日刊建設工業新聞　1月20日

アジアで攻勢

海外事業を積極化

「中国の市場は04年に大きく落ち込んだが、05年前半に底を打ち、回復基調に転じている。マーケットは、従来の沿岸部に加え、内陸や東北など地方にも拡大している。また、5・5トンや7トクラスのミニ油圧ショベルの需要が高まるなど、機種が多様化し始めた。今年中旬には、中国仕様の5・5トンのミニ油圧ショ対応するため、昨年12月に増資を決定し、出資比率を20%から40%に高めた。今後は、日立の技術を盛り込んだ機種を増やし、市場での優位性を一段と高めたい」

「発展途上国を中心に需要が好調に推移している道路機械事業については、スウェーデンのメーカーとの合弁解消を機に単独展開していく。道路機械は、道路の施工方法などにより仕様が決まるため、国ごとの品ぞろえ

スタートさせた中期経営計画の最終年度であり、07年3月末までにD/Eレシオ（借入金/株主資本=財務の安定性を示す指標）で1倍以下にすることが大きな課題だ。経営計画の目標に掲げた営業利益率10%、経常利益率8%は既にクリアしているが、D/Eレシオだけが未達（05年上期1・1）となっている。生産管理の仕組みを改善し、棚卸し資産を減らすことにより目標を達成させ

日本建設の事業譲り受け

機動建設工業

機動建設工業は19日、日本建設（大阪市中央区、積山吉積社長）の建設事

ネット販売開始

冷凍空調機器 業務用冷凍空調機器

東京冷凍空調事業協組

東京冷凍空調事業協同組合（沖原正宜理事長）は、冷熱業界で初となる業務用冷凍空調機器の本格的なネット販売を2月1日から開始する。ネット販売事業を実際に行うのは、同組合と組合員の出資により昨年9月に設立されたエアコンネットマート（東京都港区、沖原正宜社長、http://www.airconnetmart.com）。ダイキン工業、三菱電機、日立製作所、三洋電機、東芝など主要メーカー約10社がデータ提供や販売に協力している。

従来、業務用冷凍空調機器は、機器メーカーから一次代理店、二次代理店を経由して事務所、ビル、店舗などの最終ユーザーに販売されていた。一方、エアコンネットマートのネット販売では、これらの流通経路をショートカットし、最終ユーザーが機器メーカー、機器の種類、価格を比較しながら最適機器を選択することを可能とし通じて顧客満足度を向上、売上高・利益の増加を目指す。

らにハウレッシュ政策の強化で増収増益の基盤を固めていく。

ハウレッシュ政策は、既設販売ネットワーク（7チャンネル・230店）を対象に、リフォームの取り組み強化や、湯周り商品の提供などを

普通圧タイプ商品化

透明継ぎ手

シーケー金属

高層ビル、大型施設の消

外面透明被覆継ぎ手

クや、内部からの漏水、外部からの浸水の有無といった確認が容易になる。また余ねじ管理による高い施工精度を実現す

賀詞交歓会

技術で勝負する時代

東地方支部（川崎東人支部長）は12日、東京都合東区