

高付加価値の絞り加工で 儲けを生み出す

アプト技研
大島清次郎*

はじめに

プレス加工によって作り出された部品はほとんどの場合単独で世の中に出てくることはなく完成品の一部として組み込まれる。そのため完成品がつくられる土地で生産されることが最もコストや物流の面から好都合である。完成品の海外移転に伴い多くのプレス部品加工も国外で生産されるようになった。しかし国内においてすべてのプレス加工がなくなるわけではないし、最新の加工技術の開発力という意味からも付加価値を付ける工夫をして国内のプレス加工の力も現在以上に伸ばしていかななくてはならない。

次のコメントは今年初めに関係先に配信したものである。

※

新聞等マスコミによる昨年後半からずいぶん経済が上向いてきたというような論調での誘導により世の中がそんな雰囲気包まれてきました。確かに景気というくらいですから雰囲気はとて大変なことだと思います。しかし経済の動輪である製造業の力が復活してきているかと言えば決してそうではありません。新しい機能や構想によって作り出されたモノはあつという間に後発品との競争の中で、その機能の優位性や特異性を失い均質化の中にうずもれてしまいます。

車の外観デザインなどはこの好例ですが、こうして均質化されてしまうと後は「低価格」という価値の競争になってしまいます。この低価格という競争の中では、技術の流出と消耗によるさらなる競争力の低下という負のスパイラルに落ち込んで行ってしまう。

顧客や消費者の購買理由は低価格だけではありません。手にするモノだけに価値が存在するわけではありません。皆様ご存じのようにiPhoneなどはモノである本体そのものよりそれを使うことによる喜びに価値を認めているわけです。言い換えれば、「モノは使うことによる形のない価値の入れ物」だと思います。

形のない価値とは、持つことによる充足感だったり信頼感だったり安らぎだったり、そういうものだろうと思います。モノづくりは日本経済の原点ですからここから離れることはできませんし、モノをつくることができるということは価値の入れ物をつくることができるということですから考えようでは非常に有利であるとも思います。

- 自分たちがつくる商品や部品を器として顧客に対してどのような価値を提供できるか
- 本当に必要とされている価値はどんなものか
- 先取りして価値を提供することで顧客を感動させることができるか

「単にモノをつくってコストの積み上げだけの値段で売ることよりモノに価値を詰めて売る」

このことを皆で考えて行きたいものです。

※

*(おおしま せいじろう)：代表
〒399-3303 長野県下伊那郡松川町元大島 3052-1
TEL・FAX：0265-36-3256

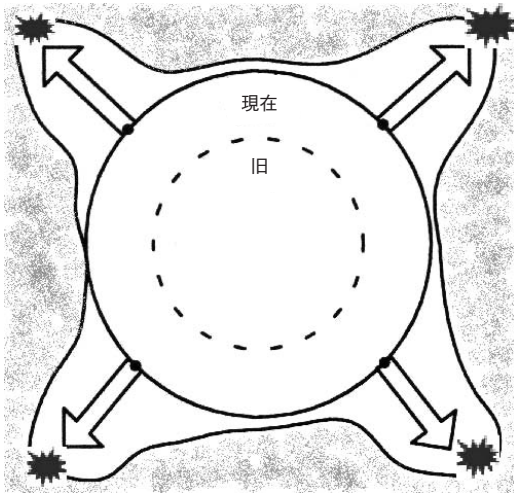


図1 常識の限界を広げる

まさに絞り加工はつくった部品に見えない価値いわゆるサービスを詰めて顧客に提供するにふさわしい工法であるが、その分他の工法とは違った難しさがある。絞りを完成させるためにはほとんどの場合何工程も必要になり、そこには現場の技術の蓄積が欠かせないからである。

絞り加工の特化の方向例

図1は「常識の外側に」という内容で本誌2007年1月号に記載した説明図である。この「常識の中」だけでは誰でも知っている方法や技術だけで商売をしていくより他なく競争相手もとても多い。結果、納期・値段だけの競争になってしまう。

絞り加工においてもまさにこの通りであって、

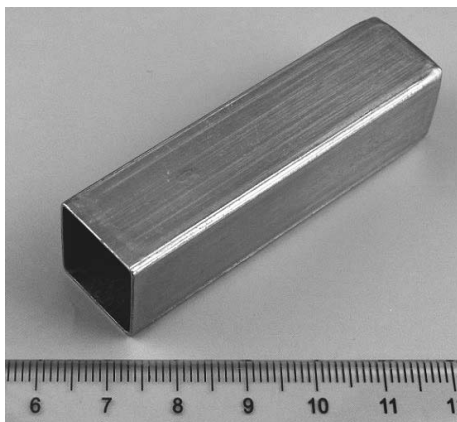


写真2 角筒絞り (内側 R=0)



写真1 高精度絞り加工品 (株共伸)
材質 C 2680、真直度、真円度とも $5\mu\text{m}$ 以下

通常の誰でもできる絞り加工だけでは顧客に高い付加価値や十分なサービスの提案はできない。これからいくつか展開の事例を示す。

1. 高精度化

写真1は内径をシリンダとして使われる部品で内径および真直度が非常に厳しい部品である。この部品を切削や研磨で加工しようとしても穴径が細くて底があるために挿入する工具の剛性がなく精度が上がらない。また内部の切粉の排除と確認もできない。そのためプレス加工以外には量産できる加工の方法がない。

2. 異形絞り

新しいタイプの電池がどんどん生まれている。この容器としての用途(容器の不要な電池も開発が進んでいる)や、重要電子部品のノイズカバー、さらには限定されたスペースに配置するための圧



写真3 ステンレス (2工程絞り)