企業戦略 次の一手

中国

# 小松電機産業（松江市）

## クリーンルーム向け拡大

## 韓国新工場でアジア開拓

シートシャッター製造などを手掛ける小松電機産業（松江市、小松昭夫社長）は、企業の設備投資抑制で需要が伸び悩むなか、「高付加価値化」「新分野開拓」「海外展開」をキーワードに新たな成長戦略に乗り出している。

現在、力を入れているのがクリーンルームなどを生産する日本エアーテックとの連携製品だ。2年前から小松電機がシートシャッターを供給し、エアーテックのエアーシャワーと組み合わせて、電子部品や精密機器の工場向けに販売している。

エアーシャワーは、作業員の衣服に付いたホコリなどをジェットエアーで除去する装置。工場の出入り口に設置するシートシャッターとの一体化による付加価値をアピールする。

現在、小松電機のシートシャッターの売上高のうち約5％がエアーテック向け。韓国のエアーシャワーメーカーでも採用が決まるなど、アジアのメーカーとの取引拡大も狙う。

小松電機の2010年度の売上高は32億円で、6割強をシートシャッター部門が占める。シャッターが高速で下降・上昇し、迅速に出入りできる「門番」を1985年に発売して以降、工場の出入り口用を中心に需要が拡大。96年度に販売数量が8092台、同社全体の売上高は42億円に達した。

しかしその後、三和シャッター工業（東京・板橋）、文化シャッターといった大手との競争が激化。シートシャッター市場でのシェアは、かつての7割から現在は3割程度に下がっている。

ただ、小松社長は「各種シャッター製品を総合的に扱う大手は現在、国内市場縮小で事業の再構築が迫られている。一方、小回りのきくシートシャッター専業の当社にとっては逆に商機」（小松社長）とみる。販売先ニーズに合わせたきめ細かな仕様変更・高付加価値化に対応しながら新たな販路開拓を進める。

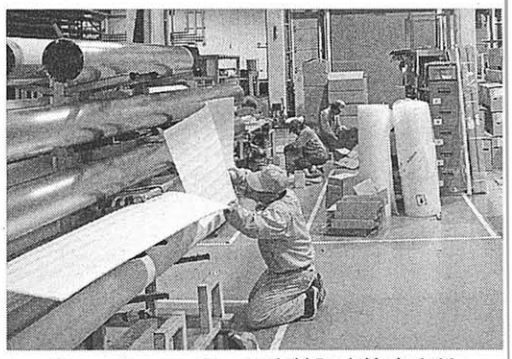
今年6月には韓国に完成した新工場で、高性能のシートシャッター製品の生産を開始。中国向け出荷なども視野に、アジア市場への展開を目指す。現在5％程度のシートシャッターの海外販売比率を20％まで高める方針。

国内では、製造業向け以外の需要開拓が課題。その一つがショッピングセンター向け。売り場とバックヤードの間には通常、スイングドアと呼ばれる手や台車で押して開ける扉がある。扉を開く際、子どもなどにぶつかると危険なだけに、シートシャッターの需要拡大余地があるとみる。

結婚式場でも、素早く料理を運び込んだり、厨房のにおいが漏れないようにする必要から、厨房（ちゅうぼう）と宴会場との間はシートシャッターの設置が有効とみており、営業を強化。既に大阪の結婚式場への納入実績もある。

「今年度は準備期間」とする小松社長は、シートシャッター部門と、もう一つの主力事業である自治体向け水道管理ネットワーク部門の成長を合わせて、「14年度までの3年間で、売上高を3倍増の100億円に拡大させる」と、意気込む。

小松電機産業の概要
▽本　社　松江市乃木福富町735－188
▽社　長　小松昭夫氏
▽事業内容　シートシャッター製造や水道管理ネットワークの提供
▽売上高　32億円（2011年3月期）
▽従業員　97人



シートシャッターの海外販売比率を20％まで高める（松江市の本社工場）

### 海外で勝つコスト競争力を

〈記者の目〉小松電機産業が新しい成長戦略を打ち出したのは、国内市場の地盤沈下が著しいことへの危機感の裏返しでもある。主力のシートシャッターの国内市場は10年前の250億円程度から現在は150億円程度に縮小。円高で生産の海外移転はさらに加速しそうだ。

新分野開拓は市場縮小の逆風に立ち向かって突き進む強行策でもある。海外展開でも厳しい価格競争が予想され、コスト競争力の強化も課題となる。（松江支局長　毛塚正夫）

支局☎
岡山 086-225-2071
福山 084-932-3345
広島 082-244-1155
山口 083-922-1167
松江 0852-21-2198
鳥取 0857-22-2465