

# 特殊鋼問屋 ノウハウとカ点

## 東邦金属

### ステンレス鋼線のエキスパート集団の家族型経営

### 高みを見据え、

### 新たな収益の柱構築へ

ステンレス鋼線の有力加工流通・東邦金属（東京都港区、加古佐知子社長）は、ステンレス鋼線メーカーとの協業を創業の原点とし、需要伸長・開拓にまい進してきた。昨今の非常に厳しい経済環境や鋼線メーカー、需要家の販売姿勢変化で商売の景色は変わってきたが、今でも変わらぬ企業精神は「人間経営、家族的風土」だ。そんな中で足元では、高付加価値鋼線拡販や、伸線機を活用しての加工業務増強などに取り組みコロナショックに襲われながらも奮闘している。地道かつ迅速な営業や加工、デリバリーで積み重ねた信頼の軌跡を追い、会社の未来を眺望する。

東邦金属の業績は、21年に向けて復調のステップを踏んでいる。足元コロナ影響で自動車や建材分

野が落ち込んでいるが、医療、衛生商品用、食品機械関連などは堅調に推移している。

自動車分野も裾野が広く、関連需要は出てきている。設備投資の需要は大幅に低迷しているが、一部の高級材は需要があり、奮闘している。

21年1月期通期は、売上が前期比20%程度減と見込んでいるが、10、11月以降は荷動きが活発になってきており、利益は10%程度減にとどまると観測する。

### 井上金属との縁 創業期駆け上り氏の情熱

東邦金属のルーツは、第二次世界大戦後の混乱から日本が立ち直っていく最中である1954年に加古社長の子・加古晃氏が、東邦金属商會を創業したことに始まる。同社の創業期を語るのに、名門ステンレス鋼板流通・井上金属の存在は欠かせない。井上金属の創業者・井上次郎氏と、晃氏は当時東電金属という都内

にあった鋼材流通で同僚だったが、ステンレスが次世代の素材産業を担う材料だと知り、2人ともほぼ同時に独立を決意した。親しかった井上氏と晃氏はそれぞれステンレスの薄板流通と鋼線専門流通を起業した。その後も、2人は「親しい友人」として認め合い、切磋琢磨しながら事業に勤しんだ。猪年の2人は「イノシシ会」という親睦グループを結成し、業界内での交流も深めた。東邦金属の「東邦」は東電金属の東と、日本などの国を表す邦を組み合わせて「国に広くステンレスを普及したい」と思いが込められたといわれている。

ほぼ裸一貫で起業した晃氏は鎌倉の鶴岡八幡宮のステンレス製灯籠向けに、東邦金属が扱った鋼材が初採用されたことが忘れられなかったそ



加古社長



得意の小口販売。迅速に受注対応する

うだ。創業時はステンレス鋼線需要がほとんどなかったため、仕方がなくステンレス鋼線以外の品物を取り扱ったが、鋼線需要が時計のバンドや生活用品向けに伸びるところで、鋼線中心でも経営が成り立つようになり、産業用金網に銅・真ちゅうではなくステンレス鋼線を採用する流れを生み出した。少しずつ鋼線の拡販を進め、とことん営業社員はユーザーとベタ付きするスタイルで信頼と実績を積んでいった。ある顧客

は、当時の経営陣が材料の確保に必死だった際に東邦金属と出会い、「他はだめでも、東邦さんは売ってくれた」と顧客との長年の取引を積み上げてきている。

人との縁で成長した企業らしく、元帝国金網の金田健氏も専務として長年活躍し、会社を支えた。金網向けのステンレス鋼線は着実に販売を伸ばした。創立から10年ほどたつと鋼線といえは東邦金属といわれるようになった。全社の通期売上高は57年時点で1億635万円だったのが、62年に1億3300万円と急成長。67年には5億8千万円に達した。純利益も、62年で340万円、67年には644万円と約倍増と日本の高度経済成長と軌を一にして伸びていった。

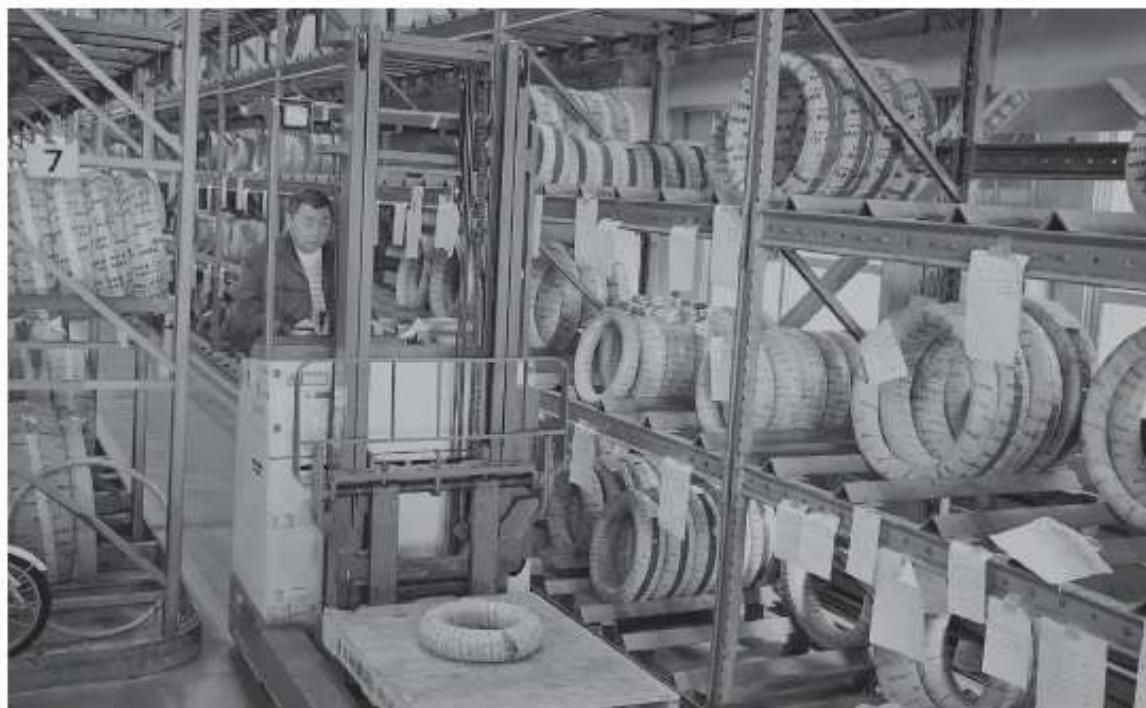
### 旧鈴木金属と販路開拓「さびない」企業を志向

旧鈴木金属工業（現日鉄SGワイヤ、ステンレス鋼線生産は系列の鈴木住電ステンレスが継承）との縁はとて強く、共同で各地での販売を強化。1964年には鈴木金属との連携で関西エリア拡販を志向し、大阪支店を開設。同年に鈴木金属の本社があった当時の赤羽工場と東線会

が発足した。現在の鈴木住電ステンレスと並ぶ仕入れの主力・日本精線との特約店契約も結んだ。売上高が30億円に届いた1972年には大手電機メーカー

向け鋼線の扱いが多くなったことから、鋼材流通が当時集約していた川崎市にあった井上金属の倉庫を譲り受けて川崎営業所をオープンした。昭和バブル前には時計バンド向け鋼線が爆発的に売れ、この頃になるとステンレスは金網用材、ねじ用材、ばね用材、快削性材、ロープ材などの用途材が製造されるようになる。

さらなる飛躍を果たした時期の1973年入社の中田輝二取締役付（元常務取締役大阪支店長）は「バブル期はとて勢いがあつた。」



東京支店の倉庫。多様な鋼線をそろえる

と振り返る。晃氏は50年以上代表取締役を務め、「東邦金属は顧客のためにある会社」と断言していた。顧客が要望したことをするのは普通のことであり、「相手の期待を超えることをすることが大事」と語った。繊細な心遣いも欠かさず、顧客と会う際には物の置き方にも気を配って仕事をしていたそうだ。在庫は顧客の必要な分はラインナップをまんべんなくそろえつつ、売上目標は高く「売れ残すな」が口癖だった。

加古アサコ取締役は「父は「さびない物を売る。さびない企業」というのが、時代に合わせて変化し

ていかなければならないという意味だったのではないかと思う」と捉える。バブル崩壊後には拡大基調だった商売が一気に苦境に陥った。1987年に入社した倉田進司執行役員は、「苦しいときには平日はひたすらトラックで営業に回っていた」と振り返る。加古社長も当時はまた東邦金属にいかなかったが、いろんな客先を回って商売をつないだ。

### 「プロの販売」が大事 トップもひたすらに行動

加古社長は「材料の機能が高度・多様化し、お客様の要望も多角化

あるが、近年はメーカーや取引先との会話方法も多様化し、選択肢が増え、商売のあり方は変貌している。加古社長は晃氏が亡くなり、社長に就任して15年がたつが、次世代を担う若手社員も少しずつ育っている。鋼材の価値をきちんと認識し、的確に伝えて事業発展を期すスタイルを志向する。「付加価値をつけ、大切に売っていく」（加古社長）。



社員の団らん。家族的風土が収益の根底にある

### 東邦金属年表

1954年	加古晃氏が東邦金属商會設立。ステンレス、特殊鋼の販売・加工を創める
1956年	東邦金属株式会社に改組、本社を東京都新宿区百人町に置く。資本金50万円
1964年	大阪支店開設
1967年	本社ビルを目黒区に建設
1972年	川崎倉庫、配送センターを川崎市中瀬に建設
1976年	静岡営業所を静岡市に開設
1988年	川崎センタービルを建設
2005年	加古佐知子氏が社長に就任
2013年	本社を港区六本木に移転
2015年	白川製作所株式会社（旧・白川電器合名会社）を100%子会社化
2106年	東群聯合國際を台湾台北市に新設
2019年	東京営業所を東京都北区に開設
2020年	東京営業所を東京支店に改める

（参考：東邦金属HPなど）

しているため、以前にも増してアンテナを広くして頭を柔軟に、わずかな情報も敏感に感じ取る力をつけなくてはならなくなった。各メーカーとしっかり情報交換を行い、存在価値のある問題となっていく」とする。海外鋼線メーカーの品質は年々向上し、韓国、台湾、また汎用材では中国製の製品も存在感を増す。

コロナショックなども

きたことが結果的に取扱量につながっていった。先手で動き、需要家の生の声を伝えてwin-winになるのが大事」と語る。晃氏の「無駄な時間をつくるな。とにかく顧客訪問」というスタンスは、激しさも感じさせるが、「ありがたいことに創業時のお客さまが今でもたくさん

残っている。次世代に大切に伝えていかなければならない」（加古社長）とできる限り取引先へ足を運び、晃氏の信条を活かしている。

### 小口の迅速納品を徹底 ハンガーなど人気商品も

東邦金属の商売の強みはデリバ

リーの迅速さだ。小口需要への徹底的な対応も定評がある。キロ、またはグラム単位の注文に対応し、細かい区分けも入れると100種類以上の鋼種、サイズを扱っている。社員の平均年齢は数年前

までは50代後半だったが、現状は約40代と世代交代が着実に進んでいる。30歳前後の世代の社員でも元気に必死に、さらに機転も効く社員が台頭しており、役員陣も頼もしさを感じている。

海外展開や加工品への事業展開もここ10年ほどでかなり進んできた。完全子会社の白川製作所（神奈川県厚木市）では、給食用食器かごや排水、敷き網かごなどを製造している。伸線機も設置しており、素材から一貫の生産で会社業績を支えている。白川製作所はもともと取引先として付き合いがあったが、同社の業績が苦境

に陥った際に支えた縁もあり、2015年に東邦金属の完全子会社となった。16年に新設した台湾の東群聯合国際ではステンレス鋼線製品の製造販売・拡販などに取り組んでいる



東京支店の外観。新規開拓にも積極的に取り組む



会社の歩みを支えてきた清田取締役付（左）と倉田執行役員

る。洗濯物を干す際のハンガー製品「TOHOステンレスランドリーハンガー」（SUS304使用）も企画し、会員制生活用品店で販売されている。定番商品として、第5世代までリリースしている。

### 売上拡大、新分野開拓へ 東京支店開設、挑戦続く

次代に向けて加古取締役は、「人数的な規模は維持しつつ、各社員の役割や方法を変えながら、堅実に進

みたい」と話す。「今後はさらに各鋼線メーカーとの協業が大事」だと考えている。加古取締役は「時代の流れをとらえ、半歩先を予見し、準備万端整えられる企業になりたい」と語り、「日本メーカーの商品は付加価値が高く可能性を秘めている。新たな需要をほり返しながら、新しい柱の構築を推し進めていきたい」と話す。

まずは着実に実力を高めて中長期的な事業継続に向けた収益力をつける。加工や営業の技術、ノウハウをきちんと若手に継承していくことも大事であり、さらには商品在庫および適材適所、顧客満足にはどれも不可欠だ。

20年6月には川崎営業所を閉め、首都圏の配送・営業体制を大きく変えた。在庫能力は最大500トンで、細径ステンレス鋼線の扱いに長けていた旧サンワステンレス（19年に廃業）の商権も継承している。

「皆で働きやすい会社をつくっていききたい。コロナでいったん立ち止まり、体制を整える時間ができたのは良かった」と加古取締役は話す。社員の家族にも喜んでもらえる、未来の家族型企業を志す東邦金属のチャレンジに終わりはない。