

(株)イズイング

東京都大田区大森北3-18-16
TEL.03-6404-5805 FAX.03-6404-5806
http://www.izing.com/

代表取締役 インタビュアー
対談 田中 いずみ × 大仁田 厚
[プロレスラー・元参議院議員]



INTERVIEW
IZUMI TANAKA × ATSUSHI ONITA

綿密なネットワークと確かな実績で、中国工場と日本メーカーの橋渡しを担う



大仁田 本日は玩具の輸入を主とした貿易業を手掛けておられる(株)イズイングさんを訪ねました。早速ですが、会社を設立されたのはいつ頃ですか。

田中 平成十年、私が二十四歳の時に起業致しました。それまではメーカー勤務の会社員でした。

大仁田 二十代前半という若さで、会社を起こされ貿易業を始められたとは驚きです。どのような経緯があったのでしょうか。

田中 大学では生物学を専攻していたので、新卒で入社した会社では研究開発部に属していました。しかし小学生の頃に覚えた中国語を生かし、海外事業部発足と同時に海外市場開拓や貿易業務を兼務することになったのです。都合によりわずか一年半で退社しましたが、その間に培った顧客ネットワークを保持しており、そのお客様を対象にビジネスを展開していく必要がありましたので、半ば必然的に開業致しました。

大仁田 既に顧客をお持ちだったとは言え、お一人でスタートされるといのは度胸がありますね。設立当初から玩具を商材として扱っておられたのですか。

田中 いえ、仲間と前社時代に手掛けていた浄水機器関連の輸出をメインにスタートしました。ただ、最初こそ波に乗っているような勘違いをしましたが、そう甘くはいかず、間もなくとんでもなく貧乏な時代を迎えまして…。会社は維持しながら某玩具メーカーに一旦就職致しました。ここでの経験が今の商材とフィールドへと導いてくれたわけです。具体的には玩具や生活雑貨を含めたキャラクター商品、景品類の生産管理、輸入をメインに、今は、ものであれば何でも取り扱っていきこうというスタンスで動いています。

大仁田 取引先は中国が中心ですか。

田中 そうですね。私自身が父の仕事の関係で四年間ほど台湾に住んでいたのですが、その時に中国語を習得すると共に中国人の感覚や文化、意識なども漠然とですが学べたように思えます。中国での思考の違いにお困りのビジネスマンも多いようすが、私にとっては力強さを感じる、非常に魅力ある国です。

大仁田 ひと昔前の中国製品は「安かろう、悪かろう」というイメージがありましたね。最近は随分変わってきていますよね。

田中 おっしゃる通りで、以前は「中国製は粗悪な安物」という認識が浸透していました。が、今や世界的な有名ブランドの多くが中国で商品の生産を行なっていることでもご理解頂けるように製造工場全体の意識もぐっと向上し、生産工程の見直し、品質管理や就業マナーの徹底、技術力アップなどが図られ、非常に良いもの作りが実践されています。ハイレベルな工場は世界中のメーカーから引く手数多ですから、当社のような日本向け商品をメインに扱う会社は生産レベルが高く、その上小規模ロットや安価商品でも対応してくれる工場を確保しておくことも大切な仕事となっていますね。「作らせてやっているんだ」という時代は終わり、「作ってもらえないでしょうか」というように生産を依頼する側の立場も変わってきています。

大仁田 キャラクターのコピー騒動などもありましたね、そうした問題に関しては。

田中 事実、未だに認識の甘いところもあって、中国国内ではそうしたコピー商品が普通に販売されていたりします。しかし輸出商品ではいわゆる「ばったモノ」を扱うことは不可能と言えます。例えばキャラクターを使用した商品はすべてライセンスサーに何度もサンプルを出して指示を受けた修正事項を反映しなければ生産承認を得られません。ライセンスサーによっては工場自体がライセンスを持っていないと、そのキャラクター商品自体の製造ができませんし、ライセンスを維持するために工場に何度も監査が入ります。輸出する際も中国税関に証明書の提示が必要ですし、輸入の際も日本の税関に許諾書の提示が必要です。

大仁田 さて、こちらには所狭しとたくさんキャラクター商品が並んでいますね、どの様な流通経路を辿って一般消費者の手元に届くのですか。

田中 玩具メーカーさんや販売代理店さんを経由して全国で店頭販売されたり、お菓子のおまけ、雑誌の付録、ガチャガチャゲームセンターのクレイマシンの中で…と様々です。

大仁田 私もゲームセンターのクレイマシンの一回に五、〇〇〇円ほど使ったことがあるのですよ(笑)。実は今も好きなキャラクターの商品が目前にあって、大人の遊び心を揺さぶられています。

田中 ゲーム性やコレクション性がある商品は人気があります。最近は一概に「玩具」と言っても、消費者の好みも随分バリエーションが出てきました。例えば現代の子供達は液晶画面などで遊べるゲームの方に興味が強かったりと、多岐にわたったそれぞれのニーズや流行を敏感に把握してフレキシブルな商品展開に対応できるように心掛けています。

大仁田 最後に今後の展望を。

田中 これまで培ってきたインターナショナルな視野をフル活用しながら、良い影響を与え合える環境の中に属すること、すべての件に関して確実にベストを尽くし続けることで、正直で健康な会社として成長していく所存です。

大仁田 バイタリティーあふれる社長の更なるご活躍を楽しみにしています。

①INFORMATION

