



日本精鉱 木嶋正憲社長

三酸化アンチモン国内最大手の日本精鉱は、内需が伸び悩む中、2014年3月期中間決算の連結営業利益が前年同期比5・6%減の3億9700万円となった。現在は、販売量の増加と収益力改善を目指す、中長期でのアジア市場展開を進める。需要動向や事業戦略を、木嶋正憲社長に聞いた。

——上半期を振り返って。 昨年に引き続き不調で、今のところアベノミクス効果も期待したほどではない。子会社・日本アイトマイス加工が手掛ける金粉末事業では、スマー

トフォンやタブレット端末に使用される電子部品用を金属粉が補う形になった。途の銅微粉が期待以上に販売できた。連結ではア

が、一気に落ち込むことはないという。——昨年につくばに微細金属粉の新工場、今年には上海にアンチモン販売拠点を立ち上げた。

——13～15年度中期経営計画の1年目。「具体的な数値目標は公表していない。成長性の高い分野に集中して収益力を高めていく」

——前中計期間の11年度には営業利益約10億円を達成した。

まず既存の体制で販売量を増やす。——中国では日系メーカー中心に販売を行うのが、「日系だけではなく、現地需要家に入り込めるかどうかが鍵。価格競争力では不利だが、防災や安全性への意識が高まれば、品質ニーズも高まってくる。現地生産のOEM品を、日本精鉱のスペックとブランドで販売し、アフターサービスなどで現地競合との差別化を図る」

アジア市場で拡販注力

新分野投資、ニーズ対応

「来年3月の消費増税に向けた駆け込み需要で、車、家電、住宅が伸びれば、難燃助剤向けのアンチモン需要が期待できる。上期で通期予想の達成率はほぼ半分。下期のアンチモン販売は上期を上回る程度にはなりそうだが、楽観はしていない。金属粉ではスマホ需要の頭打ち感はある」

「同程度の利益を安定確保したい。アンチモンも金属粉も国内では頭打ち感があり、アジア市場での販売量増を目指す。その足掛かりとして中国に現地法人を作った」

「今後さらに新規拠点を構える計画は。——今はない。現在のニーズに対応するための投資はすでに行っている。」

「アンチモンも金属粉も、ニーズの移り変わりが激しい。アンチモンの使用量を低減した新製品の開発に取り組んでおり、国の助成も決定している。微粉末生産を移管した後の野田工場では、銅以外の新しい金属粉製品にも挑戦する。特にコストの高い貴金属系は、代替品の試作依頼は多い。自動車向けコイル原料に鉄系の粉末が伸び、その分野でも微細化への需要が高まれば強みを生かせる。ユーザーが求めるのは安くても良いもの。未知の分野に投資をしていかないと、ニーズに対応できなくなる」

——三酸化アンチモンの原料となる、金属アンチモンの調達方針。「中国は世界の地金生産量の9割5分を占め、当社も中国から9割を調達している。残りは東南アジアなどが、まとまった数量を確保しつつあり。安定供給の面で中国に勝るところはない。品質に関しても中国は一日以上の長がある。中国側もこちらを安定した販売先として評価してくれている。中国との関係は最も大事なところ。ウイーン・ウイーンの関係構築したい」 (芳賀 陽平)

トピックに聞く Interview