

# 港製器、中国で販売本格化

■ラッシング資材売上高100億円へ

ラッシング資材大手の港製器工業(大阪府高槻市、岡室昇志社長)は、中国での販売を本格化する。昨年7月、常州に販社を設立。今年5月に販路の拡大を図り、現地の船用商社と提携した。現在、ラッシング資材を中心とした船舶事業の売上高は15億円、得意とするコンテナラッシング資材市場での世界シェアは5%前後だが、中国・アジアでの販売を強化。10年後に船舶事業の売上高100億円、世界シェア3割のトップメーカーを目指す。

港製器は船舶の荷役用金物を主力に金物製品を生産・販売している。船舶事業については、以前は生産のみを行い、設計、販売は兄弟会社の大洋製器工業(大阪市西区、岡室富夫社長)が担当していた。しかし昨年5月、大洋製器から設計、販売機能と人員を譲り受け、設計、生産、販売を一貫して手掛ける体制を整えた。

これを機に同社は船舶事業の営業戦略を練り直し、アジアでの販売拡大を打ち出した。中でも最大の市場である中国をターゲットとして、昨年7月、常州に販売会社「常州太優港貿易」を100%出資で設立。今年4月には船用商社と提携で合意し、5月末に覚書を結んだ。提携先は上海を本拠に香港、広州、武漢、煙台に拠点を持つ新興商社。今後、同社を通じて中国の造船所や船主に広く製品を販売する。

既に初案件として、建造中のコ

ンテナ船向けにラッシング資材の納入が決まっている。納入するのは造船所が調達する資材で、建造が進めばツイストロック(上下に積まれたコンテナを結合して固縛する機器)など船主が調達する資材の販売も期待できるという。

さらに、中国で提携商社を増やすことも検討する。韓国や台湾、シンガポールでも代理店を通じて販売を強化する方針。韓国では代理店の見直しも視野に入れている。国内では幅広く営業活動を行い、特定の大口顧客に偏っていた顧客層を多様化したい考えだ。

コンテナラッシング資材の市場ではこの10数年、価格競争と開発競争のためにプレーヤーの淘汰が進んだ。組みつけの計算まで可能な総合メーカーは国内で8社あったのが、今では港製器1社になっているという。そうしたメーカーは世界でも同社を含め5社程度しかないというが、岡室社長は「世界レベルでみれば、当社は日本の弱小メーカーになってしまった。大口顧客との取引のおかげで生き残ったが、それでは今後、リーマン・ショック時のような環境変化に耐えることはできない」と現状を説明する。



昨年12月、上海で開催された国際海事展「マリンテックチャイナ2013」に初めて出展し、製品をPR

それでも世界市場では未だ圧倒的なシェアを握るメーカーはないため、同社長は「世界を視野に営業をうまく展開し、日本・アジアで販売を拡大すれば10年後に船舶事業の売上高100億円、コンテナラッシングの世界シェア3割という目標は不可能な数値ではない」とみている。

営業を強化する上での武器は高い技術力だ。同社はコンテナの固縛・解除作業を自動化でき、荷役時間を短縮できるフルオート式のツイストロックを世界に先駆けて開発した実績を持つ。最近では通常鉄で作られる自動車船のラッシングホール用カバーをプラスチック製にし、軽量化に成功した。この新製品は2016年に引き渡し予定の自動車船から採用される予定だ。

これまで営業の手薄だった製品の拡販も積極化する。特に木材輸送のラッシング資材は引き合いが多いため、在庫を増やして納期を短縮するという。

## 4月の造船統計、竣工25隻

国土交通省がまとめた2014年4月の造船主要53工場の鋼船建造実績は、起工24隻・83万8000総トン、竣工25隻・81万5000総トン、竣工船価は853億円だった。3月の実績と比較して竣工隻数は16隻、竣工船価は834億円それぞれ減少した。

竣工船のうち国内船の竣工実績は3隻・1万4000総トンだった。内訳は自動車航送船1隻、一般油送船2隻。

輸出船は22隻・80万1000総トンで、内訳は貨物船が20隻(一般貨物船7隻、ばら積み船7隻、鉍石兼

ばら積み船4隻、木材兼ばら積み船2隻)、油送船1隻(LPG船)、その他船舶1隻だった。パナマやシンガポール、マーシャル、ノルウェー向けに竣工した。

鋼船修繕実績は126隻で、工事金額は32億円だった。