日本圧延工業の経営戦略

磯部 正信社長に聞く

日本圧延工業（本社・滋賀県東近江市、社長・磯部正信氏）は、アルミニウムスラグのトップメーカー。2016年8月に非鉄総合商社川島（本社・静岡県浜松市、社長・川嶋義勝氏）のグループ企業として再スタートを切った。磯部社長は「コロナ禍だが需要は秋口から回復傾向。インパクト加工など高付加価値な加工品事業を強化していく」と話す。磯部社長に経営戦略を聞いた。（白木 毅俊）

高付加価値な加工品事業強化

製造ライン下工程で省人化投資

――まず、コロナ禍による業容への影響を。

「当社はスラグ（合金・純アルミ）、冷間圧延アルミコイル、アルミ板（一般材）、インパクト加工品のメーカー。7月決算だが、コロナ禍で特に第4Q（5～7月）が対前年同期比で3割強落ち込んだ。リーマン・ショックの後も生産・販売が悪化し2009年1月が底だったが、今回はその時以上に厳しい。8月は夏季休暇で稼働日が少なく、数字が上向きになったのは9月から。需要は秋口から徐々に回復してきた」

――足元はコロナ禍の影響が薄らいだと…。

「そうとも言えない。スラグに関しては、部分的にコロナ禍の影響が残っている。例えばスラグのボリュームゾーンである40～60φ品（直径40～60ミリメートル品）のアルミスラグは制汗スプレー容器などのエアゾール缶などで使われる。それがコロナ禍でオリンピック需要やインバウンド需要が激減し、中国人の巨大EC（電子商取引）市場での「爆買い」も法改正で下火になった。アルミスラグは冬から春が需要期だが、今年はその活気が見られない。需要不振はコロナ禍だけが要因ではない。その前からの事象、米中貿易摩擦なども影響している」

――業績は。

「20年7月期業績は売上高が前期比15％減の27億5900万円、営業利益が同77％増の2億1300万円、経常利益が同43％増の3億100万円。スラグ（合金・純アルミ）、冷間圧延アルミコイル、アルミ板（一般材）の同期生産量は同8％減の6千トンだった。別途、インパクト加工品も生産している。減収および生産数量減は、原料価格の下落やコロナ禍での受注減が響いた。今年3月から本格稼働させた1600トン縦型インパクトプレスの特別償却費を計上し、税引き前の純利益は約1400万円となった」

――今期（21年7月期）業績予想は。

「売上高は27億6千万円、営業利益1億2800万円、経常利益1億2700万円を見込んでいる」

――1600トン縦型インパクトプレスの稼働状況と設備投資案件は。

「プレス機の新設は需要が見込めるアルミ消火器用容器を軸としてロングストロークを生かした大型容器を生産し、既存インパクトプレス機の故障に備えたBCP（事業継続計画）が理由。総投資額は5億円（ウチ建屋1億4千万円）。インパクト加工品は売上高の1割弱を占める。コロナ禍で新プレスの消火器事業も苦戦しているが、なんとか早期に軌道に乗せたい。付加価値が高い加工品事業の強化が、当社の業容の拡充につながる。設備投資案件では省人化を狙い11月、梱包ラインの出側（箱詰めからパレット積み上げ）を半自動化した。投資額は約5千万円。ラベル作成および貼付、段ボールの組み立ておよび自動ポリ袋装着機による内袋装填、パレタイジングロボットによる製品積み上げの各工程を自動化した。職場環境の改善では約3千万円を投じ下水工事（現場トイレ改修、20年12月末完成予定）を進めている。当面、需要の厳しい環境が予想されるが、焦らず着実に事業を進めていく」

全自動ポリ袋装着機㊧とパレタイジング（多関節）ロボット