

エミダス

挑戦する製造業

創刊号 2004・春

EMIDAS

for challenging manufacturers



はじまる！ 日中モノづくりネットワーク

富士通のERPソリューション「PRONES」 企業、工場の情報化は、富士通の「PRONES」で解決！



日本人総経理 山本さん

駐在歴2年目 会社の現地化、安定の為奮闘し続けている

中国人副総経理 王さん

山本さんを支える縁の下での力持ち

新バージョン (V1.0) 新発売!

PRONESの特長、主な機能

- * 日本、東南アジア、中国で1,000社を超える導入実績
- * 製番管理、MRP管理などの幅広い機能を提供
- * グローバル販売管理、ガントチャート機能を提供
- * NT版パッケージのため、安価で短期間の導入が可能（標準適用で6か月以内）
- * 様々な業種（組立、加工、装置）に対応
- * 多言語対応（簡体字、繁体字、日本語、英語、韓国語の5言語サポート）
- * 中国現地財務会計ソフト（富冠、用友）連携可能
- * 輸出入貿易対応可能（手冊管理）
- * Excel連携強化などユーザーフレンドリーなインタフェースを提供

お問い合わせは

富士通（中国）情報システム有限公司 日系統括営業部（全員日本語可）

北京：北京市朝阳区霄雲路26號騰潤大廈B棟10階

〒100016

電話：010-8458-4680

上海：上海市南京西路1168号中信泰富廣場18階

〒200041

電話：021-5292-9890

広州：広州市天河区北路28号時代廣場中座903室

〒510620

電話：020-3891-0450

EMIDASエミダス

挑戦する製造業



NCネットワークは、“中小製造業同士が協力しあう場”を基本コンセプトに、町工場のインターネットデータベース作りを6年前にスタートいたしました。今では12000社の巨大なネットワークに成長し、会員である町工場の皆様には、いままでの系列関係を越えたネットワークによって、様々なチャンスが拡大しています。

今回創刊する『EMIDAS』という雑誌は、そのような町工場の方々に「挑戦する製造業とは何か？」というコンセプトを、インターネットだけではなく新たな方法で更に広く伝えていくため、スタートいたしました。

また、今年8月20日には、NCネットワークを世界の工場データベースとして発展する最初の取り組みとして、NCネットワーク「チャイナ」をOPENしました。中国はいまや誰もが認める世界の工場であり、協業しなければならない仲間であり、それを、みなさんに伝えるともに、お互いの交流・発展が実現できればと思います。

どうぞ、今後とも挑戦する製造業マガジン『EMIDAS』をよろしくお願いいたします。

株式会社 エヌシーネットワーク 内原 康雄

Contents

目次

製造業座談会

4

若手経営者に聞く日本のモノづくりの今

新加工分類の紹介

29

新しくなったエミダス工業検索の加工分類

中国の「今」

8

生産大国の階段を駆け昇る

「全員集合」の紹介

30

エミダスだよ！全員集合！！

NC(日本)&NCチャイナ社長対談

10

発進！日中モノづくりネットワーク

エミダスホームページ大賞

31-32

製造業のホームページコンテスト

NCネットワークチャイナがゆく12

12

NCチャイナ活動報告(展示会・セミナー)

技術の森

33

「技術の森」は製造技術に関する

NCの提唱する「選ばれる営業」

13

これからの製造業に必要なもの

「Oshiete(質問)」と「Kotaeru(回答)」をつなげるサイト

EMIDASスタイル

14-18

宇井精研
ワークス

大裕工業
プラズマ技研工業

三和メッキ

企業の中国支援を応援する各種機関

38-39

新エミダスパートナー「機能」紹介

19

製造業支援サービスの紹介

NC(日本)+NCチャイナメンバー紹介

40

挑戦するひと

41

広告

富士通(中国)情報システム有限公司	中国	4, 36
サイボウズ	日本	6-7
産業タイムズ社	日本	9
コニカミノルタ	中国	34
上海NTT通信エンジニアリング有限公司	中国	35
ABCサービス	日本	36
上海摩矢广告有限公司	中国	37
上海イースト駐在員ツアースター	中国	37
ソニーコミュニケーションネットワーク株式会社	日本	42-43
日立情報システム(上海)有限公司	中国	44

NC(日本)&NCチャイナ 連携機能完全マスター

20-22

日中モノづくりネットワークはここからはじまる

NCチャイナ代表的な会員さまの声

23-27

機能満載、NCホームページを使ってみよう

28

製造業座談会

若手経営者に聞く日本のモノづくりの今

《参加者》

小泉 秀樹氏（株式会社ベッカー精工 代表取締役社長、S40 生）
坂本 薫氏（株式会社ワークス 取締役工場長、S43 生）
原 雄司氏（株式会社リアルファクトリー 代表取締役、S41 生）
内原 康雄（株式会社エヌシーネットワーク代表取締役社長）



現在、日本の製造業は、出口の見えない不況、産業の空洞化に直面し、かつてないほどの苦境に立たされていると言われていたが、元気あふれる企業も少なくない。

そこで今回、パワー溢れている製造業の若手経営者をお招きし、日本のものづくりの現状、そして将来についてお話を伺いたいと思う。

わが社のセールスポイントはこれだ！

内原 まず、最初に皆さんの会社の紹介をしていただきたいと思います。

小泉 主にプラスチックの射出成形金型を製造しております。本工場は埼玉県東松山市ですが、設計部隊が福島県の二本松市にもあります。具体的な製品で言うと、自動車のハンドル、ドアノブ、ミラーなどのアクセサリパーツや、ウォークマン、DVD、デジタルカメラ、携帯電話などの家電、通信機器関連の金型の受注が多いですね。

坂本 わが社は樹脂専門の加工メーカーです。主にマシニングセンタによる精密部品の樹脂加工で、ほとんどが試作品です。機械加工だけでなく、測定にも力を入れております。カメラ部品などの光学機器メーカーの仕事が多いため、非接触の3次元測定機、もしくはそれに附随するような測定治工具といったものをふんだんに取り揃えております。製品は、光学機器メーカーもしくは家電メーカーのレンズ回り、ファインダー回りや、他がやりたがらない超精密部品の樹脂加工を一番得意としています。

原 ソフトウェアの開発メーカーです。もともとは、金型用CAD/CAMを開発しているグラフィックプロダクツの中で、「CAM-TOOL」を開発していたメンバーが、100%子会社という形で独立したのがリアルファクトリーです。わが社では、CAMソフトにセットアップできるような安いCADソフト、あるいはCGソフト、スキャナー、加工機といった周辺機器を整えて、試作の前の、手前の試作とはどういうことをやればよいかという相談を受けながら、実際には加工受注に近いようなこともやっています。

ものづくりに携わったきっかけ

内原 続きまして、皆さんがものづくりの道に入った理由を聞かせていただきたいと思います。

小泉 私は、某電機メーカーのシステムエンジニアとして給料の計算ソフトなどを作っていました。24歳のとき、社長である父親が病氣になってしまったので後を継いだというのがいきさつです。当時は3次元CADを持っている会社は少なかったため、揃えていけば引く手あまたで仕事が来ました。金型屋でもグラフィック加工機を揃えているところは少なかったため、3次元CADでグラフィック電極を作り、専門で揃えて儲けていた会社もあります。わが社もそれらを何十年前に取り入れて、そこから資金を作りました。

坂本 私は、学生時代、税理士を目指して勉強していました。ちょうどその時期に父親を亡くしたため、バイトをしながら専門学校に通うなどと考えておりました。それで始めたバイトが、この業界の試作屋でした。この業界にのめり込んだきっかけは、バイト先の周りの先輩たちに品物を作る端からばかにされたんで、その先輩たちを追い抜こう、追い越そうという負けず嫌いな性格から、そのままこの業界に飛び込みました。飛び込んだ先が、現在のワークスの前身になる会社でした。その会社を閉鎖することになり、私を含め残っていたメンバー5人で、今のワークスを立ち上げました。

ですから、初めは5人しかいなかったんで、全員が営業であり、また加工屋として、スタートしました。

原 私のきっかけは、もともとは通信機メーカーで試作の現場にいたことです。私も当時は、大学の夜学に通いながら、正社員という形でメーカーに所属していました。3年ほど経過し、社内の試験に合格し開発部門に配属され、そこで設計の経験をしました。現在の会社の親会社であるグラフィックプロダクツには最初アルバイトから入りましたが、前の会社の開発部門でプログラミングもやっていた関係で、徐々に開発部門に移り、プロダクトマネージャーをやっておりました。今のリアルファクトリーを設立したきっかけは、ソフトウェアの価格が非常に気になってきたんですね。それで、最初はネット販売だけで、親会社で作ったものをコアにして、リーズナブルでコンセプト的には最上流で使うものを扱ってみたいと考えました。

海外展開の中で考える日本のものづくり

内原 海外の展開を視野に入れて、皆さんはどういう形で日本のものづくりをしていくのか聞かせて下さい。

製造業座談会

小泉 納期・品質は絶対です。わが社は量産型なので、ショット数が勝負になります。ある型の5倍のショット数が可能であれば、5倍の価格であっても、高い金型ではないんです。重要になる構造では、キャリアの差が出ます。金型の抜き、スライドの合わせ構造などの形はCAD/CAMを導入すればできますが、それを長寿命型に調整するのは、キャリアがものをいいます。

坂本 短納期で形にすることは、マシニングセンタとCADがあればできてしまう。けれども、高い技術力と最先端のデジタル化の融合がない限り、中国に負けるという気はしないです。なぜと言われれば、短納期で高品質というQCDが、やはりまだ海外では無理だと思うからです。

ですから、海外で不可能な職人技とその最先端の技術の融合があってこそ日本のものづくりですね。機械だけで終わらせることは絶対無理で、最終的にものをつくるのは人間ですからね。その技術力がITの中でうまく噛み合えば、諸外国からの追従を許さないと思います。

原 私の分野で言うと、デジタルできちんと測定するのは機械があれば、ある程度どこでも可能ですが、デザインや文化というのは、国内に存在しています。そこでツアーでやりとりできる日本のメーカーは絶対有利だと思います。そういったところから、主要なところは、やはり日本でやろうと戻ってきてくれることはかなりあります。

ものづくりに携わる若者を育てる

内原 これからもものづくりをやっていくに当たって、どういうモチベーションでやっていくかなどの夢についてお話していただきたいと思います。それぞれ入社試験についてはどうでしょうか？

小泉 わが社では、社員を採用する時のテストでは、プラモデルを作ってもらいます。図面を外してしまうので、結構難しいんです。どのパーツがどうくっつくか、想像の世界で組み立てなければならぬ。要するに、ものを作ることがそれくらい好きでなければ、型屋なんてできないということです。ペーパーの図面から3次元を思い浮かべて加工できるようにしないと、この仕事はできないと思います。

坂本 わが社は、社長と私で面接をします。キャリアとは別に人間的な部分でもよく判断します。入社したら、とりあえず、仕上げ部隊に配属します。先ほどのプラモデルのテストと同じですが、仕上げをやらせると、何に向いているかがよく分かります。

原 わが社の教育管理では、まず、一通り全部自分の好きなものを、モデリングから削り出しまで全部やらせます。例えば、この間入社した女性社員は、もともとヘアデザイナーだったのですが、自

分のくしを作りたいと、いろいろなパターンのを研究して一生懸命に造っていました。

ものづくりに抱く夢

内原 では、最後に自分の会社が、10年後にどのようなか将来の話をさせていただきたいと思います。

坂本 ものづくりは日々進歩して変わっているんで、10年後がどうなっているかは想像できないですね。技の伝承とは、組織をつくることでもあり、会社としての技術の門外不出のあんちよこのようなものをつくることも重要ですね。日々改善で新しいものを吸収していく。新しいものと古いものの融合がいかに上手にできるかで10年後が見えてくる気がします。

原 私は3つあります。まずは、今販売している「CraftMILL」というソフトは、誰でもそこそこのもので作れるというCAMです



ので、世界中に売りたい。2つ目は、ものづくりのネットワークが活性化していますので、開発サイド側に、現場での経験のある人をもっと入れて、もうちょっと今の日本のものづくりを建て直したいと思います。

3つ目は、スタイリングとエンジニアリングをもっと近づけることです。私はあえてデザインと呼ばずにスタイリングとかスタイリストと呼んでいます。それがもっとエンジニアリングにつながるソフトを開発できればと思います。

小泉 私は、デジタル化と匠の世界の融合させてつくっていききたいと思います。将来的には、もっと提案できる企業にしていきたい。

内原 今まで持ってきた技術、デジタル化とそのたくみの世界の融合と、企業のネットワーク化、協力ということですね。本日はこれからの若い経営者の方々から明日へつながる製造業の元気になるお話を伺うことができました。ありがとうございました。



中国の「今」生産大国の階段を駆け昇る



「世界の工場」のネーミングから3年

中国に呑み込まれるのではなく、中国に飛び込む日本企業

半導体産業新聞上海支局 黒政 典善

2003年の上半期、特に第2四半期の中国経済はSARSにより大きく揺さ振られた。日本からの出張者がゼロになる程の状況下、誰一人として楽観的な予測を打ち出すことはできなかった。しかし、1年を振り返ると、実質的な経済成長や一般消費の力は衰えることはなかった。SARSといえども、勢いに乗る中国パワーを止めることはできなかったようだ。



上海や北京では自動車購入が人気、関連産業には追い風となる

中国政府は2002年のGDPを2020年までに4倍の35兆元(1元≒15円)に引き上げるという目標を打ち出している。2008年の北京オリンピック開催、2010年の上海万博開催、2004年のF1レース開催、その他にもユニバーサルスタジオやディズニーランドの誘致が進む。かつてミラクルといわれた日本の高度成長を越えるスピードで、中国は発展の階段を駆け上がっている。

しかし、日の当たるところには、影ができる。急成長する中国経済の裏では、「中国発のデフレスパイラル」や「中国の生産移転によるニッポン空洞化」など、日本経済や製造現場を憂慮する声も聞かれる。とは言うものの、躍進する中国経済の勢いは、もはや誰にも止めることはできないものとなっている。

中国が「世界の工場」といわれるようになってから、どれくらいの年月がたったのか？日経ビジネスが「気が付けば、中国は世界の工場」という特集を組んだのは3年前(2000年11月27日号)のこと。当時の記事を読み返すと、「日本は呑み込まれる」、「生産大国の階段を駆け昇る中国」、「日本の生産大国の座は、実は、風前の灯火」などといったセンセーショナルな言葉が目につく。

過激なフレーズが適当かどうかは別として、この頃から日本企業の中国進出に拍車がかかり、今では「世界の工場中国」というフレーズは当たり前のものとなった。中国を代表する経済都市「上海」に在住する日本人は、駐在員とその家族や長期出張者、留学生などを合わせると、3年前には約2万人といわれていた。それが今

では、上海だけで3万から4万人に拡大しているという。さらには上海周辺の江蘇省や浙江省にも日本企業の進出地が広がっている。私の感覚では、この3年間で日本企業の中国進出は毎年1.5から2倍のペースで拡大を続けてきたイメージだ。

上海市工商局の発表によると、上海に進出した日系企業は2002年末迄に約3600社、関連企業を含めると5600社に達した。そのうち、2002年の1年で上海に進出した日系企業は約470社となる。1年は365日なので、上半期は1日1社、下半期は1.6社のペースで進出したことになる。2003年はこれ以上のペースで推移したのは確実で、おそらく1日に2社以上の日本企業が上海に進出したことになるという。

実際に中国ビジネスをスタートさせた企業がこれだけいるのであれば、中国ビジネスの成功を掴もうと、視察にやって来る企業は、この数倍以上の規模となることだろう。

このように、ここ数年「中国ブーム」ともいえる状態が続いている。皆さんの周りでも、「こないだ中国に行って来た」という人が多くなったことだろう。あなたは如何ですか？「まだ中国に行ったことがない」、「うちの会社は中国と関係ない」という人は、この3年間のチャンスを逃し、多くの企業に先を越されてしまったのかもしれない。

ユニクロの中国工場の人件費は、日本の20分の1という超低コストだという。中国の安い賃金と豊富な労働力と競争しても勝ち目はないと、日本の製造現場の世界では「中国脅威論」がまだ根強い。中国の安い人件費と膨大な労働力は、敵対すれば厄介なライバルとなる。その一方、取り込んで自分のものとしてしまえば、非常に強力な競争力となる。しかし、競争の舞台は中国に移り、進出企業同士での勝負に転ずる。低コスト追求の戦いに終わりはしないのかもしれない。



中国各地で建設が進む工業開発区、優遇政策は各地さまざま

中国の「今」生産大国の階段を駆け昇る



上海で開催されたエレクトロニクス展示会には、5万人が来場した

それよりも、部品メーカーにとっては、爆発する製造現場での新市場獲得にこそ大きな価値があるのかもしれない。顧客企業の中国シフトにより中国進出を余儀なくされるケースが多い。しかし、その延長線上には、日本以上の大きな市場を獲得するチャンスも待っている。

中国シフトの現象を、日本以上に警戒している人たちがいる。台湾の製造現場では、日本以上に大きなジレンマに直面している。中国と台湾は言葉の問題もなく、文化的な差異もほとんどない。それだけ中国進出が容易なのに加え、人口は2220万人(2002年末時点、ちなみに上海は一都市だけで1600万人)と市場は小規模で、かつ縮小傾向が続く。発展を維持するためはおろか、縮小を回避するためには、もはや中国進出は避けられない事態となっている。

台湾企業の中国進出はローエンド分野から始まり、ハイテク技術にまで至る。台湾の中軸産業である半導体分野では、日本以上のペースで中国シフトが進んでいる。事態を憂慮した台湾政府は、一部の企業に対して進出を規制する行動に出ている。具体的には、8インチ、0.18μmウェーハによるIC製造までしか中国への移転を許していない。

中国や台湾の半導体企業を取材している中で、台湾メーカーの経営者は「顧客が出るところについていく」、「市場のあるところで生産をするのが一番」と語る。最先端技術による製造工場の中国進出は認められていないのだが、待たなしの企業側にとっては、その堰はもう切られてしまった感がある。もはや中国抜きには生産計画を組めない状況にある。

中国に進出した企業の経営者に聞くと、顧客企業の中国シフトが中国進出を決定付けたケースが多いようだ。いざ中国に進出すれば、日本では考えられなかった難問が待ち構えている。進出候補地の選定、コロコロ変わる複雑な税制、部材の調達先や新たな顧客の確保、帰属意識の低い現地労働者、慣れない異国の生活環境など。これらのことを想像すると、誰だって抵抗を感じるはずだ。

しかし、進出した企業の経営者はどう考えているのだろうか。この3年間、上海を中心に中国の製造の現場を取材して回った記者の目から見て、進出企業の経営者は皆、活力に溢れているように見える。「将来の漠然とした不安にエネルギーを使うくらいなら、目の前の問題を片付け明日を切り拓いていく方が楽しい」(蘇州に進出した日系機械メーカーの経営者)と語る。日中相互のニーズがクロスオーバーする形で、今後も中国ビジネスは拡大していくだろう。中国のパワーを活用し、双方が共に発展することを願って止まない。

上海に進出した日本企業の推移

年度	単年度 / 年末累計	前年比
1996年	330件 / 1,973件	---
1997年	266件 / 2,239件	0.80倍
1998年	160件 / 2,399件	0.60倍
1999年	144件 / 2,543件	0.90倍
2000年	237件 / 2,780件	1.65倍
2001年	342件 / 3,122件	1.44倍
2002年	467件 / 3,589件	1.37倍

参考：上海市工商行政管理局データなど

中国エレクトロニクス企業総覧2003

中国の半導体・液晶・ITなど1500社の詳細データを全収録!!
A4変形判・551頁・定価19,500円

世界電子機器メーカー最前線

主要最先端21品目のキープレイヤー100社を徹底分析
A4判・250頁・定価40,000円

半導体産業計画総覧2003

年度版
低迷からの脱却～回復に転じる設備投資計画を徹底取材～
A4変形判・361頁・定価18,900円

アジア半導体/液晶ハンドブック2003

台湾・韓国・中国・東南アジアのメーカー別プロフィール・設備投資を一覧
A4変形判・77頁・定価4,200円

半導体工場ハンドブック2004

ナノレベルに突入した次世代ラインの全貌
A4変形判・143頁・定価3,150円

産業タイムズ社 <http://www.semicon-news.co.jp/>

〒101-0021 東京都千代田区外神田5-5-4 第三日昌ビル
TEL.03-3834-5131(代) FAX.03-3839-5460
書籍・広告の問い合わせ 上海オフィス +86-21-6209-3065

発進！日中モノづくりネットワーク

NCネットワーク構造の行方

NCネットワークチャイナの設立の経緯は？

中村 2年前、NCネットワークが行った中国視察ツアーに参加した時のことです。その前から、アジアのモノづくりにはとても興味を持っていましたが、同時に、将来の自社の行く末について、不安を抱いていました。

(中村総経理は、大田区出身で某金型メーカーの現場を経験後、千葉で部品関係の工場を17年前から経営。)

ツアーでは、内原氏と中国の動向に興味を持ち参加されていた、中小製造業の経営者の方々と、深せん・東莞の工場7・8社を見学しました。その夜、私の中国製造業に対する熱い思いを内原氏にぶつけたところ言い出した私が、NCネットワークチャイナの総経理を務めるに至ったのです。

中村総経理も中小製造業の経営者としての経験があるとの事ですが、その視点から捉えた日本製造業と中国製造業のあり方についてどう思われますか？

中村 私も日本の中小企業の経営者としてモノづくりに従事していましたが、ここ数年大手企業の海外移転が相次ぎ毎年コストダウンの要求を受け、それに応えてきました。しかし日本の製造業の将来を考えたとき、10年～15年先はどうなるのか？と疑問を感じました。このまま日本がコスト競争だけでモノづくりをしていくことに限界を感じました。もっと日本にはやるべきことがあるはずだと。しかし、実際中国に足を運び現状を知った時、大変驚きました。休み時間だというのに、仕事以外の勉強に励む若者達がいきました。自分の知識や価値を高めようとする若者や働く人の意欲や向上心は身震いするほどでした。感じ方は人それぞれだと思いますが、自分が忘れていた独立以前の熱い感情を呼び起こしてくれたのです。そのような経緯により、アジアのモノづくりの中でも特に中国に興味を持ち、8月20日、NCネットワークチャイナをオープンすることができました。

NCネットワークチャイナが設立した当初の反応は？

中村 実際、オープン前は8月より前に予定しておりました。しかし、SARSの問題がありオープンが遅れ、設立当初は苦戦を強いられました。現在は現地企業・日系企業合わせて1700社弱の登録があります。伸び悩んだ時期もありましたが、最近では徐々に認知されてきたのか登録状況も日に日に伸びてきています。また、日本のNCネットワークのスタンスと一緒に、フェイス



NC(日本)社長 内原氏

NCチャイナ社長 中村氏

toフェイスを心がけています。展示会に積極的に出展したり、現場に足を運んだりなど、なるべく生の声を聞くよう心がけています。日本の展示会・中国の展示会両方に言えることは、「中国との協業」のニーズの高さです。注目している方は、数多くいるということです。

また、私自身一番驚いたのが、情報のギャップです。中国と日本の距離はそう離れているわけではない、近い存在であるはずが、日本に入ってくる情報というのは、中国の情報の中の全体の3割だと感じました。

以前、某電機メーカーの話をうかがいました。世界に46工場がある会社なのですが、工場と工場をつなぐシステムがないことに気づきました。日本にある本社と現地の工場の情報共有が行われておらず、情報収集はそれぞれが行っているのが現実です。何故、情報の共有が行われないのか？と、とても疑問に思いましたが、その点についても日本のNCネットワークとNCネットワークチャイナの存在意義をますます感じましたね。

日本の会員の反応はいかがでしたか？

内原 以前から、エミダス会員のみなさまより、「もっと早くDBを充実させてほしい」という要望が強かったのですが、一方で、日本の中小企業のネットワークであるはずのNCネットワークが、何故中国なのか？という意見もありました。しかし今後世界を舞台にモノづくりを行っていく上で、「日本」、「中国」という隔たりを破っていくことが重要だと感じました。今後も日本抜き、または中国抜きのモノづくりは考えられないと思います。

発進！日中モノづくりネットワーク

そういう意味でもNCネットワークとしては中国のサイトを作らなければいけなかったのです。

8月20日にNCネットワークチャイナがオープンして、これまで色々中国の製造業の現場をまわったということでしたが、実際のいかがでしたか？

中村 中国は、みなさんのイメージだと、まだまだ安かろう悪かろうという品物が多いと感じていらっしゃると思います。しかし実際は、加工の質の低い工場もあれば良い工場も存在する。その差が極端に開いています。中国はここ数年で急速な発展が進んでいます。中国の企業であっても、現地企業は特に設備投資を一時期の日本並みに行っています。また、繊維業界においても、一昔と比べ、数段よい物が中国から輸入されています。どの業界においても、技術の進歩は留まることはありませんし、もちろん日本だから中国だからということも関係なく日々前進しているのです。

内原 私の知り合いの企業も、アジアに進出した工場が数社います。現地に根付くつもりで海外進出を行っている企業については、みなさん成功しています。中国ブームに乗って出て行った企業に関しては、撤退を余儀なくされている会社が多いのではないのでしょうか？

日本の製造業と中国製造業

内原 中国は日本が50年間やってきたことを、10年というスピードで追いつこうとしています。全体の総合力にしても、確実に日本に近づいてきています。



今の中国の状況は、世界中のメーカーから大きな資本が入ってきて、投資が盛んな状況ではありますが、まだ人的資源については日本には追いついていないと思います。

中国の人達の営業レベルは、自分達で積極的に海外に向けて営業するというよりはまだ国内での営業に留まっているという状態です。「営業力」については、中国の競争力が日本を上回るレベルまで達するには10年くらいかかると思います。

中村 今、中国の技術レベルは、日本の6割7割まで追いついてきていると思います。あと2・3年もすれば9割まで追いつくでしょう。それは中国の企業の設備投資が盛んになってきているからです。しかし、残りの1割について埋めるには10年から20年かかるでしょう。この1割は日本人の「感覚(経験・ノウハウ)」だからなのです。この1割を埋められない要因としては、日本と中国の産業構造の違いにあります。中国の産業構造は、日本と逆なのです。旋盤加工屋やフライス屋といった、底辺にあたる加工工場の少なさ

にあり、専門家と言われる人たちが極めて少ないということなのです。しかし今後、日本の中小企業が進歩や前進をあきらめるといふことになればあっといふ間にその差は埋まります。新しいものを造り出していくという日本の特性を活かして、今後もモノづくりを行って欲しい。

中国と日本の「協業」のかたちは、どのようなものなのでしょう？

中村 共に力を出し合う関係を築ければ失敗しないでしょう。しかし、どちらかが見下したりあぐらをかいたりするようでは「協業」は成り立たないと思います。これは、中国と日本に限らず、どんな状況においても言えますよね。先日、エミダス会員の中でも合併して10周年を迎える企業のパーティーが行われましたが、その地域に根ざした企業になろうとしているところは成功しています。

日本の中小企業のみなさんの中には、中国を脅威と思ひ敵意を抱く方もいらっしゃいます。しかし、日本の中小製造業は中国のコストに対抗できる力をもっていますよ。いくら中国が人件費が安いと言えども、生産性を考えたら日本でつくるのも変わりないと思います。

NCネットワークの今後の展開について

内原 製造業のみなさまにはNCネットワークのサイトを活用し、これまでとは違う新たな注文を取り、より技術力を磨き自社の価値を高めていただきたいと思います。同時に、新たな取引先を獲得し、自社の得意とする仕事ができるような状況を作っていただきたいと思います。しかしそれには、私達NCネットワークが大きなマーケットとして発展し、仕事を集めることが必要となります。今後USA(英語サイト)やドイツ語・フランス語・イタリア語・スペイン語のサイトを作り、世界から仕事を集めることが次の展開だと考えます。しかし世界を舞台にしたとき、日本だけで行うことは決してたやすいことではありません。そこで今回、NCネットワークチャイナがオープンしたことにより、日本の強みである試作開発、中国が得意とする大量生産までをカバーできる、より「世界の工場」としての機能が備わったと思っています。様々な得意分野を持つ製造業がこのNCネットワークのサイトに集まることにより、世界中のメーカーがこれまで以上に注目します。それを実現することが、今後のNCネットワークのミッションとなるのです。

NCネットワークチャイナがゆく

インターネットだけではないフェイスtoフェイスの関係作り！

中国は外資利用の増加に伴い、ますます世界の工場という名を不動のものとしています。中国の輸出高は2001年だけでも2660億ドルに達しました。世界の最強企業として最上位にランクされた500社の内、80%の企業はすでに中国に進出しており、390,000社の外資企業は中国で業務を展開しています。各国企業はコストを下げ、自身競争力を高めるために、中国を自社調達中心市場としています。

中国で自社をPRするために多くの企業は、大量の広告を投入するほか、セミナーの開催、各種様々な展示会に競って参加しています。NCネットワークチャイナもそれに負けじと、これまで様々な展示会への参加や、セミナーを開催してきました。中国での展示会をまだ経験したことのないという企業の方も一度その雰囲気を味わい、ともに中国展示会で成功の喜びを分かち合いましょう！

10月に開かれた中国国際工業貿易展示会でのNCネットワークチャイナの展示会での様子です。



2 会員様のカタログを設置。来場者からは、非常に効率よくカタログ収集が出来るという評価をいただきました。



3 展示会でこそ味わえるお客様の生の声！！サイト上では伝えにくい細かいことまでじっくり理解していただきました。



中国展示会情報、セミナー情報のことならNCNCの馮（ひょう）までお気軽にお問い合わせください。
E-mail: feng@ncnetwork.com 担当：馮（ひょう）



1 共有商談コーナーでは、ご来場いただいた会員様同士の熱心な商談が行われていました。



4 NCブース内に会員様個別ブースを設置し単独出展よりも安価で効率的な集客が可能となりました。

12月に開かれた『中国ではばたけ日本のものづくり』セミナー

12月11日に開かれた、NCNCとマイクロソフト主催のセミナー。中国の日系製造業関係者153人もの方々にお集まりいただきました。

6人の講師の方々の豊富な経験を交えた今回の講演会、中国で経験した失敗談から、その解決法まで面白エピソードを添えての講演、すごくなりました。きっと皆様の今後の中国ビジネス展開にお役立ていただける事と、思います。NCは今後もこのようなセミナーを開催し、会員の皆様の製品・得意技術の紹介や、交流の場を作って行きたいとします。是非、次回は自社のカタログ等をお持ちいただき、新たな取引のチャンスをつかんでください！

講演内容

1. 「中国進出日系企業の実態と問題点」
丸屋豊二郎氏（JETRO 上海事務所 所長）
2. 「中国・部材調達における人材育成の課題と対策」
太田謙二氏（UFJ 総研（上海）有限公司 総経理）
3. 「“中国で買う” “中国で作る” で競争に勝ち残る」
中村和彦氏（上海恩系信息咨询有限公司 総経理）
4. 「経営におけるITセキュリティとローカリゼーション（中国編）」
高所所氏（マイクロソフト（中国）日本市場責任者）

5. 「中国での不良債権及び回収方法」
陶雲明氏（中倫金通法律事務所 弁護士・合伙人）
6. 「中国での経営実務の問題及びその解決のコツ」
陳微微氏（三菱商事上海事務所 副所長）

会場内にはご来場頂いた方々のカタログコーナーも設置していましたが、講かなりの好評で演前から大勢の人が熱心にご覧になっていました。

NCネットワークの提唱する「選ばれる営業」とは？

～これからの製造業に必要なもの～

この10年、日本の製造業はこれまでにない苦しみを潜り抜けてきました。このような状況下で、近年改めて注目を浴びているのが「営業」のあり方です。これからの製造業にとって、あるべき「営業」はどのようなものなのでしょうか。それを知るには、まず成長している企業とそうでない企業の違いとは何かを知ることが必要です。

成長している企業は、新規顧客を次々獲得するために新たなニーズ（市場）を発掘するアンテナを張り巡らせ、技術と営業の両面で成長を遂げています。逆にそうでない企業というのは、既存の取引先にしがみついているうちに、中国への生産移行による親会社の仕事減少から暗中模索を余儀なくされています。そうすると、これからの製造業にとって必要なのは新規顧客・新しいニーズ（市場）の開拓だと言えます。既存の取引をこなしつつも、それ以上に新規顧客を拡大する「営業力」がこれからの時代中小企業に求められているのです。

では、新規顧客を獲得するための第一歩として重要なことは何かを探ってみましょう。いうまでもなく、新しい相手と出会う機会を増やし、自社を知っていただく（認知させる）ことが、最も重要です。それでは、自社を「認知」させるために必要なことは、何でしょう？ そう、PR（宣伝）です。PRの方法としては、いくつかの方法があります。例えば新聞広告や展示会への出展が、代表的なツールと言えるでしょう。

まず、「新聞広告」は、色々な方にお話しを伺った感じでは、何らかの効果はあると聞いたことがあります。また、中小企業では特に、経営者（決裁権のある方）が毎朝欠かさず読むと言われますし、電車の中でも多くのビジネスマンが熱心に読んでいる姿は今も昔も変わりません。

例えば、日経新聞の購買部数は、3,045,168部（朝刊）。もし、広いターゲットに自社を認知させたいということであれば、効果を生む可能性は十分にあります。掲載される場所にもよりますが、広告費は少なくとも～十万円、多ければ～百万円とされています。広告費を費やした何倍もの効果を生むことが出来ているからこそ、広告を出稿するお客様もいるのだと思います。

次に「展示会への出展」です。製造業向けの展示会など、大きなものだけでも年に十数回は行われます。新たな顧客開拓にはとても効果があると考えており、NCネットワークでも年に3回～5回の出展を行っています。出展料＋手間や人員の確保を考えると、そう頻繁に出展することは難しいですが、自社のブースへ誘導する「策」を練り、多くの名刺を獲得し、リアルな場での商談ができることから有効なツール

として今後も利用していく価値はありそうです。ただ、ターゲットとする部門の方（設計・資材/購買担当者）をうまく捕まえることができればの話です。

さて、ここで有効的なツールとして三つ目に挙げたいのが、「インターネット」です。

この「インターネット」を使ったPRが上記二つの方法と大きく異なる点は、手間とコストを最小限に抑えられるという事です。思いついたときに行動が出来、仕事が欲しいという自社の状況に合わせて、「好きなときに好きなだけ」PRができるお手軽さは、インターネットの右に出るものは無いと思います。

ここで、インターネットを活用した宣伝方法についてもう少し考えてみましょう。

例えば、自社ホームページを作って直接それを見てもらうというやり方の場合、お客様は「Yahoo!（ヤフー）」や「Google（グーグル）」など、大手の検索エンジンから貴社のホームページを探すことになります。

ですが「プラスチック製品製造」や「機械加工」というキーワードで工場を探してみると、ヒットした検索結果が数十ページに渡り、上位ページに自社のページが入ることは難しいと思います。

そこで、NCネットワークでは、「プラスチック製品製造」や「機械加工」のように、モノづくりを行う企業だけを集約した製造業のデータベースを構築し、「こんな加工をお願いしたい。」「こんな製品を作りたい。」また、「うちはこんな加工が得意だ！」「こんな技術を持っている。」というニーズを持った人同士が集まる工場専門のポータルサイト（玄関サイト）を立ち上げるに至ったのです。協力工場を探している発注者にとって、特徴ごとに工場が探しやすい作りになっていて、探す側にも探される側にもメリットが出てくる方法と言えます。受注希望の企業にとっては自社の情報を明確にするほど、発注企業から検索される確率を高め、更に写真やコメントにより発注企業の心を掴むことができます。つまりこれからの製造業の営業にとって、インターネットを通じた出会いはますます重要になってゆき、その出会いを上手く掴めるかどうかの「営業力」が今後の製造業にとって必要と言えるのではないかと思います。

それでは、今回はその出会いとチャンスをこの手で掴んだ、「営業力」に優れたエミダス会員企業5社のお話しをご紹介します。



有限会社 宇井精研 経験と実績が生んだ新技術

左から山口工場長、福田氏、右下が宇井専務



精密金属プレス加工を手がける有限会社宇井精研（群馬県太田市）を訪ねた。プレス加工を行う工場は多数存在するが、超薄板の量産加工を手がける会社として、県内では例がない。現社長の宇井哲男氏は、金型業界20数年の経歴の持ち主。独立し、昭和63年6月に現在の専務・工場長の3名で宇井精研を設立した。

だ！」ここから、同社のIT活用が加速する。まずは、検索エンジンへの登録から、HTMLに自社にマッチすると思われるキーワードをmetaタグとして埋め込んだ。また、WEB上に掲載する部品の写真は、セミナー（エミダス道場）やコミュニティ掲示板に積極的に参加し、クオリティを上げるノウハウを学んだのだという。自ら動かなければ何も始まらない。そしてその夏、同氏の努力が実を結び、初めて見積もり依頼が舞い込んできた。その後も満足することなく、走り続ける。ホームページも今回は自社で制作し、情報の更新を幾度と行った。しかし、ネットを積極的に利用していきたくものの、ネットでの取引には不信感があった。そこで同社ではネットで出会ったお客様とは必ず一度、顔をあわせるようにしているという。そうすることで、ネットに対してのボトルネックが解消され、新たな取引に対しても、スムーズに行く。

ネットを活用すればするほど、従来は足で歩く営業でもなかなか結びつくことが困難だったお客様との出会いが広がった。インターネットの威力が実証された。

創意と工夫が実を結ぶ

2001年のホームページ立ち上げから、新規取引先に結びついたのが10件以上、その中でも数社、継続的に取引が続いている。紹介や口コミで広がっていくケースが多いのだという。また、参考程度の見積もりと判ってながらも対応した案件が、1年後に決まった事もあった。無駄なことは何も無い。そういう経験から、依頼があれば誠心誠意で対応する。見積もりだけで終わってしまう事のほうが多いが、やらなければ始まらないと工場長は感じている。お客様からの見積もり依頼については、ただ言われるがままに見積もりを返すのではなく、自社ができる技術や加工実績を最大限PRし、大いに活用する。そうすることで確実に受注に結び付けている。きっかけは何であっても、その後のフォローで何十倍もの利益を生み出すことができる。その自信があるから、多くのお客様の目に触れる事に邁進し、検索エンジンでは常に上位にヒットされるよう努める。ホームページやEMIDASを通じて、週に数件の問い合わせがあるという。見積もりにはかなりの時間を要するが、誠心誠意で対応、それが新規取引先の開拓につながる。

宇井精研の未来を担う

現在はパソコン5台を全てネットワークを組み、情報・図面等の共有に活用。フロッピー等で、ファイル共有を行っていた頃を考えると、作業の効率化、時間の短縮につながった。また同社では、業務と取引先の拡大に伴い社内システムを自社で開発。全て福田氏の手で創られたものばかりである。システムを買えば数百万円以上、それなら工作機械を買ったほうが会社にとってメリットがあると、福田氏は言う。

同氏は宇井精研に入社する前は、旅行会社に勤務する。旅行会社も製造業同様、他社との価格競争が激しかったと語る。限られた枠の中で常に最大の力を発揮する。そのための努力を惜しまない。入社して4年目、工場長の指導の元、現場を経験。現在は現場から営業、管理、WEBマスターとしてあらゆる業務をこなす。10年経っても身に付かない知識と技術を短期間に取得し、宇井精研の未来を担う。

今後の展開

今後は、今までの経験と実績を生かし、自社製品の開発「宇井ブランド」を創っていきたくとのこと。現状に満足することなく挑戦し続ける姿勢が、新たなチャンスを生む。そう遠くない将来、「宇井ブランド」は必ず私たちの前に現れるということを感じさせてくれた。

<http://www.nc-net.or.jp/emidas/gaiyou.php?66359>



ミクロン単位プレス加工はクリーンルーム内で行われる

経験と実績が生んだ新技術

同社では、板厚1ミリ以下の弱電・端子関係の精密プレス部品を主とする。また精度の要求する金型の設計から製作を手がける。同社はお客様との綿密な打ち合わせから始まり、商品の開発段階から量産に至るまでを一貫して行う。金型は設計から手がけているので、設計変更にも迅速な対応が可能だ。また、従来の金属プレス加工では不可能といわれていた、超薄板（20ミクロン）の金属板でのプレス加工を実現した。超薄板加工は、プレスで打ち抜くとバリやソリなどが生じ限界があるため、エッチング処理が一般的となっているが、同社ではこれをプレスで実現。その結果、時間短縮と大幅なコストダウンにつながった。他社との差別化を図るためだと、福田氏は言う。結果、今までは弱電に偏っていた同社の部品加工が、実用される製品が増え、同時にお客様の幅も広がったと、工場長の山口氏。これらは全て、宇井精研の経験と実績、そして常に挑戦し続ける前向きな取り組みが、全て不可能を可能にした。プレス加工を行う会社は無数に存在するからこそ、他ではできないものに挑戦する。また、一般的に難しいものをやりこなすことで自社の売りとなり営業の幅を広げる。これが宇井精研の営業スタイルである。



ミクロン単位の超薄板へのプレス加工が得意

結果は後からついてくる！

板厚20ミクロンのプレス加工技術は、お客様との打ち合わせを重ね、幾度と無く挑戦し、長い開発期間（約3年）を経て実現に至った。開発に費やした3年は、今の宇井精研に多大な利益を生み出している。まず、やり遂げたことにより社員の士気が高まった。挑戦し続けることにより、「必ずできる」ことを工場長が社員に実証し、勇気と希望を与えたのだ。また、お客様と社員の間に「共に作り上げる」という関係を築きあげ、協調性が生まれた。時間と、実績、経験で期待以上の成果をはき出した。「結果は必ず後からついてくる。」と工場長は自負する。

ITへの取組み

2001年の春、宇井精研のITへの取組みが始まった。営業の手段といえば、従来は「足で歩く」事以外に手立てがなかったが、時代は変わった。今や発注企業もインターネットで気軽に工場を探す時代。選ばれるためには必要不可欠。そう感じた宇井社長がホームページを立ち上げることを決意した。当時は、CADに使用していたパソコンが1台。ネットの環境も整ってなかった。全く「0」からの出発となるが、インターネットが及ぼす可能性に胸を躍らせ、スタートを切った。ネットの回線を引き、ホームページは作成業者に依頼した。環境は全て整ったと見えた。しかし、期待通りの反応が来なくてこなかったという。「ただ待っているのではダメ

大裕工業株式会社 インターネットがもたらす可能性

ゴム・樹脂を主要素材として、主に自動車・ケミカル機器の部品を手がける、大裕工業株式会社（東京都大田区）を訪ねた。

同社は、設計から試作完成までの体制（先進設備を導入）をいち早く整え、短納期を実現。また、量産までの多様なニーズに対応すべく、国内工場の他に上海工場を構える。

「体力（お金）があるときにやっておかないと（笑）」と、はにかみながら答える坂間氏の目は、時代の一步先をよむ洞察力と自信に満ちている。



▲主力製品は、LSR（液状シリコン）をはじめとした、ゴム・プラスチック製品

<インターネットがもたらす可能性>

インターネットに注目し始めたのは、5・6年前。当初からネット受注に注目し、ホームページを立ち上げた。坂間氏は現在のホームページを、かなり優秀な敏腕営業マンだと自負する。このホームページがもたらす仕事ぶりは、問い合わせが月に約数十件にも上り、受注獲得に結びついた案件は数え切れないという。ホームページを立ち上げた会社の全てが、受注を獲得できるわけではない。その中でなぜ、大裕工業が発注企業から「選ばれる」のかを坂間さんに伺った。

「ホームページは、懲りすぎると何をやっている会社なのかわからなくなる。うちは、あくまでもシンプルを目指す。」

何を行っている会社かお客様に伝われば、そのお客様はどこまでできるかを次にイメージするが、大抵の場合は聞いたほうが早いと多くの方が考える。そこで、どのページからも「問い合わせ」ができるようなページ構成と、きっかけづくりをこだわったのだと、坂間さんはいう。

ホームページで情報開示をどこまで行うかは会社によって異なるが、少しでも多くの問い合わせを受け、お客様と話ができる機会を増やす。これはインターネットだからこそ使える「技」である。

そして、お客様の依頼に関しては最良の提案で返す。また、自社の設備では不可能だと思えば、その仕事をできる会社を紹介する。

<社内体制もシンプルを目指す！>

大裕工業では徹底した社内体制を築き、仕事を効率よく循環さ



▲坂間氏

せる。（現場・担当者ベースに、システム・体制を構築しシンプルを追求。）

そのひとつとして、エミダスのサービスのひとつである「発注情報」の活用が挙げられる。「発注情報」にゴム・プラスチックの案件があれば、ネットの担当がそれをピックアップし、すみやかに新規問い合わせの担当者に渡す。更にその中から、同社が可能な案件を選び応募をする。メールからの問い合わせも同じ手法を用いて、狙った案件を逃さない。

同社にとって、ネットは新規取引先開拓を行う上で非常に重要な営業ツールなのだ。

EMIDAS パートナーを利用して1ヶ月余り。このわずか短期間のうちに、着実に受注を増やす大裕工業のネットへのチャレンジは、これからも続く。

<http://www.nc-net.or.jp/emidas/gaiyou.php?48858>



▲「敏腕営業マン」の役割を果たすシンプルなホームページ

三和メッキ工業株式会社 あきらめないこと！継続は力なり

「ネット受注を獲得するためには、どのようなホームページが理想なのか？」きっかけはEMIDAS会員さんのこの一言だった。今年で2回目を迎える製造業のホームページコンテスト『EMIDASホームページ大賞』では技術力・強みをアピールした、製造業のガイドラインとなるホームページを選考し発表する。これらは製造業のネット営業力を高める事を目的とし、ネット受注の活性化を促す。

今回訪問した、福井市近郊にある三和メッキ工業株式会社は、昨年のEMIDASホームページ大賞にて「技術コンテンツ賞」受賞の実績をもつ、ネット受注獲得に意欲的に取り組む中小製造業の1社である。

三和メッキ工業は47年の歴史を持つめっき会社だ。お話を伺ったのは、清水常務。同社の営業として新規取引先の開拓を行う側から、ホームページの運営に真剣に取り組む。



デフロン無電解ニッケル
デフロンとニッケルの共析技術

同社では、硬質クロム・無電解ニッケル等の加工から、「色をめっきする技術」、「微粒子（1～10μ）10ナノのめっきをする技術」など、理論上は不可能だと言われているものに幾度と挑戦し、可能にできた。「決してあきらめてはいけな」と清水常務は言う。

- これは三和メッキ工業の「品質方針」にも通ずる。
- (1) 顧客の期待・ニーズにあっためっきを提供する。
 - (2) 新しいめっき技術を開発し、顧客の満足を得る。
 - (3) 個人の能力を最大限に発揮する。

<清水常務の取り組み>

清水常務は、20代前半に製造業とは全く関係のない業界の営業職を経て、この三和メッキ工業に入社した。めっきの知識は、現場を経験しながら、みっちり叩き込まれたという。現在では、同社の営業として、対外的な事に関しては全て清水常務に任されている。三和メッキ工業では1999年にISO9001、また昨年の3月にはISO14001を取得している。ISOの取得の際も清水常務が音頭をとり、認証の取得に至った。

昨年2月、福井県主催で「吉田健治IT塾」というITを活用するためのセミナーが行われた。（福井県は中小企業へ向けてIT促進の働きが、積極的だ）清水さんが会長を務める、福井県機械工業青年会の事業にIT推進事業を開催したいと考え、NCネットワークの内原や秋山製作所、日本フォーミングがそのゲストとして参加し、ITの活用事例を交えて講義を行った。現場の知識だけでは、この苦しい状況を打破することができなと感じた清水常務は、積極的にIT活用セミナーに足を運び、実践に移す事に前向きに取り組んだ。

<ITの可能性>

三和メッキ工業がホームページを開設したのは、2000年である。開設後、和歌山県の企業からホームページを通じて仕事の依頼が舞い込んできた。しかし、三和メッキ工業がインターネットに積極的に取り組み始めたのは、昨年の2月のセミナーに参加し始めた頃からだという。ホームページは開設していたものの、そこからの反応は乏しかった。ただ開設しているだけの飾りのようなもので、もちろん手を加えることもなく、ほったらかしの状態が続いたという。それまではITへの可能性について知る由もなかった。何よりも、社長がインターネットについてはあまり賛成ではなかったのだ。パソコンと向かい、見積もりやISO取得のために必要なマニュアルを作成していると、「おまえはみんなが汗をかくて働いている

のに、座ってばかりいるんだ！」と怒鳴られたこともある。現在でも叱られることはあるというが、現在の三和メッキ工業にとってインターネットは欠かせないツールだと清水さんは言う。2月のセミナー後、インターネットにかけろの思いが日増しに強くなってきた。まず、自社のホームページのアクセスログから調べた。ほったらかしでいたホームページに約2000件のアクセスがあることに、この時、初めて気づいたという。今でこそ、ホームページを開設すれば2000件のアクセスはあつというまなのかもしれないが、この時、インターネットというツールに大きく変わる可能性を秘めていることを清水常務は感じ取ったのだという。

<あきらめないこと！継続は力なり>

現在、三和メッキ工業のホームページのアクセス件数は、一日あたり平均593件、年間売り上げの4%をインターネットを通じて受注している。清水さんの経験から、試作の段階からだと比較的高い金額で受注ができるという。めっきの会社をインターネットで検索すると他にも無数に存在するが、何故、三和メッキ工業が、発注企業から選ばれるのかを、清水常務に聞いてみた。まず、「できないものはない」をセールスポイントとしてホームページにも掲げている点だという。他社が断った仕事についてはありがたく受け止め、他者ができないといった仕事は、あらゆる方法を考えて、解決するのが三和メッキ工業の方針なのである。「できないものはない」「何でもできる」は、PRする得意技術があるからこそ意味を成すものである。

これまでに紹介した同社の取り組みは、即ビジネスとして結びつくものではない。しかし、そこであきらめないのがTOP営業マンの腕の見せ所である。解決してあげることに、また相談に訪れるであろう。また同時に、三和メッキ工業を相手に認知させることができる。これは「魅力的な知覚品質」にとても似ていて、無いからといって悪評にはならないが、あると世間の話題になる（口コミで広がる）可能性がある。口コミ効果は計り知れない。とにかく社名を覚えてもらうために、例えば「めっき」、または「メッキ」でGoogleで検索をかけてみると、上位に三和メッキ工業がヒットする。これは簡単なようでとても難しい。Googleの検索結果の順位というのは、「良いページ」と世間に認められているものが上位にくる。Googleでいう「良いページ」の定義とは、他のサイトからたくさんリンクのはられているページのことを指す。三和メッキ工業では、他のポータルサイトへの登録や、取引先に相互リンクをお願いするなど広く活用している。また、このホームページには「めっき豆知識」、「どのようなめっきをお探しですか?」、「よくある質問」というコンテンツがあり、これはめっきに関する知識の集積所となっている。これを全て閲覧するのは並大抵のことではないが、ぱっとみただけで、困ったときに、このホームページにアクセスすれば、全てが簡潔するような印象を誰もが持つだろう。清水さんは「お客さんは何を求めてこのホームページにやってきているのか、何を欲しがっているのか」を見極めているのである。これらの努力が実を結び、昨年の2月に開催された「製造業のホームページコンテスト」にて、見事、技術コンテンツ賞を受賞したのである。

インターネットを通じてくる仕事依頼については、内容も様々で、特徴がある。個人のお客さんからは、中国製の万年筆の塗装がはげてしまうから、めっきしてくれないかとか、車好き、バイク好きの方からパーツのメッキを依頼されることも少なくない。また、相談を受けることもある。もちろん、清水さんは断らない。清水さんは、お客さんが求めている細かなニーズに対して必ず答える。そこから、新たな技術と出会いが広がるのである。

「あきらめないこと！継続は力なり」清水さんの新たな挑戦は続く。

<http://www.nc-net.or.jp/emidas/gaiyou.php?34280>



株式会社ワークス 3次元樹脂加工

東京は八王子に工場を構える株式会社ワークスは、樹脂専門の加工メーカーでマシニングセンタによる精密部品の試作品を手がける。同社の得意分野は、主に光学機器や医療機器、家電に使用されるレンズやファインダー回りの超精密部品の樹脂加工。



坂本氏

ワークスは1991年に現社長が設立。現在では従業員20名で年間四億円を超える売上実績を誇る。5年前には、同社のビルが建つほどの勢いだ。その現社長の右腕となり、パワー溢れる同社を取り仕切る、敏腕営業部長の坂本氏にお話をうかがった。

ワークスの目指すスタイル

同社が現在の分野に着手するようになったのは、会社設立の翌年だという。丁度、日本経済の雲行きが怪しくなってきた年だった。設備さえあれば誰にでも造れるものは、必ず値段的競争だけに陥る。それなら、同業者がやらない・やりたがらないニッチな領域にあえて挑戦し、パーフェクトにこなす。これがワークスが目指した仕事のスタイルなのだ。設立2年目にして、新規顧客を次々と獲得し、実績を生む。

ワークスでは現在、20台のマシニングセンタと13台のCAD/CAMを保有する。それらがフル稼働するほど、多忙な毎日を送っている。この不況下において、設備の稼働率が100%を超える会社が存在すること自体驚きだが、年中このような状態が続いていると、苦笑いを見せる坂本氏。

CAD/CAMを導入したのは1993年に入ってから。

業界でもCAD/CAMが注目されてきた頃で、導入する会社以上に使いこなすオペレーターは少なかった。しかし、今後のワークスには必要不可欠と感じた社長はCAD/CAM導入に踏み込んだ。結果、生産効率の向上と高精度の部品を手がけることに成功。時代の最先端の技術を提供する、ワークスのものづくりの基盤が出来上がったのだ。

最高の技術を提供する

同社が手がけているものは複雑形状の3次元樹脂加工である。まず、お客様からいただいた図面を、ワークス独自のノウハウでNCデータ生成が行われ、マシニングセンタ



でそれぞれの部品を製作し、出来上がった製品は3次元測定機で精密に検査される。同社で手がける製品のほとんどは「短納期」と「高度な技術」を要することから、生産管理システムによる進捗管理と、CAD/CAM・マシニングセンタ・検査器具などの設備投資はかせない。また、本社工場と500～600メートル離れた第2工場とを無線LANで結ぶ。離れていることで懸念されていた、データの受け渡しから加工スケジュールの共有が無線LANを通じてして効率的に行えることとなる。またそれ以上に、人が介していた部分の無駄を省くことができ、画期的なものになった。



ネットの可能性

同社のネット受注への取り組みは、今から5年前である。当初は会社概要的な位置づけでホームページを立ち上げた。そこから商売に結びつくことは全然予想していなかったからだ。しかし、突然大きなビジネスチャンスがホームページを通じて舞い込んできた。それは、大手精密機器メーカーからの問合せだった。これまで、予想ができなかったお客

様との出会いが、同社にインターネットの重要性を感じさせた。そこから、ワークスのネットへの取り組みが加速する。現在では、ネットを限らない可能性を秘めたツールとして、受注はもちろん発注や、情報交換としても、使いこなす。

代表者：三輪 喜久

設立：1986年

資本金：1000万円

所在地：東京都八王子市加住町1-255-1

従業員：20人

主要製品：各種プラスチック部品の精密試作加工、光学部品試作

会社・工場詳細情報：

<http://www.nc-net.or.jp/emidas/gaiyou.php?34240>

プラズマ技研工業株式会社 インターネット活用の未知なる可能性



深沼 俊昭

埼玉県寄居町に主力工場を有するプラズマ技研工業株式会社は、溶射と呼ばれる特殊な表面処理加工を手がけている従業員30名の会社。溶射とは、金属やセラミックなどのコーティング材料を加熱し、溶融または軟化させ微粒子状にしたものを、高速で基材に衝突させることにより皮膜を形成する技術であり、皮膜の形成が非常に早く、幅広い材料への皮膜形成が可能なが特長である。飛行機の羽根やタービンに用いられている技術だが、まだまだ日本ではなじみの薄い加工といえる。今回、同社を立ち上げた深沼社長にお話を伺った。

同社の営業スタイル

「モノを作ること、自然科学、技術が好き。だって素直だからね。」なぜこの業界に携わっていらっしゃるのか尋ねると、プラズマ技研の深沼社長は笑顔でこう答えた。子供の頃は科学者になりたいと考えていたという。興味のあることはとことん追求する、とても研究熱心な方のようなのだ。

プラズマ技研を興したのは1980年7月。当時、表面処理を専門とする会社に勤めていた深沼社長は、何人かの友人と共に独立を図った。結果はすぐに実り、5・6年もすると既に今ほどの規模になっていたという。順調な滑り出しの背景には、深沼社長独自の戦略があった。

溶射の世界は、もともと重厚長大を顧客としていた。製鉄などの生産ライン、磨耗や補修を専門とする会社が多かったのだ。しかし、プラズマ技研は、あえて軽薄短小の小さなパーツ加工をメインにして、既存の溶射業界で競争しないようにしてきた。精密なものを大量生産するのが基本のスタイル。そうした独自の経営方針によって幅広い客層と、安定した地位を築いてきた。

また、プラズマ技研の売りは特殊な溶射（コールドスプレイ、HFPD）や難しいものが出来ること。もちろんその技術がプラズマ技研の全てではないが、この高度な技術がプラズマ技研のブランドを上げるのに、一役も二役も買っているのは間違いないだろう。

社内のIT化

社内のIT化については、社内LANと入出荷管理システムを重視している。入出荷データがリアルタイムで見られることで、経営判断が早くできるからだ。今後は、個々の製品まで管理できる生産管理システムを導入していきたいそう。既に、コンピューターは経営者にとっての必需品であると感じているのだろう。

「事務的な作業は、やはりコンピューターが便利だと思う。」

早くて正確だし、第一コンピューターは言い訳しないでしょ。」とユーモアを交えながらも本質を語った。

インターネットの導入

インターネットを会社に取り入れ始めたのは7年前、当時は特定の社員同士の中でのみメールのやり取りをしていた。社長自体、昔からパソコンには興味があり、製造業としては、早いスタートと言えよう。

ホームページを始めたのは6年前。当時は回線が遅かったせいもあり、あまりアクセスがなかったが、最近ではひと月平均200回のアクセスがある。ネット受注を始めてから、世界でも通用するような、元気のいい大手企業からの引き合いも多くなったという。ネットからの新規受注は月平均で4～5件はあるというから、ホームページ開設による窓口の拡大効果は大きい。

問題もある

「ネット受注を始めて窓口が広がった反面、その対応には時間を要しています。溶射自体はまだ世間的に認知度の低い分野。インターネットでまず溶射という存在を知ってもらい、その後の説明が不可欠ですから。」と、ネット営業の難しさを感じているという。

「どうすればもっと分かり易く紹介できるのか、お客様はどの部分を知りたいのか、ニーズに答えてコンテンツを揃えていくよう心掛けている。その為に、まだまだ試行錯誤を繰り返していきたい。」と、今後のホームページ作りに関しては意欲的に語った。

今後も情報交換・管理や受注の窓口として、インターネット活用の未知なる可能性を求めた深沼社長の研究は続くのだろう。

<http://www.nc-net.or.jp/emidas/gaiyou.php?46640>



コールドスプレイ装置
プラズマ技研工業は産業界では国内初のコールドスプレイを完成。

製造業支援サービスの紹介

エミダスパートナー

「インターネットでの効果的な受注」「得意分野での仕事獲得」「新たな協力工場の開拓」など、日々挑戦する製造業の皆さまをサポートする為、NCネットワークでは「エミダスパートナー」をご用意しております。「エミダスパートナー」の豊富な機能を活かし、自社の得意分野をうまくアピールすれば、発注先より「選ばれる」確率は高くなります。得意分野での受注機会が増大することで新しいビジネスパートナーと出会うことが出来るのです。もちろん、発注側にとっても、よりニーズに合った発注先と出会える可能性が広がります。このサービスを通じて、新たな取引先との出会いをどんどん見つけに行ってください。

「エミダスパートナー」は、ご利用の目的によって大きく3つのサービスに分けることが出来ます。それぞれのサービスについて、詳しい機能をご説明致します。

Ⅰ 自社の技術をアピールしたい方の為に。

- 「ベストマッチ検索機能」
貴社がもっとも得意とする加工分類（3つ）を登録することで、その分類での検索時に貴社が最上位で表示されます。
- 「パートナー優先検索表示」
パートナー会員の方を一般会員の方に優先して検索上位に表示致します。
- 「営業マニュアルの進呈」
インターネットでの営業ノウハウを満載したマニュアル本をお送りします。貴社の「選ばれる営業」に是非ご活用ください。
- 「製品検索への対応」
自社での既定の製品を持っている場合、登録された製品をキーワード検索の上位に表示いたします。
- 「自社の被検索数が一目で分かる機能」
自社の登録ページがどの位閲覧されているかを表示いたします。全体平均と比較することで、自社登録情報の良否を決める手掛かりとなるでしょう。
- 「得意・特異技術情報」
他社の得意技術、特異技術は皆が注目しているものです。この注目ページで貴社の最新情報をPRいたします。

Ⅱ 良い協力工場を見つけたい方の為に。

- 「高度な工場検索機能」
複数の分類をまたがる加工、キーワードや設備情報といった様々な条件での検索も可能となります。
- 「メール同報送信機能」
検索した企業やお気に入り追加した企業一斉にメールを送れます。難しい加工相談や、協力工場への一括連絡などに便利な機能です。
- 「発注情報の利用実績管理」
発注情報への投稿、応募実績などが履歴として一覧で管理できます。
- 「問合せ実績の管理」
エミダス工場検索エンジンで見つけた、会社への問合せの履歴が一覧で管理できる便利な機能です。

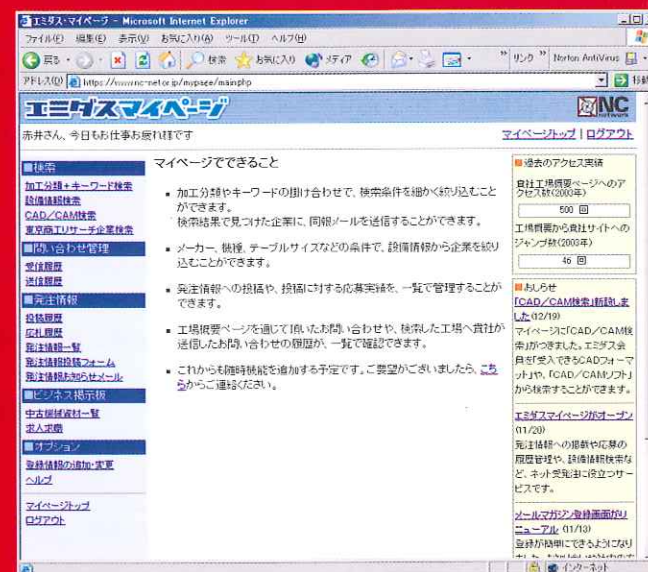
Ⅲ より積極的に受注を獲得したい方の為に。

- 「発注情報掲示板の案件に応募できる機能」
発注情報の中から、貴社の得意とする発注案件を見つけたら、すぐに応募できます。貴社の設備の稼働状況により、好きなときに好きなだけ応募ができます。
- 「発注情報お知らせメール」
発注情報掲示板の掲載案件からご希望の条件にあった情報を、一日3回のメールにてお知らせします。（携帯メールも可）
- 「発注情報の利用実績管理」
発注情報掲示板への投稿、応募実績などが一覧で管理できる便利な機能です。
- 「TSR 企業情報検索」
東京商工リサーチの企業情報が閲覧できます。新規の取引で不安な相手の信用情報も手軽に調べることができます。（基本料金はございませんので、使った時に使った分だけの費用でご利用いただけます。）

NC ネットワークが提唱する発注企業から「選ばれる営業」

NC ネットワークが近年行った、インターネットによるビジネス調査において、エミダスパートナー加入企業が「受注増」と回答する率が上向きの傾向にあります。併せて、インターネットから受注した新規取引先の件数や受注金額も、年々上昇しています。

今後、インターネットを活用した取引が加速することは、ありません。いかに、自社の技術をお客様に知ってもらえるか。そして発注企業から「選ばれる」か。NC ネットワークでは、貴社が「選ばれる」ために、今後ともサービスを提供してまいります。



画像 19 エミダスパートナー
キャプション：2003/11 にオープンした「エミダス・マイページ」の画面

NC(日本)+NC チャイナメンバー紹介

編集後記

編集長 NC ネットワーク 金澤 亜希子

「モノづくり」の楽しさ。私は現場経験はありませんが、この雑誌の編集長を務め、自分が携わったこの雑誌が形になり、みなさまにお届けすることができるといふこと。

本当に感動的です！

もしかして、読まれずにゴミ箱行きになるかも知れませんがきっと、一生懸命読んでくださる方も、たくさんいらっしゃると思います。

考えるとキリがありませんが「つくる」喜び、「伝える」楽しさ、もしかして、みなさんが毎日行っている「モノづくり」に通ずる部分があるかもしれません。

今回、取材・撮影にご協力いただいたみなさま、本当にありがとうございました。

次号は、更にパワーアップしてお届けします。



NC(日本) スタッフ

NCチャイナ スタッフ

●中村 和彦
(NAKAMURA KAZUHIKO)

- ①総経理
- ②日本
- ③中国語学歴：聴力8年、会話9ヶ月（中国訪問歴多数、駐在歴9ヶ月）
- ④私は活力溢れる中国を非常に楽しんでいます。自分の能力と可能性を常に追い求め常に何事にも挑戦する気持ちで取り組んでおります。これからの中国は、市場としても、生産拠点としてもチャンスのある国です。皆さん！チャンスを掴みましょう！
- ⑤nakamura@ncnetwork.com



●井上 直樹 (INOUE NAOKI)

- ①副総経理。営業・システム総括
- ②日本
- ③半年（週二回の中国語レッスンの成果で中国人スタッフとのやり取りも中国語でこなします。）
- ④NCチャイナを皆様の会社の「休まない」・「病気になるない」24時間営業の営業マンとしてご活用ください。パソコンをもって中国を走り回ります。
- ⑤inoue@ncnetwork.com



●俞 婕 (YU JIE)

- ①副総経理。社内総括
- ②日本語検定一級・MBA
- ③中国
- ④10年（日本滞在10年）
- ⑤現在の目標はNCネットワークチャイナを誰もが知っている企業にすることです。日中両国の企業の掛け橋をしっかりと築き上げていきたいです。仕事への信念：死ぬまで妥協しない！
- ⑥yu@ncnetwork.com



●徐 還 (XU HUAN)

- ①営業。主に外回りで会員様工場、会社を訪問し、審査・サポート。
- ②日本語検定試験2級
- ③中国
- ④3年（日本滞在3年）
- ⑤日本で学んだ粘り強い精神をもって、中国企業を支援します。
- ⑥xu@ncnetwork.com



●周 迪遜 (ZHOU DI XUN)

- ①営業。主に外回りで会員様工場、会社を訪問し、審査・サポート。
- ②日本語検定試験一級
- ③中国
- ④3年
- ⑤NCネットワークは製造業の更なるビジネスチャンス獲得のため、御社をお手伝いさせていただきます。
- ⑥zhou@ncnetwork.com



●馮 輝 (FENG HUI)

- ①展示会情報調査、会場アレンジ、広告営業毎年、毎月の展示会情報収集、調査皆様に発信いたします。NC会員への参加募集PR等も手がけます。
- ②日本語検定試験一級・パソコン能力技能中級（中国での）
- ③中国
- ④4年
- ⑤展示会関連のことならわたしに任せて下さい。趣味は映画鑑賞、スポーツではサッカーが好きです。
- ⑥feng@ncnetwork.com



●呉 科峰 (WU KE FENG)

- ①Webデザイン、システム管理。NCの心臓部を担当しています。
- ②日本語検定試験一級
- ③中国
- ④4年（日本滞在4年）
- ⑤パソコンが大好きで、休みの日も自宅でパソコンを開いています。もちろんNCサイトは休日でも欠かさずチェック。
- ⑥wu@ncnetwork.com



●程 遠 (CHENG YUAN)

- ①Webマスター
- ③中国
- ④なし
- ⑤NCのサイトをより多くの方々に見てもらえるよう力を尽くします。寝るのと読書が好き。
- ⑥cheng@ncnetwork.com



●名前 ①担当業務 ②資格 ③国籍
④言葉学歴 ⑤本人コメント ⑥連絡先

●外間 尚子

- (HOKAMA SHOKO)
- ①中→日翻訳、エミダスメルマガ《中国を歩く》担当、NCNCメルマガ。
- ②HSK7級
- ③日本
- ④4年半（中国滞在4年半）
- ⑤本人コメント：NCチャイナを中国一の製造業情報サイトとして会員様に支持されるよう、細やかなサービス精神をモットーにがんばります。上海でのオススメ買い物スポットは七浦路。
- ⑥hokama@ncnetwork.com



●関 萍 (GUAN PING)

- ①営業サポート・日→中翻訳・NCNCメルマガ・文章制作
- ②通訳
- ③中国
- ④10年（日本滞在10年）
- ⑤本人コメント：日本語学力と、日本でのキャリアをいかした細やかな対応で営業サポートを目指しております。
- ⑥guan@ncnetwork.com



●鄧 弘 (DENG HONG)

- ①会計・財務・総務全般。NCを総合的にバックアップします。
- ②会計士（中国での）
- ③中国
- ④なし（ですが、NCチャイナに入社後、めきめき日本語力UP！しています。）
- ⑤会社では財務として、家庭では主婦としてお金を管理。旅行・グルメ・いい男が好きです！日本の大阪と、東京に行ってみよう！！
- ⑥deng@ncnetwork.com



挑戦する人

伊藤 麻美 (いとう まみ)

日本電鍍工業株式会社
代表取締役

東京都出身

幼稚園から清泉インターナショナルスクールで教育を受け、1985年、同校を卒業。

同年10月、上智大学外国語学部比較文化学科に入学、BUSINESS&ECONOMICSを専攻上智大学を卒業後、

フリーランスのラジオパーソナリティーに。

1998年、米国カリフォルニア州に留学。

世界的に有名な宝石の学校 GIA-Gemological Insutitute of Americaで宝石の鑑定士、鑑別士の資格を取得。

99年に帰。2000年3月、日本電鍍工業株式会社の代表取締役に就任。



photo 今 祥雄

埼玉県は大宮に工場を構える日本電鍍工業は、管楽器関係・電子部品・医療関係・宝飾など、幅広い分野のめっきを手がける。同社の設立は1958年。当時は時計のバンドに使われる部品やケースのめっきをメインで現社長伊藤氏の父親がスタートする。

今回、お話をうかがった伊藤氏は、代表取締役に就任して今年で3年半。

それ以前に、8年間ラジオ番組等のDJを勤めるという異色な経歴の持ち主。

その後、つぎの道（人生）に進むステージとして、宝飾関係の鑑定・鑑別の資格を習得するため1年間、カリフォルニアへ渡った。帰国後、同社がメインで行っていた、時計のシェアが落ち込み、会社の経営状況が傾いていると知った伊藤氏は「誰かがやらねば！」と思ったという。

これまで、自分が好きな道を歩んでこられたのも、学校に通うことができたのも、この日本電鍍工業があったから。そう感じた伊藤氏は、会社の建て直しの道を選んだ。

現在社員数48名。「とてもステキなスタッフ達に支えられています。」と伊藤氏は微笑む。

伊藤社長はインターネットについて、こう語る。

「お客さんは確実に探しています。」インターネットの方が仕事が決まる確立が高くなってきているのを実感しているとのこと。

これまで接点を得られなかったような人と出会えたり、時には励ましのメールが届くことも多々あるという。

そしてビジネスへ発展することも。

どこにチャンスがあるか、わからない！

インターネットが秘めている、無限の可能性に、胸躍らせる伊藤社長の笑顔が、同社の今後の活躍を感じさせる。



<http://www.nihondento.com/>

- ・設立 1958年
- ・資本金 1,000万円
- ・所在地 埼玉県さいたま市北區日進町1丁目137番地
- ・従業員 48人
- ・主要製品 医療器具、ロック(ドア)筆記具、釣具部品、理容器具、ライター、アクセサリ、時計ケース・バンド等金属・非金属の保護膜、耐蝕、装飾、耐摩耗を要する部品