日鉄物産システム建築 創立15周年

生井 敏夫社長に聞く

日鉄物産システム建築は今年10月1日に創立15周年を迎えた。生井敏夫社長にこれまでの歩みや事業の展望を聞いた。（村上 倫）

時代のニーズ捉え着実に成長

――これまでの歩みからお聞きしたい。

「2007年10月1日に旧住友金属工業（現・日本製鉄）のシステム建築事業部門が分離・独立し『住金システム建築』として発足した。19年には親会社の社名変更に伴い、現在の社名となった。まだひよっこのようなものだが、事業の萌芽は旧住友金属工業鹿島製鉄所のH形鋼と軽量H形鋼『スマートビーム』の生産開始に伴う用途の創出にあり、採用拡大に向けシステム建築として展開する発想が生まれたものでその歴史は50年近くとなる。システム建築自体は米国が発祥だがこれを導入したものではなく、住金が開発して展開した独自のもの。『住金システム建築』は製品のブランド名としても広く浸透した」

――15周年の感想は。

「発足当時の在籍者は35人で08年度の売上高は67億円だったが、現在の社員は180人、昨年度の売上高は235億円となり、09年度のリーマン・ショック後の一時的な落ち込みを除けば右肩上がりで成長できた。システム建築の持つ価値が15年で認められてきたと感じる。時代のニーズに合致して成長することができた」

「当初のメンバーに建設業界を中心とした中途入社の社員や新卒社員が加わるなど多様な人材によって現在の会社の骨格が形成された。加えて、1500社を超える販売協力会『日鉄物産システム建築会』の会員の皆さまや全国140社の製造・施工協力会『日鉄物産システム建築協力会』の皆さまに支えられ、ここまで来ることができた」

――成長の要因は。

「自社工場を持たない当社は協力会とのパートナーシップにより事業を構築してきた。当社の商品開発力やエンジニアリング力と協力会社が実現する高品質で安定した製造技術や安心して任せることができる施工力が合わさり事業が成立しており、国内にしっかり軸足を置いて需要を深掘りしてきた。東京本社を今年9月に汐留へ移転し、サテライトオフィスの大宮・船橋と3拠点一体で運営している。全国7支店、3営業所を持ち各地域に営業・施工部隊を配置した地域密着営業によって事業を展開しており、営業と施工地域が異なるケースでも対応可能なこともお客さまからご評価いただいている」

「19年度には規格進化型システム建築『ネオ』を投入したが対応可能な領域が格段に広がった。これまでの受注棟数90棟と着実に採用を伸ばし、業績を底上げする要因となった。対応力の弱かった多雪地域での要望に応えられるようになり採用実績も出ている。また、基礎システムのバリエーションも拡充し差別化要素となっているほか、日鉄建材の『NDコア』や日鉄鋼板の『ニスクルーフL―145』など日鉄グループの戦略商品も取り込むことで特色を出している」

価格・工期で優位性 「最も期待されるブランド」へ

――今期の業況は。

「上期受注高は140億円を見込んでおり半期としては過去最高となりそうで年度では270億円を目指している。鋼材を始め全ての資材や労務費などの値上げラッシュとなっておりお客さまの理解も得られにくい環境だが、在来工法と比較して価格や工期の優位性はなお維持できている。需要の9割を占める工場・倉庫の分野でシステム建築が工法のスタンダードとなることを夢見ている。特に需要の旺盛な倉庫分野では多層型を除くとシステム建築のシェアは2割程度でまだ拡大余地は大きい。認知度を高め、建築主の選択肢として常に入るようPRしていく」

――さらなる飛躍が期待されます。

「2017年の創立10周年の際にロゴマークを制定するとともに次の10年で目指す会社の姿を議論し『NEXT10』プランを策定した。26年度の売上規模として300億円を目標値としたが、闇雲に規模を追うのではなく供給体制をしっかり整えながら地に足をつけて成長したい。プランで掲げ共有してきた『技術先進性を常に追い求め、システム建築業界においてお客さまに最も信頼され、最も期待されるナンバーワンブランドの会社になる』というスローガンで描いた姿に少しでも近づいていければと思っている。成長力の源泉は商品開発力と社員総合力、協力会社との連携力の掛け算で、それぞれを強くすることでアウトプットを最大化する。プランに掲げた『全てはお客さまの安心感と満足感のために』を心に刻み取り組みたい」

日鉄物産システム建築創立15周年

2022年10月11日/産業新聞3面

全国で地域密着型事業

受注増、協力会社との連携密に

生井敏夫社長

日鉄物産システム建築は10月1日に会社創立15周年を迎えた。工場や倉庫などの建築の省力化・短工期化に寄与する高品質のシステム建築を提供し、事業を広げてきた。市場のニーズに応える商品を投入し、各地区の販売店のゼネコンや施工店のファブリケーターとの協力を深め、2022年度は過去最高の業績を目指している。「商品開発力」「社員総合力」「協力会社との連携力」の掛け算を成長の源泉とし、来年春の新商品「ネオグリッドⅡ」の販売で市場開拓を加速する、生井敏夫社長に事業発展の抱負を聞いた。

――15年の間に事業が大きく成長した。

「鉄鋼業界や建設業界の長い歴史の中で15周年というのは、ひよっこのようなものだ。」

が、事業の芽は1970年代に旧住友金属工業鹿島製鉄所で生産を始めたH形鋼と軽量H形鋼（スマートビーム）にあり、システム建築は米国が発祥だが、当社の商品は米国からの持ち込みではなく、H形鋼と軽量H形鋼の用途を自社で創出しようと旧住友金属が独自に開発してきたものだ。07年に旧住友金属の事業部門を分離独立し、住金システム建築として設立し、19年の親会社の社名変更に伴って日鉄物産システム建築に変更した。最初の通期決算となる08年度の売上高67億円からリーマン・ショック後の09年度に落ち込んだが以降は右肩上がりで伸び、21年度は235億円と過去最高を記録した。現在社員は180人。07年の会社設立時の社員35人に建設業界を中心とした中途入社の社員、さらに新卒社員が加わり、多様な人材の力を結集し会社を形作ってきた。さらに1500社を超える建設・販売協力会社からなる日鉄物産システム建築会の会員の皆さま、そして全国に140社ある製造・施工協力会社からなる日鉄物産システム建築協力会の皆さまに支えられ、ここまで来ることができた。心から感謝したい」

――将来ビジョンとして「NEXT10」を掲げている。

「17年の創立10周年の際にロゴマークを作成し、次の10年にどのような会社を目指すかを議論して『NEXT10』プランを策定した。2026年度の売上規模として300億円を目標とするが、やみくもに規模を追うのではなく、供給体制をしっかり整え、地に足をつけて着実に成長していきたい。スローガンに『技術先進性を常に追い求め、システム建築業界において、お客さまに最も信頼され、最も期待されるナンバーワンブランドの会社になる』を掲げ、社員や協力会の皆さまと共有してきた。描く姿に少しでも近づいていきたい」

――ブランドをどう広めていくか。

「当社の売り上げの9割が倉庫と工場で残りが事務所や店舗。建屋面積が1万平方㍍未満の全国の倉庫・工場のうちシステム建築のシェアは20％程度で、当社は5％程度であり、まだまだ伸びる余地がある。各地区の会員ゼネコンには商品の魅力を理解していただいているが現在、力を入れているのは建築主に商品を認知していただくこと。建築主に当社のシステム建築を知っていただき、商品の価値を認めていただくことが重要。ホームページを建築主に見ていただくことを意識して動画を増やすなどリニューアルし、問い合わせを頂くことが増えている」

――この9月に東京本社を移転した。

「汐留の新オフィスと大宮（埼玉県）と船橋（千葉県）の3拠点を本社として一体で運営している。3拠点は通勤時間を考慮して決めた。大宮と船橋に工事事務所を持っていたが、リモートワークの体制が整ったので3拠点の一体運営で効率的に業務を行う構えとした。全国7支店と3営業所で北海道から九州まで網羅し、各地域に営業・施工部隊を配置して地域密着型の事業を全国で展開している。大阪の施主が東北に工場を建てるなど営業と施工地域が異なっても対応でき、お客さまから評価を受けている」

――ファブレスが特長だ。

「全国のファブと連携し、離島を除く全国各地で対応可能だ。お客さまとの接点が多く、丁寧に対応できている。建築業界は人手不足が深刻であり、現場の省力化に貢献するシステム建築のニーズは増えていく。当社が施工する現場は常時60－70物件動いているが、受注が増えるほど協力会会員との連携や現場の工事管理をしっかり行うことが肝要となる」

――21年度は受注棟数247棟、受注床面積48万平方㍍、受注高253億円と過去最高を更新した。

「規格進化型の『ネオ』を19年度に販売したことが大きい。ネオの受注棟数は累計90棟で面積は27万平方㍍を超えた。来年春販売開始の2階建て対応の『ネオグリッドⅡ』でメニューが一通りそろう。当社の持ち味である基礎システムのバリエーションも広げた。日鉄建材の『NDコア』や日鉄鋼板の『ニスクルーフL－145』など日本製鉄グループの戦略商品も生かして機能の強化や使い勝手の良さなど特長を打ち出している。ネオの投入でシステム建築として対応できる領域が格段に広がり、対応力が弱かった多雪地域の要望にも応えることができるようになった」

――NEXT10の目標達成に向けて取り組むことは。

「本年度の上半期の受注は140億円と半期の最高になる見通し。通期で受注270億円、売り上げ260億円を目指している。鋼材のみならず全ての資材費、労務費が上がっているが、在来工法に比べ価格競争力と工期競争力の優位性を保っている。当社は自社工場を持たず、全国に広がる協力会とのパートナーシップで事業を構築してきた。当社の商品開発力とエンジニアリング力と協力会社が実現する高品質で安定した製造技術と安心して任せられる施工力が合わさって事業が成立する。NEXT10の中に当社の成長力の源泉は『商品開発力』『社員総合力』『協力会社との連携力』の掛け算であり、それぞれを強くしていくことでアウトプットを最大化する。『全てはお客さま（安全・品質・コンプライアンス）と満足感（工期・コスト優位性のために』を大切にし、工場・倉庫建築の分野は『システム建築が工法のスタンダード』になることを夢見て進んでいきたい」

（植木　美知也）