

新聞與活動 NEWS

- 台湾三菱電機、家電の自販開始 (Daily NNA報道)



Daily NNA (亞洲經濟情報紙) 10-09-14

三菱電機、家電の自販開始：

冷蔵庫・除湿機シェア10%目標

台湾三菱電機が今月から家電製品の自社販売を始めた。長く代理販売を務めていた地場の家電大手の経営破たんなどに伴う措置だ。1年で販売店を100社確保し、大型冷蔵庫と除湿機のシェアで10%を目指す。今後は得意とする高性能・多機能製品を順次投入するほか、台湾でふとん乾燥機の委託生産、販売にも乗り出して攻勢をかける。【志村宏忠】

同社の前身である毎路企業は1978年の設立。同業大手、歌林（コリン）との協力関係はその前後からにさかのぼる。しかし2008年7月、出資していた液晶テレビの米シンタックスープリリアンが事実上倒産、歌林は巨額の売掛金が回収できなくなるなどしたため経営難に陥った。

昨年4月に現職に就任した村田行雄董事長兼總經理は当初、長く友好関係にあった歌林の早期再建に期待したが、従前通りの関係の維持は困難と判断、6月末に代理販売契約を解消した。

他の理由もある。別の家電大手と新たに契約を結ぶ選択肢もあったが、「販売店と歌林を通していため、消費者の生の声が届きにくい状態だった。家電メーカーは市場に近い場所に存在するべき」（村田董事長）。そこで自社販売に切り替えた。

これに伴い担当部門を改編、空調冷熱家電事業部が生まれた。本社から家電担当部長を迎えたほか、歌林の元販売幹部も採用して態勢を整えた。

製品は日本やタイから輸入していることから、台湾での販売にあたっては電圧を調整したり、認証取得のために規格を改めなければならない。こうしたコストを考慮して、高級品に限らず中級品にまで対象を広げる。

村田董事長によると、台湾三菱電機の年間売上高は100億台湾元（約260億円）前後。このうち、空調機が中心の空調家電部門の比率を現在の10%から、家電の自社販売開始を機に15%、将来は20%にまで引き上げたい考えだ。

“三菱だけ”の製品で勝負

まず大型冷蔵庫と除湿機でシェア10%を狙う。冷蔵庫でも高級品は50%に設定した。目標達成のため販売店を100社確保する計画だ。来年には蒸気の出ない炊飯器や、紙パックのいらぬサイクロン式の掃除機など日本国内で“三菱だけ”を売りにした製品の販売も予定している。液晶テレビも今後の検討対象となりそうだ。

今秋から地場企業へのOEM（相手先ブランドによる生産）でふとん乾燥機の生産に乗り出し、日本や台湾での販売も計画している。また、円高が続いているため液晶パネルやプロジェクターは地場の電子大手に生産委託を進めている。

三菱電機は高性能・多機能を売り物に、日本では業界標準よりも高めに価格設定している。台湾市場での勝算はあるのか。

「台湾の消費者の嗜好（しこう）は日本人とよく似ている。日本で人気の商品への興味、関心が高く、日本でよく売れた物は台湾でも売れる。日本で不評だった物は台湾でも売れない。そうした傾向が強い。日本で好評の製品は台湾でも十分に勝負できる」。村田董事長はこう話し自信を見せた。