

報道ニッポン

monthly graphic journal : houdou nippon issue 202 / Jan. 2006

1

Jan. 2006

特別企画 再生日本

CLOSE UP

●混迷の時代に強い～Specialistに学ぶ

- 企業家たちの横顔に迫る
- こだわりの食彩逸店
- ドクター訪問
- ニッポンを支える技と心～VIP・ザ・職人

特集 インンドが抱える憂鬱

刻々 治療薬から見え隠れする日本の現状

報道特集

大增税時代の幕開け

時代を読む

2006年の行く末やいかに

継続的拡大基調路線を築けるか――

Key
Person

伝統ある繊維業界に 新しい風を吹き込む



神野織物株式会社代表取締役 神野哲郎氏の人物像に迫る

「新旧のバランスをうまくとる――
それが大切なんです」

その昔、大阪・船場では、いわゆる「糸偏」と呼ばれる繊維品を取り扱う商人の地位が非常に高かった。彼らは伝統と風習を重んじる傾向にあり、当時からの独特な習慣や体質が今も根強く残っているという。そんな糸偏業界に新しい風を送り込んでいるのが、若き経営者・神野社長だ。ただ単に昔のものを取り除くのではなく、古き良き伝統は大切に引き継ぎながら、新しいアイデアを取り入れ、新商品の開発などに取り組む。「以前はア

パレル業界で営業マンとして働いていました。部外より繊維業界に入ってきたからこそ目につく改善点がありますし、業界では一般的とされていない方法を採用入れることもできます。その辺りのメリットを活かしつつインターネットを活用し、新しいマーケットを開拓していきたいですね。また、異なる展開にも着手できるよう、多方面にアンテナを張り巡らせておくつもりです」と社長は語る。

(対談記事は 124 ～ 125 頁に掲載)

オリジナル商品の開発・提供をメインに、様々なタオルや手拭いなどを取り扱っている『神野織物』。大正12年に創業して以来、培ってきた技術と知識を駆使して、あらゆるニーズに応えている。

KANNO 神野織物 株式会社

大阪府吹田市片山町 4-33-40

TEL 06-6337-0112 FAX 06-6337-0116

URL: http://www.e-kanno.com タオル屋.com てぬぐい屋.com

E-mail: info@e-kanno.com

代表取締役 神野 哲郎

【神野社長の足跡】

大阪府出身。アパレル会社での営業職を経て、父親が経営していた『神野織物』に入社。お客様第一の精神を携え、老舗のタオル業界に新風を吹き込む。平成17年6月に現職に就任。



時代のニーズに合った 商品の開発・提供に努め 信頼と実績を築く

加納 まずは神野社長が繊維業界に進まれた経緯からお伺いします。

神野 以前はアパレル企業で営業マンとして働いていましたが、社長として当社の経営を担っていた父とおじが体調を崩したため、急遽こちらに戻ってきました。

当社の創業は大正12年で、その当時は小樽運河を通じて満州と貿易をして

いたそうです。その後、昭和33年に法人化を遂げ、綿の手拭いに取って代わってタオルが日本中に普及し始めたことから、社名も『神野織物』に変更しました。私は今年6月に5代目社長に就任した次第です。

加納 現在はいわゆる「糸偏」の業界は厳しいと聞きますが。

神野 私がこの業界に入った平成6年ごろは既に厳しい状態でした。ただ、私が思うに、企業というものはその時代のニーズに添った物を提供すべきです。一昔前は50年ほどのサイクルで会社は衰退していくと言われていましたが、現在はそのサイクルがさらに短くなっています。それだけに、お客様のニーズに応えた商品を即座に提供できるような、柔軟な組織体制を築くことが必要不可欠なんですよ。

また、その昔、船場の「糸偏」会社は非常に力が強く、黙っていても商品が売れるような状態でした。その流れを未だ

に汲んでおり、業界内に幾らか古い体質が残ってしまっています。会社に勤めていたころはお客様重視で働いていましたので、業界内で改善したほうが良いと感じる点はどんどん変えていきたいと考えているのです。この10年の間に様々なことを改善し、アドバンテージを得る。私たち若い世代はそれができると思っています。

加納 最近タオルは中国や韓国などで製造されることが多いそうですね。その中で御社はどのような商品を提供しているのでしょうか。

神野 自社オリジナルの商品が多いですね。品質を高めて、消費者の皆さんに喜んで頂けるような商品を作ることがを心がけています。きっちりした商品を作ればお客様に喜んで頂けることは、アパレル時代に経験しましたからね。

加納 自社ブランド化に取り組まれていると。

神野 ええ。最終的には廉価品と品質

頑 張 れ ニ ッ ポ ン

「関係する全ての人に満足してもらえるように」

▼現在は異業種交流会などにも積極的に参加しているという神野社長。様々な業界の経営者と意見交換することで、会社経営に関するヒントや有益な情報を得ることも多いという。中小企業は注文をとってから出荷するまでを1人の担当者が受け持つ「1人完結」が一般的だというのが、このやり方の効率の悪さを指摘する神野社長は、より効率的な方法を見付けシステムを構築していきたいと語る。

▼お客様第一の姿勢を重視している神野社長は、お客様のニーズに添った商品作りに努めている。また従業員の幸せも考えており、みんなが充実して働けるよう社内環境の整備にも取り組んでいるという。仕入れ先にもお客様にも、そして従業員にも満足してもらえるような企業が神野社長の目指すところだ。



神野雄三会長を交えての記念撮影

ブランニング マネージャー

西島 和弘

神野社長の元同僚であり、誘いを受けて『神野織物』に転職。現在は現場の最前線で活躍している。



重視の商品という二極化が進むと思います。その中で当社は後者のスタイルを選択し、お客様のご要望に応えるように努めているのですよ。「50枚、作ってほしい」と言われればお応えします。大量生産に比べて単価は高くなりますが、それでも構わないとおっしゃる方が多いのが現状です。また、ご要望があれば、タオルや手拭いだけでなく、靴下や手袋なども作っています。

加納 お客様の細かい要望に応えられる点が御社の強みなのですね。ただ、業界内に残った古い体質に対応しながら新しいを導入し、オリジナル商品を開発することは難しいでしょうね。

神野 そうですね。会社としてはオリジナル商品の開発1本にしたほうがプラスになるかもしれませんが、だからと言っ

て今まで親身にお付き合いして頂いたお客様のご注文を受け付けられないようにはできません。何十年、何代にもわたってお付き合いしてきた方々に「取引をやめさせていただきます」と言うことは、お客様にご迷惑をおかけしますし、私自身、人間的に許せなかったんです。ただ、景況に左右されない体制づくりだけは推し進めていかなければなりません。業績の不振を景気のせいにするのではなく、とにかく色々と行動する。何とかしようと動き回ってれば、何とかなるものですから。加納 何かしらのアクションを起こし、前に進んでいくことを大切にしていってほしいですね。お伺いしたところ、ブランニングマネージャーを務める西島さんは前職で同僚だったそうで。

西島 ええ。アパレル会社で社長と1年ほど一緒に仕事をした関係で、5年ほど前にお声をかけて頂きましてね。お付き合いとしては、10年以上になります。加納 最近は写真なども自宅のプリンターで出力できるようになりましたが、年賀状に写真をプリントするように、家庭でタオルや手拭いにプリントできるような技術はございますか？ 便利だと思

神野 家庭用のプリンターではまだまだ限界があります。タオル生地は凹凸があるため難しいのですよ。

西島 ただ最近では、イベントやアーティストグッズとしてタオルが人気を浴びているんです。矢沢永吉さんが代表的ですよ。それにJリーグではタオルマフラーを使った応援が人気ですし、プロ野球でもタオルを振りながらの応援が流行っています。

神野 目の付け所を変えれば、タオルの需要はまだ伸びると期待しているんです。とは言え、観点を考えることが難しく。何とかしようと、いつも考えています。

加納 色々と模索していってほしいのですが、今後の展望についてお聞かせ願えますか。

神野 我々も仕入れ先も、そしてお客様も喜ぶような商品をどんどん提供していきたいですね。タオルという商品は、これまでメーカーサイドの意向が非常に強かったのですが、今後はお客様の要望に添った商品を丁寧に作っていきたくと思っています。良い商品を作ればお客様に買って頂けるし、リピートもして頂ける。そうなれば、会社としても自然に伸びていくでしょう。とりあえず、まずは足を踏み固めて、周囲の状況を見極めながら進んでいくつもりです。

西島 私はとにかく先陣を切って、仕入れ先や得意先に飛び込んで営業・PRに努めていきたいと思っています。

神野 良い商品を開発しても、多くの方に知ってもらわなければ意味がありません。今はインターネットが普及していますので、そういったツールを上手に利用してタイミングよく提案していく必要もあります。

加納 本日はありがとうございました。
(2005年10月取材)



加納 竜