



木股 昌俊

KIMATA Masatoshi

クボタ
社長

世界と戦う、世界で戦う

— 世界中のお客さまから信頼される グローバル・メジャー・ブランドをめざして —



当社は、「グローバル・メジャー・ブランド クボタ」を標榜し、今では、北米、欧州、アジアを中心に、50を超えるグループ拠点を持ち、売上の海外比率も7割に迫るまでになりました。グループ全体の社員数35,000人の内、3分の1ほどが海外の現地社員です。また、経営の現地化も進めており、カナダや英国、タイをはじめ、トップに現地社員を据えている、もしくは経営の実務面を任せせる形をとっている海外子会社も増えてきました。

タイが大洪水に見舞われた2011年、私はクボタのタイ子会社の社長を務めていました。工業団地が浸水するなか、現地社員は必死で会社を守ろうと夜を徹してがんばってくれました。現地社員の登用に不安を覚える方もいらっしゃるかもしれません、信頼関係を築いていれば、これほど頼もしい存在はありません。

グローバル化推進の大きな理由としては、われわれが生産・販売している製品類のうち、特に農業機械の特性として、現地でしかわからないことが多くある、ということがあります。甲子園の何十倍もあるような米国の畑で、どうやって麦を育て農機を使うのか。タイのキャッサバという、日本ではまずお目にかかるないような、イモの栽培やそれに適した作業機器の開発など、現地のノウハウを持つ現地社員の存在があつてこそ、事業展開を進めることができます。

米国での販売会社の本社は、今までカリフォルニア州に置いておりましたが、来年、農業地帯がある中西部に近く、米国の中に位置するテキサス州に移転することにしました。市場に最も近いところでお客様の声に耳を傾け、スピード感をもって応じることで感動を与えることができるようとの思いからです。現場との距離をより近づけることで、日本からの社員と現地の社員がますます手を携え、海外市

場で打ち勝っていきたいと考えています。

海外での戦い方を考える一方で、国内でも海外を相手にいかに戦うか、ということも重要です。グローバル化を見据えた環太平洋パートナーシップ(TPP)協定は、日本の農業にも大きく影響を及ぼすことが予想されます。外国の農産物に負けないためには、とりわけ農業の大規模化による取り組みが重要です。そのためには、より効率の良い農業機械の導入とともに、農業のICT化が欠かせません。例えば、当社で開発したコンバインは、コメを刈り取る際に、その水分量、食味、生育状態などをセンサーで感知できます。そのデータをもとに、刈り取ったコメの乾燥の仕方を変えたり、また、翌年以降の田植えや肥料のまき方を加減することが可能になります。ICTを活用し、いかにコストを下げつつ収量と品質を上げるか。日本の農業の活路を開くべく、当社も全力で農家の皆さんをサポートする所存です。

さて、海外での事業拡大を進めるクボタですが、創業以来、本社は大阪に置き続けてきました。この地で育てていただいたという感謝とともに、大阪・関西に対する愛着もひとしおです。大阪に本社を置くことに不便を感じることはありませんが、一つ言うとすれば、空の利便性。各国に拠点を持っている関係で、私も含め、当社の社員は世界中を飛び回っていますが、日本からの長距離国際路線については、成田空港を利用せざるを得ない場合も少なくない現状があります。関西の企業が一層グローバル化し、需要が高まれば、関西空港からの長距離便の拡大にもつながるのでは、と期待しています。それが関西経済のさらなる発展をうながすはずです。

創業して今年で127年。これからもクボタは、大阪を本拠に、関西とともに飛躍し続けたいと思います。

(談)