

——古河電工産業電

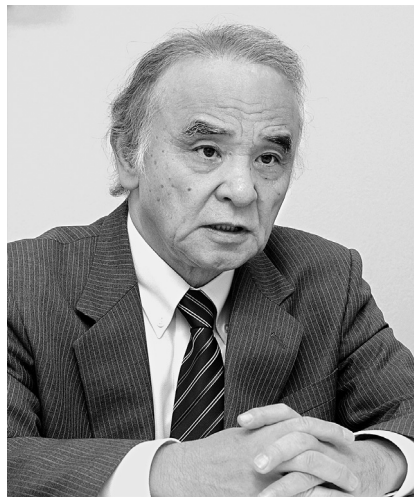
線の強みは。

「産業用電線メーカーとして高い技術開発力を有することが強みだ。当社としての開発部門は30人近い陣容。さらに130年以上電線事業を手掛けてきた親会社の

の拡販先である配電盤メーカーへの提案の幅を拡大して、高圧電流強化では開発や拡販です。具体的な効果も。

古河電工に、金属や樹脂に関する基礎技術で支えてもらっていることも大きい。一方で課題だったマーケティング力の強化に向け、3

古河電工産業電線 松本 康一郎社長



マーケティングの実力強化

高付加価値化へ、新製品創出

「新製品での売上高を毎年10億円確保する目標を掲げている。この数字はこれまでないEMIC（耐燃性架

の拡張先である配電盤

の認識と、注力したい製品群は。

を詳細に分析して、施工性をアップすること

い。ここでは柔軟性や耐捻回性に優れたケーブルと、グループの古河電工パワーシステムズが手掛けるプラグインコネクタをセットにして電線接続の作業性を高める提案を進めている。またLNGタンクとケーブルを結ぶ特殊部品や、街路灯の配線と部品を一体化した新製品などニッチで付加価値の高い分野にも力を入れる」

「顧客に喜んでもらえることが仕事をする意味。意識を高めるにはユーザーに貢献できているという確かな実感が大切だ。当社では顧客と直に接する機会が少ない生産などの部門でも実感してもらおうため、電線を使って喜んでもらった顧客の笑顔の写真を製造現場に張り出している。実際

「現場の意識はモノづくり力の強化に重要ですね。」

「顧客に喜んでもらえることが仕事をする意味。意識を高めるにはユーザーに貢献できているという確かな実感が大切だ。当社では顧客と直に接する機会が少ない生産などの部門でも実感してもらおうため、電線を使って喜んでもらった顧客の笑顔の写真を製造現場に張り出している。実際

以降、荷動きは改善。今後は五輪に関する施設やホテルの建設に加え、首都圏の大型再開発などで求められる数量はさらに増えると思う。ただCVやCVTなど建設・電販用の電線は価格競争が非常に激しい」

「我々は技術や製品の優位性を理解してもらった上で製品を売っていく企業。配電盤に使う電線など高付加価値な機能線の売上比率を、新製品の積極的な創出などで拡大させる。建設・電販用を中心とする汎用線は顧客

「機能線を主に製造する九州工場と平塚工場では毎年1割、汎用線の北陸工場と栃木工場では5%生産性を高める目標を掲げている。段取り替え時間の短縮を進めているほか、九州工場では2019年に燃線機1基を最新鋭機に更新し生産効率や能力を高める。また全社的に安全や5S（整理・整頓・清掃・清潔・しつけ）の徹底にも力を入れている。安全のため、私たちの写真では危険予知などのテーマに注力。テキスト

研究を始めています。外部の専門家の指導を得ながら新製品開発や市場分析など実際の業務に関するテーマに取り組み、顧客の声を徹底的に聞きこむことで、ハードルとして2017年度は戦略製品のLMFC（可とう性難燃ポリエチレンケーブル）

「市場環境について」

