

# トンボのころ

第十五号 二〇一三年一月号

配信 ブランディング委員会 / 発行 開発本部広報課

ブランディングの成否は、それにかかわる人々がブランド神話をどれだけ熱く語るのかにかかっているとよく言われます。

今はトンボのマニュアルに載り、ご当たり前のように行なっている業務

にも、先駆者の汗と涙のドラマがあります。

今回は、キラクの黎明期から今日に至るまでを熟知している二宮誠部長に、寄稿いただきました。

ちなみに、前回も八杉本部長からご

披露いただきましたが、キラクは、初代社長の三宅保正翁が、寸暇を惜しんで足袋作りに励むお母さんの「亀」を喜ばせたい思いで生まれたこと、その後トンボ学生服が主流になるにつれ休眠していたものを、介護衣料立ち上げに際

して「喜怒哀楽から怒りと哀しみを取り去った、幸せを意味する言葉」に読み換え復活させたもので、そのようなビッグブランドを起用した当時の経営者の介護衣料への意気込みが伝わってくるようです。

## 熱意は伝わる

二名の若手

営業レディが  
会社を動かした

ヘルスケア事業本部  
販売部 二宮 誠

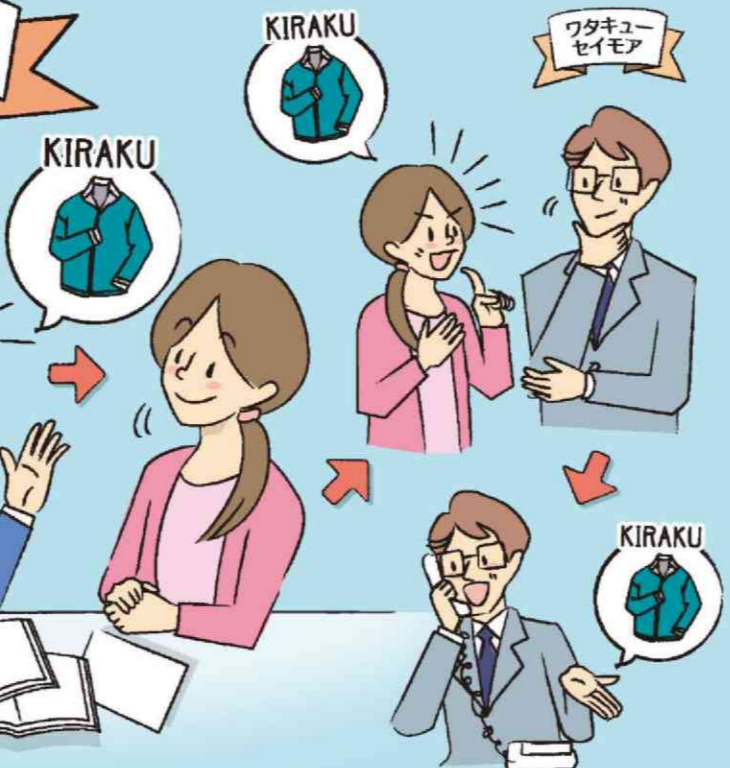
1995年の秋、私はスポーツ事業本部販売部に所属しておりました。当時の私は上司の指示を受け、発売準備を進めていた「KIRAKU」の市場調査に奔走する日々を過ごしていました。

ある日、岡山市内にある「小林内科」さんに飛び込み訪問をしました。同行したのは石井桐子さん。当時は「101club」というブランドで、Tシャツやトレーナー、ブルゾンなどヘオリジナルプリントを施したチームウェア事業を展開しており、本社事務所のあった第一セントラルビルの隣の商業ビル(現OPA)の一角に小さな店舗を構えていました。石井さんはそのショップの店長で、まさに現場の人。店舗での営業というのは、『待ち』の仕事です。お客様が来店するまでは、積極的には動けないジレンマがあります。店舗責任者でもあり、いつもエンドユーザーと接している彼女に新規事業である介護ユニフォームの立ち上げ準備のメンバーにも加わってもらったのでした。

当時の私は新米係長として、部下指導も頑張らなくてはいいけないと、まさに前のめり状態、OJTの一環になればとの軽い考えから「よし、やってみよう」と、石井さんに営業トークを任せました。ノンアポの飛び込み訪問でしたので当然ですが、担当者にお会いすることはできません

でした。しかし、担当者不在にもかかわらず、一通りの熱い営業トークを受付嬢に対してまで繰り広げる石井さんのやり取りを、一般の患者に混じり、後ろの待合席で静かに聞いている女性がいました。今では主要な取引先となった「ワタキューセイモア株式会社」の若手営業レディであった榎本美和子さんです。榎本さんは青木内科を

売代理店を通さず勝手に商談をするとは何事かと詰め寄られると思ったのです。何と言いつくかと考えていた私と、営業トークが実らず肩を落とす石井さんに向かい、榎本さんは微笑みながら「先ほど、受付で説明されていた内容に大変関心を持ちました。是非とも、詳しいお話をお聞きしたい」と申し込まれたのでした。



では落ち着いてと、三名で近くのファミリーストラに席を移しました。ありがたい話ですが、直接のルートも面識もない女性です。適当に差しさわりのないお話でお茶を濁そうと思った矢先、石井さんがテーブルに持っていた資料を広げ出し、止めるまでもなく新規事業である介護ユニフォームの概要を一気に喋りました。それは熱意にあふれたもので、榎本さんを惹きつけるに充分な内容でした。

しかし、私は帰路につくなり、車中で石井さんを叱りました。「初対面の方に洗いざらい何でもしゃべってはいけません。しかも、これは新規事業なのだから、誰かれともなく手の内をさらけ出してはならない」と表向きは常識的な観点で彼女をたしなめました。本音を言うと、OEM供給先の白衣メーカーから、そのお客様であるワタキューセイモアさんに直接接触したことが発覚するとま

それから16年が経ち、ワタキューさんとのビジネスも大きくなりました。一昨年、京都にてワタキューセイモア(株)新入社員研修の、「貴社との出会い」という内容で簡単に当時のいきさつを話しました。休憩時間に偶然お会いした先方の営業本部長に、「商品説明の後、新入社員のみなさまに、貴社との出会いのきっかけをお話ししました」とお伝えしたところ、直ぐに「榎本君が青木内科でトンボさんと出会った話しかね」との返事があり、驚きました。

熱意は伝わり、人を動かす。今でも鮮明に覚えている出来事です。