

自分の未来、
ニッポンの未来を
起こそう!

OCCOSO!

2016.winter
Vol.07

発行者：株式会社東京証券取引所

作りたいものを作る 『やりたいこと』は あきらめない

寺尾 玄さん
[バルミューダ株式会社 代表取締役]

異色の家電メーカーとして知られるバルミューダの社長。
高校時代から挫折と挑戦とを幾度も繰り返しながら、
たった1人でゼロから学び、独自のもの作り会社を起業。
仕事にける思いと起業までの歩みをうかがいました。



仕事で
社会を
変えたい!

家電ではなく、体験を売る

東京・武蔵野市に小さいけれど、型破りで元氣あふれる家電メーカーがある。従業員60人のバルミューダ株式会社だ。ここ1年は、新しく発売したトースターが大きな話題となり、数多くのマスメディアが製品を紹介。トースターとしてはかなり高い2万5000円近い価格にもかかわらず、大ヒット商品となった。

「私たちが今までのメーカーと違うのは、消費者が買ってくれそうなものを二所懸命探すのではなく、自分たちが作りたいものを作っていること。ちょうどミュージシャンやアーティストが、人がどう思うかではなく、自分が作りたいものを作品にするのと同じです」と代表取締役の寺尾玄さん。

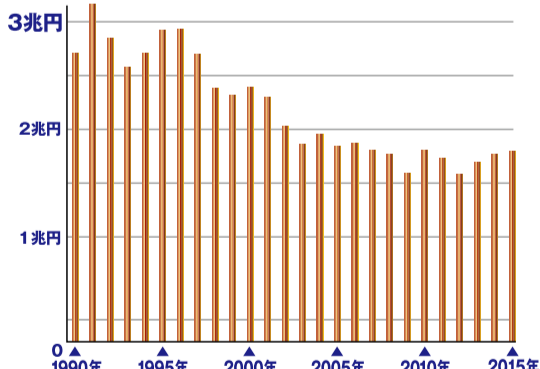
これまでバルミューダが手掛けてきた製品は、トースターをはじめ、デスクライト、扇風機、加湿器など。どちらかといえば、すでに多くの家庭に行きわたっていて、今さら消費者が大きな関心に向けていない商品ほとんど。しかし、そこにこれまでと全く違うアプローチで、新しい価値を吹き込んでいくのが寺尾さんのやり方だ。

「うちが作りたいのは、家電製品ではなく、体験です。トースターなら、『高いけど性能のいいトースターが欲しいですか』と消費者に聞けば、欲しい人はほとんどいないでしょう。でも、『世界一おいしいトーストを食べたいですか』と聞けば、多くの人が飛びつきます。提供したいのは、そうした体験なのです。だから開発は、そこだけを指して行いました。分かりやすく例えるなら、カッコいい服より、モテる服を作りたいということですね」

リーマンショックが大きな転機に

しかし、こうした寺尾さんのもの作りの姿勢は、最初から明確だったわけではない。転機になったのは、2008年に起きたリーマンショックだった。不景気の波は、会社を直撃する。

●1991年頃のバブル崩壊、2008年リーマンショックの後は家電売上が減少



※JEMA(日本電機工業会)「家庭用電気機器生産・暦年別推移」より冷蔵庫、洗濯機などいわゆる「白もの家電」が中心で、テレビなどAV機器、携帯電話など通信機器は含まない

寺尾さんは開発に没頭し、1年以上かけて「どうせ倒産するのなら、やりたい開発をやっ前に倒れたい。以前から作りたいかった扇風機を作りたい。扇風機って、長い時間はあたっていられないでしょ。あれは、扇風機の羽根が起す風が渦を巻いていて、人の肌に心地よくないからなんです。自然の風は大きな面でくるので気持ちいい。なんとかそれを作れないかと」

しかし、そこで寺尾さんが取った行動は、意外なものだった。「どうせ倒産するのなら、やりたい開発をやっ前に倒れたい。以前から作りたいかった扇風機を作りたい。扇風機って、長い時間はあたっていられないでしょ。あれは、扇風機の羽根が起す風が渦を巻いていて、人の肌に心地よくないからなんです。自然の風は大きな面でくるので気持ちいい。なんとかそれを作れないかと」



会社を立ち上げてからしばらくは、原価に材料費しか見込んでおらず、自分の人件費も入れていなかった。「経費を全部足し込むと、とんでもなく高い製品になってしまうから、あえて考えないようにした。今から見ると、商売として最初から破綻していますね」と寺尾さんは笑う。

Checkpoint!

トースターにこんな工夫が

2015年に発売した「BALMUDA The Toaster」。最高のトーストだけを目標に開発を開始。雨の日のキャンプで食べたトーストがおいしかったことがヒントになり、水分量に着目。水を加え、焼きをコントロールする技術を開発した。「貴社のトースターで焼いたトーストは、今まで生きてきた中で一番おいしい」という愛用者の声も。



で新しい扇風機を完成させる。これまで誰も見たことがない羽根が二重の扇風機だった。新製品は、その風のように気持ちいい扇風機として話題になり大ヒット。会社は倒産の危機を脱した。

「嬉しさ」に寄り添うデザインを

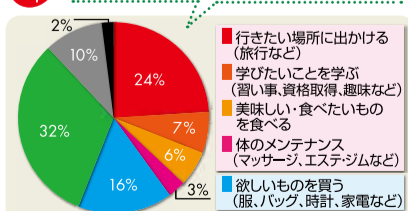
もうひとつ、もの作りでこだわるのは、製品のデザインだ。「製品ひとつに、だいたい2000点くらいのデザイン案を検討します。なぜなら、デザインが、体験を左右するから。同じ食べ物でも、食器や食べる場面、一緒に食べる人によって、おいしさや体験としての嬉しさは違ってきますよね。その嬉しさが大事なんです。だから、2000案の中から1点に絞り込むのは、デザインの美しさではなく、例えばトースターなら、おいしさ、生活の体験としての嬉しさにどれだけ寄り添っているかで選びます」

デザインは数字で表現できないだけに判断が非常に難しい。だからこそ2000案も検討するのだが、「どんな製品でも、最後は科学的評価と芸術的感覚とのバランスです。日々、自分たちがどう暮らしているのか、いかに社会性の高いセンスを持っているかが、問われているのだと思います」

こう語る寺尾さん。実は、若き日に芸術で身を立とうとしたことがあった。

消費者の志向は「モノ」から「コト」へ

宝くじで100万円が当たったら



グラフの赤系統色がサービスへの支出「コト消費」で40%。もの購入の「モノ消費」16%の2倍以上と大幅に多い。

ジェイアール東日本企画「普段の生活に関する定性調査及び定量調査」より作成。2015年8月、10月実施。サンプル数1100



バルミューダ株式会社 代表取締役

寺尾 玄 さん

音楽ともの作り 人を喜ばせる点で 同じ仕事です



上は海外放浪中に知り合った家族と記念撮影。盗られては困るものだけをブーツの中に隠し、1人で身を護る旅を続けたことで、生きていくことの自信がついた。下は、金属加工を覚えてくれた町工場。ここから最初の製品であるパソコン冷却台「X-Base」(上端の写真)が生まれた。バルミューダ製品の生産で、今でも交流が続く。(写真:バルミューダ提供)



高校を中退し、海外放浪へ

高校3年生に進級する前に、寺尾さんは学校を中退することを決める。

「地元の進学校に通っていたのですが、2年生の時に、将来の職業や希望の大学、学部を尋ねるアンケートが回ってきたんです。当時の僕は、この先、何にでもなれるはずだし、まだその可能性を使っていない、と思っただけを出しました。普通のこととするな、早く海外を見ろ、と両親に育てられたことも関係したかもしれません」

当時、母親はすでに他界。いつも寺尾さんに、「真剣に生きてるか」と問いかけてきた父親は、容認してくれたという。

「まずスペインに向かいました。明確な旅の目的があったわけじゃないけど、子供の頃から自分は勇気がないな、人に流されて自分らしく生きていないな、と感じていたのでこの旅を通じて自分自身を鍛えたいと思いました。なので、電車で行く距離はバスでバスで行く距離は歩きかヒッチハイクで、自分のルールを決めました」

途中、街中の野宿で危ない目にあったりもしながら、イタリア、フランス、モロッコなど、地中海沿岸の国々を1年かけて放浪し、帰国する。

「旅を終えた時には、1人でも生きていけるなという、ベーシックなところでの自信がついていました。これが、今でも自分の基礎になっていますね」

音楽の夢を追いかけた10年間

日本に戻った寺尾さんは、音楽活動を開始する。旅の途中で書きためた詩に曲を付けたものが、レコード会社の目にとまったことがきっかけだった。

「もともと詩や文章が好きで、作家になりたいと思っていたのですが、音楽でロックスターもカッコいいかなと。若さ特有の勘違いした自信がありましたね。将来、東京ドームで歌う自分が見えていましたから」

レコード会社との契約が破棄になったりと紆余曲折がありながら、結局、寺尾さんは20代のほとんどを音楽活動で過ごす。

「最後に、集大成のつもりでバンドを組んだのですが、もうお前には付いていけないとメンバーが抜けてしまったんです。それで音楽の夢が終わったなあと思えました。もう情熱も残っていませんでした」

もの作りをゼロから学ぶ

音楽活動に区切りをつけた寺尾さんは、もの作りの世界へと踏み出して行く。音楽活動をやっていた時から、パソコンのアップルやアウトドア用品のパタゴニアといった企業に興味があったという。

「普通は消費分析からもの作りするのに、彼らは自分たちが作りたいものを作っている。ミュージシャンと同じです。しかも、規模は音楽ビジネスよりはるかに大きい。よし、それならもの作りでビッグになろう」とはいえ、その時にももの作りの知識があったわけではない。秋葉原やDIYショップを片端から回り、商品の素材や加工方法など、店員を質問攻めにして、少しずつ知識を蓄えていった。ようやく作りたいものが見えてきたとき、次の壁にぶち当たった。

「製品を作ってもらおうと、図面を持って町工場を訪ね歩きましたが、どこも門前払い。相手にしてくれません。ところが1軒だけ、ある工場が、『作ってもいいけど高くつくよ。あんちゃん、カネないだろ。だったら機械を貸してあげるから自分で作りなよ』と言ってくれました。それから従業員でもないのに

教えて!



寺尾社長! Q&A

Column

- Q: バルミューダとは、どんな意味ですか?
A: もの作りを始めた時からブランドを目指すつもりだったので、最初の製品を出す際に会社を立ち上げ、バルミューダと名付けました。意味はありません。音の感覚だけで決めました。ロゴマークは、自分でデザインしました。
- Q: 中高生時代は、どんな生徒でしたか?
A: あまり学校には馴染めなくて、むしろ学校の外の友達とばかり遊ぶような生徒でした。小さくまとまりたくないとは思っていましたが、だからといって人生の目標を持っていただけでもありませんでした。
- Q: 中高生に伝えたいことは?
A: 遠慮せずに思い切り生きてほしい。世間の常識を信じるのではなく、何でも自分で経験し、目で見て確認してほしい。ケガすることもあるかもしれないけど、それで初めて分かることもあります。

毎日通い詰めて、金ヤスリのかけ方やボール盤の使い方など、金属加工の基本をみっちり教わりました」

こうして修業を始めてから1年後、最初の製品であるノートパソコンの冷却台が完成。最初に5台生産した。

「ブランドのロゴ、製品の箱、Webサイト、取り扱い説明書、等々、全部1人で作りました。そうしたら、Web公開の2時間後に最初の注文が入ったんです」

こうして、寺尾さんは、たった1人でメーカーの第一歩を踏み出した。

「自分の本質は、何かを生み出して人を喜ばせるクリエイターだと思っています。その意味で、音楽ももの作りも、自分の中では全く同じ延長線上にあります。まだまだ、作りたいものがたくさんある」

寺尾さんならではのものは、これからも続いていく。

寺尾さんが 起業家になるまで

Checkpoint!

高校中退、海外放浪、音楽の夢と挫折、家電メーカーの立ち上げ。目まぐるしく見える半生を過ごしてきた寺尾さん。「やり方を変えたことは何度かあるけど、何かをあきらめたことは一度もない」という。2003年に1人で起業してから、派生商品も含めて、すでに20点近い製品を世に送り出している。

2015	2011	2010	2008	2003	2001	1991	1990	1973
▼パンのおいしさを追求したトイスターを発売	▼バルミューダ株式会社を組織、社名を変更	▼扇風機を開発、ヒット商品に	▼倒産の危機に陥り、倒産寸前まで追い詰められたが、前向きな姿勢で乗り越え、新しい製品を開発	▼1人で有線会社「バルミューダ」を設立、最初の製品「パソコン冷却台X-Base」を発売	▼音楽の道を断念し、新たなもの作りを志向、町工場の作業場を借り、ゼロから勉強する	▼ロックスターを目指し音楽活動を開始	▼10年間、自分の音楽を追い求める	▼千葉県生まれ

INFORMATION

【各地に広がる起業体験プログラム】

次世代を担う児童・生徒に「生きる力」を育ててもらいたいとの想いから、「JPX 起業体験プログラム」を実施しています。本年度も公立や私立、地域を問わず、学校現場での採用も広がっており、「政治経済」や「総合的な学習の時間」、課外授業などの時間で実施されています。本プログラムを通じて、生徒・児童が自ら課題を見つけ、考え、主体的に判断し、よりよく問題を解決する資質や能力を育てるきっかけとして、ご活用をご検討ください。

【ご参考】JPX 起業体験プログラム Facebook ページ <https://www.facebook.com/JPX.kigyo/>



【編集後記】

「やりたいこと」を見出すタイミングや内容は人それぞれです。今回ご登場いただいた寺尾社長の言葉、夢を叶えようとする姿勢が、まだ「やりたいこと」を見出せていない、夢への一歩を踏み出せていない生徒さんの背中を押すキッカケになれば幸いです。

JPXは未来の起業家を応援します!
是非 本内容へのご意見・ご感想を下記メールアドレス宛にお送りください。

E-mail kigyo@jpx.co.jp



■起業教育に関する情報はホームページでもご案内しています。

検索 JPX 起業家

<http://www.jpx.co.jp/learning/education/entrepreneur/>