

# タカラスタンダード株式会社

代表取締役社長

渡辺岳夫氏

## 人間の営みに密接した水回り製品

高齢化が進む中 社会とともにある企業でありたい。

聞き手 本誌主幹 大中西一

とても大きな

シヨールーム・アドバイザーの役割

——タカラスタンダードという社名はいつごろからなのですか

渡辺 1971年に「日本エナメル株式会社」から現在の「タカラスタ



タカラスタンダード株式会社  
渡辺岳夫代表取締役社長

ンダード株式会社」に社名変更しました。当時、当社は業界の中でも弱小企業でしたが、いずれは日本の住宅設備機器のお手本になる商品を生み出していくという想いをこめた「スタンダード」という言葉に、当時販売していた流し台のブランド名である「タカラ」を冠して今の社名になりました。

——社長に就任されて何年になりましたか

渡辺 2003年に社長に就任しました。17年目になります。

——それまでは社内の各部署を経験されたのですか

渡辺 あらゆる現場を見て、理解してから社長になるのが理想的だと思います。今でもできるだけ現場に顔を出すようにしています。

——現場といえば、住宅展示場などでお客様にお見せしているのですか

渡辺 住宅展示場ではなく、独自のシヨールームで展開しています。当社は水回り業界の中ではシヨールーム展開をした先駆けでしたね。

——全国にあるのですか



大阪HDCシヨールーム

170カ所ですがそこに総勢800名ほどのショールーム・アドバイザーを置いています。そのスタッフたちがお客様のニーズにあった的確なアドバイスができるかどうか勝負になります。ですからショールーム・アドバイザーのモチベーションを大切にするために正社員として雇用しています。

## ——正社員なのでね

**渡辺** 30年ほど前から正社員として雇用しています。元来はパートに任せする職域という認識が強かったのですが、お客様との接点ですからね。このスタッフのモチベーションを上げるためにも正社員化は大いに効果があったと思います。

## ——正社員として雇用することを発案されたのはどなたですか

**渡辺** そもそもは先代の社長が、当社の商品をお客様に知っていただくには実際に見て触れていただくのがいちばんだと考えて、他社に先駆けてショールーム展開をスタートさせたのです。そうなりますとショールーム・アドバイザーの質がとて重要になりますから、その教育システムの構築にも力を注いだのです。

## ——お客様との直接の接点ですからね

**渡辺** パンフレットやコマーションも良いですが、やはり実際に見ていただくことが大切ですね。ショールームとショールーム・アドバイザーが果たしてくれている役割は大きいと思います。

## ——コロナ禍でも水回りは

### 人の生活に欠かせない

## ——新型コロナウイルス感染症の影響はいかがですか

**渡辺** 4〜5月にはショールームも



システムバス「プレデンシア」

閉めていましたし、かなり売り上げ自体が落ち込みましたが、逆にお客様の在宅の時間が延びたことによりリフォームへの関心が高まり、今はかなり回復してきています。当初リフォームは2割ほど落ち込みましたが、新築の需要は前年並みで、トータルの上では上期は1割程度の落ち込みでした。下期は前年並みか若干増えていますね。

## ——タカラスタンダードがお客様の支持を得ている大きな理由はなんだとお考えですか

**渡辺** ホーローで成功してきた会社ですが、そこに甘んじているのではなく、さらに上を目指す向上心を大切にしていきたいと考えています。例えば、商品自体の施工性をよくしていくことにも取り組んでいます。近年は職人不足の問題もあり、工事力の拡充が大きなテーマの一つです。職人の教育や、より施工性の高い商品開発を実現しないと、工事力が売上の制約条件になってしまいますからね。

## ——ホーローという素材の将来性は

**渡辺** ホーローそのものの技術革新

いかがお考えですか

新、更なる進化があるはずですからそこを目指していこうと社員に意識改革を呼びかけています。ホーローの良いところというのは清掃性の良さ、耐久性などで、その特性から水回りに最適なのですが、機能面だけでなく、近年はお客様がデザインを重視するようになりましたね。既にいくつか、新しい技術が生まれてきています。

キッチンなども昔は台所と言って独立した存在でしたが、いまはリビング・ダイニングやオープン・キッチンなどというように、周囲のインテリアとのコーディネートが重要になってきましたから、デザインの重要性は高まってきています。

## ——デザインはやはり大切ですね

**渡辺** デザインだけでなく、ホーローを軽くするというテーマにも取り組んでいます。施工性にも大きく影響しますからね。さらにコスト面でも取り組むべきテーマになっています。さらにこれまでは水回りがほとんどでしたが新しいジャンルに挑

みます

# 水まわりって、大切だから Takara standard

戦しようということ  
で、例えばインテリア  
パネルを使った壁材な  
どの分野にも力を入れ  
ております。

## — 新しい分野ですか

**渡辺** パブリックス  
ベース、例えば駅舎や  
商業施設などの、一般  
的に汚れやすい場所を  
中心に、ホーローの汚  
れにくく掃除がしやす  
いという大きな優位性を生かした壁  
材などの開発も行っています。

## — 壁材ですか。

**渡辺** 壁をホーローにすることに  
よって、汚れにくく掃除がしやすい  
という利点が最大限に生かされるの  
です。さらに表面のデザインがイン  
クジェット方式でできるようになっ  
たことから、デジタルデータでデザ  
インをいただければオーダーメイド  
のものをお作りすることも可能にな  
りました。

— インクジェットですか。プリン  
ターのような感覚ですね

**渡辺** インクジェット自体は既に存  
在していたのですが、開発には5年

ほどかかりましたね。当初はこんな  
ことは無理だという声も多かったの  
ですが、若い開発担当者が頑張って  
くれて、3年ほど前に実用化できま  
した。おひとりおひとりのお客様が  
お望みになるデザインでホーローの  
壁面が作れるということなのです。

## 新しい需要安全と使いやすさ 高齢化と共働きがテーマ

— 新型コロナウイルス感染拡大による緊急  
事態宣言発出後のご対応はいかがで  
したか。



内装材「エマウォール」

**渡辺** なんとといっても  
最優先にしたのは社員  
の安全と安心です。当  
社で働いていただく  
以上、この2つはと  
ても重要ですからね。  
ショールームを閉じる  
というのは当社にとっ  
てはとても大きな決断  
でしたし、その影響は  
大きなものがありまし  
た。それでも社員の安  
全と安心を守ることが  
肝心と考え決断いたし  
ました。

— 今は再開されてい  
るのですよね

**渡辺** ええ、再開し  
てからのショールー  
ム・アドバイザーの働  
きぶりには頭が下がり



システムキッチン「レミュー」

ましたね。ショールーム自体、不特  
定多数のお客様が見える場所ですか  
らね。万全の対策を取っているとは  
言っても大きな不安はあったと思  
います。

— ショールームでのコロナ禍の影  
響はいかがでしたか

**渡辺** じつは、この時期にショ  
ールームに来てくださるお客様は真剣  
な方がほとんどですからね。そうい  
う意味ではショールーム・アドバイ  
ザーもやりがいがあったと思いま  
す。

— 売り上げ自体はいかがですか



ショールームの接客風景

**渡辺** 私が社長になった当初の売上は1500億円弱くらいでした。いまは2000億円ですね。

——**業界自体の動きはいかがですか**

**渡辺** 水回り業界自体はおしなべて似ている業態のように見えますが、当社はキッチンや洗面化粧台、浴室などが中心で、競合する企業はそれほど多くはありません。また私どもの業

界というのはキッチンや風呂など商品自体がいわば必需品、人間の営みに近いところにあるものなのだと思います。ですからコロナ禍のような事態になっても需要が劇的に下がることもありませんし、これまでになかったようなお客様のニーズが出てくる可能性もそんなに多くはないと思います。

——**コロナ前とコロナ後がどう変わるとお考えですか**

**渡辺** 当社においては、この機に会社のデジタル化を推進し、生産性を向上させていくことが必要だと考えます。

——**商品開発における展開はいかがですか**

**渡辺** 新たな開発テーマとしては、社会が高齢化し、単身や2人の世帯が増えてきますから、これまでの高付加価値、つまり機能を充実させ、豪華志向する路線から、よりシンプ



家事らくシンク

境ではいかに効率的に家事をこなせるかは大きなテーマです。すでに家事の効率化を謳った「家事らくシンク」という製品を販売していますが、なかなか好調です。

——**海外市場はいかがですか**

**渡辺** 米国や欧州はなかなか困難な面がありますが、アジア圏は大きな可能性はありますね。

現状はほとんどが国内需要ですが、これまでなかなか需要層が見込めなかった東南アジアのマーケットがここ5、10年で中間層が増え、可能性を持ち始めました。海外進出は今後の大きなテーマですね。

——**社会との連携についてはいかがですか**

**渡辺** 売上至上主義ではなく、きちんと利益を上げ、それによる社会貢献を行うことが今後の企業として大切なのではないのでしょうか。儲け主義ではなく、きちんと社会のために利益を追求できる企業でありたいと考えています。

——**高齢化社会への対応ですね**

**渡辺** もうひとつの着眼点が共働き世帯の増加ですね。そうした生活環

——**今日はありがとうございました**