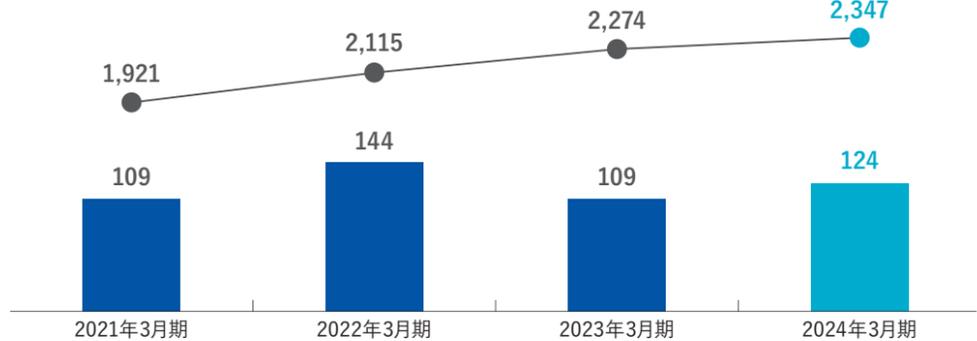


タカラスタンドの売上高、営業利益

(単位：億円) 千万円以下は切り捨て



売上高は2024年3月期まで4期連続で伸び続けており、過去最高を更新。厳しい市場環境をはねのけ好調を維持している



タカラスタンド

代表取締役社長

小森 大

Masaru KOMORI

1970年生まれ。長崎県出身。94年大分大学経済学部卒業後、タカラスタンド入社。2006年岡山支店長、10年本営業本部営業課長、13年埼玉支店長、19年東京支社長、20年執行役員、23年常務執行役員および取締役。マンションリフォーム特化型拠点を東京に新設し、首都圏のリフォーム売上高を拡大したほか、リフォーム業界団体との取り組み強化にも貢献。24年4月より現職。

ホーローを軸とした独自の製品で「逆境」をはねのけ進化を遂げる

厳しい市場環境で増収増益を継続

——新築住宅市場を取り巻く環境について、どう見えていますか。

小森 新築住宅の着工戸数は、2022年までの19年で3割弱減少しています^{※1}。今後人口減少が進み、単身世帯の増加によって賃貸需要が増えることも踏まえれば、新築住宅需要が上向き可能性はほぼないでしょう。また、直近の資源高や人手不足の影響で、新築住宅価格は高騰しています。厳しい状況であることは間違いありません。

——逆境の中で、タカラスタンドの業績は好調です。24年3月期の売上高は2347億円と過去最高を更新し、営業利益も純利益も2桁の伸びでした。この要因は何でしょうか。

またホーローは、技術革新を経てデザインの自由度が上がり、多様なインテリアニーズに対応できるようなりました。写真を再現できるほど高精度なデザインや、マツト調ホーローも実現しています。

——「逆境への強さ」の源泉は何でしょうか。

独自のホーロー技術を持っていることへの誇りです。これによってうそ偽りのない売上ができますし、優位性向上に向けて技術革新への意欲も高まります。市場のニーズや解決すべき課題は時代の流れとともに変わりますが、ホーローという明確な軸があるので、迷うことはありません。

何よりも、自信を持てるものがあると、優秀な人材が育ちます。当社は、現場に大きな裁量権を与えています。ホーローという、全社員が立ち戻れる「軸」があるからこそ、こうしたマネジメントが可能で

構造改革と大胆投資で「水回りの世界標準」に

——社長直属の部署として「構造改革推進室」を新設されました。

強化すべき部分をしっかり強化してきた結果だと思っています。足元の状況をリアルタイムで把握し、意思決定する体制を整え、順調にシェアを伸ばしてきました。製品別では高いシェアを獲得しているシステムキッチンに加え、幅広い選択肢を用意したシステムバスも好評です。リフォームへの取り組みを強化したのも、結果につながりました。日本の総住宅数は右肩上がりであり、23年10月に過去最多を記録しました^{※2}。リフォーム・リノベーション市場は安定した伸びが予測されていますし、サステイナビリティの観点からも伸びしろが大きい分野と考え、力を注いでいます。

——リフォームでは具体的にどのような策を打っているのですか。

22年、東京・墨田区にマンションリフォームの施工研修施設を開設しました。DXで大切なのは、D(デジタル)ではなくX(変わる)こと。そのため、今は全国の現場を回って現状を把握しながら、社員との対話に力を注いでいます。変革に向かう手応えを感じているところです。

——今後の展望を教えてください。

持続的な成長のため、500億円規模の生産能力増強投資をします。すでに無人化・自動化を含む生産効率化を進めています。さらに磨きをかけるのが目的です。海外事業も2030年度の売り上げ100億円達成を目指し、台湾、中国、ベトナムに加えてインドやインドネシアにも進出するよう準備しています。

高温多湿に強い当社の水回り製品で、世界中の人々の豊かな暮らしに貢献し続けたい。そのためには安定的な収益を創出し、成長投資や株主還元を強化していきます。

制作 東洋経済企画広告制作チーム

※1出所：国土交通省「令和5年度 住宅経済関連データ」
 ※2出所：総務省「令和5年住宅・土地統計調査 住宅数概数集計(速報集計)結果」