

2面

南武の中国工場が稼働 タイも新工場建設へ



特殊油圧シリンダーの設
計・製造販売を行なう南武
（東京都大田区、野村和史
社長、TEL03・374
2・7377）は中国・江蘇
省常州市武進区に置いた生
産拠点「南武油圧」の稼働
を始めた。同社の海外生
産拠点はタイに続いて3カ
所目となる。初年度売上高
は月間2千万円を見込む。
また09年に設立したタイ
生産拠点はフル生産のた
め、新工場を近隣「アマタ
ナコン」につ
くる。9月に
着工、12年6
月操業を目指
す。新工場に
よりタイでの
生産能力は現
在の1・5倍
になる見込
み。

タイ、中国
と海外拠点が
充実化してき
た同社だが、
次はインドでの販売強化、
さらに将来的にはメキシ
コ、ブラジル辺りでの現地
生産も見据えており、クロ
ーバル生産のアクセラレー
ションを進める。
一方国内本社の今期（1
年9月期）売上高は前期比
3割増の17億円で達する見
込み。輸出が好調で初めて
5割を超す予定だ。

中国拠点の工場は床面積
2500平方メートル、現在の
ところ半分の面積に設備の
設置が終わった。借工場で
スタートしたが、近隣に土
地も確保しており、新工場
建設も視野に入れる。基幹
部品は日本からの輸出で賄
う。部品の現地調達率は現
行半分程度だが2012年
をめざし9割引き上げる
予定。

日本のサービス で虜にする

納入先は金型メーカーを
主（日系6）に対し、ローカ
ル4の割合。標準タイプの
製品は現地生産化してお
り、現地製の6割はローカ
ルに納入している。中国進
出前は日本から中国への輸
出ではコスト面で現地の競
合と1・6〜2倍ほどの差
があったという。中国生産
でこの差を埋めている最中
で、部品の現調率引き上げ
がキーとなる。ただ価格勝
利に持ち込む戦略はとら
ず、「高付加価値製品を第
一とする（野村社長）姿勢
は崩さない。ローカルメー
カーのシリンダーは油もれ
等のトラブルもあり、日系
ユーザーが「南武指定」し
てくれることがこれを後押し
する。さらに「ローカルユ
ーザーでも日本のサビレス
の価値に気付いてきてい
る（野村伯英副社長）」と
し、「日本的な対応サー
ビスで虜にする」と自信を
みせる。（5面に関連記事）

5面

南武進出を成功モデルに!! 大田区がパーク構想（武進区）

（2面から続く）南武の
中国進出では現地側の歓迎
色も非常に強い。現地企業
のレベルではない同社

のもつ特殊技術が狙いだ。
開所式には常州市武進区
トップ級幹部が顔を揃え出
席者は150名に上り、同
区で日系初となる盛大なゼ
レモニーとなった。さらに
東京・大田区の中小企業を
代表する同社の進出を機に
常州市武進区と大田区との
姉妹都市契約も水面下で進
行中。大田区振興協会の幹
部4名も出席した。

大田区では同地テクノ
パーク構想も浮上してい
る。タイで「オオタ・テク
ノロジー」が、

「パーク（工業団地）」が成
功したことで第2弾として
中国でも造成を検討。その
有力候補として武進区が挙
がっている。このため南武
を成功モデルに構想が練ら
れており、同社の展開は日
本を代表する中小企業集積
地の自治体、大田区の中
オブレションをも左右す
る格好だ。

技術留用と知的財産に
対する法整備が緩い中国で
は日系大手企業といえども
標的となる。日本が官民挙
げて技術指導した中国新幹
線も、中国は独自技術と
して大々的に特許申請する
姿勢を示した。オシリ技
術を持つ中小企業ならば、
なおさら中国進出において
リスクが数段高く、撤退例
も依然多い。

このリスクを踏まえ同社
は人材面をはじめ綿密な準
備を行なった。大田区も同
社と同調し動向が、これも
同社の中国展開において風
通しをよくなる格好となっ
た。野村副社長は「中小企
業は海外進出において人
材、体力など様々な面で大
手のハンディがある。一
筋縄ではいかない海外だから
そのうち大半は10名。

中国法人の責任者には中
国から日本に帰化した松本
和樹氏が就任。さらに中国
の大学に留学経験がある野
村社長3男、正樹氏も幹
部として常駐する。中国工
場の現地従業員は24名。

