新日鉄住金の棒線事業ブランド

どう展開、加工メーカー

SteeLinC® NEW STEEL AGE

③ 高力ボルト 日鉄住金ボルテン

日鉄住金ボルテン（本社・大阪市住之江区、社長・大迫敏也氏）は、高力ボルトのトップメーカー。新日鉄住金・棒線事業のブランド戦略「スティーリンク」運用開始に関して、同社はどのような戦略を展開していくのか。

大迫社長は「当社はこれまで高力ボルトメーカー最大手として、社会のインフラ整備に貢献してきた。お客様は鉄骨加工メーカー（ファブ）、橋梁加工メーカーであり、事業領域は建築、橋梁分野が主体となる。今回の『スティーリンク』を契機として、お客様の締結技術の向上に関して、これまで以上に協力し、貢献したいと考えている」と話す。

日鉄住金ボルテンは1964年創立で、社員168人。2013年1月に日鉄住金精圧品の高力ボルト事業を譲り受けると同時に、商号変更した。高力ボルトのシェアは推定で約5割。トルシア形超高力ボルト（SHTB）などの高付加価値製品を持つ点が強みだ。

製造拠点は本社と行橋（福岡県行橋市）の2工場体制。営業拠点は東北・東京・名古屋・本社大阪・福岡の5カ所で、全国の営業網を整備している。

直近では建築・土木需要の回復で高力ボルトの需要は旺盛だ。同社では休日出勤や残業対応を含めて現在、フル生産を続けている。収益面でも増益を目指す。今期（15年3月期）決算については売上高が100億円強で対前年度比で増収、年産量は本社工場が約3万トン、行橋が約1万8千トンで計4万8千トンを見込んでいる。

高付加価値製品が強みの日鉄住金ボルテン
（写真は大阪・住之江区の本社工場）

国内外で需要開拓

知名度向上 ハイエンド商品武器に

「スティーリンク」は、ハイエンド商品群の「XSTEELIA」、先進技術力と現場力（基本品質力）の「MAESTRIA」、次世代バリューイノベーションの「SYNERGIA」の3要素で構成される。

同社の大きな強みであるハイエンド商品や技術力については、看板商品のトルシア形超高力ボルト「SHTB」を掲げる。「SHTB」は従来ボルト（S10T）の約1・5倍の超高耐力化を実現し、発売からの13年間で累計3660万本を販売した。「新日鉄住金の素材開発力と、当社の高力ボルト事業の長年のノウハウを融合させて生み出した商品。継手の締結分野におけるイノベーションを実現できたと自負している。新市場を探っていく上で大きな武器になるだろう」（大迫社長）。

その他にも、ハイエンド商品ではめっきSHTBの「12G溶融亜鉛めっき高力六角ボルト」、耐火性能に優れる「FR鋼高力ボルト」など多くの商品を有する。「12G」は昨年度約65万本の販売実績を誇る。

素材へのトレーサビリティーの構築においても室蘭材で100％完了済みで、八幡材も同様。デリバリーや施工サービスについても「2工場が西日本にあるため、関東・東北の倉庫を活用しスムーズな配送に努めている。高力ボルトの施工要領の周知にも努めている」と胸を張る。

今後の課題としては海外でのブランド戦略推進を掲げる。「日鉄住金ボルテンブランドは東南アジアの一部地域で認知されているが、海外全域での知名度はまだまだ。今回のブランド戦略立ち上げにより、インターネットなどを通じて当社の認知度は向上する。海外のお客様のニーズの捕捉を今後検討していく」。

国内においてもさらに高機能な新商品開発と、建築・橋梁以外への展開を目標に掲げる。作業性・耐久性に優れた接合材料・高力ボルトの特長を訴求、新規需要に結び付けたい考えだ。

「当社のモットーは『明るく、元気で、儲かる会社に』。『スティーリンク』ブランドを生かしつつ、人材育成、技術伝承、設備更新などの事業基盤強化についても一層取り組んでいく」

（白木　毅俊）