

夢追い人

ユーザー本位の経営



広松木工(株) (大川市鬼古賀)
広松 嘉明さん

シェーカー家具メーカーから総合インテリアショップへ

広松木工(株)は、全国的にも珍しいシェーカー家具を製作している。携わっているのは、なんと国内で2社だけといわれる。そして不況下にもかかわらず、93年以降右肩上がり売り上げを伸ばしている。

ところで、シェーカー家具とはどんな家具だろうか。

それは、18・19世紀のシェーカー教徒(キリスト教の一派)たちが自給自足の生活の中で使ったシンプルで機能的な家具ことだ。無駄を省いたすっきりした美しいラインを持つている。200年近い伝統があるそ

うだ。

でも広松さんはなぜシェーカー家具に取り組みようになったのだろうか。

「12年前イタリア、ミラノの展示会にいったとき、クラシック家具の良さ、味わいを認識するようになりました。イタリアはもちろんモダン家具の面で大変進んでいるのですが、それに負けないくらいクラシック家具は輝いていました。やはりデザインのいいものは永く認めてもらえるのだと、思いました。」

帰国後、早速デザイナーたちと話し合い、シェーカー家具メーカーとして再出発することを決意した。オリジナリティと差別化を図りたいとも思った。それに「絶対売れる」という自信があった。

ところが、現実は厳しい。売れない。「展示会に出しても、バイヤーたちはびっくりはしても、買うことはなかったですね。何年もそうした状態が続きましたよ」と広松さんは笑う。

当然赤字が続く。ただその間も、ユーザーの好む形状、色、デザインを追究し続けた。そして、そのための投資を惜しむことはなかった。数千万円を費やした。そうするうち徐々に認められるようになった。やがてバイヤーからの注文も入るようになったが、おもしろいことに家具業界以外からも声がかかっ

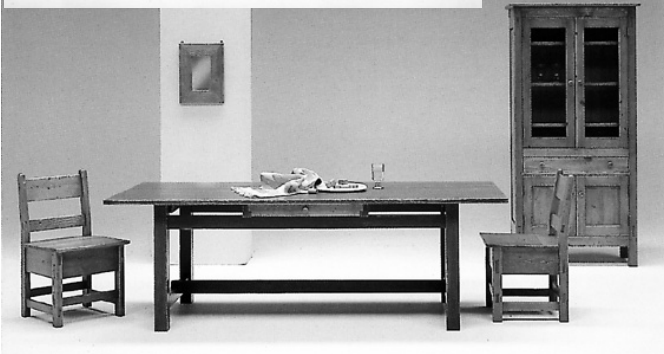
た。「愛媛のタオルメーカーからも

ありましたよ。家具とタオルなどの雑貨を組み合わせた商品を作りました。今交渉中なのがドイツ・ブランド管轄のオリエンタルランド直営ショップの話です。まもなく店内にシェーカー家具が並ぶことになると思います」

もともと現在の主要な取引先は、大手家具専門店のアクトス(東京)と住宅関連用品メーカーのアイシン精機(トヨタ関連)。両者を中心に受注生産方式をとっている。在庫を抱えるリスクがない。

家具業界の低迷の中で、生産額を伸ばし続ける要因は何だろうか。広松さんはこういう。「デザイン重視の戦略が良かったと思っています。不況であっても個性的な家具は支持されるのではないのでしょうか。生産性以上に開発力、デザイン力をつけること

が大事だと思えます。それにエンドユーザーの声に機敏に対応するように心がけています。今消費者の声を聞けるようにホームページの開設も準備してい



るところです。」

今の目標は、広松木工直営のショップを持つこと。シェーカー家具だけでなく、テーブルウェア、ペーパーナイフなど生活雑貨も取り扱うことを考えている。その一環として今年の3月にはライフスタイル全般を扱えるように、デザイン、木材、企画会社とプロジェクトチームを組んだ。その第一弾は11月に世界中の家具が集まる、東京国際家具見本市への出品である。

家具から雑貨までの直営ショップの夢は、エンドユーザーの声を広く取り入れたいとの広松さんの願いの表れでもある。