



富士ダイス 西嶋守男社長

富士ダイスは耐摩耗工具で国内シェア3割の首位。ダイス、プラグ、ロール、金型などの耐摩耗工具は需要家のすそ野が広く、超硬合金を主原料とする。同社は昨年、中期経営計画を初めて対外公表し、国内工場の強化、海外展開の加速、新製品開発などを打ち出した。西嶋守男社長に具体的な取り組みを聞いた。

—日本の超硬工具業 具は410億円。その中で当社は約3割のトップシェアを占める。耐摩耗工具の専門で、(超硬)素材の完成品を顧客に届け、500億円、耐摩耗工の売り上げ比率が高いのが特色だ。素材売りの比率は2割もない。素材に付加価値をつけて、高価格の完成品を顧客に届ける。海外売り上げ比率は「15-16%だ。ただ、例えば超硬金型など、当社が国内の顧客に納め

トップに聞く Interview

超硬化で合理化に寄与 夜間無人運転、生産性高める

—成長力・収益力の強化、顧客ニーズの変化への柔軟な対応、海外展開の加速、新製品開発、新技術開発を掲げた。取り組み状況を聞きたい。

「一つは、金型・工具の超硬化で顧客の合理化に寄与したい。例えばハイブリッド車のモーター周りのエンジン周りには、非常に複雑な形状で精度

—顧客が海外の工場への高い部品を求められ、日本の金型市場は、超硬金型は耐摩耗性に優れて長寿命なほか、鍛造などで同じ力を加えても鋼に比べて変形しにくい。既存の材料よりも切れ味が良く、腐食に強いなどの長所があり、顧客と一緒に開発からやらせてもらっている」

—自動車を重視する。当社からの直接販売比率では輸送用機械関係は約2割だが、例えば当社が管スーカールにダイスを納めて、その管が自動車関係に行くこともある。そういうものを含めると、車関係はざっと6割に上ると考えている」

—国内工場の改善も

—17年には間司工場を熊本製造所に集約した。さらなる再編余地はあるか。

「将来は必要かもしれないが、また具体的には考えない。熊本と門司は同じ九州地区で拠点に近いこともあり、二つに設備を一部移管した。他には車関係の歯型形状を造る金型などがある。インドネシアはまだ単純形状の丸物中心だが、精度を徐々に高めて生産量を増やしたい」

—日本からの輸出と海外拠点での現地販売がある。

「タイ、インドネシア以外に中国、マレーシアに営業所を出している。日本からは韓国、北米、欧州などに直接輸出する。日本市場は今後、少子高齢化で規模が縮小するだろうから、減る分を東南アジアを含む海外で稼いでいきたい」

—新製品・新技術はどうか。

「例えば次世代自動車向けのモーター用の抜き金型は今少し増え始めて

—「タイは今まで単純形状の丸物が主体だったが(開設から)15年ほど経ち実力がついてきたので、複雑形状の製品を少しずつ増やそうとしている。3年ほど前に郡山から設備を一部移管した。他には車関係の歯型形状を造る金型などがある。インドネシアはまだ単純形状の丸物中心だが、精度を徐々に高めて生産量を増やしたい」

—17-18年と主要原料のタンクステンやコバルトが高騰した。

「コバルトは下がったがタンクステンが高止まりの状態。今までは材料費が上がってしまいましたが、今回は少し長期化しており、超硬素材を中心に、部価上げをお断りした。受け入れてもらったところもある。顧客と、製品ごとに状況は異なるので、一概に一律のパーセントとは括れない」(松尾 聡子)