

日鉄物産システム建築は2021年度の受注高253億円、売上高235億円といずれも過去最高を記録した。生井敏夫社長に事業の現状と展望を聞いた。(村上 倫)

――前期の振り返りからお聞きしたい。

「受注・売上げともに前年を15%ほど上回り、収益目標にも何とか到達した。コロナ影響などで19、20年度と販売が落ち込んだが、再度成長軌道に乗せることができた。販売店会『日鉄物産システム建築会』の会員の支持のおかげと感謝している」

「地域別では西高東低で、特に四国は倍増するなどかつてない水準となった。今上期も好調で着実に受注してきたい。一方、大市場の関西と関東は競争が激しく、特に関東の受注は伸び悩んでいる。売上規模を確

生井敏夫社長に聞く



9割、残りが事務所店舗系という受注構成だった。20年度は倉庫2、工場1の割合だったが21年度は工場の引定した「NEXT10」ビジネス

観もある。競争しつつ先々グループとして調達・供給の価格上昇をうまく折り込みご理解いただかなければならない。この影響は昨下期に受注した案件に色濃く、今上期は非常に厳しい。今年が正念場と捉えている。設計で鋼材重量も低減できる。工事管理費なども含めコスト低減が可能で、在来工法と比べシステム建築のメリットは薄まっている。設計能力も拡大し、さらなる短納期化につなげられるようにもなった」

――そのような中でどのような戦略を。

「今期の目標は受注高270億円、売上高260億円としている。17年度に策定した「NEXT10」ビジネスにも合致する。これまで平屋限定だったが来年度はニーズの多い2階建てまで拡充する。『ネオグリッド』でシステム建築の領域における商品群としては1つの完成系となる。今後はどうバリエーションを加えニーズに柔軟に対応していくかが課題。社内的には『ハードからソフトへ』と

製品拡充完結、多様なニーズに対応

システム整流化で品質均一化実現

保しなければ利益水準を維持できない。差別化を図り受注を積み重ねていきたい」

新たな規格型商品「ネオ」が好調です。――昨年度末で累計76棟、延べ床面積20万平方メートル。高目標だが今年に創立15周年でもあり、ぜひ達成したい。当社は日鉄物産力アップを実現できている

――需要環境の認識は。――「21年度は工場・倉庫が何年度も値上がりしまだ先高成したい。当社は日鉄物産力アップを実現できている

――コロナで働き方改革も進展しました。

「コロナによる在宅勤務の拡大と共にデジタル対応が進展したが、工事管理担当者など出勤せざるを得ないポジションもあり働き方の方向性を模索してきた。特に通勤環境のハードな東京本社で職住接近を指向し、埼玉・大宮と千葉・船橋にサテライトオフィスを設置して常勤化させ東京本社と合わせ3拠点で運営していく。東京本社も規模を縮小し、今年9月に汐留へ移転する。育成面で課題もあるが、メリットが上回ると判断した」

日鉄物産システム建築の事業戦略