



東和集團泰國廠



陳光裕



村山育生



Eurotec



檜垣俊行



松元收



國際扣件大廠風雲榜

企劃 / 惠達編輯部



全球螺絲產業夥伴已經習慣從每年11月的惠達雜誌中翻閱國際扣件大廠專訪報導，以求評估自身的年度成績及掌握來年先機。不同於前年的情勢看漲，2015年受囿於匯率、股市、原物料價格等因素，扣件市場受到相當程度影響，大廠們如何因應又如何？本期我們邀請六家緊固件巨擘來與夥伴們分享這一年他們的營運規劃及對當地與全球扣件市場的看法。

全球不銹鋼扣件製造集團TONG(東和公司)

■ 集團發言人 柯文玲小姐

汽車扣件關鍵製造大廠台灣世德公司

■ 董事長 陳光裕先生

建築緊固系統大廠德國Eurotec公司

■ 執行長 Markus Rensburg

日本螺絲經銷龍頭小林產業株式會社

■ 社長 檜垣俊行

日本貴金屬扣件開發大廠Maruemu(丸エム)製作所

■ 社長 松元收

日本日東精工在台分公司旭和公司

■ 總經理 村山育生

專訪 東和工業股份有限公司 集團發言人 柯文玲小姐

TONG集團為舉世知名的不銹鋼扣件製造集團，隨著企業版圖持續對外布局，豐碩成果於全球遍地開花。關係企業包含集團向下的岡山東穎(台灣)、浙江東明(中國大陸)，以及馬來西亞東和、泰國東和公司，以上企業皆以獨立營運的模式經營且均屬於公開發行的上市企業。柯文玲總經理為岡山東穎負責人同時也是集團發言人，代表介紹東和集團的營運佈局及市場分析。

問.東和公司於1989年起紮根馬來西亞後，一路來過關斬將，屢創營運高峰。請問東和公司的成立背景、創立初衷及經營理念？

1990年代在擴充廠房的需求下，審視台灣地理環境、產業及少子化的發展趨勢，我們認為勞動力會成為影響扣件製造的競爭要素之一。回應國家當時的南進政策，東和有機會進一步認識泰國、印尼、馬來西亞。評估下來，馬來西亞檳城不只是華人密集度最高，甚至董事長及副董在一次前往當地考察時，印度裔計程車司機使用普通話跟閩南語跟他們閒聊，讓當下他們就決定是「馬來西亞」的關鍵，因為「語言、文化、人力」是籌備海外據點很重要的元素。東和在這裡不用擔心語言的隔閡，員工甚至不需要刻意進修就具備有多語言(普通話、閩南語、馬來語、英語)的能力，且比起其他鄰國，馬來西亞的政經發展相對穩定。

東和鎖定的並非馬來西亞的內需市場，而是馬來西亞相當優惠的出口政策。雖然隨著國家發展，人力成本並非馬來西亞的優勢，但馬來西亞對外地勞工的規範相當自由且選擇多元，譬如孟加拉、柬埔寨等鄰國勞工，這對東和來說馬來西亞無疑是最佳的生產基地。

問.貴公司的市場策略為何？

繼1989年東和在馬來西亞設廠之後，2004年東和在泰國設立了第二個海外生產基地以發展全新的生產線及目標市場，甚至現在在泰國也已有兩個廠房。我們的市場策略其實很簡單，不同的國家有不同的優惠出口稅率，我們會依目標市場來決定出口市場，這也成為我們選定生產基地一個很重要的條件，譬如馬來西亞的主要市場以歐洲、東北亞為主，泰國則專注於歐洲及美國市場。



問.東和公司曾獲工業市場領域最具價值股票大獎，更隨年年利好拓展東和鋁工業公司，是否能為我們詳細介紹集團的事業體及分據點呢？集團年產量為何？近年營業額？

東和公司現金比高、淨值高、借款率低，因財務健全而獲得此獎。東和鋁業是我們在馬來西亞併購的一間以鋁擠型、鋁框製品為主的公司，以持股過半的模式，由原經營團隊專業經營，該公司的獲利表現也不錯。東和馬來西亞廠及泰國廠，每個廠的年產量維持在2~3萬噸左右，兩地營業額總和維持在60億元新台幣的水平上。

問.貴公司的不銹鋼螺絲(帽)適用領域廣泛，包含太陽能行業、石化行業、機械裝配、食品機械、電信及建設等，貴公司是如何兼顧產品品質及價格，進而在銷售上添翼？

作為全球不銹鋼扣件市占率第一的企業，針對不銹鋼線材以集體決策及統一採購模式進行，不僅有利於成本穩定，亦能控管品質。另一方面，任用在地化有利東和落地深根，藉由人才經驗的累積，馬來西亞廠有能力承接門檻高的產品，泰國廠則以產品簡單化的量產訂單為主。相當程度來說，這樣的產品線及市場分配，有助於集團在不銹鋼扣件市場的胃納能力及佈署。

展望全球情勢尚不明朗，東和期以當前的優勢來穩定目前的市占基礎；也很重要，為了競爭而競爭，往往抵銷的是自己優勢，東和這一套自然競爭但不破壞和諧的特色提供客戶自由選擇合作對象的權利。

問.您認為具備哪些重要元素是建立穩固企業的第一步？

員工是穩固企業的第一步。經營者有決定方向的權

利跟責任，但公司品牌要穩定向前走，更多時候是各部門員工的用心維護。公司有責任提供給員工穩定的力量，員工發自內心去捍衛公司，比起董事長、總經理自己一個人的力量來的更大也更實在！

最近我正在閱讀法蘭西斯·福山的《信任》，這裡面即強調信任的重要性。我認為所有的運作必須仰賴信任，否則很難成就偉大的事業。如果今天在傳承的路上，不再是由自私的力量拔得頭籌，各領域的人才會成為一家企業永續經營最好的養分！

問. 對東和公司的期待與未來規劃為何？又將如何運用資金與人才呢？

展望不銹鋼製品並未出現生產過剩的情況，且保持穩定成長。目前亦打算在亞洲增加第三處生產據點，且可望在三年內定案完建。東和的任何一次投資與佈局，都是站在永續經營的方向去進行，因此評估生產基地的體質與市場優勢，甚至後續的廠房再投資，我們都是謹慎處理，並期望在需求成長以前就完成佈局。

同時，因為員工成本並非東和的重要生存關鍵，我們思考的是如何透過經營者去創造企業價值，且這個價值不是透過更低的成本去建立企業存在的條件。我認為這是很重要的，卻是很多企業經營者所忽略的。

問. 近年來，公司的陸續打入供貨系統的關鍵元素是什麼？

不只是取得先機，更多時候是如何能做到讓競爭對手也無法輕易攻破。螺絲是很單純的產品，卻有很多很綿密的事情，別人做不到，我們卻做到了。當然，前面提到的「企業文化」及「原物料(不銹鋼)」的取得都相當重要。但所謂綿密，具體來說，我們可以透過每一筆訂單的獲利結構來評估並調整後續接單，為自己也为客戶分析最有用的數據。我相信，很多公司知道每筆訂單賺或賠，但原因是什麼？他們可能回答不出來。



問. 眼觀全球市場，您如何看待全球扣件市場的競爭力與發展潛力？若要選出您認為最具開發價值的新興市場及應用產業，貴公司會如何選定？為什麼是它們？

環伺全球，亞洲的成長力道仍大，勞動力人口也相對年輕，像印尼、柬埔寨等都具有開發的潛力。

問. 2015年扣件市場，貴公司如何看待？而展望2016年，您如何看待全球白鐵扣件產業景氣的發展？

對東和而言，很難去定義某一年為豐收年，因東和自創立以來持續踩著穩健步伐成長。展望未來，不銹鋼是以取代碳鋼製品的姿態存在，這使得不銹鋼扣件維持每年3%的成長，東和仍以市占率第一的優勢為目標，提供最佳服務。

問. 在未來的供需市場，您期望尋求什麼樣的合作對象？您想給合作廠商哪方面的建議？

如同歐美百年企業，東和認為合作夥伴有其價值，我們相當重視合作對象，也希望受到同等的對待。簡單來說，我們歡迎重視永續經營的夥伴共同合作。我曾估算過，「信任」其實是可以計價的，這就是客戶在相同產品的供應商中，衡量自己對這家供應商的信任來決定合作夥伴，因為他知道這個價差能夠確保自己的訂單。

問. 對於扣件產業，您有哪些想補充的項目？

台灣的扣件產業在最近幾年有相當大的進步，針對特定不同的目標市場，企業開始有所區分走出自己的價值，好比世德、三星、恒耀都是很優秀的公司。目前可以看到台灣的大型企業夠盡本份、中型公司也已走出小而美的精緻路線，但小型螺絲廠仍有定位不明的狀況，建議小型公司若善用自己的彈性嘗試與大、中型企業配合，或許能有更好的發展。

專訪 世德工業股份有限公司 陳光裕董事長

問.請問世德公司的成立背景?創立世德公司的初衷及經營理念?

在26歲那年得到台灣最大螺帽廠三星五金李氏三兄弟(現今經營者已更換)的聘任進入公司成立了資訊部,這不僅讓三星公司成為螺絲產業以電腦進行管理的先鋒,不到一年的時間再受老闆重用而到三星新成立的子公司運通工業擔任總經理,負責鏈條羅拉業務。

三年左右時間,也就是1982年時,母公司三星遇到很大的財務困境,即被賦予穩定公司營運的責任重回母公司進入成型部門擔任總經理。1985年,再轉任「耀鋼企業」當總經理,這是一家在響應政府中心衛星工廠體系下的「大貿易商」,由三星與同光公司結盟成立以期共同接單避免惡性競爭的公司,但利益分配上難以運行讓每次的董事會不歡而散,因此我在1988年離開了耀鋼,也既離開了三星。

同年,世德成立,我該做些什麼?我認為螺絲的世界可發揮的空間還是很大,且不應與老東家搶單,因此「提供解決方案」及「特殊產品生產」成為世德公司成立後的服務定位。將品質控管優先於生產,而且改變不良率以%的計算單位,調整為PPM(每百萬件的不良數)的概念,也成功建立「世德=品質」的形象。

問.跨入汽車扣件的契機?與關鍵車廠合作的契機?

現在所謂紅海及藍海的概念,台灣扣件業在2000年以前以「量」稱霸,在這種時期下,既然世德是「品質」掛帥,所以對品質有高度需求的汽車業,自然也成為世德鎖定的第一目標,也使世德脫離紅海的競爭,朝向藍海世界。

其實,在得到汽車扣件訂單之前,世德努力三年時間做了相當多的努力,從品管系統、財務系統、人員配置、行銷策略等通通配合調整,特別是財務狀況。世德屬於安全性的財務操作,向來以零負債的形式投資,這對於汽車廠而言,站在長期供應的角度下風險降到最低。



終於,我們在2008年接下通用訂單,現在我們除了是通用及克萊斯勒的Tier 1供應商外,同時也是知名車廠福特、本田、豐田、日產、賓士、BMW等的Tier 2供應商。值得一提的是世德已連續三年獲得通用頒發最優等供應商獎牌(GM Supplier Quality Excellence Award)。我認為這也表示世德的品質已廣泛受汽車產業的認同;同時,我們也很高興台灣的產品受到肯定。近年能與全球電動車大廠的合作,源於通用汽車在美國市場的品質代表性,因而獲得推薦及取得合作機會。

問.請問陳董一路來的心路歷程為何呢?對世德公司的期待與未來規劃為何?又將如何運用資金與人才呢?

在此廠地難覓,而且投資報酬率不合效益的情形下,世德克服萬難發現屏加區一塊5,000坪土地與3,000坪現成廠房,真是如獲至寶。可以說投資成本是一般情形下的七分之一,這些都將反應在世德未來的生產成本上,是世德將來持續發展的重要基地。

問.環保、輕量化是汽車業的趨勢,您認為扣件將如何面對「輕量化」的挑戰,從材質的選用、研發、檢測,到組裝使用無虞,又如何與車廠配合開發?

「結構」及「材質」是輕量化的兩大方向。好比我們可以選用比較好的材質去提升強度,另外透過以輕金屬或複合材料的材質來滿足輕量化的需求。這也是世德一直以來配合車廠的方向,而且是兩個方向同步進行。

觀察下來,我認為這也是台灣扣件製造業最有價值及具備競爭力的部份。或許在材料科技上,台灣並非翹楚,但在後端的製造也就是材料的應用上,已達國際標準。延續這個想法,我們甚至認為中國大陸的生產成本比台灣都高,雖然原材料在中國大陸比較便宜,但是生產高品質扣件還有很多其他成本因素,綜合的結果,台灣的產品應是有相當優勢。



問.近年來，歐美日汽車扣件廠紛紛朝中南美、東協國家或中國大陸等地設立據點，來配合汽車組裝廠發展，另也發展當地汽車扣件市場，比較可惜的是台灣仍沒有很好的汽車產業支持，當然相對的增加台灣汽車扣件廠商的行銷難度，請問世德公司的行銷策略為何？陸續打入供貨系統的關鍵元素是什麼？

行銷的重要因素在於「品質」，產品做好的話，客戶自然會找上門；配合客戶配送產品對一家外銷出口的公司來說是相當自然的事，不論今天車廠到哪裡設廠，好的產品還是能配送到位，況且世德在全球各主要地區都佈有發貨倉庫；全球服務的概念是目前國際化最首要的考慮。

問.2015年扣件市場，貴公司如何看待？而展望2016年，您如何看待扣件產業景氣的發展？2016年將有何新的挑戰？您會如何調配產銷比例及行銷重心？投資方向與力道又有何規劃？

統計至9月為止，世德今年度仍維持成長。當景氣下滑時，客戶往往會進行預算收編、消化庫存，如此一來受影響最大的是以大量生產為主軸的企業；但需求仍在，越是這種時候，走特殊化生產的企業還是會有穩定的訂單，特別像世德今年仍簽下三筆大單。

「全球供應體系」是世德很大的特色，我們在美國、歐洲、日本、台灣、大陸都設有發貨倉庫，今年我們仍會繼續強化各市場供貨能力。

問.俗話說「母雞帶小雞」，未來扣件出口總會面對如傾銷保護、專利授權、國際認證、行銷等等非扣件生產成本的大增，您看台灣規模不一、大中小型的扣件廠如何整合分工來保有台灣螺絲王國的競爭力？甚或透過併購的模式是否可行？

台灣螺絲業的競爭力是無庸置疑的，但要探討併購甚至其它的合作模式，我必須這麼說台灣社會屬於「領導菁英模式」，也就是人人都希望自己作主，難以接受其他人的領導，以前耀鋼的解體就是這個因素。

如果台灣能夠慢慢接受「菁英領導」的想法，讓各有專精的專家甚至企業體作為代表領頭，善用且整合資源，我相信能讓整體產業更勝現在。而不是互相競爭試圖取代對方，企業體的整合有助於人才的穩定性，因為人才的流動對企業來說都有相當程度的傷害。

問.要維持企業永續經營，您認為最重要的元素是什麼？

我們的公司名「SUMEKO」，字頭「SUME」的日文字義為「澄」，與中文「誠」意義相近。我認為世德的宗旨是



不論對待客戶，或則是同事間的相處都能誠誠實實、以誠相待的公司，讓我們與客戶之間的關係更為堅固。旁人看來，就像我們公司的名字清明透澈。

我認為「澄」跟「誠」不只是經營企業的元素，更是為人的根本。我並不刻意得追求「永續」，說實在話我也管不著幾百年後的事情，只要現在我們時時刻刻把自己的本份做好，也與公司同仁和股東共享利潤，往後也將會由專業管理人接手，人才的延續將是世德永續的基礎。

問.在未來的供需市場，您期望尋求什麼樣的合作對象？您想給合作廠商哪方面的建議？

不論是車廠或是OEM，只要是以品質為導向，世德會是很好的合作夥伴。因為世德是提供品質改善方案以及特殊扣件的廠商。

問.對於扣件產業，您有哪些想補充的項目？

近年大型進口商倒閉使得很多台灣扣件廠商受到傷害，我認為產業界可建立企業信用警示制度，來降低貿易風險的傷害。另外，挖角、跳槽是產業的常態卻也是傷害產業發展的原因之一。但我們都相信，企業主對於跳槽過來的員工因為少了信用的基礎並不會重用這些人，所以如果能透過政府跟學校的培訓，有一套健全的職前訓練、甚至透過專業證照的取得鼓勵雇主提撥獎勵，都是對人才留任很正向的方式。第三點，材料升級是另一個急需改善的環節；台灣扣件的競爭力，很多時候是卡關在高規格材料的取得不易。最後一點，台灣製造業強盛，我們很辛苦的做出很好的產品，若受限於「關稅障礙」而無法出口到特定市場將是非常可惜的，政府有責任要打開貿易的通路，同時也要教育國人建立整體且長遠的國際觀。

專訪 德國建築 緊固系統大廠 Eurotec

問.請簡述貴司成立背景、核心事業與現階段主力產品?

在過去短短的16年歷史，Eurotec已經成為緊固技術領域的固定班底。Eurotec目標是要提供用戶最大助益和創新領導先機的產品。同時該公司也透過與客戶緊密合作開發出客戶專屬的產品。核心產品包括應用於建築木材和混凝土的螺絲緊固系統，以及甲板結構用高品質基底結構和緊固系統。在這方面，公司的理念是不專注在產品價格而是品質上。我們傑出的性價比已經獲得全球超過4,000位經銷商的認證。Eurotec高品質核心產品也獲得許多建築主管機關和歐洲技術認證核可。密集的產品報告和資訊提供和產品訓練也構成Eurotec每日工作的一部分，也獲得客戶高度評價。

問.貴公司1999年成立後，能在短短16年期間達到現今的中大型企業規模，您認為其中的成功因素是甚麼?

從50個棧板的倉儲空間開始，擴張到可提供7,500個棧板空間的倉儲以及辦公區。2012年，決定進入下一個重要階段，建造新的製造廠。自2013年1月7日起，開始在位於Hagen的製造廠以第一部機械生產木建築螺絲，這樣的態勢仍會持續下去。健全緩慢的成長主要得益於有效的經濟管理制度且所有擴展計畫都仰賴自身資金。

問.目前公司的主要產品著重於建築應用領域，當初選擇以此為發展重心的出發點為何?目前產品在相關產業市場的應用狀況和未來趨勢?

建築產業是全球最可靠穩定的領域之一。人們每天都有建築修繕需求。如果你觀察建築業的產出可以發現單單德國2015年的產出就有1,430億美元。目前Eurotec提供產品給傳統木建築、混凝土緊固、造景和甲板建築、屋頂等應用產業。未來Eurotec將進一步改善現有產品項並增加更多選擇。

問.貴公司如何定義自身在扣件產業的定位?比起其它規模更大的跨國企業，您認為本身的競爭優勢為何?以及如何建立全球通路?

Eurotec在扣件業已佔有一席之地並有全球批發和客戶網絡。Eurotec在歐洲建築產業發展穩定。全球業務遠達美國、近/中/遠東地區以及紐澳。接下來幾年Eurotec將增加出口比例並尋求成為全球高質緊固方案供應商。這樣的網絡已經從與個別國家中知名在地夥伴的合作和調整產品項目以配合當地需求的層面漸漸開始。Eurotec最明顯的優勢是反應快和交期短，以及在創造個別客戶專屬的產品方案上有傑出的彈性。



問.2013年起，貴公司從原本的批發商角色正式踏入扣件製造領域?當初決定這麼做的動機為何?在過去兩年內，如何調整身兼批發商和製造商的角色?目前公司在扣件批發和扣件製造的比例如何分配?

Eurotec的競爭力已經從簡單的批發拓展至各式生產技術。我們現在之所以有豐富經驗和技術專業部份是因為我們成功完成過與客戶的許多合作案。目前Eurotec可以提供冷成型、塑膠射出、壓製/彎折和擠壓而成的產品。自2013年一月起，公司在Hagen開始以第一部機械製造部分木建築螺絲。2015年四月，引進第二部機械。那時起，Eurotec就能夠在廠內生產線徑6-10mm且長度最多至1公尺的螺絲。第三部機械預計在2015年底正式運作，可進一步增加德國製螺絲品項。

問.歐洲市場扣件用戶相當重視品質，在這方面貴司如何爭取客戶的認同和支持?除歐洲市場外，貴司在其他市場的布局 and 銷售狀況為何?

Eurotec專注在發展能提供用戶許多優勢的緊固技術。我們發展滿足客戶要求的扣件並盡可能提高品質標準。來自建築主管機關對我們核心產品的認可和保護產品創新的德國工業產品著作權在在凸顯我們的品質水準。我們的客戶對我們密集的產品建議、資訊提供和產品訓練非常感興趣，因此我們得以在國內外市場站穩腳步。

問.貴司對目前歐洲和全球扣件市場景氣有何看法?其未來走向對貴司是否會產生任何影響?

完整的扣件市場需要較高的經濟方面標準、耐用度、永續度，當然還有品質。這些要求都符合我們的方針和做法。我們希望能在歐洲(尤其是德國)創造出更多因品質而衍生的好處。我們產品的價格結構符合市場需求，也相當貼切品質標準和我們提供的優點。未來我們將會遇到更多針對單獨個別客戶的產品需求，讓我們需要增加新技術至生產設施上。我們確定我們已經做好準備迎接這些挑戰。

問.貴司未來有哪些計畫來強化自身一向引以為傲的「扣件技術專家」形象?

如前所述，我們將增加出口比例並強化目前的高品質標準。我們將透過開發新的全球市場強化自身形象並展示我們的產品是適合各種環境和挑戰。即使是今日我們的產品也被使用在所有想得到的應用領域。我們將繼續活躍於美洲、中東和亞太主要展會上。

問.是否有其他想法想跟扣件業讀者分享?

任何尚未接觸過我們產品的人竭誠邀請您至我們即將在2016參加的展會上拜訪我們。請至我司網站www.e-u-r-o-tec.de取得最新產品和公司新訊。我們的團隊期待與您相見。



專訪 日本螺絲經銷龍頭

小林產業株式會社



小林產業株式會社

(Kobayashi Metals Limited)

問.首先,請您介紹貴公司的成立背景、事業內容以及主力商品。

本公司創立於1926年,到今年已經有89個年頭。我們經手所有種類的螺絲,值得一提的強項是土木建築用的大型螺栓。小林產業是一間總公司位於大阪,在日本全國擁有14個營業據點的專業螺絲經銷商。在日本全國有10處本公司倉庫,除此,亦於中國自行設立倉庫作為庫存之用。我們也經手進出口業務,現在主要由以中國為中心的亞洲圈進口產品。

問.貴公司如何看待自身在扣件產業中的定位?特長又是什麼?

本公司的特徵是日本扣件經銷同業中唯一一家上櫃企業,擁有業界最大級的販賣量、庫存量、據點網絡,以及高專業度的營業團隊。我們也作為業界的標竿,早先一步著手進行出口及大規模的進口,領先業界,進而確立了如今超過200億日幣的營業額與地位。今日我們著眼更進一步的成長,透過擴大對物流、IT、人才的投資,實現成長戰略。

問.貴公司不只進出口螺絲,也開發高強度螺絲,可否分享身為經銷商而投入開發的契機與原因是什麼?貴公司投入開發的願景是什麼?

我們並未特意投入開發的領域,而是因為身為經銷商,我們誠心回應顧客的需求,在追求此目標的過程中自然而然就走向了商品開發的領域了。雖然此後尚無計畫特意推動產品開發,但只要顧客有所要求,我們就會著手開發。另一方面,身為業界的領頭羊,我們認為高強度螺絲這類產品的開發會成為業界的一項標準,進行這類的開發也是有益的。

問.對扣件經銷商來說,採購的庫存管理是不可或缺的。您認為成功的管理系統必須有什麼要素?

對經銷商來說,物件流動的管理是經銷商的生命線。另一方面,獲得成功所需的要素,說來不外乎就是因應時代與顧客的需求,持續不斷地更新管理系統。我們也會時常重新檢視現狀並持續改進。

問.貴公司站在經銷商的立場,是否看好今年日本扣件產業的景氣?您如何看待明年的景氣?

伴隨著公共事業的大幅削減,從今年度的上半年開始,土木與建築需求減少,造成了販售數量減少以及販賣價格降低的結果,惡化了接收訂單的環境。然而由於2020年開辦東京奧運的設施建設需求、基礎建設的整備、首都圈/名古屋的大型再開發案、北海道/北陸新幹線的延伸工程、中央磁懸浮新幹線工程的開工、東日本大地震的復建工程等等案件將從明年開始啟動的案件較多,我們推估景氣將會向上轉好。

問.想請問貴公司身為扣件業者的一員是如何看待業界人才傳承的問題?

勞動力不足的問題,並不是特別侷限於扣件業,而是日本全體的問題。但技術傳承的問題,在製造業中更加嚴重。在此情況下,本公司認為女性的活躍力會左右著企業的競爭力。因此,我們加速改善工作環境,讓優秀的女性能長期進行具創造性的工作。今年我們公司迎來了一名女性管理層(雖然這來得有些晚)。10月也針對了加長育嬰假和短工時的時間長度方面的就業規章進行了修改。

問.貴公司現在的目標顧客、市場、產業、地區為何?貴公司有在中國上海設置產品採購的據點,未來是否還有前往海外投資銷售的計畫?貴公司尋求的顧客類型為何?

本公司的主要販售地區仍是日本國內,我們認為國內仍有開拓的空間。為了更深耕地區經濟,據點的增加是有必要的。另一方面,基於匯率的變動,我們可能會重新啟動過去進行過的出口,有鑑於此,我們也準備做好了可立刻進行出口的準備。

有關顧客方面,以往以下游的螺絲經銷商(也就是所謂的二級經銷)主,今後將更加重視對於終端用戶的應對。本公司至今主要是以流通量多的品項為中心做買賣,但為了應對終端用戶,必須準備更多種螺絲以及特殊產品,而進口品也是同樣的情形,因此我們在中國開設了倉庫。

問.是否有其他事項要補充?

本公司除了擴充經手的產品之外,也正在擴大貿易量,特別是想要增加從中國進口的量,今年開設了倉庫,開始進行庫存。接下來,為了與更多海外夥伴建立信賴關係,也正積極進行客戶開發。

專訪 日本貴金屬扣件開發大廠 丸工△製作所



問.首先,請貴公司介紹成立背景、事業內容與主力商品。

成立背景

- 昭和2年(1927年):在大阪市西區的立壳堀創業,以製造開口銷和鐵製螺絲起家
- 昭和26年(1951年):改組為股份公司
- 昭和32年(1957年):首度在日本開始量產不鏽鋼螺絲
- 平成15年(2003年):首度在日本開始量產鎂合金螺絲

從事之事業內容(與主力製品)

- 製造業:不鏽鋼螺絲產品、工程塑膠產品、冷鍛精密零件、醫療裝置(齒列矯正線)、模具、工具等等的製造與販售
- 貿易業:各式工業用扣件的庫存販賣

問.貴公司如何看待自身在扣件產業中的定位?貴公司的特色與特長是什麼?

日本螺絲在2014年的產值為844,090百萬日幣,推測不鏽鋼相關扣件就佔了其中約5%。從我們的營業額推算,本公司的國內市占率約10%。

1970年代初期住宅建設大力盛行採用不鏽鋼螺絲用於鋁窗框,當時我們的年營業額就從10幾億日幣,成長到40億日幣(西元2000年左右)。之後我們跨足新的市場,包含太陽能、汽車相關產業等等,藉由擴增販售新素材的螺絲,使得營業額在2015年2月期的財務年度內成長到54.5億日幣。

我們不只是單單將螺絲產品的供應做為公司的使命(也就是硬實力),更要擔任客戶遇到問題時的「談話窗口」,用心做好「諮詢」,並提供解決方案(也就是軟實力)。我們期望以如此的實踐來抓住客人的心。

問.貴公司的技術力在何處?當初投注精力開發醫療領域、金屬玻璃材質螺絲以及鎂合金螺絲的契機是什麼?您的目標和理念是什麼?

①模具設計(精密加工)技術、②產品設計(數值解析)技術、③產品評價(各種檢查分析機器)、④具體的生產設備開發技術、⑤表面處理(改質)技術等等,隨時意識到充實體制的重要,持續投資公司的基礎設施與研發人才。

21世紀的社會相當需要高度醫療相關的螺絲產品。我們的成長戰略是以高成本效益和品質優異的製法,成為日本第一家使用新素材推出新醫療螺絲的企業,將現階段只能從國外進口的產品轉化為未來本公司可直接製造出口的產品!!

問.現今日本扣件業者的開發趨勢是什麼(例:低成本、新材料等等)?日本扣件業整體的下一步開發重點是什麼?(例:航太螺絲或醫療螺絲等等)

日本扣件業現在持續面臨嚴峻的狀況,包括大量使用扣件的家電與汽車等等產業的「生產據點外移」、「當地採購化」(或空洞化)、國內消費增長乏力、電價高漲與匯率造成的原物料成長高漲等等問題。

日本扣件業將持續開發與追求新的緊固產品,以「醫療」、「次世代汽車」和「省能」為關鍵,生產21世紀技術革新的工業產品。

問.您是否看好今年與明年的日本扣件產業景氣?

基本上與日本經濟的現狀相同。4~6月期為負成長,我們並不期望今年的下半年會有大幅的成長或復甦。

但確定的是2016年以後,東日本大地震的重建需求和東京奧運(2020年)相關建設會讓日本扣件業再度繁忙起來!

問.貴公司不只取得ISO和JIS認證,也獲頒諸多獎項(元氣企業100社、看板企業、知財彰顯事業獎等等)。貴公司接下來的認證和受獎目標是什麼?

為了將醫療等等產品銷往海外,我們將策略性地取得認證(例如歐洲CE認證標誌),將通路擴大到世界市場!

問.貴公司目前的目標顧客市場、產業、地域是?此後有計畫前往外國進行投資銷售嗎?貴公司在尋找什麼樣的事業夥伴和顧客?

現狀:住宅、建設40%;自動車、船舶20%;環境、產業機器13%;家電、電子7%;醫療、福祉3%;鐵道2%;電力2%;太陽光2%、防腐蝕1%、其他10%。

今後:針對汽車、環境、醫療、能源、防侵蝕等等新的成長型市場開拓新顧客。例如「防盜攝影機」、「家用電池」、「看護機器人」,針對這些成長型產品開拓新顧客。

在2020年東京奧運來到之前,我們積極參與關東日本大地的重建,將東北地方作為跨大販售的目標區域。

問.有什麼話想分享給讀者?

透過提供緊固件產品,公司全體員工背負身為業界後援的重責大任,為顧客與產業的繁榮發展做出貢獻,未來將更盡力於事業活動!

一同進化開發符合21世紀需求的新螺絲!

心心相連的夥伴關係!



專訪 旭和螺絲 工業股份有限公司



問.首先,請貴公司介紹成立背景、事業內容與主力商品。

本公司今年將迎接創立第46週年。1969年9月日本日東精工株式會社(以下簡稱日東精工)與台灣和泰興業股份有限公司的合併造就了本公司的誕生。創立十年後,地址移轉至現在的臨海工業區,並同時將公司名稱從原來的「台灣日東精工」變更為現在的「旭和螺絲工業股份有限公司」。藉此契機,打入台灣經濟和東協地區的發展,事業也順利地成長。

本公司的事業內容是製造販賣以螺絲為主的壓造零件,經銷日東精工製造的螺絲緊固省力機械與檢查裝置,以及提供「扣件解決方案」。

問.貴公司如何看待自身在扣件產業中的定位?貴公司的特色與特長是什麼?

身為日系螺絲製造商,在成立初期成功進軍海外,不只在台灣本土,也在中國大陸與東協獲得成長,在巔峰時期月產能達到了6億5千萬支螺絲。

日東精工集團便在印尼、泰國、馬來西亞、中國大陸各別設廠,集團更將供應量與速度提升,配合時代的演進推動全球供應鏈,與時俱進。

我們的特點就是將日本的品質實現在台灣的產品上,至今我們是以日本的顧客為主要拓展販賣的對象,不論是製造技術、品質管理或是服務,我們的強項是提供全面的日本品質。接著是交貨速度。台灣人口相對較少,其製造業移轉到以大陸為首的海外,其空洞化的程度更甚日本。因此本公司85%的交易量都是針對海外,而交貨速度也快到讓人幾乎感受不到交期與物流的存在,這自然就成為了我們的強項。

問.可否說明貴司的自動組裝機、流量計、特殊螺絲產品的市場狀況與景氣表現?未來的目標是什麼?

我們製造尺寸相對較小(6mm以下)的小螺絲,其應用的市場包括時鐘、手機、相機等等小型產品,甚至應用到汽車等等大型產品的市場,廣受市場愛戴。這些市場隨著世界人口的增長也持續擴大中。

在自動組裝機等等省力機械的領域方面,從人事費上升以及作業安全的立場來看的話,我們認為這個領域在未來是有潛力的市場。此外,市場所重視的層面將會二極化,分為重視機能以及重視價格。本公司藉由開發重視機能的產品來提高顧客滿意度。今後我們將不僅限於日系顧客,更期望能服務全球顧客,為此,我們原本已經建立有中日文的營業體制,因此正在強化英文、法文與德文的商務能力。

問.現今日本扣件業者的開發趨勢是什麼(例:低成本、新材料等等)?日本扣件業整體的下一步開發重點是什麼?(例:航太螺絲或醫療螺絲等等)

我們會朝向(1) 高機能、高性能;(2) 薄短小;(3) 安心、安全;(4) 健康、高值化這四項關鍵議題來發展。我們也會針對這些關鍵議題,針對新素材、新工法、新業種進行提案。由於開發時期有別,台灣與日本的開發趨勢也不同,但往昔開發的方向和傾向幾乎沒有差異。台灣與日本的天然資源都較少,必須以智取勝,若不早先一步開發市場期望的東西,就難以出現商機。

問.您是否看好今年與明年的日本扣件產業景氣?

今年的景氣說不上很好。受到中國景氣成長減速的影響,日本整體進入了生產調整的階段。此外,若排除美國等部分區域,景氣是呈現停滯的狀態,狀況不算良好,我們認為這樣的狀態會持續到下一個年度的上半年。

問.貴司不只取得ISO和SONY的綠能夥伴認證,也入榜台灣的大型企業排行。貴公司接下來的認證和獲獎目標是什麼?

本公司取得ISO14001、ISO9001、OHSAS18001認證,由於滿足了各家顧客的品質要求,因此得以擴大交易量。未來我們計畫在2016年取得TS16949認證。

問.貴公司目前的目標顧客市場、產業、地域是?此後有計畫前往外國進行投資銷售嗎?貴公司在尋找什麼樣的事業夥伴和顧客?

未來我們將提高對汽車業的供應率,交易對象也將不侷限於日系,不限地區。除了中華圈與東協之外,也會投注心力供應給歐美、印度等等過去交易量較少的國家。我們尋求的夥伴不侷限於製造商與經銷商,透過能活用彼此優點的合合作,追求雙贏的夥伴關係。

我們在2002年於中國浙江省設立了子公司「日東精密螺絲工業(浙江)有限公司」,目前正整備其體制,在當地近距離回應大陸顧客的需求。

有關未來的海外投資,目前我們尚未有具體的投資計劃,但我們將積極投入資源並著眼於未來公司的成長。 ■