トップインタビュー

企業努力で市場拡大を

日本フォームサービス
代表取締役社長　齋藤　太誉 氏

デジタルサイネージが好調
函物技術活かした製品強化

本紙　二〇一九年の概況は。

齋藤　当社は主にサーバーラックを中心とした函物事業とＡＶ機器関連でモニター周辺などデジタルサイネージ関係の事業と二つの大きなビジネスを行っていますが、デジタルサイネージ事業の製品群が大きく伸びた一年でした。

これは今年の戦略の中にも入っていますが、昨年のラグビーワールドカップや今年の東京オリンピックなどに対するインフラ整備、スタジアムの新設や改修などに関する案件が増えております。スタジアムだけに限ることではありませんが、昨今では訪日外国人の増加に起因し、多言語化に対応するためにモニターが設置されることが多くなります。また、それだけでなく、サイネージを活用した広告収入を得るモデルを採用する自治体、企業が増えてきた背景もあると思います。競技をモニターで観たり、トイレの場所などの案内表示をしたりするために当社製品を採用頂きました。新国立競技場にも納入させていただいていますが、デジタルサイネージ関係の製品である壁架け金具、天吊り金具、モニターのスタンド、モニターを入れるケーシングなどの受注が非常に多い一年でした。

半面、サーバーラックを含む函物関係、デスクなどの受注は低調でした。しかし、一月以降に函物・デスク製品の受注も少しずつ右肩上がりになってきており、今期は函物系の技術を活かしたワークブースなどの製品群を強化するのも面白いかな、と考えています。

本紙　二〇二〇年の市場に関する見通しなどは。

齋藤　市場的な見通しは、サーバー関係のデータセンター市場に関しては、緩やかに右肩上がりになるという予想をしています。ＡＩなどもそうですが、身近なところを例に挙げるとタクシーなどでもカメラで撮った画像をサーバーに収めるなどしていますので、サーバーを使ったセキュリティ対策、サービス向上に向けた導入のケースがいろいろな業界で増えてきています。サーバー自体の容量（スペック）も増えていますので、ラックの需要が倍になるということではありませんが、サーバーを収納するラックも従来通りのものではない製品が求められてくると思います。サーバー自体のスペックが上がるということは、発熱対策も同様に求められてきます。例えば、スーパーコンピュータなどです。その為、弊社では液浸冷却装置などの付加価値を付けた製品開発を二年程前から着手し、販売開始をしております。現場からも、データセンターなどのコストダウン、活性化を求める声を聞いていますので、市場に沿った提案を行っていきたいと考えています。

「液浸冷却装置」

新製品ミラアドを拡販
液浸冷却装置を本格販売へ

本紙　そのほかの市場は。

齋藤　もう一つのデジタルサイネージの市場も緩やかに数年は伸びていくと予想しています。一番の懸念として、モニターの金額が高額の為、設備投資する際に、予算面がネックになっていましたが、モニターの金額も年々下がってきていますので、導入のしやすさというところからサイネージ市場はもう少し伸びていくと思います。当社の製品はそれらに付随するものが多いので、業績も伸びていくものと考えています。さらに、当社では、スチールを使用した屋内用だけでなく、ステンレスなどの素材を使用した屋外もしくは半屋外用のサイネージの提案にも注力していきます。

太陽光関係の架台などの設置も含めてやっていましたが、太陽光市場は、売電目的ではなく、自家消費目的で太陽光発電を採用されるお客様が増えています。その背景には、売電価格が下がっている為、投資リスクが高いと判断されている為です。そのような現状でも当社のスチールベースというような製品は現在も支持され、採用されています。マーケット自体は縮小していますが、太陽光の架台中心に出ていますので、今期もしっかり取り組んでいきたいと思います。

本紙　今年、強化する製品は。

齋藤　デジタルサイネージ関係で新製品「ミラアド」を拡販していきます。

ミラアドは鏡とディスプレイの二つの顔を持つ新感覚のデジタルサイネージです。普段は普通の鏡。背面にあるディスプレイに映像が流れれば、鏡に映像が浮かんでいるかのように表示されます。従来ですとスタンドなどは設置工事をしてしまえば終わりでしたが、今後は、コンテンツも含めて提案することと、空間演出を含めて製品を捉えることで、ホテルや企業のエントランスなど、いままでとは違った場所、お客様への提案が可能になるのではないかと考えています。

もう一つは「液浸冷却装置」という製品を本格的に販売したいと思っています。液浸冷却装置とはサーバーなどの機器類を直接冷媒に浸し熱搬送（冷却）するモジュール型の冷却装置です。

一般的には、サーバーの熱は空調で冷却しますが、そうするとＣＯ２も排出して、電気代もずごくかかります。液浸冷却装置は、電気を通さない特別な液体の中にサーバーを設置することで、サーバールームの空調をほとんど使わないようにできるというものです。その製品を海外の企業と提携し製品開発を行ってきました。今年から提案していきたいと考えています。

本紙　既存の製品で好調なものは。

齋藤　函物製品もサイネージも屋外用の製品が好調です。屋外向けの製品ですと、素材をステンレスに変えるパターンと、塗装を屋外用に変えるパターンの二つがあります。函物系で屋外用を手掛ける会社が少ないのが現状です。理由としては、錆や霜が付くなどの問題が忌避される点ですが、当社では、他社がリスクと捉えているところに対し、チャンスと捉えてやらせていただいていて屋外用製品が比較的好調です。モニターにも屋外仕様がありますので、そのような製品をサポートする製品も納めております。

「ミラアド」

ボトムアップで企業活性化
業界広げるニーズづくりを

本紙　生産や販売体制で新たなことは。

齋藤　昨年十月に事業部制に移行しました。従来では、営業部と製造部がありましたが、函物関係とデジタルサイネージ関係の二つの事業部制に移行し、それぞれそこに専門の設計、開発担当などを置くようにし、スピード感を上げていく体制にしました。まだ三ヵ月目ですが、今度の決算期には少しずつその効果が表れてきていると思います。

本紙　人材教育については。

齋藤　当社は、これまで人材育成にお金と時間をかけてこなかったことが、大きな反省点です。営業面だけでなく、コンプライアンスなどの社会人としての基礎的な教育がなされていませんでした。人材に時間と費用をかけて、どこに出しても通用する人材を増やしていこうというのが課題です。つまり、従業員の市場価値を上げることです。最終的にはそこが企業力になってくるのだと思います。

本紙　社長に就任されて社員に最初に話されたことは。

齋藤　当社は社歴が六十三年になります。これは過去の先輩の方々が築いてきたものです。ただ、今を働いている人たちが今のやり方とか、今の常識などをもう一度見直し、不易流行のような「形」を考えることが必要です。

過去に築き上げたものを今に換算するとこういうものだから、こういうように次はやっていこう、というのが私たちの世代の役割だと思います。ここがないと自主性が生まれず、やらされている感になり、仕事も面白くないですし、やらされている感からはよい成果も出てきません。

トップダウンだけではなく、これからはボトムアップでないと企業の活性化には繋がっていきません。これからは自分たちが自主性を持って挑戦をしていくことが大切だと話しました。

本紙　業界への提言は。

齋藤　少子高齢化になってきて業界的に厳しい状況ですが、私たちも含めた企業各社がマーケットを広げていく努力をしていかないと下がっていってしまいます。

つまり、企業努力で市場を広げていくことが一番求められていることだと思います。「同業他社が敵である」という一方通行な考えではなく、もっと幅広く考えていかないとマーケットは広がっていきません。広い観点で業界を広げていくニーズを私たちがつくっていくことをしていかないと、私たちの次に続く後輩たちが苦労してしまうのではないかと思います。