



◀ラティスの使用例(室内)
▼ラティスの使用例(屋外)



▼ラティスを紹介するチラシ



◎洋風商材で活路を開く

組子欄間はもう売れなくなっていた。他の書院(組子)障子も同じである。和室が減り、若い人は洋風の生活スタイルになってしまった。その若い人が歳をとったからといって和風の組子欄間を自分の家に取り入れるだろうか。

そんな訳ない。

もう組子欄間の時代は終わる。

和風商材は売れなくなる。

私はそう感じていた。昔から付き合いのある建具店が2社倒産したのも、そう思った要因である。

当社も今までに輪をかけて、急激に売上が落ち込んできた。

どうするのか。

私は、組子の技術を洋風商材に利用すれば活路が開けるのではないだろうか、と考えた。

ラティスという製品をご存じだろうか。Lattice=日本語で「格子」である。一般的にアメリカの家庭などで使用されている格子状の屋外木製フェンスをいう。ホームセンターなどでも販売されているのでご覧になった方も多いと思う。

海外のラテイスは棧の交差部分を釘や木ネジで固定している。私は、このラテイスを（釘を使用しない組子技術）で作れないかと考えていた。そう、「組子のラテイス」である。

釘を使わなければ、屋外で使用しても釘が錆びて耐久性が落ちることもない。室内で使用して子供やペットが触れても安全である。釘が数百本も刺さっているよりは、無い方がもちろん綺麗で美観を損なうこともない。

これで洋風の暮らしに合わせた新しい需要を開拓できるのではないだろうか。父に相談すると、思いのほか賛成してくれた。

頑固な父ではあったが、こういうところは非常に柔軟な発想ができる人だった。「組子」という技術が残るなら、形は変われどそれも良し、とした。

伝統技術を残す。そのために、あえて洋の製品に取り組むのだ。二人で何度も話し合い、試作品を作った。

洋風商品の小売販売となると、従来の販売ルートは利用できない。営業マンはいないから、製品開発に加え新規顧客開拓も私がやるしかない。

試作品を持って、大手ホームセンターや百貨店、園芸店、通販業者などに直接、売り込みに行った。

朝3時、車に試作品を載せて一人で富山を出発。東京の有力店を回った後、夜

中の1時に帰宅。翌日3時、今度は大阪に出発する。

今思うと異常な行動だった。何とかしなければとの焦りで、もう頭がいっぱいだった。とにかくガムシヤラにやるしかない…。

父が築きあげたこの会社をつぶせないという思いが強かったのかもしれない。

「飛び込み営業」というと、入口で断られることが多い。さらに大手小売店のバイヤーとなれば会える確率もほとんどない。門前払いされることが続き、効率が悪いので、いろいろ考えた。

訪問前に「新しいタイプの商品を開発したのでサンプルを送りたい」と電話で話す。ほとんどが「まあ、それなら…」と担当者の名前を教えてください。組子ラテイスのサンプルをお送りした後で再度アポ取りすると、「とりあえず話だけは聞いてあげよう」ということになる。

そこからは営業力の出番である。

といっても、あれこれ上手にトークができるタイプではない。ストリートしか投げられない投手のごとく、大きなサンプルを前に、この製品がどれだけ手間をかけたものであるか懸命に説明し続けるだけであった。

しかし、「組子のラテイス」は品質も良く、珍しい商材ということもあり、初めて見た小売店のバイヤーからの評価は上々だった。

「まあ、一度置いてみるか——そんな感じで取引が始まり、店頭に陳列するとお客様の反応も良い。

どんどん取引先が増えていった。

私の選択は間違いではなかった。組子で洋風商品を開発し、新しいお客様を開拓する挑戦に、手応えを感じた。