

金型を発注するメーカーにインタビュー 外注先の探し方と選定基準

技術マーケティングで日本の製造業に追い風を



TECHNO-PORT Inc.

テクノポート株式会社



インタビューの紹介

	インタビュー1	インタビュー2	インタビュー3	インタビュー4
業界	自動車部品メーカー (ゴム製品)	家電の製造メーカー (オーディオメーカー)	自動車部品メーカー (ワイヤーハーネス)	非鉄金属の加工
企業規模	2,000～3,000人	2,000～3,000人	5,000～10,000人	300名弱
担当	設計開発	企画、試作、量産	生産技術	プロジェクト管理
仕事内容	ゴム製品の開発	スピーカーのドライバーユニット	シリコンゴムのシール部品 ワイヤーハーネスのシール部品	アルミダイカスト部品の ダイカスト金型の発注 プレス金型の発注

質問内容

1. どのような状況のときに金型の外注先を探しますか？
2. 外注先の探し方について教えてください？
3. 金型屋さんの良し悪しは何で判断しますか？
4. どういう会社は選びませんか？
5. 年間でどれくらい探しますか？
6. 金型屋さんへの希望はありますか？
7. 外注先の調査にAIを活用しますか？
8. 金型屋さんにアドバイスをお願いいたします。

1. 金型の外注先を探すときのきっかけについて

コストや納期、品質面で課題が出たときや、高精度・特殊形状など社内に対応が難しい案件が発生したときに、金型の外注先を探す企業が多い傾向にありました。信頼できる取引先はあるものの、案件内容に応じて新たな業者を検討する動きが見られます。

	どのような状況のときに金型の外注先を探しますか？
自動車部品メーカー (ゴム製品)	普段は3社ほどの金型業者さんをお願いしています。どの会社も信頼できて、精度や納期に大きな不満はありません。ただ、コスト面ではやはり高いと感じることが多くて、新しい案件や試作のときに、もう少し安くお願いできる場所を探そうとしています。
家電の製造メーカー (オーディオメーカー)	新しい外注先を探すことがあるのは、納期が短いときが多いです。「今の取引先では間に合わない」という理由で動くケースがほとんどです。大型の筐体や、自社設備では間に合わないような量産数が必要なときに、外部への委託を検討します。
自動車部品メーカー (ワイヤーハーネス)	同じところばかりに頼んでいるとリスクもあるので、「少し新しいところもつけていこう」という話はいつもあります。 実際に新しい業者を探すきっかけになるのは、既存の型メーカーでトラブルが起きたときです。たとえば精度が悪い、納期が遅い、不具合があった、などですね。そういうときに「別のメーカーでも作ってもらえないか」と考え、本社に相談したり、インターネットで調べたりして、新しい外注先を探すことになります。
非鉄金属の加工	外注するのは、社内が手一杯のときや、精度要求が高い金型、特殊な形状の案件などです。たとえば、プレスで穴と穴の間隔が非常に狭く、間の肉厚が薄いようなケースは、社内では難しいので技術のある外注さんをお願いしています。 社内にもノウハウを取り込む努力はしていますが、やはり職人技に近い領域も多いです。磨きや外観品質など、数字では表せない部分もあり、その点では外注さんの力に頼るところが大きいです。

2. 外注先の探し方について教えてください？

外注先の探索は、展示会での直接接触やWeb検索が中心でした。展示会で技術力や信頼性を見極める企業もあれば、Webや生成AIを使って効率的に候補を絞り込む企業もあります。購買部門が候補を選び、試作で評価する流れも一般的でした。

	外注先の探し方について教えてください？
自動車部品メーカー (ゴム製品)	新しい業者さんを探すときは、基本的に展示会に行きます。ビッグサイトなどの展示会に半年に1回くらいは足を運んで、気になる会社があればパンフレットをもらって話を聞くようにしています。パンフレットには最終製品の事例や金型の写真が載っていることが多く、それを見ながら「技術的にできそうか」「価格的に現実的か」を判断します。 展示会で興味を持った会社は、そのあとWebサイトも見ます。今までWeb経由で良い出会いがなかったこともありますし、直接会って話を聞いた方が雰囲気や信頼感が分かる気がします。
家電の製造メーカー (オーディオメーカー)	探すのは基本的に購買が担当しています。 技術部として直接どの会社を選ぶかまでは関与していませんが、購買が見つめてきた候補に対して、試作段階で評価を行います。試作型を一度作ってもらい、サンプルを設計と計測チームで測定して適合性を確認します。
自動車部品メーカー (ワイヤーハーネス)	基本はWeb検索です。「シリコンゴム 金型」「ゴム 金型 製作」など、割と一般的なキーワードで検索して、引っかかった会社のホームページを見ます。 そこで「うちの製品を作れそうだな」と思ったら、もう電話して直接問い合わせをします。 「こういう製品を作っているんですが、精度的にいけますか？」と聞いて、対応できそうであれば話を進める、という流れです。 展示会などにはあまり行きません。Webで探して、見込みのあるところにアプローチするのが中心です。
非鉄金属の加工	今はほとんどがインターネット経由です。以前は紹介や既存取引が中心でしたが、最近は自分で検索したり、ChatGPTなどの生成AIを使って探しています。「新潟県 ダイカスト 金型」「IT機器 外観部品 金型」など、所在地・業界・製品種別を組み合わせると、AIが候補リストを出してくれます。その中から実績や扱っている製品を見て、似たような部品を作っている会社をピックアップします。 最終的にはホームページを見て判断します。金型そのものよりも、その会社がどんな製品を作っているかを見ることが多いですね。似たような形状・精度の部品を扱っているかどうかで、実力が分かる部分があります。

3. 金型屋さんの良し悪しは何で判断しますか？

判断基準は精度や納期、対応力が中心でした。特に寸法精度や技術理解の深さが重要視され、価格よりも経験と対応の的確さで信頼性を見極める傾向がありました。

	金型屋さんの良し悪しは何で判断しますか？
自動車部品メーカー (ゴム製品)	精度と納期、そして価格で判断しています。 ただ、価格を優先して失敗したことも多いです。たとえば、展示会で見つけた韓国の業者さんをお願いしたときは、価格は安かったものの、納品された金型の寸法が全く合っていませんでした。検査成績書もなく、「測定してOKでした」というメールだけ。社内で測ったら全然ダメでした。
家電の製造メーカー (オーディオメーカー)	評価のポイントは「寸法精度」「組立性」「耐久性」です。 音響製品は特に、金型の微妙な差で性能が大きく変わるんです。例えばスピーカーのラバーエッジの厚みがほんの少し違うだけで、動きが鈍くなって壊れやすくなったり、異音が発生したりします。接着型の形状がわずかにずれても、長時間使用で剥がれたりすることがあります。
自動車部品メーカー (ワイヤーハーネス)	一番はやはり精度です。シリコンゴムの場合、千分の5ミリでも隙間があると、そこから樹脂が流れてしまいます。 製品自体が非常に小さいため、交差のセンターをきっちり出せないと、バリだらけの不良品になってしまいます。 それに、ゴムは収縮や変形が大きいので、そうした変化を見越した型設計ができないと成形が安定しません。実際、収縮が落ち着くまで1週間ほどかかるので、その1週間後の寸法を測って合っているかどうかを確認しています。このあたりの知識や経験があるメーカーさんかどうかで、出来上がりの品質が全く違ってきます。
非鉄金属の加工	まずは問い合わせへの対応の速さと、返答の具体性です。 こちらの質問に対して、「その寸法なら問題ない」「こういう実績があります」などの具体的な答えが返ってくると、経験がある会社だと分かります。逆に、曖昧な返事だと不安になります。 また、ホームページで実績や設備、測定器などの情報がしっかり出ているかも大きいです。外観部品のように仕上げが重要な案件では、磨きや測定の工程が分かると安心感があります。 打ち合わせの際に、現物を見せたときに「この形状はここがポイントですね」と反応できる会社は信頼できます。経験がある会社ほど、具体的な注意点や苦労話が出てきます。

4. どういう会社は選びませんか？

安さや対応の曖昧さで不安を感じる会社は避けられる傾向がありました。反応が遅い、情報が不十分、誠実さや透明性に欠ける企業は信頼を得にくく、具体的で丁寧な対応ができる会社が選ばれていました。

	どういう会社は選びませんか？
自動車部品メーカー (ゴム製品)	安さだけを売りにしている会社は選びません。結局トラブルになることが多いからです。海外調達で品質管理が行き届いていなかったり、下請けに丸投げしているような会社も避けています。 あとは、誠実さや透明性が欠けていると感じる会社も難しいですね。やり取りの中で不安を感じると、その後の修正対応やトラブル処理も期待できないですから。信頼できる会社というのは、トラブルが起きたときにきちんと報告や謝罪をしてくれるところだと思っています。
家電の製造メーカー (オーディオメーカー)	前金や試作費を早い段階で求めてくる会社は、正直お願いしづらいです。発注が確定していない段階で「まずは費用をください」と言われてしまうと、社内の稟議が通らないんです。どんなに技術があっても、「まだ採用が決まっていないものにお金を払う」という判断は難しいので、どうしても選定から外れてしまいます。
自動車部品メーカー (ワイヤーハーネス)	一番避けたいのは、質問に対して曖昧な答えしか返ってこない会社です。こちらが「この製品できますか？」と聞いても、「どうですかねえ」と濁すような対応だと不安になります。 逆に、図面を見せて「これなら大丈夫です」「このくらいの交差なら可能です」とはっきり答えてくれる会社は信用できます。
非鉄金属の加工	問い合わせをしても反応が遅い会社、あるいはできる・できないの判断が曖昧な会社は選びにくいです。こちらが条件を伝えたときに、具体的な回答が返ってこない、その後のやり取りも不安になります。 また、ホームページの情報が古かったり、実績や設備がほとんど載っていない会社も判断ができません。特に測定環境や加工サイズなどの情報がないと、初期段階で当たりをつけづらいです。やり取りのテンポや情報の明確さは、結果的に発注判断にも影響します。

5. 年間でどれくらい探しますか？

新しい外注先を探す頻度は、ほとんどの企業で年に1～2回程度でした。通常は既存業者で対応しますが、トラブルや新規案件、技術的制約が出たときに新しい取引先を検討する傾向があります。展示会や特定案件をきっかけに試してみるケースもありました。

	年間でどれくらい探しますか？
自動車部品メーカー (ゴム製品)	新しい業者さんを探すのは、だいたい年に1～2回くらいです。展示会がそのタイミングになるので、半年に1度のペースで「一社くらい試してみようか」という感じですね。 ただ、毎回うまくいくわけではなく、これまでに3社ほど新規でお願いしましたが、結果的に「もう頼まない」となったところばかりです。韓国の会社もダメでしたし、日本国内の小規模な町工場のところも、対応は丁寧でしたが納期がかなり遅かったです。社長さん自ら納品に来てくれたりと誠実ではあったんですが、設備が古くて安定しなかったり、測定にも時間がかかってしまっていました。
家電の製造メーカー (オーディオメーカー)	新しい外注先を探す頻度は、年に数回あるかないかです。 基本的には安定したサプライヤーで回っていますが、生産移管やトラブルがあったときに急遽探すケースがあります。たとえば以前、近隣の成形会社が倒産し、金型が差し押さえられて取り出せなくなったことがありました。
自動車部品メーカー (ワイヤーハーネス)	多いときで年に3回くらい、新しい外注先を探していました。 ただ、ほとんどの場合は既存のメーカーさんをお願いしているので、新規を探すのは年に1回あるかどうかですね。 新しく探すのは、設計側が新しい案件を取ってきたときや、既存のメーカーでトラブルがあったときです。 たとえば「納期が2年かかる」と言われた場合など、現実的に間に合わないときに他を探します。
非鉄金属の加工	新しい金型屋さんを探す頻度は、年に1～2回程度です。 基本的には既存の業者さんで回していますが、サイズが大きくなったり、技術的に対応できないものが出てきたときに、新しいところを探すようにしています。 ここ1～2年は、ダイカストの大型案件が続いたので、新規の外注先を2～3社ほど開拓しました。

6. 金型屋さんへの希望はありますか？

金型メーカーには、図面通りではなく改善提案をしてほしいという声が多くありました。実績やデータの提示、納期や寿命の明確化、そして柔軟で迅速な対応も求められていました。

	金型屋さんへの希望はありますか？
自動車部品メーカー (ゴム製品)	一番の希望は「提案をしてほしい」ということです。 こちらとしてはゴム製品の設計は専門ですが、金型の専門家ではありません。だから、図面をそのまま受け取って作るだけでなく、「こうすればもっと早くできる」「こうしたらコストを抑えられる」といった提案をしてもらえると本当に助かります。 担当者レベルだと「こういう形もありますよ」といった会話はありますが、もう一歩踏み込んだアドバイスが欲しいですね。画期的な提案をしてくれるような金型屋さんがあれば、ぜひお願いしてみたいと思っています。
家電の製造メーカー (オーディオメーカー)	希望としては、「実績と提案力」を見せてほしいと思っています。 単に「作れます」と言うだけではなく、量産実績のあるサンプルや、加工が難しい試作品、シミュレーション結果などを提示してもらえると非常に信頼しやすいです。
自動車部品メーカー (ワイヤーハーネス)	希望としては、「精度・納期・価格のバランス」を取ってもらえることです。 精度を上げようとするコストも納期もかかるのは分かっています。 ただ、こちらとしてもスケジュールが厳しいことが多いので、できる範囲で柔軟に調整してもらえると非常に助かります。 あと、アフターサービスも重要です。
非鉄金属の加工	まず、金型の寿命や納期など、実務的な情報をもっと出してほしいと思います。 「この形状なら〇万ショットで交換」「このサイズなら製作に〇ヶ月」といったデータがあれば、見積もりや生産計画が立てやすくなります。 それと、スピード対応ですね。 お客さんからの依頼が遅れてくるケースも多く、金型の納期が長いと試作の工程がすべて後ろ倒しになります。 土日対応や特急対応ができる旨が記載されていると、実際に候補に上がりやすいです。

7. 外注先の調査にAIを活用しますか？

AIを使った外注先探しはまだ限定的でしたが、一部ではChatGPTを活用し、条件入力
で候補を抽出するなど効率化が進みつつあります。今後の普及が期待されています。

	外注先の調査にAIを活用しますか？
自動車部品メーカー (ゴム製品)	今のところ、AIは使っていません。 社内でもChatGPTのようなツールはありますが、特に金型業者さんを探す目的では使っていません。社内としてもAIを積極的に導入しているわけではなく、個人レベルで使う程度にとどまっています。 ただ、最近では他社でもAIを活用しているという話を聞くことが増えてきたので、「条件を入れて業者を推薦してもらう」というやり方があるのは興味深いなと思いました。
家電の製造メーカー (オーディオメーカー)	検索そのものにAIを使うことはほとんどありません。 外注先を探す場合は購買が中心ですし、今のところWebやAIを使って業者を探すような運用にはなっていません。AIはあくまで設計業務の補助的な使い方が中心です。
自動車部品メーカー (ワイヤーハーネス)	AIは自分自身では使っていませんでしたが、会社全体としてはChatGPTを段階的に導入していました。 自分が在籍していた頃は「まだ使うな」という通達が出ていて、試験的な段階でしたね。 ただ、おそらく今はもう普通に使われていると思います。
非鉄金属の加工	はい、活用しています。 最近ではGoogle検索よりも先にChatGPTを使うことが多いです。所在地・素材・業界などを条件に入れて、「10社リストアップして」と指示すると、リンク付きで一覧を出してくれるので効率的です。 また、自社でもAIの活用を推進していて、購買や設計部門でもAIを使った外注先探しを始めています。 社内の講習でもAI検索の事例を紹介したところ、担当者の間では「もうGoogleより早い」という声が上がっています。 生成AIで業者を探すのは、すでに一般的になりつつあります。

8. 金型屋さんにアドバイスをお願いいたします。

発注側は、技術力と実績を分かりやすく示し、提案力のある金型メーカーを求めています。展示会やWebで「何ができるか」を明確に伝えることが信頼につながります。

	金型屋さんにアドバイスをお願いいたします。
自動車部品メーカー (ゴム製品)	まず、展示会に出るなら「ブースの見せ方」はかなり重要だと思います。 正直、歩きながら見ていると、狭いブースや地味な展示は素通りしてしまいます。立ち寄るきっかけは「目立つかどうか」「何をしている会社かが一瞬で分かるか」なので、PRやキャッチコピーの見せ方次第で興味の持たれ方が全然違うと思います。 また、「低コスト」「短納期」などの言葉が見えると、やっぱり気になります。価格の安さを前面に出す会社は目に入りやすいですね。ただし、安いだけではなく、信頼できる印象や、しっかりした技術内容を一緒に見せてもらえると安心です。 ホームページについては、実績や具体的な製品写真、得意分野が分かる内容があると助かります。
家電の製造メーカー (オーディオメーカー)	まず、取引を増やしたいなら「見える化」が大事だと思います。 どんな製品を手がけているのか、どんな企業に納めているのか、どのレベルの精度や外観品質に対応できるのか。そういった情報を具体的に提示してもらえると、こちらとしても判断がしやすいです。 また、シミュレーションや成形解析を使って、金型設計の裏付けを見せてくれる会社は安心感があります。
自動車部品メーカー (ワイヤーハーネス)	まず、実績の見せ方が大事だと思います。 どんな会社と取引しているのか、どんな精度のものを作っているのか、そういう情報があるだけで信頼感が違います。 会社概要の中に「取引先」「対応可能な精度」「導入している設備」などをきちんと書いておくと、問い合わせにつながりやすいと思います。 あと、ゴム金型は形状がどんどん細かく、複雑になっています。 その中で「どういうメッキ処理ができるか」「どういう交換設計をしているか」といった技術的な柔軟さを持っている会社は強いです。 提案力があって、こちらが気づかなかった改善点を指摘してくれるような会社だと、「次もお願いしよう」と思います。
非鉄金属の加工	図面通りに作るだけでなく、「提案ができる金型屋」が求められていると思います。 「この形状ならプレスでここまで加工して、残りは切削で仕上げるとコストを抑えられますよ」といったプロセス提案ができると、発注側からの信頼は高まります。 また、ホームページでは実績・対応業界・加工可能サイズ・設備情報・測定器などをきちんと載せてほしいです。 デザインよりも情報の明確さが大事で、更新が止まっているよりも「古くても中身が分かる」方が印象がいいです。

- CONTACT -

セミナーのご相談など、お気軽にお問い合わせください。



050-3161-5629 (代表)

平日 9:00~18:00



<https://marketing.techport.co.jp/inquiry/>



TECHNO-PORT Inc.

テクノポート株式会社