



■ニュービジネス編集部

技術力で拓くニッチ市場

■日本に需要をもたらした「企業家精神」

鈴木 三郎助 株式会社・創業者

■経営者が語る「経営の軌跡」

株式会社グループ代表 熊本 福正

■日本の「元氣」を社・訪問

有限会社 そば処丹沢そば石庄

■歴史の舞台となった街 アレクサンドリア

■トレンドの街 マイクロ・ラグジュ

■老舗ものがたり ホワイトローズ株式会社 ビニール傘

■勝利への伴走者 山田 重雄(女子バレーボール)

■ABCゴルフ教室 総務部長・高橋(ゴルフダイジェスト)

■カラダの方程式

■イキイキと

■2冊リコメンド



老舗ものがたり

百年企業の知恵と戦略(第四回)

ホワイトローズ株式会社

時代を先取り、ビニール傘の可能性を開拓

蓄積されたノウハウと鋭い着眼点、
画期的アイデアでビニール傘に大革命
正確にニーズを読み、他社との差異化を図る

煙草商人から転向 雨具業で活路を開く

傘を持たない外出先が急増する。そんな時、コンビニ等で手軽に買えるビニール傘はありがたい存在だ。実はこのビニール傘、この日本が発祥の地。発明したのは、浅草に店を構えるホワイトローズ株式会社の前身である。

同社の歴史を辿ると、何と1721(享保6)年、江戸時代にまで遡る。初代が興した店は、別名煙草の御門屋だった。それから雨具業へと転向したのは五代目

の時。煙草を扱っていた御門屋で作った白羽が参勤交代の時の間で評判となったのが、きっかけだった。それから御門屋を経て、ビニール傘の歴史が生まれたのは昭和20年代のこと。当時の傘は素材が綿のため、水に濡れると色落ちしてしまうのが常だった。そこで五代目(前社長)が着目したのは、進駐軍が持ち込んだ新素材、ビニール。傘に装着するカバーをビニールで製作したところ、爆発的ヒット商品となる。そこから傘カバーを直接傘柄に繋げるアイデアが生まれ、1958(昭和33)年、つい

にビニール傘第一号が誕生した。

四面楚歌の苦境から 一氣にブレイク

ところが、発売当初の売上げは芳しくなかった。傘光線・傘小売店から「業界の秩序を乱すもの」と見なされてしまったのだ。だが、同社はビニール傘の可能性を諦めなかった。銀座の路面店に店舗を新設をお願したところ、これが大当たり。話題となりテレビ取材が押し寄せるほどに。ビニールへのプリント技術が進んだことで、パリエーションも増え、ビニール傘は、またたく間に日本中へと広がった。

今、ビニール傘には、安からう、華からう、というイメージがあるが、それは価格競争で劣質な素材を濫用ようになったもので、同社製品は180種類ある、高級&高品質の逸品だ。安全・安心のため、素材も技術も最高を追求し



ている。たとえば、皇居陛下が閣下会で使われた「縁起」には逆支弁六葉きぬ工を施し、強い風に飛ばれても壊れない工夫がなされている。他にも16本の骨で作られた頑丈な「カチール16」に「十六夜」、雨後の朝陽をイメージした「テラ・ボゼン」など、ユニークかつ実用性に満ちた製品を次々開発している。

ビニール傘のハイオクな同社は、今後も続ける商品土を推し進めたビニール傘を、世界に広げます。