

トリーク
トリーク

大越 政幸氏
(紅忠スチール社長)

統合10周年

——伊藤忠丸紅鉄鋼の完全子会社だった「伊藤忠丸紅スチールAP」と「紅忠オートスチール」が合併し、建材薄板鋼材と自動車用鋼材を扱う「紅忠スチール」としてスタートを切った。10年の節目を迎えました。

建材薄板製品を取り扱ってきた建材のプロ集団「伊藤忠丸紅スチールAP」と国内自動車用鋼板トレード

専門部隊「紅忠オートスチール」の2社が2013年10月に統合されて今に至る。これもひとえにお取引先の皆様の支えがあったからこそだ。皆様に心から感謝したい。

私で社長は4代目となるが、歴代社長が私たち後輩

にしっかり残してくれたものがある。それは「お客様とのつながりを常に第一とすること」「お客様と一緒に未来をつくること」という会社のビジョンだ。これは10年経っても全く色あせていないフロントティア精神といえる。これをしっかりと引き継いでいく。そして振れ幅の大きい時代のなか、勇気を持ってさまざまなことに挑戦していきたい。

——統合以来、国内建築・自動車業界向け専門鉄鋼商社として



大きく進化、成長してきました。スタッフ数は現在約110人。建材薄板・鋼材分野と自動車鋼材分野の比率は3対7と自動車鋼材分野の方が多く、これは紅忠スチール発足当初から大きく変化していない。自動車鋼材分野は自販だけでなく本部からの受託もあるためだ。収益比率は5対5となっている。

収益力は「1+1」以上に高まっている。統合直後は売上高200億円強だったが、その5年後に売上高300億円を超え、10年後にあたる

今年度は売上高550億円を目指す。高位安定した収益を上げる会社に向けて成長の途上にあるものの、収益は21年度・22年度と過去最高益を達成できた。鋼材市況が上昇した追い風もあるが「お客様とのつながりが第一」のスタイルが評価されたことも大きい。

統合直後は「建材のプロ」「自動車のプロ」として、これまでやりたかったことは山ほどあったはずだが、収益がまだ安定しないために断念して取り組めなかったことが多かったと思う。人事交流に関しても、

そもそも人材育成方針が違ってきたなかで、急に活性化することは難しかっただろう。だが、この10年間で互いに切磋琢磨し、刺激し合えるようになってきた。人事交流はより盛んにやっていきたい。

——自動車用鋼材、建材薄板の各部署の現状と、それぞれの取り組みについて。まずは自動車用鋼材部門から。

自動車産業は中国リスクなどグローバルサプライチェーンの見直しを経て、国内生産回帰という大きな流れを迎えている。これまでの「海外拠点における地産地消化」を捕捉する動きから「日本国内市場での新たな機能のイノベーション競争」に土俵が移ってきた。これは国内市場の最前線を担ってきた我々にとって、願ってもない躍進のチャンスだ。

自動車用鋼材の自販部隊では、コロナ禍を契機に自動車部品メーカーのお客様との全業務を完結できるポータルサイト「B-rings（ビリングス）」を開発した。現在は

その浸透を図っているところで、すでに数10社に利用してもらっている。この独自のポータルサイトを通じて、スピーディな情報共有を図っていく。

「お客様とのつながり」第一に 業務効率改善・新領域開拓を推進

また、株主の伊藤忠丸紅鉄鋼が開発、9月から提供開始した温室効果ガス排出量可視化・算定・分析サービス「MieCO2（ミエココ）」などの先端サービスも武器にしている。温室効果ガス排出量削減に向けては、自社単独ではなくサプライチェーン全体で正確な情報を共有して対策を進めることが今後必要になってくる。こうしたサービスを含め、取引先の要望に寄り添った提案をしていく。

——建材薄板部門はどうでしょうか？
建材部隊では現在、全国の地域対策に注力しているところだ。国内建材需要の回復に時間がかかるなか、建材薄板分野では「地域密着型」「きめ細かなサービス」の拡充が今後の勝敗を分けて（6面に続く）

くると考えている。これまでのトレード一辺倒のビジネスモデルを見直して「同業他社との業務提携」「M&Aによる事業領域拡大」「新機能の獲得」を進めたい。そのためには、会社全体で事業投資のノウハウ定着、スキルアップを強化していく方針だ。社員たちの成長意欲を次のステージに高めることにもつなげていく。

国内市場は地域別にみると、大手企業の進出が相次ぐ九州地区が期待できる。建材部では10月に関東、中部、関西に次ぐ4つ目の建材取扱拠点として九州営業所に「建築資材プロジェクト室」を設置した。現地に人員を配置することで建材部の業況拡大を目指す。

海外市場にも目を向ける。国内市場だけでなく海外市場でも通用する住宅建材商品は多い。これらの商品群を伊藤忠丸紅鉄鋼グループのグローバルネットワークを活用して海外に売っていけないか。我々が主体的にマーケットインすることで新たな需要をつくっていくという検討を開始したところだ。とくに北米市場を狙っていききたい。

—— 足元の課題と、今後の取り組みは？

大手ユーザーの鋼材SCM（サブライチエンマネジメント）の一翼を担うからには「人一倍の責任感」「どんなことも最後までやり遂げて見せる」という強い精神力が不可欠だ。そうしたなか、最大課題と言えるのが「鋼材SCMを任せられる優秀な人材の確保・育成」だ。

在宅勤務が定着化したなか、トレードの基礎をOJT（オン・ザ・ジョブ・トレーニング）で学び、先輩社員の臨機応変な立ち振る舞いを見ながら商社パーソンとしての提案力や交渉力、人間力を学んでいくという当社のスタイルは、今の若手や学生が求めている仕事のスタイルと一線を画しているかもしれない。SCMに関わる事務処理全般を効率良くこ

なす一般職と比べて、総合職の新卒採用・キャリア採用による人材確保が難しくなっている。そこでスタッフの個々の得意分野や専門性をより活かせる処遇を考えた。今年度下期中に、優秀な人材の確保・育成につながる人事制度に改定する計画だ。

職務内容や昇格基準をより明確化し、総合職は管理職を担う人材向け「経営者育成コース」と営業のプロフェッショナル向け「SCMマスターコース」を設けて複線化する。スタートアップ自身に合ったコースでキャリアを積んでもらう。一般職については地域限定総合職に近い、転勤のない「特定総合職」という新たなコースをつくる。これまで通り当社の看板となる一般職も育てていく。

—— 今年4月に社長直轄組織「業務効率改善・新ビジネス領域開拓室」を新設しました。社長を含む3人の組織で、室長は自動車鋼材本部・デジタル改革推進室のメンバーが参画している。当社の働き方改革につながるDX推進と新領域開拓に向けた布石を打つ狙いがある。

業務効率改善に向けては「鋼材受給管理プラットフォーム」を構築し、大きな負荷軽減を図る。客先への情報提供の迅速化や分析までサービスメニューとして提供するべくスケジュールを組んでいる。このプラットフォームに搭載される各種アプリケーションを自由に操作できるように全社のITリテラシー向上プログラムを策定し、推進するものこの室の

やわらかい頭で、鉄の未来を切り拓く

2023年10月1日

おかげさまで設立10周年

このたび紅忠スチールは会社設立10周年を迎える運びとなりました。これもひとえに、お取引先をはじめ多くの皆様方の厚いご支援とご指導の賜物です。ここに社員を代表して、心より御礼申し上げます。今後とも、紅忠スチールを宜しくお願い申し上げます。



伊藤忠丸紅鉄鋼グループ
紅忠スチール株式会社

代表取締役社長 大越 政幸

皆さまと一緒に、鉄の未来を切り拓く

新ビジネス領域の開拓は、今年度上期だけで8分野に布石を打っている。このうちの1つでは、今まで縁がなかった会社同士の得意分野を結び付けることで協業を進めていく。既成概念に捉われず、「お客様」の得意分野を「時代が求める新しい何か」と結び付けていく。そういうプロデュース機能を拡大し、大きな力に変えていきたい。

—— 次の10年に向けて。設立10周年の節目を迎えるにあたり「10年後の33年にはこういう会社になりたい」という当社の「未来の姿」を社員から募集し、選ばれた目標を共有するイベント「BenichusteelNext10」を開催した。社員の投票で上位入賞した提案は24 | 26年度の次期経営計画に盛り込み、全社で一体感を持つて次の10年に向けて進んでいく。アイデアの募集は（7面に続く）

8月末で締め切ったが、個人・グループ合わせて45のアイデアが集まった。人事改革案や組織案、社会貢献活動案や街おこし企画への主体的参画、海外市場への領域拡大、システム会社への投資、企業内大学の設立など、既成概念にとられない面白いアイデアが集まった。このような提案が積極的になるようになったのはこの10年間における成長の証しだと思う。ここから選抜した上位10個のアイデアは7日に予定している表彰式で発表する。社員たちの自由な発想、会社を良くしていきたいというスピリッツがある限り、我が社は「次の10年」も、お客様も自分たちもワクワクできる新しいチャレンジを続けているだろう。

(理)