日刊工業新聞

年月日	21	06	07	ページ	10	NO.	

酒井重工 売上高300億円

新中計 道路機械、北米の営業増員

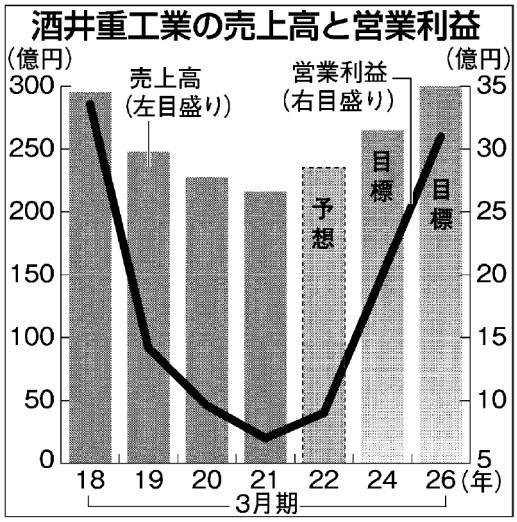
酒井重工業は2026年3月期の売上高を、21年3月期比38・7％増の300億円に引き上げる中期経営方針を定めた。このうち海外売上高は同92・3％増の165億円を狙う。営業利益は同4・4倍の31億円を目指す。コロナ禍を契機とした財政出動で各国の公共投資額が積み上がり、道路工事機械メーカーの同社は恩恵を受ける。北米を中心に営業員を増やすほか、道路の長寿命につながる締め固め技術で差別化する。（編集委員・嶋田歩）

酒井重工業は国内以外に米国、インドネシア、中国に工場を持つ。国内のローラーシェアは約7割でトップ。

国内での国土強靱（きょうじん）化予算に加えて、米国では公共工事拡大を掲げるバイデン政権が道路整備予算を現在比34％増の3000億ドル（約33兆円）に増やす計画。インドネシアやマレーシア、フィリピンなどもインフラ投資予算の増額を表明している。こうした追い風の環境を営業で生かす。

「締め固め技術」で差別化

世界市場でのライバルは米キャタピラーなどの大企業が多い。ただ、競合各社は総合建設機械メーカーで道路機械の割合が低いのに加え、買収や合併を繰り返した歴史から「技能継承に難があり、独立企業の当社に有利」と酒井重工業の酒井一郎社長はみる。



ローラーで路面を固める締め固め技術は、道路の寿命や車の乗り心地に影響する。「締め固めの率を1％上げることで、道路寿命は1割延びる」（酒井社長）とし、保守メンテナンスが少ないことや災害への強靱性をアピールする。締め固めは外からは見えないだけに、効果は数年経過しないと分からない。自治体や政府は過去の実績を基に機械を選ぶ傾向にあることも、同社にとって有利とみている。

無断転載・複写禁止ⓒ㈱日刊工業新聞社