

都内の機械工具商社

生き残り戦略加速

工作機械や産業機械など主要設備を陰で支える機械工具。このモノづくりの黒字ほど、現状の景気低迷に直撃されているものはない。まして機械工具のメーカーでない専門商社は、生き残りかけた戦略を加速せざるを得ない厳しい台所事情を抱える。東京都内で奮闘する機械工具商社の新たな動きを追った。

と加工物の接点を効率的に冷却して加工能力を向上できる点などを訴求。新規参入から現在まで数件の受注を獲得した。

た種を移行に移すため」(野村社長)。不況下か、原子力関連産業のほか、両産業で培った技術情報を生かし、「自動車関連産業から医療・航空分野への参入を目指す企業の需要も取り込みたい」と(同)と意気込みを語る。



斉藤機工は秋葉原にある直営店の顧客情報を見直し、商機をつかんだ

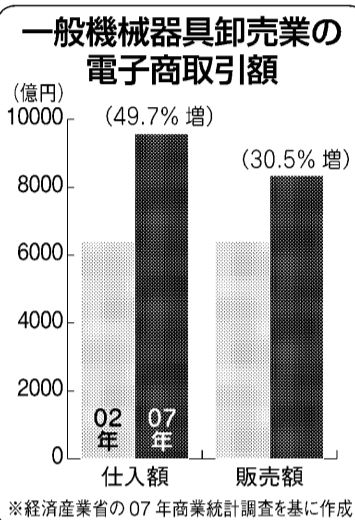
技術情報武器に新市場開拓

「2009年8月が一番苦しかった」。特注品の切削工具などを手がける山田マシンツール(台東区、山田雅英社長)は、リーマン・ショック後の09年4月から8月までの売上高が前年同期の3割の状態が続いた。雇用調整助成金も活用して

工装置を手がけた経験がある。加工業者の課題解決に取り組み中で獲得した技術情報を突破口に、新たな市場を切り開く。

測定機事業。工具の刃先寸法を測定するツールプレッタと呼ばれる測定機で、工作機械に工具を設置した後に必要な位置決め作業などを効率化

その中でエレベーター保守・点検業者の定期的な受注傾向をつかみ、同業者向けに修理用の作業工具や検査機などを一括して納めるサービスを始



がけるノア(台東区、野村弘社長)。同社も同様に世界同時不況の影響を受けたが、09年に約20人だった社員を10年に32人に増やし、11年はさらに10人の採用を予定する。

リーマン・ショック後の景気低迷や円高、大手メーカーの海外生産拡大などにより、加工業者を主要顧客とする機械工具商社を取り巻く環境は厳しい。加えて、

業者が5年に一度実施する直近の商業統計調査によると、一般機械器具卸売業の電子商取引額は拡大傾向にある。

専門性 製造現場を側面支援

解説

リーマン・ショック後の景気低迷や円高、大手メーカーの海外生産拡大などにより、加工業者を主要顧客とする機械工具商社を取り巻く環境は厳しい。加えて、

づくりに目指す傾向を強めており、ネットだけでは十分に対応できない。自社ゆえのきめ細かな独自情報の活用や、加工技術の向上を側面支援できる専門性が、製造現場を黒子として支える機械工具商社に求められている。