

スペシャルインタビュー： 2012年日本景気と2013年安倍ノミックスにおける 日本ファスナー産業

取材編集：ファスナー・ワールド会社（Fastener World, Inc.）
取材対応者：社団法人日本ねじ工業協会、
ハードロック工業株式会社、
サンコーインダストリー株式会社

2012年、不景気とポスト欧州債務危機の時期を歩んできた世界経済は、同年の末にやっと希望の光が見えました。新しい始まりという2013年に、アメリカ、アジア、東南アジアなどの地域におけるセールスと顧客数の上昇から、世界景気は回復の道に進みつつあることがうかがえます。とりわけ日本のファスナー産業は過去三年間の波瀾を乗り越え、とうとう去年の最低点からリバウンドして世界に良い業績と日本の根性を見せてもらいました。今年から安倍政府による円の切り下げ対策が出され、輸出への刺激と経済成長が見込まれました。こうした社会背景の中、日本ファスナー産業は2012年をどういうふうに見てきて未来の挑戦に直面するのか？安倍ノミックスはこれから日本ファスナー産業にどんな影響を及ぼすのか？このたび、弊社は「社団法人日本ねじ工業協会」、「ハードロック工業株式会社」、「サンコーインダストリー株式会社」3社にインタビュー取材を行い、前述の質問テーマに対する見解とアドバイスをいただきました。それを機に、世界のファスナー同業が日本の市場状況を把握できるほか、日本とのビジネス繋がりをもっと広げられるであろうと、弊社は願っております。



★以下略称で会社の発言を示します。「協」は社団法人日本ねじ工業協会、「ハ」はハードロック工業株式会社、「サ」はサンコーインダストリー株式会社。

Q1 2012年を振り返え、日本ファスナー産業のトータル生産とセールス状況をどう思っていますか。

協：日本の2012年のファスナーの生産は、数量296万トン（対前年比7.1%の増加）、金額8,549億円（対前年比8.3%の増加）です。輸出は、数量33.9万トン（対前年比5.9%の増加）、金額2,694億円（対前年比7.1%の増加）です。輸入は、数量23.4万トン（対前年比3.5%の増加）、金額708億円（対前年比2.5%の増加）です。2009年のリーマンショックによる落ち込みをほぼ回復し、2011年の東日本大震災による日本経済の停滞から立ち直りを見せている状況です。

ハ：2012年はトータルの生産量、セールス状況は減少傾向であったが、2012年後半、政権が交代してからは、生産量が増加傾向になってきています。

サ：2009年のリーマンショック以降、徐々に生産とセールスは増加しています。産業界全体が2009年を底に徐々に復活していると考えます。

Q2

貴社のメイン製品、そして国内と国外販売比例を紹介してもらえませんか。

ハ：当社の主要製品は、セルフロックナットの「ハードロックナット」です。現状は国内販売が88%、海外販売が12%です。この比率を3年後には国内70%海外30%と目標を設定しております。

サ：六角穴付きボルト、小ネジ、組込ネジ、タッピングネジなど。国内と国外の販売比率は、ほぼ国内販売100%です。

Q3

安倍政府の円安政策が出され、日本のファスナー産業はメリットを感じられましたか。

サ：メリットは感じられます。円安により輸出向けが多い車輻関係などが売れ出すと、その方面へのねじの注文は、比例して売れ出します。輸出により製造業が盛り上がると、ねじは大半の製品に使用されますので、ファスナー産業全体的に盛り上がります。但し、鉄鉱石等輸入品の価格が高くなるので適当な水準が必要です。

Q4

従来、「イノベーション」は企業競争力の重要な源です。日本ファスナー産業は頻繁に更新する新製品を研究して作っています。無論、その品質、技術管理、そしてクライアントサービスも世界一だと言い過ぎません。貴社はどのように会社の特色を放って未来への挑戦を受け取りますか。

協： 日本のファスナー産業は、品質（Q）、価格（C）、納期（D）に加えて、1個の不良品も出荷しないという信頼性の一層の向上と、改善提案による付加価値の向上を追求しています。具体的には、顧客のニーズにあったマーケットインの製品を提供すること、例えば、クロムフリーのめっき処理製品の耐食性の向上、軽量化に寄与する高強度ボルトの開発とコスト削減などへの挑戦があります。

ハ： 当社は、特殊なねじであるセルフロックナットを製造販売しておりますが、常に顧客重視の姿勢で、製品の改善改革及び更新する品質保証体制の確立を心がけております。社長から、世の中の製品はすべて未完成である。従って、更に製品にも、携わる担当者にも付加価値をつけて、顧客満足に努めるようにと、毎日全部門に指示があります。

サ： 現在50万アイテムに及ぶアイテム数で、何でも揃うネジ商社として特色を出しています。ネジ以外にも安全保護具として安全靴やマスク、メガネなども取り揃えています。今後はさらに取扱いアイテムを増やし、サービス向上に取り組みます。

Q5

この数年、多くの日本ファスナー企業は台湾に法人会社を設立しました。とりわけこの三年、「日本—台湾ビジネス連携」という傾向は以前より著しくなっています。今のグローバルトレンドにおける台湾ファスナー産業の優位性について、貴社はどんなお考えを持っていますか。そして、日本企業はどのような台湾連携を望んでいますか。

協： 日本にとって台湾ファスナー産業は強力なライバルであると同時に良きパートナーとして協調関係を継続していきたい。お互いの得意分野を発展させて、技術交流、人材交流を深めていきたい。相互に興味がある具体的な連携テーマが出てきた段階で検討する。

ハ： 台湾のファスナー企業は、品質的にも、技術的にもレベルが向上してきていると思います。アジア市場を含め世界展開を図っていくには、台湾のファスナー企業と連携が重要で、大切なパートナーになっていくと思います。当社も現在台湾ファスナー企業との連携を模索しております。

サ： 我社では、台湾からボルト、ナットなどを中心に沢山のものを購入しています。台湾製は品質も高く、日本の品質レベルも理解して頂いているので、今後も関係性は高まるかと思えます。今後は、カスタマイズ商品のように付加価値の高いものの連携を望みます。

Q6

2012年日本の国内販売状況に変化が生じ、多くの日本企業は海外法人会社に昔より大きな資源を注ぎ、とくに東南アジア（ASEAN）やブラジル、メキシコ、ロシアのマーケットを獲得しようとしています。日本ファスナー産業にとって、世界中のどの地域にもっともメリットがありますか。海外市場の投資について貴社のアドバイスは何でしょうか。

協： 自動車、電機などの需要家産業の海外展開に合わせて、東アジア市場の成長を取り込んでいく。また、大きな市場である米国へのアプローチも継続する。海外展開は、安定した顧客を継続的に確保することが重要である。日本からの輸出先の上位5カ国は、中国（25%）、米国（20%）、タイ（13%）、インドネシア（7%）、インド（5%）であるが、ブラジル、メキシコも増えてきている。

ハ： 特に東南アジアを中心にしたアジア圏、ブラジルではないでしょうか。

サ： 東南アジア・中国・南米にメリットを感じます。ASEAN市場の成長、中国や南米市場の獲得を考慮することが大事かと考えます。



Q7 2013年、ヨーロッパの景気がまだ回復する跡は見当たらない一方、アメリカや他国の景気回復はすでに加速しつつあります。2013年からの未来を見通して、日本ファスナー産業について貴社はどのようなお考えですか。

協： 東日本大震災の復旧・復興を着実に進めて、日本における内需拡大による景気を回復すること、安定して推移している円安効果による輸出競争力を拡大することなどに期待している。日本のファスナー産業は、需要家のニーズを把握し、需要家の変化に迅速に適応する技術力、開発力を高めていくことが重要だと認識している。

ハ： 現在、日本ファスナー産業は国内重視の傾向で、海外向けに対しては、韓国、中国、台湾企業に押されている状況ではないかと思えます。日本は他国には真似できない付加価値製品の販売を重視するべきではないかと思えます。当社製品は、世界 No.1 のセルフロックナットでありますので、競争力はあります。

サ： アベノミクスによる経済政策などの公共事業の拡大が、ネジ業界にも好影響があると考えます。

Q8

もしほかに補足したいことがあれば教えてください。

協： 2011年3月11日に起きた東日本大震災の際には、台湾区螺子工業同業公会の皆様から多大の義援金を頂戴しました。義援金は、被害の大きかった岩手県、宮城県、福島県に直接届けると同時に、被害を受けた当協会の会員会社にもお見舞金として手渡しました。心から感謝申し上げます。有難うございました。

ハ： 日本企業は、台湾企業をはじめとし、自社の短所をカバーしていただける企業と協力し、世界展開していくことが今後望まれるのではないかと思います。

サ： 日本と台湾は、お互いに理解があり良い関係が築けていると思えます。このインタビューを機に、より日本とのビジネスの繋がりが良くなる事を望みます。

