



機体に搭載した物体検知センサとカメラで、機械を中心にした俯瞰映像を運転席内のモニターで確認できる「エアリアルアングル」。運転の安全性を高め、接触事故低減に寄与する機能だ。

に使うオイルの状態が性能を左右する。オイルの状態が悪いと故障やマシントラブルの原因になる。

ConSite Oilはセンサーによってオイルの状態を常時モニタリングしてAIで解析する。品質劣化や異常を検知すると建設機械の所有者やディーラー、さらに日立建機にデータが共有される。トラブルの発生を防いで稼働時間を長くし、ライフサイクルコストを低減できる。

■「空撮の目」で、より安全に

さらに作業現場の安全性を向上させる「AERIAL ANGLE（エアリアルアングル）」機能も標準搭載とした。オペレータは運転席にしながら、建設機械の周囲の様子を上空から俯瞰しているように見渡せる（写真左上）。

油圧ショベルには機体の左側にオペレータが乗る運転席があり、右側には掘削用のアームがある。このため、運転席からは機体の右側が見えにくく、そこに人などが近づくと事故の原因に



Bablito Cardoso
Sr. Director, Mining Equipment

なりかねない。自動車でも最近は、後ろに下がって駐車する際に「上からの視点」で運転している車の周囲の状況を観察できるシステムが搭載され始めている。これを建設機械にも応用したのがAERIAL ANGLEだ。

■南米は鉱山機械を重点投入

日立建機の米州事業は、中南米もカバーする。北米のメインが建設・土木工事現場向けなら、中南米では鉱山機械が主軸となる。「中南米でディーラーがあるのはブラジル、チリ、ペルー、コロンビア、スリナム、メキシコ。ドミニカ共和国に1つ、カリブ海地域にもう1つのディーラーがあります。当面の目標はすでに進出しているこれらの国で存在感を高めることです」

こう説明するのは、22年1月から日立建機アメリカに参画している鉱山設備担当でシニア・ディレクター、バブリトン・カルドソ（Bablito Cardoso）だ。ブラジル出身で鉱山機械と建設機械業界でのキャリアが長く、欧州市場や南米子会社の運営を担当したという。

カルドソは「鉱山機械はお客さまとの密接な関係が非常に重要です。ディーラーも販売・サービス体制が強力でなければならず、共同でお客さまに提案する必要があります」と話す。鉱山機械は大きいだけでなく、非常に過酷な条件で長期間の稼働が必要になるからだ。鉱山機械が活躍する南米などの鉱山は、市街地から遠く離れた場所にあり人財確保が難しい。そこで24時間・365日の連続稼働をす

るケースがほとんどだ。

「鉱山機械1台の購入で、年間6000～8000時間（24時間稼働で年約250～330日間）の稼働を10年間続けたいと求められる。また鉱山の現場には、平均して6～8台のダンプトラックと1台の鉱山用油圧ショベルがあり、これらを一緒に購入してもらえるチャンスもあります。長時間の稼働を止めない各種のシステムやテクノロジーが不可欠です。メーカーとディーラーが一体となってお客さまに信頼していただく必要があるのです」（カルドソ）

そこで日立建機も、人が運転せず自律走行で動かすことが可能なダンプトラックを中南米のマイニング産業向けにまもなく提供する。「当社技術の肝は安全性です。トラック同士が衝突を避けられる鉱山運行管理システムや、ダンプトラックの周囲を見渡せる



中南米に向けて、超大型油圧ショベルやダンプトラックなどのマイニング製品の販売・サービス拡大を強化している。

AERIAL ANGLEなどの搭載が役立ちます。巨大すぎて周りが見えないダンプトラックが駐車する時や、走行中にも別のトラックと衝突する前に停止できる機能もある」とカルドソは言う。ほかにも高度車体安定化制御技術で横すべりが起きにくく、冬には雪が降る南米高地の鉱山で安定走行を実現している。「これら技術がマイニング事業向け製品の販売では非常に強固な武器になっています」（カルドソ）

マイニング向けでも営業戦略の基軸となるのは油圧ショベルだ。この地域の販売戦略は、鉱山用の油圧ショベルが軸となる。鉱山開発向けの大型油圧ショベルは高性能で堅牢な油圧ポンプ技術が欠かせない。

「日立建機の強いブランド力と信頼性のある油圧ショベルとダンプトラックを一緒に売り込めるのは当社の強みです。すでに進出している市場で鉱山機械の評判を高めながら、第2段階として周辺国でもディーラーを開拓して鉱山機械の販売だけではなく、ディーラーのサポートもしていく。これが日立建機の南米戦略です」と、カルドソは意気込む。

北米でも中南米でも、日立建機が市場を開拓していくには「お客さまに信頼されることが最も重要です」と、オーロウスキーは強調する。油圧ショベルを中心に「TRIASやConSite Oilといった技術で燃費性能を改善し、長時間の稼働も可能になれば、確実にお客さまの信頼を勝ち得ることができま

す」とオーロウスキーは続ける。日立建機アメリカで米州全体のセールス部門を管掌する副社長、サイモン・ウィルソン（Simon Wilson）は「北米は今後数年間、非常に強い市場であり、中南米も非常に高い水準で需要があるとみています。この市場環境は、今後も拡大すると思っていて、私たちにとって非常に興味深い機会となるでしょう」と力を込める。

米州各地で新しい日立建機ブランドを頼りにし、期待しているお客さまは、まだまだ開拓できそうだ。

販売拡大へ パートナーシップを強固に 部品供給やレンタル事業も拡大

日立建機アメリカのアル・クイン社長が「今回の米州事業の自社独自展開で最大のチャレンジになる」と語るのが部品事業の基盤整備だ。工事現場では土やコンクリート、鉱山では岩などを掘削したり運搬したりするため、油圧ショベルならアーム先端に取り付ける「ツメ」などのバケット部品や、足回り部品を中心に消耗が極めて激しい。

■利益率の高い部品事業を強化

こうした部品を販売する事業は、消耗品であるだけに流量も多い。日立建機の2022年3月期の業績をみても、建設機械向け部品サービスや鉱山機械向けの部品サービス部門は連結売上高のそれぞれ10%、合計で20%を占めるほど、割合の大きな事業となっている。

ただ、これまではディア社が部品供給を担っており、日立建機は直接的には部品事業を展開できていなかった。「ディア社に日立建機の純正部品を供給することもありましたが、数は限定的でした。ほぼゼロから部品事業を立ち上げる必要があり、これはクイン社長が言うように最大の挑戦でした」。こう話すのは、日立建機アメリカの副社長でカスタマーケア担当の田中大慶だ。

日立建機アメリカは部品倉庫を



Simon Wilson
Vice President Sales



田中大慶
Vice President, Customer Care

ジョージア州ジャクソンに開設した。ディア社との提携解消が発表された21年8月19日から、日立建機が独自事業に乗り出す22年3月1日まで、わずか5カ月余りでの完成だった。

「お客さまの要請に応じて部品を欠品なく届ける稼働率を『フィルレート』といいます。当社が22年3月から部品供給を始めてみると、まだまだ行き届かない面もありますが、フィルレートはようやく納得できそうな数字が出るようになりました」（田中）と、手



「ConSite」では機械の状態を把握し、高度なメンテナンスを行うことができる。

応えを感じ始めている。

田中は「もっと現場の事情が分かれば、カスタマーサポートを確実に充実できる」と確信しているという。「現場でのテクニカルサポートは、実際に機械を設計・製造してきたメーカーである我々の方が優れていると自負しています。今後は現場の事情を理解して、それに合う部品を用意して素早く届ける体制づくりにも注力しなければならない。米州の各現場で、稼働を止めずに工事をより効率化できる部品を、当社ならもっと供給できるはず。今後はそれを証明したいですね」と田中は述べる。

日立建機は2016年12月に、米H-E パーツ・インターナショナルと、豪ブラッドケンを買収した経緯がある。いずれも米州での鉱山機械向け部品供給に高い実績を持つ会社で、両社の販売する製品や部品供給のノウハウを生かし、連携して市場の開拓に取り組んでいる。

そして部品事業でもConSiteのようなテレマティクス技術を活用したサービスソリューションを導入していく計画だという。田中は「定期交換品ではない部品の構造物疲労を判断する『ConSite Mine (コンサイト・マイン)』という技術を広めたいと考えています」と打ち明ける。減多には壊れないが取り替えるとなると高額な部品は、交換時期がいつくるのか、これまでは把握できなかった。急に必要になっても配送に時間がかかり、現場の稼働を

止めてしまうリスクがある。

「交換時期がある程度分かれば、日本の部品センタから持ってきて最善のタイミングで遅延なく届けられます。そういうシステムを説明すると『それは面白い、ぜひ導入したい』と積極的なディーラーも多く、これがアメリカの強さだなと実感させられましたね」(田中)

日立建機がトップランナーとして、部品事業をどう拡大するか、田中は知恵を絞っている。

■中南米でもレンタル事業参入へ

日立建機が米州事業として、もう1つの柱として育てようとしているのがレンタル事業だ。それも北米だけでなく、「中南米でも需要があると考えている」と、セールス担当副社長のウィルソンは予測する。「北米はインフラ整備や再生可能エネルギーの発電施設などで使う建設機械の需要が、今後数年間は非常に強い。そして中南米でも各国の経済が拡張期にあり、鉱山開発だけでなく建設工事需要も拡大が見込めます。レンタル事業が大きな部分を占める可能性があるでしょう」とウィルソンは説明する。

今後、南米のいくつかの国でレンタル事業に参入するアイデアがあるが、焦点となるのは北米だと明かす。日立建機アメリカのレンタル事業者向けの



Jason Mizen
National Rental Accounts Manager

営業担当マネジャー、ジェイソン・ミゼン (Jason Mizen) は「レンタル部門は成長を続けていく。レンタル会社向けの新車販売も含め、将来的には売上の約3割にまで高めたい」と話す。

建設機械レンタル事業者への機械の納入は、2017年から日立建機アメリカが単独で始めたホイールローダではすでに多くの実績がある。ウィルソンは「北米で培ったレンタル事業の専門知識を生かし、これから盛り上げていく中南米で日立建機アメリカは重要な役割を果たすことが可能です。その初期段階に参入し、新しいアイデアを提供し、市場の成長をサポートできるチャンスです」と力を込める。

中南米では国によって求められる機械のサイズは異なるが、すでにディーラーなどからは「日立建機と組みたいとの申し出がたくさんある」とも述べ、今後は具体的な交渉に入っていく計画だ。



22年3月に稼働を開始したジョージア州にあるジャクソン部品倉庫。取り扱う部品点数は7万種類にのぼり、米州全域に供給する部品を保管している。

デ ィア社との提携解消をきっかけに、大きな変化の時期を迎えた日立建機の米州事業と、それを主導する日立建機アメリカ。21年8月に約40人だった従業員数は、新たな人財100人と、日本の日立建機からの駐在員40人を迎えて、現在は180人体制に拡大した。

その多様な人財が集まる組織を1つにまとめる規範であり哲学としての役割を果たしているのが、日立建機の「Kenkijin スピリット」だ。

Kenkijin スピリットは3つの「C」が思想の基盤となる。

- ・Challenge (チャレンジ精神)
- ・Customer (個客志向)
- ・Communication (風通しの良さ)

世界の日立建機グループで大切にしてきた価値基準であり行動規範は、これからビジネスを広げる米州でも重要なキーワードだ。

■多様な人財を1つにまとめる指針

日立建機アメリカのCEOを務めるアル・クインはKenkijin スピリットについて、「非常にオープンで透明性が高い文化で、物事をよりよく実行するために個人的な意見を述べることを奨励する習慣」と説明する。「皆が話をして、意見が違っても攻撃しない。でも一度決めたら皆で実行します。独裁やトップダウンではなく、全員が貢献しながら製品とプロセスを改善することです」と話し、これが「多様な人財が集まる日立建機アメリカでうまく機能している」とみる。

副社長のサイモン・ウィルソンは「従業員やお客さまとしっかり話し、組織全体のどこを修正し、どこを変えて提供するサービスを改善するかを考え尽くすこと」と解釈する。「例えば、機械を購入したお客さまだけでなく、購入を見送ったお客さまの話もよく聞くようにしています。私たちがしなかったこと、できなかったことがあれば、そこを修正してより良い方向へと成長できる機会になります」(ウィルソン)

中南米担当のシニア・ディレクター、バブリトン・カルドソはKenkijin スピリットを「会社と一致した目的を持つこと。会社の目的は何かを理解し、その目的に沿った手段を理解し、会社を成長させ、会社と共に成長させるためにツールや権限を使うことを意識しています」とした。レンタル事業担当マネジャーのジェイソン・ミゼンは「お客さま一人ひとりが本当に何を求めているかをチームワークで考えること」だと考える。

個々のお客さま＝「個客」に利益をもたらすため、じっくりと意見を聞いた後に、社内では徹底的な話し合いや意見交換を交わし、新たに必要になっ



クイン社長は、多様な人財が集まる日立建機アメリカにおいて、Kenkijin スピリットはチームをまとめる指針になると語る。

たことには果敢に挑戦する――。新しいチャレンジに日々立ち向かっている日立建機アメリカでも、Kenkijin スピリットは着実に行動指針の軸になっているようだ。



米州での 挑戦の日々に根付く 「Kenkijin スピリット」

3
chapter
kenkijin spirit
in Americas