



カレッセ施工例

# 金属屋根材から建築金物、 景観材など多彩な商品群

## 太平産業 株式会社

### 事業内容と沿革

#### 金属屋根材「カレッセ」が 看板商品に

代表取締役の川島慶樹氏の父、慶造氏が設立した。当初は繊維機械の板金部品を手がけていたが、2年後に建築金物の生産を開始。看板製品の金属屋根材「カレッセ」の前身である「シェルック」は旧日本モニエル(株)と共同で平成4年に開発した。しかし細部にこだわりすぎたため高価になり、時流には乗れなかった。転機が訪れたのは平成7年。阪神・淡路大震災をきっかけに重量のある瓦から金属屋根材への転換が始まった。そこで「シェルック」の設計を抜本的に見直し、素材のガルバリウム鋼板の利点を損なうことなく安価で施工しやすい「カレッセ」が誕生した。既存の屋根の上に施工できるので廃材が発生せず短時間で施工でき、しかも相対的に安価とあってハウスメーカーの注目を集めた。リフォーム用の屋根材として20年ものロングセラー商品となった。これら屋根材が売り上げの半分を占めており、これに続く柱になっているのが建築金物であり景観材。景観材は駐輪場や渡り廊下、玄関ポーチなど多種多様な製品を送り出している。またユニークなのはローリング式の駐輪システム「ローリングラック」。自転車を置いた状態で左右に動かすことで省スペース化を可能にした。特許を取得し平成6年から販売している。

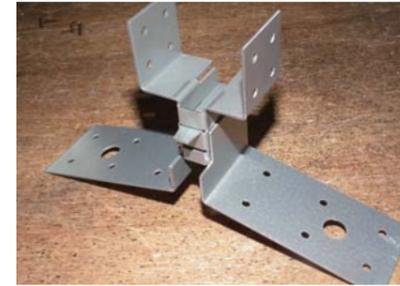
### 強み

#### 設計から製造・施工までの 一貫体制に強み

「カレッセ」はバリエーションは増えたものの、発売以来20年間ほとんど仕様が変わらないロングセラー商品。瓦屋根と比べ価格は10%程度アップするが、重量は10分の1。耐久性や耐熱性、耐候性に優れたガルバリウム鋼板の良さを生かすとともに、通常の葺(ふ)き替えで必要な既存屋根材の処理を不要にした。このため施工時間が飛躍的に短縮された。長年培ったプレス技術を生かし、曲線を多用するなど意匠性の高さも売り物で、一見金属に見えない風合いと機能性を両立させた。柴田聡社長は「他社に先駆けリフォーム市場に特化したのが奏功した」と分析する。競争は厳しくなったものの一定シェアを獲得している。「カレッセ」が堅調に推移する一方で、順調に売り上げを拡大しているのが景観材の事業。自社で設計から加工、製造、施工まで一貫で手がける強みを生かし、設計事務所に食い込んでいる。平成17年に攝陽工業(株)の景観材部門を継承したことも弾みになった。平成27年10月期決算では売り上げ倍増の勢い。当社の製品は「カレッセ」や駐輪システムなどロングセラー品が多い。値段は少し高くても丈夫で長持ちする製品を作り続けている姿勢が顧客に評価された結果である。柴田社長は「安かろう、悪かろうの製品は作らない。廉価な製品も検討したが、それでは太平産業の良さがなくなるので断念した」と、基本理念を曲げるつもりはない。



本社工場・若手からベテランまで



建築金物



本社屋

- 企画・提案
- 試作・受託
- 短納期対応
- 多品種少量
- 量産対応
- コスト相談
- オンラインワン
- 海外対応

高品位・高品質の製品を  
製造・施工します



取締役社長  
柴田 聡さん

公共事業に代表される安全性や耐久性などのさまざまな仕様に対応した高品位・高品質の製品を製造・施工してきました。設計から施工まで各部門が長い歴史の中で培ってきた技術を結集することで、信頼される製品づくりを実現しています。特に金属屋根材は平成4年の開発以来、高温多湿の気候風土と地震への備えとして日本の住まいの屋根の理想を追求してきました。軽量で耐久性に優れた製品をはじめ、住まいの健康と寿命、安全性を兼ね備えた屋根材が全国で活躍しています。確かな技術と各部門の有機的な連携で新しい価値を創造していきます。

#### 主な事業内容

建築物、金属屋根部材、景観材、駐輪場用スタンドなどの製造・販売

#### 主な取引先(納入先)

(株)大林組、(株)竹中工務店、永大産業(株)、ケイミュー(株)など

【住 所】〒571-0073 大阪府門真市北葉本町35-8

【T E L】072-882-0055

【F A X】072-882-0063

【創 業】昭和45年4月 【設 立】昭和47年2月

【資本金】3,000万円 【従業員】30名

### カドマイスターの取り組み

#### 定着率高く 働きやすい職場

代表取締役の川島慶樹氏は著名な彫刻家でもある。「人材を大事にする」という会社のポリシーは川島氏の思いによるところが大きい。パート従業員にも社員と同様に賞与を支給しており定着率は高い。定年は60歳に設定しているが、希望すれば継続して雇用される。柴田社長も「いったん退職して自由に勤務する人もいる」という。従業員の平均年齢は40歳代半ばだが、60歳以上のベテランも貴重な戦力として活躍している。旧日本モニエル(株)から移籍した柴田社長は「自分の仕事はきっちりこなす自主的な社風。他の会社にいたからこそ太平産業の良さがよくわかる」と証言する。もちろん限られた人員なので多能工化を図っている。異なる事業部門を持つため仕事量の平準化が難しいため、例えば生産部門の人間が施工のため遠隔地に出張することもままある。しかし「自社製品の使われ方を知る良い機会や、問題点や改善点が自然と見えてくる」とメリットも大きい。

### 今後の展開

#### 既存商品のブラッシュアップで 収益アップ

利益貢献度という意味では、オリジナル商品である屋根材が圧倒的。景観材や建築金物などの事業はさほど利益率は高くないが、仕事量を確保し工場運営を円滑に行うにはこれらの事業も重要である。とはいえ赤字受注はしない方針で、基本的なポリシーは貫いている。屋根材部門、建築金物部門、景観材部門のすべてにおいてポリシーを貫き、顧客満足度を上げるのが最大の目標である。製品はロングセラー品が多いが、まだブラッシュアップの余地はある。成熟した商品でも「日々ひたすら技術を磨き、それを継承・発展させ安心できる製品を作り続ける」と柴田社長は語る。その結果で売り上げ増につなげることを目標にしている。従業員を厳しく管理するのではなく、生活を重視し自主性を重んじる風土を生かしつつ、市場での厳しい競争を勝ち抜く體質を醸成する。

<http://www.taiheisangyo.jp>

