

経営戦略を聞く

特殊金属エクセル

東南アで売り上げ拡大



谷口 毅
代表取締役
兼CEO

——足元の環境が
谷口CEO「半導体
不足の影響を受けてい
るものの、自動車用電

子部品向けが好調で、
モバイル端末や産業装
置部材でも新規受注を
獲得している。資源高
や円安によって、特殊
鋼やステンレス薄板な
どの素材や副資材の購
入価格や外注加工費な
ど各種コストが増大し
ている。このコスト増
大によるお客さまへの
負担を最小にすべく、
営業や製造など各部門
が一体となって、アイ
テムごとに加工ロスの
削減やエネルギーコス
トの圧縮を検討してい

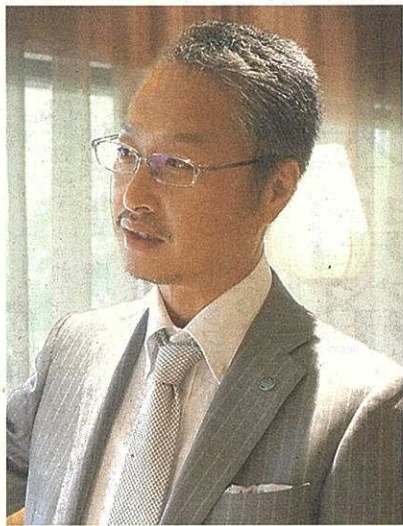
る。前期（21年12月
期）決算を振り返ると。
谷口「製造業全体が
好調で需要が増えたこ
とに加え、国内外で自
動車用電子部品やモバ
イル端末向け新規受注
などが伸びた。単体の
売上高は、前期比23%
増の62億円、経常利益
は同2.8倍。グルー
プ連結売上高は34%増
の112億円、経常利
益は2.3倍と過去最
高の業績で着地した。
中でも特殊金属エクセ

特殊鋼やステンレスの冷間圧延加工など
を手がける、特殊金属エクセル（本社＝東
京都豊島区）は、中・長期的なニーズの多
様化・拡大を見据え、生産体制の強化と、
製品開発を推進している。2024年まで
に14億円の戦略的投資を策定し、需要のさ
らなる捕捉を目指す谷口毅代表取締役兼最
高経営責任者（CEO）と、水谷徳次郎社
長兼最高執行責任者（COO）に経営方針
を聞いた。

ル、上海隆興、香港特
金の3社が過去最高業
績を更新している。自
己資本比率は目標とす
る50%を維持した」
——今期（22年12月
期）の見通しを。
谷口「資源の先高観、
資材の供給不足、顧客
の複数購買化などもあ
つて仮需が発生し、顧
客は在庫を積み増して
いる。このため、実需を
見極めることは難しく、
今期の売上高は前
期比7%減を目標に設
定した。足元の受注と
出荷は底堅く推移して
いるが、ロシア・ウクラ
イナ情勢による世界経
済の混乱、中国でのロ
ックダウンなどサブラ

イチェーンへの影響が
まだ顕在化しておら
ず、調整局面がすれ込
んでいる可能性があり
動向を注視している」
——新製品の開発が
進んでいる。
水谷CEO「電子部
品市場でトレンドにな
りつつある磁気特性に
焦点を当てた製品とし
て、超高強度非磁性ス
テンレス「TNMI」を
開発した。このほか
無機系抗菌剤のコーテ
ィング技術を確立。銀
イオンを吸着させた粉

増産・BCP構築で攻め



水谷 徳次郎
社長兼COO

——今後の設備投資
計画について。
谷口「当社がさらに
進化していくため、戦
略的な設備投資を決め
た。生産体制の拡充や、
品質・開発推進による
競争力向上、BCP対
応、カーボンニュート
ルへの挑戦を目指
す」
水谷「安定供給を継
続することで顧客に安
心感を与え、同時に
に、伸長する需要を確
実に捕捉するため投資
を行う。今期は設備ト

ラブルを想定した予防
保全予備品管理に50
00万円を投じ、『止ま
らない工場』を目指す。
製造・販売を支える従
業員の満足度向上を目
的とした投資や、環境
対応として太陽光発電
システムも拡張させ
る。23年には基幹シス
テムの移行とサイバー
セキュリティ対策に
3億円を投じ、業務の
合理化と付加価値増大
を促進。さらには7億
円かけて圧延機を新
設、QCD（品質・価
格・納期）の向上を目
指す。24年には新工場
建設に2億円を投じ、
増産とBCP体制構築
で攻めに出る」
——カーボンニュ
ートラルにも挑戦してい
る。
谷口「30年にCO₂
排出量の40%削減（13
年度比）を目標として
いる。埼玉事業所の太
陽光発電システム増設
によって23年で24%削
減を見込む。各拠点の
太陽光発電システム導
入や、エネルギー調達

の見直しを進め、目標
を達成する」
——シンガポールに
現地法人を開設した。
谷口「当社グループ
売上高の84%を日本、
中国、台湾が占めてい
るが、香港特金の顧客
が東南アジアに集中し
ていることや地政学リ
スクなどを考慮し、進
出することを決めた。
新型コロナウイルス禍
で移動が制限され、新
しい市場や用途の開
拓、ニーズの捕捉が苦
戦を強いられ、中
心に東南アジアでの売
り上げ拡大を図る」
——中長期的なビジ
ョンは。
水谷「当社は19年か
ら「NEXT11戦略」
を掲げ、次世代の柱と
なる新規案件確保を目
指しており、3期連続
で達成した。今期は厳
しい環境が予想される
ことから目標を年間3
億円に修正したが、新
規受注が相次ぎ、達成
する可能性が高い。目
標を積み上げ、前期並
いく」（北村 康平）

の8億円を目指す」
谷口「当社は中期戦
略スローガンとして
『Be a Niche
e Top』を掲げ
ている。顧客の要望に
応えた製品の差別化で
オンリーワン・ワール
ドワンの商品比率を5
割まで引き上げ、クロ
ーバルニッチ企業にな
ることが当社の目指す
姿だ。そのためターゲット別
にさまざまな課
題がある。自動車の電
子部品需要増やIoT
に対応するためには、
精密電子部品向けの生
産能力を上げなくては
ならない。医療分野で
は部品の小型化や精度
向上、素材の薄肉化に
伴い高強度かつ高延性
の両立が求められる。
5Gでは耐熱性、耐食
性、磁性など機能の要
求に応じた製品開発を
進めて行く必要がある。
当社の素材提案や
開発を通して、顧客が
その市場で勝ち上がる
ことができるよう、最
大限のサポートをして