

北日本新聞創刊135周年「記念対談」

令和

新時代を拓く

ライフを`ライブ`に 住まいに新しい価値を

サニーライブグループ代表
サニーライブホールディングス社長 中村 正治氏



プロフィール

なかむら・まさじ 1969年高岡市生まれ。中央大学法学部を卒業後、92年に伊藤忠建材に入社し、97年に父の後を継いで南陽(現・南陽吉久)の社長に就任。現在は住宅関連事業を主力に不動産やインテリアなど、多角的に展開するサニーライブホールディングス(同市能町)の社長、サニーライブグループ代表を務める。2018年6月から万葉線を運行する万葉線株式会社社長も務める。

【駒澤】 5年前に「南陽グループ」から「サニーライブグループ」に名称を変えられました。昭和の創業から令和への歩みの中で、「サニーライブ」という名前に込められた思いを聞かせてください。

【中村】 当社は1953(昭和28)

「モノ売り」から「コト売り」へ転換

サニーライブグループ(高岡市)は建築資材・住宅設備販売や木材・構造材フレカット加工、不動産、内装工事など住まいと暮らしに関わる事業を幅広く手掛ける。少子高齢化による人口減少で今後、さらに縮小が予測される国内の住宅市場。業界が大きな変革期を迎える令和の時代にどんな成長戦略を描くのか。同グループの代表を務めるサニーライブホールディングスの中村正治社長と、北日本新聞社の駒澤信雄社長が経営方針や今後の展望を語り合った。

年「南陽木材」として創業しました。昭和から平成を経てグループ企業が増え、現在、10社あります。親会社、子会社の区別はなく、それぞれが主役だと考えています。「南陽グループ」から、もっとわれわれの企業姿勢を強く示せるグループ名にしたいと、変更を決めました。

新しい名称を考えるに当たっては、創業者の「住まいに陽を照らす存在でありたい」という思いを大事にし、「陽」SUNNYを盛り込みました。そして、この思いを貫くため、今の時代に必要だと考えたキーワードが、「モノ売りからコト売りへ」と「LIFEはLIVEである」です。

住宅設備や不動産を売るのではなく、ライフスタイルを提案していく企業へ、そして「住まい」「生活」「人生」をもっと生き活きと楽しい「ライブ」にしていきたい、と考えました。この新旧の思いを融合させたのが、「サニーライブ」という名前です。

またお客様に対して家は人が主人公のステージ、いわばライブハウスのような場所であり、ライブな空間づくりを提案したいというメッセージを含めました。社員に対しては、グループを自分のライブステージとして、過去にとらわれず自己表現していく場にして

ほしいとの思いを込めています。【駒澤】 社名を変えられるのは勇気がいることだと思います。

【中村】 私は2代目ですが、創業者から「後を継ぐな引き継ぐな自ら創れ」とよく言われました。当社には、創業時から大事にしている「創破」という言葉があります。自らを変革し、新しい価値を創り出すことを恐れず、勇気を持って創造と破壊を繰り返すという意味です。この創業の精神を考えると、会社のブランドチェンジは進化のために必然的なことだと考えました。

オフィスの整備や商業施設にも注力

【駒澤】 グループでは幅広い事業を展開されています。現在は、特にどのような事業に力を入れておられますか。

【中村】 少子高齢化が進み、今後は住宅着工戸数が減ることが予想されます。その時代の変化を捉えて事業を進めなくてはならないと考えています。もとより社はBtoB(企業間取引)のビジネスで、工務店・ビルダー様に建築資材や住宅設備などを提案していくのが中心でしたが、グループの総合力を生かして、まちづくりや新たな需要をへり出すことにも注

地域活性化へ積極的に貢献

【駒澤】 都内では二つのブランドのインテリアショップや、高岡などのクラフトを集めた店を展開しておられます。

【中村】 5、6年前から、イタリアの二つのインテリアブランドの日本総代理店として、東京・南青山に店を出しています。決して格好をつけてイタリアのブランドをやりたいというわけではなく、より暮らしをライブさせたいという、感覚の高い方々と出会うための装置だと位置付けています。来店されたお客様に、店を出しているのが富山の企業であることを知ってもらい、富山への興味も持っていただきたいと考えています。

東京・白金台では、高岡をはじめ全国各地のクラフトを取り扱う店を出しています。店名は高岡の雨晴海岸から「雨晴」と名付けました。私自身、出張で国内外へ行きませんが、海越しに北アルプスが望める雨晴海岸のような場所はほかになく、世界で一番きれいだと思えます。雨の日も晴れの日も、心からへりける豊かな暮らしを提案したいと「雨晴」をへりました。



北日本新聞社長 駒澤信雄

力していきたいと考えています。また、受動喫煙対策を強化する改正健康増進法が2020年4月に全面施行されることから、当社では喫煙ブース「スモークポイント」の販売を始めました。天井と壁から煙を吸い込んで、きれいな空気に戻して排出する装置で、多くのオフィス・店舗が抱える分煙化の課題に応えていきたいと考えています。これまでは住まい産業、住宅に特化していたのですが、今後は商業施設やオフィス環境の整備などにも力を入れていこうと、新たな取り組みを進めています。

地方創生というのは、ふるさとを大事に思う気持ちが必要だと思います。誰にでもある懐かしい景観を思い出してもらえよう、情報を発信することで、地方の活性化につながるいいと考えています。都内の店舗を拠点に、地方の魅力を伝え、都会の人が、地方にも住まいを設け、両方を行き来して心豊かに暮らす「マルチハビテーション」を提唱しています。

【駒澤】 高岡の企業として、地元イベントへの協賛など地域活性化にも積極的に取り組んでおられますか。

【中村】 イベントでは高岡ねがいみち駅伝や富山マラソンをはじめ、「富山グラウジーズ」や先般開催された「TGC富山」などの協賛を通じて地域貢献活動も行っています。われわれは地域の皆様に生かされています。本業で地域に貢献することが第一ですが、地域をライブステージにしたいという思いから出来る限りのことをやってみようという取り組みをしています。健康経営にもつながることですが、社員にもスポーツイベントに積極的に参加するよう働き掛けています。こうしたことを通じて、サニーライブグループのことも知っていただきたいと、徐々に活動を広げているところです。

【駒澤】 グループでは地域づくり、まちづくりとして大型の宅地開発も手掛けておられます。開発への思いを聞かせてください。

【中村】 われわれは、団地を造るという発想はしていません。そこに暮らす人たちが生き活きと暮らせるどんなライブなステージにしていくなか、子どもたちが育まれ、成長していくかを考えることはできません。目指すのは環境と共生して、健康や豊かさを実感し、住んで良かったと言っているだけではありません。ネーシング一

つにしてもみんな考えてもらい、住むことに誇りを持っていたけるようにしたいと考えています。こうした取り組みが、人口の増加、活力のあるまちづくりにつながっていけばいいと思います。高岡や富山、新潟、京都などで宅地開発を進めています。われわれの思いが徐々に通じ、地域から声を掛けていただけることに感謝し、今後も身の丈に合わせて取り組んでいきたいです。

大きな変化は成長のチャンス

【駒澤】 人口減少などで社会構造が急激に変化しています。これからの取り組みや展望を聞かせてください。

【中村】 スマートフォンの登場でカメラやパソコンが激減した変化などに比べ、住宅産業の変化はまだ緩やかです。しかし、少子高齢化が進む中で、今後、激動の大変な時期を迎えると思います。「大変」という言葉は大きく変わると書きます。変化なき成長はないので、大きく変わることはチャンスだと捉えています。社員には、この激動の時期を乗りこえ、と声を掛けています。

人間を主人公に考えると、住まい業界でやれることはまだまだたくさんあります。例えば、高齢者が増える中で、介護される方、介護する方にも優しい住まいをどう創るかや、アクティブシニアに心地よい暮らしをどう提案するか、「医療」や「食」と住まいをどうつなげるかなど、一つの戦略として考えなくてはなりません。

われわれの使命は、住まいの未来をつくることです。グループのさまざまな会社と多彩な事業は、住まいの21世紀モデルをつくるための仕掛けです。多角的に事業を展開しているメリットを最大限に發揮し、グループ一丸となって新たな課題に取り組むことで、時代の要求に応えられると確信しています。これからも、ステークホルダー(利害関係者)の皆さんにとって、地域にとって、社員にとって、ライブなことに挑戦していきたいと考えています。



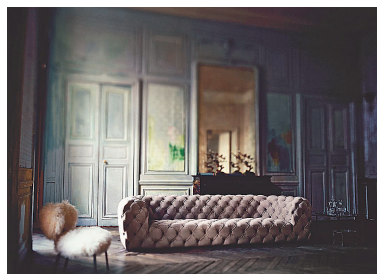
1960(昭和35)年当時の南陽木材伏木港灣工場



北陸最大級となる住まいの総合イベント「住まいLIVE FAIR」



大型宅地開発「高岡市志賀野しらとり台」



イタリア高級家具Baxter社の日本総輸入元に



今年から新たに販売を始めた喫煙ブース「スモークポイント」