

Interview

ロシアのものづくりと 日本製工作機械

Business Front Line

はじめに

JAPAN TOOL SERVICEのロシア現地法人は、工作機械および同周辺装置、食品加工製造ライン、厨房設備などの納入、据え付け、サービスの業務などを行っています。ソ連解体後のロシアの機械産業の歴史を振り返ると、技術者の国外流出、マネジメントや市場調査部門の人材の不足、製造業を支える輸送や物流管理のノウハウの欠如が問題となっていました。プーチン大統領はエネルギー資源輸出に依存する国内の産業構造を転換すべく、とくに民間分野の製造業の育成を強調しており、日本の得意分野である「ものづくり」、日本製工作機械のプレゼンスを強化するチャンスが生まれつつあるといえます。そこで今号ではソ連時代から機械の輸出入に携わってこられた岩本さんに、ロシアの機械・部品ビジネスの現状と今後の可能性について話していただきました。



JAPAN TOOL SERVICE Ltd.
取締役社長 岩本 茂さん

■最初にJAPAN TOOL SERVICEのご紹介をお願いします。岩本さんは御社を立ち上げられる前は、三井物産で長く旧ソ連・東欧ビジネスに携わってこられたと聞いております。

私は大阪外国語大学でロシア語を専攻したのですが、もともと理科系の大学を目指していたこともあり、三井物産に入社後は機械分野一筋で、長くソ連・東欧を担当してきました。機

械に関するこれら諸国との関係は、現在はおもっぱら日本からの輸出ですが、当時は輸入もありました。というのも、大型工作機械を日本で製造するには大量の鋳物材料が必要であり、手間ひまとコストがかかる。しかも、ソ連や東ドイツ、チェコスロバキアには「日本に機械を売りたい」という国営企業があったので、日本のユーザーの潜在需要も多く、三井物産がそれを輸入していたのです。

これらの機械の貧弱な電気系統は日本で取り換える。それでも日本で製造するより——当時は現在よりもずっと円安だったにもかかわらず——、はるかに安い価格で国内で販売できました。その後、私は3年ほど旧チェコスロバキアの首都プラハに駐在し、現地メーカーとのコミュニケーションに努めました。

本社に戻ってからは、ロシアの工作機械メーカーに対し、数値制御システム等の販売、納入、サービスを行うというスタイルのビジネスを担当しました。工作機械も数多く納入しましたが、結果として日本のシステム、機械設備の耐久性や信頼性の高さを広く認識してもらったと思っています。

三井物産勤務時代の後半では産業機械部長、モスクワ事務所長を務めました。その間、三井造船に出向して営業をサポートする機会もあり、メーカーが自社製品を作ること、それを売るためには工夫が必要であること等、多くのことを勉強させていただきました。

■三井物産のモスクワ事務所長を最後に、三井物産を退職されたのですか。

2004年に旧定年を機に退社し、半年後に日本で「JAPAN TOOL SERVICE」という会社を登記して、モスクワに駐在員事務所を立ち上げました。その2年後には機械や工具、付属品をロシアで直接販売するため現地法人を設立し、現在は工作機械関連だけではなく、かつて手がけた食品関連設備である、カニカマ製造ラインの販売や厨房設備等の納入・サービスなど朝から晩まで当地でロシア語の世界にどっぷりつきりながら、やらせていただいております。

■岩本さんは3年前(2010年)、新潟県長岡市で開かれたJETRO中小企業セミナーにおいて、「今後の日本製機械、部品の市場参入の可能性、見

通し」というテーマで講演されています。その際の資料に、「金融危機を経験したロシアで、ようやく自国でのモノづくりに取り組もうという風潮が芽生え始めており、プラントや設備のリハビリも始まっている」という趣旨のことを記しています。現在もその傾向は続いているのですか。

そういう企業は確かに増えています。ただし、モスクワ市や同市近郊にある製造業の工場の8割以上は休止あるいは閉鎖状態で、工作機械がさび付いたまま放置されているのが現状です。

本来、ロシアは自国で何でもつくっていたのですが、「自分たちでつくるよりも、欧州などから商品を輸入した方が手っ取り早い」という発想が強くなり、製造の現場が先細りになってしまいました。

モノづくりの大変さから遠ざかっていた一定期間を埋めることは容易ではありません。ベテランが若手に自らの技術を教えるという期間が欠落しており、そうした空白があると、再興は難しい。モノをつくりたいという意欲はあっても、実際に金型をつくるには、機械の操作プログラムや図面からCAD（コンピュータによる設計支援ツール）を起さなければなりません。しかし、それらの経験のある人がいなくなったため、技術の継承が進まず、若い世代が育っていないのです。

■ということは、高機能の日本製工作機械を導入しても、使いこなせないということですか。

「高機能な」日本製機械といっても、その操作が難しいということとは違います。むかしの機械は、人間がいろいろ計算をしてプログラムをつくるのが普通でしたが、いまは機械が自動的にプログラミングしてくれる。だから機械に見合った特別な人材が必ずしも必要というこ



金属加工展における
日本製工作機械の展示場

とではないのです。ただし、これまでいじったことのない人に「この機械の操作は簡単だから」と委ねてしまうと、入力ミスが生じた際に機械が発する警告の意味がわからないまま、主軸スピンドルを機械にぶつけてしまい、その瞬間、数千万円する機械がパーになるということも起こりえます。

■JETRO中小企業セミナーの資料では、「これまで日本製機械はロシア側にとって割高感があったが、いまは品質のわりにリーズナブルとの印象に変わりつつある」とも書かれていました。

モスクワに事務所を立ち上げた2004年ごろも、お客さんはそのことをある程度わかっていました。価格の安い韓国製や台湾製の機械を買ったものの、角ばった単純な形状のものしか削れない。滑らかな曲線を含む表面を加工するため、追加でNCテーブル等を装備する必要がありますが、ついつい安い台湾製等を買ってしまう。ところが耐久性の問題で3年も経つと精度が出なくなってしまい、結局日本製に頼らざるをえない。長年使用することを考えると、結局最初から日本製を採用する方がコストパフォ

ーマンスがいいということが理解されつつあるのではないのでしょうか。工作機械の本体だけが一見いいように見えても、金属を切削する先端部分を支えるツールホルダー等に耐久性のある精度がないと、安定して精度の高い加工をすることはできません。

■日本製工作機械の場合、価格面だけでなく、ロシアの軍事部門で使用されることに対する警戒心が日本側にあります。日本の業界ではいまだに1980年の東芝機械ココム違反事件がトラウマになっていると聞のですが。

ロシアでは軍民双方を製造しているところは少なくありませんが、客先の加工対象の図面を見せてもらうとか、先方に仕事の内容をヒアリングすれば、それが民用か軍用かは自ずとわかります。

軍需産業向けの仕事を全くやっていないという企業は少ないようですが、“大量破壊兵器製造”に関係していないということが重要です。

■代理店（ディーラー）の選び方はとても重要になりますね。

ディーラーのなかには「私たちの会社はどこそこどのような用途の機械を売りたい」と経営姿勢がはっきりしているところもあれば、ユーザーとどのような商談をしているのかをメーカーにきちんと報告せず進めてしまうようなところもある。また、商談がすぐ決まるようなことを言って日本側に見積もりを出させたものの、その後まったく音沙汰なしといったディーラーも珍しくありません。

ですから自社製品に適したよいディーラーを確保するのが大切です。基本的にはメーカーが可能な限り、ディーラーへのきめ細かいサービス、メンテナンス指導を行う必要もあります。

■ロシア進出を考えている日本メーカーに対して、同国市場に参入するための要諦のようなものがあったら教えてください。

これまで日本企業は中国や韓国、東南アジアで商売があったので、ロシアには注目していなかったんだと思います。ですから「今度はロシア」と急に方向を変えても、商売はうまくいきません。いろいろと勉強をして、どういう分野

が伸びるのかを調査し、そこに自社の機械が向いているかどうかを見極める。その上でパートナーや売れ筋分野を絞っていく。

その際に大企業ばかりを見ていてもだめです。就活で大手ばかり目指してもうまくいかないのと同じ。中小企業にだって素晴らしい就職先がたくさんあるじゃないですか。いかに中小レベルのロシア企業の需要を掘り起こすかが肝要です。

ただし、いきなり工作機械を買ってくれといっても、それを必要としない会社でセールスしても始まりません。けれども機械の付属品、パーツ、工具となれば、「必要としない」の確率が低くなります。先ほど申し上げたとおり、たとえば韓国製機械を買ったが、「どこそこの部品は日本製がほしい」ということもあるわけで、むしろ機械の本体よりも周辺機器の方が大事というケースは多い。

たとえば、自動車のエンジンを加工する際、開ける穴の精度等は、日本製工作機械、および工具等を適正に組み合わせて加工した場合、他国製に較べて郡を抜いています。その作業で穴の加工精度が劣っていれば、長年の走行でガタ



JAPAN TOOL SERVICEが
取り扱った日新工機の立
形5軸マシニングセンタ
N-MAX

ガタとなり耐用年数も短くなります。日本の中古車のエンジンは100万kmまで大丈夫との評価がある所以です。

■ロシア市場への進出のために、工作機械展に出展するという方法について、その有効性についてはどうお考えですか。

工作機械関係では、毎年5月末（2014年は6月を予定）にモスクワのエキスポセンターにおいて、最大の見本市「Metalobrabotka」が開催されています。工具関係では毎年末開催のIntertoolが挙げられます。

ソ連の時代は見本市会場で商談がよくまりました。いまはインターネット等で製品情報を検証できるので、見本市だけがきっかけで商談成立というケースは少なくなりました。

出展するメーカーはすでにロシアのディー

ラーとも提携しているところも多いのですが、出展参加するのであれば、既存のディーラーにとらわれず、買い手が現れたとき、ユーザーの詳細を把握することや、その後のフォローを誰が、どのようにやるのかということも独自に考える必要があります。

JAPAN TOOL SERVICE

モスクワ事務所

Address: UL.Korovij Val Dom 7, Office168,

119040, Moscow

Tel & Fax: +7-495-970-1573

Email: iwamoto@jtools.biz

HP: www.japantool.ru

（2013年10月14日、

聞き手：ロシアNIS経済研究所 芳地 隆之）

ロシア語圏のビジネスパートナーへの贈り物に！

ロシア語で日本事情や文化を説明する際の参考書に！

東京人が見た東京に因んだ物語をロシア語通訳者が新しい切り口で描く

『東京物語』

ロシア語版 4,800 円 A5 版 392 頁

日本語版 2,800 円 A4 版 128 頁



☆日本人通訳とロシア人通訳が協力して作成。美しいロシア語が自慢です。

☆モスクワ大学では4年生の授業で日本文化の知識を深める教材として利用されています。

本書は(株)ブロムテックでも購入できます。

ロシア語通訳協会

АССОЦИАЦИЯ ПЕРЕВОДЧИКОВ-РУСИСТОВ

<http://www.h6.dion.ne.jp/~apr/>

〒104-0033 東京都中央区新川 1 丁目 11-8 小高ビル 2 階

TEL/FAX: 03-3551-4190

E-mail: apr@m3.dion.ne.jp