

本当に楽しい部分も苦しい部分もいっぱいあって、でも楽しいとおもう部分があるからやれるのかな

今後について森和子氏は、いまのビジネスをつづけていくうえで、家庭の問題も含めてもっと仕事に集中できる環境をつくりたいと考えている。女性であるがゆえに、仕事と家庭の問題は付きまとうし、その両立は放棄できない。それが女に生まれた性でもある。これらを全部ひっくるめて辛いことも疲れることも多々あるが、「いろいろ悩みながら、本当に苦しい部分もいっぱいあって、でも楽しいし嬉しい部分もたくさんあるからやれるのかな」と森氏は言う。



東京駅グランスタ内で展示販売

ここ数年、「今治タオル」がブランドとして全国に浸透しつつあり、オルネットもこの影響をうけている。このきっかけは、藤高豊文氏が四国タオル工業組合理事長のときに仕掛けた JAPAN ブランド育成支援事業である（「タオルびと」2013年4月号～7月号を参照）。JAPAN ブランドのまへは、タオル生産・販売において「今治」という名前は前面に押し出すことはなく、店頭で並ぶタオルにはタオル問屋のタグを付けるのがせいぜいであった。いまでは、問屋や顧客からわざわざ今治タオルのタグを付けてほしいとの要請があるほ

どだ。また、森氏が小千谷縮と共同で制作したタオルハンカチは、先方が今治タオルと組んで何かやりたいとの意向から実現したものであり、「小千谷縮×今治タオル」といったように、「〇〇×今治タオル」のコラボレーションがひとつのムーブメントになりつつある。最初は、小千谷縮をタオルに縫い付けるという発想は考えられなかったが、やってみればおもしろい製品が出来上がった。



小千谷縮と共同制作したタオルハンカチ。
タオルの下の3つの円が小千谷縮。

最後に、オルネットのとり組みとして特筆すべきは、およそ13年間、松山大学や愛媛大学の学生をインターンシップとして受け入れ、次世代の人材育成に尽力していることである。一般に、インターンシップには手間とコストがかかるため、日本ではまだインターンシップについて協力的な企業はあまり多くない。中小企業ではなおさらである。

オルネットではインターンシップにおいても手を抜かず、学生にはなるべく勉強のチャンスを与えるように工夫している。学生なら日ごろ行く機会のない東京での展示会に配属させ、受付から準備まで一通り経験させる。また、宿泊地は新宿や汐留、台場などトレンドの場所を選び、今治にはないベトナム料理店や話題のレストランに連れ出しては、かれらの五感を刺激させる。

コストはかかるが、若い人たちに少しでもインターンシップに参加してよかったとおもってもらえるように全力で取り組んでいる。この積み重ねが、やがて今治タオルの後継者づくりに繋がることを祈りながら。

5. 座右の銘～心に刻む言葉～

森和子氏の座右の銘、言い換えれば、心に刻んでいる言葉を二つ、紹介しよう。

新しくスタートを切るのに年齢は関係ない

森氏が48歳になってオルネットの代表取締役社長になり、森清タオルを率いたグループ企業の実質の責任者になった経験が、この座右の銘の背景にある。「年とか女だからということはない。もし女だからとおもうんだったら、女の武器を十分使えばいい。」企業家としてのスタートはけっしてはやいとは言えないが、年や性別をいとわず、まい進してきた森氏の言葉には説得力がある。そういえば、「世界のホンダ」の創設者である本田宗一郎が浜松市に本田技術研究所をつくったのは40歳だった。アメリカの「自動車王」と呼ばれるヘンリー・フォードも40歳でフォード・モーター社を設立した。その人にとって、機が熟したときが、何歳だろうが最高のはじまりのときなのである。

何にでも挑戦する！

「何でもやってみることが、自分のなかの蓄積になる。」森氏自身もそうであったが、それをいま体現しているのがオルネットで働いている若い従業員たちである。かれらは、イベントや展示会での営業から問屋との取引、タオルメーカーとの交渉など、何でもやって

挑戦することによって、キャリアを積んできている。従業員たちには、「他社からヘッドハンティングされるくらい、魅力ある人財に育てほしい」と日頃から言っている。

6. 将来に向けたメッセージ

もっと自分の目でみて、感じて、そしてアイデアを商品にせよ

開口一番、「いまの若い人たちをみていると、積極性が足りない。」商品の企画は、いまは森氏が中心におこなっているが、「若い世代の人たちからひとつも提案がないのが残念」と吐露する。提案があったとしても、タオル屋の目線で商品を考えてしまうところに限界がある。

「これを補うには、つまり、いいアイデアを生むには、タオルについて勉強を重ねたうえで、自分をみがくことから始まり、とにかく多くの物を見て、感受性を豊かにすることが大切なのよ。自分をみがくにも時間が必要だし。そのためには、仕事を効率よくおこない、そのほかの時間は自分みがきにおもう存分つかってほしい。」

オルネットは、OEMもやるが、自社ブランドで勝負を掛けているからこそ、「いいアイデア」が必要とされる。いいアイデアはそう簡単には出てこないが、日々のなかでしかそれは生まれえない。たとえば、こういう発想で動く。まず、オルネットで企画する商品はスーパーマーケットやコンビニエンスストアの店頭には並べられない。そうすると、今治市内には情報が入ってこないの、近隣なら松山まで出かける。また、東京や大阪など流行を発信している場所に積極的に足を運ぶ。つぎに、オルネットが主力とするベビー用品コーナーに向かい、店頭には並べられている商品や、タオル地のおくるみが置いてあったらサイズや肌触りなどを確認して瞬時にメモをとる。そして、得た情報は柔軟に練り直す。こうして、あ

くまで消費者の視点に立ったモノづくりを目指す。タオル織機の幅からおくるみのサイズを決めるのではなく、ニーズに沿ったサイズを提案する。

森氏が言いたいのは、「自分の感性を信じてそこに情熱を注げ」ということなのかもしれない。組織が発展するのも衰微するのも人次第である。まさに、人は財なり、なのである。（完）

（文責・インタビュー： 辻智佐子）

編集後記

「タオルびと」待望の初の女性の登場です。オルネット本社内にある自社ショップ「ORUNET」で初対面を果たしました。店内の小さな空間には、カウイイものがたくさん並べてあり、そのセンスが窺えました。まるで、ホテルのケーキバイキングで、色とりどりのおいしそうなケーキがいっぱい並べてあるのをみてわくわくする感覚に近かったです。

タオル地のポロシャツ（けっしてバスローブのようなごわごわしたものではありません）をカッコ良く着こなされているのをみて、「こだわりのおしゃれさん」という第一印象をもちました。間もなくインタビューがはじまり、お話をお聞きするにつれて、「芯の強さと繊細さと誠実さを兼ね備えた女性」というより踏み込んだ第二印象をもちました。時代を大いに背負いながら、女性としてがんばってこられた（がんばっている）姿は、人生の先輩として尊敬するものがあります。人にはみえない苦勞がたくさんあって、それは周りにわかってもらえなくても、耐え忍びながら、凜として前へすすんでいく。今回、「タオルびと」で文章化できなかつた部分も多々ありますが、ここにひとり、人生を精一杯駆け抜けている女性がいることを記録に留めることができたなら、これ幸いです。（辻）



次回の「タオルびと」

「タオルびと」の六人目は、阿部（株）の元従業員であり、同社については酸いも甘いも知っている中谷稔氏である。阿部（株）は、今治で最初にタオル製織をはじめた阿部平助が設立した会社であり、今治タオルの歴史の出発点でもある。残念ながら、阿部（株）はすでに倒産してしまっただが、1954年から同社の運営にたずさわり、最後まで会社の成り行きをみつめてきた中谷氏に話をうかがう。