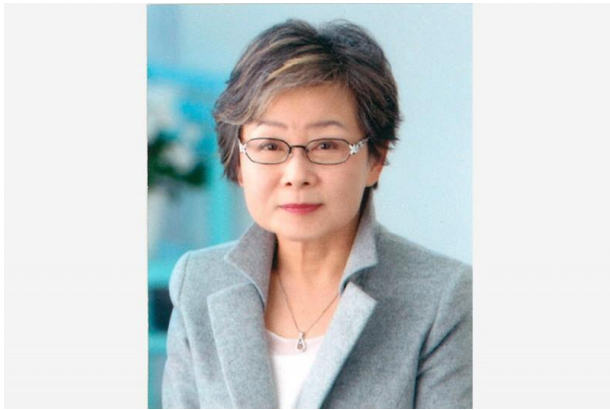


Conic : From punching to industrial machinery - the all-star manufacturer



Masako Okawa, Representative Director
of Conic

第二次世界大戦以来、日本はものづくりと呼ばれる製造工程の細部にまで細心の注意を払って高品質の製品を製造する能力で高い評価を得てきました。あなたの会社は、非常に加工が難しい材料から作られた耐久性の高いパンチであるスーパードライパンチなどの板金機械と金型を専門としています。ものづくりについて教えてください。ものづくりの本質は何ですか？

私にとってものづくりの本質は、お客様のご要望にお応えすることであり、お客様のご要望にお応えすることが重要です。古い中小企業にも同じことが言えると思います。

それは私たちが長い歴史の中で市場に供給してきたものです。日本では、ものづくりに関して、お客様は常に高い精度と精密度を求めています。言うまでもなく、製品の小さな傷は許容できません。そのため、製造工程の細部に細心の注意を払っています。

日本のお客様は、品質が低下した製品を拒否します。彼らが私たちに非常に詳細

な製品を要求するときにはいつでも、私たちはそれを実現する義務があります。対照的に、私たちのグローバルな顧客は、高レベルの品質をあまり気にしません。お客様への金型の迅速な納品は高く評価されています。顧客が午前中に注文すると、製品は午後に出荷されます。私たちの品質方針のこの側面は、私たちの市場販売の基本となっています。

タイの工場のスタッフが、日本で開発したものづくりのプロセスを再現し、製品の品質基準を維持することをどのように保証しますか？

タイのお客様も短期間での納品が必要なので、需要は同じだと思います。半製品の工具をタイの工場に持ち込み、最終仕上げを行います。以前は、タイは日本やアメリカから輸入しており、米国からの競合他社が航空貨物で供給していました。しかし、私たちがタイに工場を建設したとき、それはユーザーにとってより安い価格でより速い配達を意味しました。

タイでまったく同じプロセスを再現することは非常に困難です。プロセスの基本的なステップは日本の工場で行われます。その後、完成品の品質とスピードを確保するために、製造工程の最後の仕上げ工程をタイで行います。納期までに完成品を生産できるようにするためには、スピードが不可欠です。



中小企業は、日本の全企業の95%を占めています。私たちはミニチュアCFRP（自動車用取付ねじ）で30%のシェアを誇る山科などのような企業に出会えたことを嬉しく思います。

また、世界最小のハンドグリップロボットを生み出した大阪の会社にも出会いました。日本の中小企業がなぜそのようなニッチなリーダーであるのか、そして彼らが世界経済にもたらす重要な貢献は何であるかについて、あなたの見解を教えてください。

大企業は、時には、過度に詳細な注文を拒否します。お客様のご要望は非常に多様で、すべてに対応することはできません。一方、中小企業は、顧客の多様な要求に応えるためにニッチな技術を利用する非常にニッチな分野を専門としています。その場合、大量生産はしませんが、ニッチ分野の専門技術により、お客様のご要望に応じた高品質を保証します。日本企業は製品の細部に妥協しません。これは、大量生産に向けた自動化されたプロセスを持つ傾向がある大規模なビジネスでは達成するのが非常に困難です。ニッチ分野の各SMEは誇りを持っており、顧客の要求を実現する意志を持っています。それがものづくりの本質だと思います。

昨年SODECの社長と話をしたとき、彼は現場でマシンを成功させるための4つの重要な要素があると語った。これらはそれぞれ、最新のテクノロジー、十分に開発されたCADコンソール、適切な環境（制御された温度とクリーン）、および高品質の原材料です。これらの4つの要素がAIとビッグデータによって監視されていることがますます見られています。それらはデジタル化されています。このような環境で、プロセスがより自動化されるのを見ると、エンジニアの役割は何ですか？

私たちにとって、AIとIoTは、十分に活用する必要のあるツールにすぎません。優れたAI またはITを持っているからといって、高品質の製品が保証されるわけではありません。それは、エンジニアがこれらの利用可能なツールをどのように利用するかに大きく依存します。中小企業にとって、AI、機械、またはCADに最先端を導人することは課題です。それでも、私たちがしなければならないことは、エンジニアが高品質の製品を開発するのに助けるために最先

端の技術を導入しようとする事です。同時に、エンジニアはこれらのツールを活用するための努力を続ける必要があります。日本のエンジニアと海外のエンジニアの違いはいつも見えています。外国人エンジニアは、プロセス全体の特定の部分に焦点を当てる傾向があり、彼らが行っている部分だけに焦点を当てます。おそらく、私たちが彼らから受け取る最終製品が私たちが要求したものではない理由です。それどころか、日本のエンジニアは高品質の製品を追求することに誇りを持っており、製造プロセス全体に対してより強い責任感を持っています。彼らは製品の最終検査を実施して、これらが顧客の要求を満たしていることを確認します。この会社で働く技術者や従業員一人ひとりが、完成品に対して責任感を持っていると感じています。

コニックは、パンチングツール、ブレーキプレス金型、エンボス加工ツールや皿穴加工ツールなどの成形ツールを使用した金属成形に携わっています。あなたはそれらに関連する一連の機械も販売しています。あなたの会社の主な事業分野または主な焦点はどれですか？ベストセラー商品はどれですか？これらの異なる事業ラインナップの間に生み出した相乗効果について教えてください。

パンチング ベンディング金型は当社工場で製造しており、工作機械は他社から調達してお客様に販売しております。当社の販売のベースラインは、パンチングまたはベンディング金型です。ほとんどのユーザーが板金の処理を行っています。お客様のご注文やパンチングベンディングモールドのご購入に応じて、適切な工作機械をお勧めします。機械メーカーに制限がないため、特定のユーザーごとに最適な機械を見つけることができます。それが私たちが売り上げを拡大しようとしている方法です。

また、お客様の声を踏まえた機械メーカーへの提案をまとめ、お客様のフィードバックに応じて仕様の改善をアドバイスすることができます。



コニックの専門は40年間、パンチングダイとモールドです。あなたはこの分野で非常に高いレベルのノウハウを開発しました、そしてあなたが前に言ったように、あなたはあなたの顧客が現場でダウンタイムを持たずそして効率を上げることを可能にする速い配達をする能力を持っていません。このサービスについて詳しく教えてください。また、金型のパンチングに関して、なぜそれがあなたを頼りになるパートナーにするのかを教えてください。

日本で他社の機械用の金型を製造しているのは私たちだけなので、競合は機械メーカーです。私たちを除いて、これらをユーザーに提供できるのは機械メーカーだけです。通常、ユーザーはパンチングマシンまたはベンディングマシンのメーカーに直接連絡できます。それでも、一部のユーザーは、おそらく納期、品質、または価格など、私たちのメリットのいくつかを見て、私たちに連絡することを選択します。それが私たちの競争上の優位性を持っているという事だと思います。ユーザーの観点からすると、単一の機械メーカーに連絡する場合、製品ラインナップの選択肢はあまりありません。品質が良くない場合でも購入します。私たちの側では、ユーザーにより多くのオプションを提供しようとしています。この市場での私たちの存続は、私たちの技術の継続的な改善、短納期、そして私たちの長い歴史の中での蓄積された努力に由来すると思います。

明らかに、あなたは顧客と非常に密接な関係を持っている会社です。過去2年間、私たちはCOVIDのパンデミックに耐えてきましたが、あなたは顧客に直接会うことができませんでした。私たちの調査では、あなたがクライアントとZoomのコンサルテーションを行っており、5,000を超えるクライアントがいることがわかりました。あなたの会社がCovidの状況にどのように適応したかについて詳しく教えてください。特に海外のクライアントのためにどのようにして顧客サービスの品質レベルを維持していますか？

最近、ほとんどの企業がオンライン会議に参加し、オンラインで注文を受け付けていると思います。実際、私たちは10年前にeコマースを始めました。Covid19以前から、他の国には行けないことが多いので、オンラインツールを使うのが便利だと思っていました。今後、そのような機会はますます増えると思います。パンデミックの前に、私たちはすでにズーム会議と協議を行っていました。オンライン会議は4~5年で増えると予測しました。それよりも早くなることを私たちはほとんど知りませんでした。ニューノーマルになりました。

独自のアマダの曲げ用金型をお持ちですが、2017年からTrumpfと提携して機械を供給しています。この関係について詳しく教えてください。なぜそれをしました？あなたのビジネスにおいて共創はどのような役割を果たしていますか？

コニックの歴史を振り返ると、私たちはイタリアのサルバニーニという会社が製造した機械を販売していました。その会社のパネル曲げ技術は世界一です。トルンプ社は、開発した曲げの機械の売り上げを伸ばすためのパートナーを探していたため、私たちに連絡を取ってこられました。それが私たちのパートナーシップの始まりでした。ここコニックでは、部品や部品を製造するさまざまな曲げ技術を蓄積してきました。一例として、日本のエンジニアが開発したアタッシュケースがあり、ドイツのエンジニアを驚かせました。彼らは現在、それらのアタッシュケースを販売プロモーションに使用しています。

パートナーシップはあなたのビジネスにどのようなメリットをもたらしますか？現在、Trumpfとのより類似したパートナーシップを探していますか？

日本には優れた技術がたくさんありますが、他の国でも同じことが言えます。彼らは私たちがまだ知らない信じられないほどの技術を持っています。日本のお客様に紹介できる優れた技術を探し続けていきたいです。私たちの使命は、優れた技術を世界から日本市場に提供し、お客様を継続的にサポートすることにより、お客様のモノづくりを発展させ、向上させることです。TrumpfとSalvagniniは大企業の1つです。しかし、私たちはここ日本と同じようにニッチな技術を持っている世界の中小企業を探したいと思っています。このような中小企業とのネットワークを拡大し、これまでにない技術を日本市場に投入していきたいと考えています。この種のパートナーシップは、私たちが彼らから学び、私たちの技術を進歩させるのに役立ちます。

2012年からタイに工場を設立しました。最近では2018年にベトナムに事務所を開設しました。これら2つの場所を持つことの利点を教えてください。

それはあなたがあなたの国際的な活動をさらに前進させるのをどのように助けるつもりですか？

日本にいたるだけでは情報が得られません。同様に、ニューズウィークの日本語版だけを読むと、日本について学ぶだけです。国際的なイベントについてもっと知るためには、ニューズウィークインターナショナルを読む必要があります。他の国に出かけることで、人、情報、市場動向に直接アクセスすることができます。島国である私たちは、他の国へのアクセスが容易ではありません。したがって、ビジネスの次の段階に進むことができるように、他のローカル市場に参入することが重要です。

どの国や地域に拡大することを考えていますか？また、どのような戦略を採用しますか？新しい工場、営業所、あるいはM&Aや合併事業を開設しますか？

Covid19の前に、私たちはヨーロッパやアメリカのような他の地域に進出しようとしていました。しかし、現状を考えると、動きを出すのは非常に困難です。以前よりも遠くに感じます。現時点では、どの国や地域に拡大するかについて具体的な目標はありません。M&Aを通じて日本のものづくりの精神を輸出し、伝えることは非常に困難です。グローバル市場に進出する場合は、グローバル市場の営業担当代理店を選ぶか、商社の支援を受けます。

2、3年後に戻ってきて、もう一度あなたにインタビューすることを想像してみてください。何を伝えたいですか？会社に対するあなたの夢は何ですか、そしてそれまでに何を達成したいと思いますか？

Covid19のおかげで、すべてがとても複雑になりました。今、他の人とコミュニケーションをとることは難しいです。正常に戻って前進できることを心から願っています。そうでなければ、それは不可能になります。1年半が経ちましたが、不確実性がたくさんあります。私の夢は、昔の日常生活に戻り、マスクを外し、パスポートに予防接種のスタンプを押さずに、人々と直接コミュニケーションできるようにする