

台湾より世界へ発進

大阪岡本硝子株式会社 専務取締役
台湾岡本硝子股份有限公司 總經理

鶴田 不折

To the World from Taiwan

Fusetsu Tsuruta

*Managing Director, Osaka Okamoto Glass Co., Ltd.
General Manager, Taiwan Okamoto Glass Co., Ltd.*

「大阪営業所」から「大阪岡本硝子」へ

S45～48年 順調と言いきる程、物を作れば売れる時代が続いたが、49.50年オイルショックの波が、日本全体を覆いました。我が社ももれなく、大変な営業不振で「岡本硝子は危ない」と周囲の声が私などにも聞こえるほどの会社の内容でした。当時の社長 岡本 勲は、後日になり、「何回となく味わった会社の危機の中でも本当に倒産するかと思った」と話していた事を思い出します。不動産への投資など借入金利息が利益を圧迫し、資金の回転を非常に圧迫したのが原因であった。51年、次々と不動産を売却する中で、大阪営業所が所在した兵庫県西宮市の40坪の事務所も、売却の予定地になりました。ある時、勲社長に呼ばれ、当時、得意先が大阪府の門真市や、大阪市内などが大半であるとの事で、大阪府下の便利な所で借りよういわれ、私を含め従業員4人は、万博開催で拓けつつあった、吹田市江の木町へ、DKBの当時の支店長の御世話で60坪の2階建てスレート葺を、家賃26万円で契約した事を思い出します。

51年は、会社全員で1品1品、取り扱い商品の見直し、原料、燃料など購入品の価格の妥当性、販売価格の見直しなど、新生岡本硝子にすべく、社内の合理化、仕入先、得意先と、社長始め全員で走り回り、借入金の返済、販売価格改善など1年間で功を成し、再スタートの準備が進みました。それと同時に、S52年2月に、かなりの外注商品を販売するようになっていた、大阪営業所を本社より切り離し、岡本硝子の製品の関西での販売、プラス、当社のメイン商品であるプレスガラス以外の特殊ガラスの販売を行う、大阪岡本硝子が生まれました。

岡本硝子からの在庫の買い取り、すべて銀行と岡本硝子からの借り入れで、資本金500万で岡本 勲社長（岡本硝子社長 兼務）のもと、販売一本で順調に業績も推移してまいりました。その間増資、M社との協同での新規事業の開発など、多少の計画のずれなど、苦労はあったものの、営業所当時は年商千二百万従業員4名から、平成5年、年商十五億、社員約20名程度の会社になりました。S58年には小さいなりに自社ビルをもち「組織の作れる会社になろう」「強い野球チーム」のような会社になろうをスローガンでやっと会社らしくなっていきました。

「台湾岡本硝子の設立」へ

平成に入り周囲の環境は日本製品の技術・品質向上など、貿易黒字は益々大きくなる中、規制緩和策、消費税導入、5%への増税など、海外品がどんどん進入し「舶来品」という高価なイメージの商品が、我々にも簡単に手の届く様な安価で購入出来るようになり、ガラスパーツ、ガラス製品、その他我社へもその影響が真正面からうけるようになってきました。

お得意先も、安い海外商品をどんどん取り入れられ、国内での競争力は通用しなくなるのが目に見えて分かるようになり、何とかしなければと考えながら、手が打てない時期がありました。その頃、主力得意先であるM社より、主力商品を台湾で生産し、海外へ販売するとの話があり、出ないなら自分たちで調達するとの事。私の海外音痴も腰を上げざるを得ない事になり、台湾に出る事になりました。

この時に「M社様の力を借りて、海外事業を勉強させて頂こう」それを基に今からは海外展開をと、モヤモヤが一度に晴れた事を思い出します。

言葉、商習慣、為替など色々新しい事ばかりでしたがM社様の協力、又当時、岡本硝子が技術供与契約を結んでいた、億和玻璃の皆様の協力、又、日本に非常に近く、言葉もある程度通じる台湾を選んだ事が、後々まで幸いました。この5年間で台湾と言う国が非常に小さい（九州程度の面積）と言う事が、人口が少ない事もあり、日本より数段、アメリカ、ヨーロッパとの製品交流の多い事が分かりました。※岡本硝子での製造、大阪岡本硝子での販売、台湾岡本硝子での製造・販売と3拠点での行動目標を整理整頓する事で、各々の職務分担を明らかにし、生産一販売一サービスを国内だけで考えていたものを、世界規模に行動できる軸にする事ができました。

日本（国内硝子製）の商品が海外で欲しがられているもの（通じるもの）が何か台湾商品の

何が日本で受け入れられるか、販売品を具体的に決め込み、業種別に分析する事から始めました。

最初の1年目は極力、台北市内の展示会見学及びホテル備え付けのパンフレット、業者別カタログなど、徹底的に持ち帰り、大量のメールを発送し、訪問OKの2割程度の返事をもとに定期的に訪問、PRをする事で徐々に10社、20社と得意先を確保する事になりました。その中には、アメリカ、ヨーロッパ、アジアなど、ほとんどが、OEM商品で間接的にアメリカ市場などへもサンプルの供給などができるようになってきました。

日本でのセールスの多少の違いなど、その後の活動に一番参考になった時期でした。コストに対する敏感性、事業をやる、やらないの結論を出す速さ、熱意など、又、世界、特にアメリカ・日本からの情報の速さなど、さすがに世界のOEMを一手に引き受けている国だと感心しました。台湾で事業をやっていると言う事は結果的には、アメリカ、ヨーロッパの姿を現地に行かなくても掴め、今後の活動に、非常に有意義である地域と思います。又、商品を企画・立案・設計よりアッセンブリング、又、台湾の人には失礼かも知れないが、安くていいコピー商品を作る事が非常に優れている為、一つの物を創り上げるのに、両方の良さを出し合い、完成する事が出来るように思われます。具体的には、素材としての安価な板ガラスの購入をベースとし岡本硝子及び日本の光学ガラス、耐熱ガラス、多層膜蒸着品などの販売で、5年目にして小さいながらも一人歩きが出来る会社へと成長し、本年も前年比150%程度事業計画が立てられるようになり、責任者を含め3人の社員も『台湾より世界に発進しよう』を合い言葉に、岡本硝子グループの研究開発陣の力を借り、ガラスの質を、又良さを世界の中に点在させようと張り切っています。本年は「北京」へも上陸し、北京の片隅で、日本の技術・品質で生産する工場がある事を認めてもらうべく、努力していこうと考えています。