

「三菱ブランド」で攻勢

三菱マテリアル子会社のMMCリョウテック（岐阜県神戸町）は1日付で、三菱マテリアルハードメタルに社名を変更した。同社はグループ内で建設工具、耐摩工具、超硬工具素材の開発・製造を長年担い、同事業の営業部門を三菱マテリアルから2021年に取得した。今回の社名変更で製品名に「三菱ブランド」が復活。名実ともに製販一体を実現し、攻勢をかける。山本克社長に狙いと再スタートで目指す将来像を聞いた。

―社名変更の背景 採用活動にも生かすは。

「営業部門の取得で 捉えていますか。」

製品名から三菱ブランドが消えた。コロナ禍 工、化学など業界が幅後に新規開拓を再開し 広く、業績が安定して知名度のなさが課題と いる。リチウムイオン になった。三菱ブランド 電池（LiB）や太陽 は海外の新規訪問先に 光発電などの成長分野 も通りが良い。今後は も顧客だ。25年3月期

三菱マテリアル
ハードメタル社長

山本 克氏



の売上高は165億円 シェア7割。化学プラ で、26年3月期は10% 増を目指す。グループ からさらに成長が期待 されている」

―各市場での高シエ アも特徴です。

「耐摩工具の熱間圧 延用超硬ロールは国内 シェア7割。化学プラ ントの高加圧用ブラン ジャーは世界シェアが 7割以上だ。技術者も 世界各国に出向き、課 題を解決する特注製品 を提案する。生産でも 競争力ある設備と匠の 技で差別化している」

―売上高の5割を占 める建設工具の状況 は。

「アジアは成長市場 で、タイ第2工場を10 月に稼働する。中南米 も有望だ。需要開拓を メキシコのグループ会 社経由に改め、成果が 出ている」

―今後の強化分野 は。

「薄膜塗布用スロッ トダイはLiB向け需 要が一服し、全固体電 池やペロブスカイト太 陽電池などの新需要を 取り込む。超硬工具素

匠の技でさらに存在感

品の加工用を伸ばす」

―目指す将来像は。

「当社は海外売上高 比率が7割と高く、新 興市場とともに成長 があり、売り上げはグ ループ外が9割。電気 たい。社員らが『働け 自動車（EV）部品や て良かった』と思える AI（人工知能）電子部 会社にしたい」

記者の目

中堅の機動性・総合力生かす

会社の発足は1958年。以 来、開発製造子会社として黒子 を務め、「三菱マテリアル」を 社名に冠するのは長年の悲願だ った。社名変更は親会社の大き な期待の表れで、社員の気持ち も高まっている。中堅企業の機 動性とグループの総合力を生かし、これま で以上の積極的な事業展開を見せてほし い。（岐阜・村国哲也）