

ケル

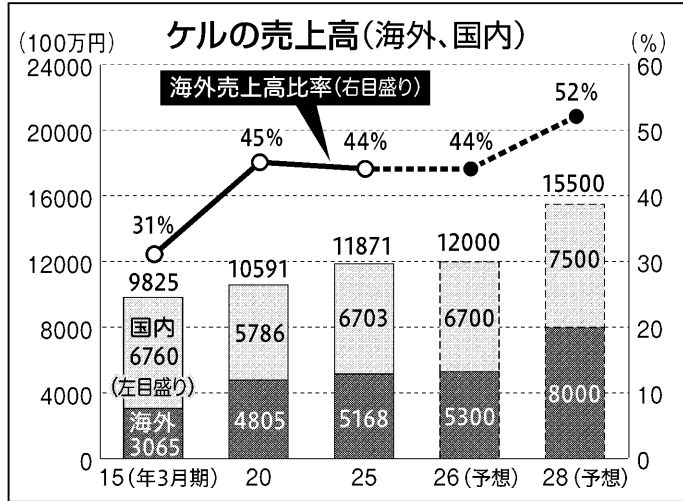
戦略を

読み解く

37

ケルは長期経営計画（2025―30年度）を策定し、今後も需要増が見込まれる海外で事業を強化・拡大する。前半の3年で基礎を固め土台を作る。中期経営計画（25―27年度）では重点施策として世界市場でコネクタの開発力、供給力、販売力の強化を掲げ、27年度に売上高155億円（24年度比30・6%増）、海外売上高比率52%（同約8%増）を目指す。

（神谷信隆）
24年度の海外売上高比率は約44%。春日明社長は「まだ当社の製



品が行き渡っていないし、注文もいたっていない。伸ばさない手

「はない」と海外強化に向けて体制を整備する。まず開発力はフロアリング、高速伝送、防水、ハイパワー（大電力）の四つのコア商品を工業、車載、画像、医療、通信の五つの機器市場に開発・投入する。例えば、車載用に高速伝送フロア

「はシंगाポールに販売を設立する。シंगाポールを親拠点と位置付けて販売体制を整え、新たにインド、東南アジアの市場を開拓する。」「一番のターゲットは車載機器の顧客」（春日社長）だ。

開発・供給・販売力を強化

海外拡大3年で基礎固め

中国工場（広東省）は、海外初の自社工場で一貫生産体制を構築



スト面など中国のスピード感や商習慣に合わなかった」（同）が、海外の主戦場である中国で稼働した新工場。従来は「納期やコ

与を期待する。併せて「KEL」ブランドの認知度向上と商品力訴求に向け、海外展示会に力を注ぐ。国内同業2社とは事業領域の拡大を狙い、相次ぎ提携した。販売提携した日本端子（神奈川県平塚市）とは互いの販路で拡販する。イリソ電子工業とは小型同軸防水コネクタを共同開発した。提携や協業は「時間をかけずに事業領域を広げる手段の一つ。2社とは国内、海外で積極的に行きたい」（同）。

一方、銅合金や金メッキなどに使う材料費の高騰は、利益面を圧迫する懸念材料に浮上している。金の使用量減少に取り組むほか、中国工場の本格稼働で原価低減を図る。社長直轄の「生産改革プロジェクト 生産改革室」では、主に国内工場のプレスやメッキ、樹脂成形など1次加工の内製化を推進する。「価格競争が厳しいものや、顧客の「一貫生産の要求に応えたい」（同）と言い、業務提携やM&A（合併・買収）の検討も視野に入れる。併せてコネクタの生産工程では不良費の削減、外観AI（人工知能）検査機の導入などスマートファクトリー化に取り組む。

27年度の売上高155億円、営業利益15%以上（約23億円以上）の目標は「ハードルは高いが、やり切らなければいけない」（同）と力を込める。