中国全土へ拠点拡大

アマダ、統括会社を核に市場開拓加速

アマダは成長著しい中国市場の開拓を加速する。その中核として事業統括会社となる天田（中国）を設立した。リース販売やエンジニアリング提案などの取り組みを展開し、現地の顧客対応を強化。内陸部の拠点拡大も進める。12月16―19日には上海市でレーザー加工機など約50機種を出品したプライベート展を開催。「金属加工機械の総合メーカー」としての存在感を示した。13年1月に上海新工場も稼働予定で、競争の激しい中国市場で「アマダブランド」を確固たるものとする。

「天田（中国）」の設立

地域性反映し商品企画

統括会社の天田（中国）は上海市青浦区に本社を構える。資本金3000万米ドル（約23億円）でアマダが全額出資した。同社の下で中国の地域性を反映した商品企画や開発、製造などの機能を強化。「金属加工機械の総合メーカー」として、全工程にわたりエンジニアリング提案できる体制を整える。

同統括会社は「投資性公司」として設立された。投資性公司となるには「資本金3000万米ドル以上」などの要件を満たす必要があるが、そのメリットも多い。まず社名に「中国」という国名を入れることが認められる。中国全土で事業展開するメーカーであることを、現地の大手企業や国営企業などに広くアピールでき、ブランドイメージ向上につなげられる。

次にファイナンス（リース）販売が可能になる。中国では慢性的な資金繰り難に陥っている中小企業が多く、政策金利の上昇時に機械の受注が低迷する傾向にある。金利に左右されない販売ツールが必要となる中、ファイナンス販売は顧客開拓の大きな武器となる。

子会社や分公司（支店）の設立が容易になるのも大きなメリット。アマダは10年度末時点で中国国内に七つの現地法人と15の販売拠点を持つ。今後は製造業の進出が進む内陸部への拠点拡大を目指しており、13年度には8現地法人・22販売拠点体制に拡充する計画だ。

さらに統括会社には中国国内のサプライチェーン管理（SCM）機能を一元化する。これまで拠点ごとに行っていた生産計画や在庫管理、調達管理、物流管理などの機能を統括会社の下にまとめ、業務を効率化する。財務面や人事・労務面も統括会社が管理し、中国事業のヘッドクオーター（司令塔）としての位置付けを明確にする。

アマダは中期経営計画で、14年3月期の連結売上高を11年3月期比53%増の2500億円に引き上げる目標を掲げた。中国の売上高は同2・3倍の350億円へと増える見通しだ。この伸び率は日本、東南アジア諸国連合（ASEAN）、欧州、米国を含めた5極の中でも最大。中国戦略の成否が中計達成の鍵を握っており、統括会社にかかる期待は大きい。

アマダ中国ネットワーク

上海に新工場

現地生産比率6割に

統括会社の設置と並行し、アマダは上海市内で板金機械の新工場の建設を進めている。稼働は13年1月を予定する。これまで中国での生産品目はベンディングマシンが中心だったが、新工場ではエントリーモデルのレーザー加工機やパンチングマシンなど生産機種を順次増やしていく。これら板金機械の生産能力を現状から倍増の月120台に引き上げる。

新工場は統括会社と同じ上海市青浦区内に開設する。敷地面積は約4万3000平方㍍で現在の上海・南翔（ナンシャン）工場の2・3倍になる。このうち工場面積は約1万平方㍍を確保し、同じく南翔工場の1・7倍に広がる。

現状、中国向けの板金機械のうち現地生産比率は金額ベースで約20%で、残りの80%は日本から輸出している。上海新工場での生産が通期で寄与する13年度には現地生産比率を一気に60%まで引き上げたい考えだ。

新工場にはテクニカルセンターとパーツセンターを併設する。テクニカルセンターでは板金機械の実証加工を通じてマシンの機能・性能や操作性、作業性をユーザーが実際に確認できるようにする。またユーザーが日々抱える生産課題を解決するための加工技術の提案なども行う。

さらにパーツセンターの開設で確実なメンテナンスと迅速な部品供給を可能にする。機械を販売した後のサービス対応を充実・強化することで「アマダブランド」の信頼性をさらに高め、リピートオーダーにつなげる。

現在、アマダは日本、フランス、中国、米国の4地域で板金機械を生産している。生産量が最も多いのは日本で台数ベースで67%を占める。次いでフランスの18%、中国の14%、米国の1%と続く。

上海のほか米国でも12年10月の完成を目指して新工場の建設を進めており、レーザー加工機の生産を始める計画。フランスも生産機種の拡大を検討している。これらの取り組みにより、13年度の地域別生産比率はフランスと中国がそれぞれ20%、米国が5%に上昇する見通しだ。日本のウエートは相対的に55%まで下がると予想する。海外生産比率を高めることで短納期のニーズに対応するとともに、為替リスクの回避にもつなげる。

アマダ上海新工場のイメージ図

プライベート展開催

中国事業拡大に弾み

統括会社の開設を記念し、アマダは12月16―19日の4日間、上海市の上海世博展覧館でプライベート展「AMADA Innovation Fair2011 in China（AIFC2011）」を開催した。

レーザー加工機やレーザー・パンチ複合機、パンチプレス、ベンディング、工作機械など最先端の約50機種・システムを出展。ユーザー企業のほか工業団体、学会、政府関係者ら約5000人を招待した。会場は連日、商談でにぎわい、年明け以降の中国市場での事業拡大に弾みをつけた。

会場の世博展覧館は、10年の上海国際博覧会（上海万博）の会場として使われたことでも知られる。約1万平方㍍のスペースに「レーザー」「最先端自動化」「パンチング」「ベンディング」「切削・構機」「ラインナップ」の計6パビリオンを設け、最終製品化までのトータルソリューションを提案した。

中国では沿岸部を中心に人件費が高騰しており、「先進国と同じような自動化システムへのニーズが高まっている」（岡本満夫アマダ社長）。そうした状況に対応し、同展ではパンチ・レーザー複合機やベンディングロボットなど最先端の自動化システムの展示に注力した。会場を訪れた職業能力開発総合大学校の古川勇二校長も「中国でも、人手ではなく複合機でないと加工できない高精度部品の仕事がどんどん増えている」と指摘し、自動化システムの展示に関心を寄せていた。

同展は中国で急速に普及が進み、競争が激化しているレーザー加工機の展示にも力を入れた。自社開発の発振器を搭載したファイバーレーザー加工機「FOL―3015AJ」では高反射材や難削材に対応するなど加工性能の高さに加え、電気代の削減など環境面に配慮した点も訴求した。

バーチャル試作システム（VPSS）を活用した外段取り化で不良を撃退し、段取り削減による稼働率改善なども提案した。さらに実機の展示だけでなくセミナーも充実させ、日中両国のモノづくりの動向やレーザー加工技術などに関する講演を用意。各回とも参加者が熱心に耳を傾ける姿が見られた。

最新鋭のレーザー加工機に注目が集まった

内陸部で展開強化、機種も拡充

interview

株式会社アマダ
代表取締役社長
岡本　満夫氏

中国で「アマダブランド」浸透に挑む岡本満夫社長に、統括会社設立の背景や生産増強の取り組みについて聞いた。

―現状、中国でのアマダブランドの浸透状況をどう分析していますか。

「当社は82年に中国向けの1号機を納入し、93年には北京に現地法人を開設した。ただスタートが早かった割に、その後の中国の経済成長とアマダの中国事業の成長がリンクしていない。アマダを知らないお客さまも多い。内陸部にブランドを浸透させるためにも、このタイミングでアクセルを踏む必要があると考えた」

―そうした思いが統括会社の設立につながったわけですね。

「統括会社の設立で地方拠点を展開しやすくなる。特に内陸部は自動車系やパソコン系のメーカーの進出が増えている。市場ができれば金属加工のニーズも増える。現状、当社は重慶や武漢といった都市に拠点がなく、早急に強化したい」

―上海の新工場で生産機種をどのように拡充する計画ですか。

「まずベンディングマシンのシリーズを拡充する。次にエントリーモデルのレーザー加工機の生産に着手したい。中国でインフラ整備が進む中、薄板から中・厚板加工まで対応したレーザー加工機のニーズが強く、それに対応する。その後パンチングマシンの生産に取り組みたい」

―製品のコストダウンも課題となりそうです。

「付加価値の高い機械は部材の質を良くしなければならない。ただ、すべての部材を日本製でそろえると、中国の競合メーカーに価格で太刀打ちできない。我々は『メード・イン・チャイナ・バイ・ジャパニーズ・クオリティー』、つまり日本の品質の考え方で中国で部材を調達し、機械をつくっていきたい。限りなく現地調達を進め、コストを削減する」

―上海で一大イベントとなるプライベート展を開催しました。

「徹底して当社の商品を知ってもらいたかった。板金機械を中心に約50機種・システムを出展し、反響は上々だった。来年以降の事業展開に向けて良い弾みとなった」

中国からのコメント

先駆的な技術の共有を

中国機床工具工業協会
常務副理事長
呉　柏林氏

アマダはさまざまな業界の中でとても早い時期に中国に進出された。今や中国に4500社ものユーザーを持ち、1万6000台以上のマシンが稼働していると聞いた。中国の産業発展への貢献は多大なものがある。

今年12月に中国事業を統括する「天田（中国）」を上海に設立し、現地ユーザーの要望に対応した機器の開発、製造とともに、ユーザーが製品を購入しやすい販売施策の実施も検討されている。2013年には上海・青浦工業園区に新工場とテクニカルセンターを建設し、ユーザーが抱えるさまざまな生産課題を加工技術の視点で解決するソリューション提案を実施していくとのことで我々も期待している。

高度経済成長を遂げてきた中国経済も、世界経済の影響を受けて新たな転換が求められている。そのような時期に開かれたアマダのプライベート展は中国経済にとっても大変意義深いイベントだったと考えている。我々とアマダの友好関係はこれからも変わらない。ともに発展し合い、世界で先駆的な技術を共有していきたい。

高い専門技術に信頼感

杭州倍力機電設備製造
総経理
陳　興華氏

当社は2007年の設立で、現在アマダの機械はレーザー加工機「FO―MⅡ3015」1台をはじめタレットパンチプレス3台、ベンディングマシン5台の計9台を導入している。主力生産品目の通信用サーバラックは薄板加工が多く、アマダの機械は非常にマッチしている。

レーザー加工機は主に試作加工に用いている。高速で加工精度も高いレーザーでの試作加工が、量産品の受注獲得に貢献している。厚板加工に対応できるのもレーザーの強みで、電力機器や医療機器など向けの加工を手掛けている。

アマダには高い専門技術を持つサポート部隊が存在し、連絡をするとすぐに故障を直しに駆けつけてくれる。こうした信頼感もアマダを選んだ理由の一つだ。

プライベート展では自動化システムに興味を持った。中国の板金加工技術はどんどんレベルが上がっており、コストや精度に対する顧客の要求も高度化している。その対策として自動化の流れが加速するのは確実で、今後もアマダの技術に注目していきたい。