

どう展開、加工メーカー

①

新日鉄住金は、10月
から棒線部門で二三次
加工メーカー11社と組
み、事業ブランドを立
ち上げた。棒線製品の
サプライチェーンで重
要な役割を担うメンバ
ー会社は、ブランド戦
略をどう展開するの
か。品種別に連載する。

日鉄住金精圧品（本社・
愛知県半田市、社長・奥田
秀雄氏）は、自動車関連製
品の冷間鍛造、機械加工を
手掛ける。アメリカ、タイ
の2カ国にも製造拠点を構
えて、自動車品質規格「I
SO/TS16949」に
のっとった（タイは近く取
得予定）高精度部品をディ
ア1へ安定供給している。
同社は販売先の中心が自

冷間鍛造・機械加工 日鉄住金精圧品

自動車部品メーカーと、新日
鉄住金棒線グループ会社の
中で最もエンドユーザーに
近い立場。いわば「新日鉄
住金が今、何を求められて
いるか」という情報を的確
にキャッチ可能なポジショ
ンにあることが最大の強み
だ。需要家の声に直接耳を
傾け、素材生産へ反映させ
る。新日鉄住金とエンドユ
ーザーを結ぶ「架け橋」の
役割を担っている。

自動車の構造が駆動系を
中心に目まぐるしく変化、
進化する中、日鉄住金精圧
品ではニーズの先取りに注
力。動向を捉える上で完成
車メーカーの開発方針を把
握する必要があるが、直接
のユーザーではないことか
ら情報収集には限界があっ
た。そこで平素から完成車
メーカーと取引関係にある



自動車部品向けの高精度冷間鍛造品

最終需要家との「懸け橋」担う

ニーズ先取り、商品開発加速

の技術者を月に1週間招へる。需要家が品質問題に一
部分を活用する形で日鉄住
金、成果が形になり始め
段とシビアになる中、グル
プ一体でのトレーサビリ
ティ（履歴追跡）管理も
いる。定期開催する分科会
に室蘭、八幡、富津、尼
崎の技術者・研究者や新日
鉄住金の役員も参加、技術
交流を進めている。
同時に商品開発スピード
の向上にも努める。自動車
部品は開発から本採用まで
3年以上を要するが、当然
採用に至らないケースも少
な。これを前提とすると、
材料から伸線、機械加工
までの一貫生産体制が最大
の強みだが、オーナー系で
も特定の部品のみを手掛け
るオンリー系でもないこと
も特長といえる。「売り先
品はその技術
製品の縛りがなく自由な販
売活動を展開できるのが当
社の強みだ」（奥田社長）。

新日鉄住金に協力を要請、
3社での情報交換の機会を
得た。同じ敷居の高さで交
流が可能となったことか
ら、日鉄住金精圧品は目先
の迅速な需要動向捕捉に大
きな手応えをつかんでい
る。
同社はニーズの先行捕捉
と合わせて、品質、軽量化
など自動車部品の厳しい要
求にこたえるべく、競争力あ
る商品づくりを重点強化項
目に掲げる。日鉄住金精圧
品はSteelIncの始動に当た
って新日鉄住金の開発部門
との交流を一段と積極化。
1年以上前から富津研究所
百万台に上ったケースもあ
るとどまらず、生産能力の
（佐野 雄紀）

