日鉄物産システム建築

経営戦略を聞く

上期受注高が過去最高更新

規格型「スミシス ネオ」投入

システム建築の優位性発揮

生井 敏夫社長

日鉄物産システム建築は、新型コロナウイルスの影響下、2020年度上期の受注高が過去最高を更新した。今回、より商品提案力を増した規格型システム建築「スミシス ネオ」のシリーズ最終商品を投入するなど、適用範囲の拡大に余念がない。生井敏夫社長に足元の状況や展望などを聞いた。

――まずは前半戦を振り返って。

「上期受注は127億円で半期として過去最高になったが、上期の受注物件はコロナ禍前から商談していたものの結果で、中止・延期となった物件は心配していたほど多くはなかった。当社の受注構成は約90%が工場や倉庫で、この分野は比較的影響が少なかった」

――20年度の受注目標を250億円と設定する。下期を含めた見通しについて。

「一時的に引き合いや設計に着手する物件は減ったが、足元は復調している。年度受注250億円は視野に入っている。ただ、工事が全体的に遅れ気味で、売上高240億円の達成は厳しいかもしれない」

――そのような中、新商品スミシス ネオの販売を開始した。開発経緯を。

「これまで、当社の受注傾向は規格型『ティオ』と自由設計型『トレオ』の比率が1対2だった。これは比較的恵まれた販売環境を前提にしたもので、これからの環境変化を踏まえるとシステム建築メーカーとしてのあるべき姿ではないと感じていた」

「システム建築の優位性は、コストメリットを生み出せること、工期短縮できること、現場施工の省力化・効率化が図れることで、加えて高い品質性能を持つことが挙げられる。そのメリットを最大限発揮するために、建築プランそれぞれをいかに『規格化された』領域内に持ち込むことができるかが鍵になる」

――スミシス ネオはそれができると。

「3カ年かけて開発してきた『スミシス ネオ』は、『ティオ』と『トレオ』の中間に位置する商品というより、『ティオ』の持つ規格性をどこまで拡大・適用できるかに重点を置いている。柱間隔を『ティオ』の6㍍から7・5㍍に拡大するなど、新たなニーズも取り込んで開発しており、『ティオ』の延長線上に位置するカテゴリーだと捉えている」

――創立10周年に当たる17年に「NEXT10」ビジョンを策定した。

「26年度に売上高300億円を掲げており、毎年10億円ずつ販売を伸ばしていくことが目標。大切なことは、裏付けとなる受注対応力をどう整え、実現していくか。その源泉は『商品開発力』『社員の総合力』『協力会社との連携力』の掛け算による両方向ラーメン架構の受注を始めた。累計で29棟受注しており、1棟当たりの延べ床面積は平均4100平方㍍。これまでの受注平均延べ床面積2000平方㍍と比べ規模が大型化している。現在、日鉄物産システム建築会の会員会社に対し、研修会や個別訪問を実施して動画による商品説明を行っている」

――販売は好調だ。

「昨春にフェーズ1（平屋建てラーメンプレース形式）今春にフェーズ2（2階建て対応）を投入し、10月にフェーズ3（コラム柱だと考えており、それぞれ強化すれば結果はついてくる。バランスを大事に事業を成長させる」

――それを支えるのが、施工・設計・流通会員で構成する日鉄物産システム建築会。

「現在会員数は約1500社で、各地域に根を張った会員のネットワークによって当社は成り立っている。本年度は全国12カ所で開催予定だった春の総会が中止となり、秋の小規模研修会も制約の多い形での実施となっている。新たなデジタル接点ツールも活用しながら、当社の持ち味である『人接点』による最適提案営業へどう戻していけるか、様子を見ながら営業活動している」

――施主が直接問い合わせるケースが多い。

「当社の広告やHPを通じて、建築主から直接問い合わせをいただくケースが増えている。建築主サイドでシステム建築に関する認知度・期待度が上がっていると感じる。より建築主を意識したHPへのリニューアルや、ダイレクトメールによる潜在的な建築主へのPRも準備しており、より多くの川上情報をつかんで会員各社と連携し営業につなげたい」

――営業体制や協力会社網も整えている。

「東京本社をはじめ、全国7支店・3営業所・1事務所の計12拠点があり、今春は工事管理を経験した若手4人を営業に投入し販売力強化に取り組んでいる。また、日鉄物産システム建築協力会は全国に約120社あり、そのうち連携ファブは35社となっている」

「これからは、BCP（事業継続計画）対応も考えた部材供給ルートの多拠点化や、連携ファブの品質面での水準底上げ・均一化を図っていくことが課題。また、迫りくる建設労働力不足を見据えて、現場作業をより省力化・効率化させる視点を商品開発に織り込んでいくことが大切だ」

――最後に、日本製鉄グループとの連携は。

「今回の『スミシス ネオ』では、日本製鉄の軽量H形鋼スマートビームや、日鉄鋼板の嵌合形式折板屋根L145、日鉄建材のNDコア、ハイパーデッキなど日鉄グループの特長ある製品を積極的に取り込んでいる。これにより『ネオ』の高付加価値化、商品としての幅の広がりや品質の信頼性を持たせることにつながっている。今後も連携を強化していく」

（深田 政之）