

「METALEX2024レポート」

11月20日～23日にかけて、ASEANで最大の工作機械・金属加工技術イベントである『METALEX 2024』が開催されました。38回目の開催となる今回、出展社数は2023年の766社から743社に減少しましたが、来場者数は2023年の98,686人から101,937人へと増加しました。カウント上は3.3%程度の増加ですが、実際に訪問すると明らかに来場数は増加しており、少なくとも日系ブースで聞いた限りでは全社昨年より訪問対応、名刺交換数も増えているとのことでした。

過去の来場者は以下のとおりです。

年	来場者数
2018年	99,998人
2019年	100,475人
2020年	53,112人
2022年	29,204人 (※2021年開催はコロナ禍の影響により延期 2022年3月に『METALEX March』として代替実施)
2023年	98,686人
2024年	101,937人

今年はコロナ禍前の最大来場者数であった2019年の100,475人を上回る結果となりました。しかし、タイ国内の自動車産業の不振等から製造業の景気は全体的によくはないため、タイ国内の企業が現状打開の情報収集を積極的に行っているという背景も大いに関係していると言えそうです。また後述のとおり中国やインドからの訪問が増加しているためそちらも増加要因の1つとして挙げられます。

その他、主な出展社の国籍を昨年と比較すると以下のとおりです。ただし、自社国籍は複数自己申告が可能なため、各国籍は申告数の述べ社数となります。

2023年 (計766社)	中国213社、日本175社、タイ企業103社、台湾企業88社、ドイツ企業71社、 米国企業52社、韓国企業48社
2024年 (計743社)	中国253社、日本175社、タイ企業151社、台湾企業99社、ドイツ企業96社、 米国企業50社、韓国企業59社

中国企業が増加していますが、増加分の実際の印象としては「中国地方自治体から補助金などの後押しで出展したとみられる、タイ法人のない中国企業」が会場端の方に小規模のブースで多数出展しているという状況でした。端エリア自体の人通りは極端に少なく、会場での中国企業の存在感自体は昨年とあまり変化していない印象です（ただ昨年、中国企業の存在感が大きく増し、日系企業の間で大きな話題となりました）。

また、タイ企業が増加していますが、こちらは実際にタイローカル企業に聞いてみると「主要国以外の出展社集めに苦戦していたようで、直接当社に声掛けがあったので出展した」という背景があるようです。

次に実際に会場にてヒアリングを行った在タイ企業について、主なコメントをまとめます。

① 工作機械・工具商社（日系・大手）

METALEX 第1回からずっと出展しているが、いつも出展場所にこだわっている。今回のメイン展示は「自動化」だが、新しい試みとして、当社取り扱い製品を組み合わせることで機械の周りにロボットや工具類を配置するなど、顧客にとって実際の使用イメージを持ってもらえるような展示を行った。来場者自体が多く、景気に関わらず積極的に投資を考えている企業とも出会っているため、満足している。逆にいえば投資を考える企業と諦めている企業で二極化している。

また、昨年度展示までで中国企業からの問い合わせの増加を感じたため、中国支社から中国人人材を呼び寄せ中国企業の対応をしているが、今のところはうまくいっている。「中国語を話せる人材」ではなく「中国人人材」でないと信用を得にくく、商談が進みにくいというのが業界の定説だったため、思い切って対策した。

② 工作機械・省エネソリューション商社（日系・大手）

昨年までの費用対効果を考慮し、ブースを少し小さくして出展した。問い合わせは増加したので満足している。意外なニーズとして建材部で扱っている日本製物置の注目が高かった。タイローカル企業からもタイ製、中国製は錆びやすく、また隙間も多いので蛇や虫が入ってきて困るとの声をたくさん聞いた。ただやはり値段を聞くと一旦持ち帰って考えるという反応なので不確定要素は強い。また、タイローカル企業は展示会で話をして、その後連絡しても返事がないというのが普通なので具体的なフィードバックが得にくい。

METALEX に集中投資せず自発的に顧客接点を作る必要があるため、来年頭には自社展示会をタイでは初めて実施する。タイで機会になると考えている「CO2削減」「省人化」「水害対策」「地域・遠隔医療」をキーワードに攻勢をかけたく関係企業を揃えた。

③ 石油製品メーカー（日系・大手）
今年度は炭化水素系洗浄剤をメインで出展。昨年より来場者の積極性は高く、日系企業においては環境改善に予算が付き始めた企業がいくつか出てきたようで大手日系プラモデル製造工場担当者から洗浄剤について引き合いがあった。また、中国、インド系来場者の訪問も多かった。 石油由来製品への問い合わせでは部品材料において「金属から樹脂へ」の傾向があるため、ロボットメーカーなどから「樹脂でこういった歯車が作れないか」などの問い合わせがあった。
④ 電動・制御器メーカー（日系）
2022年から出展を開始し、3年目になるが、ようやく効果が出てきたと感じている。昨年度名刺交換数が4日間で120枚程度だったものが、最終日午前時点で280枚を超え、機械メーカー（日系）等から引き合いがあった。 中国企業からの問い合わせも多いため中国支社から中国人材を連れてきて対応している。ただ、中国企業は支払いサイトなどかなり不利な条件で交渉してくるため、タイ企業との関係を深める方が良いと考えている。
⑤ 産業用ロボット商社（シンガポール系）
垂直多関節ロボット、ロボットパレタイザー、搬送ロボットをメイン展示としたが、一番問い合わせが多かったのが搬送ロボットだった。中国製で値段は250,000パーツ程度（約110万円）と導入しやすい。また、現状運搬にかかっている工数、人件費はイメージしやすいため費用対効果も計算しやすい事から具体的な引き合いが多かった。 当社はシンガポール系でありながら、日本人スタッフによる体制を強化しているため「安価だがサポートもしっかりしている」というイメージを出展により作れている。ただ、Tier1以上の大きな工場では「運搬とパレタイジングを両方できる機械はないか？」など現時点では汎用型の中国製品で対応できない個別要求もあったため、今後の課題としたい。

ただ、企業によってはネガティブな声もあり、ある日系省エネ関連商社からは「出展料が段々高くなり（最小20万パーツ 約90万円～）、入場者は確かに増えたが費用対効果が薄いため来年は出展をとりやめる」という声もありました。また、2年に1回の出展と明確に取り決めている日系大手企業もいくつかありました。

②のコメントでもあるようにタイでの日系企業のプレゼンス向上にオールジャパンで取り組む新しい取り組みも見られることから、より在タイ日系企業同士の連携や交流も重要視されると考えられます。

