

公共建設や台湾企業の海外展開による商機を捉えて 事業拡大中の日立建機

掘る、砕く、すくう、つかむ、切る...アタッチメント交換により多機能を発揮し、建設・建築の現場で重宝される油圧ショベル。日立建機はそうした建機類を世界5カ国で生産し、グローバルに販売している。台湾では、1998年にエレベーターメーカーの永大機電と合弁会社「永日建設機械」を設立し、日本製建機の輸入販売を行なっている。今回は同社の遠周文哉総経理を訪ね、「愛台十二建設計画」の進展や台湾メーカーの海外施設建設の活性化など、台湾建機市場を取り巻く環境変化の同社事業への影響などについてお話を伺った。



永日建設機械(股)有限公司
総経理 遠周文哉氏

台湾事業の概況について

永日建設機械は、日立建機と日立住友重機械建機クレーン(日立建機子会社)の台湾総代理を務めており、両社の建機の販売とメンテナンスを行なっております。

台湾は日立建機にとって最初の海外進出地にあたり、1971年に現地代理店を通じて油圧ショベルの販売を始めました。合弁相手の永大機電は、元々は日立製作所のエレベーターOEM先として、日立グループと付き合いがありました。後に、同社内に建機事業部が設置され、1986年に台湾における日立建機製品の営業販売権を引き継ぐことになりました。その後の協力関係の成熟を背景に、台湾建機市場の発展を見据え、共同で市場開拓を進めるために合弁会社を設立しました。

当社の主力製品は油圧ショベル、ホイールローダ(以上、日立建機製)クローラクレーン(日立住友重機械建機クレーン製)で、この3機種が売上の約9割(新車販売+有償補修)を占めております。台湾で販売している建機は全て日本製です。背景としては、台湾のお客様が日本製建機への高い信頼をお持ちだということが一つ。また、日立建機グループは中国(安徽省合肥市)にも工場を持っているのですが、部材を日本から輸出している関係で、中国からよりも日本の工場から台湾に輸入の方がコストを抑えられるという事情もあります。

事業体制について

当社の顧客は、台湾の建設業者の内、元請のゼネコンではなく、実際の施工を担う下請けや孫請けの業者様が中心です。

販売・アフターサービスの拠点は、桃園県の本社のほか、顧客が集積する台中、高雄、花蓮に置いています。

花蓮に関しては、建設需要は大きくありませんが、他地域でインフラ整備や都市開発が始まると採石やセメントの需要が生まれ、採石地である花蓮に建機需要が発生するという関係になっており、営業重点地域として事業所を置いております。

製品別では、油圧ショベルとホイールローダは中～南部に集積する鉄鋼スクラップ事業者が主な顧客であり、ほとんどが国内で使用されます。一方、クレーンは土木工事から民間のビル建設まで幅広く用いられ、内需だけではなく、台湾のクレーン業者が海外の建設プロジェクトに参加する際に持ち出すケースも多く見られます。

以上のような状況を踏まえ、当社ではエリアごと、顧客ごとのニーズに基づいた事業体制を築いております。

台湾建機市場の特色について

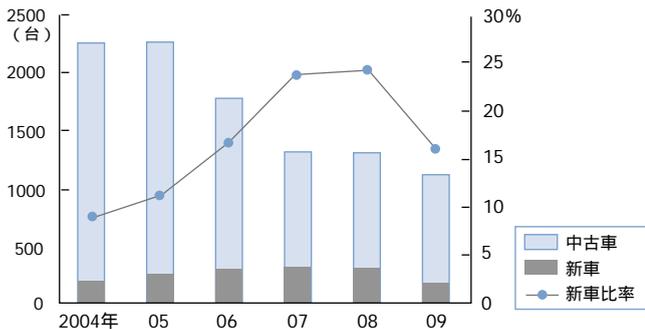
油圧ショベルを例に挙げますと、基本的には日本から輸入した中古車の市場となっており、ここ数年間は、新車と中古車の販売比率がほぼ2:8で推移しています(図1)。なお、中古車の仕入れ、販売については、メーカーは基本的にはタッチしておりませんので、現状では、当社が関わる市場は需要全体の約2割となっています。新車市場においては、日立建機のほか、コマツ、コベルコ建機、キャタピラージャパンといった日本に生産工場を持つ建機メーカーが競い合っています。つまり、台湾のショベル市場のプレーヤーは日本と全く同じという状況です。日系の数社が高いシェアを分け合う状況は、乗用車の市場と似ていると言えるでしょう。

今後台湾の建機市場全体が急激に拡大することはないと思いますが、過去に日本の建機市場が新車中心へと変化していった状況を見ますと、台湾の新車市場の

日本企業から見た台湾

潜在的な成長空間は大きく、まだまだ事業拡大のチャンスはあると考えております。

図1: 台湾市場の油圧ショベル(新車・中古車別)の需要推移



出所 永日建設機械提供資料

事業現況と展望、また、署名に向けた協議が続いているECFA(中台経済協力枠組協議)の影響について

2009年は経済全体が落ち込み、建機市場も大きくシュリンクしましたが、今年は各機種とも受注が好調でして、特にクローラクレーンの需要は過去10年間で最大となる可能性があります。

これには複合的な要因があります。一つは「愛台十二建設(* 現政権の国家建設計画。交通ネットワークの整備や桃園空港シティの建設などの12の建設計画に対し、2015年までに政府、民間合わせて3兆9,900億円の投資が見込まれている)の本格稼動により、建機需要が喚起されていることです。これまでに、楊明~五股間のバイパス建設や台北県市のMRT(新交通システム)延伸工事、また、八・八水害の復旧工事にも当社の建機が利用されています。

次に、台湾メーカーが海外、特に中国やアセアンにおいて施設展開を拡大させていることも、当社のビジネスにプラスの波及効果をもたらしています。例えば、台湾の化学メーカーがフィリピンでのプラント建設を台湾の建設会社に依頼するケースでは、下請けのクレーン会社が建機を台湾からフィリピンに持っていき、その結果、台湾において新規の需要が発生するという形です。建機市場の動向をグローバルに見ますと、新興国が圧倒的に伸びています。2004年の油圧ショベルの世界需要(133,420台)の内、新興国が占める比率は32%だったのが、09年(145,174台)には76%にまで拡大しています。今後台湾企業が新興国での投資を活性化させれば、当社の商機も拡大するものと期待しております。また、公共工事と外需の拡大に加え、最近都市部を中心に商業ビルやホテルなどの建築投資が活性化してい

ることも、建機市場の刺激材料となっております。

ECFAについては、中国で製造した一部部品を台湾に入れやすくなるという可能性が考えられます。また、中台間投資の自由化進展で投資が活性化すれば、建機需要も増大することでしょう。

貴社の強み、台湾での競争力保持のポイントについて

当社の強みとしては、性能の確かさはもちろん、営業やアフターサービスの充実ぶりも挙げられます。社員向けの技術教育に始まり、最新の顧客ニーズを把握するための計画的な訪問、専属の部品販売員の設置などの体制を整えることにより、高い顧客満足度を得ております。

また、環境規制や顧客ニーズの変化への対応も重要です。台湾は環境法制が整っており、排ガス規制が年々強まっておりますので、これにしっかり対応しなければなりません。また、顧客が建機に求める機能は多様化しており、特に、油圧ショベルのアタッチメントの重要性が増しております。土や廃材を掘り上げる「バケツ」の部分、他のアタッチメントに取り替えることで、対象物を手でつかむようにして持ち上げたり、カットしたりすることもできます。油圧ショベルは日本では「万能掘削機」、台湾では「怪手(器用な手)」と呼ばれ、様々な機能が期待されています。建機メーカーとしては、こうしたニーズに応じて、付属品も含めた製品全体の付加価値を高めていくことが、競争力を保つ条件となります。

また、日立建機グループは現在、ハードの製造販売だけでなく、物流やファイナンス、レンタル事業などのソフト事業の拡大を進めております。台湾でも、部品の販売や有償修理などのサービス事業を拡大させ、いっそうの体質強化を図っていきたいですね。

ありがとうございました

表1: 永日建設機械股份有限公司の基本データ

会社名	永日建設機械股份有限公司
設立	1998年
董事長	林進財
資本金	1.28億元
従業員数	38名(内日本人2名)
事業内容	油圧ショベルを中心とする建設機械の販売及びアフターサービス。

注) 2010年5月時点のデータによる。
出所) 公開資料及びヒアリングよりNRI整理