

## 産官学提携でグリーン工法の普及を目指す、 台湾最大地盤補強材メーカーの盟鑫工業

盟鑫工業（ゴールド・ジョイント・インダストリー）は台湾最大の地盤補強材メーカーである。販売実績は世界60カ国以上、リーズナブルな価格で製品を提供するだけでなく、土木工事設計など技術サービスと合わせ、カスタマイズされた総合サービスを提供する。また営利事業以外に産官学の提携を通じ、台湾におけるグリーン工法の普及に取り組む。今後、防災やグリーン関連産業を統合した台湾を代表する企業となることを目指す。今回は盟鑫工業の創業者、王錦峰董事長を訪ね、創業の背景とこれまでの歩み、事業理念、将来の展望についてお話を伺った。



盟鑫工業股份有限公司董事長 王錦峰氏

### 一創業の背景について

元々家業としては紡織業を営み、農業用ネットにおいて先端技術を有していました。しかし、台湾の農業市場の需要は限られており、事業転換のチャンスがうかがっていませんでした。ちょうどその頃、地盤補強材、ジオグリッド（土構造物の強化を目的として開発されたポリオレフィンを原料とする高強度プラスチック網）の代理販売事業者と知り合いました。その事業者は、台湾でジオグリッドのOEM（相手先ブランドによる生産）委託先を探しており、それをきっかけとして土木資材事業へと舵を切り、その後、1993年にジオグリッドを主力製品とした地盤補強材メーカーの盟鑫工業を創業しました。

### 一海外市場が最初の企業成長の舞台となった理由

創業当時、台湾における建設工事は鉄筋やコンクリートが大半を占めていました。地盤補強材は価格が高い上に、その資材を扱う事業者は補強材の販売のみの手離れの良い事業を行っており、設計・施工などは行いませんから、建設業者や政府機関もこの新しい資材を使うことに対して消極的な姿勢をとっていました。

そんな中、盟鑫工業は1996年、台湾初のジオグリッドの全自動生産ラインを作り上げ、それまで高価だった製品の価格を下げることに成功しました。ところが、当時は台湾の市場環境が成熟しておらず、まずは事業の軸足を米国や欧州、日本など、地盤補強材が比較的普及している市場へと移しました。

海外に進出を検討する中で、進出先の国々で建築材料には認証制度があり、認証がなければ市場には受け入れられな

いことが分かりました。国際認証の重要性を認識してからは、製品の質と製造能力の強化に努め、ISO9001や日本の資材認証、米連邦道路管理局の認証や、欧州のCEマークといった世界的な認証を相次いで取得しました。自社の品質向上に積極投資を始めてから約4年後に、初めて海外からの受注を獲得することが出来ました。

### 一海外市場の開拓モデルについて

海外市場開拓において、多くの場合は、現地の代理販売業者や建築分野の関連企業との連携を通じて展開します。特に公共事業では、政府関係者や建設業者が大きな影響力を持つケースが大半を占め、キーパーソンを探し当てることが現地市場参入の成功の鍵だと考えました。それ以外にも、自社製品に関して良い評判を積み重ねることも大事な要素でした。

最近では新興国市場の開拓にも力を入れ、東南アジア、中南米、ロシアなどに注目しています。ただ、新興国では土木資材の基準が明確でないため、事業展開の難しさを感じています。盟鑫工業は現地のパートナー企業と、自社の製品やサービスによって得た高い評価により市場開拓が進んでいきました。

一方、中国大陸では建築資材の基準が更に不明確な上、海外メーカーの参入が難しい文化的背景もあることから、当社にとって現時点では中国市場開拓の優先順位は比較的低くなっています。

## 台湾トップ企業

### 産官学と提携した台湾市場の開拓モデルとは

盟鑫工業は地盤補強材が市場に受け入れられるのをただ待つより、自ら呼び掛けて開拓しようという方針のもと、長期にわたってグリーン工法の普及に努めています。

土木分野の人材を大量に採用するだけでなく、社内で育成し、グリーン工法についての説明会の開催や企業視察団の受け入れを行っています。台湾の政府機関や建築、土木設計事業者と交流すると同時に、この分野の研究者と連携し、社員が大学で講座を受け持つなどして人材を育成しています。来年からは、台湾中部の大学で関連コースを新たに開設する予定です。

地盤補強材の普及の過程では、最初の3年間、「荒涼期」と呼ぶ時期がありました。これを抜け出してようやく、企業や政府が地盤補強材の導入に前向きになってきました。現在当社が抱える顧客とは、主導的な普及活動を通してビジネスに繋がっていききました。

### 将来への投資を惜しまない理由は

公共事業分野では、新しい資材の普及には時間がかかります。当社は、免許・認証の取得や、製造能力の向上、グリーン工法の普及などへの投資を惜しみなく行っています。投資は種まきであり、芽が出るまで待たねばなりません。

台湾における地盤補強材の市場は、依然として発展途上の段階にあります。現在の工事計画では、地盤補強材が使えるケースでも使われておらず、使用率は全体の5%程であると見ており、今後の市場成長が十分に期待できると考えています。

### グリーン工法のパッケージサービスについて

公共事業では安定性と防災性が最も重要です。顧客に対して資材販売のみ行い、設計・施工サービスを提供しなければ、顧客が採用に積極的になることはありません。そこで、盟鑫工業は単純な資材の販売だけでなく、土木工事分野を専門とする技術者による顧客のための技術コンサルティングサービスや施工設計を同時に提供しています。

サプライチェーンの川上にあたる資材製造から、川下の設計施工までを手掛ける垂直統合型の事業を行うことで、顧

客ニーズに寄り添ったカスタマイズ型のサービスが提供出来ます。また、すべてのプロセスにおける留意点を把握し、材料も提供出来ますから、顧客は予算内でサービスを受けることも出来ます。

台湾は斜面が多数ある特徴的な地形をしています。当社は設計施工を手掛ける際に、立地条件を考慮し、鉄筋コンクリートに地盤補強材を合わせた設計をすることで、安全基準を満たしながらも、全体的な美観や緑化を犠牲にすることなく、必要な機能を兼ね備えることが可能です。

### 今後の事業展望について

今後も国内外の市場開拓に努めていきますが、次に取り組むのはグリーン工法推進のプラットフォーム作りです。今年末までに計画がスタートします。

昨年からは「エコ・エンジニアリング・デモンストレーション・パーク(永続緑色工程教育園区)」を開設し、26種のグリーン工法を紹介しています。アジアで初めての実物大の関連展示施設で、世界で初めてカーボンフットプリント規格「PAS 2050」の認証を受けたプロジェクトでもあります。将来的には、地盤補強材のPRだけでなく、グリーン工法を含めた顧客に向き合った総合的なサービスを提供していきたいと思えます。

ありがとうございました。

### 盟鑫工業の基本データ

会社名	盟鑫工業股份有限公司
設立	1996年
代表者	王錦峰董事長
資本金	5億3,900万元
社員数	約260名(台湾)
事業内容	ジオグリッドなど地盤補強材の製造・販売

注)2013年7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