



企業訪問レポート

製品開発でユーザーニーズに応える

丸一切削工具株式会社 大阪府東大阪市

わが国の代表的な中小企業・製造業のまち、東大阪市で専門商社として切削工具を扱う丸一切削工具株式会社。10万点にも及ぶ切削工具を揃え、ディーラー（販売店）を通じて機械金属メーカー等に供給する、ものづくりのまちの支え手だ。

切削工具の専門商社としてノウハウを駆使しながらディーラーへの製品供給を行うだけでなく、営業マンが製品ユーザーのもとへも出向き製造現場の不満・要望を汲みとり、自社グループの製造会社でそれを解消する切削工具を開発・提供することで、きめ細かなユーザーニーズに応えている。

会社概要



会社名：丸一切削工具株式会社
所在地：大阪府東大阪市本庄西2丁目6番17号
電話：06-6747-6086
創業：1935（昭和10）年4月
設立：1952（昭和27）年11月
代表取締役：衣斐 誠
資本金：6,000万円
従業員：80名
事業内容：切削工具の卸売
URL：<http://www.thecut.co.jp/>

中小製造業を工具供給で支える

東大阪市は「中小企業のまち」「ものづくりのまち」といわれる中小製造業の集積地。市内には約6,000社にのぼる中小製造業の事業所が密集しており、東京都大田区と並ぶ、わが国の代表的な「ものづくりのまち」の一つである。

丸一切削工具株式会社は、その「ものづくりのまち」には欠かせない切削工具の専門商社である。金属を切ったり削ったりする工具である切削工具は製造業の現場で日々使われる必需品であり、消耗品でもある。これをディーラーがきめ細かく納品し、そのディーラーへの供給及びコンサルティングの役割をも担うのが同社である。



同社のメイン取り扱いアイテムの1つであるエンドミル

専門商社としてサービス力強化

ひとくちに切削工具といってもドリル、バイト、エンドミル、カッターなど種類が多く奥が深い。同社が扱う切削工具のアイテム数は10万点にものぼるといふ。



数万アイテムの切削工具が整然と並ぶ同社本社の倉庫



東大阪機械団地の一角にある丸一切削工具株式会社本社

同社がディーラーへ供給する切削工具は多くが大手メーカー製品。大量に取り扱えるが、利幅は小さい。また、景気の停滞、製造業の海外移転が

進むなか、エンドユーザーである地元の中小製造業も生き残りをかけた戦いを展開しており、取り扱い高そのものも伸び悩んでいる。

そこで同社が限られた市場で勝ち残るために重視しているのは、専門商社としてのサービス力強化だ。卸売業である同社の直接の取引先はディーラーだが、同社営業部員はディーラーに帯同してその先のエンドユーザーを訪問する。製造現場に出向き、新製品の提案やエンドユーザーのニーズ・要望を吸収し、ディーラーの売上げ並びに同社の売上げ向上につなげている。

また、2000年には、業界に先駆けて工具類をネット上で販売するWEB発注サイトを立ち上げ、同社・ディーラー間の連携強化とともにエンドユーザーの利便性向上を図っている。

自社製品開発に取り組む

サービス力強化の核になるのは、エンドユーザーへの提案力強化である。専門商社としてだけでは利益率の低下が避けられないと考え、メーカーとして自社ブランド製品の開発、製造を開始した。この役割を担っているのが傘下の株式会社エムツールで、2010年に切削工具の設計・製造を始めた。

エムツール社開発第1号となったのは、マルチフェイスカッター「輝丸」^{かがやきまる}で、特許も取得した優れものである。フェイスミルカッターは金属の表面を平らに削る金属加工の基本的な工具で、本体にインサートと呼ばれる刃を取り付け、ホルダー



エムツール社開発第1号となったフェイスカッター「輝丸」

を回転させ金属の表面を削っていく。「輝丸」が従来の製品と違うのは、インサートの位置（軸方向と径方向）の調整が簡単にでき、そのことによりインサートの寿命や加工精度が格段に向上できる点である。また、用途に応じてインサートが選択できるためコストパフォーマンスにも優れている。「輝丸」はメーカーからの反響が大きく、国内だけでなく海外展開している日本企業の現地工場にも納入されているという。

現在、同社の営業マンはエムツールの開発担当者とともにエンドユーザーのところまで出向き、標準的な切削工具では満たされない現場の不満・要望を吸収している。この情報を基に、現場のきめ細かいニーズにフィットした製品を開発・提供している。



同社製品群のロゴマーク「THE CUT」

このように同社では、顧客サービス向上につなげる製品を自社開発で提供するとともに、自社製品のウエイトを高めることで大手メーカー製品と比べて高い利益率を実現している。

「自社製の開発・提供で自社の利益向上を図るだけでなく、ディーラー様、エンドユーザー様にも利益を分配し共に繁栄をめざす。現在、全社売上に占める自社製品の割合は5%程度と低いが、今後業績向上の柱としていきたい」（衣斐社長）。

顧客とメーカーが直接取引することで、商社や卸をはずす「中抜き」の動きが広がるなか、同社はこれまでに培ってきた専門性と在庫の充実に加えて、現場にフィットした自社開発製品の提供という強力な武器を携え業界内での地歩を固めている。

（井阪英夫、櫛木謙昌）