

「日鉄住金鋼板」 「日鉄住金建材」誕生

新日鉄と住友金属工業の総合力を結集して 建材分野の最強メーカーに

新日鉄と住友金属工業(株)は、鉄鋼需要の変動や国際的な競争激化に対応していくため、2002年2月に相互の競争力強化を目的とする提携を行っていくことに合意して以来、さまざまな連携策を実施してきた。そして2006年2月には、競合の激化する建材分野でより強固な事業体制を構築することを狙いに、建材薄板および道路・土木商品事業の統合に合意。統合に向けた調整を経て、2006年12月に「日鉄住金鋼板(株)」と「日鉄住金建材(株)」が発足した。両社の発足は、その統合規模、統合効果、および鋼材市場に与えるインパクトなどからみても、鋼材加工分野における新日鉄と住友金属工業の連携策の象徴的な意義を有するものである。新会社発足から半年以上が経過し、統合効果を発揮して着実に地歩を固めつつある両社を2回にわたって紹介する。

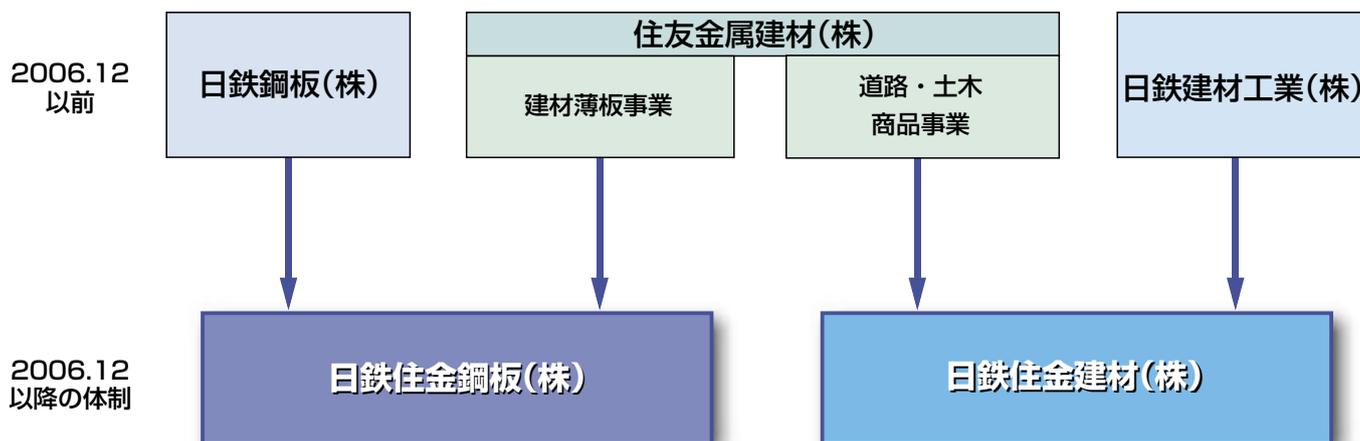
新日鉄と住友金属工業の連携がスタートしてから5年以上経過し、その成果は多岐にわたり、大きな効果が現れている。具体的に両社は、鉄源および下工程での相互協力(住友金属工業の鉄源設備共同利用、新日鉄からの熱延鋼板供給協力、高炉改修時や緊急時の鉄源および下工程での相互融通など)、コスト競争力強化のための相互協力(物流、原料・資機材購入、近隣製鉄所間などでの相互協力など)、グループ会社の競争力強化を目的とした事業統合、およびこれら連携施策をより一層、円滑かつ着実に検討・実行していくことを目的とした相互の株式追加取得を進めてきた。

この中でグループ会社の事業統合については、これまで

5つの案件が具体化している(次頁グループ会社の事業統合参照)。建材分野の二次加工会社では、2006年12月、日鉄鋼板(株)と住友金属建材(株)の建材薄板事業を統合して「日鉄住金鋼板(株)」が、日鉄建材工業(株)と住友金属建材(株)の道路・土木商品事業を統合して「日鉄住金建材(株)」が発足した。

建材薄板分野では、中国を中心に設備増強が進み、日本の輸入鋼材も拡大しつつあり、今後東アジアや国内においても需給緩和が懸念される。また、道路・土木分野では、公共事業の縮小により、国内需要が減少する中、各メーカーが設備余力を抱える状況にある。

統合全体像



このような厳しい事業環境の中、「日鉄住金鋼板」では、基本的には従来の日鉄鋼板と住友金属建材の生産能力を有効活用することをベースに、効率的な生産・販売体制を構築し、業界最強の競争力の実現を目指し、新日鉄・住友金属工業両グループの建材薄板事業の中核会社として新たなスタートを切った。

また「日鉄住金建材」では、両社の持つ製品の強み、特徴を活かし、生産体制の集約・再編によって効率的な生産・販売体制を構築して、一層の収益基盤強化・競争力強化を図ることとした。日鉄住金建材は統合によるシナジー効果を発揮して、最強のコスト競争力を持つ建材メーカーを目指す。

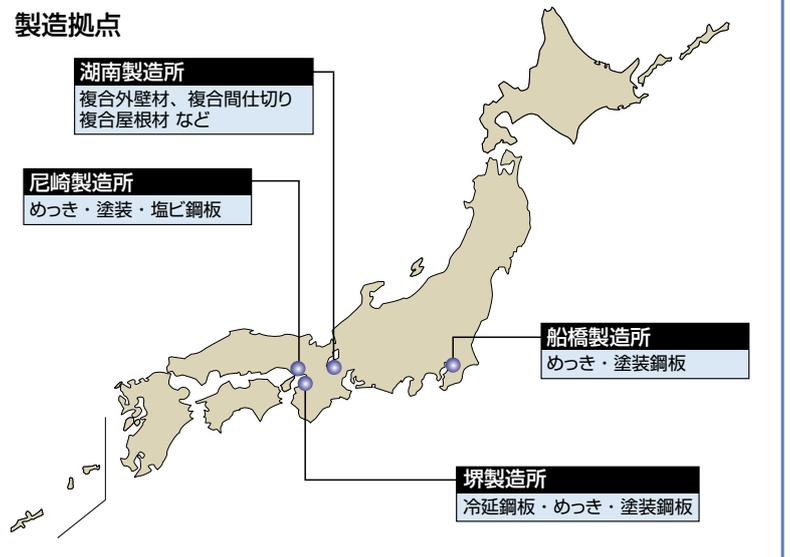
グループ会社の事業統合

統合時期	新会社	事業分野
2002年 7月	日鉄住金溶接工業	溶接棒事業
2003年 10月	新日鉄住金ステンレス	ステンレス事業
2006年 4月	日鉄住金ロールズ	ロール事業
2006年 12月	日鉄住金鋼板	建材薄板事業
2006年 12月	日鉄住金建材	道路・土木商品事業

日鉄住金鋼板(株)

資本金：110億1,900万円
 出資者：新日鉄75%、住友金属25%
 本社：東京都中央区日本橋
 社長：武田厚
 従業員：約950人
 製造品目：表面処理鋼板
 (カラー鋼板、ガルバリウム鋼板、溶融亜鉛めっき鋼板など)
 複合外壁材、複合屋根材など
 主な製造所：尼崎、船橋、堺、湖南
 生産量：約90万トン/年
 売上高：約1,000億円(連結ベース)

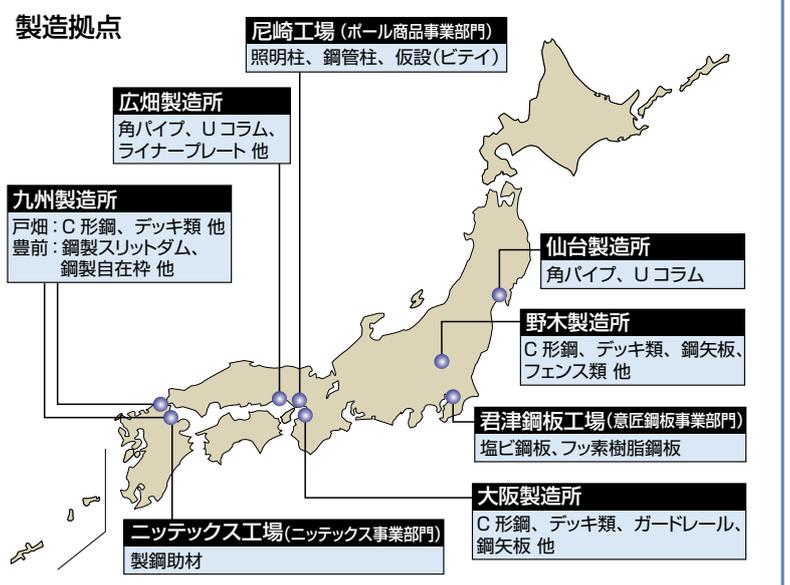
製造拠点



日鉄住金建材(株)

資本金：59億1,250万円
 出資者：新日鉄85%、住友金属15%
 本社：東京都江東区木場
 社長：小山巖
 従業員：約910人
 製造品目：建築(C形鋼、Uコラム)
 意匠鋼板(ラミネート鋼板、塗装鋼板)
 土木(ガードレール、鋼製自在枠、
 仮設製品など)
 ポール(照明柱など)
 ニッテックス(連続 casting 用パウダーなど)
 主な製造所：仙台、野木、大阪、尼崎、広畑、九州、君津
 生産量：約80万トン/年
 売上高：約1,100億円(連結ベース)

製造拠点



5つの事業部門が連携し、建材

2006年12月1日、道路・土木商品事業の統合により日鉄住金建材が誕生し、5つの事業部門(建築商品、意匠鋼板、土木商品、ポール商品、ニッテックス)が始動した。

本特集では、統合後の事業体制最適化の陣頭指揮をとる小山巖社長のメッセージをはじめ、事業統合で新たなスタートを

人材力を最大限に発揮し、 新会社として大胆な改革を図る

日鉄住金建材株式会社
代表取締役社長
小山 巖

厳しい環境下で事業体制の最適化を推進

公共事業の縮小により道路・土木商品事業は厳しい需要環境が続いています。また、規制緩和により中国など輸入品との競合が起こりつつあり、企業として一層の国際競争力が必要となってきました。こうした環境の下、日鉄建材工業(株)と住友金属建材(株)の両社の道路・土木商品事業が統合し、2006年12月に日鉄住金建材(株)が誕生しました。

事業統合に際し、生産面ではまず両社の道路・土木事業の共通製品について旧日鉄建材工業の設備に集約しました。一方、旧住友金属建材の設備(尼崎工場)は独自商品であるポール商品と仮設製品の製造に特化し、併せて工場レイアウトの効率化を図りました。

営業面では、両社それぞれの商品分野の経験・知識を継承する形で要員を配置し、統合に当たって商権の散逸のないよう配慮しながら整理、合理化を行いました。また、商品メニューは、両社の共通品の仕様を統一しつつ両社独自のスペックも盛り込むことで多様化できたため、お客様への最適な商品提案が可能になりました。

さらに輸送面では、旧日鉄建材工業の東西2拠点をベースに全製品をお客様に最も近い場所から効率輸送を行うことで、輸送費のミニマム化を図っています。

「五輪」の輪のように、 5事業が独立しながらシナジー効果を発揮

両社にはそれぞれ長年培ってきた尊重すべき風土がありますが、同じ建材二次加工メーカーとして大きな企業文化の差はないと考えています。私は社員に対して、「新会社にとって何がベストか」を考えて行動することが重要であり、全社員が率直な議論を行い、新会社としての大胆な改革を起こす「主役」となるよう話しています。統合後6カ月を経た現在、社員間のコミュニケーションは深まりつつあると実感しています。

新会社の強みは、新日鉄グループと住友グループのネットワークをフル活用できる点です。当社の商品を、両グループの力を利用して全国に販売していき、また総合的観点から両グループのプロジェクトで活用してもらうように働きかけて



いきます。

そして、道路・土木商品事業に建築、意匠鋼板、ポール、ニッテックスを含めた5事業が「融和と発展の象徴である五輪」の輪のように、それぞれが独立しながらもシナジー効果を発揮していくことが大切だと考えています。

“創意”みなぎる活力ある企業を目指す

当面の課題は、これまでに述べた合理化などの取り組みを徹底し、統合効果を十分に発揮していくことです。中長期的な目標は、「収益と成長の両立」です。2004年度以降、収益については高いレベルを維持しており、企業規模のさらなる成長を目指して、「ステップアップ ニッケン 2010」をスローガンに、2008年までに成長のための基盤整備を行い、2010年には成長を具体的な形にしたいと思っています。

企業として一番大切な財産は「人材」です。成果は社員の能力とやる気の足し算ではなく掛け算で表れます。「人こそすべて みなぎる創意で未来をこの手に」をモットーに、諸施策を踏まえた人材育成を積極的に進め、新しい日鉄住金建材を社員のやる気に溢れた活力ある企業に成長させていきたいと考えています。

業界最強を目指す — 日鉄住金建材

切った土木商品事業部門とポール商品事業部門、両事業部門の製造工場である尼崎工場、および同社の高付加価値商品を支える商品開発・生産技術部門の取り組みについて紹介する。

土木商品事業部門

商品メニューの拡充により、利用技術提案に強みを発揮

土木商品事業部門は事業統合によって生産・販売・輸送体制の効率化と商品メニューの多様化を図り、さらなる競争力強化を目指している。

両社の共通品であったガードレール、ライナープレート、軽量鋼矢板などは旧日鉄建材工業の東西の生産拠点に集約することで、設備稼働率の向上と輸送の効率化を実現した。

また、統合によって商品メニューが増えたことも新会社の大きな強みとなっている。同事業部門長の浅田泰男は語る。

「治山・砂防の防災製品として、もともと旧日鉄建材工業に鋼製自在枠、旧住友金属建材にカゴ枠という、互いに一部競合する商品がありました。これが一緒になったことで、

一般的な強度が必要な場所にはカゴ枠、より高い強度が求められる場所には鋼製自在枠と、お客様に対して商品の特徴を活かした一貫通貫の技術提案ができるようになりました」

カゴ枠や鋼製自在枠は、現場の地形や条件に合わせて施工されるため、設計段階からオーダーメイドで“織り込み営業”を行うことが必要となる。そこで、これまで取り扱い経験のない商品につ



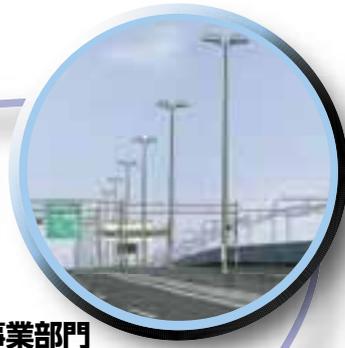
土木商品事業部門長
取締役
浅田 泰男

5つの事業部門

土木商品事業部門

(ガードレール)

旧住友金属建材の
独自商品(カゴ枠、仮設製品)が
組み込まれた



ポール商品事業部門

(スミポール)

旧住友金属建材の独自商品が
事業部門化された



カゴ枠

仮設製品



建築商品事業部門
(Uコラム、デッキプレート)



意匠鋼板事業部門
(フッ素樹脂鋼板製品)



ニッテックス事業部門
(中空メルマリット)

いては担当者の社内勉強会を開催するなど、商品知識を増やす活動を行っている。

また、旧住友金属建材の仮設製品（ビテイ）を同事業部門に組み入れることで、他の土木商品群を含めた総合的な営業活動を展開している。

「社会資本形成こそが私たちの使命であり、今後も必要と

されるインフラ整備にしっかり貢献したいと考えています。また、統合を機に新日鉄・住友金属グループが一体となって、さらなる新商品・新工法開発と利用技術提案に努め、市場のパイを拡大させたいですね。そして当社の全国の特約店会である『あららぎ会（^{あららぎ}蘭=イチイ（一位）の木の別称）』の皆様とともに文字通り、業界第一位を目指します」（浅田）。

商品紹介 カゴ枠

カゴ枠は、丸鋼を主材とした枠組に溶接金網を取り付けたシンプルな構造で、組み立てが極めて容易であり、省力化・工期短縮効果が高い商品だ。治山・砂防用のほか、地震などでの災害復旧にも用いられるなど応用範囲も広く、旧住友金属建材の主力商品として長く業界トップシェアを誇ってきた。

製造は全国5カ所の外注工場に委託され、各地域へのスピーディな納品と効率輸送を実現してきたが、新会社にもこの製造・販売体制が継承された。土木鉄構商品部土木鉄構商品営業室の高橋由里子は語る。



土木鉄構商品部
土木鉄構商品営業室
高橋 由里子



土木鉄構商品部
部長代理
川居 伸宏



カゴ枠使用土木工事の例

「カゴ枠はそれぞれの土地の気候によって大きく需要が変動する商品です。また、災害復旧に使われるため短納期を要求される場合も多く、エリアごとに製造・輸送の最適化を心がけています」

土木鉄構商品部部長代理の川居伸宏は今後の営業戦略を語る。

「新会社が発足したことで、まず営業の基本姿勢に立ち返り、カゴ枠という商品そのものの周知徹底から始めたいと考えています。統合によって広がった販売ネットワークを駆使し、カゴ枠、ひいては土木鉄構商品全体の拡販に努めていきます」

商品紹介 仮設製品（ビテイ）

建築・各種作業用の枠組み足場、またはスポーツ・イベント用の仮設スタンドとして欠かせないのが仮設製品である。「ビテイ」はアメリカ・ビテイ社より日本での独占販売権を得たブランド名であり、これが日本の仮設製品の通称となるほど市場における認知度は高い。

近年は、組み立て時の作業員の安全確保が必須課題となっているが、旧住友金属建材が開発した墜落事故防止のための据え置き型先行手すり枠「ビテイガード」、隙間と段差をなくした布板「セーフティウォーク」などは積極的に安全設計に取り組んだ成果であり、国土交通省や大手ゼネコンからも高い信頼を得ている。



ビテイ商品部
ビテイ商品営業室長
久米 栄市郎

現在はバブル期に大量購入された仮設製品の買い替え需要期に入り、今後の拡販が期待されている。ビテイ商品部ビテイ商品営業室長の久米栄市郎は語る。

「ビテイを製造している尼崎工場では5名の技術者が開発に当たっています。この充実した開発力は当社の大きな強みです。これからも製品開発に意欲的に取り組み、シェア拡大を図っていきます」



仮設製品「ビテイ」
上「セーフティウォーク」
左「アップスター」

ポール商品事業部門

統合メリットを活かし、さらなる拡販体制の構築へ

ポール商品事業部門は統合によって新たに発足した部門であり、旧住友金属建材の独自商品であった照明柱と鋼管柱の製造・販売を行っている。

照明柱は「スミポール」のブランド名で約40%近くの市場シェアを持つ。1960年の製造・販売開始以来、その出荷累計は実に120万本に及んでいる。

スミポールは、国交省および地方公共団体向けの「一般照明柱」、景観性を重視した「デザイン照明柱」、照明と信号を一緒に取り付けられる「多目的柱」、信号と標識を単独で取り付けられる「信号・標識柱」と、極めて豊富な商品バリエーションを持つ。

また、その製品技術の高さにも定評がある。振動による疲労破壊を防ぐ制振装置「チェーンダンパー」は本四架橋や阪神高速道路など、風や車両によって常時振動が発生する過酷な場所で採用されている。この他にも、耐震・耐腐食型のベースプレート「ストロングベース」、灯具接合部品を一体成形した「アダプター一体型照明柱」など、高い技術力を背景にし

た高機能商品を積極的に市場に投入している。

もう一方の主力製品である鋼管柱は、そのほとんどがNTT殿向けの電信柱として納品されている。軽量で施工性に優れているため、山間部などの施工が難しい場所でも多く使用されており、西日本地区を主体に約50%の市場シェアを誇る。

今後は、高い技術開発力を活かして差別化商品を積極的に開発していきたいと同事業部門長の合田正博は語る。

「新日鉄と住友金属という二つの親会社ができただけで、今後はより幅広い営業活動も展開できます。公共事業の縮小で市場環境は厳しいものの、統合メリットを積極的に活かし、また、生産拠点である尼崎工場においては最適生産体制を確立し、競争力強化に努めていきます」



ポール商品事業部門長
取締役
合田 正博

商品紹介 照明柱（スミポール）

先端にいくほど細くなるテーパのついた照明柱は、見た目にもやさしく道路や街の景観に彩りを加えている。使用環境により機能性・意匠性などのさまざまなニーズが必要とされるが、スミポールはどんなニーズにも対応し、照明柱のトップブランドとして高い評価を得ている。



照明柱商品部
照明柱商品営業室係長
五十嵐 聡

東京・大阪・九州・東北に営業マンを配したコンパクトな販売体制だが、商社が全国11カ所に営業倉庫を展開、標準品を常備し、衝突事故発生時の迅速な取り替えにもタイムリーに対応している。

公共投資の減少により厳しい需要環境が続く中、今後は技術部門

とより一層連携を深めた営業が必要だと、照明柱商品部照明柱商品営業室係長の五十嵐聡は語る。

「街並みを明るく照らす照明柱は事故発生防止や犯罪率低減につながる大事な社会インフラで、その販売はやりがいのある仕事です。維持管理費を含めたトータルコスト削減につながる製品開発などのニーズを先取りし、一層の提案型営業を展開しています」



スミポール

尼崎工場 コスト競争力と技術力の向上を加速

旧住友金属建材の尼崎製造所は、日鉄住金建材尼崎工場として新しいスタートを切った。生産品目を集約して、照明柱、鋼管柱、仮設製品（ビテイ）の生産に特化し、工場レイアウトも見直すことにより高いコスト競争力を持つ工場へと生まれ変わった。

主力生産品である照明柱は、スピニング成形設備によって製造される。これは国内でも有数の設備であり、鋼管を加熱・回転させながらロールで圧力制御することで、先端が細くなったテーパ素管が一貫成形できる。一般的なプレス成形に比べると溶接などの工程が不要となる上、テー

パー率が自由に変えられ、信頼性と設計の自由度が大幅に改善された。また、従来溶接で取り付けていた部品をスピニングで一体成形した製品も開発、製造しており、市場ニーズにも柔軟に対応できる。

統合による効果と、こうした高い技術力をベースに、同工場ではコスト競争力の改善を加速させている。工場長の森部憲二は語る。

「緊急の課題としては、製造コスト削減が挙げられます。作業効率を高めることが、コスト改善につながることを期待しています。また、中長期的には老朽化した設備更新を行い、一層の生産能率の向上を目指していきます」

尼崎工場では作業効率を高める工夫を開始している。

「まず工場の照明器具の交換などによって作業環境を明るくし、工場内クリーン化など職場環境の改善に重点を置いています」と、管理グループ部長代理の濱田実は語る。



尼崎工場
工場長
森部 憲二



尼崎工場
管理グループ部長代理
濱田 実



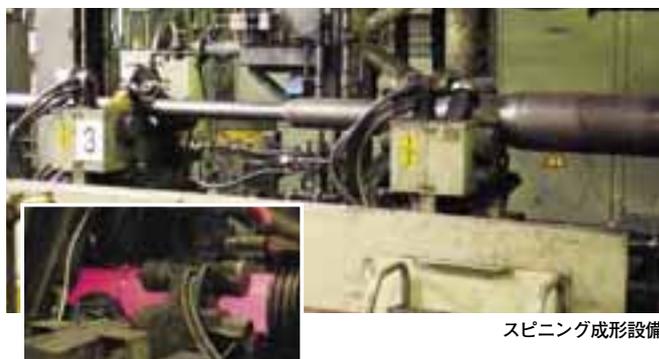
尼崎工場
管理グループ長
安東 秀隆

日鉄建材工業でも住友金属建材でもない、新しい「日鉄住金建材」をつくる。これを合言葉に、現在、工場が一丸となって新たな風土づくりに励んでいる。

「特に製造現場には若手社員が多く、新風土づくりには格好といえます。新しい会社にふさわしい風土を、できるだけ早く構築したいと思います」(森部)。

統合により他工場との交流も始まっている。管理グループ長の安東秀隆は語る。

「安全、生産技術、工場内クリーン化などについて大阪製造所と交流を始めました。大阪製造所からは整理整頓など環境整備に見習うべきところが多く、勉強をさせてもらっています。また、安全については尼崎工場でも最重点管理項目であり、今後もリスクアセスメントに力を入れ、工場発展に寄与していきたいと思っています」



スピニング成形設備

商品開発・生産技術部門

技術の融合によって、積極的な新商品開発を目指す

日鉄住金建材では、「高収益レベルの維持」と「成長基盤の整備・充実」を今中期計画の柱に据えている。厳しい市場環境の中でこれらを実現していくためには、収益に貢献する低コストで高付加価値の新商品開発がカギとなる。

これまで旧日鉄建材工業、旧住友金属建材の開発商品は高い評価を獲得してきた。雨水によって汚れが落ちる自己洗浄性の「SCガードレール」、樹木を残し斜面の安定が図れる「ノンフレーム工法」、高荷重・大スパン対応の合成デッキ「ハ

イパーデッキ」など、いずれも市場から高い評価を得ている。

今後も他社の追随を許さない独自商品を開発していくため、同社では社内の技術力を結集して2006年4月に「商品開発センター」と「生産技術センター」を設立した。また、ベテランによる若手技術員への社内勉強会「応用工学講座」も開催し、各自の能力向上に向けた環境整備も行っている。



商品開発センター
道路商品開発部長
三木 眞

商品開発センター道路商品開発部長の三木眞は語る。

「今回の統合によって事業範囲が拡大し、異なる技術が融合することで、新しい商品技術を生み出す基盤ができました。今後は『ステップアップ ニッケン2010』のスローガンのもと、技術力を結集し、新商品比率を大幅に高めていきたいです」



設置6カ月後
SCコート

設置6カ月後
従来塗装

ガードレール