広告

北海道から世界に迫る

～デジタルとアナログ、強みをいかした融合へ～

昨年、創業60周年を迎えた
株式会社HBAと、ソメスサドル株式会社。
デジタル、アナログの両極にある
二社のトップが、北海道にいながら、
全国、世界へ向かうロードマップを語ります。

HOKKAIDO BIZ ACTION

染谷尚弘（そめや なおひろ）
1976年北海道生まれ。2006年、ソメスサドル株式会社に入社。東京・青山を皮切りに直営店舗の全国展開に取り組み、その後も銀座、大阪、名古屋の出店戦略を統括。また、主材料である革を調達するために、自ら国内外を訪ね歩き、商品企画のディレクションにも携わる。2015年に専務取締役となり、2021年6月より現職。

白幡一雄（しらはた かずお）
1963年北海道生まれ。1987年、北海道ビジネスオートメーション（現・株式会社HBA）に入社。技術者としてキャリアをスタートし、企画管理や自治体システム部門など要職を歴任。現場でのシステム開発から組織マネジメント、そして東京支社長として首都圏での事業拡大にも取り組む。2020年に取締役執行役員常務を経て、2024年4月より現職。

撮影協力／ソメスサドル株式会社本社（砂川市）

白幡一雄 × 染谷尚弘

株式会社HBA 代表取締役執行役員社長
ソメスサドル株式会社 代表取締役社長

SOMÈS SADDLE

HBA

同じ年に北海道で創業。60周年を迎えた両社

白幡：私はソメスサドル（以下、ソメス）のファンで、長年、バッグなどを愛用しています。北海道に軸足を置きつつ世界へ向かう企業姿勢にも共感し、創業60周年の記念品にソメスの製品を選んだところ、多くの方々から「いい品をありがとう」という声が届きました。

染谷：それは、私も非常にうれしいです。当社とHBAさんは、同じ年、同じ北海道での創業というご縁があります。また、白幡社長は日頃から当社の製品をお使いとのことで、ソメスへの信頼から記念品をご注文いただけたものと、光栄に感じました。

白幡：ソメスの創業は歌志内市ですが、なぜ、馬具づくりに注目したのですか。

染谷：北海道では、開拓期から長い間、農地の耕作や荷物の運搬などに馬を多く使っていました。そのため、道内には馬具を扱う店が何百もあったそうです。戦後、農業の機械化などによって馬の出番が減り、馬具職人の仕事も減少していきました。一方、石油などへの転換で石炭の需要がなくなり、炭鉱の町歌志内でも閉山が進みました。仕事を失った皆さんに馬具職人の技術を伝え、新たな馬具をつくってはどうか。そう考えた道内の財界人が中心となってつくったオリエントレザー株式会社が、ソメスのルーツです。

ソメスサドルが製作した、HBA創業60周年の記念品

「北海道から発信している両社で相乗効果を出せたら」と白幡社長

課題先進地域の北海道で先行事例をつくる

染谷：4年前の社長就任を機に、ソメスの創業の思いやそこに至る経緯を改めて調べました。理解を深めるほどに、もう一度世界に挑戦したいという気持ちが、私の中で高まっていきました。幸いにもソメスの馬具は、日本のトップジョッキーだけでなく、海外の有名ジョッキーの方々にも一定の評価をいただいています。未来に向けて、世界で通用する馬具づくりに挑戦する。それは夢ではなく、我々の使命です。

白幡：世界進出を果たした日本のIT企業は少なく、対米デジタル貿易は大赤字です。一方、我々の足元の北海道は、人口減や高齢化、過疎化などが錯綜する課題先進地域です。そこで活用すべきは、ITです。人材不足にはデジタル化やロボット、大規模化へシフトする農業には自動運転の農機やドローンを用いるなどして課題を解決できたら、北海道が豊かで快適になるだけでなく、同じ課題を抱える諸外国へ先行事例として提案することもできます。世界進出には、こうしたアプローチもあると思います。

染谷：ここ空知にある課題も解決へ導いていただけたらうれしいです。

アナログとデジタルが支え合う未来が理想

白幡：ソフトウエアやシステムは、目に見えません。目に見えないものをつくる道標として要件定義書や仕様書は有効ですが、表現しきれていないこと、お客さまが伝えきれずにいることがないとは言えません。その検証には、お客さまの業務への深い理解と、お客さまが真に必要としていることを推し量る能力が必要であり、それらを養うには、日々のコミュニケーションの積み重ねがやはり重要になってきます。

染谷：確かに目に見えないものには、それゆえの難しさもあるでしょうね。近年、日本のものづくりに影が差している感があります。我々は、手作りでしか表現できない個性や特徴があると信じていますし、それらはAIなどでは代われない、代わる必要がないものだと考えています。一方で、ものづくりに付帯する需要予測やトレンド分析などにはデジタルは有効です。アナログとデジタルが、互いを支え合う未来が私の理想です。

ソメスサドルの敷地内で飼育されている引退競走馬。毛艶から、手入れの良さが見てとれる

北海道にいながら海外展開をにらむ

白幡：創業当初は輸出をメインに考えていたそうですね。

染谷：はい。その頃、特にアメリカではレジャー用馬具の人気が高く、需要が高まっていました。当時は固定相場で1ドルは360円、日本には輸出競争力がありました。ところが1973年に変動相場に移行し、様相は一変します。

白幡：その年には、第一次オイルショックもありましたね。

染谷：そうです。日本の輸出産業は大打撃を受け、ソメスも実質上、輸出が不可能になりました。国内の馬具市場への進出を余儀なくされたものの、その規模はごく小規模でした。そのためソメスは、馬具づくりの技術を活かしたバッグや革小物の製造、販売に舵を切るのですが、その決断には相当な覚悟があったはずです。社名をソメスサドルに変更したのは1985年、自らの出自と進むべき道を「SOMMET（頂点）」と「SADDLE（鞍）」を組み合わせた造語で表現し、「SOMÈS」ブランドを国内で確立させるというビジョンを掲げたのです。

白幡：当社は、創業40年目の2004年、北海道ビジネスオートメーションという社名から北海道を外し、HBAに変更しました。その頃すでに東京進出を果たして30年近く過ぎていましたが、道外で旧社名の名刺を出すと「北海道から来てくれたんですか」と誤解されることがよくあったのです。↘

「デジタルとアナログのものづくりを融合して、地域に貢献していきたい」と染谷社長

↘本社は札幌に構えながらも、北海道を語らずに全国、世界へ向かう。社名変更はその意思表示でもありました。

染谷：海外展開を本格化させたのもその頃からですか。

白幡：社名を変更した翌年頃から、日本にいながら海外のシステムエンジニアやプログラマーに協力してもらうオフショア開発を始めました。最初は中国へ、現在は意欲旺盛な若手技術者が多いベトナムがメインです。ドイツに40人ほどのシステムエンジニアを派遣して車載ソフトウエアを開発したり、顧客の海外進出を機にタイのバンコクに子会社を設立するなど海外との接点は増え続けています。

革の傷や汚れなどを丁寧に検品した後、自動裁断機でパーツを切り出す

白幡：ものづくりを支援するデジタル活用として、ベテランの職人さんの技術を映像で残し、ARやVRを介して若い人への技術伝承に活用することもできますね。

染谷：実は、私もそうしたことを考えていました。技術の継承はソメスの命綱ですから、ご相談させてください。

白幡：もちろんです。今日はソメスが創業時から世界を目指していたことを知り、感銘を受けました。その志が一つひとつの製品に受け継がれ、息づいているように感じます。これからも良い製品を期待しています。

染谷：ありがとうございます。白幡社長の北海道に対する思いは、私の想像以上でした。北海道から世界へどのように線を引いていくか、その視点の持ち方、視野の広さに触れ、私自身も奮い立たされました。

白幡：北海道発のブランドとしてあり続け、互いのブランド力を掛け合わせて外に発信していきたいですね。今後ともよろしくお願いいたします。

武豊さんも信頼を寄せるソメスの鞍。一針一針、神経を集中させて縫う

株式会社HBA

1964年に札幌で誕生した、ITソリューション企業。東京（品川）、大阪、山梨に事業所を持ち、業界・業種問わず全国各地の企業や自治体などのニーズに合ったサービスを提供。お客さまの課題を解決することで社会全体の課題を解決し、「だれもが幸せな社会」を実現することをパーパスとして掲げている。2024年に創業60周年を迎えた。

ソメスサドル株式会社

北海道砂川市に本社を構える馬具・皮革製品メーカー。1964年の創業以来守り続けてきた道具屋としての誇りと馬具づくりの技術力を背景に、バッグをはじめとするレザーグッズやインテリアなど、日常を豊かにするハンドメイドのアイテムを製作。日々の作業から生まれる小さな発見を新たな創造に繋げながら、企画から製造、販売、修理までを一貫して行っている。現在は国内に12店舗を展開。

HBA×ソメスサドル 対談動画はこちら