

現地進出なしに多種微量製品を中国で在庫販売

鍋屋バイテック会社

モノづくりに朗報。リスクのある現地進出なしに、多種微量製品をコンテナ単位でまとめて中国に出荷し、自社名義で現地保税倉庫に在庫。売れたら現地保税倉庫より顧客に小口分割納入し、輸入通関は後日まとめて集中通関。多種少量商品向きで、低コスト運営の新規ビジネスモデルの開発を実現した。



ガーデンファクトリー=工場公園

「老舗企業」、モノづくり450年のこだわり

岐阜県関市、700有余年の伝統を持つ刃物のまちとして、全国的に有名である。その関市に、周囲の緑豊かな自然環境に溶け込んだ「ガーデンファクトリー=工場公園」と、「日経ニューオフィス推進賞<通商産業大臣賞>」を受賞した快適で機能的なオフィス空間を持つ、鍋屋バイテック会社（NBK）がある。

「鍋屋」のモノづくりは、1560年、織田信長が桶狭間の戦いに勝利したその日まで遡る。「鍋屋」の屋号には、当時の高度な知識と技術の塊である鍋、釜、燈籠、鐘などの鋳物を製造し、朝廷から「御鋳物師」の免状を授かった、半端ではない、いわば公認の匠のDNAが流れている。

変化に応じ、製品を変え、「鍋屋」を残す

時代は移り、IT時代。産業の寵児、半導体や液晶・プラズマパネルを製造する装置の要は、精密位置決め装置。その伝動・制御部分を担うのがNBK精密位置決め用軸継手（ミニチュアシャフトカップリング）で、シェアは50%の国内トップ。自社ブランド志向による新製品開発へのこだわりが、製品を変え、時代を超える「鍋屋」生き残りの核心部分である。

競争力の原点は、多種微量のモノづくり

NBKの製品は、多種微量の標準機械部品。点数はおおよそ3万点にも上る。顧客に幅広い選択ができる利便性を提供するとともに、全製品の即納体制を採ることにより、顧客の設計、部品調達および製造納期短縮に貢献している。

発展する中国国内市場を狙う

NBKの海外との業務・技術提携の歴史は既に30年以上になる。1996年には、中小企業事業団（当時）の海外投資アドバイスを受け、インドネシアに伝動機器製造販売の合弁会社設立という、海外直接投資の経験も持つ。

中国も、25年以上前から業務提携、委託生産の関係が出来ているが、今回は、発展する中国国内市場を狙い、中国市場攻略の為に、NBKが模索したことは：

- ①現地に最初から独立法人設立という、投資リスクを避けたいと考え、
- ②製品の種類、サイズが多いので（当面の品揃えのみでも2,000点）、小口の輸出入・通関などによるコストアップを避ける為、現地に在庫を置き、
- ③他社に頼らず、自社のコントロールの下で、中国の業務代行会社を起用して、
- ④現地の販売代理店網を通じて、中国市場に、短納期、低コストで販売できる方法はないであろうか、ということであった。

上海外高橋保税展示場の活用

NBKは、(財)岐阜県産業経済振興センターから上海外高橋保税展示場に関する情報を入手すると直ちに現地調査を開始し、集めた個別情報、相手から提示された契



カップリング

プーリー

約書案をもって、早速中小機構のアドバイスを受けることとした。アドバイスは、国内及び現地の専門家を活用し、スキーム運営上の要となる相手企業の見極め、多岐にわたる企業間の境界線の確認と契約書への落とし込み、特に注意を払った。

現地での専門家によるアドバイスが特に有益

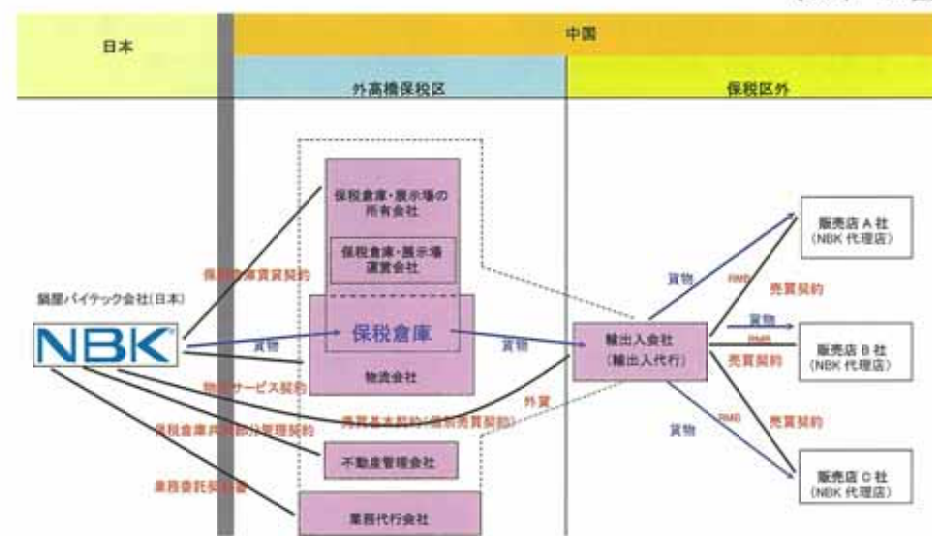
「中小企業が、限られた自分の知識や経験だけを頼りに海外進出をするのは大変なリスクを伴います。法律・制度・商習慣・言語などが異なり、思わぬ落とし穴が待ち受けています。社内に各方面の専門スタッフがいるわけではないので、日本から同行してもらって受けた現地アドバイスのみならず、契約書のチェックに際しては国際弁護士を指導を、また、当社が考えるビジネススキームについては、中国現地のビジネスコンサルタント、弁護士の指導も平行して受けることができたことは大変有益でした。現地事情の調査から契約交渉にいたるまで、何を確認し、どのように交渉を進めるべきか、多くを学ぶことができました。」(同社 鷲見氏)

鍋屋バイテック会社	
(日本本社)	
所在地	: 岐阜県関市
代表者名	: 岡本太一
業種	: 製造業
事業内容	: 鋳造品、精密機械部品の製造・販売
商品内容	: 精密位置決め用軸継手、プーリー等
創業年	: 永禄3年 (1560年)
従業員数	: 270名
資本金	: 96百万円
年間売上高	: 61億円
(海外事業)	
企業名	: (非居住者)
所在国	: 中国
地域	: 上海
事業内容	: 新ビジネスモデルによる、本社製品の中国在庫販売

2006年半ばには、いよいよ新ビジネスモデルが稼働するが、さらに目下中国で進行中の外資に対する商業分野への開放も視野に入れて、NBKが将来、現地法人を設立するためのロードマップ作りも進めている。

(経営支援専門員 大泉 正城)

(スキーム図)



専門員の視点

本件は、中小企業によくある多品種少量製品の海外における販売を、現地進出というリスクを避けながら、自社のコントロール下で、かつ低コスト運営により、いかに実現するのかという、新しいビジネスモデルの構築に挑んだケースである。このモデルは、他の多くの中小企業にも利用可能なものとする。