

スピードと提案で国内販路を開拓！ 成功の鍵は“営業力”

原田織物 株式会社

“営業力”で輸出企業から 内需型企業へ転換！

原田織物は欧米向けディッシュクロスやランチョンマットの製造事業者として創業し、その当時は売上高の95%を輸出に頼っていたが、現在では国内向けのハンカチや布巾等の日用品の製造販売を行っている。原田社長は、父である先代社長がオイルショック後まもなく急逝したため、勤めていた大阪の商社を辞職し、事業を承継した。「社長を任された後も円高は続き、一時は借金で事業継続が危ぶまれました。親戚や地域の企業に支援をいただき倒産は免れたものの、この時、為替に影響されない国内販売に方向転換を決意しました」

最初は何をどう生産し、販売したら良いかわからなかったという。そこで、百貨店

やスーパーの商品を見て、その販売元に直接売り込みをかけるため、東京へ行った。

「1日に何件も飛び込み営業を続け、最初の頃は若い担当者にはすぐ断られたり、デザイナーに『デザインが駄目』と厳しい言葉をもらうことも多くありました。地道な営業を続け、3～4年かかりましたが、国内転換に成功しました」

営業でニーズを把握し、それに答えれば、繊維産業でも仕事は生まれてくる。競争が激しいところほど企業は発展することが一番大事だという。

「国内で有名な生活雑貨ブランド品のOEM生産も、営業部長が努力し販路を開拓しました。上司の努力を見て部下も育っており、様々な提案も生まれます。また、オリジナルブランド「編み工房壮平」

「knit kobo. h」も展開し、こだわりを持ったユーザーにも対応しています」
何度も断られた先が、数億円のお得意先になったこともある。粘り強く顧客情報を収集し、準備することが重要だ。

「若い従業員が、顧客の言うことを素直に聞き、何をすべきかを考え、応えていくことで、不景気の中でも結構忙しくやれていますよ」

海外展示会で若手の感性を磨く

大手家庭用品メーカーから、社長の人柄に惹かれて転職した平畑営業部長は、若手社員が育っていると話す。

「営業がお客さんから得たニーズを製造現場へフィードバックすると、製造現場からも提案が出てきます。考える機会ができることで、若手が育っていますね」

原田社長は、毎年フランクフルトのアンピエンテやパリのメゾンエオブジェ等、海外展示会に若手社員を派遣している。「役員などが行くよりも、現場にいる20代や30代の若手社員が行った方がより感性が磨かれますし、そこで得たものをその後を生かしてくれます。若手が非常に頑張ってくれているので、業績も伸びています」

社員にチャンスや危機感を得る機会を与えると、社員は自ら考え育っていくのだ。

設備投資と独自の工夫で スピード力と顧客提案力を高める

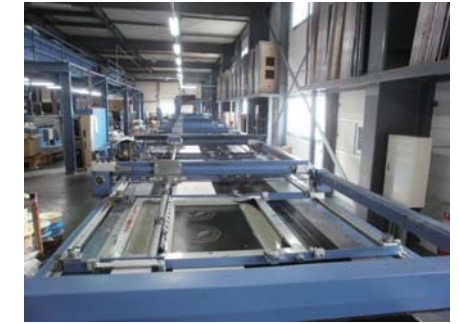
顧客ニーズに応えるためには、設備投資とそれを十分にいかすための工夫が必要だ。最近では、独自開発した小幅スクリーン捺染機を導入し、これでプリントし



平成19年度に建設した神野々工場



マイヤーラッセル機。多種多彩な生地を織み立てる



ストールなどの小幅生地専用スクリーン捺染機

たストールが好調だという。「弊社が世界で初めて開発した小幅スクリーン捺染機は、汎用の広幅のものより型代も安く、少ロット生産でもコストダウンが可能です」

さらにスピードある企画提案を可能にするため、顧客のもとに1日でサンプルを届けられるシステムを開発した。このシステムは、コストダウン・小ロット生産・短納期等に対応でき、今後の多様なビジネス展開が期待される。

「通常は、デザイン・型枠製作・捺染・縫製等、サンプル試作に1ヶ月程度かかります。そこで、弊社は独自ソフトを開発しました。営業先からデザイン・仕様等をメール送信すれば、本社のパソコンとインクジェットプリンタで再現して、弊社で縫製します。翌日には試作品がお客様に届きますし、色や細かいデザインの変更にもスピーディーに対応できます」

企業は積極的に設備投資をすべきだと語る原田社長。企業が設備投資を考えている時に、少額でも公的な研究開発等の補助金が出ると後押しになるという。「今後の経営と若手社員の将来のために神野々工場の新設を考えていた時、国の研究開発補助金に採択されました。少額でしたが、新工場等の設備投資を決断する契機になりました。こうした“生きた補

助金”が大切だと思います」
現在、神野々工場はフル生産状態で、社員から顧客ニーズに応える新事業や効率性向上の新規設備の希望も出ている。「設備投資をすれば、経済効果も生まれます。ですが、日本の減価償却期間は長いですね。設備投資を促進するためにも、国には減価償却期間の短縮に取り組んで頂きたいと思っています」

ビジネスチャンスは転がっている “ファッション”が鍵

「東京を歩けばビジネスチャンスは転がっています。下請けではなく、最終製品を作るべきです。ただし、いいものを安くつくるだけではだめです。お客様の声を聞き、商品企画・提案を地道に行っていく営業が一番重要です」
現在、原田織物ではハンカチやボディタオル（美容タオル）類等約5000アイテムを扱っている。

「デザインについては、お客様からの提案が7割、弊社からの提案が3割です。先方のデザイナーに、デザインのヒントを提供し、それをもとにデザインされた製品も増えてますよ。繊維産業は、最終的に“ファッション”が大事なんです。他より一寸だけ良いところがあるというのが、“ファッション”です。そこをついてい

けば、日本のメーカーはまだまだやれますよ」

同じ技法でも、素材を変えると日本手ぬぐいやストールになる。ちょっとした工夫が“ファッション”になり、ヒット商品を生むのだ。

「繊維業は1社では成り立ちません。海外で生産した方が安くても、お世話になった近隣の外注先と取引は続けていくつもりです」

最後に、様々な苦勞を乗り越え、事業を承継し、発展させてきた原田社長に、最近の起業家について聞いてみた。

「最近では、経営や業界などについて、あまりにも無知のまま起業してしまう方が多いのではないのでしょうか。事業資金についても、少なくとも必要な事業資金の三分の一は自己資金を準備するなど、計画性と覚悟をもって起業し、そして夢を実現して欲しいですね」

活力と笑顔に満ちた社長と元気社員が、地域経済を盛り上げている。



洋のテイストを取り入れた「Kint kobo .h」のサンプル

原田織物 株式会社

〔住 所〕和歌山県橋本市高野口名古曾821
〔業 種〕繊維雑貨、美粧、キッチン用品の企画・製造
〔代 表 者〕代表取締役 原田壮平
〔資 本 金〕1,000万円
〔従 業 員 数〕約100名
〔取 材 日〕平成22年9月14日（火）
〔取材対象者〕代表取締役 原田壮平氏、営業企画部長 平畑康夫氏

〔沿革〕
昭和24年8月 原田商店創業（欧米向け輸出品ディッシュクロス製造）
平成元年3月 原田織物（株）設立
平成13年 自社ブランドを起ち上げ、和物雑貨を販売
平成16年 新たな自社ブランドを起ち上げ、洋風キッチン布もの、バスグッズ等を販売
平成19年 神野々工場を新設



代表取締役
原田壮平氏