

自社製造開始と同時に舞い込んだ大口注文

創業から20年、1986年に武智商店は法人化され、(株)武智商店となった。設立時、夫の将真氏が社長に就任した。2004年からは武智スマ氏が社長になり現在に至っている。武智氏は、法人化と同時に工場を現在の場所に移転し、設備を拡大してタオル製造に直接着手した。



移転後の武智商店本社玄関前の様子


(写真：武智スマ氏提供)

前号で述べたように、この10年の間、地元のタオル専門問屋として武智商店が育てたタオルメーカーはざっと10社。そのうちの北陽テックスがちょうど競売に掛かっており、この工場を購入することにした。北陽テックスは、矢野喜八氏の弟の矢野実氏が経営していたタオル工場だったため、工場を購入する際、「一時的に武智商店が引き取るかたちで、叔父に資金的な余裕ができれば買い戻していい」と武智氏はおもっていた。結局、叔父が買い戻すことなく武智商店の旗艦工場となったが、40坪の事務所から1,400坪の工場へ大幅な規模の拡張であり、多額の投資を必要とした。新しい工場には、10台のレピア式の革新織機が据え付けられて量産体制が整備され、北陽テックスの元従業員もくわわった。原料となる糸は糸商の信友(株)とユタカ産業(株)、(株)トーマンから確保した。

資金源は銀行からの借入であった。さっそく、銀行に相談にいくと、石川島重工業のノベルティ商品を武智商店が手掛けていたこと

を信用として、第一勧業銀行  と四国銀行  が融資を引きうけてくれた。これ以来、とくに第一勧業銀行（現・みずほ銀行）とはビジネスのパートナーである。

1989年の時点で銀行からうけた融資はざっと4億円。返済するには大変な額であった。銀行からの借入といっても、借金は借金である。しかし、武智氏はこのやっかいな問題を「信用」を武器にクリアしていった。堅実経営の武智氏は確実に会社の利益を上げていき、みずからが社長に就任した2004年には完済した。実際は4～5年で返済可能であったが、銀行との付き合いを考え、当初の予定通り16年返済とした。完済後は、借入なしのビジネスをつづけている。

幸運なことに、法人化した1986年から、新たな取引が舞い込んだ。富士(株)をとおしてサンリオ  の「ハローキティ」のキャラクターをプリントしたタオルを製造しはじめた。キティのキャラクター商品は、爆発的に売れた。なかでも、巻きスカートはヒット商品となった。バスタオルを織る革新織機を使って生地を製織し、表面のピイルにプリントしやすいようにカレンダー加工というシャーリン加工が施された。仕上がった生地を裁断し、縫製加工してウエストにゴムを入れて前にボタンを2つ付ければ完成である。タテ60cm×ヨコ120cmとタテ80cm×ヨコ130cmの2つのサイズを製造し、1枚当たり上代1,800円で問屋に販売した。この巻きスカートのおかげで、タオルメーカーとしての武智商店の基礎ができたと言っても過言ではない。

タオル地で巻きスカートを商品化したら売れるという発想は、武智氏の長年の商売の勘からうまれたものだった。最初は、東京の取引先の問屋から、プールに入る際の着替えに便利な巻きスカートのようなものをタオル地でつくらないかというアイディアの打診があ




タオル地で作った

巻きスカート（参考）

った。その問屋では自社で縫製ができないので、武智商店が代わって下請の内職の人に巻きスカートの縫製をお願いして試作品を製作した。すると、内職の人が、「これうちの孫にやるから、全部わけて」と言ってきたので、武智氏は「あっ、この商品は売れる」と直感した。しかし、直感とは裏腹に、商品化まで約3年の時間を要した。

まず、最初にアイディアの打診をうけた東京の問屋に商品化を要請したが、実現しなかった。ついで、富士(株)に話をしたら、当時の担当者から柄物の加工品より白物タオルの方がいいと言って断られた。ここで引き下がらないのが武智流である。3年後の1986年、担当者が代わったのを機に巻きスカートの商品化について再度話を切り出すと、さっそく商品をもって帰り、サンリオに交渉してハローキティのキャラクターをプリントした巻きスカートの注文をとり付けてきた。ハローキティの巻きスカートは、販売から1年で1,500枚、2年目で5,000枚、3年目で3万枚、4年目で6万枚、最終的には20万枚まで売れた。ヒット商品のため、武智商店の新しい工場の倉庫にはつねに巻きスカートの在庫品がおよそ10万枚保管され、いつでも出荷できる状態になっていた。

サンリオの他にも大口の顧客がいた。それがサントリー  である。1980年から問屋をとおしてサントリーの販売促進のためのノベルティ商品を、年間30~60万枚のペースで武智商店が請け負った。サントリーの場合は、たとえばビール箱にフェイスタオルやおしぼりタオルなどさまざまな種類のタオルがおまけとして添付され、販売促進のためにタオルが利用された。つまり、ビールがたくさん売れるとタオルもたくさん売れた。サントリーとの関係は1995年までつづいた。

タオルは単価が安いので、ロット数を増やして利益を得る仕組みとなっている。だからこそ、サンリオやサントリーのような大口顧客は、タオル製造に着手したばかりの武智商店にとって経営基盤を固めるのに重要な存在であった。

武智商店を支えてくれた人たち

問屋に「困ったときの武智」と言わしめたのは、もちろん武智氏の「信用第一」をモットーにした経営手腕によるところが大きいですが、その他にも彼女を支えた影の立役者の存在を忘れてはならない。

まず、社内におけるサポートである。武智商店が規模を拡大して法人化したとき、強力な助っ人が二人、入社した。ひとりには渡部^{あけし}明志氏で、もうひとりが木原孝之氏である。両者とも阿部会社の元社員で、木原氏については父親が同社の専務を務めており、阿部会社と深い係わりのあった人たちである（阿部会社については2014年8月号～11月号を参照）。阿部会社が実質の倒産を余儀なくされる以前、二人は営業で武智商店に出入りしており、武智氏と知遇を得ていた。武智氏が二人から阿部会社を辞めて独立するという話を聞き、「それなら、うちにおいでよ」と声を掛けたことが縁で、20代の若い二人は武智商店に入社することになった。

渡部氏は、入社以来ずっと武智氏の右腕として活躍し、いまでも武智商店の縁の下の力持ちである。一方の木原氏は、その後独立して泉^{せんえい}栄商事というベビー用品を扱う会社を設立したが、しまなみ海道が開通した年の1999年に体調不良でパッタリ商売を止めてしまった。5万4,000枚の在庫を抱えての廃業だったが、「会社を起こすときも武智。おしまいも武智。武智に終わりを付けてもらいたい。」という木原氏の希望で、その在庫の処分を武智商店がおこなった。タオルとベビー用品はまったく違う商品なので武智氏は処分に困ったが、武智氏のネットワークで名古屋の商社に2年かけてすべて売却した。

つぎに、社外でのサポートである。武智商店が問屋からの急な注文を難なく引きうけられたのは、自社の昼夜を問わない働きもそうであるが、いつでもどこでもタオルを配送してくれた運送業者の存在なくしては語れない。武智商店が頼みにしていたのは、今治市内

の天保山に営業所を構えていた毎日急便という輸送会社であり、1日24時間、365日、タオルを配送してくれた。たとえば、東京の問屋から急な注文がFAXで入ってくると、昼間の業務が終わって手のすく夜中にサンプルを仕上げ、夜中の2時くらいに会社の玄関に置いておくと、毎日急便のドライバーが朝4時頃にサンプルを荷台に積み、松山空港まで運んでくれた。武智商店では夜中にタオルの配送を依頼することが多かったが、毎日急便はいつでも快く荷物を配送してくれた。このような力強い協力者が武智氏の周りにいたことは、幸運であった。（次号につづく）

