

## 新中計策定、事業規模拡大へ

# 経営戦略を聞く

扶和メタル

国向けの配船が予想以上に遅れたことなどがあつた。輸出向けについては日本の鉄スクラップの品質問題も影響しておらず、将来に向けて輸出販路を拡大するに至った。品質ニードルにもしっかりと取り組んで、対応していく必要があるだろう。



勝山正明社長

2000万円  
実際に進んで  
いると手応えを感し、  
今年から中期経営計画  
をスタートさせた。中  
計最終年度となる21年  
12月期には  
米国・扶和  
ては。  
—— 海外展開について  
が理想的だ

**スクラップ扱い 4割増**

扶和メタル（本  
から21年までの中  
強化に加えて、同  
規事業の立ち上げ  
ピード感を持つて  
開などを聞いた。

――ます18年12月期

一方で旺盛な国  
鐵スクラップ需要を  
景に、本社営業と天  
3支店を合わせた取

増と大幅に伸び、採算性も改善した。全体の取扱数量は減少したとはいえ、社長就任当初に目標とした既存事業・営業エリアでの「地盤固め」が進んだ結果だと考えており、今期は扶和メタル単体で取扱数量90万㌧を目指す」

「社長就任時から国内・米国における既存事業を見つめなおす」とからスタートした。当初、3年間を目標とし、体制強化や確固たる事業基盤の確立に注力してきましたが、1年前倒しで達成し、将来目標とするしている年間取扱数量

た取扱数量を18年度比4割増、同40～50%の増益を目指す

## スピード感持ち新規事業検討

して米国内や輸出向けに販売する戦略へと転換している。着実に商品も同時により付加価値の高い非鉄金属スクラップの取り扱いを拡充し、日本と米国を軸とした三國間貿易にも取り組んでいる。新規事業にも本格着手する。  
「昨年110周年を

— 新規事業にも本格着手する。

る

る

業となる顧客の開拓を進め、3年後には年3億円見込む。また新規事業の立ち上げがればと期待している。

「新規事業についての考え方、員のさまざまな意見、アイデアを取り入れることにより、社内全

「発足してから3年  
近くがたち、各社も地域ごとの役割が明確になってきた。これまで  
は関東湾岸を中心とした輸出スクラップの共  
同販売がメインだったが、今後は3社で一丸  
となってより大きな事業に取り組んでいきた  
いと考えている」

にのシ つなぐ  
日刊商経新聞 10.4.25

日刊工業新聞 19.4.25

10 of 10