

シリーズ

“キラリ企業”

の現場から 第19回

当社の支援サービスをご利用いただいている元気企業を紹介する“キラリ企業の現場から”。第19回目は、創業当時から、穴あけ機などの事務用機械の開発・製造・販売に力を入れ、海外への販路開拓にも積極的に取り組んできた株式会社ニューコン工業（江戸川区）をご紹介します。同社には、国際化支援室が実施する「商品カタログ情報提供事業」や「海外見本市参加事業（注1）」等の支援メニューをご利用いただいています。

海外からの情報を武器に、自社開発のオリジナル商品を世界へ

株式会社 ニューコン工業

全世界五大陸すべてに自社製品を輸出

現在、統計によると、海外展開している中小企業の約7割は、製品の輸出・輸入の直接貿易を行っているという。同社も、昭和40年頃、現社長の近藤昭義氏が、自社で開発した「卓上型電動式打抜機」の輸出販売に着手した。当時、小規模企業が海外へ自社製品を直接輸出することなど考えられない時代であったが、扱っていた製品が国内だけの需要では、将来、会社を維持発展させていくことができないとの判断から、海外への輸出を決意した。

近藤社長は、独学で貿易に関する実務を習得し、海外の見本市に製品を出展するなど、現地での営業活動に力を入れた。こうした努力が功を奏し、現在、約30ヶ国にある代理店を通して、自社製品の販売を行っている。

創業は、大正8年。初代経営者の近藤徹氏は、現在の港区に工場を建て、事務用機器として今も使われている「2穴パンチ」の製造・販売を開始。その後改良を加えたものが大ヒット商品となった。後に、国内初の「チェッカーライター（穴文字による打抜方式）」や数字等の偽造防止用として直接用紙に穴文字を抜く「打抜機」を製造し、現在は、従来からの穴あけ技術を応用した自社製品を、約30機種販売している。

創業当時から自社製品を開発し、製品の品質や操作性の向上を目指すと同時に、メンテナンスフリーの機械を作るという考え方が、世界各国への輸出を可能にした要因でもある。



(株)ニューコン工業の社屋

海外展開が新製品開発のアイデアへ

輸出を始めた当初、どのようにして海外へ商品を売り込めば良いのか、試行錯誤の時期が続いた。輸出する商品が国内で販売実績のあるものであっても、同様の商品を作るメーカーが海外に多く存在すれば市場を開拓することは困難である。



看板商品である「卓上型電動式打抜機」

同社の場合、幸いにも看板商品である「卓上型電動式打抜機」を生産している国が、アメリカとドイツの2ヶ国のみであった。そこで、当時、国が発行する各種証明書の偽造が多発していた東南アジアの国々を対象に、偽造防止に役立つこの製品の売り込みを開始した。対象国の各都市にある商工会議所へ相手の興味を引くような書簡を出したり、海外で開催される展示会に出展するなどの機会を通して、製品に興味を持ってくれた企業と取引を始め、少しずつ販売量を増やしていった。輸出を始めた頃は、現在に比べ通関や船積みに伴う手続きが煩雑で、輸出に関する規制も多かった。また、現地企業との言葉の壁や、国による商取引の考え方の違いにより様々な問題を抱えたが、その時々々の経験や人脈が、のちの経営に活かされている。

創業時から新製品の開発に力を入れてきたが、海外に販路を広げたことが、より商品開発に役立っている。海外見本市への出展による現地企業との交流や、海外の取引先からの商品に関する提案、多くの国の文化や生活様式に接することで、新商品の開発に有用な情報（アイデア）が得られるからである。

海外の取引先からの要望をもとに開発された商品として、最近では、ドイツ向けに開発した「星型打抜機」や、フランス向けに開発した「クーポン抹消機」などがある。また、輸出先国の規制に対応したモノづくりを行う必要性があるため、例えば、欧州連合（EU）地域では、ドイツの代理店を通して第三者機関による製品の評価を受け、問題点があれば製品に改良を加えるなど、規制をクリアするための対応が、製品の品質や安全性の向上に役立っている。

同社は、こうした海外展開の取り組みにより、従来の国内の製品需要を中心としたモノづくりから、よりグローバルな視点を持ったモノづくりへと変わっていった。



自社製品が生み出される開発室

国際化支援室のサービスを利用して商品のPR

1990年代、商用インターネットの利用が増加し、今日、多くの企業がホームページを持つようになった。同社においても、以前から日・英二カ国語のホームページを開設し、会社紹介や製品のPRに活用している。現在、海外から年間約60件の電子メールやファックスによる新規の受注があり、主に各国の販売代理店を経由して取引を行っている。このような海外からの発注に対しては、原則として代金を前払いで決済しているため、貸倒れリスクが少ないというメリットがある。

また同社では、平成11年から公社（旧東京産業貿易協会）の「商品カタログ情報提供事業」を利用している。当事業では国際化支援室ホームページの「東京商品カタログ」のページから、中小企業や団体の取扱商品をカタログ画像などで世界に向けて紹介しており、ここで公開されている商品の紹介画面からの引き合いも多い。

その他国際化支援室のホームページには、海外展開している企業や団体の情報が約6,000件登録されており、日・英二カ国語で紹介されている。毎月のアクセス件数は約10万件で、その約半数は海外（約145カ国）からのアクセスである。同社はこのデータベースにも登録し、商品だけでなく企業の情報も発信している。

また、公社が実施している「海外見本市参加事業（注1）」にも出展し、販路開拓に利用している。公的機関が実施する見本市は、ジャパンブースとして日本の出展企業を一堂に見ることができると、目的を持ったバイヤーと効率的に商談ができるという利点がある。さらに、海外見本市への出展経験が少ない企業にとっては、事前準備の負担を減らすと同時に、大きな宣伝効果や実績が期待できると近藤社長は語る。

経営環境の変化にも国際化で対応

同社の事務用機械の製造は、金属の切削や板金加工による部品作りから始まり、樹脂製の部品を除いては、組立・調整まで社内で行っている。品質の良い商品を作るためには、加工能力の優れた設備を導入するだけでなく、機械加工や組立に精通した技能者の存在が不可欠である。

しかし、近年、日本では製造業に関心を持つ若者が減っており、人材を確保することが難しい状況にある。このような時代の流れに対応するため、同社では商品の一部を海外の協力工場に委託生産している。現在、海外への委託生産は、付加価値が低い商品や部品の調達に有効な手段となっており、将来的には、国内の工場は、新製品の開発や生産技術の研究、付加価値の高い商品の製造等に特化して、事業の効率化を実現したいと考えている。

さらに、今後、海外で紹介されている事務用機械の中で、日本国内の消費トレンドに合った優れた商品を発掘して、販売する事に力を入れていく予定である。自社開発だけでは、年間に数品目しか製品を立ち上げることができないが、輸入品目を増やすことで新商品の種類を多く販売できると同時に、輸出との組み合わせで、為替のリスクを軽減できるという効果があるからである。



中国での委託生産品である「パンチ&ステープラー」

経営環境の変化を前向きにとらえ、新たな分野へ果敢に挑戦していく経営者の姿勢が、ニューコン工業の国際化を成功に導く原動力となっている。今後の新たな海外展開が、今以上のブランド化に貢献するものと期待される。（国際化支援室 石川 幹人）

（注1）海外見本市参加事業。中小企業の海外販路開拓を目的として、海外における見本市へ出展する企業をサポートする事業。平成19年度はベトナムのホーチミン市で開催された「総合工作機械見本市」に参加。

企業名：株式会社 ニューコン工業
 代表取締役：近藤 昭義
 資本金：2,200万円 従業員数：40名
 本社所在地：東京都江戸川区中央1-8-15
 TEL：03-3655-6151
 FAX：03-3655-6201
 URL：http://www.newkon.co.jp/