

ディスプレイ大手、事業領域を拡大

好業績下に次にらむ

ディスプレイ大手が事業領域を広げようとしている。この間、大阪・関西万博関連のほか、にぎわいを求める商業施設の積極的な改装などで需要が高まり、各社の業績は好調だ。この機に、次の成長エンジンを探る。オフィスやホテル、病院、公共施設などでも空間ディスプレイが求められることに応え、建築への進出や既存の建物の活用、地方再生の支援、連携によるサービス拡大などを追求している。（田村光龍）

需要拡大で増収増益

乃村工芸社は3～5月連結業績が売上高408億円（前年同期比40・4％増）、営業利益45億円（4・4

倍）になった。丹青社は2～7月連結を売上高560億円（36・6％増）、営業利益56億円（2・9倍）とした。スペースは1～6月連結が売上高338億円（6・6％増）、営業利益26億円（18・5％増）で、船場も1～6月連結が157億円（40・6％増）、営業利益11億円（2・8倍）だった。需要が高まるなか、価格転嫁も進み、今後に向けた事業領域の拡大に本格化している。



建築やリノベーション 地方再生、サービス連携も

乃村工芸社は今期までの中期経営計画で「新たな事業領域に挑戦し新しい事業を全社員で興す」を掲げている。主力の屋内だけでなく屋外を対象にするために24年に建築プロデュース部を設置、造園工事の許可を得た。すでに万博で建築の機能を生かしており、「グリーン&パーク」と「リファイン&リバリュー」を掲げて広場や公園作り、既存の建物のリノベーションに取り組んでいる。これまで、博物館などでは工事を受注する事業から踏み出した施設運営を行ってきたが、これを商業施設にも広げる構えだ。

丹青社はディスプレイから派生する形での事業領域の拡大を目指している。建設から50年を経た都内の小型の築古ビルをリノベーションする「R2」をすでに事業化した。これは内装のほか、設備や外装と工事の幅が広がるだけでなく、丹青社が物件を買い取り、リノベーションするという新事業になっている。20年にプロジェクトとして立ち上げ、すでに2棟が完成、さらに2棟が進行中だ。

総合化、環境配慮も

スペースはホテル、オフィスなど商業中心だったディスプレイで総合化を進めており、共創を掲げて外部ネットワークを広げた領域

の拡大をにらむ。さらに、北海道帯広市で閉店した百貨店、藤丸の再建をサポートしている。ディスプレイの枠にとどまらず、地方の再生に携わる。建て替えオープンを予定する30年までをつなぐための拠点「藤丸パーク」が7月にオープンしており、新たなフェーズに移行する中でも役割を果たす構えだ。

船場は商空間ディスプレイでラグジュアリーブランドを、新たな組織を作り、

デザイン性と環境配慮の両立打ち出しながら拡大しようとしている。さらにオフィス事業で連携し強化を狙う。組織・人事コンサルテーションのマーサージャパンと組み、空間と組織・人材マネジメントの二つの視点を盛り込んだオフィスを提案しているが、7月にはコクヨと業務提携した。国内だけでなくアジアもターゲットにオフィス空間で家具と工事をワンストップで提供しようとしている。

乃村工芸社は万博で地球環境産業技術研究機構の「R-1E未来の森」ガイダンスホールを新たな木造建築手法で設けた