



のむら・かずし
1938年生まれ。61年青山学院大学経済学部卒業後、南武鉄工入社。資材部、経理部を歴任。火災による経営断念のため退社。日幸電機製作所、ドッドウェルで勤務した後、84年南武鉄工（現・南武）再入社。95年より社長をつとめる。

世の中には油圧シリンダってたくさんあると思うんですが、当社の製品は一番ハイスペックなものといつていいかと思います。製鉄業界でシェアが約八割あります。

当社の製品は主に自動車のエンジンなどに使用されるダイカスト・プラスチック金型向け中子抜きシリンダと、製鉄メーカー向けの鋼鋳巻取り用ロータリーシリンダがあります。前者は自動車業界でもシェアが約七割、後者は製鉄業界でシェアが約八割あります。

す。というのも、プラスチックの金型に使うシリンダというのは油漏れをしてはいけないと制約が多いんです。また、ダイカストの場合には七百度近い超高温でも耐えられる製品を作らなければならぬので非常に技術を要するんです。

また、当社の製品の中には、百二十度の高温でも耐えられるセンサー内蔵型のシリンダも開発・販売しています。これは世界でも初めてだと思います。しかも、その製品全てが金型の構

造やスペースによって、大きさを変えたりするので量産ができる。だから、全ての製品がオーダーメイドなんです。

——それが特殊シリンダと言われる所以ですね。

野村 ええ。ですから、当社はほとんどの自動車メーカーとお取引させていただいていますし、そうしたエンドユーザーだけでなく、金型メーカーやダイカストメーカーともお取引させていただいております。

この他、当社の大きな特徴になっているのが、自動車メーカーの海外展開、つまり生産の現地化に対応して、わたしどものシリンダも現地でのケアが求められています。そういうことで中小企業ながら、海外に生産拠点を持つていることも特徴になっています。

—— 海外の拠点はどこになりますか。
野村 アメリカとタイ、そして現在工場を建設している中国

アメリカは二〇〇一年にインディアナ州にあるファイブスター社と技術提携しました。ファイブスター社はアメリカ鉄鋼業界最大手のUSスチールとつながりが強く、すでにファイブスターの社内にメンテナンス工場を新設しています。そこをアメリカでの事業の拠点にしています。

そして、翌二〇一二年からはタイに現地法人をつくりまして、タイを中心インドネシア、マレーシア、インドといった東南アジア諸国に輸出をしています。

—— タイは今、アジアのデトロイトと呼ばれるほど、自動車生産が盛んですね。そのタイでは伯英さんが現地法人の社長を務めていたのですね。

野村伯英（以下、伯英）そ

うです。タイにおける自動車・自動二輪車関連を中心とする金型業界の拡大スピードは、ご承

あくまで独自性があり高付加価値の製品づくりを

自動車づくりに欠かせない特殊油圧シリンダ専門メーカーとして成長

「顧客ニーズにあった少量多品種のモノづくりで生き抜く！」 取締役営業部統括部長 野村伯英

南武社長 野村和史



【南武メモ】

1955年、日本初の油圧シリンダ専門メーカーとして発足。63年12月に自社工場が火災で全焼。経営を断念し、一時閉鎖に追い込まれるも、65年には再発足。金型用中子抜きシリンダメーカーとして特化する。

現在、自動車業界向けの金型用中子抜きシリンダは市

場シェア七割、製鉄メーカー向けの鋼鋳巻取り用ロータリーシリンダは市場シェア八割を誇る。本社は東京・大田区。社員数117名の中小企業だが、自動車・製鉄メーカーには欠かせない企業として存在感を高めている。

日本だけでなく、アメリカやタイなどの海外にも拠点を持ち、中国・江蘇省にも進出予定。南武の技術力は海外でも定評があり、タイ工場は今年8月のNHKスペシャル「灼熱アジア」でも放映されて話題になった。



グローバル・ニッチ・トップを目指す中小企業

—— 南武は特殊油圧シリンダの専門メーカーとして成長を続けています。まずは本題に入る前に、現在の経済環境をどのように見てていますか。

野村 二〇〇八年のリーマンショックから立ち直り、五月初いまでは景気回復の兆しがありました。しかし、ギリシャ危機を始めとして、アメリカ経済も失業率が高止まりしたりして景気浮揚の実感がありません。

そこへきての急激な円高ですかね。そういうことで当社の営業活動にも影響が出ています。

野村 シリンダというのは、野に特化する。

野村 はい。当社では「技術を以って社会に奉仕する」ということを社是に掲げ、「グローバル・ニッチ・トップ」を目指すと努力しています。

野村 シリンダというものは、分かりやすく言うと、重いものを持ち上げる機械の動力源

として地歩を固める南武。東京・大田区に本社を構える、社員数100名強の中小企業ながらも、その狙いは何なのか。野村和史・社長と野村伯英・取締役営業部統括部長に聞いた――。

特殊油圧シリンダメーカーとして、近年、注力する海外展開の狙いは何なのか。野村和史・社長と野村伯英・取締役営業部統括部長に聞いた――。

それでも、われわれのような中小企業は経営規模を大きくして量産で稼ぐというのは難しいです。当社の歴史を見ても、少量多品種の受注生産でニッチな分野に特化するというのが、われわれの生きる道なのかなと思っています。

業活動にも影響が出ています。

もともと大手自動車メーカーはエコカー補助金の終了直前

に、駆け込み需要がありました。

知のとおり目覚ましい発展を遂げております。そして、当社の今のトピックスは中国進出です。

当初はタイを拠点に中国もカ

バーしようと思つたんですけど、やはり中国のお客さまから

の要望が多く、現地にも工場を

つくつてくれという声を多数い

ただいたんですね。それで中國

にも新しい拠点が必要と考え、

今年の三月に常州南・武進高進

技術産業開発区との調印式を行

いました。

これはまだ立ち上がってはい

たま中国から来た留学生でその

まま当社に就職した中国人社員

がいましたので、彼に現地法人

社長を任せたことで交渉もうま

くいったと思います。

——タイで駐在した経験の

中で一番感じたことはどんなこ

とですか。

伯英 わたしはタイ語がまつ

たく話せませんでしたから、初

めは不安に思いましたけど、行

つてみると仕事は面白かったです。

というのも、伸びている市



のむら・たかひで
1973年生まれ。96年工学院大学工学部卒業後、
積水ハウス入社。一級建築士。2001年南武入社。
05年タイ法人社長、08年3月営業部統括部長就任。
同年10月取締役営業部統括部長就任。

は他社に真似できないだろう

と考えているのです。

今後は中国メーカーと価格で競争せざるを得ない分野と、ニッチな部分で価格競争に巻き込まれない分野と分かれていますけど、価格面を追つてしまいますからね。当社はあくまでニッチな分野で付加価値を付けた製品で勝負する

方針です。

日本には頭脳がある！

——今後、日本と海外のモノづくりの棲み分けはどう考えていきますか。

野村 やはり、日本は開発拠点で高付加価値のモノづくりの拠点。生産という部分では海外に依存する割合が高くなっていますからね。当社は生産は少なくなるつて

いくでしょうね。

野村 今年の一月

に直嶋正行・経済産

業大臣が本社に見学

に来られたんですよ。

その時に大臣から「野

村さん、日本には何

を置いていくの？」

というご質問がありま

した。それでわたし

は「頭脳があるじ

やないですか」とお

答えましたんです。



中国工場（南武油缸（常州）有限公司）

ろ、日本の頭脳がなければ成り立たないわけです。ですから、大臣も「そうだよな」とおっしゃつて、納得してもらいました。——最後に、よく「企業は人」だと言いますね。野村さんは昔から「会社は舞台、主役は社員、わたしは演出家」と言いますが、改めて、今、野村さんは人材育成で心掛けていることなどなことがあります。

野村 大企業と違つて、中小企業はそんなに多くの人材を確保することが出来ません。それだけに、「人」に対するこだわりは中小企業のほうが強いような気がします。

当社は今、来年入社組の採用をしているところですが、リーマンショックの影響で、昨年、今年と新卒の採用を控えたんです。それでも社員を一人もリストラせずに生きながらえることができました。それでわたし

は「頭脳があるじやないですか」とお

答えましたんです。

——帰属意識を高めることが、他社との差別化につながるというわけですね。

野村 はい。やはり、中小企業の一番の課題は人材育成です。人材が集まらないとぼやく前に女性の採用を増やすとか、いろいろ対策はありますよ。中小だろうと、大企業のやる気を引き出す仕組みをつくることがトップの役割

——というのも、自動車の歴史を見ても、車のシャーシは昔はほとんどが鉄でした。それが軽量化に伴つて鉄からアルミニウムに替わってきて、今後はアル

ミーは海外にもシリンドラのメカニカルは無数にあると思いますが、南武の良さはどんなところにありますか。

野村 やはり、品質ということになりますね。例えば、プラスチックの金型向けであれば、中国などでも製品をつくれる会社があるのかもしれません。しかし、ダイカスト向けというのはまだ難しいと思います。



タイ工場（オオタテクノパーク NAMBU CYL (THAILAND) CO., LTD）



タイ工場の稼働状況

場だけに営業努力さえすれば仕事は入つて来るんですよ。

逆に、日本だとマーケットが縮んでいくわけですから、どうおいてもタイはマーケットが拡大するので、営業の立場としては毎日手応えがありましたね。

逆に、時代の変化に対応してきたのが当社の歴史ですから、たのめど営業は苦労しますよね。どこに行つても価格の話になるじゃないですか。それが放つておいてもタイはマーケットが拡大するので、営業の立場としては毎日手応えがありましたね。

逆に、日本だとマーケットが縮んでいくわけですから、どうおいてもタイはマーケットが拡大するので、営業の立場としては毎日手応えがありましたね。

逆に、時代の変化に対応してきたのが当社の歴史ですから、たのめど営業は苦労しますよね。どこに行つても価格の話になるんじゃないですか。それが放つておいてもタイはマーケットが拡大するので、営業の立場としては毎日手応えがありましたね。