

巻頭言

Foreword

米国市場とホリバ製品

U.S. Market and Horiba Products

ホリバの商品は“計測機器”というジャンルに入る。一口に計測機器といっても、自動車とか家電とかいう個々の区分と異なり、内容的には非常に広い範囲を含んでいる。我社の商品ラインアップを見ても然りで、超小型のpHメータから自動車用テストセル一式まで、サイズのにも、価格的にもダイナミックレンジは圧倒的に広い。

堀場製作所の米国子会社である HORIBA Instruments Inc. にあっても、現地での開発品も含めて、その取扱商品は非常に多種類になっているが、それ等を米国マーケットと重ね合わせると、米国経済の現状がよく見えてくる。

米国は久方ぶりの好況に沸いている。我々の対象とする業界のうち、自動車、石油、電力などはまさに良くなっており、半導体業界に至っては、最近の活況は目を見張るものがある。しかしながら、さらによく米国の現状を観察すると、必ずしも“全面高”と思えないのも事実である。巨額の財政赤字を受けて、政府プロジェクトはあちこちでカットされているし、冷戦終結を受けて防衛関連産業は大打撃を受けている。また、個別分野内での各企業間の格差は非常に大きく、良い所と悪い所がくっきりと分かれているなということがそこここに感じられる。米国の好況は、平均値をみればまさにその通りだが、中身は“外科手術”で健康になったわけで、その背後には切捨てられた産業や、企業が落ちこぼれているのが実情のようだ。この点が、全てが横ならびで動き、平均値からの偏差が小さい日本社会とは本質的に異なっている。その多様さは日本的常識を大きくこえており、さらに、この広いダイナミックレンジこそが米国の強さの源だとわかってくる。

ホリバは技術を中心として発展してきた企業である。従って、その商品開発は伝統的に“先ず技術ありき”であり、それがホリバの商品の優位性を生み出す原動力となってきた。しかし、販売の前線部隊からみると、同じ技術に基づいているとは言え、互いに全く関係のないマーケットに商品売りに行くケースも少なくなく、営業効率が悪化しがちであったことも否めない。もしこれがホリバの多様な商品の中身であるならば、少し考え直した方がよさそうだ。米国社会の本質的な強さがその多様性にあるように、ホリバの商品の広いダイナミックレンジを真の強みに結びつけるためには、単純な事だが、“マーケットをきちんと視野に入れた開発”しかないと感じている今日この頃である。



HORIBA Instruments Inc. 社長
林 祐次

Yuji HAYASHI

HORIBA Instruments Inc.
President