

ただいまご紹介いただきました池内平と申します。イタリア企業でありますフィアットグループの建設機械、農業機械部門のCNH社と日本企業の神戸製鋼の建設機械部門であるコベルコ建機の合併会社ニューブランドコベルコ建機で勤務しております。

本日は日伊経済協力の成功例として、CNH社とコベルコ建機の全世界市場を対象とした提携をご紹介させていただきます。2001年にコベルコ建機はCNH社と全世界包括契約を計画しました。提携の目的は、お互いの持つ強みを活かし、世界3位の建機メーカーグループになることでした。ちなみにCNH、コベルコ建機の両者はイタリア、日本だけでなく、全世界に多くの生産拠点をもち、全世界で建設機械の販売を行っております。

強みの活かし方に二つの方向性がございます。一つは製品補完です。コベルコ建機は油圧ショベルに強く、CNHはバックフォローダー、スキットステアローダー、小型建機に強みを持っています。この二者が組むことによって全商品レンジで競争力のある機械を提供できる仕組みが出来上がりました。

もう一つは市場補完、お互いの流通の強みを活かすことです。CNHは欧州、米州、中東、アフリカ市場で強く、コベルコ建機は日本、東南アジア、中国での事業展開に強みを持っております。お互いに強い市場を担当することによって全世界をカバーする販売の仕組みを作りました。

この二つ以外に提携効果として、製品の販売台数が増加します。ということは規模が確保できるということです。皆さんご承知のように、建設機械業界では環境保護を目的としたエンジンの排ガス規制が強化されております。建機メーカーの開発投資はほとんど開発規制対応に費やされているというのが現状でございます。従いまして競争力のある製品を市場に供給するためには、量を確保するというのが非常に重要な要素となっております。提携の効果は二社の売上が足せる訳ですから、量の確保にも十分活かされております。

では提携の結果はどうであったかかというのをご紹介したいと思います。建設機械業界では、キャタピラ社、キャットが建設界上位50社の売上合計の約20%を占めてトップでございます。2位はコマツ、コマツが約10%。キャット、コマツの二社で上位50社の約30%の売上を占める状況になっております。CNHの2007年度の売上高は製造業だけでUSドルで15ビリオン、そのうち建機が5ビリオンでございます。コベルコ建機は約2,3ミリオン。二社合計では約7,3ビリオンという金額になりまして、上位50社のうち3位グループを形成し、3位グループのトップに近い位置を占めております。提携はお互いの強みを活用して当初の目的は達成したという風に評価できると思っております。日伊企業が日本とイタリアの枠を超えて、全世界思潮で提携した例の一つとして皆さんにご紹介する機会をいただきました。ありがとうございます。

グローバル化が振興する現状で、今後の日伊経済提携の一つのモデルとしてご参考にさせていただければ幸いです。他のパネラーの方からもご指摘ありましたが、

やはり日本から物を買ってイタリアへ輸入する、逆にイタリアから日本に製品を輸出すると、製品のやりとりだけを二国間でやるのではなく、グローバル展開を考慮した提携の仕組みというのが、今後一つのモデルになってくるのではないかと私見ではありますが思っております。

最後短い方がよろしいということですので、これでプレゼンテーションを終わらせていただきます。どうもありがとうございました。