

「品質至上主義」の 経営に徹したい

基礎工事市場は一兆円

——業績が好調です。パイル需要中心に収益の拡大が顕著ですが、こうした好環境下での社長就任の率直な感想から伺いたい。

網谷 六月に、二〇〇六年度から三年間の中期経営計画を発表していますが、最終の二〇〇八年度

末には約四〇〇億円（前期連結売上高三二九億円）の売上高規模にしようと考えています。この中期計画を達成することが大きな経営テーマです。事業別の売上高構成ではポール関連事業一二〇億円（同一〇二億円）、基礎事業二二三億円（同一八三億円）、土木製品事業約五〇億円（同二三億円）、

その他収益若干という数値目標を掲げていますが、中でも総売上高の五三%を占める基礎事業を軸にした経営展開が大きな特徴です。

——この基礎事業の市場環境の展望はいかがですか。

網谷 基礎事業は、構造建築物を建設するための基礎を作るための事業が中心になりますが、日本は地震国ですし、耐震設計への対応はますます重要になってきています。同時に、建築物の大型化への対応や構造物を建設する際の軟弱地盤への対応ニーズも高まっていますから、基礎事業の需要はますます増えていくと考えています。

杭の市場と考えています。市場の内訳を見ると、約二五%の二五〇億円がコンクリート既成杭のマーケットです。鋼管杭の市場が約五%の五〇〇億円、残りの七〇%が施工現場で杭を作る現場造成杭の市場という構成になります。

——二五%のコンクリート既成杭市場の拡大が期待できるのはどのような理由からですか。

網谷 市場規模は、日本の少子化時代へのインフラ整備も進んでいる現状から考えてもそう増えないと思う。しかし、コンクリート既成杭の市場に限って見れば、効率性・経済性に優れた工法の開発などが進んでいますから、二五%の構成比を三〇〜三五%まで高めることは可能です。三〇%で三〇〇億円、三五%で三五〇億円となり、約一〇〇〇億円の市場拡大が期待できるわけです。この二〇〇〜二五〇〇億円の規模がどの程度かですが、既製服業界に例えると上位一メーカー、一ブランドの年商に匹敵する規模です。

日本コンクリート工業社長
あみや かつひこ
網谷 勝彦氏



ただ、日本の基礎全体の市場規模約一兆円が年々拡大していくとは思えない。建築着工面積はそう増えないと考えられる。ならばどの分野の拡大が期待できるか、ということですが、コンクリート既成

——このコンクリート既成杭市場のうち、御社のシェアはどの程度になりますか。

網谷 工事費も含めて二五〇〇

億円マーケットの一〇%弱ということになります。このシェアをどの程度上げられるかが経営計画の大きな課題の一つになります。

五月末に発表した新開発の高支持力杭工法の「Hyper Mega」(ジャパンプイルと共同開発)は、その先兵になる工法と期待しています。

「Hyper Mega」工法の開発

— どのような工法ですか。

網谷 既成コンクリート杭を対象にしたプレゴリング系の埋め込み杭工法で、ジャパンプイルさんと共同で開発した画期的な高支持工法「Hyper Mega」工法です。信頼性の高さは申すまでもありませんが、設計の「自由度」の大きさが大きな特徴の一つです。杭の先端部に節杭を配置した構造になっていますから、鋼管杭の適用もできますから、設計の自由度が非常に広がります。

やや専門的な話になりますが、適用杭径は直径三〇〇—二〇〇mm、適用杭長(施工深度)は砂・礫質土地盤六八m、粘土土地盤六〇mが可能になります。従って、

従来の高支持力工法では建築物の階層一〇—一二階が限度でしたが、新工法では一五階以上、場合によっては二〇階まで適用できるという優れた工法です。三年後には一〇〇万tの需要を創出できると考えています。

品質至上主義を踏襲

— 一方、コンクリートポル事業についてはどのような展望をお持ちですか。

網谷 当社の基幹事業であることに変わりはありません。しかし、今後多くの成長は望めないと思います。コンクリートの寿命に伴うリプレーや道路の拡幅工事に関連した需要などに限られてくると思います。

— 成熟市場ですか。

網谷 ええ、そうです。中期経営計画でもポール関連事業の売上高目標を前期比一六%増の一二〇億円と想定しているのもそのためです。しかし成熟した市場といっても、コスト削減な代替需要がありますから安定した収益であることは変わらない。また、中計では三つの柱に土木製品事業の五〇億円弱を掲げています。ただこの分野は公共投資需要が中心です。

その投資需要が前年比七%減を続けており、その流れが変わらないことには過度の期待はできません。

— 縮小均衡になりますか。

網谷 一つは、製品の絞込みです。当社のコンクリート製品は施工現場でつくるのではなく、工場で生産するのが基本です。工場ですり減らすから、土木製品では大型製品に特化します。一つが大深度開発向けのシールドトンネル用セグメントで、二つ目が高速道路のトンネル設計などに利用されるモジュラーチ(アーチ部材)、三つがPC壁体です。お話しした三分野はいずれもコンクリートに一番向いている分野だと思う。従来、弊社はコンクリート製品の品質・安全に対する伝統的な理念をしっかりと踏襲してきました。私自身、品質管理に携わってきたこともありますが、製造業の基本は品質・安全にあるという強いこだわりを持っています。地味な会社ではあるが、「品質経営」への思いは非常に強い。

— 派手な経営は好まない。それが網谷イズムですね。

網谷 中計の基本方針でも「品質第一の徹底」を強く打ち出して

います。向こう受けする派手さはありませんが、当社にとっては経営の生命線なのです。求められる最大限の品質思想を製品や工法に注入していくことが大切なのです。

— 今後の収益見通しについて伺いたい。

網谷 当社は一二年間にわたって売上高の前年割れという厳しい時代が続きました。ようやく、三年連続増収になり、経営の転換点にたどり着いたと考えています。従って、その間思うに任せなかった人事組織、複線型の人事制度にも手を加えていきます。企業は人なりですから、人事は最重要課題の一つと考えています。また、一部上場企業として顔の見える企業像を明確にしていきたい。IR戦略にも力を入れます。

— 収益の目標値はいかがですか。

網谷 二〇〇八年度の経常利益一九億五〇〇万円、経常利益率五%(前期二・三%)を目標にしています。配当は前期三円(前々期二・五円)、今期四円に連続増配しますが、計画の最終年度には六円に増配して、株主の方々に報いたいと考えています。