

フジ産業株式会社

代表取締役社長 まつもとゆういちろう 松本雄一郎

“他社が真似できない、オドロキ”を作ろう



「お客様はもちろん、工場のスタッフ、協力会社、代理店、そして社員、マツモト物置に携わるすべての人が“マツモト物置で良かった”と言ってもらえるようにするのが私の仕事」。この揺るぎない思いが、松本社長の経営の原動力になっている*

物置メーカー最大手の販売代理店として、三九年連続で販売施工量日本一を誇るフジ産業株式会社が、新たに自社ブランドを立ち上げた。業界特有の商習慣から抜けたために、物置の可能性を追究してきた二代目の松本雄一郎社長は、「オドロキがないものは作らない」と言い切る。そのこだわりの戦略とは――。

取材・文 中之町新／撮影 鷹野晃

目指したのは「いままでにない物置」

JR常磐線ひたち野うしく駅（茨城県）からほど近い、フジ産業「TSUKUBA EXHIBITION HALL」。さんかく屋根が特長的な自社ブランドの「マツモト物置」を中心にした物置やエクステリアの展示場だ。訪れてまず驚くのは、ベンチに座る松本雄一郎社長の等身大フィギュアである。

「面白いでしょう。みなさん横に

座って記念撮影をしていかれるんですよ」と、松本さんは笑う。

ほかに、マツモト物置Tシャツやパーカー、ファンクラブ・パッチのガチャガチャなど、趣向を凝らしたグッズが売られている。

それらのどこかに松本さんの似顔絵が出てくるのだ。自分をキャラクター化した、販売よりもフ

ンを作るための戦略である。

——ユニークな展示場ですね。

松本 はい。お客様に私たちの物置への想いやマツモト物置のブランドイメージを感じてもらえる場所にしたかったんです。

——なんとと言っても等身大のフィギュアは度肝を抜きますね。



さんかく屋根が象徴的な自社ブランド「マツモト物置」。“誰もできない・考えない・真似できない”という3つの開発条件を自ら設定し、唯一無二の商品を完成させた（写真提供 フジ産業株式会社）



「TSUKUBA EXHIBITION HALL」のベンチに置かれた等身大のフィギュア。松本社長自ら広告塔となり、ブランドの認知拡大を行っている*

松本 そうでしょう（笑）。私は、自分は日本で一番物置のことを考えている、と自称しているんです。それほど物置が好きなんです。日本の物置は世界一の品質だと思っています。なぜ世界一なのか……

——ぜひ、聞かせてください。

松本 これは日本の気候風土とも関係するのですが、日本のスチール物置は床があります。しかも、湿気が上がってこないように地面にブロックを置いて、その上に建てる。そうすることで水平もとれます。こういう物置は海外にはあまりありません。ほとんどが直置きで、風や雨も平気で入ってくる。日本の物置ではありません。

扉も海外のものはドアタイプですが、日本の物置は引き戸です。狭い敷地でも開け閉めがしやすいように考えられたわけです。そのうえ頑丈です。さらに組み立て式だからこそ、狭い設置場所でも部材を運べて建てられるんです。

——なるほど、日本の都市部の住宅事情に適しているわけですね。

自社ブランドを立ち上げたワケ

松本 そうなんです。目指すのは、いままでにない物置です。

——それがマツモト物置のコンセプトですか？

松本 日本の物置は、そういう条件の中で独自に進化してきたんです。私は、丈夫さや使いやすさだけではなく、デザインの良さも大切だと思っています。それに加えて、その物置が庭にあることで家族の楽しい思い出づくりもお手伝いできる。そんな物置を作っていきたいと思っています。

スチール物置が誕生したのは、一九六五（昭和40）年のことだった。東京の目白製作所が作った「セイリーハウス」である。以降、ヨド物置、タクボ物置など、数多くの物置メーカーが生まれ、七五（同50）年二月に稲葉製作所がイナバ物置を世に出した。

同じ年の五月。目白製作所に勤

る。さらに、その年の一〇月、長男の雄一郎さんが誕生している。

この巡り合わせから、松本さんは自分を「物置の子」と言う。

——創業四年目でフジ産業はイナバ物置の販売代理店一位になり、以来一位を続けてきたそうですね。

松本 三十九年間ずっとです。「二〇〇人乗っても大丈夫！」という有名なイナバ物置のCMがあるでしょう。あの一番前、稲葉（庄市）社長の横に父がずっと座っていたんです。

——トップを続ける秘訣は？

松本 私たち代理店は各地のホームセンターに物置を展示させてもらって、それが売れたら組み立てに行くというのが仕事の流れです。多くの代理店は商品だけを右から左に流して、組み立ては協力会社の職人さんに発注するんですけど、うちは全部自社工事でやっています。自社配送、自社組立工事、です。

——最後まで責任を持つ、と。

松本 そうです。物置は、一〇〇〇



1階の展示スペース。「いままで見たことがない展示場を作らなかった」という、そのコンセプトは「もし、ニューヨーク郊外にマツモト物置の展示場があったら」

——安売りの皺寄せが代理店や職人さんにくるわけですね。

松本 物置は値引きして売るのが当然という考えがあって、三〇％、三五％値引きが普通なんです。しかし、ホームセンターは利益を出したいから値引きした分、私たちに負担を強いるんです。そういうことをずっと経験してきて、薄利多売の構造に嫌気がさしたんです。それともう一つは、フジ産業がやってきた年中無休、自社責任施工などの物置に対する姿勢が世間にどう評価していただけるのかを知りたかったんです。それで〇九（同21）年くらいに数人でプロジェ



物置の組み立てを行う社員さん。身だしなみ、礼儀、言葉遣いなどの教育は、先代の時代から厳しく行われてきたという。その心遣いの積み重ねが、同社への信頼に繋がっている*

件あれば一〇〇〇通りの現場に合わせて組立工事をする事で、はじめてその品質と耐久性が活かされるんです。ですから、製造するメーカーが五〇％で施工会社が五〇％、合わせて一〇〇％になる商品です。それを丁寧（ていねい）に続けてきたんです。

しかも年中無休です。父は事業所を出すと土地を買って倉庫を建てるんです。そこに各メーカーの在庫を置く。例えば土日に何か部材が必要になったとしても、他社はメーカーの営業日を持たないと部材が届かないですが、うちはすぐに対応できるんです。

——なるほど……。

松本 こういうところがホームセンターから評価いただけたのだと思います。事業所も関東・東海を中心に一八カ所ありますが、そうした実績が認められて進出できたと思っています。

また、私たちはお客様の所に伺って仕事をします。「会社の評価は現場にある」という考えから、

クトチームを立ち上げました。

「この物置は革命が起きるな」

——「オドロキ モノオキ マツモト物置」。このキャッチフレーズは面白いですね。

松本 自社製品開発プロジェクトを始めたばかりの頃に、ふっと頭に浮かんだんです。これで方向性がハッキリしたのですが、自分で縛りもつけてしまったわけです。

——人々が驚くもの以外は作らないという……。

松本 そうです。儲けを考えると他社より安い製品を作って全国に流せばいいんですが、それでは誰も驚かないし、フジ産業をお客様に評価してもらえません。何より面白くない。みんなが驚く、他社が作れ

社員たちの服装や礼儀、言葉遣い、お客様と接する心遣いなど、父は厳しく言っていました。

——それは大切なことですね。ところで、入社は何年ですか？

松本 二〇〇一（平成13）年です。小さい頃から家業を継ぐのは当たり前だと思っていて、大学を出て二年間大手住宅メーカーで働いた後に入社しました。

——一四（同26）年にマツモト物置を発売されます。なぜ自社製品を作られたのですか。

松本 一つは「悔しさ」ですね。この業界は正しいことをやる人間ほど損をするわけです。代理店同士の価格競争もありますし、ホームセンターも値引きを要求してくる。それに対応できなければ他社に替えられます。

組立工事代もメーカーが決めているのですが、ホームセンターはできるだけ安くしたい。半額にすると広告を出した店もあって、「それはできない」と抗議すると取引停止になったこともありました。

ないものを作ろうと思いました。これまでフジ産業がやってきたことや、自分の物置に対する思いを全部詰め込んだものがマツモト物置です。値引きはしない。すべてが組み立て完成価格です。自社配送、自社組立工事。そのうえで、私が一番やりたかったのがさんかく屋根の物置でした。

——なぜ「さんかく」なのでしょう。

松本 他のメーカーは絶対に作りませんから。大量生産するならさなか屋根は合理的じゃないんです。部品数が増えます。そのうえ、オール1カラーなので製造時間もコストもかかるし、在庫管理も大変になりますしね。

——メリットは何ですか？

松本 見た目が斬新で、なにより頑丈なんです。例えば間口二二〇〇ミリ、奥行一四〇〇ミリ、高さ二〇〇〇ミリの物置で重さを比べると、イナバ物置は二三四キでマツモト物置は二五八キです。二四キ分、鉄の量が多い。それだけ強いんです。

スタイリッシュな物置にテラスを組み合わせた「MN-テラ」シリーズ。自転車やバイクの置き場や物干し場、農機具などの保管場所など、ライフスタイルに応じた収納が可能だ*



——自社製品を作ることに対して
社内の反応はどうでした？

松本 みんな反対してましたね。社員の多くは「不安と不信」が大きかったようです。イナバ物置の代理店トップを続けているという自負があったと思うんです。自社製品を売り出すと、その座から落ちるだろうし、失敗する確率が高いと思ったでしょう。しかし、父に出来上がった物置を見せたときに「この物置なら革命が起こるな」と言っていました。物置を見る前は

いろいろ心配していたようですが。

——「革命」ですか？

松本 父はずっと物置業界にいただけに、何か新しい風を感じたのかもしれません。各メーカーの代理店も続けながら、マツモト物置も売っていききました。

一番力を入れたのはSNSです。マツモト物置の良さを理解してくださる個人とつながろうと思ったのです。

——フォロワー数が一万四〇〇〇を超えたそうですね。

松本 ええ。みなさん「マツモト物置はいいね」と口コミで広げてくださって、ありがたいですよ。

利用者の生活に応じた “選択肢”をつくる

フジ産業はエクステリアの会社である。カーポートやフェンス、家の外構なども請け負っている。しかし、物置の比重が圧倒的に大きく、売り上げの八割を超える。その物置はデザインと価格帯の

幅が非常に狭い業界だ

という。トップメー

カーのイナバ物置と最安値のメーカーとの値

段の差は五万円ほどし

かない。しかも、デザ

インもあまり変わらな

い。そんな平準化した

業界だからこそ、それ

ぞれのライフスタイル

や価値観によって物置

を選ぶ選択肢を増やし

たい、と松本さんは考

えているのだ。

——社長になられたのは？

松本 一九（令和元年）です。実は、その年、大きな改革をやりました。こちらからホームセンターとの取り引きを打ち切ったんです。

——それは大きな決断ですね。

松本 自分が社長になった、いまだできないと思いましたが、自分たちで考える、作る、売る、届ける、組立てる。すべて自分たちでやろうと各事業所を展示場に変えてい

くことにしたんです。最初にリ

ニューアルしたのが「ひたち野う

しく」のつくば事業所です。いま

は五つの事業所までリニューアル

が終わっています。そこでは、ど

んどん自分を前に出して行こうと

考えたんです。

——それでご自身のフィギュアなども作られたわけですね。

松本 これも「オドロキ」の一つです。展示場では、来店いただい

たお客様から、物置にしまう物や設置する場所などを聞いて、一番いい物置を提案させていただいています。お客様のライフスタイルに役立ってこそ物置ですから。

——より丁寧に物置の説明ができるようになったわけですね。

松本 はい。展示場とSNSとが連動して、新しいお客様もたくさん

来店いただいています。嬉しいことに、「マツモト物置の代理店をやらせてほしい」という申し込みも増えています。私たちの考えや思いを理解していただいた会社には、ぜひ代理店になってもらおうと全国と海外に一〇社の代理店ができました。

——新しい展開ですね。

松本 そうなんです。物置は平成

元年くらいが売り上げのピークでした。当時、年間一〇〇万棟売れていたものが、いまは約四〇万棟です。全体のパイはどんどん減っています。フジ産業は小さい会社ですから、やりようによってはまだまだ成長していけると思っています。そのために、遠回りかもしれないけど自社配送、自社組

立工事、値引きなしのスタイルは続けていくつもりです。

——いま他社の物置との売上比はどうなんでしょうか？

松本 六年くらい前から逆転して、いまでは一〇対三くらいでマツモト物置が圧倒しています。

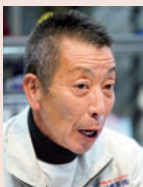
二〇（同2）年には二億五〇〇万円、二年にもコロナ禍にも関わらず一億八〇〇万円と、かつて出したことのない営業利益を出しました。社員のモチベーションも向上しています。

——革命は、起こりましたか？

松本 まだ起きていません。これからでしょうね。

※写真提供 フジ産業株式会社

コラム



Instagramの「いいね」に、 モチベーションも高く

つかもと たる み 塚本治美
取締役茨城事業所 所長

私は地元が茨城で、以前から茨城事業所の前の国道を通っていたのです。事業所には「物置販売業日本一」という量一量くらの大きな看板が掲げられていて、すごく目立つし、インパクトがありました。

7年前、転職するにあたって、どうせなら手に職をつけたいと思いました。そのとき、この看板を思い出したのです。物置が組み立てられるようになれば手に職がつくと思ったのが、入社のも機でした。現場を経験し、物置が組めるようになった後、営業に移りました。

弊社の営業は、現場を経験した者ばかりです。営業が工事でもき、現場のことをよく知っているのが、一番の強みだと思います。

社長が言うように、1000件現場があっても同じ現場はありません。コンクリートがあれば、天然芝の場所も、土のままのところもあります。同じコンクリートでも勾配が違（こうばい）う。そういう現場の状況に合わせて最適な提案をできるのも、現場を経験しているからです。

入社当時、私は「ガラ携」を使っていました。電話とメールだけで十分だったからです。しかし、社長が一人でマツモト物置についてInstagramに投稿しているのを見て、自分も何か手伝おうとスマホに替え、Instagramの投稿方法も覚えました。

展示場での写真やお客様のお宅の設置画像などを撮ったり、イメージ画像を作ったりして、それにつける文章を考えたりしています。自分が投稿したものに「いいね」をもらうと、やっぱり嬉しいですね。ガラ携の頃が信じられないくらいです。

とにかく、社長が先頭に立って走っていくんです。社長についていくために、私たちも走るわけです。どんどん進んで行く社長を追っていく中で、いつの間にか自分も成長している。キャリアや社歴など関係なく、みんなで一緒に走っていける。そんな会社です。

なかのまち・あらた 1955年生まれ。ルポライタ。月刊誌などにインタビューやルポを多数発表している。

たかの・あきら 1960年生まれ。フリーカメラマン。雑誌や企業PR誌などを中心に活動。著書に『浮世絵と写真で歩く江戸東京散歩』（KADOKAWA）、『東京100年散歩』（海電社）などがある。

【会社概要】 ▽設立1975年 ▽事業内容
容Ⅱ物置メーカーおよび物置販売代理店
▽従業員数131名 ▽資本金18000万円
▽本社Ⅱ東京都練馬区