

## 商品構成と情報提供によって 信頼＝強いブランドづくりを推進。

新年、あけましておめでとうございます。

昨年はサブプライム問題に端を発した世界的な金融不安、我が国でもバブル崩壊以来の株価暴落など、まったく先行きが見えない景気低迷の年となりました。まだまだ厳しい情勢が続くと思われませんが、なんとか一筋の光明を見いだせればと思います。さて、今回のマニックスレポートは、上下水道資材並びに設備機器の専門商社として、幅広いメーカーとユーザーの橋渡し役を担い、「何でも揃う昭栄」と高く評価されている株式会社昭栄の恩智社長をお迎えし、経営に対する考え方や今後の業界の動向などをお聞きしました。

### 管工機材の専門商社ならではの 水と空気に関わる多彩な商品構成

松田: まずは、昭栄さんの簡単な歴史と経営方針をお聞かせいただけますか？

恩智: 当社の創業は明治16年で、私の祖父が「吉川商店」という金物屋を始め、一般的な生活金物の販売からスタートしました。その後、昭和24年に昭栄水栓工業株式会社を設立し、主に水道工事店、水関係に携わる材料店として営業を始めました。

松田: 当初から資材を作るというよりは、材料卸が中心だったんですか？

恩智: 当時は戦後ということもあって、物不足の時代にできるだけ材料を揃えて提供しようということで、どこのお客様にも商品をお分けしていたようです。それをきっかけに地方の工事店にもつながりができたというわけです。

松田: その時期に現在の

昭栄さんの基盤を

築かれたということで  
恩智: その後、高度

成長期に入  
いう形で各  
地に営業所を設立

株式会社MANIX  
代表取締役社長  
松田 茂樹



昭和57年にはコーポレート・アイデンティティーにも取り組みまして、株式会社昭栄という新しい体制としてイメージを一新しました。

まあ、これもひとつの節目でしたね。

松田: 企業理念については、当時、先代社長が策定されたんですか？

恩智: そうですね。先代社長がCIを契機に企業理念を決めようということで「昭栄の強みは何なのか？」を考えた結果、「Password of AWES Clean——合言葉は「環境をきれいに」としました。AWES（アウス）というのは、AIR（空気）・WATER（水）・ENERGY（太陽）・SOIL（大地）の頭文字で、環境の4大要素を総称する当社独自の造語です。つまり環境の変化

に対応しながら「水」と「空気」に関わるあらゆるニーズに応える商品を提供することで、社会に貢献する企業として頑張っていこうということになりました。

松田: 現在は非常に「環境」を意識した社会になっていますが、そういう意味では先代社長は「先見の明」を持たれていたということですね。

### メーカーとユーザーの橋渡し役として 信頼度ナンバーワン企業を目指す

恩智: 私が社長に就任して3年余りですが、当社が誇れるものはまだありません(笑)。オンリーワン商品はないんです(笑)。ただ、多種多様なメーカーとのお付き合いの中で情報提供をすること。そして、我々の販売網を利用していただいてメーカーの手助けをする…。また、ユーザーに対してはさまざまなご要望をお聞きしてメーカーに伝える。このような姿勢が近年の営業方針です。メーカーにせよユーザーにせよ、お客様に信頼されることが強いブランドを作っていくんだと考えています。

松田: メーカーとユーザーの橋渡し役というわけですね。具体的にはどういった展開をされているんですか？

恩智: 例えば「物流」ですね。お客様の望む商品を

希望される時にお届けすることで初めてお客様に満足していただけるわけですから、なによりも社内の物流体制と連絡体制を確立するように努めています。

松田: それが結果的に信頼を築くというわけですね。

恩智: 3年前、社長就任に際して社員の前で「信頼度ナンバーワンを目指そう」と宣言しました(笑)。お客様との関係だけでなく、社内の信頼関係、いわばチームワークがあってこそお客様にも認められると思います。いかに社員をその気にさせるか。希望と情熱を持たせるか。それが私の想いであり、進むべき方向だと考えています。

松田: ところで、これから数年、特に今年1年の世の中の動きはどのようになっていくとお考えですか？

恩智: 今の状況は5月～6月頃までは続くだろうと予測しています。それ以降はある程度は落ち着くだろうと…。だから5月～6月頃には政治経済・金融などいろいろな問題が落ち着いて、その後で新しい方向が見えてくるんじゃないかと思っています。そして、それが我々の商売に生かせるのは09年後半からだと考えています。

松田: 不況が続くマンション業界において、メーカーは増改築に注目していますが、これもそれほど順調に伸びているわけではなく、株価が低迷すると個人消費も減るでしょう…。そういう意味では横ばいも厳しくて、さらに低迷するのではないかと危惧しているんですが…。

恩智: そうですね。ただ、私は経済状況がある程度落ち着けば「団塊の世代」といわれる人たちが生活設計を考える時に、やはり増改築の需要が伸びてくるのではないかと思います。そういった希望的観測は持っていますが、商戦においてはそういうターゲットをいかに商売につなげていくかが課題になるでしょうね。

### 業界再編成の中でこそ生きる ニッチな資材やノウハウの提供

松田: 経営者の皆さんに向けて、企業経営に関するアドバイスをお願いしたいのですが。

恩智: まずはキャッシュフローを見ること。会社の規模はどうか、経理を奥さん任せにするのではなく、経営者の仕事としてキャッシュフローは見てほしい。それに損益も同じことが言えますね。現場の仕事だけでなく、いま会社が儲かっているのか損をしているのか、しっかり把握することが大切です。あとは銀行対策。実際に担当者と会って、銀行の方針や考え方なども興味を持って聞いてほしいと思いますね。

松田: 確かに、職人さんとして頑張ってこられて現場の仕事には長けておられても、手形を切るにしても小切手を切るにしても、「経営」という面をないがしろにしている方もおられますね。まだしばらくは不透明な時期が続くでしょうし、そのあたりは重要なポイントですね。

恩智: 私が懸念しているのは、メーカーの淘汰、というか合併や業界の再編成がさらに細かく進むのではないかと。もうひとつは、従来はユーザーに合わせて小ロット多

品種という戦略でしたが、これからはもっとラインナップを絞ってくるのではないかと。松田: アメリカの物流というのは日本と同じで、大きなメーカーがすべてのものを作る。それをエリアの代理店に販売させるという仕組みです。一方、ヨーロッパは専門メーカーなんですね。極端に言えば便座なら便座だけ作っています。

それをエリアの代理店がアッセンブルして地元

に供給しているわけですね。個人的には日本はヨーロッパの方が理にかなっていると思うのですが…。

恩智: 例えばTOTOさんのショールーム戦略のようにメーカーがエリアの代理店を吸収していき、そして専門メーカーが販売も手掛けていく。今後はそういった流れになっていくでしょう。その中でなくてはならない「何か」が出てくるはずですね。そういうニッチな材料やノウハウを提供することが我々の役目だと思っています。

松田: 昭栄さんは、全国15ヶ所の地域に倉庫を持ち、品揃えをされて、小ロット多品種の商品を供給されている。当社のような卸業のバックヤード的な役割を担っていただくことは非常にありがたいですね。私たちにってはまさに利用価値の高い企業ということですね。本日はありがとうございました。

#### 株式会社昭栄 会社概要

- 創業: 明治16年5月2日
- 設立: 昭和24年2月1日
- 事業内容: 上・下水道機器、機械、空調製品並びに家電製品の卸売業
- 営業品目: 各種建設設備資材、空調機器、消火栓、ポンプ、給排水配管資材、家電製品、医療機器
- 資本金: 9,900万円
- 代表者: 代表取締役社長 恩智秀直
- 従業員: 226名(男子166名、女子60名)

株式会社昭栄  
代表取締役社長  
恩智 秀直

