

## 今月のピックアップ

### マイクロニクス社がロシア進出

電子計測器・情報通信機器の開発・製造を行っているマイクロニクス株式会社は今般、ロシアで携帯電話や電機メーカーなどに販路をもつラインテスト社と代理店契約を結び、マイクロニクスの主力製品のひとつ、無線の通信品質を測定するスペクトルアナライザ（以下、スペアナ）を販売することとなった。ロシア市場は、世界の各地域で代理店網を広げきたマイクロニクスにとって唯一の空白地域であったが、今後は通信品質向上へのニーズが高まっていくとみでの判断である。そこで今回は、同社の田仲克彰社長より、ロシア市場進出までの経緯と今後の展望について話を伺った。

\* \* \* \* \*

**契約締結までの経緯** 田仲社長がロシア市場に注目し始めたのは2006年頃である。それまでは「同国には電子計測器の市場がないという認識」であり、すでに海外の代理店19社と販売契約を結んでいたマイクロニクスにとって、「唯一すっぽり抜けている市場」がロシアであった。

「BRICsの1国として注目していたところ、ラインテスト社が当社のスペアナを扱いたいとコンタクトをとってきたのです。その際の先方の要望は『ロシアの認証GOST-Rを取得するコストを負担するので、独占代理店契約を結ばせてほしい』というものでした」

マイクロニクスにとってみれば、ロシアにいくつも代理店をつくる必要はなく、むしろ1社にしっかり自社製品を売ってもらう方が望ましい。ラインテスト社を代理店とした決め手については、

「ラインテスト社とメールでやり取りをしていて、その文面から計測器のことをよく知っていることがわかったのです。また、当社の米国代理店、B&K Precision社がラインテスト社と代理店契約を交わしていたことも理由のひとつでした。B&K Precision社は当社の海外代理店のなかでは唯一のメーカーで、米国市場ではダブルブランド“B&K Precision & Micronix”で販売しています。ラインテスト社は1年前からB&K Precisionブランドを扱っており、B&K Precisionの社長から、(ラインテスト社は)信頼できるとのお墨付きをもらいました」

**ネックとなるロシアの認証** スペアナは小型・軽量（1.8kg）なので1箱に10台は入れられる。ロシアへは航空便での輸送が可能である。問題はGOST-Rだ。

「たとえば欧州向けに輸出する場合、CEマークをとらなければなりません。CEを取得すれば、EU諸国ほか24カ国に輸出ができる。ところが、GOST-Rの対象国はロシアだけ。しかも認証は各製品に求められる。今回、ロシア市場への

導入を検討しているスペアナには4モデルあるので、すべてを供給する場合には認証を4つ取得しなければなりません」

GOST-R取得のコストはラインテスト社が負担するというのが今回の代理店契約だが、ラインテスト社によると、認証取得には半年かかり、料金はCEマークなみ（1製品につき100万円以上）だという。

「私たちがこれから行うロシアビジネスの唯一の問題はGOST-Rといっても過言ではありません。無茶を承知で日本政府に要望を言えば、GOST-RやCEマークといった相手国の規制に一元的に対応していただきたい。日本の認証を取得すれば輸出できるというのがベストなのですが」

ちなみに中国では、（少なくとも電子計測器に関する）認証の必要はない。米国にはFCC（Federal Communications Commission）が出す認証があるものの、製品の品質を保証するという性格のもので、それがなくても販売はできる。

**中国での問題** マイクロニクスの主要輸出国のひとつは中国であるが、同国では製品の故障率が異常に高いという。

「当社は、自社製品に1年間の無料保証をつけており、各国で1年以内にどのくらいの故障が生じているかのデータを取っているのですが、全世界での故障率が0.5%であるにもかかわらず、中国は10%を超えている。おそらく過大電圧を入れているからでしょう。でも相手は入れていないという。日本の他社でも、検査器が壊れたというクレームが頻繁にくるケースがありました。原因を分析すると、無理なことをしたとしか考えられない。それでも無償交換をしなければならず、しかも交換品に対しても関税が課されるという。さすがにそれは非関税にしてもらったようですが」

故障やクレームの原因が先方の取扱にあったとしても、現地では代理店の印象が悪くなってしまふ。マイクロニクスは世界各国の代理店に対して、製品に関することだけでなく、故障やクレームへの対処に関する教育も行っているが、とく中国には毎月1回、本社社員を派遣しているという。



左: マイクロニクス  
代表取締役社長・  
田仲克彰さん

右: 同社のスペクトル  
アナライザ



**海外シェア拡大のために** 現在、マイクロニクスは海外売上比率は3割だが、今後はその比率を高めていく意向である。現在、海外代理店で販売しているのはスペアナだけであり、その他の製品——EMC試験システム（電子機器が発する、他の機器に影響を与える不要ノイズを計測するシステム）、シールドボックス（携帯電話などの無線機器が発する電波を検出する電波暗箱）、ETC自動試験システム（有料高速道路自動料金収受システム）などを拡販していきたいが、各国の規格の違いや、大きいシステムゆえの輸出の難しさもあるという。

「ただ、ロシアは今後も天然資源の輸出に頼るだけではやっていけないと思います。いずれ無線情報通信網のインフラを整備しなくてはならない時がくるでしょう」

情報・通信分野での需要が伸びるのは確実である。問題はその速度。田仲社長は市場の動向を見据えながら、ロシアビジネスを展開していくつもりだ。

（聞き手：ロシアNIS経済研究所 調査役 芳地 隆之）