

内装ディスプレイ会社の船場が、CDE（共通データ環境）の構築と業務プロセス改革に向け、オートデスクとMOU（戦略的提携）を結んだ。設計職の約8割がBIMを活用し、年間200件近くのプロジェクトに導入する船場の小田切潤社長は「MOUを次のステージへと導くための重要な一歩」に位置付ける。BIMを軸に同社はどのような成長戦略を描くか。MOUの狙いを追った。



同社は現行3カ年中期経営計画の最終年度となる2027年12月期に連結売上高400億円、連結営業利益25億円を掲げる。「できるだけ早く到達点まで駆け上がる」と意気込む小田切社長は『ボードレス・クリエーティブ&イノベーション』というコンセプトを掲げ、「絶え間ない挑戦」を社員に呼び掛けている。「それを実現する強力な業務改革ツールがBIMであり、経営と密接に連動しながら蓄積データを活用する戦略ツールでもある」と明かす。

19年からのBIM導入を機に、オートデスクのBIMソフト『Revit』の全社展開に踏み切った同社だが、当初は思うように普及が進まなかった。設計職の7割以上でBIMの基本技術を習得する経営目標を掲げたことが風向きを大きく変えた。24年12月期末時点で設計職の取得率は76%に達し、プロジェクト活用件数も年間184件に伸ばした。24年1月に発足したBIM CONNECT本部が各部門をつなぐ横断組織として教育から導入支援まで一貫して取り組んできたことが下支えになった。



オートデスクの中西氏（左）と船場の小田切氏

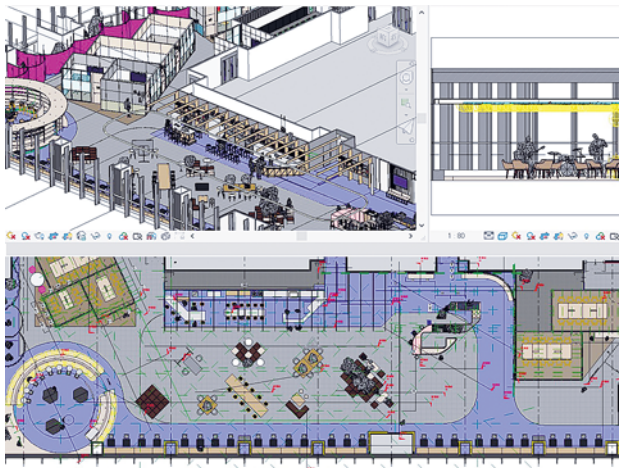
BIMは経営戦略の中軸ツール

BIMの導入拡大は、設計コンペの勝率を大幅に向上させ、進行中プロジェクトの合意形成を格段に早めた。多喜井豊執行役員BIM CONNECT本部長は「徹底して導入の成果を社内に見え化してきたことが、BIMを使ってみようという社内の意識を高

め、結果として業務の具体的成果にも結び付いている」と説明する。これからは施工段階へのBIMデータ活用にも踏み切る中で「若手社員を中心にBIMを積極的に使ってみよう」という前向きな声も広がり始めている。

内装ディスプレイ分野は、顧客の思いを形にしていくな空間創造のものづくり特性が強いことから、顧客との円滑な合意形成が業務効率化にダイレクトに結び付くため、BIMとの相性が良いといわれている。BIM推進役として19年から社内を先導してきたBIM CONNECT本部の大倉佑介戦略企画部長は「次のステージに向けて突き進む上で、BIMという当社の強みをきちんと仕組み化することが重要になる」と付け加える。

オートデスクとMOU締結



BIMを年間200件近くのプロジェクトに導入

オートデスクの知見や技術を共有してもらったことが最良の選択である」と確信した。

「BIM導入に向けた企業のチェンジマネジメントは、ボトムアップとトップダウンがみ合って初めて成功する。特にトップダウンによる求心力によって成長のスピードは大きく変わる」と語るオートデスクの中西智行社長は、新たなステージに踏み込もうとする「船場の力強さ」を感じている。船場が内装ディスプレイ業界のBIM普及に向けた非競争領域への対応をMOUの柱の一つに位置付けている点でも「新たなMOUの枠組みになる」と期待を寄せている。