Interviewer
サムライ日本プロジェクト
総合プロデューサー
株式会社ＤＤＲ
代表取締役
安藤竜二

歴史に裏付けされた経験で日本の技術を世界へ発信する

世界進出のパイオニア

三星刃物株式会社
代表取締役社長
渡邉隆久

いま刃物の街、関市の技術をジャパン・メイドとして世界に発信している男がいる。明治6年創業の三星刃物代表取締役社長であり、5代目の渡邉隆久だ。常に同業他社に先駆けて時代を切り開いてきた刃物の商社がいま直面する現実。それを打開するべく立ち上げた新しいプロジェクト。それを自ら世界へ提案している渡邉隆久に、サムライ日本プロジェクトの安藤竜二が迫った。

三星刃物の歴史

安藤竜二（以下安藤） 三星刃物さんの歴史を教えてください。

渡邉隆久（以下渡邉） 私の曾祖父が関市で刀鍛冶をする傍ら、1873年（明治6年）に打刃物の製造、販売として創業しました。そして、1912年に祖父が東南アジアに向けて販売を始め、1935年に合名会社を設立、1947年に今の三星刃物になりました。1957年には、初の海外支店となるニューヨーク支店をマンハッタンに設立したんです。その当時、商社以外で海外へ進出する企業があまりなかったので、その意味で父は海外進出のパイオニア的存在ですね。当時は1ドル360円でしたので、日本の商品が飛ぶ様に売れたそうです。日本製品は安くて良いモノというイメージがあり、アメリカへ商品の見本を持っていくと、他社に見せたくないからと商談が終わるまでパスポートを取り上げられたこともあったと聞いております。ある商談での事なのですが、父が価格を提示すると「少し高い」と言うそうです。おかしいと思って聞くと、父は1ダース（12本）で価格提案をしたのに、相手は1本の価格だと勘違いしていたらしいんです。当時は右肩上がりでしたので、父はたとえ飛行機を何日も乗り継いでもでも、アメリカに行く価値があった様です。

海外留学で得た大きな経験

安藤 お父様の時代は高度成長期ですよね。では、社長が入社するまでの話を聞かせてください。

渡邉 4人姉弟の中で私1人だけ男でしたので、小さい頃から将来は社長だと言われて育ちました。それを信じて疑わず大学を卒業し、アメリカとドイツに留学しました。アメリカの大学では、語学留学生はレギュラーの学生から下に見られるんです。それが悔しくて、猛勉強しました。でも、日本人の英語はネイティブではないので、提出用のレポートなどはアメリカ人に直してもらう必要がある。それをしてくれる友達を作らなければならないんです。そこで思いついたのが、日本食を一緒に食べに行くこと。早速クラスメイトを誘ってレストランへ行くと、彼らは何を食べていいのか分からない。そこで、私が旨いものを教えてあげると、すぐに友達になれる。こういった経験から、コミュニケーション能力や生きていく術を身につけました。

また、ある授業で「日本に原爆を落としたのは正しい判断だったのか？」という課題が出たんです。教授が、「ここに日本人がいるから聞いてみよう」と言うんです。アメリカ人100人の中に私1人だけ日本人で、本当に焦りました。戦後の日本や原爆の被害、その規模や悲惨さについての知識が少なく、上手く説明ができなかったのです。アメリカ人は、『原爆を落としたことで、日本人もアメリカ人も死傷者を減らすことにつながったからいい判断だった』という論拠なんです。それを崩すだけの力がない。涙が出るほど悲しかった。説得するには、数字と論拠を立てしっかり説明が出来なければ駄目なんだと思い知らされました。その時に、俺は日本で何をしていたんだと気づかされました。

安藤 アメリカでの経験が経営に活かされていくわけですね。日本に帰ってすぐに三星刃物に入社されたんですか。

渡邉 いえ。住友商事さんに2年間勤め、そこで商社の考え方を学び本社に入社しました。ちょうど1985年のプラザ合意の後だったので、急激な円高に直面しどんどん経営が悪化していく時期でした。そこで、1986年からフィリピン・中国などに工場を作り海外へ進出しました。中国の深セン市にある経済特区に日本企業の第1陣として工場を設立したのもこの頃です。

安藤 中国と日本では国民性も違いますよね。工場を続けるには苦労も多かったのではないでしょうか。

渡邉 中国では、毎日のように日本では考えられないような事が起きました。それに対処していたら、コストが掛かり赤字になってしまったんです。そこで、まずは何でも日本から取り寄せるのをやめて、現地調達を増やそうと考えました。でも、工場側から「日本の部品の方が品質がいいから代えたくない」と言われて衝突するんです。工場側を説得して徐々に現地調達へとシフトしていきました。その結果、黒字になったんです。

また、1992年に刃物の工場も設立したのですが、なかなか一つの工場だけでは売上を伸ばすことが難しい。そこで、単純な発想で中国は青龍刀の国だからきっと刃物の街もあるはず。それなら、中国で我々の製品を作ってもらおうと考えました。広州フェアーへ行って刃物を扱っているお店に「どこで作ってるの？」と聞いて回りました。するとみんな「陽江（ヤンジャン）」と言うんです。陽江は広東省にありましたが広東省はすごく広い。次の日の朝に出て、陽江に着いたのは12時間後。薄暗い中歩いていると、道脇に屋台があってカンテラがぼうっと明るい。その灯りの下に、青龍刀が売ってるんですよ。見つけた時は嬉しかったです。それから工場探しを始め、何とか協力して一緒にモノを作り上げることが出来る工場を見つけて商売を始めました。それが軌道に乗り出すと中国人たちはもっと仕事がしたいと言い出して、最終的には工場を移転する話になり、彼らに経営してもらう方へと舵をきったんです。そして、陽江での生産が始まりました。毎日のようにトラブルが発生していたので、中国では本当に多くのことを学び、そしてその一つ一つの難問に一緒に取り組んでくれた社員に、いつも「ありがとう」の気持ちを持っていました。

安藤 その決してあきらめない行動力が、今の三星刃物さんの原動力になっているんですね。販売のメインは海外なのでしょうか。

渡邉 海外が全体の70％で、残りの30％が国内販売、そして海外の内70％がアメリカ向けです。商品ですと、包丁類と食器類、ナイフがメインです。ウォルマートさんやターゲットさんには包丁を、スプーンやフォークはメーカーさんに買っていただいております。例えば、アメリカのＯＮＥＩＤＡ（オネイダ）という会社。彼らはレストランなどに卸しているのですが、ＯＮＥＩＤＡと言う地域のコミュニティが作った、130年以上の歴史があるアメリカの誇りみたいな会社なんです。そこと取引をさせていただいております。国内の30％は新潟の燕支店が請け負っています。支店を設立した当初は、新潟で作った物を海外へ輸出していたのですが、1985年の円高を境に輸出に陰りが出てきたので輸入商売を始めました。スプーンの他に、鍋やトースター、コーヒーメーカーや自社企画製品など家庭で使う生活用品を主に輸入しています。その商品を、国内の地場問屋さんに販売します。

世界企業レザーマンとの出会い

安藤 海外で出会ったレザーマンについて教えてください。

渡邉 当時ニューヨーク支店にいた社員が、あるショーでティム・レザーマンが開発したポケット・サバイバルツール（ＰＳＴ）の試作品を見つけたんです。それを気に入って、是非ウチで作らせてほしいと日本で商品化したのが始まりです。これが大ヒットして、レザーマンはどんどん大きくなり、現在はオレゴン州に大規模な工場を持つまでに成長しました。そして、ティムと三星刃物との絆から1986年にレザーマンツールジャパンという合弁会社を設立しました。グループ会社は世界各地にありますが、1番最初がレザーマンツールジャパンなんです。

ジャパンメイドを世界へ発信

安藤 世界初が日本というのは誇りですね。渡辺さんが次に考えた提案型ＯＥＭについてお聞きしたいのですが。

渡邉 今までの弊社の主力事業はＯＥＭ事業でした。お客様からご要望いただいた物を、確実に形にするのが基本の業務です。しかし、物凄い勢いで変化している現在では、要望の商品を形にするだけなら出来るところは他にもある。例えば、今の中国は成長スピードが速く、英語も話せれば工場の技術も格段にアップしている。このままではいけないと思い、次のビジネスモデルとして自分達で企画を作って取引先に提案しようと考え始めたのが提案型ＯＥＭなんです。そのために中国でスケッチから簡単に3次元図面とそれを利用した本物そっくりの光造形モデルが出来るしくみを作り、さまざまなデザインを提案しました。

安藤 未来を見据えて新しい取り組みを始めたんですね。その結果と、今後の展望について教えてください。

渡邉 ウォルマートさんに我々がデザインしたキッチンナイフを提案して大量の注文を戴きました。材質や形状、刃先を変えるなど、デザインに力を入れた商品です。しかし、中国でのコストが上がった為、価格を上げて下さいとお願いすると、それなら安価な他社さんに発注すると言われてしまう。提案型ＯＥＭでは商売を増やすことには成功しましたが、ただデザインだけでは、どうしても価格がネックになるんです。いろいろ悩んでいると、日本でも円高やバブル崩壊を乗り切った企業が残っていることに気が付きました。しかし、まだ彼らは海外販売には展開できていない。そんな企業と手を組んで、もう二度日本の良いモノを売りたい。特に、ニッチなマーケットが残されたターゲットだと思っています。そう考え始めたのは、2010年に西オーストリア自然環境保護局から、漁網に絡まった鯨を救出する特殊ナイフの製造依頼が入った時の経験からです。日本でしか出来ない独自の材料や工法で加工することによって、海水でも錆びないナイフを作ることが出来ました。同じ材質を使った商品には、アメリカの海兵隊の脱出用の非常用キットに入れるナイフなども作っています。この出来事で、日本固有の技術は例え価格が高くても買っていただけることに気付いたんです。今は、日本の包丁と洋包丁の特徴を兼ね備えたハイブリット包丁や、日本のカリスマ美容師が絶賛する理容鋏等、機能性を高めた日本の製品の開発・販売に力を入れています。今後、ジャパンメイドをもう一度海外へ売り込んでいきたいですね。そして、三星刃物がもつ戦前から貿易を始めた歴史と経験で、日本独自の技術の代名詞として日本の刃物イコール三星と言われるように、三星ブランドを世界へ発信していきたいです。

渡邉隆久　三星刃物株式会社　代表取締役社長
4人姉弟の末っ子として生まれる。兄弟で男が1人だったこともあり、将来の社長として大学卒業後アメリカやドイツなどへ留学。学生時代の様々な経験から「コミュニケーション能力やサバイバル術を学ぶ。入社すぐの不景気や中国進出でのトラブルも、未来を見据えた粘り強い取り組みで乗り越える。常に新しい市場を切り開き続ける時代の先駆者。

安藤竜二　株式会社ＤＤＲ　代表取締役社長
実践で培った経験が武器の叩き上げブランディングプロデューサー。地域ブランド「サムライ日本プロジェクト」を主宰。2007年8月、経済産業省より地域中小企業サポーターに委嘱。著書に『地元の逸品を世界に売り出す仕掛け方』（ダイヤモンド社）『小さな会社と小さな自分を大きくする51のスキル』（アスペクト社）がある。地域を元気に、地域を世界に発信するため、全国を奔走中。

TRADE M MARK
MITSUBOSHI CUTLERY CO.,LTD.
SEKI JAPAN

三星刃物株式会社
代表取締役社長　渡邉隆久
Takahisa Watanabe

VEGETABLE OIL INK
R100

三星刃物株式会社
〒501-3217 岐阜県関市下有知5178　TEL: 0575-22-2345　FAX: 0575-22-2347　URL http://www.mitsuboshicutlery.jp/