

人間学を学ぶ月刊誌

昭和51年8月16日第三種郵便物認可
平成28年11月1日発行
毎月1回1日発行 通巻第497号

2016 December

12

致知

chichi

特集

人を育てる

インタビュー

井村雅代さん
に聞く

川島隆太 & 齋藤 孝
和地 孝 & 塙 昭彦

大感謝祭
開催中!

チラシ在中

致知随想

題字・三井住友銀行元会長 小山五郎氏

箕田順一／小笠原士郎
土井ひかる／立川志の春
中村俊裕／齋藤尚之

掲載順不同

刺繡業界に
革命を起こす

箕田順一

オリンピック日本代表のエンブレム、警視庁のワッペン、一流企業のユニフォームへの名入れ。そして、サンリオやディズニーをはじめとしたキャラクターのワッペンや名前入りタオル。これらは刺繡加工メーカーである当社が扱う商品の一例です。華やかな仕事のように見えますが、もとは背広や作業着に名入れをするだけの会社でした。

父が一九六四年に創業し、四十年にわたって下請けビジネスを続けていたのです。私は二〇〇四年、五十四歳の時に三代目を継ぎ、これまで業界の常識に囚われることなく、市場に新たな商品を打ち出してきました。

その改革の根底にあったのは、家業を何とかしたいという一心です。父は不運にも私が高校二年の時に他界し、その後、母が事業を受け継ぎ、毎日ミシンを踏みながら私たち三人きょうだいを育ててくれました。名入れの仕事というのは季節に左右されるものです。入学式や入社式前の三月は非常に忙しく、大量の注文を徹夜続きで捌いていた母の姿はまさに「職人」でした。生活のためではありましたが、地味な単純作業を繰り返す家業に、私は全く魅力を感じず、高校卒業後渡米しました。ところが四年ほど経ったある時、母が倒れたから帰ってきてほしいと連絡が入ったのです。

「あなたが家業を継ぎなさい。そうでないなら、自分で生きていきなさい」。そう姉から告げられ、選ぶ余地もないまま嫌々家業を手伝い始めました。転機が訪れたのは五年ほど経った時です。ある知人に連れられて、JALやコカ・コーラなど大手企業のワッペンを作製している同業他社を見学しました。「同じ刺繡業界の中でも、こんなに格好いい仕事をしている会社があるのか！」

仕事に対する思いに火がついた瞬間です。奮起した私は、全国の実業家の情報が一括掲載してある企業年鑑を六万円払って購入。事業内容、業績などを徹底的に調べ上げ、ユニフォームを扱っている会社にはすべて飛び込み営業して仕事を掴んでいきました。

しかし、典型的な労働集約型産業である刺繡業界の生産拠点は次第に人件費の安い途上国に移り始めました。当社もその煽り（あお）で毎年赤字が続ぎ、金融機関にお金を借りて自転車操業するような状況だったのです。二〇〇五年の売り上げはピーク時の七割ほどに落ち込み、不安や重圧に押しつぶされ、眠れぬ日もありました。

「このまま下請け、加工ビジネスを続けていては未来がない」事業の立て直しを模索してい

た時、インターネットであるサイトに出会いました。そこでは主婦が手作りのかわいい刺繡商品を販売しており、入荷直後に売り切れになっている。お客様と直接ビジネスできるこの手法に将来性を感じ、当社もインターネット販売に参入しました。

すると異業種法人からの問い合わせも増加し、それらにすべて応えていく中で生まれたのが、後に爆発的な人気を誇るようになるワッペンシールです。ワッペンの後ろにシールをつけた単純なアイデアでしたが、当時携帯電話にラメやシールを貼るのが流行していたこともあり、「これは売れる」と確信して展示会に出展しました。

するとどうでしょう。予想以上の反響で、オリエンタルランド（ディズニーストリートの運営会社）、東急ハンズなど名のある企業が四百社近く足を運んでくれたのです。中でもサンリオからはその場で商品化を持ち掛けられました。

当社のような中小企業がなぜ大手と取り引きできたのか。キャラクタービジネスの世界では価格競争を防ぐため一カテゴリー一社と取り引きするのが通例

ですが、手芸クラフトのカテゴリである刺繍にシールを貼ったことで文房具に分類され、新市場を開拓できたのです。

その長所を売りに、キャラクターを扱うすべての会社に企画書を送り、次々とライセンスを取得。そうして新しい道を切り開いていきました。

その後、手作業の比重を下げ、人為的ミスを防止するための刺繍自動入力システムの開発に注力したことも評価され、「勇気ある経営大賞」(二〇一三年)、「千代田ビジネス大賞」(二〇一四年)、「攻めのIT経営中小企業百選」(二〇一五年)など、数々の賞を毎年立て続けに受賞することができました。

これまで私は、年間二十回以上セミナーに出席したり本や雑誌を多読し、成功者の名言や「会社を潰す社長の法則」「企業十戒」など、感動した言葉をまとめて保管してきました。その量は四十年以上続けた結果、A4の紙で数百枚にも上ります。

基本を徹底的に学び、専門家の意見を素直に聴くなど、仕事をする上での人間性を日々磨いていたからこそ、チャンスが舞い込んだ時に万全の態勢で活か

すことができたのでしよう。

刺繍加工業者は全国に約二千社ありますが、世界を目指す当社にとって、闘うべき相手は夢に挑む自分です。

有名な『ウサギとカメ』の童話でカメはなぜ勝てたのか。それはウサギを追いかけるのではなく、ゴールだけを見てひたすら努力をしたからに他なりません。当社も、コツコツと商品の企画・改善・販売に努め続けたからこそ、今日があるのだと思います。これからも、素直に学ぶ姿勢を忘れずに、世界で戦える商品をつくってまいります。(みのだ・じゅんいち||ミノダ社長)