

# 350種のラインナップで プロユースに応える 作業工具の老舗



## フジ矢株式会社

**一品一品を手作り  
ペンチ製造80年**

フジ矢は創業80年以上を誇る老舗企業。フジ矢ブランドでペンチ・ニッパ等の作業工具を開発、製造、販売している。自社で鍛造、機械加工を組み立て、刃付け、仕上げまで行う一貫体制を構築。一品一品を手作りで丁寧仕上げられる高品質な工具は、現場のプロに愛用されている。

ニッパには切断するための刃が必要だが、閉じ合わせた際、微妙にずれていないとうまく切れないという。この刃付けにおける微妙な感覚は機械ではうまくできず、どうしても職人の手による工程が必要になる。その技術を身につけるには、最低で3年はかかる。

同社の製品は約350種類。定番品だけでなく、刃の長さ、角度等の異なる機能別、特に硬いものを切断するためのタンクステン刃等の材質別に、用途に合わせて多様な製品をそろえている。

### 1万人の 顧客データベースを駆使

製品開発には顧客の声を最重要視する。各製品にアンケート用紙を

同封し、価格や使いやすさ等の満足度を測り、次の開発につなげる。ユーザーは古くからのフジ矢ブランド愛用者が多く、ユーザーからのアンケート回収率はほぼ100%だという。

今では1万人に上る顧客をデータベース化。ダイレクトマーケティングを利用するうえで大きな武器になっている。

野崎恭伸社長は「これまで工具メーカーは機能面の追求を重視し、マーケティングはやや疎かになっていた感があります。これからはどう売っていくかということも非常に重要です」と語る。顧客の声を聞き、最近では作業工具だけでなく、工事現場で利用されるLEDライトやバッグ等、周辺機器の製造販売にも乗り出している。

### ITを活用した生産管理で 在庫を4割減

野崎社長は積極的にITを活用し、同社は平成14年には経済産業省から「IT活用型経営革新モデル事業」に採択、平成18年には「全国IT経営百選」の最優秀企業に選定された。

多種多様な工具の生産管理は難しい。「作業工具は腐るものではありません。そのため見込み生産で多く作り過ぎ、在庫がたぶつくことが多かったのです」。その改善のため、販売データを記録し、販売予測に基づいた生産管理計画を立てるシステムを構築。それまで月次だった計画を日次での計画に変更した。現在では導入前と比較して、最大で3〜4割の在庫減を実現している。

海外展開にも積極的だ。昨年3月に稼働させたベトナム工場では、研磨と刃付けを主としている。国内での職人技術の継承が年々難しくなっていることへの対策である一方、今後の海外販売強化の布石の意味もあるという。「日本の工具の質は極めて高い。今後は東南アジア、韓国、中国をはじめ、現地商社を通じた販売網の構築にも努めていきたい」。野崎社長はフジ矢ブランドの新たな展開を見据えている。

フジ矢株式会社

Company Profile

住所 / 〒578-0922  
大阪府東大阪市松原2-6-32  
設立 / 大正12年9月  
資本金 / 8,500万円  
従業員 / 100名 (平成21年1月現在)  
TEL / 072-963-0851  
FAX / 072-963-3726



野崎恭伸さん  
代表取締役社長

### 主な事業内容

ペンチ・ニッパ  
一等工具の企  
画・製造・販  
等

ISO 9001



<http://www.fujiya-kk.com/>