

アジア 進出インタビュー

〔アジア全般〕

「他にはない独自技術で」

サンロード・高見敏明代表取締役

「クリーンを科学する」を合言葉に毛髪落下防止キャップなどの衛生用品を扱うサンロード（奈良県橿原市）は今年で創業46年を迎え、山崎製パンなど国内約2万以上の事業所に納品している。昨年12月には、海外との取引で成果を上げている県内企業を県が表彰する「奈良県海外展開リーディングカンパニー」にも選ばれた。創業者で86歳の高見敏明（たかみ・としあき）代表取締役＝写真＝に海外進出で苦労した点や今後の展望について聞いた。



―取扱商品について。

主力は当社が商標を持つ「電石帽」。東レが開発した電石不織布を使用した衛生帽子で、電石の持つ高い帯電効果によって毛髪やふけ、ほこりを確実に吸着する。1989年に発売を開始して以降、30年以上にわたり現場に愛され続けている。このほか、工場内空調システムの吹き出し口から虫や粉じんを遮断する異物混入対策用「とおさないフィルター」や、空気の清潔度を高め風の流れを均一化する「電石サニフィルター」などを手掛ける。

―海外進出のきっかけは。

故鄧小平氏が進めた中国の改革開放政策が転機となった。同業他社が類似商品を出す中でコスト削減が課題となり、当時人件費の安かった中国に進出する可能性を探った。「これからは国内よりも海外だ」という社会全体の雰囲気も後押しした。南都銀行が地元企業に声をかけて組んだ現地視察団に参加し、1992年に中国の上海に初めての海外拠点となる工場を建てたが、ここはうまく行かなかった。

―どのような失敗。

当時の中国はまだ法律的に合弁会社しかつくれなかった。中国資本を半分入れたことで柔軟な経営が難しくなり、日本レベルの品質をつくるために改革を行おうにも役員会で反対され行き詰まってしまった。ただ、上海で実際に工場を稼働させたことでジェットロなど海外進出を支援する団体との結びつきができ、事業のノウハウを蓄積することができた。法改正もあり、2002年から青島に独资での工場を建設して以降は、現地で独自技術を生かした高付加価値の製品作りを継続している。

―新拠点として青島を選んだ決め手は。

一番の理由は日本から船での直行便があったこと。せっかく海外で人件費を抑えられたとしても、輸送コストがかかってしまえば元も子もない。空路よりも経済的な海路にはこだわりがあった。

もう一つの理由は町の雰囲気は日本に似ていたこと。中国全土10カ所くらいを回ったが、青島は白い砂浜と青々とした松林が印象的だった。独資で会社をつくるのであれば現地に駐在員を何人か派遣する必要があり、日本と変わらず落ち着いた環境で仕事に取り組めるようにしなければならないという考えがあった。

―他社との差別化はどのように。

大量生産にはできないオーダーメイドでのきめ細やかな対応を心がけている。単純な価格競争では安価な量産型の製品には太刀打ちできないため、顧客に信頼される高品質な製品づくりに特化している。保有する特許の数は35件以上で、他にはない独自技術にこだわることで価格競争に巻き込まれることを避けている。自社製品は全て特許を取るという意気込みで商品開発に当たっている。

―今後の展望は。

欧州や北米での展開を模索した時期もあったが、日本とは違う独自の衛生基準が採用されている国も多いため、現在は東南アジア方面に絞って営業を進めている。東南アジア諸国には日系企業が多く進出しており、日本の高い衛生基準を求める場合が多い。コロナが落ち着いて食品産業の需要も戻りつつあるので、展示会などで自社の強みをアピールしていきたい。(聞き手=奈良支局・濱田倫誠)

中国、市中銀行に新たな金輸入枠割り当て=需要増見込む

中国人民銀行(中央銀行)が今月、複数の市中銀行に金の輸入枠を新たに割り当てたことが関係者4人の話で分かった。国内での金の需要回復を見込んでいるという。

人民銀は国内に入ってくる金の量を管理するため、市中銀行に輸入枠を割り当てている。ただ、これまで2カ月間は値上がりを背景に現物需要が低迷しているとして停止していた。

アナリストによると、今年3~4月の金高騰は中国の活発な買いが大きな要因となっており、同国の買いが再び増えれば、金価格が一段と押し上げられる可能性があるという。

ある関係者は「宝飾需要は依然弱い投資需要は好調」と語った。(ロイター時事)

CKハチソン、1~6月期は8.9%減益=3.9%増収も営業利益は縮小

【香港時事】香港の複合企業大手、長江和記実業(CKハチソン・ホールディングス、長和)が15日発表した2024年1~6月期決算の純利益は、前年同期比8.9%減の102億0500万香港ドル(以下ドル、約1950億円)だった。営業利益に相当するEBIT(利払い・税引き前利益)は4.5%減の309億5500万ドル。

売上高は3.9%増の2326億4400万ドル。内訳を見ると、港湾運営・関連サービスは8.7%、インフラは1.6%、通信事業は2.8%いずれも伸びた。一方、ハチソングループテレコム(CKHGT)傘下で英国の携帯通信「スリー」のEBITは損失を計上した。

グループを率いる李沢鉅会長は「英国や欧州地域におけるエネルギーや生産コストが膨らんだ」と指摘。インフレの影響が続いたほか、地政学的緊張の高まりや金融市場の不安定化が経済活動に不確実性をもたらし、為替市場で米ドル高が進んだことも同社の国際事業に悪影響を及ぼしたという。

小売り事業は3.2%増収。マレーシアやタイ、フィリピン市場が好調だった一方、中国本土や香港、台湾の販売低迷は重荷となった。中国事業については、下半期も消費低迷傾向が続くとみられ、低調な業績を東南アジアや欧州部門が補填(ほてん)する見通しだ。

傘下でドラッグストア「ワトソンズ」を運営するA.S.ワトソンは、欧州市場などでの出店を加速させており、世界における通年での新規出店数を1100店と設定した。前年は878店だった。