

タニハタのホームページ



組子についての詳細情報を掲載しつつ、「和風」を提案している。  
http://www.tanihata.co.jp/



▲組子製品の製作風景。木をカットし、切れ目を入れ、組み込む。すべて手作業だ。熟練職人が活躍する一方で、若手職人も技術力向上に日々努力を重ねる

「付加価値の高い商品を増やし、和風の商材をもっと伸ばしていきたい」と和の市場縮小から始まったタニハタの経営革新は、新たな和市場の創造へと向かっている。

タニハタは、平成18年度IT経営百選最優秀賞に選ばれました。



タニハタ 代表取締役社長 谷端信夫氏

にも混乱をもたらしていた。そこで、谷端社長は再度事業の方向性を練り直す。「得意なものに絞り込み、Webなどを活用して個人を相手に受注生産型のビジネスをしていく」

製品を出店。問い合わせは徐々に増加し、九州から40万円レベルの注文が入るなど、本物を求める個人顧客との接点が生まれてきた。その後、「和風」の良さを提案する自社ホームページも立ち上げ、現在はWeb関連の売上が4割を占めるようになった。

サンプルの送付など 出会いは「アナログ」

タニハタのホームページは写真が効果的に使われ、組子が提案する深い世界を予感させる。同社は資料請求依頼のあった顧客には組子のサンプルを同封しており、細工の肌感、質感、香り

を積極的に伝えている。谷端社長は「サンプルが届きましたとメールをいただく、グツと距離が縮まります。デジタルといってもやっていることはアナログ、普通の商売と同じです」と言っている。Webを見ながら電話で問い合わせをする顧客が意外に多いことには驚いたそうだが、顧客が求める信頼関係を築くことが最終的な注文獲得に結びついているのは確かだ。

3年後にはWebの売上を8割程度まで上昇させたいと意気込む谷端社長。「付加価値の高い商品を増やし、和風の商材をもっと伸ばしていきたい」と和の市場縮小から始まったタニハタの経営革新は、新たな和市場の創造へと向かっている。

市場の激変を乗り越える

事例紹介 富山県富山市 組子製品製造販売 タニハタ の場合

# 組子職人・父の信念受け継ぎ、Webから新しい「和」の需要を創造

身の構え、手の動き、それ自体が美。工場長を務める組子職人は、瞬く間に木をカットし切れ目を入れ、組み付けて文様を造り出す。熟練した技術をもつ者の所作は滑らかで無駄がない。

組子とは、釘を使わず手作業で木を組み付ける伝統木工技術。障子、欄間、襖など建具に使われ和室を彩る。富山県富山市のタニハタは、組子の業界ではめずらしく会社組織を成しており、現在は14名の従業員が勤務する。内閣総理大臣賞やグッドデザイン賞を受賞し、技術やデザイン力にも磨きがかかる。

建具用組子の市場が縮小 洋風商品の企画へ

組子職人である父の意志を受け継ぎ、鎌倉時代から続く伝統工芸

を守り育てようとした谷端信夫社長の前に、時代の壁が立ちふさがる。「和風離れが進み住宅から和室が減り始めました。パブルがはじけると住宅着工数も減り、これから和風の建具はいかんな」と

## 会社概要

株式会社タニハタ  
富山県富山市上赤江町 1-7-3  
設立：平成10年(創業昭和34年)  
従業員数：14名  
事業内容：木製組子建具製造業  
http://www.tanihata.co.jp/  
http://www.rakuten.co.jp/tanihata/



み続けたのは「組子を残したい」一心からだった。

量産品のラティスはある時期まで順調に売上を伸ばしていき、今度は安い中国製ラティスが市場に流れ出てきた。組子がいくら素晴らしいとしても、流通は別の論理で動く。「義理も人情もない世界」で、あつという間に注文が激減したのだ。

## わが社の商品STORY

組子は鎌倉時代から続く伝統的な技法。細くき割った木に溝・穴・ホゾ加工を施しカンナやノコギリ、ノミ等で調節しながら1本1本組み付けしていく。0.1ミリでも寸法が違えば組み付けが出来なくなるほどの微細な世界。したがって、職人には設計図を描き作業工程を組み立てる力が必要であり、それぞれの菱・格子角度に合わせて面をとったり、長さを調整したりといった作業にも熟練(経験)が必要になる。木は薄くなるほどクセが出るため、良質の材料を選別できる目も求められる。谷端社長の父、谷端敏夫さんは、23歳でこの道に入り、組子づくりに全身全霊を注いだ。全国建具展示会で内閣総理大臣賞を受賞した「書院障子」は、数万個の木片を使った半年がかりの大作である。谷端敏夫さんは、伝統を守りつつも時代の変化を受け止めてきた。営業に駆ける谷端社長の姿を静かに後押ししていたという。2006年の3月、谷端敏夫さんが他界された。谷端社長は、組子を残したいと信念を貫いてきた父の姿を受け止め、顧客と向き合いながらビジネスを進めていく構えだ。

量産品から受注生産へ Webが発掘した個人顧客

慣れない量産品の製造は、現場

