

海外市場戦略

世界各地のニーズを捉えた
商品戦略・地域別戦略で、
成長を加速していきます

執行役員 海外営業本部長
木全 良彰



2024年は、地政学リスクが一層顕在化するなど環境変化の激しい1年となりましたが、海外事業は引き続き好調な欧州事業が牽引し、中期経営計画で定めた2025年の売上・収益目標を1年前倒しで達成することができました。

また、同年にスタートさせた「プロジェクトZ」にて、2030年までに海外売上高を現在の500億円規模から800億円を目指す「成長戦略」を策定し、海外事業の成長を加速していきます。具体的には、特に環境意識の高い欧州での電動製品の開発、北米AGCO社との協働による同社Massey Fergusonブランド力の向上、アジア稲作圏では日本市場で磨いてきた高機能商品の投入などの「商品戦略」と、イギリス販売代理店の子会社化を含めた欧州3子会社を通じた販売地域の拡大、アジアにおける新規取引などの「地域別戦略」を、環境変化に負けない強靱な実行力をもって展開していきます。

プロジェクトZ

成長戦略

地域別戦略の展開

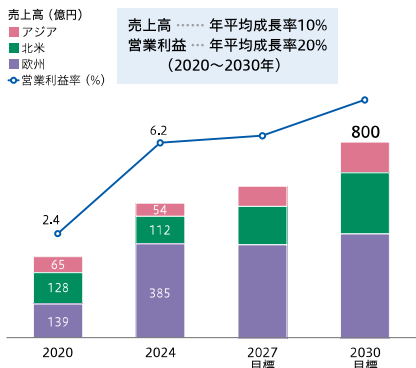
- 欧州事業の拡大
ーイギリス販売代理店プレミアムターフェア社の連結子会社化完了

商品戦略

- Non-Agri商品の拡充、環境対応型商品の投入
※Non-Agri製品：農業用以外機械（景観整備機械等）

効果 ▶ 2027年増益効果
10億円程度（2023年比）

連結売上推移（地域別）



地域ごとの施策

欧州

欧州3社体制 + 電動・ロボット商品

北米

AGCO社との協業深化 + 現地市場調査による需要発掘

アジア

- 東アジア
現地実演とサービス支援強化による井関ブランドの定着 + 大型・先端商品
- アセアン
ISTファームマシナリー社を核に新規取引国拡大 + TAFE社サプライチェーンを活用した商品競争力向上

プロジェクトZ施策① 地域別戦略：各代理店との協業を深め、事業拡大を加速

欧州

自治体から景観整備作業を請け負うプロフェッショナルユーザーを中心に、公園の草刈りや道路清掃、除雪作業などに使用される景観整備用機械(Non-Agri製品)を提供しています。

2025年1月にイギリスのプレミアムターフェア社を連結子会社化し、ISEKIフランス社、ISEKIドイツ社を含めた欧州3社体制を確立しました。欧州3社体制で共同購買を通じた商材の拡充、在庫の一元管理による資産効率向上などの施策を通じてビジネスの拡大を進めています。また、当社が50年以上にわたるヨーロッパでのビジネスの中で蓄積したノウハウや技術力と、欧州3社それぞれの強みを最大限に活かすことで、ヨーロッパの景観整備市場において、お客さまのニーズに最適なソリューションを提供するエッセンシャルパートナーとして、事業拡大へ邁進していきます。

▶ No.1ブランドの地位を確固たるものにし欧州売上高400億円超へ



北米

農業機械のグローバルメーカーであるAGCO社をビジネスパートナーとし、同社Massey FergusonブランドのトラクタをOEM供給しています。北米市場において、当社製トラクタは主にプライベートユーザーを中心に、軽土木作業や庭の整備、寒冷地での除雪作業といった幅広い用途で使用されています。OEM製品の提供を通じて、個人の豊かな暮らしの実現をサポートしていきます。

アジア

東アジア

近年、アフターサービスへのニーズが益々高まる東アジアにおいては、現地で販売代理店と連携し、実演会支援やシーズン中のサービス応援などの取り組みを強化することで、ブランドイメージおよび、お客さま満足度の一層の向上に向けて取り組んでいきます。

アセアン

人口増加が著しいアセアン市場においては、更なる新規取引国拡大を図り、当社連結子会社である販売拠点のISTファームマシナリー社と生産拠点のPT井関インドネシアを核にアセアン周辺各国へ販売・サービス、デリバリーという充実した供給体制を構築し、各国の食料需給問題の解決に貢献していきます。



北米：トラクタでの除雪作業

海外市場戦略

プロジェクトZ施策②

商品戦略：将来の自動化を見据えた先端・電動商品の投入と農業の生産性向上

欧州

環境意識の高いヨーロッパでは、環境対応型商品に対する要望が高まっています。こうした市場ニーズに対応すべく、当社は2023年に発売した電動乗用草刈機「SXGE2」を皮切りに、電動製品のラインアップ拡充を進めています。また、自社製品に加え、ロボット草刈機や電動多目的車両といった仕入れ商品の取り扱いを拡充し、ヨーロッパにおける景観整備市場でのプレゼンス向上を図っていきます。



欧州：公園やスポーツ施設での草刈り作業に用いられる電動乗用草刈機

北米

広大な北米市場は、気候や作業環境、用途などにより、地域ごとにニーズが大きく異なるという特性があります。当社はこうした多様な市場特性を踏まえ、地域ごとの作業形態に即した製品の拡充を進めています。

その一環として、アメリカ北部およびカナダ向けには、冬季の除雪作業など寒冷地特有の用途に対応した製品の拡充を図っています。

2025年にはAGCO社の新外装デザインを採用した新型機を投入しました。本機種では、外観の刷新に加え、シートの快適性向上やHSTペダルの操作性改善など、ユーザーにとって快適な操作環境を実現しています。



北米：軽土木作業や草刈り等を行うプライベートユーザー向けのコンパクトトラクタ

アジア

● 東アジア

日本と同様に農業従事者の減少や高齢化が進む東アジア市場では、日本の先進技術を搭載した大型製品を投入し、より効率的で環境に配慮した農業の提案で事業拡大を図ります。

2024年には、リアルタイム可変施肥田植機の販売を開始しました。余分な肥料を節減して低コスト農業に貢献するとともに、環境汚染を防ぎ、地球にも優しい製品としてお客さまからも好評をいただいています。日本で培った優れた技術を武器に、今後も市場のニーズを的確に捉えて革新的な製品を提供し、市場における存在価値を高めていきます。



東アジア：可変施肥田植機での田植え作業

● アセアン

アセアン市場においては、依然として価格競争力と耐久性を兼ね備えた製品への需要が根強く存在しています。当社は、2018年に技術・業務提携契約を締結したインドの大手農業機械メーカー、TAFE社との協業関係を活かし、同社からの部品供給およびOEM製品の導入を通じて、コスト競争力と品質を両立させた製品ラインアップの拡充を進め、収益の拡大を目指します。



アセアン：TAFE社製小型トラクタ

トピック

ISEKIフランス社 連結子会社化から10周年

ISEKIフランス社は、2014年7月に当社の連結子会社となってから、2024年で10周年を迎えました。

同社の前身である旧ベアル社は、1967年にフランス国内で当社製品の販売を開始し、半世紀以上にわたってフランスにおける井関農機の「顔」として、現地のお客さまに当社製品を届けてきました。連結子会社化してからは、両社一丸となって数々の挑戦を乗り越え、目覚ましい成長を遂げました。現在ではフランスだけでなく、スイスやスペインなど周辺国にも販売地域を広げ、この10年で売上高は約2倍に増加し、2024年12月期には売上高・営業利益ともに過去最高額を記録しました。ISEKIフランス社は、欧州そして海外ビジネス全体の事業拡大をけん引しており、今後のビジネス展開において中核を担う重要な存在です。



パリ郊外のジャンヴリー城にて開催された10周年記念パーティー

トピック

イギリス プレミアムターフケア社の連結子会社化で欧州事業拡大を加速

プレミアムターフケア社は、2018年にイギリスのロンドンから北東へ約100km離れたイプスウィッチ市に設立され、2025年1月より当社の連結子会社（当社100%出資）となりました。

同社は従業員数約20名ながら、2024年の売上高は約30億円（1ポンド=175円換算）に達し、2018年以降、年平均成長率10.8%という力強い成長を続けています。

イギリスでの当社製品は他のヨーロッパ諸国と同様に、主に景観整備用として使用されていますが、同社は特にゴルフ場やサッカー場など、スポーツ施設への販売に強みを持っており、多くのお客さまから高い信頼を得ています。

また、イギリスだけでなく、中東地域にも販売網を有しています。今後は欧州3社体制のもと、各社との連携を一層強化し、欧州域外の新規市場への進出を加速していきます。

プレミアムターフケア社 David Withers社長

私はイギリスにおける井関製品の前販売代理店であったジェイコブセン社の時代から数えて30年以上、井関とのビジネスを続け、井関とは互いに有益な関係を築いてきました。プレミアムターフケア社を立ち上げてからは、イギリスにおける景観整備用機械のトップブランドとして、高性能で信頼性の高い井関製品の販売に専念してきました。

当社は「お客さまに喜んでいただければ、株主を含むステークホルダーを満足させることはできない」という信念のもと、販売網の拡大と迅速なサービス対応を徹底し、ビジネスを拡大してきました。今後、井関の連結子会社として「プロジェクトZ」完遂に向け、更なる成長と市場シェア拡大に取り組んでいきます。

プレミアムターフケア社売上高推移



スポーツ施設での芝管理作業



プレミアムターフケア社社屋にて
(左から4人がDavid社長)