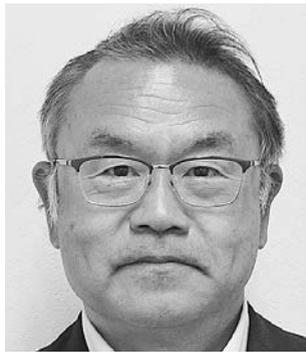




御社ビジネスにおけるコロナ禍の影響については？

「昭和電線と古河電線の共同出資による建販電線（5品種）販売会社SFCCの営業開始は、昨年4月だった。緊急事態宣言が発令された当時は、建販電線の受注量は、前年同期比で大幅に減少した。コロナ禍に見舞われたため、出端をくじかれた感がある。その後、市場は次第に落ち着きを取り戻してきたが、汎用線（建販電線）の20年度出荷量は、前年度比で減少した。



古河電工産業電線 白坂有生社長

が、一口に機能線と言っても多種多様であるため、落ち込みが大きい分野（電気機器、工作機械、配電盤機器用等）もあった。その一方で、20年度の電力ケーブル出荷量は、あまりコロナ禍の影響を受けず、順調に推移した」

21FY事業計画は、20%増収 営業黒字

「御社の20年度業績見込みと21年度の事業計画は？」

「20年度は出荷銅量が1万トで前年度比4割減となり、売上高は約180億円、同3割減、営業損失の見込み。21年度事業計画は、出荷銅量が1万2千トで同20%増を目指し、売上高も210億円、同20%増

また、主力の機能線の20年度出荷量も前年比で減少した。予定していた案件はほぼ受注できた

と増収、営業黒字に設定した。21年度の事業戦略としては、開発中の数種類の新品を上市する。これに加えて、可とう性難燃

業力の底力を発揮していきたい。このほか、高機能型低圧アルミ導体ケーブル『らくらくアルミケーブル』にも傾注する

21FY、開発品数種を上市

古河グループ三位一体推進

PEケーブル(LMFC)などの機能線事業を積極的に展開していく。機能線事業は、マーケティングを当社が担当し、販売は古河産業が担ってき

た。さらに古河電工グループとの連携を一層強め、三位一体となった総合力を活かし、機能線事業でマーケティングと営業

PEケーブル(LMFC)などの機能線事業を積極的に展開していく。機能線事業は、マーケティングを当社が担当し、販売は古河産業が担ってき

る。銅導体CVケーブルに比較し圧倒的な軽さと柔らかさを実現して、配線工事の作業を行いやす

くし、顧客から注目されたい。『デジタルマーケティング』を活用して

同ケーブルの端末施工講習会を、電気工事関係者などに向け行っている。一方、販促戦略の一つとして、『デジタルマーケティング』を活用して

21FYアルミケーブル目標は販売量2倍へ

「この『らくらくアルミケーブル』などの21年度の注力製品や販促戦略については？」

「数年前に市場投入した『らくらくアルミケーブル』は昨春から、SFCCが販社となってい

る。様々な製品・技術サービス提案について、『メールマガジン』の発信、『オンライン説明会・講習会』を20年度は数回実施した。開始当初は、目新しさもあって相当な反響を頂いた。今後も創意工夫を重ねしっかりと

FAロボットやAI線用コンパウンドも開発

「ところで、御社の新製品戦略についてはどうか？」

「『らくらくアルミケーブル』に次ぐ、CASAを含む自動車、鉄道、環境、エネルギー、産業機械や一部半導体製造装置分野や防災・減災など非常時の対応製品分野で商圏拡大を推進していきたい。

現在、その開発や製品化の仕込みを進めている。先に述べたように21年度内には、いくつかの新製品を市場投入したい。また、発売時期は未定だが、バッテリーやモーター周りの高電圧対応耐熱柔軟ケーブルなどの開発を進めている。FA・ロボットケーブルの半導体製造装置用の製品開発にも力を注いでいる。

コロナ禍で、商品と商流が変化しており、この変化の波が早く押し寄せてくるようになった。それに機敏に適応することが大切と考える」

製造面などでの対応は？」

「21年度『らくらくアルミケーブル』の販売目標を2倍にしたことに応じ、その生産量を2倍以上にする。アルミケーブルに適した被覆材料・コンパウンドの開発も実施している。さらにアルミ電線ケーブルの端末加工用のアルミ端子の開発も推進する。

一方、機能線の材料開発も進める。自動車系電線やFAロボットケーブル用途に、特に耐熱柔軟

性の改善を図ったゴム系コンパウンドの開発を行う。これはフッ素やシリコンの樹脂よりも高機能であり、専門の担当者を配置し数年前から、開発に取り組んでいる」

「設備投資については？」

「当面、遊休設備を活用しながら適宜、対応していく」

「御社の今年度の最重要課題は？」

「アルミ線や機能線の成長戦略を軌道に乗せることにある」

「御社の今年度の最重要課題は？」

