

## 特別專訪：

# 2012 全年回顧及 2013 年安倍經濟時代下的日本扣件產業

**2**012 年，世界經濟歷經景氣大蕭條以及後歐債危機時代，終於在第四季出現希望的曙光。如今 2013 年是個全新的開始，全球經濟也逐漸出現復甦之跡象，美洲、亞洲、東南亞等地區的銷售景氣和客戶源上升。尤其在日本，當地的扣件產業在過去的 3 年內走過大大小小的顛簸盪漾，最後景氣也從去年的谷底回彈；2013 年日本首相安倍晉三推出日幣貶值的經濟政策，目標是刺激出口成長以期帶動經濟起飛。在這樣的社會背景之下，日本扣件業是如何看待 2012 年的產業景氣，並面對未來接踵而至的挑戰？安倍經濟又將如何影響 2013 年的日本扣件產業？本期編輯部特別專訪了日本螺絲工業協會、日本 HARDLOCK 工業株式會社以及日本 Sunco 工業株式會社，我們相信他們的專業見解能讓讀者更加深入了解日本扣件產業的當下情勢，激發全球同業與日本扣件業者跨國合作之靈感。

整理 / 惠達編輯部  
受訪者 / 日本螺絲工業協會  
HARDLOCK 工業株式會社  
SUNCO 工業株式會社



★ 以下以略稱代表各公司之發言。「協」代表日本螺絲工業協會、「H」代表 HARDLOCK 工業株式會社、「S」代表 Sunco 工業株式會社

### Q1 回顧 2012 年，您認為日本扣件產業在這一整年整體生產情形與銷售情況為何？

**協：**2012 年日本扣件的生產產量為 296 萬噸（同年比增加 7.1%），產額 8549 億日幣（同年比增加 8.3%），出口量為 33.9 萬噸（同年比增加 5.9%），出口金額 2694 億日幣（同年比增加 7.1%），進口量為 23.4 萬噸（同年比增加 3.5%），進口金額 708 億日幣（同年比增加 2.5%）。由此可見日本幾乎從 2009 年雷曼兄弟連動債券事件 (Lehman Shock) 的谷底中反彈復甦，也顯示日本已從 2011 年東日本大地震的經濟停滯中重新站了起來。

**H：**雖然 2012 年的總產量和銷售有減少的傾向，但自從 2012 後半年政權交替了之後，產量已出現增加之勢。

**S：**自 2009 年雷曼兄弟連動債券事件 (Lehman Shock) 之後，日本扣件產業整體生產與銷售皆逐漸增加，敝社認為景氣已從 2009 年的谷底逐漸回升。

### Q2

#### 貴公司的主力產品、內外銷比例為何？

**H：**本公司的主力產品為自鎖螺帽「Hard Lock Nut」。目前該產品的國內銷售佔 88%，海外銷售佔 12%。本公司的未來目標是將此比例轉變為國內銷售 70% 以及海外銷售 30%。

**S：**本公司主攻六角螺栓、小螺絲、嵌入式螺絲、自攻螺絲等等，幾乎是百分之百以內銷為主。

### Q3

#### 自安倍首相提出經濟政策以來，日本扣件產業是否已從中受惠？

**S：**本公司確實受惠於安倍政府的日幣貶值，政策，因為只要日幣貶值，帶動外銷為主的汽車產業便會提升銷量，對汽車螺絲扣件的訂單數也會成等比的增加。由於螺絲的使用在製造業產品中佔了過半，因此製造業的外銷量大增時，整個扣件產業就會跟著興盛起來。但在此必須留意的是，由於鐵礦石等原物料進口價格相當高，所以必須要制定適當的價格水準。

## Q4

近來「創新」已成為產業中提升競爭力的必要策略，包括新產品設計與新技術研發，日本扣件企業也一直不斷推出更上一層樓的新製品，在品質、技術、管理、服務上，貴司將如何展示自身特色來迎接未來的挑戰？

**協：**日本扣件產業在品質(Q)、價格(C)、交期(D)等方面追求精益求精的信賴感，絕不允許任何一件不良品出貨，同時也追求更上一層樓的產品附加價值，採納顧客各種產品改善方案。具體來說，就是要提供符合顧客需求的「營銷導向(Marketing Orientation)」之產品。例如追求提升無銹之電鍍產品的耐腐蝕性、開發重量更輕的高強度螺栓、以及減少生產成本等等，這些都是日本扣件產業未來要接受的挑戰。

**H：**本公司專營製造和販售自鎖螺母這種特殊螺絲製品，時時以顧客為尊，投入心力改善產品，並確立更上一層樓的品質保證體制。套句社長的格言：「世上所有的產品永遠都是等待精益求精的未完成品」。因此本公司全力在產品上，甚至是推動該產品的人員身上，賦予附加價值，以其滿足顧客的全方位需求。公司上下部門每日都有新的指示和挑戰。

**S：**本社的特色是網羅了將近 50 萬種螺絲品項，幾乎是要什麼螺絲就有什麼。除螺絲之外，本公司也備有螺絲組立之時作為安全保護用具之途的安全靴、面罩和護目鏡。此後將繼續增加品項，提升服務範圍。

## Q5

近年來日本有多家扣件企業在台設立台資公司，尤其近三年來，有更多日系企業轉向與台灣合作，貴司認為台灣扣件產業在當今全球潮流下的優勢為何？日本扣件企業又期望與台灣有什麼樣的合作模式？

**協：**對日本來說，台灣扣件產業是一個強力的競爭對手，但同時，日本扣件業也期望能繼續與台灣扣件業保持良好事業夥伴關係。我們期望台日雙方都能各自發展專業領域，從事更深化的技術交流和人才交流，並互相研討雙方有興趣且具體的合作主題。

**H：**我們認為台灣扣件產業在品質和技術能力上一路走來一直在演進。日本扣件業若是要拓展事業版圖到全亞洲甚至是全球，與台灣扣件企業合作便顯得重要，因此我們認為台灣會是很重要的事業夥伴，現階段本公司也正在摸索與台灣扣件企業的合作模式。

**S：**本公司目前有向台灣大量購買扣件產品(以螺栓與螺帽為主)。台灣扣件產品品質很高，且台灣扣件產業也很了解日本的品質程度，今後台灣與日本企業的關係也會更加密切。本公司期望與台灣扣件企業共同合作發展高附加價值的產品，例如客製化商品。

## Q6

2012 年日本內銷景氣出現下滑，許多企業將主力轉而集中在海外分公司，在亞洲與東南亞設立海外法人搶攻新興國家市場。貴司認為在現今的全球大環境下哪一地區對日本扣件產業來說最具市場發展潛力？對於海外市場投資您有何建議？

**協：**日本扣件業將配合汽車和電機等產業的海外拓展，逐步增加在東南亞的市場佔有率，此外，也會持續進入美國龐大的市場。對於海外拓展來說，確保穩定的客源是最重要的。日本五大扣件輸出國為，中國(25%)、美國(20%)、泰國(13%)、印尼(7%)、印度(5%)，而日本對巴西和墨西哥的扣件輸出也正在增加當中。

**H：**我們認為最具發展潛力的市場應在以東南亞為中心的亞洲圈，以及巴西。

**S：**東南亞、中國，南美洲最具市場發展潛力，因此本公司認為海外投資時須注意東協(ASEAN)的市場成長動態，並取得中國與南美市場佔有率。

**Q7** 展望 2013 年，雖然歐洲景氣仍持平微弱，美國與他國景氣則已開始加速復甦並看好，貴司針對日本扣件產業與市場有何見解？

**協：**在日本持續進行震災災後復興之下，內需的擴大可望使日本景氣回復，我們也期待日幣貶值政策的效應可增大日本的出口競爭力。日本扣件產業的普遍共識是要掌握顧客的需求，並提升能隨時應變顧客變化萬千需求的技术力和開發能力。

**H：**目前日本扣件產業仍傾向於以日本國內為主，在海外事業發展方面仍有些落後於韓國、中國和台灣企業。我們認為日本應繼續著重在製造與販賣別國無法比擬的附加價值產品。本公司的自鎖螺帽產品已取得了世界第一的認可，在競爭力方面是相當足夠的。

**S：**安倍首相的經濟政策正擴大日本基礎建設等等的公共事業，這在未來將會為螺絲業界帶來良好的影響。

---

**Q8** 您是否有其他訊息分享給本刊讀者？

**協：**2011 年 3 月 11 日日本發生大震災之際，台灣區螺絲工業同業公會集結了來自台灣龐大的援助金救助日本，這些援助金直接送往災情慘重的岩手縣、宮城縣和福島縣。除此之外，台灣螺絲工業同業公會更親手將慰問金交給本協會的各個會員公司，我們深表無比的感謝，謝謝你們，台灣！

**H：**我們期望日後日本企業可以和台灣企業等等的其他企業合作，相互截長補短，一同拓展世界版圖。

**S：**我們認為台日之間在相互理解的前提下共築友好關係。期望藉由此次螺絲世界雜誌的專訪，可以幫助台日間的商業合作更加蓬勃發達。

■