旋風!! ―九州・山口経済最前線―

講演会抄録

急激に変わりつつある市場にどのように対応すべきか―。日刊工業新聞社は2月17日、福岡市博多区のホテルレガロ福岡でシンポジウムを開催した。「時代を変える、九州・山口旋風!!」と題して、講演会と4人のパネリストによる討論会を実施。九州・山口のモノづくり企業の現状や海外戦略、事業展開などについて今後の方向性を模索した。

基調講演

九州・山口経済、製造業のいきまと海外への展開

中小企業基盤整備機構九州支部副支部長　**則竹　利昭氏**

企業成長のための手段

経済状況を考えるとすぐに増産体制に入るのは難しいだろうが、今後生産車種は確実に増えるようだ。加えて地場調達率を上げるというトヨタの命題は変わっていないため、ビジネスチャンスは広がっている。

2010年度に入ってティア2（二次下請けメーカー）や、ティア3（三次下請けメーカー）数社から用地の相談や物件の問い合わせがきている。こういう動きの裏には、中国ビジネスに対する意識の変化がある。ティア2、ティア3にとって中国市場は非常に巨大で魅力的なマーケットだ。しかしトヨタやティア1（一次下請けメーカー）が進出するのとは事情が異なり、中国に工場を構えるかどうかは微妙な判断になる。なぜなら進出して工場を立ち上げても、従業員が仕事を覚えるとすぐ転職してしまうということや、人件費上昇、中国の技術水準向上などがあり、これに尖閣諸島問題などが新たに加わった。

このような中国本土に進出するリスクを回避しつつ、最前線基地として九州に拠点を設けようという考えが出てきている。大手企業で九州に拠点を持っていない企業は対応を迫られている。ダイハツの調達方式の変更により、今後九州200万台のマーケットのみの取引で完結できるようになるかもしれない。下請け企業はダイハツだけでなく日産、トヨタからの仕事も請け負えるよう体制を整えているようだ。下請けの在り方も変化している。

一方、中小機構九州支部が現在もっとも力を入れているのが、食品に関連した企業の国際化や海外進出だ。事例を一つ紹介する。100年以上の歴史がある大分県のみそ、しょうゆの蔵元の話だ。その蔵元は日本の人口減少と食の欧米化によって、大手企業しか市場に残らないのではないかとの懸念から生き残りを模索していた。そこでアユの魚しょうを展開しようと思い立った。この伝統的な調味料を現代によみがえらせるにあたり、大分県の研究機関の助けを得たり、また販路開拓については社長自らが仏・パリの見本市や中国・上海見本市に売り込みに行った。今は中小機構が販路開拓のお手伝いをしている。

二つ目は福岡県のこんにゃくメーカー。外国人に、こんにゃくをおいしいと言ってもらいたいとの社長の強い思いのもと、徹底した店頭販売にこだわり、研究開発のため大学の門を叩き、課題解決のためにいろいろな支援機関の支援を仰いだ。利用できるものはなんでも利用するという姿勢が成功の秘訣（ひけつ）だとあらためて思い知らされた。

ほかにも、東南アジアの方の味覚に合ったからしめんたいこを作るんだという企業がある。また、らっきょうなどの漬物を海外に売り込もうと頑張っている企業や、イスラム圏に肉を販売しようと計画している企業もある。そういった多種多様な企業のさまざまな課題を解決するために、これからも中小機構がお手伝いしていきたい。

もはや海外進出はブームではない。成長のために合理的で戦略的な手段として海外進出を選択するのであれば、無駄なリスクを背負わないよう、自社に合った課題解決を提示するいいパートナーを見つけていただきたいと思っている。

パネル討論会

九州・山口モノづくり5年・10年先のビジョンを探して

九州はシリコンアイランド、カーアイランドなどと呼ばれ、半導体や自動車関連の集積度が高い地域である。特に裾野が広い自動車関連については日産自動車、トヨタ自動車、ダイハツ工業の3社で110万台強の生産規模を誇る。これに山口県防府市のマツダ防府工場を加えると、半径100キロ圏内の生産能力は年間200万台となり、その規模は世界でも屈指だ。

トヨタ自動車九州（福岡県宮若市）の宮田工場は、はない中堅、中小が企業生き残り戦略を模索している一つの表れではないか。

ダイハツは池田の本社工場で調達を全て行っていたが、権限の一部をダイハツ九州（大分県中津市）に移管する。中部圏のトヨタ系企業で九州に拠点を持っていない企業は対応を迫られている。ダイハツの調達方式の変更により、今後九州200万台のマーケットのみの取引で完結できるようになるかもしれない。下請け企業はダイハツだけでなく日産、トヨタからの仕事も請け負えるよう体制を整えているようだ。下請けの在り方も変化している。

一方、中小機構九州支部が現在もっとも力を入れているのが、食品に関連した企業の国際化や海外進出だ。事例を一つ紹介する。100年以上の歴史がある大分県のみそ、しょうゆの蔵元の話だ。その蔵元は日本の人口減少と食の欧米化によって、大手企業しか市場に残らないのではないかとの懸念から生き残りを模索していた。そこでアユの魚しょうを展開しようと思い立った。この伝統的な調味料を現代によみがえらせるにあたり、大分県の研究機関の助けを得たり、また販路開拓については社長自らが仏・パリの見本市や中国・上海見本市に売り込みに行った。今は中小機構が販路開拓のお手伝いをしている。

二つ目は福岡県のこんにゃくメーカー。外国人に、こんにゃくをおいしいと言ってもらいたいとの社長の強い思いのもと、徹底した店頭販売にこだわり、研究開発のため大学の門を叩き、課題解決のためにいろいろな支援機関の支援を仰いだ。利用できるものはなんでも利用するという姿勢が成功の秘訣（ひけつ）だとあらためて思い知らされた。

ほかにも、東南アジアの方の味覚に合ったからしめんたいこを作るんだという企業がある。また、らっきょうなどの漬物を海外に売り込もうと頑張っている企業や、イスラム圏に肉を販売しようと計画している企業もある。そういった多種多様な企業のさまざまな課題を解決するために、これからも中小機構がお手伝いしていきたい。

もはや海外進出はブームではない。成長のために合理的で戦略的な手段として海外進出を選択するのであれば、無駄なリスクを背負わないよう、自社に合った課題解決を提示するいいパートナーを見つけていただきたいと思っている。

―まず企業紹介を含め、九州・山口の経済状況をお聞きします。

山根　当社は素材メーカーで山口県周南市に工場を構えている。今年で創業75年となる。感じている経済状況は、リーマン・ショック前の状況に出荷量は近づいているが価格は戻っていないということ。素材産業がこれから国内で伸びるとは考えにくく、中国に支えられて回復していくのではないだろうか。

馬場　当社は今年の4月で創立80周年を迎える。タングステン合金や超硬合金、ファインセラミックスなどの材料を粉末冶金（やきん）技術を駆使して製造している。ニッチな分野だがトップシェアの商品をいくつか保有している。全国に販売しているが、九州の売り上げは全体の5％程度だ。

庄野　当社のコアの仕事はフッ素樹脂の加工。この樹脂は耐熱性や耐薬品性が高いが、逆に言えば加工はしにくくその技術がコア。半導体の装置などに多く使われる一方、目立つところでは東京ドームや北京のオリンピックスタジアムの屋根材を製造した。元来当社の位置する部材産業は受け身であり、マーケットを創造するというよりは、交通に例えるなら車列の後方にいるため前の車しか見えていない。そこを変革するために先頭車両の前にまわって顧客の課題を見いだすことを目指している。社員には「フッ素樹脂の加工は顧客の要望を解決する手段の一つにすぎない」ことを繰り返して認識させている。

日本タングステン社長　**馬場　信哉氏**

他にないモノで勝負

龍造寺　当社は福岡県嘉麻市で創業60年。産業用の特殊ポンプを製造している。現在はアジア、ドイツ、デンマーク、米国など海外24社と提携している。社内グローバル化にも取り組んでおり、中国人、チュニジア人、ドイツ人、スリランカ人などを採用している。九州・山口は厳しい状況が続いており、まだまだ本格的な景気回復には至っていない。それに比べてアジア、特に中国などは昨年の末から需要が増え始めた。

―現在抱えている課題とその解決方法についてお聞きします。

馬場　現状の売り上げはリーマン・ショック前の8割程度に落ちており、加えて利益が上がりにくい環境になっている。グローバル化による価格競争激化や、円高、原材料の高騰などが主な原因だ。グローバル展開による価格競争力の強化や、円高や原材料の安定調達対策としての、海外調達促進などが現在の大きなテーマと考えている。

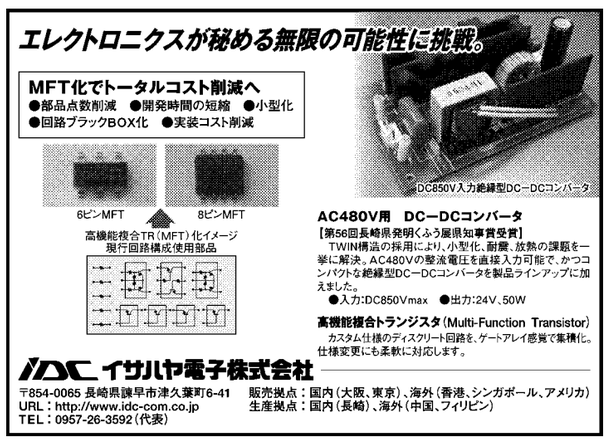
庄野　値段が下がるのは当たり前、いわばデフレが文化のようになっている。そこで事業を縦と横2軸で拡大していく必要が出てきた。横軸は海外マーケットであり、その拡大には為替バランスなどリスクをヘッジしながらやっている。縦軸は付加価値を高めることで、製品そのものに限らずソフトを組み込んだビジネスモデルを構築しようと思っている。例えばフッ素樹脂の屋根材を広告用のスペースとして利用するなどのアイデアがあり、要は作ったものから二度、三度ビジネスチャンスを見つけていく視点が重要だ。それらの発想に必要なのが社員の仮説構築能力であり、これをいかに醸成するかが課題と言える。

本多機工社長　**龍造寺　健介氏**

経験を出し合い力に

龍造寺　日本は全てのものが高いと感じる。海外には材料費や人件費が日本の半分以下の国もある。日本でモノづくりに取り組む我々は、この環境を把握して次の取り組みに反映することが必要となってくる。グローバル化が進む中で、生き残りを模索していかなければならない。社員にはもっとグローバル化に目覚めてもらいたい。

山根　モノづくりの現場で世代交代が進んでいる。3―4年前から60歳を迎える人が急速に増えており、数年後には従業員の約半分が入れ替わる。技術や技能、安全に関して大きな課題と思っている。一人ひとりが何ができて何をすべきなのかを考えなければいけない。もう一つはコミュニケーションの問題。若い人はいろんなことを吸収してほしい。日本のモノづくりの原点は「心」を受け継ぐことだと思っている。次に、素材産業で問題なのは環境税だ。製造する際に日本だけ税金がかかるとなると国内の素材産業は生き残れない。海外の競合会社に対して同じ土俵で勝負するなら勝てると思うし、差別化した商品を作って国内の雇用を守らなければならない。

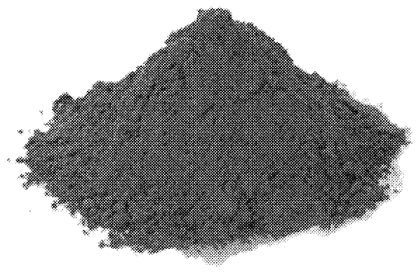


ANNIVERSARY 80TH Since 1931

おかげさまで創立80周年。

次世代マテリアルのパイオニア。未来への跳躍。

Pioneer of next generation material
Advance to the future



古代エジプトで鉄器の製造から始まった粉末冶金技術は人間社会の歴史とともに進化を続けてきました。
日本タングステンは、この技術をわが国でいち早く工業化。超硬合金から電気材料、セラミックスにいたるまでさまざまな高品質の製品を世に送り出してきました。
おかげさまで日本タングステンは4月1日で創立80周年を迎えます。これからも次世代マテリアルのパイオニアとして未来への夢をつないでまいります。

日本タングステン株式会社
〒812-8538　福岡市博多区美野島一丁目2番8号　TEL 092-415-5500　FAX 092-415-5511　http://www.nittan.co.jp/
支店／東京・名古屋・大阪・九州　ｻﾃﾗｲﾄ／東海・北陸・福山　工場／基山・飯塚・宇美

～本多機工株式会社は100年企業を目指します～
http://www.hondakiko.co.jp