

“今”を知ることで “未来”に繋がる

株式会社 松田家具

代表取締役社長 松田 洋一 さん

二〇一七年の夢追い人トップバッターを飾るのは(株)松田家具代表取締役社長の松田洋一さん。現在は(協)福岡・大川家具工業会の理事長も務められている松田社長に様々なお話を伺いました。

時代の流れを読むために

今年で創業六十七年となる松田家具。食器棚などの棚物をメインに、現在は総合家具、そして輸入家具を取り扱われているとのこと。

「大川産地は約二十年前までは、婚礼家具で大発展しましたが、時代とともに住空間も暮らしやすいライフスタイルへ変化してきました。それに伴って、家具もソファやテーブルなどが生活の中心に変わっていき、やはり企業もそれに対応しなければいけないですね。百年間同じ物を作って生き残るなんてあり得ない。時代とともに変化しないと企業は生き残れません。またグローバル化していく中で、国内で製作して国内で販売することが減ってきました。現在、

日本の家具の三割から四割は輸入家具です。大川も海外と競争しなくてはならない時代になりました。その中で淘汰されたものもありますが、輸入家具を否定してはいけないと思います。消費者がどちらを選択したのか、その結果をしっかりと受け止めていかななくてはならない。やはり時代と共に動けなかった企業が淘汰されてしまいますからね」

移り変わる時代の中、ここ十年から十五年ほどで大川を含めた家具業界を取り巻く環境が大きく変わったとお話された松田社長。どのような変化が訪れたのでしょうか。

「従来の量産型家具から今は色やサイズなど、カスタマイズできる家具に変わってきています。自社製品も半分以上はセミオーダーでできるようにしていますね。昔は同じようなものをたくさん作れば良かったので効率も良かったです。またその家具も売れていました。でも今はそういう時代じゃない。カスタマイズできる家具を作るとなると、人

間の技術もですが、新しい機械を入れるにあたって、それを扱う技術者も必要になってきます。マーケティングをするためにはセールのプロも必要ですね。世間話をしながらも自社のアピールをできる人がいないとダメです。海外は海外で言葉や商慣習が違いますから、それがわかる人がいないとダメです。たくさんのお客様から頂いた意見と色々な商品を作れるスペースと技術、知識などを集めることが出来る、収集力のある会社にしたと思っています」

そんな松田家具の商品開発会議は会社全体で行われているとのこと。

「開発は担当者やデザイナーだけに任せておくものではないです。会社のことを理解した上で、マーケティングのプロ、製作のプロ、それから海外の情報網を持ってきたりする人がいる。そしてすべての責任者は社長ですから、クレームに関しても担当者だけに任せてはダメ。悪いところは社長が一番知ってないといけないですね。中小企業は上





冬期のイルミネーションの様子

と下の温度差がないこと、迅速な対応が出来ることが大事ですから。ツーンと言えばカーと動くような企業じゃないと生き残れないです」

#知ること

「東京、大阪、仙台など、全国各地に営業所があります。販売拠点でもありますが、全国の生の声の情報収集も営業所で行っています。ビジネスの基本はFace to Faceです。全国に七、八百社ほど取引先がありますが、できるだけ直接出向いて行くようにしています。特に我社は業界では多い方で、営業が二十五名ほどいます。その営業から毎週日曜・月曜には全国各地から意見や情報が届きます。工場は機械化・合理化できますが、Face to Faceのビジネスは省略化しにくいで

す。生の情報はお金と足で稼がないといけないから」社内では普段スーツではなく現場服を着ているとお話された松田社長。現場に出ることが好きなのだそうです。

「やっぱり現場を見るのが一番大事です。『百聞は一見に如かず』といいますが、自分で体験して、五感で感じるが大切です。ビジネスの現場に出ることは年齢に関係なくやり続けていきたいですね」

グローバルに発信していく

「昔と比べて今が悪いと言う人もいるがそれは違うと思います。かつて百五十万から二百万戸だった住宅着工件数が八十万戸になり、結婚するカップルも百五十万組から七十万から八十万組に減りました。また儀式的なことを行うことも随分と減りました。確かに数字は事実ですが、そういった時代の流れの中で、数字の大小を比べることはあまり意味がないと思います。個人的な家具を作るということが大事という価値観を持っています」

松田社長が家具工業会についても言っていると云われたのが『自助努力』『自助自立』が基本』ということでした。

「人は助けてくれない、自立して人を助けていくことが基本という考えで動いていかななくては行けない。工業会がなくなしてくるのではなく、逆に自分はどうしたいというのをそういった場を使ってやってほしいですね。これから大川が戦う場所は首都圏、東アジアだと思っ

ています。大川のなかで勝った負けたをやっている意味がありません。いま消費者がいる場所です。大川が苦手なのは、ホームはいいけどアウェイになるとおとなしくなってしまうところ。自社が生き残るためには、どんだん外に打って出て行くことが大事ですね」

「そうやって考えのもと、二年連続で東京のIFFT(インテリアライフスタイルリビング)にも出展されています。『首都圏から二万人以上のユーザーや企業関係者が来場する場所、情報交換を行ったり、商談を行ったりしています。大川もこれから開拓していかなければいけません。ホームユース目当てで大川に来てもらった人だけ売るといって都合のいい形だけではダメですね。一年目は実際に試してみてもシヨックを受けましたね。これなら負けないだろうと思っていたものも、いざ他の企業を見てみると、向こうはもっといい形で展示されていきましたから。実際に見て初めて『負けて悔しい』と思うから、次は頑張ろうに繋がると思っています。実際今回は『大川変わりましたね』と声を掛けて頂きました。企業数も多いので他産地よりも大きいスペースを頂けたこともあり、昨年の反省を活かしたものがづくり、レイアウト、全体のプロデュースがあったからこそだと思います。今回で自信を得たので、次回も出展したいという話をたくさん伺っています」

家具工業会理事長としてやっていくことは、大川を外へ出していくことだと話された松田社長。大川の展示会には海外のバイヤーを招待することのこと。『香港や台北、マニラなどのバイヤーを買付に招待しています。所得も中間層以上は日本と変わらないですし、東アジアは日本のことを好きだと言ってくれる人も多いです。輸入家具は、これからは日本の家具を海外に売り込みたいですね。日本のマーケットは限られていますから、新しいマーケットを海外で見つけることも考えていかなければいけないと思います。一方では不景気という話もあります。評価されている部分が多いです。数字で言えば、大川産地の出荷額は年間約四百億円。大川を物流産地とするコンテナが四百億から五百億円。合わせると一十億円くらいの力が大川にはあります。人口三万五千人程の街ですが、全国各地に『大川』が散らばっています。大川の弱点は宣伝・アピールが下手なところや、商品開発がまだ足りない部分だと思っています。勝っている部分もありますが、弱い部分もたくさんあります。他と比べると技術などが遅れているところもありました。全国の大手企業に追いつけ追い越せが近い最近までの目標でしたが、グローバルの時代になって、大川を含め、家具のレベルがどんどん上がってきました。グローバルになりよくなったと思うのは、産業会館に全国からメーカーが集まるようになってきたことですね。以前は、よそ者は入れない」という雰囲気でしたが、今は大川

の展示会からジャパンの展示会に変わってきました。それが良い結果を生んでいると思います。やっぱり守ろうと思ってはダメですね。すぐに規制してしまえますから。きつい経験ですが、外に出て、汗をかいて恥をかくことが大切です。失敗を経験しながら、もっと良くしていかなければいけないですね」

歴史を積み重ねていく

最後に松田社長の夢をお伺いしました。

「昨年還暦を迎えて、初孫が生まれました。長男、次男と結婚し、世代交代を意識する時代になったと感じています。先代から社長を受け継いで二十年が過ぎました。次が続けば百年目はいくかもしれないですね。やっぱり百年くらい続く企業になりたいです。いい時も悪い時も、いろんな経験を積み重ねた企業を目指していく。時代と共にビジネスモデルを磨いていって成長していく企業を目指したいですね。大川家具工業会も福岡県家具工業会と合併して、協賛福岡・大川家具工業会になりました。合併して思ったのが、他の地域には百年企業が何社もあるということなんです。規模の大きい小さいは、いろいろな歴史を持っていて、企業は魅力がありますし、各々のポリシーもあります。それは、もののづくりにも活かしているのがあります。人も会社もですが、歴史を積み重ねていくことだと思います。松田家具もそういう会社でありたいですね」