

Title	卸売業の生き残りとグローバリゼーション
Author(s)	前西, 佳信
Citation	年次学術大会講演要旨集, 35: [14]-[14]
Issue Date	2020-10-31
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/17426
Rights	本著作物は研究・イノベーション学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Research Policy and Innovation Management.
Description	一般講演要旨

卸売業の生き残り と グローバリゼーション

○前西 佳信（エバオン株式会社）

ym@everon.jp

1. はじめに

弊社はベアリングを中心に伝導装置や産業用機器等を取り扱う商社で、林周二氏の「流通革命」^[1]で存続を否定された卸売業に従事しています。「流通革命」は1960年代に日本の先を行く米国を手本とし、最新の米国の状況を学ぶ為の啓蒙書として出版された。その前提は「日本の流通は旧態依然の非効率な商習慣のままである」ということで、その為、破壊して再生する必要があるとして「流通革命」なる言葉が流布されたと思われます。その内容を要約すれば、「問屋を中抜きにして、流通を簡素化して、消費者への販売価格を下げる」という事ではないでしょうか。しながら現在でも卸売が残っているばかりか、利益を上げ成長している卸売の会社も存在している。またネットワークを使った新しいビジネスモデルも育っているという現状は「社会において必要とされるものは存続していくはずである」ということを物語っているのではないのでしょうか。

また在庫は悪だと喧伝されて久しいのですが、弊社は真逆に在庫の充実に力を入れています。更に販売商品の拡充の為に、グローバリゼーションの波に乗り日本のマーケットに無い商品を海外に求め、進化に努めています。逆に、海外からも多くの商談が寄せられるなど、卸売業が国際貢献、地域創生の要となっています。この様な目まぐるしく変化の時代であっても会社を存続させる為に弊社として様々な方策を立ててきたが、それらが有効であった事を検証したいと思います。

2. 軸受製造会社と軸受について

先ず軸受に関する説明をさせていただきます。

現在使用されている軸受の原型は映画「ベンハー」に登場する戦車チャリオットの車輪と車軸の間に使用されていた。材質が違っただけで我々が専門用語でニードルベアリングと呼ぶ軸受と同じです。復元された軸受の最古の例としては、ローマ皇帝カリグラ（在位 37 年—41 年）が建造させたネミ湖のローマ船が紀元 40 年ごろに湖底に沈み、それが 20 世紀に発掘された時に出てきた、女神像を回転させるための回転テーブルの軸受用の木製の玉も有名である。また所謂保持器（リテーナー）をレオナルドダヴィンチがアイデアスケッチとして残している。これは玉と玉が接触しない画期的な部品である。この様に軸受は古代より存在する重要な機械部材の一つであり、これなしでは機械産業や我々の生活も成り立たないと言っても過言ではありません。

では世界の主要な軸受製造会社と、それぞれの成り立ちを簡単に説明します。

① 1872 年より。ドイツ FAG, 自転車用の軸受製造から。自動玉製造装置を発明

現在はシェフラーグループの一員

② 1899 年より。米国 TIMKEN, 馬車用軸受の製造より始まる。馬車に使用されるテーパー型軸受に強く、今も車関係で使用するテーパー軸受はインチサイズである。

- ③ 1907 年より。スウェーデン SKF、繊維機械用の玉軸受の製造から。自社のスウェーデン鋼を材料として使用。市場占有率一番。高速新聞輪転機の軸受でこの会社でしか作れない物もある。戦艦大和の主砲の旋回座軸受はこの会社の物だと言われている。
- ④ 1914 年より、日本精工株式会社が日本で最初に軸受製作、量産を始める。
- ⑤ 1918 年より、NTN 株式会社が三重県桑名で深溝軸受の研究開始

軸受の種類：深溝玉軸受、アンギュラ玉軸受、円筒ころ軸受、円すいころ軸受、針状ころ軸受、自動調心ころ軸受

軸受の用途：自動車関係に大量に使用されている。エンジン、ミッション、車軸、電動で動く座席、サンルーフ等。

日本の軸受が安価であるのは、自動車用に大量生産されている事も一因です。

家庭で使用されている家電にも多く採用されている。また橋脚の支柱、カーテンウォール建築の窓口枠、大阪南港高層ビルのガラスが風の圧力で動くように軸受の一種が採用されている。要は軸受のない生活は存在しえないと言える。産業のコメと呼ぶ事に相応しい軸受は、弊社の売上高の 50%を占める。そして軸受は卸売に適している商品である。

3. 企業の永続、理念経営

3.1. エバオン株式会社の概略と戦略

エバオン株式会社は 1937 年に軸受販売業として創業された商店が起源である。そして 1954 年に株式会社とした。現在は軸受を中心にして機械産業に使用される、また必要とされる様々な商品を販売している^[2]。また 2006 年より「EVN」なる独自ブランドを立上げ、販売に取り組んでいる^[3]。EVN 商品は各種プーリ、精密ロックナット。三名の技術部と営業部が連携して販売に取り組んでいる。

弊社売上比で軸受が大きい、下記の様な商品も販売している。

減速機・電動機、伝導機器、直動機器・シャフト、スプロケット・チェン、伝導ベルト・搬送ベルト、油圧・空圧機器・コンベア、搬送機器、ハンドル等、切削工具、電動工具・作業工具、加工品、サイクロ部品、電気部品・センサー類、カップリング等、測定工具

また、軸受けが卸売に適しているのには以下の理由が考えられる。

- ① 発注してから納期が長い。2-3 年必要とされる商品もある。
- ② 世界中、同じ型番である。数字で品番が表記されている。
- ③ ファッションが無い。型式が陳腐化しない。製造会社では 7 年を製品生命としているが錆びない限り使用可能性がある。古い機械の補修で 20 年後でも販売出来る可能性がある。

製造会社もある程度の在庫を準備しているが完璧ではない。それで弊社の在庫に引合が寄せられる。どれだけの在庫量と品種を揃えているかが卸売の競争力の源泉である。他社が持たない在庫を持つ。それが「感動のある在庫」。こんな物を持っているかと客が驚き感謝する。ロングテール戦略も大切である。また口コミで宣伝してくれる。何でもあると信じてくれる様なになれば存在価値が増す。また引き合いは情報である。その引き合いの商品が無ければ、在庫を置けとの情報である。在庫の販売先は、全国の同業他社への卸売、各種機械製造会社への直販、補修部品として種々の製造会社への販売。製鉄所、ガラス産業、紙オムツメーカー、化粧品製造会社など、また大阪造幣局も貨幣を製造

している、製造装置の保守部品が必要で、弊社の顧客の一つである。近年では通販業者も顧客の一つである。海外への輸出も（大半が軸受業者）、中南米、米国、中国、韓国、そして東南アジア諸国。日本国内で在庫切れしている商品を世界中で探して客に届ける事も重要な仕事である。

3年分の在庫量を誇る米国の同業者も、また軸受だけで500億の年商の商社も存在する。在庫は「悪」ではなくて「在庫は力」となっている。

さらに弊社は日本のマーケットに存在しない種々の軸受を以下に示すハノーバーメッセ^[4]等の展示会で調査し、日本へ紹介、販売している。独自商品を持つ。価格決定権のある商品を拡充する事に努める。これも会社の存続の重要な要素である。

3.2. ハノーバーメッセ 2019

ハノーバーメッセ 2019 はドイツ・ハノーバーで4月1日～5日で開催された世界最大規模の国際産業見本市で、インダストリー4.0 や 5G 通信、モーション&ドライブ、総合エネルギーなどのテーマのもと、約6500社が出店し、約22万人が来場した。同展で展示されたベアリング&モーション技術関連の新技术を見て回った。ブランド「SMG」はスラスト荷重とラジアル荷重を同時に吸収できるプラスチックボールベアリングを紹介していた。日本ではエバオンが販売代理店を務めている。ブランド「Franke」は内外輪をワイヤーで構成することで軽量コンパクト化を図った「ワイヤー・レース・ベアリング」を展示した。日本国内ではエバオンが販売代理店を務めている。

弊社の海外製品ラインアップのいくつかを示す



ワイヤーレースベアリング



薄肉
ボールベアリング



プラスチック
ボールベアリング



油圧プーラー

ブランド：Franke

ブランド：Sliver Thin

ブランド：SMG

ブランド：OMAR STAR

特徴：軽量コンパクト化

特徴：省スペース
軽量化

特徴：薬品対応可能
高温対応可能
メンテ不要
軽量化

特徴：容易な
機器の取付け

3.3. 問屋、卸企業の機能

- ① 情報機能。販社として顧客情報を製造会社へ伝達し、また新商品情報を顧客へもたす事である。
- ② サービス機能。受注商品を指定された場所へ配送する。配送という問題に50年ほど前に着目した人物がいた。弊社主要取引先の現NTNの社長である。製造会社が数多くある代理店へ直接配送するより市内の一つの販社へ集中して配送し、そこから小口配送をすべきと弊社に配送センターになるように提案があり、現在の弊社本社と倉庫のビル建設となった。
- ③ 保管機能。各種顧客の為に在庫を準備。日本国内と世界中から寄せられる引合が何かは不明であるので十分な在庫が必要である。何をもって十分かは非常に難しい問題ではあるが。
- ④ 金融機能。製造会社が直接販売出来ない不安要素がある顧客などは販社へ移管する。製造会社への支払手形の期日は短い、通常顧客からの受け取る手形期日は長い。

3.4. 弊社の問屋、卸売りの生き残りの条件

以下の3条件が必要ではないでしょうか。

- ① 製造会社、メーカーが取引したくなる販社であること。単に商品を拡販するだけでなく顧客、エンドユーザーの要求・需要をフィードバック出来る事が大切である。小売店、エンドユーザー、製造会社のネットワークの中心となる事。
- ② 独自商品を持つ。価格決定権のある商品を持つ。
- ③ 素早い対応。製造機械の故障で時間単位での損失を防ぐため緊急の配送を求められ新幹線や飛行機での配達も辞さない。中国の軸受販売業者から直ぐに商品が必要とのことで、翌日の飛行機で配達。

4. まとめ

問屋は商品を右から左へ動かすだけでは存続出来る事はないのです。弊社は40数年前から商品の販売、調達のグローバル化を計って来ました。海外部を立ち上げ輸出から始め、円高進行の為、輸入にも力を注いできました。特に日本で存在しない商品の発掘、それを日本の市場へ投入する事で問屋としての存在価値を高める努力してきました。更に外国人の雇用も数十年ほど前から実施しています。そしてその経験を活かしてボランティアで留学生の就活を指導支援しています。

現在はコロナ禍で、大幅に売り上げが下がり、どの会社も大変な苦境に陥っています。しかし何故会社が存在するかということと、働くとは何かという事が今一番重要な事である。収益・利益は会社を存続する為に必要であるのは当然である。会社にとって利益は、人間にとって酸素や水や血液の様なものである。

しかしながらそれ以上に大切なものが理念であり、会社という組織は理念と利益の両方を目的として追求しなければならない。

極論すれば会社は理念の実現の為にあり、我々は理念の実現の為に日々活動していると言っても過言ではありません。弊社の進む道は明確です。商品を通じて顧客に喜んで頂く会社、役立つ会社でなければ存続し続ける事は出来ない。その活動の為に切磋琢磨し、学び、人間として成長出来る会社になる様に絶えず挑戦を続けなければならないと肝に命じています。

参考文献

[1] 問屋無用論

<https://ja.wikipedia.org/wiki/問屋無用論>

[2] エバオン株式会社—ベアリングを中心に伝動装置や産業機器等を扱う総合商社

www.everon.jp

[3] EVN 製品情報/エバオン株式会社

www.everon.jp/evn/index.html

[4] ハノーバーメッセ 2019 が開催、ベアリング&モーション関連の最新技術が集結

<https://bearingmotion.mechanical-tech.co.jp/node/9282>