

関西の高成長企業

②

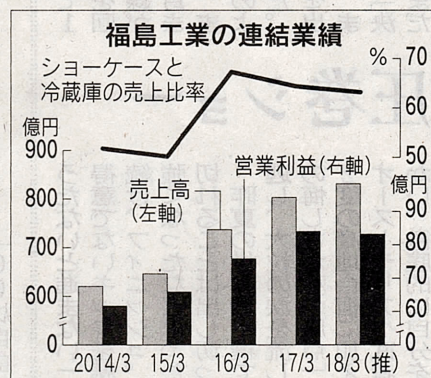
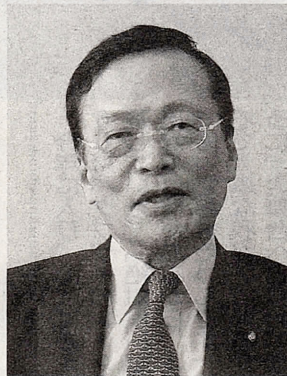
業務用冷蔵庫大手の福島工業の2018年3月期の連結営業利益は83億円と08年3月期の5・7倍に増えたようだ。買収した事業を生かし、利益率を高めた。国内市場は伸び悩むが、省エネやIoTなどの技術を武器に成長を目指す。福島裕社長に戦略を聞いた。

——10年間で売上高が3倍近くになりました。

店舗向け冷蔵機器 拡大

福島工業

福島 裕社長



「店舗向けの冷蔵機器が大きく伸びた。スーパー事業も好調だ」

「09年に食品冷凍装置向けは、省エネなどの高性能機器の投入でこの10年でシェアが15%から28%に伸びた。コンビニは、近年の業界再編で伸びた機器の需要を取り込んだ。冷蔵倉庫や食品工場の設計と施工を引

き受けるエンジニアリング事業も好調だ」

「09年に食品冷凍装置向けは、省エネなどの高性能機器の投入でこの10年でシェアが15%から28%に伸びた。コンビニは、近年の業界再編で伸びた機器の需要を取り込んだ。冷蔵倉庫や食品工場の設計と施工を引

客獲得に結びついた」

「伸び率は利益が売

「09年に食品冷凍装置向けは、省エネなどの高性能機器の投入でこの10年でシェアが15%から28%に伸びた。コンビニは、近年の業界再編で伸びた機器の需要を取り込んだ。冷蔵倉庫や食品工場の設計と施工を引

「利益面では、13年に当時の三洋電機と昭和電工から断熱パネルの製造事業を買収したことが大きく貢献した。工場や倉庫の受注ではそれまで外部からのパネルの調達費

IoT活用、技術者を育成

記者の視線

福島工業の主要顧客の小売りや外食は、少子化の影響で国内市場の拡大が期待しづらい。高い技術を武器にした製品群でシェアを伸ばすと同時に、拡大が見込める市場への進出も重要だ。すでに薬品用の冷蔵庫や細胞の培養装置など、医

医療やアジア市場開拓カギ

療分野への参入は始めた。海外に目を向けると、東南アジアの食品流通市場は大きな成長が見込める。現在の海外売上高比率は1割弱だが、海外事業を拡大できれば今後の安定した成長につながりそうだ。

(出村政彬)

が価格の6割を占めていることはない。食料品もだが、グループ内で生産ネットワークが増え、食品を安く提供し、食品の鮮度を保つことでコストを大幅に削減できた。パネル設計の変更もしやすくなり、顧客の要望に細かく応えられるようになった」

「前期は9年ぶりに営業減益の見通しです。コンビニの業界再編が落ち着いてきた。これから市場が急激に拡大す

「社員にはインテリジェントメーカーになろうと呼びかけている。販売後メンテナンサービ

「21年3月期に売上高を1000億円(18年3月期推定比20%増)に引き上げるのが目標だ」

「どのような成長戦略を立てていますか。」

「21年3月期に売上高を1000億円(18年3月期推定比20%増)に引き上げるのが目標だ」