

吉川金属が創業80周年

変遷と今後の展望



9月19日で創業80周年を迎える吉川金属。吉川グループにはヨシカワライフスタイル事業部、同実現屋事業部、カットウエルを擁しステンレスの素材から製品までを扱う。吉川力社長に変遷や今後の展望を聞いた。

(杉原 英文)

——創業から現在までを 正期にキセルを製造販売し振り返って。

「祖父の雪松が創業した。キセル製造のシェア80%を前身の吉川権太郎商店は大 占め、真鍮の加工である溶

吉川 力社長に聞く

解、展伸、抜き、曲げ、絞り、はんだ付け、磨き、メッキと金属加工のすべてを担った。雪松はその番頭として大阪から鹿児島まで行商した」

——発足時は。

「戦後は金属加工技術を生かしスプーン、フォーク製造に業種転換。1946年、日本製鉄（当時日本ステンレス）から素材供給を受け、日本で最も古いステンレス問屋の一つとして誕生した。自社ブランドで売ることを得意としていた雪松。現在のヨシカワライフスタイル事業部に通じる」

——東京支店は。

「旧海軍出身者との縁があり、大手企業からの依頼

用途開発からアプローチ 10、20年後もニーズを捕捉

を受け加工した。東京は受託加工し納品するモデルだった。1982年に社長に就任した父・吉川嘉之が特に力を入れていた」

——2006年、社長に就任された。燕の特徴と

「ステンレスの素材特性と合わせ、加工する力が燕にあったから当社も成り立った。加工をベースに新たなものを生み出す土地だ。その出口、入口のお手伝いをしていく」

——産地ユーザーとの連携について。

「本社は加工に適した材料を選択し、提供していく。用途開発から始めるのが当社の素材へのアプローチだ。ステンレス薄板の需要量・年間生産5万トのうち、約5千ト（10分の1）が燕で消費され、国内外に出荷される。付加価値が高いものを目指す」

——グループ連携は。

「ヨシカワはライフスタイル事業部、実現屋事業部がある。デザインしたものを燕三条のパートナー企業と調整していくのがヨシカワの役目、その素材を探るのが吉川金属。実現屋はOEMが多いが、半導体のクリーンルームや食品工場の粗付加価値を検証する未来5年分の貸借対照表を作る（課長以上が対象）」

——80周年スローガンは。

「『私たちの仕事はまだこんなものじゃない』生産性向上のための特別償却で、1年ですべて償却している。精度向上、内製化へ積極的に投資していく。台湾、ベトナム、韓国、米

国、ドイツ、香港の店舗や展示会で実演販売を行った。20年後もマーケットニーズをつかみ進みたい。一例では環境志向が高まり、パッケージをプラから紙に変更した。ヨシカワライフスタイル事業部は海外比率がコスト、デリバリー、サ

ーアップしている」

