

今年四月一日に日本板硝子のグループ企業・西日本板硝子センター(株)の福岡ガラス・カッティング・センターを統合するなど新たな動き・展開をみせる(株)タナチャー(本社=東京都中央区日本橋室町三―――〇、田中廣社長)。今回はそのタナチャー東京・本社に田中社長を訪ね、同社グループ全体の動向や今後の動きなどについて単独インタビューを試みた。

——御社の福岡支店と西日本板硝子センター(株)のカッティングセンターを統合させるなど業界で注目を集めています。御社の現状についてお聞かせ下さい。

田中社長 まず世の中の状況ですが、建築着工戸数に目を向けるといわゆる「官製不況」でひどい状況になっています。三月に戻るとか、七月になれば元に戻ってくるとかいろいろ話も聞きますが、完全に元に戻るような状況ではないと考えます。工務店も、強いところは残って、中小は厳しい状況になるのではないかと見ています。

こういう状況の中で当社はどうか、というと工事部門では、改装・店装・リニューアル工事等は底堅いですね。ですから大型工事とルートの中のリニューアル工事等に支えられて、全体的には落ち込みは三～四%減と少なかった。新築住宅だけに的を絞ってどうかと言えば、やはり三割近くは落ち込んでいるのではないのでしょうか。

そういう一方で、ガラスの値上げの問題があります。ルートのほうは時期ずれもありましたが、なんとかかなりそうな状況です。特需ルートも上がるのは上がるのですが、当初の思いどおりの幅ではなさそうな感じです。

確かに以前よりもベースは上がるのですが、工事向けも難航しています。(値上げを要求してくる)メーカーと(値引きを要請してくる)ゼネコンのサンドイッチになってしまって大変な状況です。

とにかく今の値上げを定着させることが先決です。そのためには、ビッグビルダーと呼ばれているところとかスーパーゼネコン向けの価格をなんとかしなければなりません。

——グループ全体の今後の見通しについては。

田中社長 新築住宅の分野についてはやはり元には戻らないと思います。そのためには、身の丈に合った販売体制が重要になってきます。

その一方で、与信管理も重要になってきます。銀行筋からも建築業界の厳しい状態の情報が入ってきています。

しかしこういう中でも、当社にとって有力なお客様については応援していかなければなりません。

——難しい舵取が要求されますね。

田中社長 改正建築基準法の影響で、マンション関係はこれから止まると思いますが、東京・福岡等都市再開発型の案件等は仕事があります。

今一番注力していることは、ルートについては、しっかりした工務店さんをつかんでいらっしゃる販売店様についてはこれからも守らなければならないし、また、リフォームに専念するようなやる気のある販売店様についてももしっかり応援していきます。

工事の分野についても、店装・改装・内装の需要が底堅いので、そこに注力しています。

その他に、先程お話しした都市開発案件についてしっかり取っ払いこうというのが当社の現状の動きです。

——身の丈に合った経営を行いながらも、その一方で、やる気のある販売店についてはしっかり応援していかうということですね。

田中社長 販売店様向けに、各地区のタナチョー会で積極的に勉強会を開催し、また、長崎地区では展示会も行っています。また、東京・神戸ではメーカーさんの展示会場を活用させてもらっています。

——九州地区の設備投資のねらいについては。

田中社長 九州地区については、今後川上の機能を強化していかなければならないと思います。今回もその一環です。

この間の全国卸のパネルディスカッションでも話が出ていたと思いますが、都会では、メーカー始め流通各社も工場を持っており、新たな設備投資は要らない。しかし、地方によってはそうではない。

今後は、地方については川上の機能を持つことも必要な場合が出てきます。そのために今回設備投資を行いました。

厳しい時代ですので、資金についても資産の入れ替えだけで済ませています。

——メーカーさんへの要望は。

田中社長 板ガラスメーカー系の販社については、しっかり値上げをやってもらわないと困ります。また、サッシメーカーについても、安価な販売による不毛なシェア争いはやめて欲しい。流通にとって、まったく儲からない業界になってしまっている。

——これからの御社の動きとしては。

田中社長 とにかく、メーカーも流通も大きく変わってきています。一昔前までは供給より需要が強く（メーカーが作る）商品を如何に効率良くさばくかが（流通にとって）重要でした。しかし、現在は窓ガラスも行き渡り、需要より供給が強含みです。現在は付加価値の高い商品を販売しなくてはならなくなりました。

そのためには、提案型の営業が必要になってくるし、リフォーム・リニューアルには新たな商流も必要な場合もでてくる。

問屋の機能として倉庫がなくなっても、金融機能や販売店サポート機能等が

ある。生き残りを図る販売店にこれらの手段を使わない手はない。

今後とも、自分の特色のある機能は何なのかを見つけながら、仕事を進めて行こうと考えています。

——どうもありがとうございました。

記者の目 今後の動きについては、具体的な話しも出てくるなどなかなかおもしろい一時間半だった。特に「地方には地方の経済がある。東京の論理には当てはまらない事もある」といった話が印象に残った。それだけ地域に根付いた活動をしているのだろう。地域によって川上の機能を持ったり、川下を考えたりと戦略を変えてきている。今後の同社の動きには注目だ。