



## (株)オビタス 代表取締役社長・大竹隆弘氏 4月1日から「大竹産業(株)」より社名変更

# 「社員第一主義」で一致しワンデックスと合併 領域拡大へのチャレンジで、更に流通の価値増す時代に

大竹産業(株)と(株)ワンデックスが合併した新会社として、4月より(株)オビタスが始動する。両社合わせて売上高265億円、東北・関東・中京を網羅するエクステリア問屋の誕生となる。今回は合併の経緯や経営理念をはじめ、エクステリア業界へ思いなどについて、改めて大竹隆弘社長にお話を伺った。

— 今回の合併・新会社設立に至る経緯について教えてくださいか？

**大竹** 当社が4年前にワンデックスさんをグループ会社化し、私は非常勤として会議に参加する中で、両社の良い部分とは何か、そしてシナジーについて常に考えていました。ちょうど南さん(ワンデックス社長)からも「シナジーを発揮するには合併が一番いいのではないか」との提案もあり、私も異論なく賛成しました。

とりわけ私が合併を決意した一番の理由は、互いの会社が「社員第一主義」という経営理念で一致していたことです。もちろん細かい部分の違いはたくさんありますが、「社員第一主義」をベースにお客様の満足度を向上させていくという基本理念は決断の大きな理由でした。

— 南社長との信頼関係も大きいと？

**大竹** 南さんと20年以上、オンラインワークショップを通じてお付き合いさせていた中で、気心も知れています。また南さんは私とは10歳以上離れた大先輩ですが、新進気鋭の精神でチャレンジをし常に業界の先を見て動かれる方です。共感することはもちろん、私と考え方が非常に似ていると感じることが多く、経営



(株)オビタス 代表取締役社長・大竹隆弘氏  
「大竹産業も新潟三条での創業は金物問屋であり、当時エクステリア事業はまったく新しいチャレンジでした。時代が変わるとともに少しずつビジネスの中身を変えていかないと会社は継続できません」と語る大竹社長。オビタスでもそのチャレンジ精神を不変の価値として継承していく。

できること、そして両社の人材交流による切磋琢磨も合併によるシナジーとなります。

また当社も得意としてきた施工力の向上やIT化に加え、新会社オビタスでは、デジタルカタログの「オビカタ」、情報配信の「オビサポ」に力を入れていきます。その際、ワンデックスさんのデジタルカタログ「ワンカタ」や、お客様に対する情報提供媒体「ワンサポ」など進んでいる部分とのシナジーは大きなものになると考えています。

— 合併に伴う組織変更や人事異動などがありますか？

**大竹** 組織の全体像ですが、まず中京地区の管轄は「中京支社」が行うこと。営業については、「東日本本部」と「中京本部」の2つを置き、それを「統括本部」がコントロールする体制とすることが具体的に決まっています。合併に伴っての特別な組織変更や人事異動はありません。

— コロナ禍明けの景況感については？

**大竹** コロナ禍が明けて、旅行や外食などにお金が出るようになっていて、境だと思えます。ただしこの状況はコロナ禍前に戻っただけのことだと思っ

ていて、あまり気にしていません。それよりも、地道に実力を蓄えていくことが必要です。常に先を見て、今の状況にそんなに翻弄される必要はないと思っています。

**大竹** エクステリアの事業領域が拡大して行く中でも、三位一体は時代とともに変化し、三者それぞれ補完し合うような新しい「三位一体」の形態になっていくと思います。

— エクステリア業界の中長期展望についてどのように考えていますか？

**大竹** 黙ったままではマーケットは小さくなる一方なので、オビタスが付加価値あるビジネスをどれだけ多く展開できるかが重要です。そのためにはオリジナル商品の強化や、困りごと対応としての施工方向向上のための施策に取り組むことが求められます。

我々問屋は、あくまで三位一体を崩さずに、専門店さんの不足分を埋めていくようなイメージになるのではないかと思います。

— また商業施設や公共施設のような景観、セミパブリックと言われる部分もエクステリアの事業領域拡大に入ってくると思います。

— 三位一体のエクステリア業界の核として流通が存在していますが、今後のあり方はどうなるのでしょうか？

— ワンデックスさんは「ユニットビルダー」という独自の施工体制を持っていますが関東でも導入しますか？

**大竹** 職人不足はエクステリア業界で常に上位に位置する困りごとなので、長い目で見ると、こういう仕組みを検討する事は必要だと思っています。

者としても尊敬しておりました。したがってグループ会社化した時、そして今回の合併の時でも、「南さんが言われるのなら」ということも決めた一つでした。

— 子会社化から合併に至る段階で苦勞したところや、改めて気づいた部分がありますか？

**大竹** 当社は100年、ワンデックスさんは50年という長い歴史があり、文化も成り立ちも異なります。その歴史を鑑みて、まずはゆつくりとお互いを知る必要があります。特に人事や総務は慎重にすり合わせをしていく必要があると思っています。

一方、営業の部分では同じエクステリア流通業というビジネスモデルなので、エリアは違えどもそれほど時間は掛からずに慣れてくると思っています。

ただ新会社がスタートしてから徐々に発見する部分もあるかと思っています。中央集権的なスタイルではなく、互いの地域特性と文化を尊重した経営を心掛けたいと思っています。

— 合併による一番の効果は？

**大竹** 両者の持つお得意先様、仕入れ先・ステークホルダー様を上手く活用

— 建物と外構の一体化が進んでいることについてどう考えますか？

**大竹** 最近、住宅業界がエクステリアを手掛ける傾向が出始めているのですが、私は逆に、それに反比例してエクステリア業界の三位一体の存在価値が高まって来ると考えています。

なぜかと言えば、エクステリアの仕事は非常に細かく、小回りが利かないと失敗する世界だからです。かつてエクステリア業界に大手の商社さんが入ってきた時期がありましたが、結局撤退したという歴史もあります。

またエクステリアを手掛けると言っても、大多数の住宅会社さんは建物がメインであり、外構に掛けるコストは非常に小さい額です。それではお客様は満足しません。

したがって、まだまだこの業界は新築購入後に住み始めて2年、3年で外構・エクステリアを手掛けたいという後付け需要が必ず出てくる世界です。

時代は進化しても、エンドユーザーさんが新築外構に不満を持ち、そこを改善して欲しいというニーズは変わらず存在します。エクステリア・メーカーさんと我々問屋がしっかりとタッグを組んで後付け需要に対応していく必要があると思っています。

エクステリア業界は、大手ではない

我々のような中小・中堅の会社が活躍できる場だと思っています。大手の工場で作成し現場に持ってきて組み立てて終わりには出来ないのがエクステリアです。だからこそ中小・中堅の会社がかしつかりと活躍できる場だということ、あらためて業界全体で共有して行く必要があると思っています。

―問屋の仕事の魅力、働き甲斐とは？

**大竹** 問屋の営業マンは、昔のように「ねじりはちまき」で朝から晩まで働くという時代ではありません。

オビタスは「社員第一主義」を経営理念のトップに掲げ、その下に「顧客満足」を持ってきています。かといって、「社員第一」が上に行き過ぎて自分勝手になっていけないし、逆転して「顧客満足」が「社員第一」の上になってもいけないのです。要は「社員第一」と「顧客満足」の順番とバランスを保ちながら、両方を高めていくようにするという事です。

また、私は「社員第一主義」には「物と心の幸せ」「物心の幸福」があると言っています。京セラの稲盛さんやユニクロの柳井さんも、同じようなことを言われています。

「物」というのは、収入や報酬、福利厚生などですが、一方で「心」というものが存在し、それは社員のやりが

いや満足感、達成感、お客様からの感謝です。そんな心の幸せが物の幸せよりも大きいと思っていて、それを社員にどれだけ与えられるかが大切だと考えています。今風に言えばエンゲージメントというものです。

特に我々は流通という立場にいるので、仕入れ先様、お得意先様と良好な関係を作り、それぞれから感謝される存在になる必要があります。

「あなたに任せてよかった、現場がうまくいって本当に感謝している」とお客様から言われ、仕入れ先様からも「モノが間に合わなくて、大問題になりそうなところを現場でうまく調整してくれて助かった」と感謝されるのは、我々流通ならではの喜びです。私はオビタスをそんな会社にしていきたいと改めて決意をしているところです。

―オンリーワンクラブへの思いについても聞かせてもらえますか？

**大竹** 新会社となってもオンリーワンクラブ事業への取り組みは変わりません。ポストや表札をベースに新しいビジネスモデルを作ってきたのがオンリーワンクラブですが、今やそれだけでは差別化できません。これからは工業製品だけでなく、次の新しい商品を見出し探し、「昔から誰もやらないニッチを手掛けて来た」売れなくても作っ

てみる」というオンリーワンらしさをもう一度知らしめていく必要があります。ともかくチャレンジ精神ですね。

―最後にエクステリア業界の未来に向けて一言お願いします。

**大竹** エクステリア業界は建設業界の一部なので、住宅着工数の減少や職人不足など先々の懸念を挙げればぎりぎりありません。しかし、エクステリア業界は先ほど申し上げたように、大資本がやれない、中小・中堅である我々のような会社が力を発揮できる業界であることは間違いありません。そこに希望を持って行くべきだと思います。どんなに住宅着工数が減ろうが、まだまだストック需要もたくさんあります。エンドユーザー様が欲しくなる、買いたくなるような庭の市場を作っていけば、まだまだやれる業界だと思います。ただし、そうは言っても時代に対応した改革は必要です。例えば、若い人がたくさん入って来られるような土俵を作らないといけません。そのためにはITやDXの部分など新しいことにどんどんチャレンジしていく必要があります。また社員がプライドを持って働ける業界にならないとエクステリアは建材の一部、工業製品の一部になって、みんな画一化された商品の世界になってしまいます。

ともかく、新しいチャレンジをしつかりと継続していけば、エクステリア業界の未来は明るいと思っています。

―ありがとうございます。今回のお話を聞いて、改めて「社員第一主義」、「チャレンジ精神」、「社員の会社に対する誇り」という3点が、経営理念として一貫していることが分かりました。新会社オビタスが、エクステリア流通業の未来を作り、市場創造のけん引役として活躍されていくことを祈念しております。(聞き手:本誌編集部)



### 「OVIRAS / オビタス」

イタリア語で「暮らし・人生・活力」を意味する「VITA」に、新しい価値を「足す(TAS)」企業となる意志を籠めた「VITAS」。そして大竹(Otake)産業とワンデックス(Onedex) 2社の持つ個性とチャレンジ精神の融合を意味する頭文字「O」を加えた文字。

「既存の領域にとらわれず、真のリーディングカンパニーとなるために」との思いのもと、「常にお客様のこと、そしてその先にある社会のことを考え、その一歩先を見据えた新しい価値を足していく」―(株)オビタスは人々の暮らしにインベーションを起こす企業を目指す。