



株式会社MANIX
代表取締役社長 松田 幸治

新年あけまして
おめでとうございます。



旧年中は格別のご高配を賜り、まことに有り難く厚く御礼申し上げます。2011年が皆様にとって実りある年となりますこと、そして実りある1年にするために健康で1年を過ごされますことを心よりお祈り申し上げます。

2010年を終えて

私にとって2010年はアツという間の1年でした。新1年生の気分で臨んだ年でしたが、業界の激しい変化の中、会社を経営するためには、物事の本質を見極め、より速く判断することが重要な要素の一つであるということ、この1年で多く体感させていただきました。また、様々な場面で感謝する1年でもありました。私自身まだまだ経験不足ですが、お得意様、メーカー様と接する機会を大切に、日々精進の気持ちで、これからの社業に取り組んでまいります。弊社社員も皆様と接することこそが自己の成長につながり、皆様との信頼関係の構築につながるものだと確信しておりますので、今後ともよろしくお願い申し上げます。

この後に少しだけ文章を書かせていただきました。現段階での私の想うところですので、若輩者の戯言としてお読みいただければ幸いです。

業界を考える

本当に激しい変化の時代だと感じます。業界のバロメーターである新設住宅の着工数にも大きな変動がありました。つい数年前まで120万戸だったものが100万戸に減少し、昨年度の統計では78万戸という状況になりました。「リーマンショックに端を発し・・・」という言葉をよく耳にした1年だったと思います。引き金はそうであったかもしれませんが、日本は人口減少社会に突入していますし、現在のストック住宅の状況も踏まえると減少することは必然です。いずれそのような時代が来ることは分かっていたことだと思いますし、この先大きな変化がない限り、100万戸を超える着工は見込めないと考えます。

日本という大きなマーケットで見ると数字が大きすぎてピンとこないところですが、身近なところでは、左下の表のような状況になっています。2010年は対前年で見ると良くなっている地域もありますが、2008年以前の数値に比べると、状況は厳しいと考えざるを得ません。悲観するわけではありませんが、「これが現実だ」と納得するしかありません。この現実を目を向けてこの先の方向性を考えることが賢明だと考えます。

また、ブランド側であるメーカー様の動きも活発になってきました。この動きは人口の減少、新設着工数の減少という大きな二つの要因により、必ず供給過多となる日本のマーケットに適応するための動きだと考えますので、今後ますます進むことが予測されます。

府県/年度	2008年度	2009年度	対前年	2010年度	対前年
大阪府	59,068	40,484	68.54%	40,129	99.12%
兵庫県	31,682	22,528	71.11%	26,589	118.03%
岡山県	9,675	8,654	89.45%	7,318	84.56%
広島県	14,428	10,362	71.82%	10,894	105.13%

(単位:戸 各年9月現在の累計 国土交通省報道発表資料より)

上記の2点が業界における大きな波だと考えます。この波を乗り切るために、この波にうまく乗るために、この業界に携わる我々は何をすべきかを考えなければなりません。会社としての生き方はそれぞれですし、何が正解であるかは分かりません。ただ、近い将来(1年~2年)を考えるとであれば、時代のトレンドを捉えることが大切だと考えます。

業界のトレンド

今、この業界では「リフォーム」が大きく取り立てられています。「新築が減少したからリフォームで生きる」という単純な考え方ではないと思いますし、当然経済状況が回復しなければ、リフォームも新築と同様、大きく飛躍するわけではありません。しかしながら、ある出荷データによると、新築の減少幅よりリフォームの減少幅の方が小さいことが確認できました。新築がなくなることはありませんが、縮小することは確実ですし、リフォームは必ず市場規模が大きくなるという予測も立てられています。

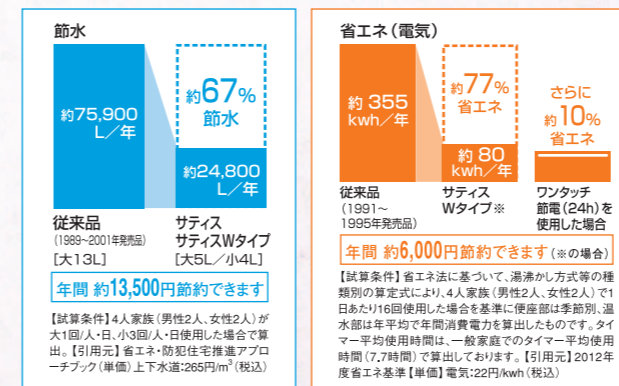
また、国の政策として「チームマイナス6%」から「チャレンジ25キャンペーン」という名称に変わり、国を挙げて地球温暖化防止につながる「CO₂」削減に取り組む運動が展開されていることはご存知だと思います。簡単に言うと、これまでの6つのチャレンジに25項目のアクションプランを加え、より具体的な内容となり、2020年までに「CO₂」排出量を1990年比で25%削減することを目標としています。もちろん理想と現実のギャップはあるものの、個人として、会社として地球温暖化防止については意識していかなければならないのは間違いありません。一人ひとりの取り組みが大きな貢献につながるものだと思います。

個人での登録、企業・団体での登録も可能ですので、ご興味があればホームページをご覧ください。

2010年に発刊させていただいた「Mizmiz」で、メーカー様との対談を掲載させていただき、「環境」と「省エネ」をコンセプトにお話を進めました。この流れは当面続くものと考えます。身近なところで便器一つをとっても、取り替え需要の中で、流水6L以下の節水型便器を設置することで確実に「CO₂」削減に貢献していますし、しかもこれまでに比べて流す水量が減少することによって家計への負担も軽減することができます。

例えばINAX製のサティスを取替設置することで、下の表では年間19,500円の節約、CO₂は125kgの削減につながります。

一つ一つは些細なことかもしれませんが、私たちは水まわりの商品の普及を通じて必ず環境に貢献し、ユーザー様のためになることをご提案できると確信しています。商品を知る私たちにとって、誰もが分かっていることかもしれませんが、このことをうまくご提案し、「私たちは商品を通じて環境にも、お客様にも貢献できるように取り組んでいます。」と言っている



INAXホームページより



チャレンジ25キャンペーンのURL <http://www.challenge25.go.jp>

のでしょうか。私たちがリフォームのご提案の場で、自信を持ってお客様にお伝えできる一つだと思いますので、是非、公言することをお勧めします。また、ちょっと意識して取り組むことで、もしかすると、それが会社のカラーとなり、社会に貢献しているという自覚と誇りを持てるかもしれません。

この業界に携わる弊社として、「リフォーム」、「省エネ提案+環境貢献」という二つの大きなトレンドから目を背け、方向を見極めることは難しいと考えています。商売としてそれ全てではありませんが、弊社としてできることを考え、情報発信、各地域での営業活動につなげていきたいと考えています。



最後に

原始の時代から「住」は衣・食・住と言われるように人の生活に欠かせない三大要素のひとつです。これからもそのことは変わりません。原始時代まで遡って考えると、今の「住」は劇的に進化しました。そして今もなお、より快適な「住」を求め、激しい時代の変化とともに、さらなる進化を続けています。

これからも進化し続ける「住」の未来を創造し、「売る立場」であり「住む立場」のエンドユーザーでもある私たちは、両方の見識をさらに深め、お得意皆様にご相談いただける良きパートナーとなれるよう、社員一同努力する所存でございます。

そのために、弊社として「知識の習得」、「有益な情報発信」にこれまで以上、力を注ぎ、取り組んでまいります。

2011年も変わらぬお付き合い、ご指導ご鞭撻賜りますようお願い申し上げます。