

# 外松勝司

ERBS ENGINEERING

## エルビス エンジニアリング 社長

そとまつ・かつし／七十一歳。鹿児島県出身。貿易ひと筋で四〇年、インドとのビジネス歴もほぼ同じ期間の大ベテラン。一九七八年エルビスエンジニアリングを設立。

### 負担できるリスクは負う 意外な医療大国を支える インドビジネスの達人

年率六〜八%の高成長を続けるインドは意外にも、世界屈指の医療大国だ。海外で最先端の医療を学んだエリート医師が、帰国して病院を開くからだ。その医師たちが欲しがるのが、欧米で使っていた先端の医療機器。もちろん、経済発展著しいインドでは電子部品や電気製品へのニーズも高い。

そんなマーケットを狙い撃ちしているのが、外松勝司が率いるエルビスエンジニアリングだ。インドを中心とした南アジア地域に、医療機器や電子部品、電気製品を輸出する。多くの日系企業がインドの成長に乗り遅れるなか、売り上げ、利益を着実に伸ばす数少ない勝ち組企業である。二〇〇五年

一二月期には増収増益で年商二七億円、経常利益一億三七〇〇万円を達成した。

### 債権回収に困るも ラジオとテレビの 大量受注で挽回

一九三四年、五人兄弟の末っ子として鹿児島県に生まれた外松。早世した父親に代わって、母親が農協で働き、五人の子どもを育ててくれた。高校三年生になった外松は突如、「弟を大学に入れて、母親を喜ばせたい」という次兄から横浜に呼び寄せられる。

「横浜といえば貿易だ」。外松は、海外への憧れから大学で貿易学科に進む。就職したのは老舗の電子部品メーカーだ。当時はトランジスタラジオの大ブーム。海外からの注文がひっきりなしにやってくる。だが、この会社には貿易担当者がおらず、新入りの外松に輸出担当の白羽の矢が立った。

**見** 積みから書類の作成まで、誰かに聞くわけにもいかず、専門書をひっきり返し、独力で仕事をマスターした。やがて一人前になった外松は、メーカーの貿易担当ではもの足りなくなり、電子部品を扱う商社に転じる。

三三歳にして営業部長として迎えられた外松が驚いたのは、社長

### わが社は これで勝負!

インドに25、バングラデシュ、ネパールにも1つずつ張り巡らされた営業・サービス拠点。従業員も150人を超え、年々拡大を遂げている。現地は、大手商社で修業を積んだ息子の伸章氏が仕切っている



T.Usami

の徹底した顧客サービスだった。昼は、どんな小口の注文がきても徹底的に探す。夜になれば毎晩接待。週末は外国人の顧客を観光に連れて行く。この徹底したサービスは外松に受け継がれ、仕事の基礎となっていく。

転職して二〜三年たった頃、初めて海外に行くチャンスが訪れた。ところが、その仕事は東バキスタン（現バングラデシュ）での債権回収という厳しい仕事だった。しかも、事態はかなりこじれていた。売り先の社長が死んで、御家騒動が勃発。政府との交渉もあって、なかなか事態は進展せず、時間は

ERBIS  
ENGINEERING  
CO., LTD.



かりが過ぎ、結局、回収はうまく  
いかなかった。  
ただし、転んでもただでは起き  
ないのが外松の真骨頂。空いた時  
間を使って、当時、一つの国だっ  
た西パキスタン（現パキスタン）  
へ行き、松下電器産業のラジオキ  
ットを大量受注。三〇〇〇万円も  
の大仕事をやってのけた。  
この商社で、インドなど南アジ  
アでの経験を積み重ねていった外  
松に転機が訪れたのは、七八年の  
こと。「貿易会社をやめたい」と、  
社長が言い出したのだ。

### 信頼関係が大事 もし裏切られても 平然と仕事を続ける

三人の食べ盛りの子どもを抱え  
た外松は転職も考えた。だが、「家  
庭は自分の働きで守れるから、思  
ったとおりの仕事をしてほしい」、  
そんな妻のひと言で会社を起こす。  
それがエルビスエンジニアリング  
である。

**「最** 初は日本のメーカーからは  
相手にされないだろう」と  
考えていたが、早々に大手家電メ

ーカーの課長から電話が入る。「水  
臭いじゃないか。ウチの商品は、  
お前が売ってたんだろう」。それか  
らは、以前の取引先から注文が相  
次いだ。ちなみに、エルビスとい  
う社名は、当時の大口取引先の頭  
文字を取ったものだ。

外松がビジネスで最も大事にし  
るのが、顧客との信頼関係だ。そ  
こから生まれたポリシーが、「挽回  
できる範囲のリスクを負え」であ  
る。それが、いまや主力事業であ  
る医療機器の商売を呼び込んだ。

八〇年代初頭、夜中に突然、イ  
ンドの取引先から電話が入った。  
「五〇〇万円くらい用立てしてくれ  
ないか」。相手は、旧知の間柄だっ  
たインドの代理店。「もちろん、い  
いよ」外松は即答した。驚いたの  
はその取引先ではなく、電話の向  
こうにいた東芝の医療機器の担当  
課長だった。じつは、このインド  
の代理店は日本の大手商社にファ  
イナンスを依頼して、インドに医

療機器を輸入するはずだったが断  
られ、東芝の担当者と飲みながら  
対策を練っていたのである。そこ  
で、インドの代理店が思いついた  
のが、旧知の外松だった。

こうして始まったインドでの医  
療機器ビジネスは年々拡大、今で  
はインド内外で三八もの病院を経  
営するアポロ・ホスピタルをはじ  
め、いくつもの大口先を抱える。

「年間七回、二週間ずつはインドを  
訪問して動き回る」と精力的。イ  
ンドを中心に張り巡らせた海外拠  
点は二七、従業員も一五〇人を超  
えるが、「まだまだ伸びる」と今後  
に自信を深めている。

難しいといわれるインドのビジ  
ネスだが、「短期的視点で実績を求  
めない。裏切られてもともと。も  
し裏切られても、何事もなかった  
ように仕事を続けることが大事」。  
そう言って笑った。

（敬称略） 本誌・佐藤寛久

## 医療先進国 インドの 成長に乗る

