



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厚く御礼申し上げます。
皆様にとって2012年が実りある年となりますことを心よりお祈りしますとともに、より一層のご支援、ご協力を賜りますよう、従業員一同心よりお願い申し上げます。

2011年を終えて

昨年は日本全体に大きく影響を与える出来事が多く発生しました。2011年3月11日に発生した東日本大震災をはじめ、台風による被害、大手企業には痛手となったタイの洪水被害など自然災害の猛威、経済においては、ユーロ圏の経済危機、為替の影響による金の高騰、日本経済に比例しない円高、政治では総理大臣の交代など、本当に多くの出来事があったと思います。記載した内容の多くが報道ではマイナス要因として報じられているのでマイナス要素として捉えがちですが、物事には相反してプラスに働く力も存在しています。日本では、そのプラスとマイナスのバランスが大きく崩れているわけではなく、部分的な状況がクローズアップされているだけで、物事の真相を突き詰めるとバランスされているようにも感じます。

様々な出来事が起こる中でメディアでの露出だけを捉えてしまうと本質は見抜けないのだと実感させていただいた年でもありましたし、その出来事から時が経つにつれて情報が極端に少なくなり、いすれ風化してしまうのだということも改めて認識した1年でもありました。東日本大震災の影響は良くも悪くも、これから数年続くものと思われます。私たちからは少し距離がありますが、震災が発生してから活発に行われた復旧・復興支援への強い気持ちを持ち続け、復興に向けて進む東北の方々への応援を忘れずに2012年も地元での社業に励みたいと考えております。

また、弊社は昨年、創業から55年目を迎え、本年56年目に歩みに入ります。今は56年前を知る社員はいませんが、会社を築いてこられたOB社員の方々に敬意を表し、そしてここまで育てていただいたお客様、メーカー様、商社様への感謝の気持ちを忘れずに、これからも歩み続けます。

本当にありがとうございます。

業界を考える

2011年は業界のパロメーターである新設着工数が全国でみると、昨年に比べ上昇しました。また、弊社が拠点を置くエリアでは兵庫県を除いて各県とも上昇しています。

新設着工数推移(1月～9月累計) (単位:戸)

	2010年	2011年	対前年比
大阪	40,129	43,291	107.88%
兵庫	26,589	23,904	89.90%
岡山	7,318	8,133	111.14%
広島	10,894	12,189	111.89%
全国	594,381	625,140	105.17%

国土交通省
報道発表資料より

兵庫県は2010年累計(1月～12月)で2009年対比約111%と、他の3県が前年割れ、もしくは維持であった状況に比べ、良い状況にありました。その煽りを受け2011年は前年割れの状況になっていることが要因の一つとして考えられます。単年度を楽観的に捉えると2010年より良くなったと思えますが、長期的に捉えると非常に厳しい状況であるのは間違いありません。

また建設業界の中で多くの企業が目を向けるリフォーム市場ですが、とある書物では2011年度の状況は2000年代に入り過去最低という調査結果が出ています。その要因は震災以降の節電や景気低迷に関する報道など、消費トレンドとしても財布の紐が固く絞られていたことが要因であると書かれていました。しかしながら住宅に対する不安感は拭えないのでリフォームに対する消費者の関心は高まっているとも書かれていました。

また、メーカーの変革が続いている状況で、あと2～3年経てば我々にも大きな影響が出てくるのが予測されます。その準備期間である「今」は本当に大切な時期だと感じています。お得意先様とともにこの業界で生きる私たちはさらに気を引き締めて1年1年を大切に過ごしたいと考えています。大きな影響が出てくるというのは、予測に過ぎないお話ですが、極めて現実に近い予測だと私自身考えていますので、これからのことを考えた方針を会社として打ち立て、お得意先様へのご提案につなげていきたいと考えています。

業界のトレンド

昨年のこの時期にも同じようなことを掲載させていただいたのですが、依然として「環境」「省エネ」が取り立てられています。その状況をさらに加速させる大規模自然災害が起こりました。被災地域とそうでない地域への対応には差が出てきますが、2012年も建設業界に対する国としての施策、地方自治体の施策はこの分野に力を入れることが予測されます。国や地方自治体の施策を利用する場合、住宅版エコポイントは申請の手間を極力省いた形態を取っていますが、依然として申請の手間、内容の理解に苦しむ施策もあります。しかし、この複雑な施策も含めて、知らないよりは知っている方が有利ですし、有効に利用する方がエンドユーザーとの商談において提案の幅が広がるのではないのでしょうか。私たちも一つひとつ勉強し、お得意先様への提案の幅を広げていきたいと考えています。

新築でもリフォームでも、

「住まいの基本要素」+「環境配慮・省エネ」+「オリジナリティ」

という三つの要素を組み合わせることが、今の商売を発展させる原則ではないかと考えています。「環境配慮・省エネ」はいずれ「住まいの基本要素」に取り込まれ、新たなトレンドが「オリジナリティ」の中から生まれてきます。「オリジナリティ」の部分はそれぞれのお会社の特色ではありますが、それがどこの地域、あるいはメーカーから広がりメディアを介してエンドユーザーの目に触れることでトレンドが変わります。「次のトレンドは?」という目線でこれから出会う商品、技術、知識、ノウハウを「見る、知る、興味を持つ」という心構えを忘れずに接していきたいと思えます。

最後に

世の中は大きく変わろうとしていると思います。いつか私たちが商売をする地域にも大きな影響が出てくるかもしれません。もっと言えば今も少しずつ変化していると感じます。私たちの携わる「住」に対する商売はどのように変わっていくのでしょうか。「時代を生き抜くためには環境に順応することである」と言われるように、変わりゆく時代を見据えて「今」を大切に想い、進んでいかなければなりません。工事をするお得意先様に商品を販売することが弊社の商売ですが、もっとお得意先様と近い存在になり、一緒になって住宅に携わるプロとしてエンドユーザーとの関わりを持っていきたいと考えています。時代が変わりゆく中でお得意先様との連携を強化することが時代を生き抜くための方法の一つだと考えています。そのために私たちMANIX社員は今以上に自己研鑽を積み、お得意先様にとって価値あるパートナーとなれるよう今まで以上に努力する所存でございます。

2012年度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。