便物認可・毎週月曜日発行
9,400円）
電線新聞
2024年（令和6年）8月5日（月曜日）
（週刊）

電線新聞

発行所
株式会社 工業通信
〒103—0013 東京都中央区日本橋人形町2-2-6（堀口第2ビル）
電話 03（3664）3001㈹
FAX 03（3667）5371
【大阪支社】〒530—0047 大阪北区西天満6-9-16（プロシード大阪梅田ポーション502）
電話 06（6316）0047
FAX 06（6316）0048
© 電線新聞2024

難燃用水酸化マグネシウム
マグシーズ
N-6
神島化学工業株式会社（こうのしま）
URL：http://www.konoshima.co.jp
本社
〒550-0011
大阪市西区阿波座1-3-15
（JEI西本町ビル6階）
TEL：06（6110）1132
FAX：06（6110）1219
東京営業所
〒101-0041
東京都千代田区神田須田町2-5-2
TEL：03（5296）3792
FAX：03（5296）3796

トップインタビュー

CO_2排出量37%削減

業界全体で電線不足に対応

商慣習の改善を急ぐ

日本電線工業会
森平英也 会長

6月の臨時幹事会で日本電線工業会の会長に就任した森平英也氏（古河電工代表取締役社長）が本紙のインタビューに応じた。「会員各社が持続的に利益を上げ、社会に貢献する業務を継続できるように環境整備を行う」と就任の抱負を語った。24年度の重点活動テーマとして、①環境問題への対応、②中小中堅企業のの経営基盤強化支援、③商慣習の改善、④海外情勢および技術動向の把握、の4つを掲げた。中でも商慣習の改善については、「時代の変化に合っていないという状況がある。会員社の事業を持続可能にするためにしにも改善が必要だ」とした。下期に懸念される電線ケーブル不足への対策としては、「需要予測を早め、発注の平常化などを需要家側に伝えてご協力いただく。供給の安定化に向けて、サプライチェーン全体で連携して取り組む」と語った。

——会長就任の抱負は？

「電線工業会は設立から76年の歴史ある団体だ。電線業界は、電力・通信ネットワークを構築する電線・ケーブルを供給し、社会基盤を支えるという重要な事業を担っている。会員各社ともに、日本と世界の発展に寄与する活動を進めていきたい。会員各社が持続的に利益を上げ、社会に貢献する業務を継続できるように、引き続き環境整備を行う」

アルミ電線 自動車分野で普及

——電線産業における期待材料は？

「エネルギー問題やカーボンニュートラルへの対応、再生可能エネルギーの利用拡大、電動化の推進に加え、情報通信分野ではAIの経営への活用、データセンターの急増などにより、電線ケーブルの需要は拡大の方向にある。一方で、電力消費量を抑えるという世界的な課題に向けては、電線を売るだけではなく、関連する派生製品の拡販も推進する。例えば、自動車の電動化・軽量化といった分野では、アルミ電線の普及が進んでいる。こうした好材料を背景に、当会の施策を推進したい」

——電線工業会の重要課題は？

「24年度は4つの重点活動テーマを掲げている。

一つ目は『環境問題への対応』だ。電力需要の増加に伴って、CO_2排出量は増加し、電線ケーブル製造時にもCO_2を排出する。そこで、カーボンニュートラルの実現に向けて、2030年度のCO_2排出量を60万トン強（13年度比で37%削減）に抑えることを目標としている。

二つ目は『中堅中小企業の経営基盤強化支援』だ。業界の大きな課題である人材確保に向けて、電線業界をPRするパンフレットを作り、高等学校などに配布し、若者の採用を促進する。

三つ目は『商慣習の改善』だ。取り引きを行う上での契約書の整備や、価格転嫁の促進、コスト増加分の価格転嫁の支援、件名先物契約の改善などを推進する。

四つ目は『海外情勢と技術動向の把握』。海外マーケットの動向と技術情報を収集して分析し、会員社と情報を共有する」

——商慣習の改善への期待は？

「商慣習が時代の変化に合っていないという状況が散見されている。会員社の事業を持続可能にするためにも改善が必要だ。会員社のお困りごとをヒアリングし、関係諸団体や官庁、当会に反映させる流れを作る」

——足元の市場動向は？

「23年度の実績を振り返ると、22年度比で横ばいだった。コロナが落ち着いて工事の延期が解消し、全体的にプラスの効果を生んでいる。一方で、資材価格の高騰、建設・輸送業の人材不足などのマイナス面もあった。

部門別にみると、自動車（ワイヤーハーネス）や建設・電販は回復基調にある。通信は横ばい。電力は設備更新や再生エネルギー関連などの需要から堅調。電気機械は自動車電装品分野が回復している。輸出は大型案件が少なかったため減少した。

アルミ電線は、再生可能エネルギー関連の需要が増加している。自動車用WHのアルミ化も進んでいる。光ケーブルは若干マイナスだ。出荷の8割は輸出になり、前々年度までは伸びたが、前年度に輸出量が減少した。背景には、欧米での需給軟化、海外への製造移管がある」

24年度電線見通し 3年ぶりに増加

——24年度の見通しは？

「内需、輸出ともに3年ぶりに増加の見通しだ。部門別にみると、通信は前年度並み。半導体製造工場やデータセンター建設などの大型案件から、電力は増加。自動車は不正認証問題の影響がポイントになるが、生産台数は減少すると見ている。建設・電販は、都市再開発や大阪・関西万博などの大型案件に期待している。輸出は、電力需要や脱炭素に向けた設備投資により需要が拡大するだろう。米大統領選、米中貿易摩擦、ウクライナ情勢などの外的要因も注視する。アルミは堅調だが、電力部門向け出荷がやや減少している。光ケーブルは減少傾向にあるが、データセンターやAI関連の設備投資の回復に期待している」

——電線産業に求められることは？

「国内では少子高齢化、東京一極集中による人口の偏在、地方の過疎化、長時間労働問題、若者の嗜好の変化、といった社会的な課題に対して、ロボットやAIの導入、自動車の電動化や自動化が進むだろう。こうした流れに伴って、電線への要求はますます複雑化・高度化する。また、インフラの老朽化や人手不足により、工事施工が容易な製品への需要も高まるだろう。こうした環境の変化に対応する新製品の開発と提供に努める。

特に、自動車の電動化に向けては、交通システムとの連携や交通インフラ全体に向けた需要にも対応する。再生可能エネルギーの導入に関しても、送電ケーブルだけでなく、施工、品質の改善、洋上風力発電に伴う新たな需要、広域連系直流ケーブルにも対応する」

——2024年問題への対策は？

「現状では大きな影響はない。電線業界と運送業者とで、物流の効率化、簡素化、ルールの策定などを進め、社会インフラを維持し、需給逼迫を回避する」

——他に電線業界が抱える問題と対策は？

「主に、人里離れた山間部に設置された太陽光発電施設で電力ケーブルが切断・盗難され、社会問題となっている。自治体や地元警察とも連携して、積極的に対策する。

また、原材料や高熱費の高騰によるコスト増を反映した価格転嫁は、お客さまと充分に相談しながら推進したい」

——カーボンニュートラル、SDGsへの取り組みは？

「環境保全は喫緊の課題となっている。気候変動による海水温度の上昇により、漁獲量にも変化が表れている。原因が大気中のCO_2にあるとすれば、排出量を削減しなければならない。2030年度のCO_2排出量削減目標は、当会の会員社から代表者を募った『環境専門委員会』で議論されたものだ」

——人手不足、人材育成への対応策は？

「会員社にヒアリングすると、管理職、営業職、技術職、製造現場での人材不足・高齢化と、あらゆる職務で人手不足が起こっている。同時に若手の採用と定着も難しくなっている。若手が魅力を感じ、長く働きたくなる魅力ある業界と周知することは当会の使命だ。

また、外国人の採用は個社だけでは対応が難しい。制度・法令の改正を関係省庁に呼び掛ける」

——広報活動への思いは？

「電線は、人間の生活に密着したアイテムであるが、存在は目立たない。引き続き、電線と業界の認知度を上げるための活動に取り組んでいく。

当会が70周年を迎えた18年に策定した電線の日（11月18日）は、今年で7年目を迎える。電線アンバサダーとして2期目を迎えた石山蓮華さんにも電線の魅力を宣伝してもらっている。当会としては、オウンドメディアだけでなく、YouTubeやソーシャルメディアなどを通じてPR活動を展開したい」

——他の団体との連携があれば伺いたい。

「経済産業省の金属課と連携し、当会の重点活動テーマを推進したい。流通では、昨年から全日本電線販売業者連合会との意見交換や文書の発行を行っている。需要先としては、日本電設工業協会、全日本電気工事業工業組合連合会、また、国土交通省とは、電線供給の正常化や電線盗難問題の解決に向けて連携する」

無電柱化の推進 実施可能なエリアから

——無電柱化の進捗は？

「無電柱化にはさまざまな課題があり、国内では進展していないのが現状だ。東京都の23区では約50%まで進み、都心3区（千代田・中央・港）では、約9割まで進んでいる。海外に目を向けると、ロンドン、パリ、香港では100%だ。国や各自治体の方針、管路の確保や施工しやすさなど、さまざまな課題があるが、実現可能なエリアから推進したい。美観だけでなく災害に強いことから期待している」

——下期に向けて、電線不足再発防止への対策は？

「昨年から続いた電線不足だが、ようやく需給バランスが整い、解消されてきた。下期の需要増に向けて、できるだけ早く需要動向を予測し、業界全体で供給体制を整える。現状では、昨年のような状況にはならないと見ている。もし、電線不足が起きた場合でも、発注の平常化などを需要家側に伝えてご協力いただき、我々も供給の安定化に向けて、サプライチェーン全体で連携して取り組む」

人形町から

神奈川県横浜市の山手地区は明治の開港後、外交官や貿易商が移り住んだ日本の西洋文化発祥の地だ▼みなとみらい線・元町中華街駅出口からエスカレーターを昇ると、通称フランス山の上に出る。港の見える丘公園前から山手本通りを外国人墓地の方向に歩むと、元町公園の緑を背景に道なりにいくつかの西洋館やキリスト教会が現われ、山手イタリア山庭園に到着する。小一時間ほどの横浜エキゾチック散歩である▼だが、お楽しみはこれからだ。坂道を一気に下り、元町商店街へ向かう。メインストリートの1本裏手に「大木ハム・ソーセージ」がある。黄色い看板を掲げたこの店は一見、普通の精肉店だが、大正9（1920）年、日本で初めてドイツ式ハム・ソーセージの製造・販売を始めた。来日したドイツの職人に弟子入りし秘伝の食肉加工法を伝授された創業者の教えを、いまの店主も忠実に守っている▼冷蔵ケースにハムやコンビーフなどが塊で並び、注文を受けるとスライスしてくれる。ベーコンにレバーペースト、ソーセージと目移りしながら何種類か包んでもらう。保冷バッグに入れていそいそと持ち帰り、夕食の膳に載せる。どれも旨みの詰まった濃厚な味わいで、量販店の商品とは別モノ。マスタードやワサビ醤油とも相性がいい▼午前9時の開店後しばらくは近隣の有名レストランへ配達に回るので、購入のベストタイムは午前11時前後。店頭に軽ワゴン車が停まっていれば店主がいるシグナルだ。（微風）