

P i c k u p

デジタルツールを活用し、 インドネシア技術者を育成 ～途上国での新しいモノづくり人材教育への挑戦

K.M.K プラスチックインドネシア

インドネシアの日系樹脂成形メーカーのK.M.K プラスチックインドネシア（ブカシ県チカラン、高橋誠社長）は、3次元CAD/CAMやビューワーなど最新のデジタルツールを活用した現地設計者の育成を展開している（写真1）。加工品の外観を把握させて描かせることで、従来の2次元図面を使った指導よりも習得スピードが飛躍的に向上。これまで中堅以上の設計者が手がけていた複雑形状のモデリングを2カ月程度の経験でこなす新人も現れてきた。高橋社長（写真2）は「子供の頃からパソコンやスマートフォンに慣れ親しんできた世代のデジタル機器への適応力と若い感性が、最近の設計ツール、工作機械の進化にマッチしている」と途上国でのモノづくり人材育成に新たな可能性を見出している。

■ 家電から自動車部品へ事業転換 ■

K.M.K プラスチックインドネシアは1992年

会 社 概 要

会 社 名：K.M.K プラスチックインドネシア
代 表 者：社長 高橋 誠
本 社：インドネシア ブカシ県チカラン チカラン工業団地
設 立：1992年
資 本 金：800,000ドル
従 業 員 数：1100人
事 業 内 容：プラスチック部品・2次加工（印刷・塗装）
並びに組立品の製造・販売、プラスチック
金型の設計・製造・販売、金型の変更・修
理の請負、治工具の設計・製造・販売
U R L：<http://ptkkm.co.id/>

に創業した。ヤマハやコマツ、花王など日系企業も多く進出するジャカルタ郊外のチカラン工業団地で、樹脂製形部品の金型・治工具の設計製造から成形、塗装、印刷、組立まで現地での一貫体制を構築。家電やOA機器、楽器向けを主力に展開してきた。従業員は約1,100人。

ここ数年は家電分野から自動車・オートバイ分野にシフト。2012年には売上高の8割を占めていた家電・OA機器分野は2割程度に縮小する一方、ほとんど実績のなかった自動車・オートバイが7割を占めるなど短期間で事業内容が様変わりし、現地市場に合わせた舵取りを進めている。

家電から自動車部品への急激な業容転換を可能にしているのが同社の技術力である。金型の設計製造から量産、メンテナンスまでを1社で手がけられる企業はインドネシアでは数少ない。「家電100%だった会社がこれだけ短期間で自動車分野



写真1 K.M.K プラスチックインドネシア本社