

Top

トップと語る

61

interview

豊島株式会社



豊島株式会社 代表取締役社長

豊島 半七 氏

◎聞き手

十六総合研究所 取締役社長 秋葉 和人

Hanshichi Toyoshima

Toyoshima & Co.,Ltd

コンビニでもシャツを売っていますし、薬局にもインナーや靴下が並んでいますので、当社も繊維商社に留まらずファッション以外のものを扱おうと考えるのは自然なことだと考えています。手がける領域を広げて、今必要とされる流行の商品を見極めながら提案力を強化しています。

本日は豊島株式会社の名古屋本社をお訪ねし、代表取締役社長 豊島 半七(とよしま はんしち)様からお話を伺います。

原料から製品まで幅広く取り扱う商社

— 昨年、創業180周年を迎えられました。創業から今日に至るまでの沿革についてお話し願います。

●豊島社長(以下、敬称略) 初代 豊島半七が、「綿屋半七」という屋号で1841年に繊維問屋を愛知県一宮で起こしたのが始まりです。1918年には改組して「株式会社山一商店」を創立、1921年には現在の名古屋本社近くに支店を開設しました。その後、1942年に「豊島株式会社」へと商号を改称しました。戦後の1950年には綿花、羊毛輸入に着手し、海外展開としては、米国、中国、ベトナムなどに会社を設立、イタリア・ミラノ、インドネシア・ジャカルタ、米国・ロサンゼルスなどに駐在員事務所も設置しました。創業から今日に至るまで、時代の変化に応じて事業領域を拡充し、原糸・原料から最終製品まで、総合的に取り扱う繊維商社へと発展してきました。今後は、「ライフスタイル商社」としてsociety5.0の推進で新しい価値を創造する企業へ変化していかなければなりません。その中にSDGs・DX・カーボンニュートラルを確実に推進し、社会に、ユーザーに認められる企業にならなければなりません。社員と共に新しい価値創造企業を造っていきます。

— 現在の事業内容についてお聞かせください。

●豊島 衣料を中心に生活関連商品の卸売りを行っています。原料から製品まで幅広く取り扱う商社は他にあまり見られません。メーカーではないので、一貫して工場原料から糸にして衣料製品にするケースはほとんどありません。

素材部門では、世界各地から素材や原糸を買い付け、世界中で販売しています。製品部門は、アパレルメーカーの企画やデザインをもとに、主に海外の取引工場で衣料を生産、納品します。直接小売店と商談を交わし、衣料の企画やデザイン・生産・納品までを一貫して行うケースもあります。それぞれの部門が独立して動いていますが、素材部門が開発した素材を製品部門が製品化することもあります。

衣料専門の商社ではトップクラスという専門性、総合力には自信があります。商売の基本は約束した期日に約束した品質の商品を届けることですので、安定した品質の商品をお届けすることを心がけています。

環境にやさしい素材を開発

— SDGsが国連サミットで採択されたのが2015年ですが、御社では早くから環境にやさしい素材の普及に取り組まれています。

●豊島 1990年から手掛けている「テンセル」は、土に還る、環境に負荷を与えないやさしい素材です。2005年にはオーガニックコットン普及プロジェクト「オーガビッツ」を開始し、化学肥料を使用せず、人にも環境にやさしい有機の綿花栽培を広める取り組みをしています。

綿花を栽培する際、米国などでは農薬を空中から散布しているので、オーガニックコットンに混ざらないように3年間寝かせておいた土を使っています。商品化した時の肌触りなどは普通のコットンと変わりませんが、地球を守る意識を持つお客さまに支持されています。

昔から「綿花の豊島」と言われていますので、品質が悪いものが混ざる可能性の高い国の綿花は使わないようにしています。

まだSDGsという言葉が世に出る前からさまざまな素材を手掛けていますが、自然に負荷を与えないものを意識する、という方向性は間違っていなかったと実感しています。



十六総合研究所 取締役社長 秋葉 和人



豊島株式会社
代表取締役社長 豊島 半七氏

また、廃棄予定の野菜や食材を染料として活用する「フードテキスタイル」プロジェクトも立ち上げています。2年前からは「テンセルで30年、オーガビッツで15年、フードテキスタイルで5年」をキャッチフレーズにしています。「オーガビッツ」は賛同ブランドが130を超えました。オーガニックコットンは高いので、100%にこだわらず、10%の商品を100倍の人に届けて原料の消費を拡大するという逆転の発想を評価していただいています。サステナブル素材のラインアップは現在16種類ありますが、もっと増やしていかなければいけないと思っています。皆さんに取り扱ってもらふことで価格も下がります。それでもサステナブル素材は原価が高くて大量に売れるものではないので、当社製品の売上高1200億円の中でのウエイトはまだ低いです。むしろ環境にやさしい素材を扱っているというPR効果の方が大きいと思います。

2020年からは世界自然保護基金(WWF)ジャパン様と提携しています。トルコの紡績グループとの契約で実現した「トゥルーコットン」は、農場と紡績工場の特定ができるトレーサブル(追跡可能な)オーガニックコットンです。

その他に、生産工程で廃棄されていく繊維くずをアップサイクルする「エコリッチ」、クリーンアップ活動で回収した漂着ペットボトルなどから作るリサイクル繊維「アップドリフト」なども手がけています。

自社でのカーボンニュートラルへの取組みについては、現時点では自社で使うエネルギーを再生可能エネルギーに替えたり、社用車をハイブリッド車に替えたり、社員にマイボトルを使うように言ったりするぐらいしかできていません。卸売業としてどうすれば良いのか、これから考えていきます。

採用では、社長自ら学生を面接

— 採用活動では、社長さんも面接をしていらっしゃいますか。

●豊島 はい、私が面接で結論を出すことはありませんが、最終面接で直接お話しします。今の学生は

私どもより上手に話します。以前、社員から「事務職の面接にも社長が出てくる会社は他にありません。それが入社のも動機でした」と言われたことがあり、嬉しかったです。営業職の面接だけでなく、事務職の面接にも社長が出てきて一対一でお話する会社は無かったそうです。

採用は人事部門の極めて大切な仕事ですから、どんな社員を採用したいかを見ることは、人事部社員の仕事ぶりを評価するためにも必要な仕事ですので、当たり前なことだと思っています。

ライフスタイル商社を目指して

— 繊維商社の枠を超えた「ライフスタイル商社」をビジョンに掲げていらっしゃいます。

●豊島 人口が減少し、店舗数が過剰になっているにもかかわらず、デベロッパーはまだ出店しようとしています。また、取引先の店、特にレディースの店では売り場の半分近くを雑貨が占めています。それにコンビニでもシャツを売っていますし、ドラッグストアにもインナーや靴下が並んでいますので、当社も繊維商社に留まらずファッション以外のものを扱おうと考えるのは自然なことだと考えています。手がける領域を広げて、今必要とされる流行の商品を見極めながら提案力を強化しています。ファッションにこだわってはいは、商圈がしぼんでいだけなので、生き残るためにはあらゆるものを取り扱っていくべきだと伝えています。いろいろな商社から少しずつ仕入れている店舗に対して、当社なら中国などの取引工場で作した何十種類もの雑貨を一度に納められます。いい商材を探して紹介したり、一定の金額内で作れる商品を提案したりすることもあります。繊維商社という肩書を使わなくてもいいように、会社の定款も変更して対応しているところです。



— 海外とのつながりも強いですね。

●豊島 戦前から海外貿易をやっています。綿花の仕入れでは米国ともつながりが深いです。そのほか、米国のファッションを輸入したり、ブランド提携したり、日本のファッションを米国の小売店に紹介したりなどいろいろとやっています。日本だけで商売しては未来がないからです。

— 日本は人口が減っているからでしょうか？

●豊島 ターゲット層が減っています。日本の高度成長期には、団塊の世代の200万人、特に女性がDCブランド(1980年代に日本国内で社会的なブームとなった高級ブランドの総称)の火付け役になり、ファッション産業の急成長をけん引してきました。団塊の世代も今は70歳を超えてファッション以外に興味が移っています。ファッションに関心がある世代が団塊世代の半分以下の80万人から90万人となり、ファッションの優先順位も4番目、5番目と地位が低下しています。コロナ禍でさらに下がりました。そうした状況のなか、百貨店が閉店し、当社の取引先でも閉まった店もあります。店舗販売はネットの影響も大きく受けています。さらに若い人は、駅前の地下街などには行っても、百貨店にはあまり行かなくなっています。

お客さまに信頼される会社に

— 社は「誠実と信頼・堅実と積極」に込められた思いをお聞かせください。



対談風景／豊島株式会社 代表取締役社長 豊島 半七氏(右)、
十六総合研究所 取締役社長 秋葉 和人(左)

●豊島 社は、1968年に会社創立50周年を記念して制定しました。1880年二代目のときに、輸送中に船「武蔵丸」が火事になり、横浜で大量に買い付けたイギリス製の糸をすべて焼失したという事件がありました。ところが、初代 豊島半七の指示ですぐに仲買人へ代金を支払ったため、その誠意ある姿勢の評判が広がり、取引を拡大することができたそうです。こういった当社創業以来の誠実に努め、信用を重んずる商いの精神をもとに、事業に対する考え方、価値観を示したものです。お客さまに信頼されるのが基本だと考えています。

3DCGでデジタル化を図る

— デジタル化(DX)の推進にも積極的ですね。

●豊島 3次元コンピュータグラフィックス(3DCG)を使った商品提案によって事務の合理化ができ、お客さまから素早いジャッジをしてもらえるなど、生産工程の効率化に役立っています。今後はそこにストックしたデータに加えて、新しい情報を落とし込むことが課題です。3DCGの講習は100人ぐらいが受講しました。

現場の話をお聞きするとお客さまからの評価が高い社員も出てきています。その担当者が商談すると時間が3分の1ぐらいで済むそうです。そうした能力の高い社員が各課に数人といった具合に配置されると大幅に効率が上がり、人材の有効活用にもつながります。DXを推進する担当者を外部から入れたり、みんながついていく気になるような人望の厚い管理職から選んだりして配置しています。

また、当社は商社なので基本的にはBtoBの商売ですが、それでも数億円は直接消費者に販売しています。そのお客さまのデータを集めて商品の提案に結びつける仕組みづくりを構築し、社員研修にも活用しています。どんな層がどんな商品や言葉に反応しているかをSNSから分析しています。



「私たちがいま欲しいもの」をコンセプトにした心地よい毎日のためのブランド「Hogara」



ファッション業界から食品廃棄物を再利用するプロジェクト「FOOD TEXTILE」



オーガニックコットンを通じた社会貢献とビジネスを両立するプロジェクト「orgabits」

営業職の女性社員が活躍



— ファッションやライフスタイルなどは女性の感性が生かされそうですが、女性活躍推進については、どのような働きかけをされていますか。

●豊島 まだ女性活躍に関しては道半ばですが、ようやく女性の営業職が育ってきました。多い時には新卒採用で営業職の3分の1ぐらいを女性が占めたこともありました。女性の方が男性より真面目で辛抱強いのですが、最近の若い社員は目先の結果を出すためにうわべだけの仕事に走りがちで、そこをどうするかが課題になっています。結果は1、2年間基礎を学んだ後で出ればいいので、ほめて育てるしかないと思います。

当社の場合、女性も営業職なので、デザイナーと違って特にファッションが好きな女性ばかりが入ってくる訳ではないです。営業が好きで入ってくる女性が多いです。中途採用の営業職の社員には、他社でデザイナーをやっていて役職者として活躍している人もいます。

それから、事務職のうち3分の1ぐらいが既婚者なので居心地がいいのか、辞めずに続けている女性が多いです。

— 健康経営戦略をやっていらっしゃいます。

●豊島 残業をやりたい放題の会社ではいけないので、仕事の公私の区別を付ける活動などを行い健康経営優良法人「ホワイト500」に認定されています。社員の健康診断などを徹底し、健康増進に取り組みました。精密検査を受けてもらい、身体の悪いところが発見されることで社員の健康を守る一助になればいいと思います。

会社を一目でも長生きさせる



— 今後の経営の中で実現したいことや、展望、社長様の「夢」などをお聞かせください。

●豊島 M&Aで子会社を増やしてしまして、業界

関係者が知っていてもまだ発表できない段階のM&Aもあります。

また、会社は有限だと思って経営しています。いつかはなくなる前提で、一日でも長生きさせるためにどうすればいいかを考えています。社員が路頭に迷わないようにしなければいけません。合併などで生き残れるかもしれませんが、単独で未来永劫残るとするのはあり得ないでしょう。

それでも、子会社の社員、家族を含めると3,000人ぐらいの関係者を護っていかなければなりません。幸せになってもらわないと困ります。当社は上場していませんので、業績はそれほど気にしなくてもよく、振り返ったときに「成長した」とか「会社が変わった」とか、気付くことができればそれで構いません。社員が勤めている間、充実していたと思える会社になりたいです。そのために、私は具体的な指示は出せませんが、方向性についての意見は伝えています。当社の180年の歴史の中で、私が社長をやっているのはわずか20年です。歴史の重みを感じ、少しでも長く会社が存続できるよう、必死になって頑張っています。

— 本日はありがとうございました。



本社にて



本社社屋

- 【会社概要】
- 本社／名古屋市中区錦二丁目15番15号
 - 創業／1841年(天保12年)
 - 設立／1918年(大正7年)6月27日
 - 資本金／30億円
 - 従業員数／576名(2021年6月)

■ 事業内容／

- 各種繊維品(綿花・羊毛等の素材から、原糸、テキスタイル、製品まで)の卸売、輸出入及び三国間貿易
- ビル用大型電気機器及び建設資材の販売、ビル設計・施工・監理等