

# 挑む

モノづくり ヒトづくり

「日本市場は飽和して海外に打って出ないといけない。かなり前に中国から進出し、インドネシアとインドにも工場を造ってきた。海外事業がようやく動き始めている」

―成長地域は。

「インド特装車メーカー子会社のサトラックが極東開発工業の売上高の約10分の1と想定以上に成長した。営業利益率も約8%と高い。2020年に買収したコロナ禍が収まりつつあった22年6月に初訪問した。協業先の現地トラックメーカーからの評判もかなり良い」

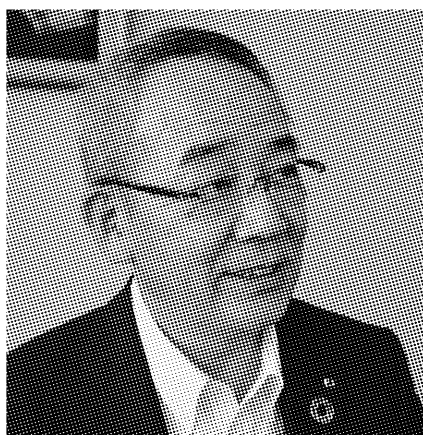
―サトラックの強みは。

「考えが日本に近く高品質で顧客を増やそうとしている。顧客との信頼関係がベースなのと同じ。しかし技術者は定期的に検定試験を受け、資格を失うと作業

（大阪・田井茂）

―ダンプトラックなどの特装車で高シェアを握っています。経営課題は。

「国内市場では競争力をどう高めますか。国内ではR&Dと生産性向上に投資を続ける。電気自動車（EV）のゴミ収集車など次世代車両を開発する。同時にIoT（モノのインターネット）や人工知能（AI）で特装車の保守効率と安全性を向上させ、付加価値を創出する」



極東開発工業社長

布原 達也氏

## 特装車でアフリカ市場へ

できない。日本と違い合理的に評価され報酬も決まる。トップの会社になろうと士気が高まっている」

―インドの成長戦略は。

「当社からサトラックへ製造の社員を送り技術交流したい。経営管理も1人か2人送り込み、当社並みの企業規模を目指す。インドからはアフリカが視野に入る。アフリカも国土開発のため特装車が必要。次の経営世代になろうが、サトラックを拠点にアフリカ市場に入りたい」

―中国はいかがですか。

「人件費が上がり政治的リスクも高い。日中対立で輸出入で困ったこともある。だが中国は大量にモノづくりができ、部品はまあ安く手に入りやすい。日本だと人手不足や高コストで造れない部品を調達する拠点にしていきたい」

―国内市場では競争力を

どう高めますか。

「国内ではR&Dと生産性向上に投資を続ける。電気自動車（EV）のゴミ収集車など次世代車両を開発する。同時にIoT（モノのインターネット）や人工知能（AI）で特装車の保守効率と安全性を向上させ、付加価値を創出する」