（第3種郵便物認可）　〔購読料金（前納）1カ月11,880円（税込）〕

いつでもどこでも
日刊産業新聞DIGITAL
PC・スマホ・タブレットで産業新聞まるごと読める
まずは2週間の無料試読から
https://www.japanmetal.com/pre-order

国内支社局網
中部支社　名古屋市中区上前津1－4－12　TEL 052(331)3371
中国支社　広島市南区大須賀町14－12　TEL 082(263)5523
北海道支局　札幌市北区北七条西4－8－3　TEL 011(756)1321
福岡支局　福岡市博多区博多駅前3－23－22　TEL 092(472)3887
東北支局　仙台市青葉区大町1－1－8　TEL 022(223)9032
北信越支局　新潟市中央区万代4－2－23　TEL 025(244)7600

日刊 産業新聞
Japan Metal Bulletin

2024年（令和6年）
2月16日（金）
第20870号
Since1936

発行所　産業新聞社
東京本社　東京都中央区新川1－16－14
編集局（非鉄）TEL 03(5566)8772　FAX 03(5566)8182
総務販売局（購読・配達）TEL 03(5566)8778　FAX 03(5566)8185
大阪本社　大阪市西区阿波座1－3－15　TEL06(7733)7001　FAX06(7733)7070
アジア総局 上海支局　上海市婁山関路85号 東方国際大厦C座1604室　TEL86-21-6278-7750　FAX86-21-6278-7751

市原金属産業 創業100周年

常に安定供給心掛け

デジタル人材育成に注力

市原 正樹社長

中部地区の大手非鉄製品流通、市原金属産業（本社＝名古屋市中区）は本年2月で創業から100周年を迎える。黄銅棒を中心に非鉄金属製品全般を取り扱い、全国的にも高い知名度を誇る。市原正樹社長にこれまでの歩みと今後の展望について聞いた。

――100周年おめでとうございます。まずは節目を迎えた感想を。

「山あり谷ありであったが乗り越えてこられた。100周年を迎えた企業は国内で4万社ほどあるといわれるが、その中に入れたことは非常に光栄だ。取引先各位や社員、地域社会の皆さまなどすべてのステークホルダーに感謝を申し上げたい」

――100周年を迎えられた原動力は何か。

「商社である以上、人材が最も重要だ。90年代前半から自由応募での新卒採用に注力し、現在の幹部クラスにも当時採用した人々が多くを占めるようになってきている。それ以前に入社した社員も含め、全員が最前線で現場を支えてきてくれた。すべての社員がいなければ現在の当社はないものと考えている」

――創業当時を振り返って。

「創業者の市原秀男が『市原商店』を個人創業し、久屋大通と若宮大通が交差する場所に店舗を置いた。当時は付近の神社仏閣や仏壇向けの銅板（銅屋根）や真鍮板（飾り物）の需要が中心であったと聞いている。戦後、名古屋市の区画整理を受け、現在の本社がある大津通り沿いの中区上前津に移転した」

――主力商品である黄銅棒の取り扱いはいつ頃からか。

「戦後、機械産業の将来性に注目し、ねじのヘッダー材として黄銅線や切削用の黄銅棒などの取り扱いを始めた。1953年には黄銅棒メーカーの大同伸銅所を設立。黄銅棒に魅力を感じ、力を入れていったことが現在まで通じている。高度経済成長期には人も扱い量も増えていった」

――伊勢湾台風などの災害も乗り越えてきた。

「大同伸銅所が敷地の全面冠水という大きな被害を受けたが、建設時に盛り土をしていたことで周辺と比較して被害を抑えられ、早期復旧できた。跡地に設立したメタルスクエアは、建設時に地盤を一段と高くしたため、2000年の東海豪雨でも周囲は広く冠水したが当社は無事だった」

――経営的には。

「数度の危機を乗り越えてきた。その一つがオイルショックだ。銅相場が乱高下し、需給はタイトな状況から急速に緩和に向かい、創業以来最大の利益と赤字を前後2年で生み出したと聞いている」

――バブル景気と崩壊も経験した。

「バブルのピークの時、仕入れの課長職であったが、需要に供給が追い付かず、欠品だらけで社内外から問い合わせや苦情が殺到した。バブル崩壊後には一気に需給が弛緩し、発注済みの商品が今度はメーカーから殺到し、やむを得ずメーカーに入荷制限をお願いした。だがその時の苦い経験がその後の事業に生かせた」

――主力拠点であるメタルスクエアを設立した背景は。

「旧社屋の在庫能力不足、それに社屋の前の自動車も歩行者も増えて立地が悪くなり、決断した。移転した1997年は経済環境が厳しい時期だったが、当時としては先端的な立体自動倉庫を備え、ドライブスルー方式を取り入れた物流拠点として投資を断行した。それがその後の事業の基盤ともなっていった」

――どのような企業を目指すのか。

「非鉄金属の安定供給を通じての社会貢献、無駄がない洗練された会社と社員への成長、高い倫理観を持つフェアな精神の3つを経営理念に掲げている。少しでも近づけるよう歩み続けたい」

――流通としての強みは。

「悪い時も良い時も安定してビジネスを継続できる信頼こそが強みだ。販売力と仕入れ力の双方を大切にし、安定供給の実現を常に心掛けている」

――今後の事業戦略については。

「近年はペーパーレス化やテレワーク対応などを充実させてきた。今後はデジタル人材の育成に注力する。設備面では24年夏ごろをめどにバー材の立体自動倉庫を導入する。人手不足の緩和と労働環境の改善が目的だ。中長期的な人材定着を図り、サステナブルな事業運営につなげていく」

――市原グループとしては。

「昨年、エムチュープと関西伸銅工業を合併し、シナジーを生み出すように鋭意努力している。鋳造から押出、抽伸、切断まで黄銅管について一貫生産できるメーカーを有する流通として、原料の仕入れと製品の販売に注力していく」

――非鉄製品流通の今後については。

「さらなる変化が求められる。市場縮小や後継者問題などで競争はより厳しくなると思われ、各社ごとに特徴を生かした経営が一段と求められるようになるのではないか」

――環境対応は。

「太陽光発電を行っているほか、社用車をガソリン車からディーゼル車やプラグインハイブリッド車などに切り替えを進めるなどエネルギー源の多様化にも努めている。BCPの観点から停電時に稼働ができる態勢も整えつつある」

――最後に次世代へのメッセージを。

「非鉄金属の認知度向上が重要だ。非鉄金属は人間の生活に欠かせない素材であり、その重要性を人々に伝えることで認知度も高まっていくと期待したい。高価な商品を扱っていることに自信と誇りを持って仕事に臨んでほしい」

（服部　友裕）

日刊産業新聞　24・2・16