



シカゴ米国粉体工業展 2008年5月 会議 5日月～8日木、展示会 6日火～8日木
Donald E. Stephens Convention Center, Rosemont, ILLINOIS
永年継続して来たシカゴの米国粉体工業展が、Canon Communications LLCの主催により、関連する三つの展示会を加え Process Technology Expo International を冠し開催されます。詳細は www.ProcessTechExpo.com に照会下さい。

INTERNATIONAL
**Powder &
Bulk Solids**

ChemProcess
PharmaPROCESS

**PROCESS
Pack**

Powder & Bulk Solids は新たに関連する三つの展示会を加え、産業機械の総合展示会として幅広い魅力を加えることになりました。展示場の広さは Powder & Bulk Solids 50, Pharma Process 15, Process Pack 12, Chem Process 10, の割合で、新しく加わった展示会は伝統ある Powder & Bulk Solids をリフレッシュする刺激を加えるに違いありません。

特別寄稿 米国粉体機器ビジネスの環境変化と今後の課題

トリプルエーマシン㈱ 代表取締役 石戸 克典

1. はじめに

私は、前職の日清エンジニアリング在職中より20年以上にわたり粉体機器の販売に身をおいてきました。1986年より海外向けの機器販売も担当し、米国向けの粉体機器販売を長年見てまいりましたが、昨年前職を辞し海外向けの粉体機器マーケティング・コンサルティング会社を起業する中で、米国向けの粉体機器販売の環境変化を感じております。その実情をこの場をお借りしてご報告したいと思います。最近特に感じますのは、米国における展示会運営の苦戦と、同様に多くの日本のメーカーも米国での販売に苦勞されています。しかし、インターネットとボーダレス社会・グローバル経済がその流れを変えつつあります。その流れをうまくとらえ、米国で成功されている会社も出てきております。米国での粉体技術振興及び粉体機器販売は多くの日本企業・日本の大学にとってまだまだ開拓できる余地があるのではないかと考えます。

2. 昨年のアトランタ粉体工業展

昨年、米国アトランタで、Canon Communications LLC 主催で初めての粉体工業展 Powder & Bulk Solids Southeast が開催されました。2006年まで、Reed Exhibitions がシカゴで隔年開催していましたが、展示会開催権を雑誌 Powder & Bulk Solids とともにキャノンコミュニケーションズ社に売却譲渡しました。理由は、展示会がマンネリ化し出展者・来場者双方が伸び悩み、譲渡に至ったと聞いております。リード社の社員の多くがこの開催権譲渡と一緒に会社を移っており、事業の移行はスムーズに行われたように思います。

従来、リード社の Powder & Bulk Solids Exhibitions/Conference は粉粒体のハンドリングに特化し、世界一の規模を誇っていましたが、2004年まで毎年開催していたの

を隔年開催に変更したあたりから、展示会そのものの退潮が始まりました。新しい来場者が減り、結果として出展側も出展スペースを減らしたり、出展取りやめをする会社が出てきました。日本からの出展も1980年代から90年代にかけては旺盛で、多くの会社が単独で出展されていましたが、2006年の展示会では日本からの直接展示は、米国会社や米国販売提携会社展示を除き、2-3社とさびしい状況になってしまいました。

キャノンコミュニケーションズ社の今回の展示会は、リード社が従来実施してきた単一分野開催でなく、関連分野の合同展示会の実施で、今回の展示会の名称は The South's Largest Design & Manufacturing Event という製造機器・装置・工具・部品、包装装置・管理システム、各種作業ロボット、各種計測等のための展示会でした。Powder & Bulk Solids Southeast はどちらかというところ、リード社の Interphex NY と全く同じ時期に開催されることが決まっていたこの製造系展示会に、譲りうけた後急遽共催にしたのではないかと勘ぐってしまうようなタイミングでしたので、準備不足の感はぬぐえませんでした。各分野展の名称は、South Pack (粉体、液体状の医薬品、化粧品、栄養剤などのハンドリング・管理装置、包装・充填装置等)、Advanced Manufacturing Exposition & Conference / Automation Technology Expo South (AMEXPO/ATE South)、Powder & Bulk Solids Conference/Exhibition Southeast (PBS-SE)、Design & Manufacturing South (D&MS) および PLASTEC South (モールドマシーン等の各種プラスチック成形のための装置や関連部品等) です。各分野展の出展社数は South Pack が240社、AM/ATM が190社、D&MS が90社、PLASTEC が45社および PBS-SE が190社の合計約850社でした。この PBS-SE の190社は、2006年のリード社主催の単独 P B S 展の出展企業数

(470社)の約4割と、粉体工業展としては中途半端な展示会になったといわざるを得ません。

PBS-SE展への現地法人を含めた日本企業の出展は弊社を除き全部で7社・グループでした。従来からシカゴに出展していた3社(現地法人・米国パートナー)と、4社・グループは弊社が協力して6コマ共同出展の形をとりました。今回の出展の主目的は、米国南東部を中心とした粉体機器のニーズを初めて探りに来ましたが、シカゴのパウダーショーほどのネームヴァリューがないせいか、期待したほどの来場者は無かったように思います。しかし、リード社に対抗して、粉体から幅を広げようというキャノンコミュニケーションズ社の意気込みが十分感じられ、次回に期待がもてるものだったと思います。

3. 2008年シカゴ粉体工業展

この低迷を打破するべく、今年5月6-8日、米国シカゴで、PBS展が、実施権を譲り受けたキャノンコミュニケーションズ社により実施されます。キャノンコミュニケーションズ社は、このPBS展で、医薬・包装・化学製造技術の3展示会との共催による相乗効果を期待しています。昨年のアトランタでは、関連すると思われる5分野の合同展示会の一分野展として行われましたが、今年のシカゴの展示会では、Powder & Bulk Solidsがメインの展示会で、他の3つの展示会……Chem(ical)Process, Pharma(ceutical)Process および Process Pack(aging)……を追加的に含め4つの合同展示会として開催する予定です。シカゴのPowder & Bulk Solids展示会には毎回、リード社のころより(旧)日本粉体工業技術協会のブースがありました。今年もブースが確保されることに決まっています。また、このシカゴ展において協会に無料ブースを提供してもらった交換条件として、粉体工業展大阪2007において、協会がキャノンコミュニケーションズ社にブースを無料提供することになり、日米粉体工業の交流が進んでいます。

4. 米国における粉体ビジネスの展望と課題

私は、日本の粉体機器メーカーが米国直販するためのマーケティングとコンサルティングなどの海外への技術営業を支援することを目的に、会社を昨年立ち上げました。これまでの経験を通して知った、これからも日本の有力な市場である米国粉体工業の現状を報告し、米国の粉体機器市場への取り組みのポイントについて私の考えを述べます。

(1) 米国における粉体機器ビジネスの現状

粉体技術は産業の米とも言え、産業全体が大きくなるに従い、基礎産業である粉体技術の市場も世界にひろがって来ました。米国への粉体機械の輸出について、最近、商社に販売を依頼しないで直販するメーカーが増えつつあります。一番の理由は、粉体機械は特殊な機械が多く、技術的な営業が必須なため、メーカーが直接販売せざるを得ないことがあげられます。2番目の理由はインターネットです。今や、新聞・雑誌からの引き合いよりも、インターネットのホームページからメーカーに直接来る引き合いが増えてきています。これが直販を後押ししています。

粉体機器は基盤技術であるため、粉体生産会社にとって、良い機械を世界から買いたい要求は高いが、その要求に十分にこたえられるサービスが海外にないのが実情です。特に、日本の粉体技術は進んでおり、その情報を的確に、必要な海外の顧客に提供できれば、粉体機器の輸出市場が大きくなっていく可能性が高いです。

しかし、日本から米国への販売を考えると3重苦(時差の壁、距離の壁、言葉の壁)があり、これを乗り越えるの

は多くの日本企業にとって大変難しい。協会には、日本の粉体機器メーカーが多数登録されており、現在法人会員は270社近くですが、そのなかで自前で米国への販売網を構築されている会社はあまり多くありません。米国に現地駐在員を置く重要性は認識しても、高い現地コストを回収するめどがつけにくいとか、人材不足などの理由で、日本・アジアの販売で忙しい中、米国市場まで手が回らないという企業も多い(特に中小規模の会社で)のが現状です。しかし、米国には合理的な会社が多く、コストパフォーマンスを重視し、ベストプライスでネゴは一般になく、良い機械であればメーカーがアメリカで無名でもあまり気にしないなど、日本のメーカーが活躍できる可能性の高い市場です。

(2) 米国粉体機器マーケティングと支援事業

米国における粉体工業は表面上バルクなものが多くありますが、ハイテク分野では最新の粉体・ナノテク技術を使っています。それらの市場において、どこに、いつ、誰が、どんな技術が必要としているか、それをピンポイントでつかむことができれば、日本企業のオンリーワン技術であれば、すべてのメーカーで米国での販売が可能です。

自社の機械を販売するのを他人に任せず、海外への直接販売に積極的に取り組む企業が増えること。海外顧客のニーズをいつもつかみ、それを日本のメーカーにフィードバックすること。日本メーカーの最新の技術情報・ケースヒストリーが海外顧客に届けられるシステムを作ること。その出来たシステムに真の中身が伴うこと。これらの条件がそろえば、米国への粉体・ナノテク機器市場がこれからもっと広がると考えます。

特徴ある技術・機械を持っていても、国内販売が精一杯で、海外まで手が回らない会社は多い。そういう会社に、海外へ直接販売するノウハウを提供する会社があれば、多くの粉体機器メーカー企業の役に立てると考えます。粉体機械は、多くの企業が特徴ある機械を競っており、すべての会社が自社の特徴ある機械(オンリーワン)を海外(特にアメリカ)に販売できるポテンシャルを持っています。

5. おわりに

たとえ日本で競合していても、米国では日本の機械を売る仲間です。マーケティングインフラを共有してコストを下げることで、日本企業の海外進出をサポートできる可能性があります。具体的には、日本の粉体機器メーカー企業に対しては、顧客管理、米国における問い合わせ窓口サービス、米国における販売促進補助(工業雑誌への登録・広告代理、展示会への出展アシスト)、ホームページ・メールニュースによる情報発信、代理店の口銭管理やパーツ(日・米に在庫する)の販売管理など、日本からの直販に付随するあらゆるサービスの支援が必要だと思います。また、米国の顧客に対しては、日本の粉体機器・技術をタイムリーに提供するとともに、日本の契約企業の米国窓口として、直接コンタクトしてくるお客様の質問に公平に答えるなど、現地で英語によるサービス支援も必要になるでしょう。これらの支援があれば、日本の粉体機器がアメリカで今よりさらに販売できる可能性があると思います。

最後に、主催者によるとシカゴの米国粉体工業展のブース申し込みはまだ受け付けています。アトランタと同様の形で出展協力も可能です。弊社で確保しているアイランドブース12コマのうち4コマがまだ空いておりますので、出展にご興味がある会社はお早めに協会もしくは弊社までご相談ください。半コマから出展を受け付けています。

(石戸克典博士のビジネス・アドレスを9頁に掲載)