

欧州

日欧で共に「キカイ」を

ジェトロ海外調査部欧州ロシア CIS 課 木場 亮

欧州が日本と共に強い競争力を持つ工作機械産業。その需要の中心は新興国へと移り、欧州機械メーカーは先進国と新興国を両にらみでビジネス拡大を図る。グローバル化が進む市場で欧州機械メーカーが成功するために求められるのは、世界レベルで変化の激しい需要に対応する柔軟性、そして技術的優位を保ち続ける迅速な開発力だ。これらは日本の機械メーカーにも共通する課題であることから、近年は日欧企業が提携する動きが見られる。模倣品対策でもまた、業界間の情報交換などで協力し合う。

新興国ビジネスに求められる柔軟性

ドイツ、イタリア、スイスの3カ国は世界の工作機械生産額の3割を占める。欧州はアジア（日本、中国）、北米と共に世界の工作機械生産の一極を担う^{注1}。その生産額の半分以上を占めるのはドイツだ。他方、世界の需要の中心はアジア新興国に移っている。工作機械の購入額を見ると中国が世界の36%を占める。これはEU全体とスイスのそれを足した額の約2倍の規模だ。ASEANの工作機械の輸入額も増加している。特に、日本企業をはじめ数多くのメーカーが生産拠点を置くタイでは、工作機械輸入額が2008～13年の5年間で1.5倍に増えた。

欧州の機械メーカーにとって、新興国の重要性は増すばかりだが、そこは変化の激しい市場だ。例えばドイツにとって第4位の機械輸出相手国であるロシアでは、ウクライナ情勢をめぐる欧米との対立でビジネス環境に影響が出始めている。ドイツ機械工業連盟（VDMA）が14年4～5月にかけてドイツの機械メーカー245社にロシア情勢がビジネスに及ぼす影響について聞いたアンケート調査結果によると、回答した企業の6割がロシアからの引き合いや注文が減少する影

響が出ているとした。VDMAは、最近の情勢の中で為替レートがユーロ高ループル安に推移していること、その中でロシアの金利が引き上げられていることが最大要因であり、他にも顧客企業が新規投資を手控えていることなどが挙げられると分析している。にもかかわらず、ドイツの機械メーカーがロシア市場から撤退する動きは見られないという。ロシアの顧客との信頼関係維持を図り、ライバル企業にシェアを奪われないために、今回の情勢の変化を乗り越えてビジネス機会を獲得していく構えだ。

従来は製造コストの安い生産拠点として位置付けられることが多かった中国も、製品生産の技術水準が向上している。ドイツ工作機械工業会（VDW）は、中国市場では高い製造技術がより重視される傾向が明らかに見られるとし、高度な工作機械の市場投入や納入先で機械を扱うオペレーターへの技術指導サービスが重要になってくるとみる。

欧州機械メーカーが新興市場で成功するには、ロシアの例にあるように急な需要量の変化に対応し、また中国の例に挙げたように需要の中身、すなわち求められる機械の質の変化に対応する柔軟性が必要だ。

迅速な開発力が鍵に

地元欧州市場でも欧州機械メーカーの絶対的優位が約束されているわけではない。従来のライバルである日本メーカーに加え、近年は新興国メーカーの存在感が増しているからだ。「欧州市場では汎用機^{はんよう}を中心に、価格が安く技術力の向上が見られる韓国・台湾メーカーが台頭している」と欧州で販売を行うある日系工作機械メーカーは言う。欧州工作機械工業連盟（CECIMO）は、11年12月に発表した報告書「欧州工作機械産業の競争力」の中で、価格競争力を“武器”に欧

州市場に参入する新興国メーカーには欧州メーカーなどの技術を模倣するところもあると指摘。一方で、「将来、技術的なキャッチアップが進めば欧州メーカーの脅威になり得る」と分析する。新興国メーカーが技術レベルで追い上げを図る中で、欧州機械メーカーは、新技術の開発スピードアップを図ることが必要だ。

生き残りのために柔軟な対応力と迅速な開発力が求められている事情は、日本の工作機械メーカーにも共通する。そこで、近年は、日欧のメーカーが競合ではなく連携する動きが見られる。

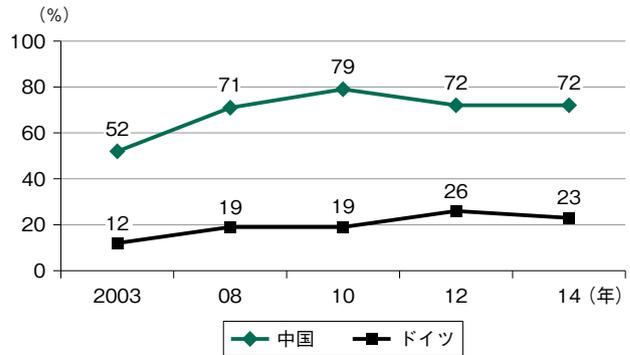
その代表例が工作機械メーカーの森精機製作所とギルデマイスター（ドイツ）との提携だ^{注2}。販売・サービスだけでなく、森精機の製品をギルデマイスターの工場、ギルデマイスターの製品を森精機の工場で生産するなど、生産協力によるコスト削減と納期短縮を図る。その他、両社の製品ラインアップにない製品の開発や、部品・ユニットの共通化のための開発も共同で進め、製品幅や機能面とコスト面の両方で競争力を高めている。振り返れば09年3月、両社は業務資本提携を発表。世界規模での販売・サービス体制を迅速に確立すべく、09年7月にタイ、インドネシア、台湾、トルコで共同販売・サービスを開始したことを皮切りに、日本を含むアジア、米国、欧州、アフリカでも同様の協力を開始した。13年10月には社名を「DMG 森精機」に統一し、ブランドロゴ、コーポレートマークも共通化した。

板金加工機械大手のアマダは12年6月、イタリアのパネルベンダー^{注3}メーカーのプリマインダストリーと業務提携した。プリマインダストリーの機械に両社で共同開発した制御装置やソフトウェアを搭載する。パネルベンダーは、建設用途が主であることからアマダの販売チャンネルを活用し、建設需要の大きい新興国に販売することを狙っている。

グローバル化する機と危

新興国市場向けビジネスで、欧州機械メーカーの多くが直面する課題——それが模倣品対策だ。VDMAがドイツの機械メーカーに対して毎年実施している被害状況調査（2014年版）によれば、回答企業の7割が模倣品の製造国に中国を挙げる。この傾向は近年続いており、中国対策が喫緊の課題となっている（図）。

図 貴社機械の模倣品、製造国はどこ？



注：パーセンテージは回答企業が当該国を挙げた割合を示す
資料：ドイツ機械工業連盟（VDMA）調査報告書を基に作成

ドイツメーカーの機械の模倣品製造国第2位は、意外にもドイツだ。中国を大きく下回る比率ではあるが、その比率は年々増加している。かつてドイツメーカーの機械の模倣は、機械自体よりも製品のマニュアルやカタログのデザインなどが多かったが、最近は機械そのものをまねる傾向にあるという。VDMAは前出の調査報告書の中でドイツ製の模倣品の現状を主要テーマに取り上げ、事態を深刻に受け止めるよう警鐘を鳴らしている。模倣品は中国製が技術水準の低い機械であるのに対し、ドイツ製はロボットやオートメーション機械などのハイテク製品であるのが特徴だという。機械の模倣品も国際分業が進んでいる。

調査結果で模倣機械の販売先に挙げられたのは、1位が「中国」（回答企業の42%が指摘）、2位が「世界」（34%）だ。模倣品は広く世界に拡散している。

グローバル化している模倣品問題に対し、日欧は業界間の情報交換などを行って協力している。

VDMAと日本機械工業連合会は12年6月、共同で模倣品対策に取り組むことを内容とする覚書を締結した。その後、両者が被害状況について各会員企業に行ったアンケート結果を紹介するシンポジウムや合同の対策会議を開催して情報交換を図っている。

新興国市場の台頭でチャンスもリスクもグローバル化した。技術力で世界をリードしてきた日欧の機械メーカーは、タッグを組んで勝ち残りを図る。

JA

注1：ドイツ工作機械工業会（VDW）が発表（2013年値）。本稿に記述した購入額も同様。

注2：「森精機製作所」「ギルデマイスター」は当時の社名。現在の社名は「DMG 森精機」。

注3：金属の板を曲げる工作機械。