

60年に迫る砥石の卓越性

1967年の創立以来、ニューレジストンは最高品質のオフセット砥石で世界的な高い評価を得てきました。

“データは新しい石油である”という言葉は決まり文句のようになりつつありますが、データをただ数字の集まりとしてだけでなく、有用なフィードバックとして考えると、その価値が明確になるのは事実です。このフィードバックをビジネスの基礎として活用することに専念している会社が日本の砥石メーカーニューレジストンです。

1967年に創立したニューレジストンは金属の切削・研削・研磨用の高性能砥石を専門に取り扱っています。日本の生産業者にはよくあることですが、B2Bのスペシャリストであるニューレジストンの強みは、製品にもたらす付加価値にあり、この価値は突き詰めていくと顧客からもたらされるものです。

社長の山内憲司氏の説明によれば、従来砥石業界のエンジニアがエンドユーザーからのフィードバックを得るのは難しく、その状況に対抗するためニューレジストンでは定期的に営業チームのメンバーをエンドユーザーや販売代理店のもとへ派遣して問題や要求について評価しています。「これは弊社製品の品質向上に役立ち、この業界での競争上の優位性をもたらします。」と山内氏は付け加えます。

このフィードバックにより同社は補助パッド付きのセラミック砥石とスーパーグリーンシリーズを開発しました。このシリーズの砥石は弾力性が増し、エンドユーザーにより柔らかい製品を提供しています。さらにニューレジストンの電気メッキ技術に母材へ埋め込まれた人工ダイヤモンドを使用し、メタリッジバーに硬い砥粒の研削力を加えることを可能にしました。

この家族経営の会社はこれまでヨーロッパのパートナーと協力して製品を開発してきましたが、国内市場シェアは30%で、中国・サウジアラビア・イタリア・米国などに販売ネットワークを拡大しています。この拡大が続く中でニューレジストンは同社の専門的な砥石で要望に応えることのできるニッチなニーズを持つ新規エンドユーザーと販売代理店を常に探し求めています。山内氏は、「価格だけが重要だと言う人もいるかもしれませんが、エンドユーザーのために製品に付加価値を付ける努力をしています」と述べています。