

「家業から社会の公器」を目指して

株式会社呉竹 奈良県奈良市

明治35年、奈良で墨の製造を始めた呉竹は、100年以上の年輪を刻んできた。同社の根底に一貫して流れている信念は「お客様」である。時代の変遷と共に移り変わるニーズに、いかに応えられるか考え続け、そしてそれを具現化、商品化してきた。

「墨の呉竹」から「書道用品の呉竹」へ、そして「ユニークな筆記具造り」から「書く、画く、描く、かく文化の創造」へと事業領域を拡大し、今まさに「アート&クラフト 呉竹」として新たな展開を進めている。

会社概要



会社名：株式会社呉竹
 所在地：奈良市南京終町7丁目576
 電話：0742-50-2058（代）
 F A X：0742-50-2072
 創業：明治35年10月
 設立：昭和7年8月
 代表者：代表取締役社長 綿谷 基
 資本金：16,353万円
 従業員：250名
 事業内容：墨、書道液、書道用品、
 筆ペン、サインペン、
 スクラップブック
 用品の製造、輸出入及
 び販売

URL：<http://www.kuretake.co.jp/>



本社社屋・工場

創業から現在まで、歴史ある100年

株式会社呉竹は、綿谷奈良吉翁が製墨業「綿谷商会」として、約100年前の明治35年に奈良市内侍原町にて創業した。

明治23年、小学校令が改正され、市町村に小学校の設置が義務づけられた。小学校への就学率が高まり、習字科の授業の中で学習用具の一つとして墨を使い、習字を学ぶ学童が増え、墨の使用人口が増えた。明治から大正に移っても習字に対する関心の高まりは墨の需要増につながり、その結果として奈良で生産される墨の量が増加した。

「もっと便利な墨はないか…」

昭和31年、チューブ入りの練り墨である「墨のかおり」の発売は、創業以来伝統的な固定墨のみを製造してきたため、同社にとって新製品になった。チューブから「墨のかおり」を出して水を加えればよいと、学童が習字に取りかかるまでの時間は大幅に短縮でき、市場や関係者には大きな反響を呼んだ。

昭和33年、同社は製墨業界で初めての書道用液体墨の「墨滴」を開発した。当初、学校での評価は揺れ動いたが、授業で学童たちがゆっくりと墨を摺る時間を確保することが困難なこと、低学年では文字を大きく書くので、墨の量を必要としたため、同社は「墨滴」は支持されると確信していた。

相まって、文部省は習字の書き方「書写」を小学校は四学年以上、中学校は一学年で必修、二学年以上は適宜としたことから、液体墨の商品価値が認められ、学校からの「墨滴」注文が殺到するようになり、市場シェアは40%以上に達した。

画期となった「くれ竹筆ペン」の誕生

昭和49年9月、年賀状商戦へ向けた「くれ竹筆ペン」の販売キャンペーン活動がスタートした。

全国展開のテレビスポット、大阪、東京の国鉄（現・JR）車両の中吊り広告などを実施し、同社の総力を結集して売り込みと知名度浸透に取り組んだ。その甲斐あって12月には400万本以上の筆ペンを販売した。人々は、常に「便利なもの、新しいもの、そして簡単に使えるもの」を求めており、誰でも手軽に筆文字を書きたいという潜在的な欲求に、新製品「くれ竹筆ペン」が合致し、以降マーケットは急拡大した。



墨・筆ペン関連商品

これからの「呉竹」、アート&クラフト

同社は、平成14年に創業百周年を迎えた。百周年は到達点ではなく、新しい歴史を築くための一歩であり、もうすでにさまざまな事業分野で新しい開発が始まっている。綿谷社長は、「企業体質の強化と、より積極的な事業活動を推進するための業務体制の確立を目指している」と熱く語る。

具体的には、一層のコストダウン、不採算事業からの撤退、固定費の削減、在庫回転率の向上、生産効率アップのための設備投資などを通じて、同社は財務体質のスリム化を図っている。

また、マーケティングを中心とした業務体制を取り、綿密なマーケティング活動に裏付けられた商品開発、技術力の集積、コストの設定等に取り組む、国内市場における潜在ニーズを掘り起こし、新しい需要を創造している。今後の事業展開の仕

掛けづくりの柱となる、絵てがみ・水彩スケッチ・写真スクラップブックなどを中心とする「アート&クラフト」戦略に関しては、企画マーケティング部を同社の先端部に置くことで、情報の収集力と技術力を集約し、商品開発力の向上へ結びつけている。また、販売の現場を熟知した営業マンによる国内での売り場提案や問題解決型営業の推進、「アート&クラフト」および「ZIGブランド」による世界戦略の拡大を目指している。

このような多方面にわたる動きは、事業活動の拡散につながるため、ともすれば同社の統一イメージが見えにくいものになりがちである。そこで、企業の「あるべき姿」を全社員の統一認識として明らかにする必要から、創業百周年を機にコーポレートブランド・アイデンティティ（CI）を導入し、社名を株式会社呉竹精昇堂から株式会社呉竹に変更した。



アート&クラフト関連商品

次の動きへ向かって

同社は、株式公開を目指している。「家業から社会の公器を目標にし、上場企業となって初めて、名実ともに会社は『公器』になる」と、綿谷社長は明言している。同社を取り巻く経営環境は厳しいものがあるが、企業体質の強化と積極的な事業活動の推進を実現することが可能であれば、展望は期待できると考えられる。これまでの百年間の歩みで、同社に積み上げてきた企業風土、価値観、考え方、組織や仕事のあり方の真価を発揮するチャンスである。（武村、丸尾）