

なぜ僕は傘屋になったのか？

Why did I become an umbrella shop?

ご存知の方もいるかもしれませんが、僕は保険屋でした。
いや、「でした」という言い方は正しくありません。今も保険屋だからです。

だけど、1年前と違うことがあります。
それは、今の僕は保険屋であり、傘屋でもあるからです。

なぜ僕は傘屋になったのか？
その辺りの事情をお話させてください。

今から5年前のことです。
僕、田中正博は大学を卒業後、大手国内生保に就職。その後、会社の合併を機に、外資系生保へと転職した末、保険代理店として独立しました。

自慢じゃないですけど、僕はどこにでもいる平凡なサラリーマンでした。
人に誇れるような能力があるわけでもなく、おカネも、人脈も、もちろん商売の経験もない。まったくのゼロから起業しました。

「徒手空拳」という言葉がありますが、まさにそのとおり。
僕は、この先もサラリーマンとして働くことに漠然とした不安を覚え、「エイヤ！」と勢いまかせで会社をはじめてしまったのです。

そんな有様でしたから、創業当初は苦労の連続でした。
ここでその苦労話の詳細を語ろうとは思いませんが、当時は「倒産」の二文字がアタマから離れず、「このままではオレは発狂してしまうのでは・・・」というところまで追い込まれていました。
それほど苦しい毎日でした。

ところが、ひよんなことがきっかけで転機が訪れます。
日々、倒産の恐怖と格闘しながら、それでも歯を食いしばって試行錯誤を繰り返すうち、僕は電話とダイレクトメールを使って、保険を高確率でセールスする方法を発見したのです。

それから少しずつ会社は軌道に乗るようになりました。

おかげさまで、従業員も増え、雑誌や書籍、テレビなどのメディアにも取り上げてもらったり、僕の会社の販売ノウハウを公開した本まで出版することができました。

最近ですと、セミナーや講演会など、人前でお話させていただく機会にも恵まれています。

でも、です。

独立当初とは比べようもない環境にしながら、僕の中には何か釈然としないものがありました。そして、それはずっと僕の胸の内にくすぶっていた感情でもありました。ただ、これまではそれこそ生きることに必死で、きちんと向き合わずにいた大事なこと。それは……

そもそもオレは何をしたくて起業したのだろう？

これです。

傍からみれば「何を今さら」と失笑モンでしょう。

だけど、僕の場合は「起業ありき」で独立してしまったのです。保険代理店を選んだのは、それしか起業の道がなかったから。ただそれだけの理由でした。

だから、「オレは社会をこう変えるんだ！」的な理想や信念があって、起業したわけじゃない。まったくお恥ずかしい話です。

けれど、早いもので起業して5年経ちました。

ふと立ち止まってみると、なんか虚しいし、満たされない自分がいました。独立当初は、とにかくお金を稼ぐことに必死で、それ以外のことなど考える余裕はまるでなかったのに。

人間というのはつくづく贅沢にできているのでしょう。

ある程度、おカネの不安が払拭されると、今度はまた別のココロの隙間を埋めたくなる。しかも、それは決定的に僕に欠落していて、それでいて根源的な「何か」でした。

そう。それが「そもそもオレは何をしたくて起業したのだろう？」という疑問への答えだったのです。

起業の意味。

遅まきながら、この1年、僕はずっと探し続けていました。

と同時に、「オレはこれこれ、こんなことをやりたくて起業したんだ！」と理想に燃え、キラキラした目で熱く語る起業家と会うたびに、僕の中に何とも表現できない寂しさが残りました。

うらやましいというか、憧れというか、嫉妬に近い複雑な感情・・・。
そして自然とこんな溜め息が出るのです。

「オレに欠けているのは『これ』なんだよな～」

でも、僕には肝心の「これ」の正体がわからない・・・。
どうやったら見つかるのか。見当もつかない。いい年こいて自分探しの旅です。

社長失格。自分でいうのも何ですが、典型的な「バカ社長」です。
こうしてこの1年、悶々としながら、本業である保険の仕事は社員まかせで、甘ったれた怠惰な日々をダラダラと過ごしてしまいました。その結果・・・

告白します。ちょうど去年の今頃のことです。
実をいうと、僕は会社を清算しようと考えていたのです。

きっかけは「飲み会」でのたわいのない会話。 こうして僕は傘屋になった！

それから数ヶ月経ったある日。
4月も終わろうかという日のことです。僕は仲良しの友人たちと、お酒を飲みながらドンチャン騒ぎをしていました。

そのときです！
友人のひとりとある話題で盛り上がっているうちに、僕の背中に「ビビッ」と電流が走ったのです。
大袈裟な言い方じゃなく、まさにゾクゾクした瞬間でした。

ビールチョッキ片手に雑談を交わし、ある話題に話が及んだ、まさにその瞬間！
僕のアタマの中で、ビジネスアイデアが「パッ」と閃きました。それは、あたかも天啓のようでした。

僕は居てもたってもいられず、会話の途中で椅子を蹴飛ばし、一目散で店を後に・・・というのはウソですが、とにかくしばらくは興奮で気もそぞろ。
それからしばらくして友人たちと別れ、僕はすぐに事務所に戻りました。深夜2時でしたが、そのとき生まれたアイデアを1冊のノートに無我夢中で書きなぐっていました。

そのアイデアこそ、僕がずっと探し求めていた「これ」——「そもそもオレは何をしたくて起業したの

だろう？」という疑問の答えかもしれないと思ったからです。

とはいえ、一晩たって冷静に考えてみると、「実はたいしたアイデアじゃなかった・・・」なんてオチは僕にはよくあることだったので、そのアイデアを何日か寝かせておくことにしました。

だけど、今回はいつもと違っていました。

何日経っても、何回考えても、やっぱり実現させたいアイデアだったのです。

では、その話題とは？

そのアイデアとはいったい何だったのか？

そう。それが「傘」だったのです。

これなら雨の日は待ち遠しくなるかもしれない・・・

雨の日は嫌いな人は多いでしょう。

僕もそうです。雨ほど厄介で鬱陶しいものはない。大嫌いです。

ところが、嫌いといっても、雨ばかりはどうにもできません。

テルテル坊主を軒先にぶら下げても、「明日天気になぁ～れ！」と靴を投げてみても、やっぱり降るものは降る。なぜって、日本は雨大国だから。比較的晴れの日が多い東京でも、年間降雨日数はおおよそ90日で、実に4日に1日は雨が降る計算になるのです。

となると、これは一大事です。

なにしろ、東京では、雨が嫌いな人は、少なくとも1年の4分の1をブルーな気分のまま過ごさなきゃいけません。考えてみると「ゾッ」とします。

嫌いなものを嫌いなままでいい。それもひとつの考え方もかもしれません。

でも、もしも嫌いなものを好きになることができたなら、どうなるでしょう？ — 人生はもっと楽しくなるのではないのでしょうか。

もしも大嫌いな雨を好きになることができたなら？

ひょっとすると、雨の日は待ち遠しくなるかもしれません。そして、雨の日は待ち遠しくなることで、晴れの日がよりいっそう好きになるかもしれません。そうなれば、どれだけ素敵なことでしょう。なんだか、この先の人生を得た気分にもなれそうです。

では、どうなれば嫌いな雨を好きになれるのか？

残念ながら、その答えを僕は知りません。でも、ひょっとしたら、「これなら雨の日が待ち遠しくなるかもしれない！」というアイデアなら思いつきました。そのアイデアとは傘にある工夫をこらすことでした。

洋服のように傘も自由に着替えることができたなら・・・

僕のアイデアはいたってシンプルなものです。

傘を3つのパーツに分けて、デザインや色違いで複数のバリエーションを用意すれば、洋服のコーディネートと同じように、傘も「着せ替え感覚」で楽しめるんじゃないか・・・



デザインや色違いの3つのパーツを、好みに合わせて選んでもらう。

すべてのパーツを同じ規格で作れば、それぞれに互換性を持たせることが可能です。そうすればこんな楽しみ方だってアリだろうと思ったのです。

例えば、あるときは「①Top」と「③End」を黒にして「②Middle」はスカイブルーでとか、またあるときは「②Middle」も白にしてみるとか、茶やピンクにしてみるとか・・・

まるでお気に入りの洋服を選ぶときのような、あの「ワクワク感」を傘でも味わってもらえるのではないだろうか。もしそうなれば、ひょっとすると、雨の日のブルーな気分も少しは晴れやかになるんじゃないかと考えてみたんです。



僕は雨が大嫌いです。

でも、こんな傘があれば、雨嫌いの僕でも雨の日を“楽しめる”かもしれない。そして、そう思う人はきっと他にもいるかもしれない。

こんなことが着想のヒントになりました。

だから傘を作るといっても、実は僕が届けたいのは傘じゃないんです。

雨の日の“楽しみ”を届けたいんです。

もちろん、こんな単純なアイデアなら「もうすでに他の誰かが商品化しているに違いない」とも思ったので、いろいろ調べてみました。

でも、なかったんです。

インターネットで検索してみても、百貨店やセレクトショップに行っても、そんな傘は。

それがわかったとき、僕はすぐにアイデアをカタチにすることに決めました。

起業5年目にして ようやく辿り着いた僕の答えとは・・・

きっかけは飲み会でのほんの些細な会話から。

でも、それをきっかけに僕は、ようやく探し求めていた答えを見つけた気がしました。

「そもそもオレは何をしたくて起業したのだろう？」

そう、起業の意味です。

これまで僕が漠然とはやりたいと想っていたけど、「到底できっこない」とあきらめていたこと。でも、やりたいと切望し、憧れ続けてきたこと。それは・・・

「モノづくり」です。自らの想いを込めたモノをカタチにしたい。

そして、それを誰かに伝えたい、届けたい。

これだったんです。

残念ながら、僕の本業である保険代理店ではその夢は叶いません。

また、「モノづくり」といっても、具体的な商品アイデアがあったわけでもありません。けれど、今思えば5年間、ずっとそれを探し求めていた気がするのです。

保険会社や他の誰かの商品ではなく、僕の、僕の会社が作り出した商品売る。

僕や僕の会社が想いを込めたモノをカタチにして、それを買ってもらったお客さんに喜んでもらう。

このシンプルな「商い」がどうしてもやりたかったのです。

また、それだけじゃありません。

「ウソつけ！」と言われてしまいそうですけど、僕は真剣にそう考えています。

それは何か？

自分の会社を、「直接的に社会貢献できるような会社になりたい」ということ。

といっても、大それたことを考えているわけではありません。

ささやかなものです。でも、ささやかながらも、商売を続けることで社会に貢献できる。僕は自分の会社を、そんな使命感を持った会社になりたいと思っていました。

こんな風に思うのは、僕の偽善や虚栄、功名心もあるのかもしれませんが、でも、それでもいい。

他人にどう思われていようがそれもそれでいい。

だから、傘作りを通してやってみます。

僕の傘に何ができるのか？

実は、わが国の傘の消費量は凄まじいものがあります。

年間消費量はざっと1億3千万本。毎年、日本人の1人が1本の傘を購入している計算です。

このうちビニール傘が大半を占めていて、そのほとんどが使い捨てにされています。ほら、ひょつとすると、あなたの家の玄関にも使わなくなったビニール傘が置いてあつたりしませんか？

家や会社にある不要になったビニール傘。コンビニに置き去りにされたビニール傘。
ゴミ収集場所に放置された壊れたビニール傘・・・etc

その行く末はいずれも大量の粗大ゴミです。
こうした状況が環境にとって好ましくないのは明らかです。

100円、200円で買うことのできるビニール傘。
ある意味、これはこれで画期的な発明です。急に降りだした雨をしのぐのに、これほど便利で助かるアイテムはありません。けれども蓋を開けてみると、その低廉な値段ゆえの手軽さから、ECOの時代とは逆行して、今やすっかり「使い捨て文化」の代名詞になってしまいました。

どうしてビニール傘は捨てられるのでしょうか？
いや、ビニール傘だけじゃありません。どうして私たちはモノを簡単に捨ててしまうのでしょうか？

その答えは、モノへの「愛着」や「思い入れ」がないからだと思ふのです。
モノを捨てない。つまり、ひとつのモノをずっと長く使い続ける。そうすれば必然的にゴミの削減につながるはずです。

たしかに、リサイクルやリユースといった考え方もあるでしょう。
ゴミを削減する努力として有効なアイデアです。でも、僕は、それよりも1つのモノをずっと長く使い続けることこそ、本当の「ECO発想」だと思ふのです。だから僕は、この「ECO発想」を傘で実現したいと考えています。

具体的には、僕は傘に「永久保証サービス」を付けることにしました。

おそらくは、傘で「永久保証サービス」を提供するのは他にはないでしょう。
正直、赤字覚悟のサービスです。でも、これだけはどうしても提供したい。いや、しなくては行けないと思つたのです。

モノが溢れる今、「修理代のほうが高くつくから」という理由で、あっさり買い換えてしまう人が増えているといいます。でも、その修理代が無料なら、「買い換える」という選択肢が少しは減るかもしれません。そうなれば当然、ゴミの削減にも一役買えるでしょうし、僕の傘に「愛着」や「思い入れ」

を持って使ってもらえるとも考えたからです。

それはそうと。

あなたは日本の傘業界が直面している問題をご存知でしょうか？

いや、傘業界だけではありません。これは日本の製造業全体の問題かもしれません。

だから僕はひとりでも「Made in Japan」にこだわりたい！

結論からいえば、わが国の傘作りは「絶滅の危機」にあります。

このままだと、おそらくは今から10数年も経てば、日本ではもう傘は作れなくなってしまうでしょう。ある傘職人曰く。

「日本の傘職人の平均年齢は60歳を超えているんじゃない？」

だそうで、そのうえ新人も入ってこないから、技術を継承する後継者がいない状況なんだとか。

では、なぜそうってしまったのか？

理由は簡単。日本で傘を作っても儲からないから。だから誰も作らないし、後も継がない。

そうってしまった原因は生活必需品としての傘の値段にあります。

ビニール傘の普及も原因のひとつでしょう。いずれにしても、駅の売店やコンビニで売られる傘は100円、高くてもせいぜい500円程度です。

このような値段の傘は日本では作れません。

傘はすべてをオートメーションで作ることは難しい製品だからです。生地縫製など、どうしても製造工程には手作業が含まれます。

となると、そこに生まれるのが人件費の問題。

100円、500円の傘は安い労働力を提供できる国でしか作れないのです。その結果、日本で流通する傘の9割以上が中国製やベトナム製になってしまいました。

こうした現状はすべての製造業に共通することです。

経済合理性ゆえ仕方がないといえば、そうなのかもしれません。だけど、ちょっと立ち止まって考えてみると・・・

本当にこのままでいいんでしょうか？

とも思うのです。

なぜなら、

- ・グローバル化
- ・合理化
- ・効率化
- ・大量生産
- ・大量消費 ...etc

これらがもたらすのは「モノづくり文化」の消失だと考えるからです。

少なくとも、傘作りではそれが現実になりつつあります。

だから僕は粘りたい。そして、正真正銘の「Made in Japan」にこだわり続けたい。

そのために大量生産では作れない価値。

いつまでも愛着をもって使い続けてもらえる工夫。

こだわって、こだわって、こだわり抜いた意匠。

そんな傘を作りたい。いや、作らなきゃいけないと思っています。

そして、いまや風前の灯火となってしまった「日本の傘作り」を守るためにも、微力ながら力を注いでいくつもりです。

だって、淋しいじゃないですか。自国では何もモノを作れない国 — ニッポンなんて。

最後に・・・

さて、すっかり長くなってしまいました。

傘を作ろう！

そう思い立ったのはいいものの、いざ始めてみると、話はそう簡単ではありませんでした。たかが傘1本、されど傘1本。正直、何度もギブアップしようと思いました。

なにしろ僕の考えた傘は、まだ誰も商品化したことのない傘。僕のアタマの中だけに存在する傘です。それを自分のイメージ通りにカタチにする — 日々、試行錯誤の連続でした。試作品を作って

は「なんか違う」とやり直し、また作ってはやり直し、そしてまた…

おかげで商品化まで半年以上もかかってしまいました。

妥協は一切していません。傘の本体はもちろん、生地や部材、段ボールに至るまで、すべてにこだわり抜きました。

1本、1本、丹精を込めて作り上げた、僕と職人たちの「想い」が詰まった自信作です。

今日あなたにお届けしたのは、そんな1本です。

僕の傘があなたに雨の日の “ 楽しみ ” を届けられることを願って…

このような長文をお読みくださり、ありがとうございました。

Tlaloc[®]

田中 玉博