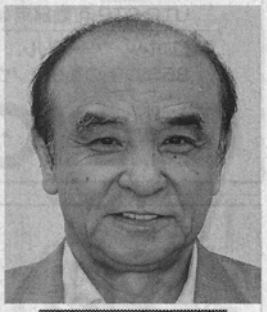
トップインタビュー



古河電工産業電線
松本康一郎社長

17FY目標 315億円（8%増収） 新製品の売上高10億円目指す

古河電工産業電線の松本康一郎社長は「車用WH工場の生産（作業）性に近づける他、LMFC用伸線の内製化等も実施し、17FY生産性の向上計画は九州工場と平塚工場が前年度比10%増、平塚工場と北陸工場は同5%増を目指す。また、盤内3品種に注力するなど新製品群の本格展開で販促戦略を遂行し、17FYは年／新製品売上高10億円達成が目標」とした上で「17FY通期事業計画は、出荷銅量が2万7千900㌧で同5%増（内訳＝汎用線約1万9千400㌧同4%増、機能線約8千500㌧同7%増）を見込む。売上高315億円（同8%増）と増収、営業利益は16FY時点で既に17FY計画を上回ったこともあり、前年度並みに設定した」と述べた。

――御社の取扱製品の市場動向は？

「当社ビジネスは大別すると、建販分野の3品種（IV、CV、CVV）などの汎用線事業と配電盤、太陽光や船舶向け電線などの機能線事業の2事業があり、売上高の割合は約半々ずつである。

汎用線事業は、工期の遅れで伸び悩んだ建販需要が、17FY下期には大きく動き出すことに期待している。場合によっては東京五輪関連や首都圏再開発向けの需要が、急伸する可能性もある。ただ、販売価格が低く、収益面では楽観視できない。

一方、機能線事業は、太陽光発電向けが16FYに急減するとの予想も、ピークアウトながら需要は健闘しており、17FYも16FY並みの見通し。また、EM－LMFC（＝LMFC、難燃可とう性架橋PEケーブル）等の盤内3品種は、出荷量が伸びそうだ」

生産性は車WH工場に近づくように改善

――御社の16FY通期業績は？

「出荷銅量は2万6千600㌧で前年度並みになり、このうち汎用線が1万8千700㌧前年度比3%減、機能線7千900㌧同7%増。売上高は290億円（前年度比5%減）と減収も、営業利益4倍と大幅増益を計上した。売上高の内訳は、汎用線140億円（同13%減）、機能線151億円（同4%増）となった。銅価の下落、汎用線の需要減などで減収も、機能線の受注増に生産性アップ、コンパウンド価格の下降が相俟って大幅増益に寄与した。生産性の向上には昨年5、6月頃から、九州と平塚の2工場でLMFC用伸線の内製化等を実施。さらに外注の内製化として廃電線の被覆樹脂の皮剥き分別作業など進めたことが貢献した」

――御社の17FY通期事業計画は？

「出荷銅量は2万7千900㌧で16FY比5%増、このうち汎用線が約1万9千400㌧同4%増、機能線約8千500㌧で同7%増を見込む。

また、上期は計画比では売上高が幾分下回っているものの、営業利益面は増加で推移している。これは生産性の改善などが下支えしている」

――生産性の改善など御社の主な事業戦略は？

「生産性向上の面では、自動車用ワイヤーハーネス（WH）工場と、建販電線の工場を比較すると、造る製品が多少異なっても建販電線工場の方が相当、作業に余裕しろがある。当社工場も、できるだけWH工場の生産（作業）性に近づけて行く。また、全4工場で5S活動を実施する。一方、先に述べたLMFC用伸線の内製化などで生産性向上を図る余地も残っており、17FYもさらに推進する。

こうした一連の取組みで17FY生産性の向上計画では、九州工場と平塚工場が前年度比10%増、北陸工場と栃木工場は同5%増を目指す。ただ、生産効率の向上には製造面だけで無く、製品の売上げ増が求められる。従って営業戦略とも関連するが、新製品の上市などを促進し、様々な施策で生産性向上を推進させる。

21FY中計、年商350億円で16FY比20%増
営業益は15FY比12倍

現状の進捗状況は、九州工場はLMFCを中心に機能線などの高付加価値製品の割合が高く売上高も増え、基幹工場になっており、特に好調に推移している。平塚工場はまだ未達の感がある。北陸工場は建販3品種が主体で生産量が多い。栃木工場も3品種が軸だが、予算には届いていない」

――5S等の生産性向上に向けた他の取組は？

「K－1（カイゼンNo.1）グランプリという制度を設け、各工場の様々な作業チームごとに、それぞれの現場で生産性を上げる活動を昨年4月から実施。年に1回全チームが結集し発表会を開き、今年は1月に北陸ホテルでK－1グランプリを開催した。その成果が16FYから出始め、今後も成果拡大に力を注ぐ」

――新製品の展開については？

「コンセプトは、盤内配線用途のLMFCの拡販と、盤内配線メーカーへの他の製品の販促策を展開するために盤内3品種に注力していく。具体的にはLMFCの改良型・新製品の展開に加え、これではカバー出来ない6600VキュービクルIP』と、低圧配線盤用『耐熱架橋PE絶縁電線EM IC／F』の2品種になる。『同6600V KIP』は、セパレータレスで端末の皮剥き加工が簡単、曲げの内側にシワが発生しない特徴を備えた。『EM IC／F』は環境配慮型盤、耐熱盤も、これ1本で対応でき、EM IE／FとHIVの使い分けが不要でかつ、HIV以上の耐熱性を持ったエコ電線である。

それ以外に、超軽量ハイブリッドBHを、量産態勢に入る予定で、既に一部採用され、受注も増えている。主に縦幹線にアルミ導体を用い、幹線からの分岐電線に銅導体を活用したビル用ハーネスケーブルで、重さが今までの約半分になる。機器への接続も従来通りに高信頼性を確保したもので、配線工事が楽にでき、人手不足に適応させた。施工業者の反応も『工事が行いやすい』と非常に良好だ。

次ぎに『耐燃・可とう性架橋PEケーブル600V EM－FCC（T）』が挙げられる。太陽光発電のパワーコンディショナーとトランス間を結ぶ現状のCVケーブルでは使すぎるため、配線作業が大変だが、これを用いるとゴム電線並みに柔らかく（許容曲げ半径＝仕上げ外径の4倍以上で、90℃～零下60℃に対応）、狭小エリアでの配線が楽に簡単に行える。一連の新製品群の量産・本格展開で販促戦略を遂行し、17FYは年／新製品売上高10億円達成を目指す」

――御社の注力製品は？

「先に掲げた新製品以外は、風力発電用ケーブルがある。同製品は耐捻回性や耐寒性・耐熱性が必要とされ、移動用ケーブルで培ってきた技術を生かし、高信頼性ケーブルの提供に努める。風力発電タワー内に使用される同ケーブルは先行き、市場拡大が予想され、引き続き傾注する。また、中期的には機能線の売上高割合を増やし、低収益の汎用線の割合を減らす方針でいる」

――研究開発については？

「古河電工グループでは3万点、5万点とも言われる製品を上市してきた。その研究・技術・開発力の強さを、新製品の製品化などに全面的に駆使し活用する。連動してマーケティング力を徹底的に鍛えて古河電工、古河エレコムなどと連携し、戦略的に独特の販売力の強化・充実も図っていく」

――御社の中期計画は？

「21FY中計では売上高は350億円で16FY比20%増、営業利益は同3倍、15FY比では12倍を見込む。その際の売上高構成は汎用線46%、機能線54%で収益性の高い機能線が汎用線を上回る見通し。さらに21年度までは毎年、新製品の売上高10億円、生産性の向上で前年度5～10%増を、それぞれ達成していきたい」

――下期の最重要課題は？

「LMFCの拡販と生産性の向上、新製品の販売計画達成にある」