

モノづくり企業トップに聞く 次代への成長戦略

京都にはメダル級企業が集まってるっ

新製品で攻勢かける

ーを『FARBO(ファーボ)』ブランドで積極展開する

「搬送機器など自動機で特注や一品物と呼ばれる顧客仕様の開発が増えている。当社の技術力が評価され

たもので、1日に10件程度寄せられる。トラ

食品・医薬関連など当社にとって新しい顧客

が目立つ。特注品から汎用的な標準品の新製

品開発へと流れを作り、市場攻勢をかけ

る」

ー期待する新製品

は。「モノづくり企業の

成長には新製品開発は

対応できる単軸ローダー

ーを『FARBO(ファーボ)』ブランドで積極展開する」海外拠点が軌道に乗ってきました。「中国拠点はこのほど單月黒字化を達成しました。コンペアなど自動化需要は根強く、部材の現地調達率を上げるなど効率化を進める。海外に強い技術者を配置し、中国、タイ拠点とも今後に期待でき



NKE社長
中村 道一氏

ブルなど非常時対応や欠かせない。まずは簡易メール通報機器『れんら君』だ。設備などを自動通知する端末で、従来の生産現場に加え、農場や一般家庭に向けて提案していく。

ー期待する新製品

は。「モノづくり企業の

成長には新製品開発は

対応できる単軸ローダー