

## MIZMIZ創刊25年を機に 住設業界の未来を考える。

MIZMIZは創刊100号を迎えることができました。四半世紀にわたって継続することができたのは、なによりも皆さまに愛され育まれてきたからだと思います。今回のマニックスレポートでは、これまでの25年間という歳月に感謝しつつ、次なる時代へ歩みを進めるためのひとつの契機ととらえ、あらためて我が国の経済環境の移り変わりを顧みるとともに、住設業界の未来を考えてみたいと思います。



株式会社MANIX 代表取締役社長 松田 茂樹

### MIZMIZ創刊100号を迎えて 皆さまに深く感謝いたします

今回のMIZMIZは、発行する私たちにとって特別な意味を持ちます。お気付きでしょうか。「100号」なのです。年に4回、なんと25年間継続することができたのです。25年前の記憶では、弊社は「丸と産業株式会社」という社名で、社長は創業者で私の父親の松田貫之(つらゆき)でした。ありがたいことに、父は本年米寿を迎え健在です。話題が私的なことになり、申し訳ありません。もとに戻します。当時、私が「まるお通信」なるお客様への情報誌を発行したいと提案をいたしました。当時の取締役(覚えておられる方もあるでしょうが、松田正之・大園清次・恒次勝で、これもまたありがたいことに全員健在です)全員から、すぐにネ



タ切れになって廃刊となるから「やめとけ!」という否定的な意見で終始しました。しかし、そこは我儘な創業者の息子が我を通して発刊にこぎつけました。そうなれば、10号まで、いや10年間と頑張り続け、本年25年100号まで到達することとなりました。途中やはりネタ切れとなりかけたりしたこ

ともあったと思いますが、そこは女性社員の特長である粘り強さで、そして良きパートナーであった「ケーオーツー」という会社とそのこれまで女性社員のご尽力の賜物と感謝をするところ。前後しましたが、何よりの支えになりましたのは、お読みをいただいたお得意先様からのアンケートハガキの返信であります。どのくらいあると思われますか? 毎回50通を超えています。発行部数とアンケートハガキの返信率で考えると、実にすばらしい機関誌であるとの評価も外部の方からいただいています。また、アンケートハガキから愛読者の方がおられることも読み取れますし、記事の内容が身近で生活に役立つことも多いということも読み取れます。このような発刊物にとって、アンケートハガキの返信こそが命綱です。今後ともよろしくお願ひ申し上げます。最後になりましたが、忘れてはならない方々がありました。それは広告という形でご支援下さいました仕入先の皆様です。「費用対効果」を考えると何度も中止を決心されかけたのではないかと拝察をいたしますが、我慢強く耐えていただきました。ありがとうございました。

### 量から質へ 新築から増改築へ 25年間で大きく変化した経営環境

さて、この25年を振り返りますと、経営環境は大きく変化をしました。特にここ15年間は激変をいたしました。「戦後の復興」「ベビーブーム」「核家族」という言葉はすっかり姿を消してい

いました。人口増、世帯数の増加が、住宅需要を支え、インフラ(社会資本:上水道・下水道・道路・公共の建築物など)整備が公共事業として土木建設業の需要を支えてきました。好景気、不景気という波はあったものの、我が国の経済は順調に拡大・成長を続けてきたのが15年前まででした。しかしその後、「バブル経済」と名付けられた、まるで沸騰するかのごとく拡大した経済活動期を最後に、一気に低迷するといった状態になってしまいました。人々の行動はなかなか分析しづらく、5年とか10年とかの期間で、しかも過去については傾向が表れ、このようなことであったと言えるのですが、この一年間でどうなるかという予測については、実に予知能力の無さを痛感するところでもあります。ただ、数値を分析すればこうなるのではないかの予測はできる、それが統計に基づく判断であり、確信とまではいなくても結果予測に基づく意志決定であり、社会科学の中で経済学は唯一未来予測ができると言われる由縁ではないかと思ひます。話が少しずれましたので、ここで元に戻します。

経営環境の話です。「量から質の時代へ」「狩猟的受注活動すなわち新築から、農耕的受注活動(コミュニティーの中から受注活動をする)すなわち増改築の時代へ」と大きく変化をしたということは、ここ10年間「耳にタコ」のように聞いてきたことであり、言い続けたことです。経済システムが大きく変化をしたのです。まず、この現状認識をいたしましょう。その次は今までと同じ考え方・行動では経営を継続することは難しいと考え、我々を変えさせなければならないのではないのでしょうか。もちろん、何も変えない、何もしないという意志決定もありで、それは悪いとは言えません。ここでは何とかしたいという考えに基づく行動についてお話をしたいと存じます。キーワードは、リノベーション、リニューアル、増改築という言葉で表現されます。今あるものに費用をかけてもっと長く使用しよう。そして、総コストを下げようとするので、そこにメーカーの投資の中心が集中されるということです。INAX・TOTO・クリナップ・タカラ・サンウェブ・ノーリツ、積水化学工業、各メーカー様の新商品開発、マーケティング(販売戦略)に対する投資が、リノベーション・リニューアル・増改築に集中するのです。そして私たち流通もです。そして、エンドユーザーとの接点を持たれるお得意先各位様の変化を待っている

のです。もうすでに変化されたお客様もあり、数々の成功事例を確認しております。そして、成功の一步が社長様の強い意志であることもです。文章を書きながら、毎度も同じ事を書いたなあ〜と思い出しつつ、また100号にふさわしい文章かなあ〜と思ひながら、でも原稿を書く時期がぎりぎりであることや自分思ひの強さがここにあることなどから続けさせていただきます。

### いま住設メーカーが求めているのは 多様化するニーズに応える施工業者

新しい技術の一端を紹介させていただきます。  
 ・まず、上水道本管についてですが、日本水機調査株式会社による不断水内視鏡カメラによる管内状況の目視と撮影、ビッグ工法による管内洗浄技術の融合によるリニューアルです。  
 ・次に、下水道本管についてですが、積水化学工業株式会社によるロボットカメラとオメガライナー工法による内管補強技術です。これは耐震性にも優れるものです。  
 ・次に住設メーカーの考え方を紹介させていただきます。質の高い生活提案、ちょっと古い表現ですが「住宅は雨風をしのぐ道具」の時代から脱却であり、安全で快適なもの、いやもっと進んで、我儘な自己流ライフスタイルを満足させるもの、多様化する個人のニーズをそれぞれに満足させるものになろうようになってきています。そして、それを商品だけでは実現できないので、施工をする工事業者様を探し続けているのです。我々問屋に求められているのはパートナー探しだといっても過言ではないのです。是非お仲間にお入りいただきたいと存じます。  
 すいぶんと勝手なことを申し上げてしまいましたが、お許しをください。一口に100号、25年間と申し上げましたが、継続をすることができたのも、ご愛読をいただきましたお得意先様各位の支えがあればこそであります。また、弊社創業以来50年を超えるお取引をいただきましたお得意先様各位のご支援があればこそであります。心から厚く厚く感謝を申し上げますとともに、各社様のご発展をお祈り申し上げ、ペンを置きます。今後ともよろしくご指導ご鞭撻をお願い申し上げます。ありがとうございました。

### マニックス・ヒストリー 創業からMIZMIZ誕生、そして現在へ。

