

注目を集める地方発のベンチャー(第3回)

日本のプレゼンスを構築する“眼鏡のトヨタ”に

2016.06.01

オーマイグラス 清川忠康社長

2011年の創業以来、わずか4年余りでインターネットで眼鏡を売るという流通構造の改革を浸透させてきたオーマイグラス。米スタンフォード大学を卒業した清川社長はなぜ眼鏡を売ることになったのか。第3回は、清川忠康社長に事業を始めたきっかけを語ってもらった(聞き手はトーマツベンチャーサポート事業統括本部長、斎藤祐馬氏)。

斎藤:

オーマイグラスを利用して購入されたユーザーからは、良かった点や不満点などどんな声が寄せられているのでしょうか？

清川:

良かった点は体験ですね。家で試着できることで家族の意見が聞けたとか、会話が楽しいといった声が多いですね。弊社の顧客も30代の中盤の男性が多いんですが、そういった男性って眼鏡店やセレクトショップに行くときは、奥さんや彼女を連れていって似合うかどうか見てもらうという方が意外と多いんです。家だとそれがいつでも簡単にできますよね。

眼鏡が似合っているかは、客観視しづらい

斎藤:

確かに、その眼鏡が自分に似合っているかどうかってなかなか客観視しづらいですし、家族や誰かの意見って重要ですよ。ね。

清川:

そうなんです。それから不満点というか、課題はたくさんあって何とも言い難いですけど……。全部が試着できるわけではなくて、試着できない商品もありますし、検眼のところで家の近くに提携店がないとかそういったこともあります。

斎藤: 今、オーマイグラスはどれぐらいの人数で運営されているんですか。

清川:

社員は全部で30人ぐらいです。データエンジニアが一番多くて、あとはフルフィルメントですね。つまり、加工や出荷、検品とかも含めてやりますので結構な人数がいます。

斎藤: それってアウトソースしているのではなくて？

清川: アウトソースはしてなくて、全部一貫でやっています。社内でやらないと眼鏡ってなかなか難しいんですね。

斎藤:

それも珍しいですよ。しかし、よく考えると証券会社出身でスタンフォード大学大学院への留学経験もある清川社長がなぜ鯖江と眼鏡にこだわっておられるのか。ほかにもいろいろ選択肢があるように思うのですが(笑)。



眼鏡販売を手がけるきっかけ
を話す清川社長（写真／上野
英和）

清川：

もともと日本の物を世界で売るとか、日本のものづくり自体に興味を持っていたんです。以前、経営共創基盤という会社で日本の物を世界に売るとか、製造業の再生みたいなことに携わっていて、そういう点では今の仕事も同じで、眼鏡の流通構造を改革して、日本の製造業のポテンシャルを拡大していきたいという思いがありました。

斎藤：それは留学によって、海外から日本を見たことがきっかけなんでしょうか。

清川：

そうですね、2003年、2005年、2009年とこれまでに3回で延べ4年間くらい米国での留学経験があります。その学生生活の中で、例えば中国人の学生数が急激に増えていて、日本人はどんどん減っているとか、そういうことを身に染みて感じるわけです。2009年から2011年はスタンフォードに留学していたんですが、もはや日本って世界から何とも思われていない。GDPで世界3位のプレゼンスなんかなくて、まるで50位ぐらいの扱われようです。ただ、トヨタみたいな会社もあるので、ちょっとフォローしておくかぐらいのレベル感でしか見られていないんです。

斎藤：世界から見た日本のプレゼンスの弱さに危機感を抱いたと。



鯖江でオーマイグラスの協力会社（プラス
ジャック）の工場を訪れた清川社長（中央）
と聞き手の斎藤氏

清川：

そうです。今、小売業を見ても、円安になってほとんどがインバウンドですよ。日本の消費力も弱ってきているし、この10年くらいですごく変わったと思います。世界からの見られ方も、実際も。

第二次大戦後の日本は高度経済成長を迎えるわけですけど、するとパンや牛乳が米国から日本に入るようになりました。米国にいて感じたのは、要は日本は米国系企業にとっておいしい市場だったわけです。

逆に、今の「レクサス」が象徴的で、日本では売ってなくて米国から始まったブランドですよ。トヨタの本当の意図は分かりませんが、あえて米国的高级車市場に打って出るというのは、米国人に対しての宣戦布告だと思ったんです。米国的高级車市場においてもメルセデスベンツやBMWといったドイツ車は人気ですけど、でもレクサスは新しいブランドでした。最近では少し雰囲気も変わってきましたけど、当初はブランドとかデザインといったものではなくて、中身、コストパフォーマンス

で勝っていたように思うんです。

そういうものを見ていて、日本のものづくりってすごいなと。しかし、その一方で戦後の商社マンが見てきた、アフリカに行けば必ずトヨタ車が走っているみたいで、そういう時代は終わるんだなとも感じて。今後、グーグルの自動運転なんかが当たり前になったら、自動車産業もどんどん変わっていく。

そこで眼鏡に戻るんですけど(笑)、戦後の日本の復活を支えてきた根源的なものづくりというものをなくしちゃいけないなと思ったんです。

斎藤:やはりメード・イン・ジャパンを守るべきだと。

オーマイグラスは次のトヨタを狙う… 続きを読む