

Voice／

私たちは
世界の声を聴く。



メーカーとして、専門商社として 私たちはお客様の「声」に応えてきました。

創業は慶応 2 年。150 年余の高儀の歴史は、常にものづくりに向き合った時間でした。

鋸鍛冶として培った技術と知識は、今、製造部門での工具開発と製造に活かされ、

明治 43 年に早くも海外との取引を開始するなど、

金物卸としての進取の精神とバイタリティは、商社部門に引き継がれています。

新潟・三条から全国へ、世界へ、新しい「道具」を発信し続けてきました。

現在、プロフェッショナルユースと一般ユーザー向けの二分野で取り扱うアイテムは、10 万を超えます。

伝統的な大工道具、宮大工が使う特殊な道具、名工と呼ばれた鍛冶職人の手掛けた逸品から、

ホームセンターに提供する DIY 用工具、キッチンツールや園芸用品、

さらには、完全リサイクル製品の人工木材まで、「建築に関わる刃物や工具」を幅広くそろえ、

お客様のあらゆるニーズに素早く応えられる体制を構築しています。

メーカーと専門商社の二つの機能を持ち合わせることは、

企業としての柔軟性や創造力を高め、新しい発想を生み、成長スピードを加速させてきました。

その結果は、TAKAGI ブランドの浸透やお客様からの信頼獲得につながっています。

私たちは、ものづくりに関わる企業として、これからも新たな挑戦を続けていきます。

Voice

耳を澄ませる。声を聞く。声に応える。声をカタチに。声を動きに。

TAKAGI のものづくりスピリットが動き出す。

Voice 01

名工・是秀の「のみ」を探しているのだが…
国宝級神社の改修を請け負ってね。

唯一無二

宮大工から

P3

Voice 02

玄能の品揃えに偏りがあると
大工さんに言われた。

千差万別

関東に初出店した金物店から

P4

Voice 03

工具がゴツイ。
かわいくて使いやすいドリルがほしいです。

以心伝心

ホームセンターへのお客様からの要望

P5

Voice 04

明日までに
除雪用スコップを出来るだけ送って！

準備万端

雪に見舞われた東京のホームセンターから

P6

Voice 05

PULL SAW[®] は
切れ味が違う。Why?

縦横無尽

アメリカ・イリノイ州の大工から

P7

Voice 06

腐らない木はないか？
作れないだろうか？

試行錯誤

当社営業から

P8

たとえば、建築のプロ、ホームセンターのバイヤー、海外の大工たちから様々な疑問や課題解決を求める声が上がります。

実際に目に見える課題もあれば、まだ数字にもはっきりと表れない、かすかな胎動のようなものもあります。

それを聞きもらしてはいけない。

流れを読み、気持ちを汲み取り、使う人が意識する前に問題や課題を発見して、解決策や商品の提案を。

私たちは、ハードウェアに心を添わせ、モノと企画力と行動力で、お客様の「声」に応え、「声」をカタチにした道具を届ける企業です。

Voice 01

名工・是秀の「のみ」を探しているのだが…
国宝級神社の改修を請け負ってね。

宮大工から

■建築のプロからの究極の難題

建築のプロ用商品を扱う専門小売店、いわゆる金物店からの発注や問い合わせは、伝統工具や刃物が中心です。たとえば、宮大工が使う特殊な道具、特殊な鋼や手になじむ木材などの素材指定、名工が作る逸品など、プロならではの

のこだわりと要求が込められたものばかり。中でも、有名な鍛冶職人の作は、発注から納品まで数年かかる場合もあり、すでに引退した職人の道具の場合は、入手に困難を極めます。

Answer

少し時間をください。
手を尽くして
探し出します。

■物量・人材・ネットワークで解決

「建築に関わる刃物や工具」の専門商社として、私たちは、歴代の名工が手掛けた幻の道具から、最新テクノロジーによる特殊鋼を用いた専門工具までを広くストック。こうした膨大な商品群に加え、専門知識と経験を持つ営業スタッフ、全国10拠点で構築したネットワークにより、あらゆる発注に即時対応できる体制を作っています。難しい注文も高儀なら叶えてくれるはず、と言っていただけるのは光栄の極み。全社を挙げて難題に応えます。



Voice 02

玄能の品揃えに偏りがあると
大工さんに言われた。

関東に初出店した
金物店から

■道具の使われ方に表れる地域差

全国展開のホームセンターやインターネットが普及した現在でも、大工道具には地域により好まれる仕様や形状に違いがあります。産業や歴史、またその地域のかつての棟梁の好みなど、その理由はさまざまですが、日本の産業史や文化史

の一端を見るようです。たとえば、両口玄能（いわゆる金鉋）にも、打ち込み面の形、仕上げ方により数種類があり、出店地域により、エンドユーザーの問い合わせに戸惑う小売店は少なくありません。

Answer



東日本では、
磨き仕上げの八角玄能が主流です。
これを中心に揃えましょう。

■顧客層と地域性を踏まえた品揃えを提案

一般的に使われる丸玄能では、打ち込み面が小判型は東日本、真丸型は関西より西で使われ、プロが使う八角玄能では、磨き仕上げが東日本、黒仕上げが西日本で好まれるように、使用者と地域性によって、求める種類が異なります。日本全国の拠点で地域に密着した営業活動を積み重ね、情報を共有してきた私たちは、お客様の出店計画に合わせて適切かつきめ細かな提案を行い、ビジネスパートナーとしての信頼関係を深めています。



■加速する電動工具の一般化

1980年代以降、ホームセンターの隆盛とDIYの流行により、プロ仕様の工具をスペックダウンした電動工具が一般家庭に受け入れられるようになりました。私たちは自社ブランドを立ち上げ、電動の鋸・ドリル・ドライバーなどを生産し、

全国のホームセンターとの取引を拡大。しかし、DIYの浸透は予想を超え、利便性や価格だけでなく、小型化・デザイン性・機能性など、ユーザーの要望は多岐に渡り、ホームセンターからの要請も急増しています。

Answer

カラフルな小型の電動ドリルを企画・開発しています。
DIY にオススメです。



■企画も開発もフレキシブルに対応

幅広い要望に応えるため、今、一般向け電動工具を二極化させています。女性やシニア層を対象に、機能を集約し、安全性と小型化、持ちやすさ、カラーに注力した「ミニドリル」などの商品群と、プロ仕様に近づけた高スペックな工具を共通のバッテリーで使えるようにした「S-LINE」シリーズ。これまで培ってきた技術力とマーケティング力があるから、フレキシブルな対応ができ、お客様のストアブランドの企画や生産を任せていただくことも増えています。



■突然の需要のピーク

1年に数回、必ず訪れるシーズン用スポット商品の集中オーダー。特に、普段降らない地域での降雪、また降雪予報時は除雪用品の受注が短時間に交錯します。該当地域の小売店、そこに来店しているホームセンターの本部から、

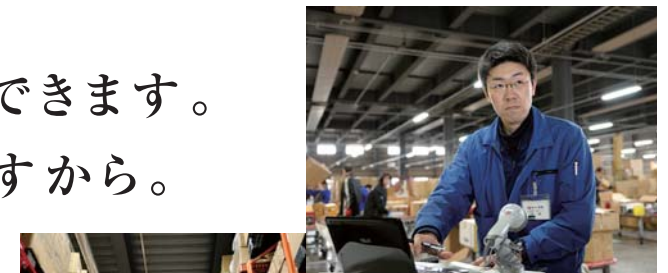
通常のオンラインシステム以外に電話やメールなどでも受注が入ります。お客様が望む物量とスピードに応えることは商社の誇り。情報システム部が分析し提案するデータを基に、計画的なストックを行っています。

Answer

500本、すぐに出荷できます。
それが我々の仕事ですから。

■7000坪分の在庫する力

道具を通して安全で豊かな社会への貢献を果たすという理念から、雪以外にも災害対策用品を始め、たとえ1年に一度でも数年に一度でもお客様に求められる商品は常時ストックしています。量販部門だけで約7000坪の倉庫の1階・2階は常に満杯、商品価格は数億円を超えるでしょう。こうした在庫する力こそ、商社の強み。在庫を持ちたくないメーカーと店舗の間をつなぐ、物流の要です。



Voice 05 / PULL SAW® は 切れ味が違う。Why？

アメリカ・イリノイ州の
大工から

■押すと引く。切る文化の違いを克服

少々強引にでも押して切ってしまう欧米の鋸と、しなるほど薄い材質で作られ引いて切る日本の鋸。素材や刃の付け方、使い方の違いから、鋸や刃物の輸出は難しいと思われていました。特徴と利点を理解してもらわなければ――

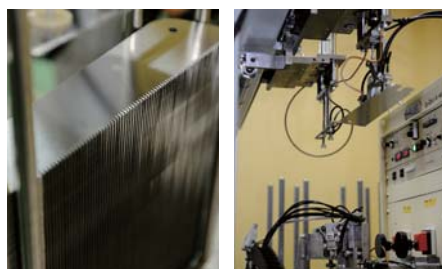
1990年シカゴで開催されたDIYショーの丸太切り対決に、私たちは自社ブランドの鋸で参戦。体格差で大きく負けるアメリカ人大工に対し、速さでも切り口の美しさでも圧倒的な勝利を収め、認知度を上げたのです。

Answer

刃の目立ての微妙な角度、丁寧な仕上げ。
私たちの独自技術が結集していますから。

■オリジナル自動機を開発

鋸専用の製造工場では、全工程で自動化を進め、効率よく安定生産ができる体制を作りあげました。新しい性能の機械を随時導入して環境を更新し、40種類以上の刃の形状を作り分け、輸出用・国内用の様々な仕様に対応しています。機械の切断部に微妙な角度を付けることで、一枚の刃で刻みの細かさを変えられる目立て機などオリジナル自動機も開発し、さらに技術の進化を図っています。メイド・イン・ジャパンの技術を海外市場へ広めていくことが使命です。



Voice 06 / 腐らない木はないか？ 作れないだろうか？

当社営業から

■人工木開発までの試行錯誤

多湿で雪の降る日本では、木製のデッキやフェンスの耐久性は大きな課題でした。メンテナンス不要で腐らない木材があれば、大工やDIY志向のユーザーに支持される――当社の営業の声に全社で取り組み始めたのは2004年の春。

以前から注目していたリサイクル分野で、木粉とペットボトル再利用素材で作ったペレットで人工木を作る技術を知り、製造に着手しました。しかし、強度や耐久性、風合いをすべてかなえるまでには数年間の試行錯誤が必要でした。

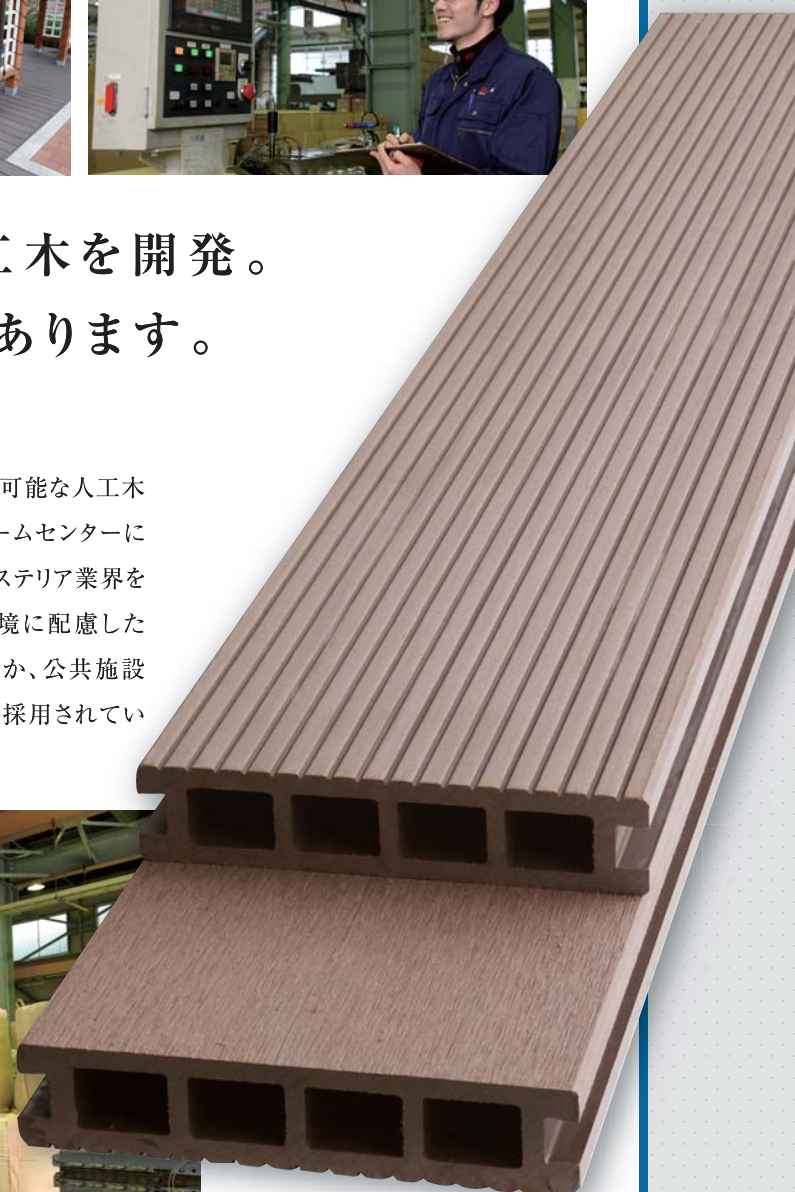
Answer



木の風合いを残した人工木を開発。
完全リサイクル製品でもあります。

■新領域への進出。広がる守備範囲

凹凸のあるリアルな木目を持ち、軽量で木材同様の加工も可能な人工木「ネオカットウッド」が完成し、取引先である金物店やホームセンターに提案。と、同時に、営業部では新たな販路としてエクステリア業界をターゲットに営業活動を展開しました。耐久性に加え、環境に配慮したリサイクル製品であることも魅力となり、今では住宅用のほか、公共施設や幼稚園や保育園などのウッドデッキやフェンスとして採用されています。私たちの新しい事業です。



新たな価値を。

代表取締役社長 高橋 竜也

■原点をブランディング。

ものづくり技術が集積する三条で創業して150年余。私たちは、今、原点である鋸を見つめ直しています。鋸は、初代・高橋儀平が造って以来、製造と販売の2部門で手掛けてきた、まさに根幹の商品。私たちは、長年培ってきた技術とその価値を受け継ぎ、作り手の想いをユーザーへ丁寧に伝えていくことに力を入れています。また、これまで海外・国内で複数展開していたブランドを集約し「SHARK SAW」に統一。価値の訴求と認知度の向上でブランド力を高めています。2017年度からは、中期経営計画を策定して社員全員で会社の使命と想いを共有。歴史を見つめ直すとともに、未来に向けて新たな一歩を踏み出しました。

■道具で世界に笑顔を。

マーケティングの世界には、「ドリルを買いに来た人が欲しいのはドリルではなく穴である」という有名な格言があります。そのように、「道具」によってなされる「仕事」、そしてそこに生まれる人々の満足。それらをつなぐのが私たちの使命です。一方で、「道具が意識を変化させる」という格言もあります。「優れた道具」から発想される「新しい仕事の創造」、そしてそこに生まれる人々の高揚感。それらをつなぐのは私たちの志です。道具で世界に笑顔を——伝統と革新を理念に、メーカーとして、商社として、私たちは道具と人々をつなぎ続けることで、地域とともに発展してまいります。

主要拠点

■本社



■第三事業部



■東京営業所



事業内容

商社部門

■プロフェッショナル



建築のプロが使用する刃物や工具を問屋や小売店に卸しています。伝統的な大工道具、特殊な刃物、プロ用電動工具などを、注文に応じて、高儀オリジナル製品を始め、全国で製造される製品の中から最適品を選んで納品。専門知識や豊富な情報をもとに、小売店や職人からの質問や相談への対応、提案まで幅広く行っています。

■一般ユーザー



全国のホームセンターや量販店に、ベンチやドライバーなどの手持ち道具、電動工具、キッチンツール、園芸用品などを卸しています。DIY初心者から上級者まで、女性やシニア世代などユーザー層は幅広いので、アイテム数は膨大。それを、発注の翌日もしくは即日納品するために、広大な倉庫と、効率的な在庫管理、出荷体制を構築しています。

製造部門

■刃物部



私たちの根幹である鋸製造に特化し、輸出・国内用の高儀オリジナル製品の企画・製造、ストアブランドなどのOEM製造を行っています。歯の目立て・バリ取り・洗浄・焼き入れ・名入れ・コーティングなどの製造ラインは完全自動化。汎用機のカスタマイズだけでなく、オリジナル開発機の導入も行い、他社との差別化を図っています。

■ウッド部



高儀オリジナル製品「ネオカットウッド」の製造を行っています。製材所で出たおがくずとペットボトルの再利用素材で作ったベレットと溶剤を混ぜて製造する人工木を、フェンス、デッキ、ボールなどの建築材料に加工。エクステリア業界に卸し、住宅・公共施設などに広く使われています。

■会社沿革

1866年	慶応2年	越後・三条村にて鋸鍛冶として創業
1910年	明治43年	販路拡大のため、三条町では他に先駆けて海外との取引を開始
1927年	昭和2年	新潟県三条町に工場を建設し、建築刃物の製作開始 中国地方北部、北海道へ販路を拡張
1940年	昭和15年	商社部門を株式会社高儀商店、製造部門を株式会社高儀工業所として設立
1942年	昭和17年	海軍各工廠、海軍航空技術廠の指定工場となり、道具刃物・一般金物を納入
1945年	昭和20年	東京営業所を新設し、首都圏の販路を拡張
1948年	昭和23年	2代目死去と戦後の大増税が重なり、会社整理の危機に陥るも、有力鋸冶職人たちの援助により窮地を脱出する。
1969年	昭和44年	株式会社高儀商店と株式会社高儀工業所を合併し、株式会社高儀設立
1975年	昭和50年	東京営業所新社屋完成。第二事業部新設 ギフト事業、学校教材事業を拡充
1980年	昭和55年	量販事業部拡充のため、 第三事業部を新潟県見附市に新設
1982年	昭和57年	北海道地区拠点拡充のため、札幌支店新設
1983年	昭和58年	大阪営業所新設
1984年	昭和59年	カッターソー事業部新設 その後、ネオカット事業部に改組
1987年	昭和62年	千葉営業所新設
1988年	昭和63年	仙台営業所新設 第三事業部拡充のため、配送センター増築(7,311㎡)
1989年	平成元年	福岡営業所、北関東営業所(熊谷市)新設
1990年	平成2年	新潟県三条市に新本社ビル完成
1992年	平成4年	湘南営業所(海老名市)新設
1993年	平成5年	新潟県見附市に工場を新設してネオカット事業部移転
1995年	平成7年	金沢営業所新設
1997年	平成9年	新潟市西蒲区に第三事業部移転、敷地総面積19,600㎡
1998年	平成10年	名古屋営業所新設
2002年	平成14年	中国・無錫に現地法人・無錫儀榮工具有限公司設立
2004年	平成16年	新潟県三条市にネオカット事業部、第三工場新設 エクステリア事業に進出
2006年	平成18年	創業140周年祭開催
2008年	平成20年	新潟県三条市の本社敷地を拡大し、倉庫を増設 敷地総面積15,840㎡
2011年	平成23年	宇都宮出張所新設
2012年	平成24年	高橋 司、7代目社長に就任
2013年	平成25年	仙台営業所新社屋完成
2014年	平成26年	青森営業所新設 本社新社屋完成、物流倉庫拡張
2016年	平成28年	創業150周年祭を盛大に開催
2017年	平成29年	高橋 竜也、8代目社長に就任

