

株式会社セイコースプリング

海外進出のトップランナーとして、中小企業の中国進出をサポートする高精度ヘアスプリングメーカー

高精度・高密度のヘアスプリング（ヒゲゼンマイ）の製造・販売を手掛ける株式会社セイコースプリングは、積極的な海外展開でも知られる。同社の中国現地法人では、自社製品であるヘアスプリングの組立のほか、音響部品などの組立も請け負う等、幅広い活動を行う。同社中国現地法人の売りは、「まるで日本」である。1992年以來培ってきた豊富な精密組立ノウハウにより、安心・高品質・低コストのサービスを提供している。また、中小企業の中国進出をサポートするスペースレンタル事業も展開している。

●高い業界シェア、積極的な海外展開は、同社のDNA “品質第一” の考え方から

同社が製造するヘアスプリングは、主に自動車用のメーター、工業用・電気用計測機器などに使用されていて、国内でのシェアは70~80%、世界シェアも5~10%を占めるなど、業界トップ企業である。このシェアを支えるのが、同社のDNAである“品質第一”の考え方だ。「企業経営では、品質、納期、コストの3つを同時に考えろ、とよく言われますが、まずは品質ありきなのだと思います。コストや納期は、品質をクリアしてからの話。こうした考えは、多くを語らず・教えずという、一見放任主義の前社長である父から学びました」と宮沢寿社長は言う。この“品質第一”の考え方が、中国現地工場でも不良品を出さない信頼性を生み、海外への積極的な展開、そして発展につながっている。

●数多くの海外展開経験

同社は1964年に大手ぜんまい企業が分社化した折、全く製造業とは関係ない仕事についていた宮沢社長の父親が、縁あって社長に、祖父が会長となったことに始まる。当時、同社製品が使用されるアナログメーターは需要が拡大しており、作れば売れる、という状態であったという。

1980年代以降デジタル化の波は大きく、同社も大きな影響を受けることになる。そこで、同社は比較的早い時期から海外に目を向けることにした。まず、海外展開の第一弾として、客先の海外展開に合わせ、80年代に台湾現地企業に技術協力を行い、生産の委託や現地販売ルートを構築した。しかし、台湾はあつという間に人件費が高騰し、当モデルも数年で機能しなくなった。そのうち、当時の取引先日本企業が直接中国からの調達も考え始めていたことから、それを阻止するために中国最大のヘアスプリング企業に、25%出資し、上海に合弁会社を設立した。そのような目的の合弁会社であったこともあり、同社は合弁会社の経営にもほとんどタッチしなかったが、当初の目的は十分に果たせたという。その後、合弁パートナーの分裂もあり、現在は合弁も解消している。その他、韓国への輸出販売を

展開した経験も持っている。

●海外での飛躍

この様な海外展開の最中、経営の安定化には、100%出資の海外拠点設立が必要であることを感じた同社は、中国国内で進出候補先をいろいろと視察し、結果として1992年に福建省福清市に生産現地法人を作ることにした。これは、前社長が日本で知り合った中国人の地元だった。同現地法人は、当社製品の一部工程の加工を行うもので、経営は現地化しており、現社長も同社入社後、現地法人に2年程駐在したが、役職はなかったという。

現地法人を設立した当時は、大手がようやく中国に生産工場を持ち始めた頃で、中小企業の中国展開はこれから、という時代であったが、現地法人経営は順調だった。その後、当時スプリング事業に次ぐ主力であったコイルの現地生産化を足掛かりに、異業種である音響部品等も加工を手掛けることとなった。今まで延べ10社の組立を請け負い、今も3社が同社に加工を委託している。同社に加工を委託し、その後自前で現地法人を設立した「卒業企業」も3社に及ぶという。同社としては、こうした本業のぜんまい以外の組立請負を第2の柱として増やしていく他、中国展開を独自に行うにはハードルが高い中小企業に向け、工場スペースのレンタルを行う等、中国現地法人を活用したビジネスを拡大していく方針だ。

また、主要製品であるヘアスプリングの販売については、需要が頭打ちの日本よりも、今後は海外での販路開拓を進めていく考えだ。同社としては、人件費が高騰しつつある中国現地法人はそのまま残しておき、海外で新たに拡大した売上増加分について、中国以外の第三国で生産していくことを狙っている。海外での販路開拓に向けて、展示会・商談会に積極的に参加を行うほか、新たな生産拠点設立に向けた情報収集にも余念が無い。

今後も海外展開とともに、さらなる発展に向けて邁進していく。