北陸地域における
企業活動の国際化事例集

平成24年12月

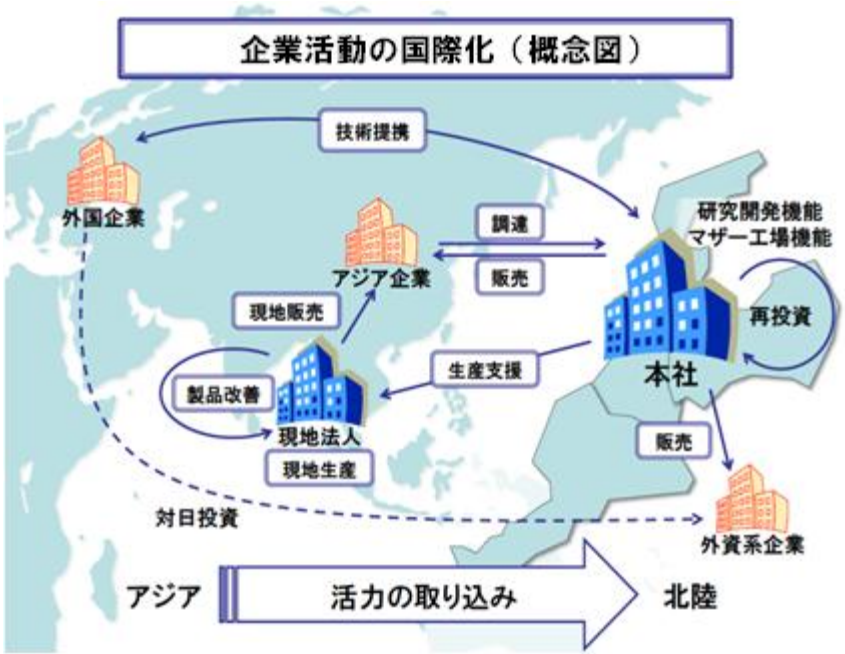
北陸AJEC
（北陸環日本海経済交流促進協議会）

編集協力：中部経済産業局　中部国際拠点化支援会議

はじめに

北陸地域には、自社の技術やノウハウを活かして企業活動の国際化（※）を推進している企業が数多く存在しています。この事例集は、平成22年から24年にかけて、主に成長著しいアジア地域の活力を取り込み、成果をめざす企業の経営者様と直接お会いし、国際化へ取り組んだきっかけ、直面した課題やその対応、今後の展望などをお聞きし、内容をとりまとめたものです。業種・規模を問わず、より一層、企業活動の国際化を進めたいとお考えの企業や、新たに取り組みたいとお考えの企業にとって、お役に立てていただければ幸いです。

※企業活動の国際化とは、海外販路開拓、現地生産だけでなく、現地への生産支援、製品改善、海外企業との技術提携、海外企業からの調達、日本に進出した外資系企業への販売等、本社に軸足を置きつつ取り組む海外に目を向けた事業活動を示します。



事例の見方

国際化の分類タグ

企業活動の国際化におけるポイントを、小タイトルとともに、2～4項目でまとめたもの

数字は主に直近もの

企業活動の国際化のエッセンスなど

実際の製品などの紹介

＜無断転載を禁ずる＞

目　次

企業名は五十音順で記載

1. **会宝産業 株式会社**　～各進出先の状況に応じて、進出方法、支援策を組合せ、日本の中古車部品を輸出～

2. **ギャレックス株式会社**　～中国人研修生のUターンにより現地工場を育成～

3. **株式会社 協和製作所**　～技術水準の妥協をすることなく海外委託先を開拓し、生産コスト低減を実現～

4. **株式会社　廣貫堂**　～モンゴルでの配置薬システム導入サポート、自社製品の販路をつくる息の長い取り組み～

5. **五洲薬品　株式会社**　～エビデンス（科学的根拠）のある製品を全世界に向けて～

6. **株式会社　ジャパン・フラワー・コーポレーション**　～アジアにおけるフラワービジネスのリーディングカンパニーを目指す～

7. **ダイヤモンドエンジニアリング 株式会社**　～世界トップの製鉄プラント設計の技術で現地パートナーを営業展開に活かす～

8. **高山リード 株式会社**　～繊維機械のなかでタテ糸をそろえてヨコ糸を織り込む「リード」という部品で日本製織機の需要を世界へ拡げる～

＜無断転載を禁ずる＞

目　次

企業名は五十音順で記載

9. **株式会社　天高く**　～美味いラーメンを海外へ伝える～

10. **富山県金型協同組合**　～協同組合によるインドネシア進出～

11. **ナック・ケイ・エス 株式会社**　～海外技術を取り込み、自社技術と融合させて新製品を開発し、国内高シェア獲得～

12. **株式会社　日本エー・エム・シー**　～中国での生産現場で培ったノウハウを活かし日本への鋼材部品輸入事業を開始～

13. **株式会社　ビーライン**　～創業当初からアジア進出を目指して経営を行う～

14. **株式会社　北陸エンジニアプラスチック**　～自社で開発したプラスチック素材が注目され、韓国に合弁企業を設立～

15. **株式会社　北陸サンライズ**　～まだ離陸前の国に商機と友好の絆を結ぶ～

16. **株式会社　マスオカ**　～海外生産拠点への一石二鳥の社員教育によりハイクオリティな金型生産体制を構築～

＜無断転載を禁ずる＞

3次産業	本体の進出	子会社・資本提携	業務提携・委託	代理店	パテント	輸出・輸入	中国	韓国	台湾	欧州	ASEAN	その他	石川県
	海外進出の形態						対象国・地域						

1. 会宝産業株式会社（石川県金沢市）

～各進出先の状況に応じて、進出方法、支援策を組合せ、日本の中古車部品を輸出～

発展途上国では、日本製自動車部品のニーズは相当高い

日本車の使用期限と、諸外国の使用期限のギャップをビジネスにしている。日本車の中古部品の品質は、耐久性が高いので、発展途上国に大きなリユース需要がある。
部品の品質基準を定めた「JRSシステム」の活用等による製品への信頼性の向上、進出先パートナーとの連携、日本の行政機関の支援策の活用等が、アフリカや東南アジアでの合弁会社設立等に繋がった。

信頼できる相手を探し、先方に主導権を渡す

タイでは、合弁事業の開始から完全マニュアルを押しつけないで、まず信頼関係の構築に取り組んだ。「現場」・「現物」・「現実」の三現主義により、相手側の合意が得られたことにつき、1つ1つ丁寧にマニュアル化していった。こうしたパートナーの育成策により、本社にとっても国際取引が収益事業に成長した。その成功モデルは、アフリカのケニアにおいても応用できた。

アフリカでの放置車両の問題解決を支援

ナイジェリアの放置車両の数は他の国と比較しても多く、社会問題となっている。国際協力機構（JICA)の「ODAを活用した中小企業等の海外展開支援のための委託事業による調査業務」や、「協力準備調査（BOPビジネス連携促進）」等の支援を受け、2013年に現地の使用済み自動車を解体・リサイクルする生産拠点を海外に初めて設ける。

製品の紹介(特徴、アピールポイント)

Re-Use Motorization リユース・モータリゼーション

全世界のマーケットを視野に、日本製の部品のリユースのニーズに応えるための仕組みを構築しながら、使用済の自動車を適切に再利用の部品と資源素材とに分別処理し、資源リサイクルに積極的に取り組んでいる。

企業概要　～「利他の心を世界に広げる」 人材育成　～

代表者　代表取締役社長　近藤典彦
資本金　5700万円　　従業員数　77人　　売上高　23億円
主な製品等：中古自動車部品
得意技術：安心して使ってもらえるリユース品の処理と基準化した6項目の情報提供
URL　http://www.kaiho.co.jp/jp/

お問い合わせ先
総務部部長　桜井　茂宏
所在地：石川県金沢市東蚊爪町1-25
TEL：076-237-5133
E-mail：info@kaiho.co.jp

＜無断転載を禁ずる＞

2. ギャレックス 株式会社（福井県越前市）

～中国人研修生のUターンにより現地工場を育成～

研修後も継続して働く

20年前、当社が加盟していた福井県内の組合経由で中国人研修生の受入れを開始。組合が中国合弁会社からの撤退を機に、現地法人を独資にして引き継ぐ。以降も継続的に現地法人から研修生を受入れ、日本のものづくり文化や技術を移植。技術の向上を図ってきた。地元での雇用が多く、地域に根付いた企業として評価され、会長が現地遼陽市の栄誉市民の称号を受ける。

ジャパンクオリティーを製造

現地工場の雰囲気は良い。研修生として日本を経験した社員が多く、高いモチベーションで仕事に取り組んでいる。現地での日本語研修も盛んで、日本語の図面が読める。また、日本の品質を理解しているので、日本製と変わらない製品が製造できる。

マーケットとしての展開

中国以外の展開はまだ考えていない。現在は、中国国内での体操服の直接販売に向けて、販路を作っている段階。ブランド力とジャパンクオリティーで富裕層が通う学校での採用を狙う。

「作る」と「売る」では大きく異なり、中国はマーケットとして魅力はあるが、商慣習の違いなど深い理解が必要で慎重に展開する。

製品の紹介（特長、アピールポイント）

当社は学校体操服にブランドを導入した先駆けともいえる企業。
国内の体操服市場は少子化のため、年々
縮小傾向にあるが、中国マーケットは
販売先としても魅力的。

企業概要

代表者　代表取締役会長　金巻　璋衛　　取締役社長　金巻　賢哉
資本金　1億8058.6万円　　従業員数　330人　　売上高　68億円（平成24年6月期）
主な製品等：スクール・スポーツウェア、カジュアルスポーツウェア等の製造販売
得意技術：システム化した作業工程と高い技術水準および品質管理
URL　http://galax.jp/

お問い合わせ先

取締役社長　金巻　賢哉
所在地：福井県越前市平出1丁目12-22
TEL：0778-23-1100
E-mail：info@galax.jp

＜無断転載を禁ずる＞

3. 株式会社 協和製作所（富山県高岡市）

～技術水準の妥協をすることなく海外委託先を開拓し、生産コスト低減を実現～

国内委託によるコスト低減は限界

工作機械や建機メーカーが旺盛な海外需要を取り込むためには製品の低価格化を進める必要があった。当社としては鋳造部品のコスト低減に協力できる企業を探す必要があったため、国内企業に目星をつけて1先づつ訪問したが、見つからずに途方に暮れていた。そこでコストが安い海外ならあるかもしれないと期待し、わらをもすがる気持ちで取引企業が進出している韓国を訪ねた。

有望な見込先には社長自ら赴いてものづくりを指導

現地に赴いて企業情報を集め、候補先には技術者が出向き技術水準を調査したり、品質管理を指導した。特に、有望な見込先に出会った時は社長自ら赴いてものづくりの基本から叩き込んだ。技術水準は、同社の生命線であり妥協はできない。満足出来る委託先が見つかるまで発掘と指導活動を繰り返した結果、委託企業が増加し、1割のコスト低減を達成した。

韓国での育成経験を活かし、中国でも生産委託を開始

続いて中国でも委託先発掘に注力。富山との交通の便から大連へ展開し、更に「富山ものづくり総合見本市」が縁で青島の企業とも生産委託を開始。現在、海外生産は1割に満たないが、将来的に韓国、中国で2割まで引き上げ、更なるコスト低減を図る計画。

製品の紹介(特徴、アピールポイント)

建設機械・産業機械・省力化機械（ロボット）関連の鋳造品

特徴：
1. 建設機械・産業機械・省力化機械関連分野を得意としている。
2. CV（コンパクテッドバーミキュラ）鋳鉄品を中心としてねずみ鋳鉄品と球状黒鉛鋳鉄品を生産し、確かな技術で高い信頼を得ている。
3. 量産品、少量生産品どちらにも対応できるため、フレキシブルな生産が可能。
4. 切削加工も行い、取引先の完成品ニーズにも対応。

企業概要　～数値では表現できない人の「心と技」が息づく鋳物づくり～
代表者　代表取締役　早川　勇
資本金　1億円　　従業員数　100人　　売上高　42億3000万円
主な製品等：球状黒鉛鋳鉄品（ダクタイル鋳鉄）、ねずみ鋳鉄品、バーミュキュラ鋳鉄品
得意技術：CV黒鉛鋳鉄、手ごめ・機械ごめの両方に対応、切削加工による完成品対応
URL　http://www.kyowa-fact.co.jp/

お問い合わせ先
代表取締役　早川　勇
所在地：富山県高岡市四日市133-12
TEL：0766-31-6001
E-mail：info@kyowa-fact.co.JP

＜無断転載を禁ずる＞

4. 株式会社 廣貫堂（富山県富山市）

～モンゴルでの配置薬システム導入サポート、自社製品の販路をつくる息の長い取り組み～

戦前からアジア展開、台湾からアジア全域に市場を拡大

第2次世界大戦時には、当社はアジア地域各国に営業展開していたが、終戦にともない海外拠点は撤退。20年ほど前、台湾企業からの製品の引き合いをきっかけに、現地ライセンスを取得して、自社製品を中心に医薬品等の海外輸出事業を再開する。

少子化社会を迎え、成長機会を海外へ横展開

3年前にグローバル事業本部を開設し、台湾、韓国、香港、タイ、モンゴルなどアジアの国々に輸出を本格化させた。しかし、医薬品の海外での販売・流通には、相手国の監督庁と法制度の壁がある。当社では高い品質保証システムを売りに、輸出を推進している。

配置薬システムをアジアで展開、自社製品での市場参入

モンゴル、タイ、ミャンマーでは、現地の薬事行政関係者を受け入れ、配置薬システムを展開する実地研修を実施した。現在、これらの国ではクスリを家庭に先に届け、使用された薬品の代金だけを回収するシステムが定着。現時点では、現地の廉価な伝統薬が主体であり、当社の製品はルートに乗っていないが、将来は、自社製品を現地の配置薬システムで販売することを狙う。
また、生薬の安定調達のため、海外の提携先企業からの輸入および生薬栽培の共同開発を進めている。

製品の紹介(特徴、アピールポイント)

自社の配置薬、自社製品「六神丸」など

当社の社名は、前田正甫公の言葉「医療の仁恵に浴せざる寒村僻地にまで広く救療の志を貫通せよ」から来ている。明治9年に創業、平成23年で創業136年を迎える配置薬業の老舗。配置薬業のほか、三層錠、口腔内速崩壊錠などの製剤技術の革新にも取り組み、医療用、OTC医薬品の受託製造分野にも大きく事業を展開。

企業概要　～伝統と科学を融合した「くすりづくり」で、新たな価値を創造します～
代表者　代表取締役　塩井保彦
資本金　21億4500万円　従業員数　700人 売上高　135億8800万円（従業員数、売上高は連結ベース）
主な製品等：医薬品、医薬部外品、医療機器、健康食品、化粧品の製造販売
得意技術：錠剤・丸剤・液剤に特化した製薬企業
URL　http://www.koukandou.co.jp/

お問い合わせ先
グローバル事業部　部長　岩村　剛
所在地：富山県富山市梅沢町2丁目9-1
TEL：076-424-2510
E-mail：t.iwamura@koukandou.co.jp

＜無断転載を禁ずる＞

5. 五洲薬品 株式会社（富山県富山市）

～エビデンス（科学的根拠）のある製品を全世界に向けて～

創業当時から海外進出に積極的

もともと先代社長が中国上海で、医薬品販売をしていたことが当社創業のきっかけ。当初から海外進出には積極的であった。
1990年代後半になり、入浴剤を台湾に展開することになった。当時、台湾では、日本のテレビ番組の秘湯特集が放送されて、日本の秘湯がブームになっていた。

台湾のコンビニに並ぶ当社の入浴剤

これがきっかけで、いくつもの代理店を置くことができ、日系のデパートが進出した際にも、当社の入浴剤を置くことになった。
先方から直接当社に申し込んできたものもあるし、当社から提案したものもある。また、仲介者がマッチングしてくれたものもある。現時点では何本ものパイプがある。
現在、台湾でコンビニエンスストアに行けば、まず、当社の入浴剤が並んでいる。

中国への展開を見据えて

台湾にはお風呂文化があるが、中国にはない。入浴剤をはじめ、健康食品やミネラルウォーターなど、様々な商品の中国展開を考えている。少しずつ、輪を広げる努力を行っている。

製品の紹介（特長、アピールポイント）

エビデンス（科学的根拠）に重きを置いている。入浴剤でもアトピー治療や保湿といった機能の検証が必要になる。大学との共同研究などで、エビデンスを集めている。
エビデンスを元に、特許を取得した製品もある。「モイスチャー プロフェッショナル フォーミュラ」は保湿成分を含有する塩とオイルの合剤。これまでは、保温は粉体、保湿は液体というのが常識であった。この商品は、皮膚科専門医と共同開発しており、特許も複数取得済み。

企業概要　～美と健康づくりに半世紀～

代表者　代表取締役社長　藤井　侃
資本金　3000万円　　従業員数　120人　　売上高　24億円
主な製品等：医薬部外品、化粧品、機能性食品飲料、海洋深層水素材等
得意技術：「美と健康」をテーマにした幅広い商品の企画開発から製造販売。
URL　http://www.goshu.co.jp/

お問い合わせ先

代表取締役社長　藤井　侃
所在地：富山県富山市花園町1丁目1番5号
TEL：076-424-2661
E-mail：info@goshu.co.jp

＜無断転載を禁ずる＞

6. 株式会社 ジャパン・フラワー・コーポレーション（富山県射水市）

～アジアにおけるフラワービジネスのリーディングカンパニーを目指す～

花が一輪あるだけで豊かで潤いある生活に

当社は北陸を中心に「花まつ」を展開する。切り花を従来の半額程度で提供するが、欧米と比較すればまだまだ高い。欧州で当たり前になっている生産管理・鮮度保証をすることで、顧客はもっと花を買いやすくなりもっと身近になる。アジアで欧州標準にチャレンジすべく、2年前ベトナムに花を育成する現地法人を作った。

品質の徹底管理

ベトナムの生産地は標高1000mで植物の生育地として最適の場所。空輸すると非常にコストが高いので、船で氷温管理をしながら5日間で日本に持ってくる。植物には栽培段階から凍りにくくする処理を施すなど、輸入に対応した栽培を行う必要もある。ベトナムの会社は研究段階を経てようやく実現段階に移行する。

消費を増やすために

最適に管理された品質の良い製品を安価で流通させるためには消費を増やす必要がある。関西や首都圏にも支店を出し、生産地やアジアでの販売も視野に入れる。注意すべきは日本スペックだと東南アジアではオーバークオリティになる。消費地での好みやレベル感をしっかり見極めながら効率的に販売していきたいと考えている。

製品の紹介（特長、アピールポイント）

テーブル胡蝶蘭

「家族に花を贈ってほしい」と、記念日に合わせた販促メールの送付、企業から社員や社員の奥様、両親に花を届けるサービスが好評。会社に対するロイヤリティも高まる。

企業概要 ～花のある暮らしを提案致します！！花文化創造企業～

代表者 代表取締役社長 松村 吉彰
資本金 1億2000万円 従業員数 400人 売上高 33億円
主な製品等：花・植木小売
得意技術：品質の高さと手ごろな価格
URL http://www.hana-jp.co.jp/

お問い合わせ先
代表取締役社長 松村 吉彰
所在地：富山県射水市流通センター水戸田2-3-1
TEL：0766-57-1187

＜無断転載を禁ずる＞

7．ダイヤモンドエンジニアリング 株式会社（富山県魚津市）

～世界トップの製鉄プラント設計の技術で、現地パートナー企業を営業展開に生かす～

鉄鋼プラント建設の現場で出会った最適パートナーと提携

鉄鋼プラントの案件が入ると、以前は、日本から技術者を派遣し大きなコストを負担していた。そこで、受注案件を扱える現地パートナーを求めていたところ、中国内陸部での製鉄所建設の現場で、たまたま中国最大の製鉄エンジニアリング企業である重慶設計院の社長（米国MBA資格）と知り合った。英語が理解でき、信頼できる人格だったので、当社の「溶銑予備処理」の内の小型装置に限定した技術を供与した。

中国内プラントの受注競争に有利な、ウィン・ウィンの提携

重慶設計院は「溶銑予備処理」のトップ技術を当社と共有することで、中国国内のプラント設計の受注競争で優位に立てた。パートナーが受注する案件が増えると、当社の受注にもつながり、ウィン・ウィンの関係が互いに見えてきた。

受注した装置の規模の大小で仕事を「棲み分け」る知恵

「溶銑予備処理」装置の200トン以上の大型案件では、重慶設計院が受注し、当社が設計を担当する。小型の装置は重慶設計院が担当し、当社は1件あたり500万円のロイヤリティを受け取るという契約である。現在、案件の紹介も、ロイヤリティ支払いも、ともに事業が円滑に展開されている。

製品の紹介(特徴、アピールポイント)

「溶銑予備処理」の設計

当社の「溶銑予備処理」というのは、銑鉄を生産する高炉と、需要家の求める鉄製品に加工する転炉との中間の工程に組み込まれ、硫黄、リン、ケイ素を除去する技術である。粗鋼である銑鉄は、「溶銑予備処理」をほどこすと、薄く圧延しても強く、さびにくい高級鋼となる。当社は、製鉄プラント全体の設計・施工監督をするプラント企業であるが、特に要となる「溶銑予備処理」の世界でトップの企業である。

なぜトップ企業になれたのか。

「溶銑予備処理」は高級鋼を求める日本で発達したが、バブル崩壊とともに各社が廃業し、経験ある優良技術者が当社に集まったからである。

当社の「溶銑予備処理」は、溶融する鉄にカルシウムを注入して、撹拌する。

カルシウムを安定的に投入するノズル、耐久性に富む撹拌羽根、さらに、生産性を高める前工程、後工程に特殊なノウハウがある。

右側の写真は、溶銑処理の装置の一部分を示す。

企業概要

代表者　代表取締役社長　篠﨑晋也
資本金　9,000万円　　従業員数　170人　　売上高　60億円
主な製品等：製鉄プラント事業、化学・環境プラント事業、プラント建設工事・保全事業、分析事業
得意技術：溶銑予備処理技術
URL　http://www.diamond-eng.co.jp/

お問い合わせ先

国際貿易部部長代理　武田
所在地：富山県魚津市釈迦堂1-7-22
TEL：0765-24-5670
E-mail：atakeda@diamond-eng.co.jp

＜無断転載を禁ずる＞

8. 高山リード 株式会社（石川県金沢市）

～繊維機械のなかでタテ糸をそろえてヨコ糸を織り込む「リード」という部品で日本製織機の需要を世界へ拡げる～

欧州で目を見開く新技術に出会い、日本への導入を決意する

織機の中でタテ糸をそろえ、ヨコ糸の飛走をガイドすると共に、それらを織り込む役割を果たす織機用リード（筬）という部品の分野において、1961年に初代社長がスイス・バーゼルで開催された、国際繊維機械展（ITMA）を視察した時に、欧州では従来のハンダで接合する製造方法から脱し、接着剤を使用して簡便に筬羽を固定する新技術に出会った。初代社長は自ら、デンマークより、いち早くこの新技術を導入した。これらは現在の革新織機（高速無杼織機）に全面使用されている。

現地企業の技術力を育てるが、一人に全てを教えない分割指導

1972年に現地の繊維業界の強い要請により韓国で合弁会社を設立、その後順次、タイ、台湾、マレーシアへ進出し、2004年には中国において日本独資並びに世界最大の中国繊維会社と合弁会社を設立した。現地では単に安い労働力を利用する姿勢ではなく、具体的に技術供与するスタンスをとる。ただし、リード製作の全工程を一人には教え込まず、工程ごとに分離指導し、各工程別のエキスパートを育成するということで、技術の模倣や流出を防止する。

日本ではシーズとニーズをつなぎ、海外向けは総売り上げの70%に達する

日本国内においては、織物工場のニーズを細かく分析し、中古再製品のリードをレンタル方式で供与する方式を世界で初めて事業化した。現在では国内のエアージェットルーム（空気でヨコ糸を高速で飛走させる織機）の所有ユーザーの70%が活用している。 一方、海外事業では、リードの直販やリード用材料のみならず、新分野開拓として、カナダ、イタリアの同業者と組立委託契約を締結し、製紙用ろ過布メーカー向けに長尺リードの安定した供給を実現している。以上により、総売り上げ（平成21年度9.5億、22年度11億、23年度11億円）の70%に達している。

国際繊維機械展（ITMA)上海 2012年6月

40年にわたり国内外の国際繊維機械展に20回以上出展することで積極的に海外展開を進め、世界各国のユーザーより品質や技術力を高く評価されている。

企業概要

代表者　代表取締役 高山　徹
資本金　4950万円　　従業員数　51人　　売上高　11億円
主な製品等：織機及びタテ糸準備機用リード類
得意技術：高精度の加工技術、同加工技術を享受する技術
URL　http://www.takayamareed.co.jp/

お問い合わせ先

総務部　　渡辺
所在地：石川県金沢市神宮寺2-27-20
TEL：076-252-2266
E-mail：Info@takayamareed.co.jp

＜無断転載を禁ずる＞

９．株式会社　天高く（富山県射水市）

～美味いラーメンを海外へ伝える～

東京ラーメンショー4年連続売上No．１

平成4年に創業、15年に「麺家いろは」と店名を変え、積極的にイベントへ参加してきた。東京ラーメンショーで売上1位になるなど国内で高評価を得る中、2011年7月中国・北京およびシンガポールで催事出店を同時に果たした。

現地の材料だけで美味いラーメンができた

中国では、現地メディアに取り上げられたこともあり大好評を得た。天津等ほかの都市への出店の話もあったが、パートナーとの折り合いが付かず、実現しなかった。ただ、現地の材料だけで思うような味のラーメンが作れたことは、大きな収穫となった。
一方のシンガポールは現在でも営業を順調に続けており、今後の東南アジア展開の拠点としての位置付けも考えている。

米国・インドネシア、フィリピンからも熱烈オファー

常に味や調理法に見直しをかけ、レベルアップを重ねている。2012年6月ロサンゼルスへ出店。新たな味「鶏白湯」で挑戦したところ、現地の味覚に合い、人気を博す。当初は期間限定の予定であったが、3つの常設店による全米展開がスタートした。味を気に入ってくれたパートナーは、他に香港、インドネシア、フィリピンも、熱烈なオファーを受けて進出の話が進んでいる。

製品の紹介（特長、アピールポイント）

←各地のイベントでも大行列の人気ラーメン「富山ブラック黒醤油らーめん」。特徴は真っ黒なスープ。あっさりとして深いコクがある醤油ラーメンだ。

ロサンゼルスへは「鶏白湯」で挑戦。濃厚なスープを使いながらも脂をなくしたあっさりとした食感は、地元紙が「50年前イギリスからビートルズが来たときほどの衝撃」と評した。

「海外に行くということは、日本の食文化の代表としてのラーメンを、日本代表として海外に伝える役割を担っていくことだと思っている。」と社長は語る。

企業概要

代表者　代表取締役会長兼社長　栗原　清
資本金　3040万円　　従業員数　30人　　売上高　6億5000万円
主な製品等：ラーメン店経営
特徴：富山ブラックラーメン
http://www.menya-iroha.com/

お問い合わせ先

代表取締役会長兼社長　栗原　清
所在地：富山県射水市戸破1555－1
TEL：0766-56-9988
E-mail：info@menya-iroha.com

＜無断転載を禁ずる＞

１０. 富山県金型協同組合（富山県砺波市）

～協同組合によるインドネシア進出～

インドネシアしかない

リーマンショックや大震災の影響で国内での事業が厳しい中、海外進出を検討。しかし1社で海外進出はリスクが大きく、組合で進出することを選択。最終的にインドネシアへの進出を決めたが、マーケットとしての将来性、日本製に対する信頼度が高い点が決め手となった。

大手との直接取引も可能

2012年4月インドネシアでの本格稼働を開始。現在は日系金型メーカーとの取引が主だが、その他自動車大手からの引き合いも多い。日本では、大手との取引は孫請けになってしまうが、インドネシアでは直で取引できると判断、現実その通りに推移している。

現地で期待されていること

日系企業が求めているのは、日本企業ならではの品質管理・アフターサービス。金型は特にメンテナンスが重要。「取引先が困っているなら、いつでも駆けつける」という日本ならではの対応が信頼につながる。
インドネシア進出を考える国内企業からの問い合わせもあり、日本国内でのビジネスにも良い影響が出ている。

（写真）
インドネシア工場の様子

インドネシア進出は、協同組合創立時に中心となった会員企業6社が中心となっている。中国やタイに進出しても後発で、これからの市場の魅了の高いインドネシアを選択。将来的にはインドなどへの中継点になりえる立地も判断材料の一つとなった。

企業概要

代表者　理事長　嶋田　宏樹
出資金　3900万円　　従業員数　31人　　売上高　4億5000万円
主な製品等：金型部品製造、成形試作業務、協同購入事業
得意技術：金型に関する様々な要望に応えることの出来る技術と組織
http://www.chuokai-toyama.or.jp/~kanagata/index.htm

お問い合わせ先

理事長　嶋田　宏樹
所在地：富山県砺波市太田１８８９－７
TEL：0763-33-2636（代）
E-mail：kumiai@kanagata.or.jp

＜無断転載を禁ずる＞

１１.ナック・ケイ・エス 株式会社（福井県福井市）

～海外技術を取り込み、自社技術と融合させて新製品を開発し、国内高シェア獲得～

海外は情報の宝庫

当グループのモットーは「売れないものにはいつまでも執着しない」。売れるもののヒントは顧客の声や海外にある。国際見本市や展示会などには毎年欠かさず参加し、また親密になった企業との交流を大切にしている。そこに当グループの持つ高度な技術を融合させることで、ニッチ分野で競合なく売れる製品が数多く産まれている。

海外視察をヒントに自社技術を応用する

成功例の一つに気泡浴槽がある。米国でスパ事業を視察した際、ジャグジー風呂には同社の持つアクリル加工技術と真空成形技術が応用できると直感し、事業化に着手。商社や北陸の材料メーカーの協力も得、試行錯誤を繰り返しながら製品化したところ、国内シエアを100%獲得するまでに成長した。

シビアなリスク感覚を持ちつつ海外へ積極的に挑戦する

積極的な海外への取組みの一方で、同社のリスク感覚もシビアだ。自社で処理できる範囲を超えるなという創業社長の大方針が徹底されている。何か問題が起これば自分で解決するしかなく、その力は自分が行う中でしか培われないという戒めを守りつつ、逞しい行動力で、海外へ挑戦するのが同社の国際化の形である。

製品の紹介（特長、アピールポイント）

大型気泡浴槽

ナック・ケイ・エス（株）を核に、11社で構成するナックグループは、道路反射鏡、スイミングプール、気泡浴槽、天井用採光窓等の繊維強化樹脂・繊維強化アクリル樹脂製品をグループ内での一貫生産と販売体制を確立している。

日本国内で大型樹脂の“真空成形”ができるのは同社だけ。この成形技術による繊維強化アクリル製大型気泡浴槽では高いシエアを獲得。

企業概要

代表者　代表取締役社長　海道和男
資本金　2億6350万円　　従業員数　100人　　売上高　53億円
主な製品等：道路反射鏡、スイミングプール、大型気泡浴槽、天井用採光窓
得意技術：大型樹脂の真空成形技術、継ぎ目なし大型パイプの製作
URL　http://www.nacks.co.jp/

お問い合わせ先

総務　　海道 昌宏
所在地：福井県福井市串野町8-20
TEL：0776-83-1185
E-mail：postmaster@nacks.co.jp

＜無断転載を禁ずる＞

１２. 株式会社　日本エー・エム・シー（福井県福井市）

～中国での生産現場で培ったノウハウを活かし日本への鋼材部品輸入事業を開始～

安い人件費とコストを求めて中国へ

高圧配管用継ぎ手のトップメーカーである同社は、1996年の急激な円高をきっかけに、安い人件費とコストを求めて、翌97年中国・無錫と南通の2カ所に進出、生産開始。2000年からは同工場従業員を福井で研修、帰国後は中国での生産指導に当たらせている。2006年にはタイ・バンコクにも生産拠点を置き、東南アジアでの売上も順調に伸ばしている。

計算外－人件費の高騰と進出の遅れによる影響－

安い労働力が目的で中国へ進出したが、その後の人件費高騰は予想外だった。

日本の大手取引先企業の中国進出に対し、同社の進出が遅れた結果、他企業の参入を許し、日本でのシェアに比べ中国でのシェアを大幅に落とす結果となった。

日本のモノ作りを支えたい

日本の製造業をなんとか支えたいとの思いから、中国の鋼材部品を輸入するビジネスを積極展開。中国内でのビジネス経験を活かし品質の良いものを競争力のある価格で輸入し、日本のモノ作りへの貢献を目指す。

製品の紹介（特長、アピールポイント）

継ぎ手に刻印された「LL」は「Leak Less（漏れのない継ぎ手）」を意味する。当社の自信の証だ。

ホース接続用継ぎ手

多品種・小ロット・短納期に対応した「一個流しシステム」を採用。国内外注では自動化ラインを多用し、海外では量産品を低コストで生産することにより、全ての配管部品を1個から安価にスムーズに供給できる生産体制を構築している。

企業概要　～品質は最大の宝である～

代表者　代表取締役社長　山口　康生
資本金　1億8,550万円　　従業員数　181人（平成24年9月末現在）
売上高　54億円（平成24年3月期）　主な製品等：高圧配管用継ぎ手
得意技術：極めて高い内圧に耐え得る高精度継ぎ手の製造
URL　http://www.j-amc.co.jp/

お問い合わせ先

代表取締役社長　山口　康生
所在地：福井県福井市市波町１３－８
TEL：0776-96-4631　　FAX：0776-96-4600
E-mail：info@j-amc.co.jp

＜無断転載を禁ずる＞

１３. 株式会社 ビーライン（富山県富山市）

～創業当初からアジア進出を目指して経営を行う～

とにかく中国で出店したかった

富山で欧州料理レストランや居酒屋を経営する社長は、中国に消費地としての魅力と発展の可能性を感じ、創業前から興味を持っていた。県が行う中国視察に参加するなどして、出店機会をうかがっていた。特に勝算はなかったが、とにかく出店したい気持ちが強く、2010年、競争激しい首都北京・板門店に鍋料理店を出した。

パートナーの重要性を痛感

同業者の友人（日本人）をパートナーに出店したが、友人が経営から離れると売上が激減。結局、店周辺の再開発の話などもあり、店を閉めるに至った。しかし、これが教訓となった。中国でしっかり根を下ろすならば、現地化している人をパートナーに据えるのが近道である。パートナーの後方支援が、自社の軸足を鍛え、さらにアジアでの成功・失敗ノウハウを得ると考える。

アジア全体に商圏を拡げたい

現在、24年9月の台湾出店に向けて忙しい。「将来は台湾をハブにしてアジア全体に商圏を拡げたい。台湾を拠点にして再び中国を南から攻めていくような気持ち」と語る。

サービスの紹介（特長、アピールポイント）

こだわりの手羽先の唐揚

てば壱山室店の様子

北京店（当時）の様子

業歴浅いサービス業ではあるが、創業当初からアジアでの営業を視野に、経営を行ってきた。「リスクを背負って出ていくのなら、東京・大阪よりアジア。アジアで力をつけたら、今度は東京に帰ってくればいい」

企業概要

代表者　代表取締役社長　大坪　悟
資本金　900万円　　従業員数　18人　　売上高　4億円
主なサービス等：飲食店の経営及びフランチャイズシステムによるフードサービス事業
特長：創業当初からアジア進出を目指して経営を行う
URL　http://www.beeline-e.com/

お問い合わせ先

代表取締役社長　大坪　悟
所在地：富山市布瀬本町4-12 第2若林ビル1F
TEL：076-422-3222
E-mail：info@beeline-e.com

＜無断転載を禁ずる＞

１４. 株式会社 北陸エンジニアプラスチック（富山県射水市）

～自社で開発したプラスチック素材が注目され、韓国に合弁企業を設立～

自社独自の製品開発が転機に

海外とのつながりは、取引先から協力要請されたことが最初。進出先のタイや中国に生産設備を配置したり、技術研修者を受け入れたりした。10年程前から(財)富山県新世紀産業機構の展示会に出て韓国や中国と取引するようになった。転機はポリプロピレンにテフロンを添加して作った素材を独自に開発したこと。10年来取引のある韓国の企業から是非とも売りたいとの要請があり、2011年合弁を設立するに至った。

海外ビジネスは難しい

もともと現地パートナーは当社の仕入れ先。プラスチック（HEPMC：MCナイロン）を購入していた。日本のMCナイロンの80%は韓国製。そのうち向こうがこちらの新製品に目を付けた。合弁で投資とリスクはそれなりに負っている。言いたいことはパートナーに何でも言っている。本音でやっている。商売は信頼関係がないとできない。

プラスチックの歴史はまだ百数十年

プラスチックは今後も食品や医療分野等で発展する可能性を持つ。土に還るプラスチックなど新素材の研究にも力を入れ、素材を良く知るメーカーだからこそできる最適な提案を、地道に続けていきたい。

製品の紹介（特長、アピールポイント）

←ポリプロピレンにテフロンを添加して作った素材を使った製品

固化押し出し。型から出た時はもう商品になっている。
当社の新素材は軽くて耐久性がありすべりが良いので離型が簡単。

プラスチックを最初にテスト制作する段階で試行錯誤の過程がある。そういう点では大手メーカーの研究室のような仕事もしている。その過程ですりあわせながら技術や製品ができてくる。上流工程、マザー工場的な側面が当社にある。素材研究は社長と社員が中心でやっている。いかにしていいものに素材を作り替えるか。地道な研究の中で、非常に良い素材ができた。

企業概要　～高品質の素材開発～

代表者　代表取締役　水越　正之
資本金　2000万円　　従業員数　21人　　売上高　6億1800万円
主な製品等：合成樹脂製品，部品の製造
得意技術：ポリプロピレンにテフロンを添加して作った素材
URL　http://www.h5.dion.ne.jp/~hep/

お問い合わせ先

代表取締役　水越　正之
所在地：富山県射水市七美中野212
TEL：0766-86-1411
E-mail：hep01@k3.dion.ne.jp

＜無断転載を禁ずる＞

１５. 株式会社 北陸サンライズ（石川県白山市）

～まだ離陸前の国に商機と友好の絆を結ぶ～

ミャンマーには発展の余地がある

12年前、ミャンマーで事業を行っている友人の誘いを受けて視察に訪れた。印刷工場を視察したが、機材も作業内容も30年前の日本のようだった。今日の日本の印刷業界事情から見たときに、次はどうなって、そのあとどうなる――という筋書きが見えた。そこで、友人の現地企業と合弁で、それぞれ資本金を50%ずつ出し合って、1998年印刷会社を起こした。

とんとん拍子に進んだ

機械は当社で不要となった旧式機械を、整備して持ち込んだ。人脈にも恵まれ、また現地企業と比べれば、印刷レベルは当然日系の当社の方が良かったので、注文は飛躍的に増えていった。印刷機だけでなく、パッケージ製造の中古機も送ったところ、蚊取り線香のパッケージの受注にも成功した。
一貫生産体制を行い、設備でも蚊取り線香のパッケージ生産でも、ミャンマーでNo1の企業へと急成長した。

木村社長は石川・ミャンマー友好協会の会長

進出してから人の交流が広がった。ミャンマーは親日国家だが、現在経済制裁が続いている。2011年11月ごろから民主化の方向が出てきた。今後への期待は大きい。

製品の紹介（特長、アピールポイント）

蚊取り線香のパッケージの受注に、一定レベルの商品300万個を納期を守って納入した。
これが評判を呼び、さらに注文が広がった。蚊取り線香の同業他社（5つ）からも注文が入ってきて、当社がナンバー1となった。
さらに石鹸箱や歯磨き粉パッケージなどにも注文が広がった。

（日本での印刷イメージ）
現在、従来型の印刷は、事業者や個人でもできるようになった。
そこで当社は、新聞への折り込みチラシやパッケージ分野に展開している。

8色両面輪転印刷機→

企業概要　～企画・デザインから印刷、パッケージまでを総合的にプロデュース～

代表者　代表取締役社長　木村 竹芳
資本金　1000万円　　従業員数　38人
売上高　9億3200万円（グループ総売上　16億7000万円）
主な製品等：パッケージ、DM、チラシ、カタログなど、あらゆる印刷物の制作
関連会社：日乃出紙工 株式会社、株式会社 サンファーストプリンティング
URL　http://hokurikusunrise.co.jp/

お問い合わせ先
代表取締役社長　木村 竹芳
所在地：石川県白山市五歩市町424－1
TEL：076-275-3535
E-mail：kimutake@hokurikusunrise.co.jp

＜無断転載を禁ずる＞

１６. 株式会社 マスオカ（富山県高岡市）

～海外生産拠点への一石二鳥の社員教育によりハイクオリティな金型生産体制を構築～

ベトナム視察で現地企業の技術レベルの高さに驚く

海外進出は、コスト削減と金型設計プログラマー確保のため、2000年に合弁先となる日系企業と海外視察に出掛けたことがきっかけ。最終的には、カタログ設計企業を視察し、親日的であり手先が器用なことに加え、理系の人材が多くCADを使える人材の技術レベルの高さに驚いたことが、ベトナムへ進出した決め手 。

“人とその育成”の社是の元、越・日双方の社員教育に注力

合弁よるベトナム進出を一旦解消した後、2009年に独資による「MASUOKA VIETNAM」を設立し再進出。ベトナム現地法人で金型を設計・製造し、アセンブリを高岡本社が行い、顧客先の中国等へ輸出。この結果、約30%のコストダウンに成功。現地の社長を日本から送り込んでいるほか、常に2名体制で技術指導の社員を派遣。ベトナム社員の技術向上を目的としているが、日本人社員の能力向上にも役立てる一石二鳥の戦略を採っている。

日本の高岡本社を技術の拠点、マザー工場として位置付け

中国、東南アジアを中心に、建材向けが圧倒的に多く順調に推移、自動車分野も堅調で、第2工場を新設。中国への工場進出は考えていないが、営業拠点を現地法人化する予定。但し、ローカル企業との競争には、高岡本社を技術拠点としつつ、ハイエンド品を日本と変わらぬ品質で現地工場から提供することが不可欠。

製品の紹介(特徴、アピールポイント)

アルミ加工金型設計

MASUOKA VIETNAM工場

■「お客様が何を必要とされているか、いかにお客様のお役に立てるか」を基本理念とし、アルミ形材加工金型や樹脂形材押出金型にとどまらず、あらゆる素材の金型にチャレンジし続けている。
■設計から加工、組立にいたるまでの統合システムと、自動化された生産ラインの構築による高度な成形ノウハウから、高品質化を実現している。
■そのクオリティを維持しているのが、投入時の全数検査をはじめ全工程寸法、金型試験押しなどの徹底した品質管理チェック体制です。これによって、安定性と信頼性の高い製品を送り出している。

企業概要 ～人と技術をプレリュード～

代表者　代表取締役社長　増岡一郎
資本金　3000万円　　従業員数　150人　　売上高　20億円
主な製品等：アルミ形材加工金型、アルミ形材製品、アルミ形材加工機
得意技術：汎用から専用機械まで幅広く製品提供、短納期対応
URL　http://www.ms-masuoka.co.jp/

お問い合わせ先
代表取締役社長　増岡 一郎
所在地：富山県高岡市福岡町土屋705
TEL：0766-64-5667
E-mail：info@ms-masuoka.co.jp

＜無断転載を禁ずる＞