

感性豊かにニーズに即応し、 いっそうの信頼をかちとろう



エクステリア建材事業本部長 永田 等

昨年、日本経済は不毛の十年といわれた長期の低迷からようやく脱けだしはじめたようです。

まずは、経済の動脈ともいべき金融の改革が、かなり進んだこと、また、米国や中国・東南アジアなどに向けた自動車・鉄鋼・IT関連などを中心に輸出が拡大していることなど。

さらに、いまや世界の工場としてばかりか、人口13億というとても大きなマーケットとしても急成長している中国を主に、グローバルな立場から生産拠点を思いきって外国にシフトさせた効果が次第に現れてきたのでしょうか。株価もこうした状況・情勢を反映して上昇しはじめています。

日銀サイドでも、昨年末の短期経済観測で

「大手製造業の雇用環境の改善や中小製造業の投資拡大などもみられて、景気は緩やかに回復している」と経況判断を上方修正したのでした。

しかしながら、この景気回復がほんとうに持続性のある順調な推移だと言えるかどうかは疑問です。

例えば、昨年末、有力地方銀行の足利銀行が経営破綻し、地元経済に大きな不安をひき起こしていますし、似たようなことが信用金庫レベルにまで連鎖するのではないかと心配されています。

また、いま景気回復を主に支えている輸出やその他の外需も、予想を越えて進む円高や頼みの綱の米国経済が失速しはしないか?などの不安材料もあります。年金問題などの先行き不安などもあって、本当の景気回復をもたらさずの個人消費が伸び悩み消費マインドは冷えきったままです。

一方、国際情勢ではイラク復興支援特別措置法に基づいて、自衛隊のイラク派遣が決定され、今後、我が

責任性・熟練度を高めて

国が国際貢献の面でどのように評価されるのかも不透明で、これまた、時代と歴史の大きな転換期を迎えています。

いまさらいうまでもなく、いま、世界は生産・流通・市場・環境・金融・情報など、あらゆる分野・あらゆる地域であらうことのできないグローバル化の大きなうねりにみまわれています。私たちそれぞれが、それに対応できるポテンシャル(潜在能力)を高めなければなりません。

またその一方、国内では少子高齢化が急速に進んでいますし、社会のこれからの担い手として「第二の団塊の世代」といわれる新世代が登場しています。

そして、生産・消費・サービスや情報など、あらゆる分野で、画一・大量・マスというこれまでのスタイルから、個別・個性・多様化のニーズが高まり、ライフスタイルそのものが十人十色!各人各様!になってきています。

そうした大きなトレンドの中で、その生活空間……殊に「住」に対するニーズとしては

より快適に、

より明るく、

より安全に、

よりエコライフフリーに

ということがつよく出てきています。

エクステリアは、そうしたニーズを充たすのに必要不可欠な部門・部材・機能です。

エクステリアが新たな癒しの空間創造に重要な役割を担う!

……今、まさにそういう時代が到来しているのです。

三協アルミでは、この時代のニーズと顧客のニーズに応えるための商品戦略として次の三つ

新世代に向けたカラーバリエーション豊富な商品群を開発・展開

防犯・セキュリティー強化商品の開発・拡充

セミオーダー可能な外構やパリアフリー商品の開発・拡充

を積極的に展開し、営業・施工面でも「三協ブランド」を大いに広め、高めることができました。

それは、ひとえに関係各位の不断の努力と労苦を惜しまぬご協力の賜物であり、ここに、あらためて厚く御礼申し上げます。

わが社は、本年もこの戦略をひきつづき展開・推進して行く所存です。

すべての分野・部門で、それぞれが“センス豊かに、敏感に、新時代・新世代のニーズに対応し”品質・納期・施工での責任感を高め”技術をいっそう磨いて熟練し”「三協ブランド」の「人とモノ・ソフト」に対するお客様と市場の信頼をゆるぎないものにして皆様方のお役に立ちたいと願っています。

「感性豊かにニーズに即応し、責任性と熟練度を高めよう!」をモットーに、皆様とともにより一層「素敵なエクステリアプレゼンター」であり続けたいと思います。

I N D E X

- 本部長メッセージ 1~2
- Exterior Color Seminar 色はいろいろ 3~4
- ナチュレ事例 5
- カッコいい庭を考える - 2 6~8
- 事例ノート 9~14
- スーパー御庭番 VER.5.5 新機能 裏表紙
- 御庭番スタッフ紹介 裏表紙



表紙

1メートルの積雪量に耐えるカーポート「スノースター」屋根材の全面に採光性のあるFRP板とポリカーボネート板を採用した、雪の日も安心のカーポート...積雪地域でも明るいカースペースが実現する、注目の新商品です。

