแล้ว วิกฤตโควิดยังทำร้ายจิตใจผมซ้ำอีก

อย่างไรก็ตาม บททดสอบเหล่านี้ได้ทำให้รากฐานของบริษัทเราแข็งแกร่งขึ้นอย่างแท้จริง สิ่งที่น่ายินดีที่สุดคือ โรงงานในอินเดียที่เราได้ลงทุนไว้ก่อนหน้านี้ อย่างมหาศาลนั้น สามารถสร้างผลประกอบการให้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และกลับมามีกำไรได้อีกครั้ง ส่วนโรงงานในประเทศไทย การที่เราลดความสิ้นเปลืองอย่างจริงจังในช่วงโควิด ได้ถูกนำมาใช้ให้มีการบริหารจัดการที่มั่นคงอย่างมากในปัจจุบัน

■ แนวคิดแบบครอบครัว

ที่ได้นำพาบริษัทเติบโตขึ้น

ปี 2025 ถือเป็นปีแห่งความสำคัญ ครบรอบ 30 ปีของการที่บริษัทของเราเข้ามาดำเนินธุรกิจในประเทศไทย และ 15 ปีของการขยายกิจการสู่ประเทศอินเดีย สิ่งที่ผมตระหนักขึ้นมาอีกครั้งในช่วงเวลานี้ก็คือ ความสำคัญของปรัชญาการบริหารของบริษัทเรา

"บริษัท เป็นดัง ครอบครัว ซึ่งสมาชิกทั้งหลายผูกพันกันด้วยความไวเนื้อเชื่อใจ เราทุกคนในบริษัทจะเพียรทำงานอย่างซื่อตรง แข็งขัน เอาจริงเอางัง

เราจะทำให้บริษัทของเราได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั่วโลก และจะสร้างกำไรที่สมเหตุสมผลซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นต่อการพัฒนาบริษัทอย่างยั่งยืน โดยบริษัทนั้นถือเป็นรากฐานในการดำเนินชีวิตของพวกเรา เราจะพัฒนาคุณภาพของพนักงานผ่านการปฏิบัติงาน และทำให้ครอบครัวของพวกเขามีความสุขทั้งกายและใจ ซึ่งเป็นการตอบแทนทางสังคมด้วยเช่นกัน"

นี่คือปรัชญาการบริหารที่ผมร่างขึ้นในปี 2018

เบื้องหลังแนวคิดแบบครอบครัวนี้ น่าจะมาจากภาพในวัยเด็กที่ผมได้เห็นครอบครัวของผม แม้จะยากจน แต่ยังคงทำงานอย่างตั้งใจ และจริงจัง ซึ่งแนวคิดนี้ยังสอดคล้องกับลักษณะนิสัยของคนไทยและคนอินเดีย และเป็นพลังสำคัญที่ช่วยผลักดันให้บริษัทของเราเติบโตมาจนถึงวันนี้

ผมเข้ารับตำแหน่งประธานบริษัทสาขาในประเทศไทยตั้งแต่ปี 1995 และใช้ชีวิตโดยอยู่ที่ประเทศไทยเป็นหลัก แล้วเดินทางไปกลับระหว่างญี่ปุ่นและอินเดียมาถึงตอนนี้เคยมีคนถามว่า "รู้สึกยากไหมที่ต้องทำงานร่วมกับคนต่างชาติ?" แต่สิ่งที่ผมเชื่อมั่นคือ หากเราลงพื้นที่จริง สื่อสารสร้างความเข้าใจ เราก็จะสามารถเข้าใจกันได้อย่างแน่นอน ผมจึงพูดซ้ำ ๆ อยู่เสมอถึงความหมายและเป้าหมายของการทำงาน ด้วยความรู้สึกที่ก้าวข้ามเชื้อชาติ เป็นครอบครัวเดียวกัน และนั่นก็คือวิธีการให้ความรู้ของผม

บริษัทของเรายังมีสโลแกนที่ใช้ตามหลักการบริหารงานแบบครอบครัว คือคำว่า **"一所懸命 (อิชิโซเค็มเม)"** ซึ่งหมายถึง "การทำอย่างเต็มที่" และมีที่มาจากจิตวิญญาณของนักรบซามูไรในแถบคันโตที่จะปกป้องแผ่นดินของบรรพบุรุษด้วยชีวิต นี่คือคำโปรดยของผม และทุกครั้งที่พูดคำนี้ออกมา ก็ยังตอกย้ำถึงความตั้งใจของผมที่จะปกป้องบริษัทที่สืบทอดมายาวนานกว่า 100 ปี พร้อมส่งไม้ต่อให้กับคนรุ่นต่อไป ในขณะเดียวกัน ผมก็รู้สึกดีใจอย่างยิ่งที่จิตวิญญาณอันน่าภาคภูมิใจของญี่ปุ่นนี้ได้แผ่ขยายไปถึงพนักงานในประเทศไทยและอินเดียด้วย

ในฐานะบริษัท **"和僑 วะเคียว"** ซึ่งหมายถึงชาวญี่ปุ่นที่มาทำธุรกิจในต่างแดน เราจะเดินทางต่อไปเพื่อปกป้องความสุขของพนักงานและครอบครัว และมุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรที่เปี่ยมประกาย โดยทุ่มเทกำลังอย่างเต็มที่ในการตอบแทนสังคมผ่านธุรกิจและทรัพยากรมนุษย์

— เรียบเรียงและสัมภาษณ์โดย กองบรรณาธิการนิตยสาร Chichi