

VOL.3



M A T E X V O I C E

目指すのは、 人に、環境に、地域にとって、 持続可能な社会。

代表取締役社長

松本 浩志 Hiroshi Matsumoto



日ごろマテックスに関わっていただいているステークホルダーの皆さま、そして未来のステークホルダーの皆さま、いまこの『VOICE』を手にとっていただいていることを深く感謝いたします。『VOICE』はマテックスが何を大切にしている会社かをわかりやすく伝え、私たちの在り方を知っていただくことを目的に発行をしております。

90年前、個人商店の松本硝子店としてスタートをしたマテックスですが、おかげさまで今日では街のガラス販売店様やサツ

シ販売店様、そして工務店様など地域を支える事業者の皆さまに主役になっていただくべく、窓の社会性の高さ、環境への配慮の大切さなどをトータルで提案する企業となってきています。

「窓」は暮らしに欠かせない存在です。窓のない建物を想像してみてください。その無機質な空間でヒトが暮らすことはできないでしょう。私たちはこの外と内の境界に設置され、両方の世界を覗くことができる「窓」を扱うことに大きな誇り

と責任を持っています。

マテックスの「卸売」という立場も同様です。メーカーと販売店様との間を円滑にとり繋ぐ存在として、この業界に携わる一人ひとりが生き活きと活躍するためにかかせない存在だと考えています。

今日の社会は少子高齢化をはじめ地方の衰退から人心の荒廃に至るまで課題が散見されています。また、私たちが住む地球環境に目を向ければ、汚染や破壊が進み、異常気象の頻発、不可逆な海洋汚染と、これまで環境問題に無関心だった人でも何か大きな歪みが生じており、この先今日より明日がよくなると盲目的に信じるのがもうでき難いことを感じると思います。

誰もが自らの利益や成長だけを考えていればよかった時代の延長線が今日の社会だということに、ヒトは無自覚で居続けてよいのでしょうか。少なくとも、私たち企業には大きな責任があると思います。

そもそも、経営資源の三大要素は「ヒト・モノ・カネ」であるといわれており、さらにはこの3つの順番が重要で、良い企業とはまず人を大切にすると称され、企業の良し悪しを測る尺度として使われてきました。しかし、今日称賛される企業の多くは売上や利益の拡大を至上目的とし過度に数字にこだわる経営スタイルを希求してきた「カネ」を最優先に掲げる企業であるということに少し違和感を覚えています。

私たちの業界でいえば、戦後住むところがない時代にはとにかく家の供給が第一でした。当然、窓に関してもどんどん売ることが社会貢献になったわけです。しかし、日々の環境がグローバルに変転していく今日においては、「一枚でも多く売って利益を上げる」という旧来の考え方ではもう馴染まなくなってきているのかもしれない。そうではなくて、未来に向けたより良い暮らし、より良い地球環境をリードする心構え、すべてのステークホルダーに心を配る在り方が求められていることを強く感じます。こうした文脈上でマテックスに求められる使命とは何なのでしょう。この問いと向き合う過程で出した答えが2つございます。

それは利益を過度に重視する姿勢ではなく「適正規模」と「適正速度」を遵守すること。企業規模が大きいことや成長スピードが早いことが尊ばれる時代はこれから終焉を迎えるのでは

社長の
VOICE



ないでしょうか。これからの時代は企業が歩む道筋が正しいのかが何よりも重要となります。そして、それを持続させることが肝心です。なぜなら短期的に多額の利益を出せても、それを持続できなければステークホルダーの皆さまにご迷惑をかけることになるからです。

マテックスは、世の中に社会的責任を果たし続ける会社として、皆さまの幸せを守るためにもいかに長く持続させるかに心を配りながら、窓から日本を変えていくことを約束します。

また、この時代は会社と人との関係が劇的に変化しています。ワークライフバランスが叫ばれるようになり、昔と比べると一人ひとりにとって会社の存在や「働く」ことへの意識そのものが変節しています。少子高齢化を始め、社会の在り方がますます複雑化していく様相を呈するこれからの時代を想うと、社員一人ひとりの幸せに組織や会社という存在がきちんと応えていくことができるのか、その問いに向き合う会社でないと発展していくことはできないと危惧しています。

ですから、我々マテックスに関わっていただくことのその先に一人ひとりのステークホルダーの皆さまの幸せがどう位置付けられているのか。そこに心を配る会社であることも約束したいと思います。

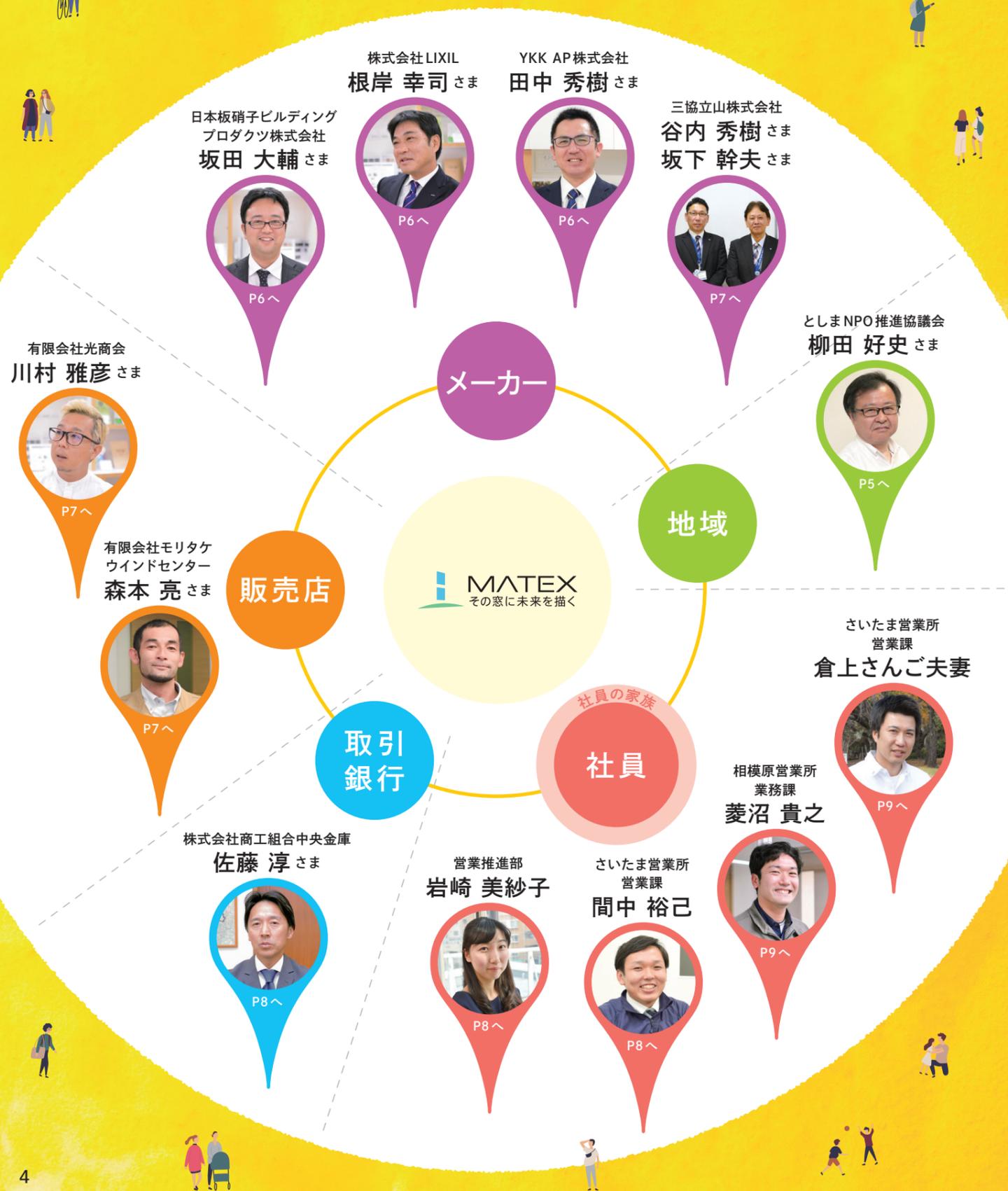
こうした私たちの想いは不変です。窓から日本を変えていく。その責任がマテックスにあることを深く噛みしめ、これからもマテックスらしさを軸にした皆さまとの向き合い方に尚一層の努力を重ねる所存でございます。



たくさんの
VOICE

ステークホルダーマップ

ステークホルダーのみなさまにとって、マテックスとは？



地域



としまNPO推進協議会
代表理事 柳田 好史 さま

「卸売業」で 地域社会をリードする

創業から90周年未だに守り続ける 「卸売業」という業態に拘る意義

この記事をご覧になる全ての皆さまが既知のとおり我が国に於いて卸売業という中間マージンを得る事業は業態としての存在が厳しい、価格競争の生き残りをかけた自由経済マーケットでは現実的にその存在すら危ぶまれる業態と認識しておられるかと思えます。

しかしマテックスという会社は正にこの「卸売業」という事業で着実に生き残ることができると同時に適正な価格で販売した上で余りある顧客満足度を叶えている民間営利企業であることを証明している事業者であります。

そこには、松本社長の流儀とビジネススタイルが明確に示され、メーカーと販売店、エンドユーザーの全てを顧客と捉え適正価格に応え得る各種の情報提供と良い商品をしっかりと勧め販売し、アフターフォローを積み重ねることで、顧客の信頼や作る側にも工事を行う側へも「三方よし」の事業展開がなされており、正に「共創と共栄」を実践し社員をも含めた全ての関係者や企業に充実した満足感を創出せしめているのであります。

トップの理念を共有する 比類なき社員育成の成果と結実

マテックスの強さの一つに組織力が挙げられますが、それは個々の社員が生き生きと働く場とその環境を社内全体とトップと社員が同一目線で共有化し、目指す目標と方向性一つにし、自らの事業に取り組む姿勢により培われた成果であります。

松本社長の社員に対する姿勢はセミナーや研修で押し付ける社員教育という方向では決してなく、社員一人一人と氏が自ら持つ人間としての総合力で個別に対話しながら押し付けではなく「時間を惜しまず対話による伴走型のコミュニケーションを中心として共に育み育てあげて」きたものであり、それが結実し現在のこの強靱な組織体制が当然の結果として創出された会社風土であると言えます。

実際に売り手市場で厳しい今年の大卒の採用募集で、大手のトップ企業に伍する程の大変多数の採用面接が行われており、既に大学や専門学校にまで、その会社風土の素晴らしさと風通しの良さが知れ渡った結果であると断言できるものであり、採用担当社員自らが本気で会社を愛す

る姿勢で募集している真剣さが着実に学生諸君に伝播した結果であります。

「本物CSR」を本気で目指し 地域社会をリードするマテックスの存在意義

私が最もマテックスという会社を評価し、信頼する基本的な部分は何といっても「地域や社会に還元する」という本気の「本物CSR思考」であります。

私はマテックスさまの社内全社員とのセミナーもやらせて戴きましたし、松本社長と大学や公開講座のセミナーやシンポジウムの講師としてご一緒させて戴く機会が年に2回ありますが、その度ごとに進化し、殻を破り大きく成長していく同社の事業内容や社会貢献活動には目を見張るものがあります。

大手企業では、会社のCM的要素が色濃いのや、採用募集へのプラス効果を狙った名ばかりのCSRが多く見られ、私も各種ご相談を受けてもがっかりすることが良くありますが、同社の実践するCSR活動は正に「本物」の一言と断言できます。

なによりもマテックスのCSRの素晴らしさは、トップである松本社長が本心から、長きにわたり社員一人一人と対話し「何故今マテックスが地域貢献と社会貢献を目指すのか」について真剣に語り合いお互いを理解することで、社員の心にCSRが当然の姿勢として浸透しているのであります。

CSRを語る企業の多くは、社長であったり、担当部長であったりが説明資料等を配布し研修等で押し付け型の貢献事業を教育的に指導しており、嘆かわしいばかりです。

そこに、トップ自らが本気になり真剣に社会貢献のあるべき姿とマテックスが目指す理想を熱く語る松本社長の継続的努力により社員の心に社会貢献の4文字が落とし込まれ、違和感なく組織一体で向かっている一枚岩の姿勢が構築されているのです。

長年中間支援組織の代表として沢山の事例を見聞きし、企業の相談を受けてきた私から見ても、もう一度自らの姿勢を正さなければと思うほどの真剣で熱い実践をしているのがマテックスという企業であります。もう一度言わせて頂きます「マテックスは正しく本物CSR」を実践しているリーダー的存在の民間企業であります。

メーカー



日本板硝子ビルディングプロダクツ株式会社
営業本部 東京支店 硝子建材販売グループ

坂田 大輔 さま

昭和6年からのメインビジネスパートナー

マテックスさんと弊社との関係は、昭和6年に取引店契約締結にまで遡ることができ、更にはマテックスさんの創業が昭和3年なので、創業間もない頃からの付き合いとなります。当社と取引ある代理店さんや取引店さんは70～80社程度ありますが、ここまで古くからお付き合いのある会社さんは他にありません。また、松本会長には、当社の運営する全国取引店の会、「ひのまる会」の会長として、当会の中心的な役割を担って頂いておりました。

マテックスさんは販売店さんを非常に大事にされており、販売店さん、マテックスさん、そして私ども日本板硝子の3社で売り上げを大きくする活動をしています。ビルダーさんに対してのアプローチも積極的に行い、本社で企画したことを営業所が実行するなど、会社全体が同じ方向に一丸となって取り組んでおられるなど常々感じます。どの代理店さんも地域に根差した活動をされていると思いますが、ここまで深く踏み込んでいる会社さんは他にないと思っています。今後も、ほかの取引店では難しい新しい提案や、窓周りのソリューションを提供できる役割を担ってみたいですね。

株式会社LIXIL LIXIL HOUSING TECHNOLOGY JAPAN
営業本部 関東営業統括部 東京中央支店 第一営業所

営業課長 根岸 幸司 さま

付加価値のある商品の提案で
業界を変えていける存在

マテックスさんの特長は、社員のみなさんの活動量の多さ、熱量の高さです。特に、販売店様に「情報」を提供できる間屋さんである点は大きな存在価値だと思います。これからの住宅業界は、住宅ストックの時代にシフトしていきます。こうした中で生き残るには、価格競争ではなく、いかにお客様に付加価値を提案できるか、「付加価値のある窓」という概念をいかに世の中に広く浸透させられるかだと思います。

さまざまな活動を通してそれに取り組んでいるマテックスさんは、業界全体をより良い方向に変えられる存在だと思います。我々もそれに応える商品を作ることで、マテックスさんが巻き起こす動きに関わっていければと思っています。「窓をつうじて社会に貢献する」という理念がぶれておらず、それが社員のみなさんに自然と身に付いているのは、素晴らしい会社だと思います。

メーカー



メーカー



三協立山株式会社 三協アルミ社 関東住宅建材支店

住宅建材部 部長 谷内 秀樹 さま

住宅建材課 課長 坂下 幹夫 さま

姿勢や精神が同じ、大切なビジネスパートナー

マテックスさんは「卸に徹する」という姿勢を貫かれています。弊社も「サッシ販売に特化し、それに徹する」という点で似た精神を持っています。また、弊社には「お得意先・地域社会・社員の三者が協力し共栄する」という経営理念があるのですが、マテックスさんにも「共に考え、協働し、各々の顧客販売店の成長と発展を目指す」という企業理念があり、非常に近いものを感じます。

最近では完成品としての窓に対する機能の開発力や提案力を持った代理店は数が少なくなっていますので、弊社としては重要な位置づけとして取引をさせていただいています。ユーザー目線で、生活者に対して窓の良さや窓の楽しみ方を訴求することをとても大切にされているので、我々もそれにお応えできるよう、これからも大切なビジネスパートナーとして、お互いに協力しながら販売量を増やしていきたいと思っています。

有限会社光商会

代表取締役 川村 雅彦 さま

異なるジャンルのもの同士で新しいものを構築

弊社は主に住宅やマンションのリフォームや改修などを手掛けている会社です。祖父の代から親子3代にわたり、約60年の間家族経営を続けてきました。私自身は18歳で大工として外で働いていたのですが、25歳のときに戻ってきてその後家業を引き継ぎ、現在に至ります。

マテックスさんには先代からお世話になっております。物心ついた頃から、よく父にトラックの助手席に乗せられて一緒にガラスを取りに行っていました。そのため、マテックスさんのことは子どもの頃から身近な存在に感じています。

現在弊社は、ガラス屋でありながら大工でもあるという強みを利用して、マテックスさんのプロジェクト「madolino(マドリノ)」に協力させてもらっています。松本社長も私も同じ池袋で生まれ育った人間であり、同じ家族経営を担っている立場でもあります。会社の事業規模こそ違えど、何かお手伝いできることがあれば積極的にお手伝いしたいと思っています。今後もお互いに良きパートナーとして、異なるジャンルの者同士で何か新しいものを構築出来たら面白いですね。

販売店



メーカー



YKK AP株式会社 住宅首都圏支社 営業統括部

WS営業部長 田中 秀樹 さま

先進的かつ柔軟な考えのビジネスパートナー

マテックスさんとは、弊社の取扱製品である窓やアルミ・樹脂製のサッシのお取引がメインとなっています。付随し、アルミ製の門扉やフェンス、カーポートなどのエクステリアも取り扱っていただいています。営業活動に同行させていただいた際、熱心にお客様のところに足を運んでいる姿が強く印象に残っています。問屋業界には珍しく「営業推進部」や「ビル統括部」という営業をサポートする部署を設け、非常に先進的かつ柔軟な考え方をされているので、ビジネスパートナーである弊社もついていけるようにしなければなりません。

象徴的なエピソードが東日本大震災や熊本地震の時の話としてあります。震災後すぐに復興支援のために何が必要かを弊社の拠点にいるコーディネーターに聞いて、被災地で復興支援のために様々な取り組みをされたそうです。社会貢献に目を向けるだけでなく、実行に移されるところに感心させられました。

この先も、目の前にいるお客様にとって何が一番良いのかをきちんと理解し、提案できる存在として一緒に活動していくことができれば非常にありがたいことです。

販売店



有限会社モリタケウインドセンター

取締役 森本 亮 さま

ときに道を作り、
ときに風除けとなってくれる頼もしい存在

私もモリタケウインドセンターは、相模原で窓や玄関のリフォームを手がける販売店です。私はその中で「MADO ショップ」というBtoCショップの店長を務めています。マテックスさんには、販売店の後継者の会「MK会」や窓辺のプチリノベーションを提案する「madolino」などさまざまな活動に参加させていただいており、また普段から「サービスカンパニー」などでお世話になっています。

松本社長はよく「問屋は問屋であり続けるべき」と仰っていますが、私はその言葉の背景に、業界全体を変え、良くしていこうという思いを感じます。さまざまな活動を通じて市場を開拓し、出来上がった市場を販売店に戻すような動きを多く行われています。ときには道を作り、その道を広げ、またときには風除けになってくれ、風が止まれば前を行かせてくれるマテックスさんは、我々のような販売店にはとても頼もしい存在です。

取引銀行



株式会社商工組合中央金庫 池袋支店

支店長 佐藤 淳 さま

安心して付き合える会社、
これからも支え続けてゆきたい

マテックスさんとは、現在はメインバンクとしてお付き合いをさせてもらっています。バイタリティーあふれる社長を中心に会社が纏まり、将来を見据えた経営をされています。また、財務面でも非常にバランスが良く、業績も安定され、非財務面においても業界のポジションや業務内容、仕事のやり方、将来に対する展望なども含め、安心してお付き合いができる企業様と感じています。

企業経営は良いときもあれば悪いときもあるものです。今は順調に経営されているマテックスさんですが、昔は苦しい時代もあったと伺っています。そのときに当行がお世話をさせて頂いたことから、先代社長から「商工中金さんとの取引は特に大切にするように」と社内に伝えて頂いているという事を耳に致した事があります。我々の先輩がマテックスさんの可能性をきちんと見極めて支援をし、その結果として今日の姿があるのだという事は当行として誇りに思います。

我々は政府系金融機関として、企業様の経営が苦しいときにこそ力を発揮するところなので、今後も良い関係を続け、メインバンクとしてしっかりお支えをしたいと思っています。

マテックス株式会社 営業推進部

岩崎 美紗子

「人」とのふれあいを通して
成長を実感できる職場

マテックスではさまざまな仕事を通して成長することができます。例えば、私が所属する営業推進部は業務範囲が多岐に渡ります。自己裁量の範囲も大きいことから、自主性を求められると同時に、「やりたいことをやれる」風土が整っています。

さらにマテックスには、専門商社としての側面だけではなく、環境問題への取り組みなど多様な顔があります。商社の仕事を通してクライアントや取引先の皆様と、環境問題への取り組みを通して地域住民や一般の消費者の皆様など、さまざまな「人」と触れ合えることも大きな魅力です。直接「ありがとう」と言っていただけの距離で仕事ができるということに大きなやりがいを感じています。そういった点で、我々がいい会社に入ったなという思いです(笑)。

社員



社員



マテックス株式会社 さいたま営業所 営業課

間中 裕己

つながりを大切にする会社

マテックスは社員相互のつながりが深く、自由に意見を言い合うことができる雰囲気のある会社です。上司や先輩にはわからないことはいつでも聞ける環境ですので、きめ細かくサポートを受けられるのでありがたいですね。

日頃のルート営業を通して、当社と販売店さんとの絆の深さも日々感じています。何十年前からお付き合いくださっている会社さんも多いので、より一層仕事に対する責任感も生まれます。そういったお客様から信頼を得て、それが売上に結びついて目標達成できたときの喜びは何ものにもかえがたいですね。当社は若手も貴重な戦力として活躍させてもらえるので、たとえプレッシャーを感じる事があっても、それははねのけて力に変えられる人にとっては、さまざまなことに挑戦できる環境が整っている会社だと思います。

社員



マテックス株式会社 相模原営業所 業務課

菱沼 貴之

身体を動かし、
お客様と直接ふれあう中で喜びを感じられる

私は、相模原営業所の業務課で働いています。身体を動かすのが大好きですので、力仕事である業務の仕事は天職です。お客様に商品をお届けしていると、「ありがとう」と言ってくれていただくことも多く、直接ふれあえ、優しくしていただくとやりがいを感じます。また、自分がお届けしたお宅の前を通りかかったときや、お客様が関わった建物を目にしたときには、「自分たちのガラスが使われている」と誇らしい気持ちになります。

相模原営業所では、一社員ながらある程度の裁量を与えてもらい、また人間関係も良好で、日々楽しく働いています。業務の仕事は2シフト制で、ワークライフバランスを取りやすいことも魅力です。自分の家にペアガラスを入れたとき、実家の単板ガラスとの寒さの違いに驚きました。

これからも、暮らしを快適にする商品をお客様にお届けし続けたいと思います。

マテックス株式会社 さいたま営業所 営業課 課長

倉上さんご夫妻

家族にとって優しい会社

(奥さま)主人がお世話になっており、本当にありがとうございます。マテックスは社員と家族を大切にしてくれる会社だと感じています。特に社内の働き方改革の効果で、夜の8時には家に帰ってきてくれるようになったことが何よりも大きいです。また、会社の異業種交流など研修機会が多いことも私に間接的に役立っています。専業主婦は子供だけの世界で閉ざされがちですが、主人から研修に参加した話を聞くことで会社を通して自身の視野も広げることができています。夫が学んだことを夫婦で共有したりできるのは、食卓を囲んでの会話が弾むことにもなり楽しく過ごさせてもらっています。(倉上)以前は、帰ったら子供は寝てしまっていて、その日のコミュニケーションが取れませんでした。今は、子供が、食事、入浴を済ませて寝る前に帰るので、ちょっとした会話もできるようになりました。3人いる子供も、一番下の子が寝る前にぐずったりするのですが、そのような時に、私が抱いてあげるだけで妻の家事も随分助かるようです。

社員家族

マテックスはたくさんの
ステークホルダーのみなさまに支えられています

日ごろ支えてくださっているステークホルダーのみなさまの声(VOICE)をお伝えすることが、当社という存在、あるいは当社が何を大切にしている会社かをよりわかりやすくお伝えできるのではないかと。そうした想いに端を発して、みなさまのVOICEを集めてマップを描きました。願わくば、今、お読みいただいているあなたの心にも、幾ばくかでもマテックスへの興味や関心が芽生え、ゆくゆくステークホルダーとなっていたらという未来まで描くことができたら！これに勝る喜びはございません。



WSR (Window Social Responsibility)。

それは、窓の社会的責任。

暮らしに不可欠な窓が持つ大きな役割を我々はどう捉えているのだろう。

日々の業務を通じて触れる「窓」。

プライベートでも感じ取ってしまう「窓」。

私たち MATEX 社員からは切っても切れない窓を再認識してみよう。

一人ひとりが持つ責任感や使命、そして仕事観を紐解くことで、

私たちが社会に果たすべき責任「WSR」に、今、迫る。



鳩山センター 製造部 課長
山口 宜孝
Yoshitaka Yamaguchi

人材を、人財に

今、私は生産管理と設備の保全をしています。機械は滞りのないようにメンテナンスを行うことが求められますが、それ以上に重要になるのはやはり働く「人」です。だからこそ私は「人を育てる」ことにこだわりを持ち続けています。

そのため、業務を自分でやるのではなく任せることを大切にしています。一人ひとりによって求められるコミュニケーションの在り方や接し方をそれぞれに考えながら、皆が気持ちよく仕事ができる環境づくりに努めることが楽しく、如何にして「人材」を「人財」に変えていけるかが私個人の仕事の楽しみでもあります。

いつでもどこでも「安全第一」

工場内の「安全確保」は最優先事項なのですが、だからこそ日常生活のあらゆるシーンで「どんな風に

安全確保がなされているか」を考えてしまいます。

また、自分に子どもが生まれてから仕事を色々な角度から考えるようになりました。守るべき存在ができることで、はじめて向き合え、教えられたことは数多いと思います。

窓とは「誰でも知ってる、良く知らないもの」

誰でも知っている窓。当たり前の存在であるが故に高性能な窓がどのくらい快適なのかなど、知られていないことが多々あります。

だからこそ、様々な人たちに窓をもっと知ってもらうため「安全」を確保し、地域の人や子どもが見学できる「ショールーム」のように開かれた工場にするのが私の夢であり、目指しているところです。



小金井営業所 営業課
原 朋美
Tomomi Hara

「笑顔」から始まる

私が入社した時のマテックスの印象は「地域に密着している会社」でした。1年目の頃は、私はこの会社でどんな価値を出せるだろう、私の強みは何だろうと考えていました。そしてある時から、心がけていることがあります。それは「笑顔」です。前職ではアパレルで働いていた経験もあり、人と接することは得意でした。だから、どんな時でも笑顔をかかさないようにしようと思っていて仕事に向き合っています。その心がけにより、今ではお客様から信頼していただけるようになりました。私が働く事業所で長年お取引いただいているある有名なお客様がいるのですが、いつも娘のように接してくれて嬉しく感じています。

友人の家を探索

入社してからプライベートでも窓のことが気にな

るようになりました。勤め始めて1、2年ぐらいは仕事を覚えることに必死だったのですが、ある程度自分でも分かるようになってきてからは、徐々に窓まわりに興味を持ちはじめました。友人の家に行くと、どんなメーカーを使っているのだろうと自然と目が行ってしまいます。この前もカタログでしか見たことがない珍しい窓があり、それが気になってしまって、友達の話そっこのけで窓を開閉したりしていました。

窓とは「日常の隣にあるもの」

窓の無い家はないと思うんです。そういった意味でも「日常の隣にあるもの」ですが、窓があることにより日常生活に安心や安らぎをもたらすと思っています。窓から見える景色や部屋に光が入ってくることで、人は家の中でも自然と繋がっていることを感じ取れるんだと思います。だからこそ人の生活に欠かせない大切なもの。そんな窓の暖かさを広める役割を担っていることに自負もっています。

とにかく「人との関係」

今は営業配属になって2年が経ちました。配属当時を振り返ると、本当に何も分からない状態でした。1年目は誰かの仕事を引き継ぐことになるのですが、当時の課長の引継ぎの時はプレッシャーがありました。そのため、とにかくお客様の所へ通いましたね。仕事としてよりも、まずは会話をして人間関係を構築するためです。

今になって再認識できるのは、これが一番大切なことだということです。先にどんな関係を築くか。そしてこれはお客様に対してもそうですが、同僚に対しても同じです。良い意味でどれだけ人を巻き込めるか。私は、社内で一番いろんな人と会話をしコミュニケーションを図っている自信があります。

窓にはそこまで興味がなかった

正直、入社するまでは、窓には興味がありません

でした。この会社の人や雰囲気が好きで入社を決めました。

でも今ではプライベートでも窓が気になるようになりましたね。自分の家の窓はこんなに古いんだ！って発見しました。それから、車が特に気になるようになりました。車窓からすれ違う車の窓を見てしまうんです。今までと変わらず走っているはずなのに、街中の車の台数が増えたんじゃないかと思うほど車の窓が気になるようになりました。

窓とは「命を守るもの」

今でもお風呂場の寒暖差で起こるヒートショックで亡くなってしまう方や、窓の結露が原因のカビなどで肺を悪くする人がいます。私たちの身近にある「窓」が、それを解決できる可能性を秘めています。

窓を扱う私たちが、その可能性を伝え続けていく使命を担っています。「窓」こそが、命を守るのです。



横浜営業所 営業課
小田代 翔吾
Shogo Odashiro



ビル統括部
稲葉 理央也
Rioya Inaba

「当たり前」をすることの大切さ

私の仕事は営業のサポートをすることです。しかしサポートと言っても事務仕事だけでなく、営業と同じように販売店さんと接することもあります。本来の役割ではありませんから、初めは不安ばかりでした。

しかしそんな時こそ基本を意識することに徹しました。例えばお客様の問い合わせに早く対応する、営業とのやり取りを円滑に行う。そうすることにより、お客様との信頼を築き上げてきました。

その結果、受注を成功させることができたときは嬉しかったですね。当たり前のことを当たり前にする大切さを学びました。これは今でもずっと意識しています。

オンとオフはしっかりと

仕事とプライベートの区別はしっかりとつけています。

ただオフの時でも窓を見かけることがきっかけで、ふと仕事を思い出すときもあります。職業病かなって。それでも休日はしっかりと休ませていただいています(笑)。

窓とは「いつでも絶対に必要なもの」

お客様から実際に「エコ窓にして部屋が暖かくなった」「サッシを変えて音漏れが全然違う」と言う声を聞いた時、やはり窓もサッシも人々の生活を良くするものだ実感しました。

仕事はオンオフありますが、窓にオフの時はありません。ユーザーさんのよりよい生活の為に、窓を提供していくことが私たちの使命だと感じています。

MATEX NEW GENERATIONS



2年前から私たちMATEXが取り入れているMVA (Matex Value Action)。

社員のいい行動や言動に注目し、10種類のバッジに素敵なコメントを添えて、贈りあう取り組みです。MVAによって、お互いの「良いところ」を見つけ合おうとする新しい風土が生まれました。

今回は将来を担う若手社員の中で、10種類のバッジを最も獲得した10名にフォーカスし、それぞれが想う“未来の私”、“これからのMATEX”に迫ってみました。

“ 次世代教育にも熱心！
新しい社風を創る
稀代のムードメーカー！ ”



岸 恭兵
KYOHEI KISHI

池袋支店 / 11年目

何気なく周りを見て行動したことが喜ばれて「ムードメイキング」のバッジを多く貰えたことは嬉しかったですね。相手の良い所を自然と探すようになりました。今後は後輩を育てながら、自分が新しい“MATEXらしさ”を創っていきたくです！

“ 全員が先生！
人の良い所は静かに
パクっていく、くノ一！ ”



岩井 美樹
MIKI IWAI

営業推進部 / 4年目

「創意工夫」のバッジをもらった時に、周りの人は自分のことをちゃんと見てくれていると気づくことができ、嬉しくなりました。今後も現状に満足せず、先輩・後輩の良い所を、忍びのごとく真似しながら、オンリーワンな存在になりたいです！

“ 岸さんに恋しています、
岸さんみたいに
頼れる先輩になりたい ”



松岡 俊樹
TOSHIKI MATSUOKA

さいたま営業所 / 4年目

バッジを獲得した時は嬉しさの半面「これって向上心なんだ」という驚きもありましたね。分からないことを上司に質問し続けていたら、結果たくさんバッジをもらうことができました！まだ自分の仕事で手一杯ですが、苦しい時にいつも助けてくれた岸さんみたいな、背中語る漢になりたいです。これ、もはや恋ですかね(笑)。

“ ニーズを汲み取れる
現場プロフェッショナル
としての輝きを！ ”



持田 智也
TOMOYA MOCHIDA

さいたま営業所 / 7年目

最初はバッジを貰うために動いていました(笑)。今の行動はバッジに繋がるかな、みたいな。それがいつしか無意識でも動けるようになり、最多獲得となったのは嬉しかったです！人から言われて動くのではなく、自ら状況判断して、現場でお客様の気持ちを汲み取れるプロとして輝いていきたいです！



田村 知香
CHIKA TAMURA

さいたま営業所 / 5年目

バッジをきっかけに直接会話をする機会が増えました！面と向かって「ありがとう」と言われると嬉しいですね。いつも周りが自分の事を気にかけてくれるので、その分お返しをする気持ちで動いています。言われなくても相手の意を感じ取れる、そんな共感力MAXのサポート者になりたいです！

“ みんなへ恩返し！
みんなのサポーター！ ”



小山 奈那

NANA OYAMA
さいたま営業所 / 2年目



最初はバッジを意識せずに仕事をしてきたのに、迅速さを褒められると意識するようになりました。それに、やるべきことを早く終わらせないと忘れがちな性質なんです(笑)。今は何か訊かれたら誰よりも早くお返したい気持ちです。まだまだ新人ですが、お客様のニーズに早く丁寧に応え、会社の中でも外でも信頼を得られるよう頑張ります!

” 心掛けるのは迅速さ、誰にも負けない速さでお応えします!”

” モテる(持てる)身体へ! これからも50kgを運び続ける”



原田 健吾

KENGO HARADA
さいたま営業所 / 8年目

窓はとても重くまた丁寧に扱わないとすぐに割れてしまうものです。その窓を持ち運びできるように3ヶ月間、人知れず毎日腕立て伏せをしていたことは懐かしい思い出です(笑)。おかげで今はマテックス1のウデジマンです。自分が先頭になって仕事をしている時に、後輩からリスペクトされると嬉しいですね! お客様には「50kgの窓を持てる人」ではなく、おとこ「原田」という記憶で覚えてもらえるよう頑張ります!

” いつかはマテックスのことならなんでも知っている生き字引へ”



野口 忍

SHINOBU NOGUCHI
さいたま営業所 / 3年目

周りの人から常に助けてもらっている、そのお返しをしたいと思っていたら自然と周りを見る習慣ができました。それが自ずと「自主性」につながったみたいです。将来的にはMATEXのことなら何でも知っていると言われるようになります。そのためには、色々な部署に携わってみたいです!



We are "MATEX NEW GENERATIONS"!

” 目指すはマテックス1のインフルエンサー”



鈴木 雄介

YUSUKE SUZUKI
池袋支店 / 3年目

日々の仕事のなかで感じたこと、変えた方がいいことを、きちんとシェアする。それで会社がよくなれば嬉しいですよね。本当は単に思ったことをすぐ口にしてしまうタイプでして、それが「発信」バッジとして返ってきているんだと思います(笑)。これからも情報発信し続けて会社をよくしていきたいですね!

” これからも大好きなマテックスで、目指すは守護神!”



小河原 麻以

MAI OGAWAHARA
戸田センター / 6年目

もともとアットホームな環境でしたが、バッジが導入されてから上司と世間話をする機会が増え、まるで上司がお父さんのようです(笑)。忙しい時に、発注のダブリがないかを確認して、同僚や他部門の方から「思いやり」バッジがもらえたときはとても嬉しかったです。毎日膨大な数の書類を処理するのですが、私がやらなければ誰がやるという心意気で今後も頑張っていきたいです!





社会の窓

「社会の窓」それは普段見えないところ。

MATEXの普段見えない窓を開け放つと

様々な挑戦と、裏側のストーリーがみえてくる。

挑戦者たちの想い、仲間の支え、数字に表れない変化、そして失敗。

普段は決して見えないストーリー。MATEX挑戦の軌跡がここに。

社会の窓、開いています。



入社
5年目

営業推進部

綿田 茜

Akane Watada

2018年秋にできたばかりの、窓辺のプチリノベーションの提供・推奨するサービス「madolino(マドリノ)」の立ち上げに1年半前からプロジェクトリーダーとして携わる。

沢山のフォローのおかげで リーダーが務まった

「やりたい!」という想いを実現できる環境がある

今回のmadolinoプロジェクトも私が「やりたい!」という想いから始まったものです。もともと私自身がインテリアや空間デザインについて考えることが楽しく好きなのですが、窓も実は空間を構成する要素として欠かせないものなのにあまり注目されていなかった、「窓の魅力をもっと知ってもらいたい!」と思っていました。

マテックスにはどんな提案でも否定せずに、「いいね。やってみよう!」と言える環境があるので、自分の意見を言いやすいと思います。

また、今回のプロジェクトで初めてリーダーを務めたのですが、様々な場面で本当に周りのメンバーに助けられました。リーダーを始めた頃は、「自分で全てやらなきゃいけない!」って思ってしまった仕事を抱え込んでしまった時もありましたが、プロジェクトメンバーの沢山のフォローのおかげでリーダーが務まったと思っています。

〈失敗談〉madolinoの実物件で…

プロジェクトを進めていく中で、窓辺のプチリノベーションを実際に行ってみることで、ある賃貸マンションのお部屋をリノベーションさせていただきました。オーナーさんとの打ち合わせ通りに施工をしたつもりだったのですが、施工後に壁紙の色が違うという事態が起きてしまいました。

次に入居する方が決まっていたので、スケジュールがタイトでどうしようかと不安だったのですが、現場に何度も足を運び、上司に施工の取りまわりやお客様・オーナー様とのやり取りをフォローして頂いたことで無事に施工を完了することができました。本当に上司には感謝しています!

みんなでつくりあげたmadolinoブース

弊社では、年に1度、「マテックスフェア」という展示会を開催しています。そこで、madolinoというものをお客様に知って頂くためにブースを作ることになり、今回初めて特大ステージの場所にmadolinoブースを設けることになりました。決定したときは正直とてもびっくりしましたし、焦りましたね(笑)。

ブースづくりは当日になるまで完成形がどうなるかわからなかったのですが、何度もプロジェクトメンバーの4人と打ち合わせを重ねました。実はマテックスフェア開催当日のギリギリまでブース作りをしていて、施工に関しては普段取引させて頂いているお客様にも手伝って頂き、まるで高校の文化祭準備のようでした。ブースが完成した時は、「こんなに達成感を味わったのは何年ぶりだろう!?!」というくらい嬉しかったです。

また、今までのマテックスフェアとレイアウトもかなり変わり、社内外からの評判も良かったので頑張った甲斐がありました。今回のプロジェクトはまさに「みんなでつくりあげたもの」でしたね。



入社
19年目

横浜営業所 営業課 課長代理

池上 勇也

Yuya Ikegami

横浜営業所の受注窓口改革取り組みに携わる。『受け身の受注窓口』ではなく『攻めの受注窓口』を目指し、日々の業務に取り組んでいる。

『攻めの受注窓口』を通して
お客様に喜んでいただいた

横浜営業所に『攻め』の改革を

私たちの仕事はお客様のお問い合わせを受けてから始まります。しかし言われた事だけをやるだけの『受け身の受注窓口』から、お客様に更なる価値を提供できる『攻めの受注窓口』に変えたいと心掛けています。

そのためにはまず、社内の意識改善に務める必要がありました。以前当事業所では見積書など紙の資料が多いので、ストックされてしまうと見つけたいものがなかなか探し出すことが難しい状態でした。その結果、お客様を待たせてしまうことになるわけです。ひどい時には書類が1メートルくらい山積みになっていました。このような状況を変える必要がありました。

そこで、書類を電子化することにより、必要な書類を即座に見つけられるようになりました。その結果、お客様からも『対応がとても早くなった』といただけたようになりました。また、業務が効率化したので、早く帰れるようにもなりました。

プロジェクトメンバーの支え

既存のルールを変えるのは大変でした。正直いうと、プロジェクトに対して反対の声もあがりました。営業と受注窓口の板挟み状態になったこともありました。そこで、プロジェクトメンバーに資料の電子化により対応のスピードが上がったおかげで、お客様に喜んでいただいている

という事実や声を横浜営業所のメンバーに繰り返し発信することで一人ひとりの理解を得ることができました。

横浜営業所では『良い変化を取り入れていこう』という想いが強いので、達成できたのだと思います。

挑戦を通して仲間の距離が縮まった

攻めの受注窓口プロジェクトを通してお客様から喜んでいただいたことは嬉しかったです。さらに、営業と受注窓口の関係がより親密になりました。以前よりも会話をする機会も増えていきました。

今では営業の若手社員に、受注窓口の社員がアドバイスをするような関係になりました。横浜営業所は受注窓口がしっかりしているので若手営業マンは、これから色々とお教わるといいます(笑)。もっともっと良くしていきたいですね。

〈失敗談〉実は…

電話のかけ間違いですね。焦っている時に急いでお客様に電話をかけたようにしたら自分の営業所に電話して…。そうしたら横の人が電話をとっていました(笑)。あの時は声をかけてから電話を切ろうか、何も言わずきってしまうのが悩みましたね(笑)。

「絶対に認めてもらうぞ」と
逆に燃えました



入社
17年目

柏営業所 所長

田中 洋平

Yohei Tanaka

自身の最終目標である「当社のシェアを100%にすること・当社の売上だけでなく、お客様の売上も伸ばすこと」を達成するために、日々の業務に携わる。

お客様からの信頼の獲得の為に

私が所長に就任した時から、柏営業所ではお客様への対応強化に取り組んでいます。営業所として売上が伸びない時期があり、その要因は「お客様からの信頼を得られていないのからではないか。」と感じたためです。営業所には、営業・受注窓口・業務と職種が分かれています。それぞれの仕事に集中した結果、連携が薄くなり、その意識がお客様にも伝わったのではないかと感じました。そこで、解決のため『対応強化ミーティング』を毎週行っています。営業・受注窓口・業務からそれぞれ2名が集まり、15分という限られた時間の中で、「自分にできること」と、「やっていくこと」を発表します。始めて既に2年経過しましたが、今ではメンバーから提案が自然と出るようになりました。また、一人ひとりが、他の職種のメンバーに対する意識が高くなったことで、お客様からも対応が良くなったという評価を頂けるようになりました。

試行錯誤の新規開拓

当社はルート営業が基本なのですが、私は新規開拓の必要性も感じていました。そこで『新規デー』というものを設定し、週に1回の新規開拓営業を行いました。その中で特に印象に残っているのが、とある販売店さんへの新規営業です。先方の社長様には「マテックスに変えるつもりは100%ない!」と言い切られてしまいましたが、その言葉を頂き、逆

に『絶対に認めてもらうぞ!』と燃えましたね。

多い時は週に2~3回訪問をしていました。最初は門前払いだったのですが、2~3か月続ける事で手ごたえを感じ始める事が出来ました。その後、その販売店さんと私達が合同で工務店さんに提案をする機会を頂き、結果として販売店さんが今まで取り扱っていなかった商材の受注を受けることができました。

そのおかげで、先方の社長からは当社の営業だけでなく、受注窓口・業務も含めてすごく感謝されました。感謝の言葉を「一度しか言わないから。」と目も合わせず、恥ずかしそうに話していた社長が印象的でしたね。

コアバリューの体現を目指す

今までお話しした所内の取り組みと新規営業は、私が経験したことのない地図のない領域に足を踏み入れるものでした。地図のない領域に踏み入れると、そこには失敗が伴います。しかし、その失敗からは必ず何かの学びがあります。その学んだことを活かして成功につなげる。そしてその成功からまた何かを学ぶというサイクルを体現し、営業所内でも活かしてゆきたいと常々思っていました。

そこで部下の失敗に対して感情的に怒るのではなく、何がダメだったのかを問いかけるようにしてみました。失敗したことに対して感情的に怒鳴ったりしても解決にはなりません。大切なのはその失敗の原因を考えてもらい、次に活かせるような対応であると心がけています。

