



朝日電装株式会社 代表取締役社長 山田和紀

朝日電装は 60 年にわたり、二輪車、船舶、PWC、ATV、スノーモバイル、建設機械、産業機械、農業機械などに使用されるスイッチ、ロック、電気機器を提供し、自動車業界の重要な役割を担ってきました。

同社は、アクセルポジションセンサーの世界最大のサプライヤーであり、ヤマハ、スズキ、カワサキ、ホンダ、トライアンフ、ドゥカティ、KTM など、国内外の主要な二輪車ブランドを顧客としています。代表取締役社長の山田和紀さんに、同社の製品や技術について、また、なぜ同社が大手二輪車メーカーの重要なパートナーとなっているのかについて、話を聞きました。

御社の簡単な紹介をお願いします。

当社朝日電装は 1961 年に設立し、今年が創立 60 周年になります。

資本金 8000 万円で、静岡県浜松市に本社を置き、隣の磐田市には金型製作や樹脂成型を行う工場を持っています。

二輪車、マリン、特機など、車両に使用されるスイッチ、ロック、電装品を扱っています。

当社の強み・独自性は、設計・製造段階から販売・マーケティングまでの一貫したプロセスにあります。

二輪車については、ヤマハ、スズキ、カワサキ、ホンダなどの国内主要メーカーのほか、トライアンフやドゥカティ、KTM などの多くの海外メーカーとの取引もあります。

当社の総売上高の約 45%は二輪車用スイッチ、電子部品で、APS(アクセルポジションセンサー)やハンズフリ

ーイグニッションスイッチなどの製品があります。実際、当社はアクセルポジションセンサーの世界最大のサプライヤーです。

マリン製品は海水などの厳しい環境下に耐える必要があるため、朝日電装のマリン製品は完全防水はもちろんのこと、塩つきやリークなどにも耐えられるよう設計されています。

また、当社の製品は農業機械や建設機械、レジャー用のモビリティにも使用されているため、粉塵の多さや気温の高低などの環境条件に影響されないようにしなければなりません。

朝日電装は、いかなる環境でも的確に作動する製品を設計し、責任をもって製造しています。



アクセルポジションセンサー、スマートシステム、コントロールレバー

御社は厳しい価格競争にさらされており、特に中国や韓国では、より安価な労働力を使って製品を複製することができるため、製品価格が安くなっています。どのようにしてグローバル市場での競争力を維持しているのですか？

価格だけを考えれば、確かに中国などと競争するのは難しいでしょう。しかし、朝日電装が大切にしているのはQCD、つまり品質、コスト、納期であり、この3つの要素が組み合わさることで強い競争力を持つことができます。当社は最高の品質を保証した上でコストをできる限り下げ、さらに迅速なデリバリーを実現しています。かつてアジア市場の一部では、安価な二輪車や部品がよく売れた時代がありましたが、二輪車には品質が必要だと認識されました。このことが、当社がシェアを獲得・維持することができた理由だと思います。

御社の強みのひとつに「品質」があるとおっしゃいました。現在、御社は海外に生産拠点を持っていますが、お客様に日本製と同等の高品質な製品を提供することをどのように保証しているのでしょうか？

当社では、海外で生産する製品が日本製の製品と同じ品質であることを保証するために、グローバルな品質基準を採用しています。この基準を達成するために、当社のエンジニアを海外の拠点に派遣して現地スタッフを教育したり、お客様にお会いしてご要望を確認したりしています。また、海外の品質保証担当者を定期的に日本に呼んで会議を行い、基準を維持しています。彼らは、台湾、タイ、ベトナム、インドネシア、インドの各拠点から来ており、日本でトレーニングを受けています。共通認識に基づいた効果的なコミュニケーションを図るとともに、各国の有益な知識を日本のものづくりに取り入れるようにしています。

御社では、「スマートシステム」という盗難防止技術を開発されました。この技術がどのようにしてユーザーのバイクのセキュリティを守っているのか？、もう少し詳しく教えてください。

スマートシステムの特徴は、物理的なキーを持つ必要がないことです。リモコンを使ったり、キーレスでエンジンをかけたりすることができます。現在、お客様と相談しながら、盗難を防ぐための統合システムを開発しています。遠隔操作で二輪車を盗むことができる、いわゆる「リレーアタック」に対抗しようとしているのです。

ホンダの元社長によると、二輪車産業は今後数年間で 7.5%の成長が見込まれているとのことです。実際、2030年には、東南アジアでは 5 人に 1 人がバイクを持っていると言われています。この成長をどのように利用し、業界とともに成長するために、どのような戦略をとるのでしょうか。

かつては中国が二輪車の年間販売台数でトップでしたが、現在はインドが年間約 2,000 万台から 2,500 万台を販売しているのに対し、中国と ASEAN はそれぞれ約 1,500 万台を販売しています。世界の二輪車生産数は年間約 5,000 万～6,000 万台ですので、その多くをインドが占めていることになります。

私たちはインドや ASEAN 諸国に焦点を当てています。私たちはタイ、インドネシア、ベトナムに拠点を持っていますが、これらの国で大きなシェアを持つホンダやヤマハとは密接な関係にありますので、今後も彼らと協力して製品を開発していきたいと考えています。

ASEAN 諸国では、バイクは通勤や日常の移動手段として使われていますが、インドの市場は少し違います。彼らは日常生活では小さな二輪車を使いますが、同時に 300cc 以上の大きな二輪車も持っています。私たちは 2 年前にインドに工場を立ち上げたばかりなので、インド市場にどのようにアプローチし、浸透させていくか、どうやって市場に関わっていくかを考えているところです。

また、欧米や日本の市場では、二輪車は趣味やレジャーで使われることが多いので、日本の四大メーカーやトライアンフ、ドゥカティ、KTM などの海外メーカーと協力して、次世代の商品を開発しています。



朝日電装の海外拠点

貴社が製造する部品は、世界中のさまざまな環境で使用されなければなりませんが、そのようなさまざまな気候や条件の中で、どのようにして信頼性を確保しているのでしょうか？

風雨にさらされ厳しい環境で使用される二輪車のスイッチは、高レベルの耐振性、耐候性が求められます。また限られたスペースでユーザビリティを確保するため、人間工学的なアプローチも必要です。二輪車分野で培った技術を、より環境条件の厳しいマリンや農機具・建設機械などの他の車両に使うことに注力しました。

私たちは、製品の品質チェックやテストを何度も行い、その結果を開発サイクルにフィードバックして、製品に最適な品質レベルを実現しています。

これらの条件をクリアし、弊社製品の高い性能と信頼性は世界で認められています。

2019 年、日本企業は研究開発に 19 兆円を投資しましたが、そのうち 5 兆円は自動車産業とオートバイ産業が占めています。海外の読者にお伝えしたい今後の技術や製品はありますか？

他の多くの日本企業と同様、当社も研究開発に力を入れています。例えば、人材面では、本社に約 550 名の社員がおり、そのうち約 100 名が研究開発部門に所属しています。これは、生産ラインのスタッフに次いで多い人数です。

また、インドだけでなく、タイにも R&D センターを設置しています。タイの拠点は ASEAN 市場に対応するためのものですが、なぜ海外に拠点を置くのかというと、二輪車の用途や嗜好は地域ごとに異なるため、市場の中に地理的に位置していた方が市場調査や開発がしやすいからです。

現在、日本、インド、タイの各 R&D と緊密に連携して、新しい研究開発のターゲットを考えていますが、残念ながら現時点では新製品の情報は公開できません。

最近では、ハーレーダビッドソンが生産拠点をアジアに移すなどの動きがあります。アジアに生産拠点を設けたいと考えている欧米の企業と提携する予定はありますか？

欧米の企業に代わって生産拠点を設立することはありませんが、すでにアジア地域に生産拠点を持っている企業との関係はあります。例えば、タイにある当社の拠点は、同じくタイに拠点を持つトライアンフと連絡を取り合っています。同様に、イタリアのピアジオ社はベトナムに工場を持っているので、ベトナムの拠点を通じて取引をしています。

今後 5 年間で、仕事面でもプライベートでも、どのような目標を達成したいですか？

この質問には、売上や利益の数字をどれだけ増やしたいかで答えることもできますが、私はそれよりも、従業員の基本的な幸せを重視しています。

会社は誰のためにあるべきかという問いには、ステークホルダーのためとか、お客様のためとか、いろいろな答えがあると思いますが、私は会社の最も基本的な責任は、社員の幸せにあると考えています。社員が幸せでなければ、クライアントや代理店、ステークホルダーを満足させることはできません。

ですから、5年後には当社の社員全員が幸せだと胸を張って言いたいですし、それは2年前にCEOに就任したときにも言ったことです。

どうもありがとうございました。