

「ネプロコンアジア2019」レポート

6

マス商事は、ヤマハ系企業を対象にビジネスを発動機の代理店としてスを行っている。ヤマハブースに参加した。

易摩擦の影響が表れて「ネプロコンアジア」への出展は中国ビジネスの拡大の一環で、4月

マス商事／マストレーディング(深圳)

作業だった部分は手で

ヤマハのブースに参加

設備ニーズ対応ソリューション提案

析する。

とも出品した。

らインライン型へと変わってきた」と製品の最近の動きを述べる。同社は日本や海外で顧客を対象にした「プライベートセミナー」を開催し、中国でも好評を博している。今年はそのそれぞれの顧客に応じたテーマで、個別のセミナーを計画する。廣瀬副総経理は「しばらく厳しい状況が続くが、こうした時期は顧客とのパイプをより太くするため、個別のセミナーなどにより顧客ごとに異なるソリューションを提案したい。華南地区は設備が大切に長く使う傾向があり、そのため設備の老朽化も進んでいる。面積生産性を高めた最新の実装機を提案し、需要を喚起したい」と事業拡大に取り組んでいる。

（つづく）

（西山正茂）

中国はマストレーディング(深圳)をへつ2019にもヤマハな

産を移す動きが盛んにライン化するなどの動きがある。また、AG

ヤマハ発動機は実装機、印刷機、ディスプレイ、外観検査装置、2OR、YSM4ORを主力に販売している。YSM4ORはL

り、中国に進出する日(深圳)の廣瀬幸治副

景気低迷の中にも生産自動化に対するニーズは依然として高い。同社も表面実装工程における自動化提案を積極的に進めている。高い自動化ニーズ

総経理は「18年夏頃まで続いた製造業の活発な設備投資は昨秋の以降、急速に冷え込み

景気低迷の中にも生産自動化に対するニーズは依然として高い。同社も表面実装工程における自動化提案を積極的に進めている。高い自動化ニーズ

廣瀬 副総経理

もEMS企業が投資



マス商事はヤマハ発動機の代理店として参加した

（つづく）

（西山正茂）