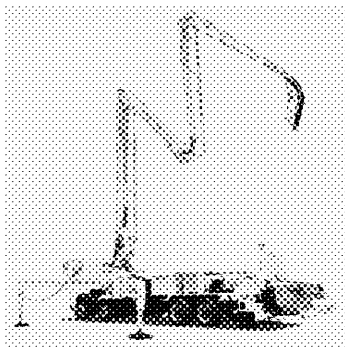


## コンクリートポンプ車 特販部

# 極東開発、海外勢に対抗

## 営業改編 ニーズ把握 顧客と関係強化

極東開発工業はコンクリートポンプ車の営業体制を改編する。特装事業部にコンクリートポンプ特販部を4月1日付で新設する。特販部はコンクリート工事のニーズを把握し顧客との関係を強化するほか、コンクリート装置の新たな需要を開拓する。同社はコンクリートポンプ車で国内70%の高シェアを握る。しかし大型技術などで優れるドイツや中国、韓国勢も参入を始めている。競合に備え、競争力を強め対抗する。



▲極東開発工業はコンクリートポンプ車で国内シェア70%を握る。

極東開発工業にはコンクリートポンプ車の販売とサービスを手がけるコンクリートポンプ営業部がある。コンクリートポンプ特販部は同営業部と協力し、省人化や低炭素化などニーズをつかみ、顧客との結びつきを強める。

する装置のディストリビューターも販売を促進する。同特販部には他部署の兼任も含め4人配置する。特装事業部におけるコンクリートポンプ車の売上高比率は10%。需要が強まれば増員も検討する。コンクリートポンプ車はビルの高所などに打設するコンクリートを圧送する。圧送作業は建設現場の人手不足やコスト削減から、省人化ニーズが強まる。工事の低炭素化も求められている。同特販部はIoT（モノのインターネット）による車両の稼働監視技術などで、保守や車両トラブルなどの課題解決を提

案する。人工知能（AI）の装備や電動化の開発促進も目指す。同特販部はディストリビューターの拡販にも注力する。高所作業の効率・省人化、品質に優れ、コンクリートポンプ車と異なる需要を見込める。ディストリビューターが適する工事案件に提案し、販売を拡大する。

日本では法規制に基づきコンクリートポンプ車の市場が形成されている。トップは極東開発工業だがドイツ、技術力を高めた中国、韓国のメーカーも、日本に適合する機種で参入。日本にはない大型技術なども有する。極東開発工業は競争激化を想定し、体制を強化し対抗する。