フルハイトドアの真価を世界に！

神谷コーポレーション湘南の挑戦

慣習を打ち破った開発

日本の伝統的な格子をモチーフにした「Zen　style（ゼンスタイル）」は、開き戸スタイルで出展する

「フルハイトドア」をブランド展開している神谷コーポレーション湘南は、牛本革5頭分を使用した「FIVE QUEENS（ファイブクイーンズ）」、日本の伝統的な格子戸をモチーフにした「Zen style（ゼンスタイル）」などを本場イタリアの見本市「MADE EXPO」に持ち込み、世界マーケットにアピールする。アラブ首長国連邦のドバイで開催された見本市の視察を終えたばかりという神谷忠重社長が、世界挑戦の目的について語った。

「お施主さまの満足を第一にして世界に挑む」と語る神谷忠重社長

「GRAN ART（グランアート）」ドアハンドルは「すがたかたち」とコラボレーション

イタリアのミラノで開催される建築・デザイン・建材の国際見本市「MADE EXPO」は、3月13日から4日間開催される。神谷コーポレーション湘南にとって、欧州進出が世界マーケット挑戦への第一歩となる。

欧州と日本ではドアの役割に関する考え方が異なる。「特にイタリアにはドアの深い文化がある」と神谷社長は語る。室内ドアを取り付ける壁の概念が日本に普及したのは戦後のことだった。それまでは、ふすまか障子で部屋を仕切る「木と紙の家」が習わしだった。同社がイタリアのドアを目標と定めてから十数年。神谷社長は、世界各地のドアメーカーが出展するイタリアの展示会へ毎年、足を運んだ。

「やはり格好いいのはイタリアのドア。思い入れ、デザイン性、作り込みを含めて世界一だと思う。技術、塗装も素晴らしい」と認める。だが、それだけで終わらない。「KAMIYAのドアは、デザイン性では今やイタリアに追いつき、追い越したときさえ感じている。レパートリーもはるかに多い」と自信を込めて語る。

5頭分の最高級本革を使った「FIVEQUEENS」で本場イタリアの見本市に挑戦する

ほかにも日本の伝統工芸を絶妙なバランスでモダンにアレンジした格子戸デザインの「Zen style」、好きな壁紙を張ったり、ペイントをしたり、使う人の好みに合わせて自由に仕上げることができる「F/S（フルステルス）」、ペットが出入りできる開口部を設けた「Caro（カロ）」などを予定している。いずれも海外のライフスタイルに合わせた仕様で出品する。

神谷社長はドバイで昨年11月末に開催された「THE BIG5 Dubai」を視察した。中東屈指の国際都市ドバイは「今や経済の中心。発展のスピードがすごい」。現地では財閥の邸宅やパームジュメイラ（沖合に造られた人工島群）にある時価9億円のマンションも視察した。使われていたドアはイタリア製の最高級品だった。

「イタリアに出展するのは世界挑戦への入り口に過ぎない。イタリアの後、ドバイのBIG5に出展する」。なぜ世界に挑戦するのか。神谷社長の答えは明快だ。

「真の顧客はお施主さまである時代。お施主さまのニーズに応えることを常に考えている」。大手住宅メーカーの下請けだったころは「お施主さま目線で考えることができなかった」時もあった。しかし、下請けをやめて、ブランド展開する道を選んだことで、真の顧客である「お施主さま」からフルハイトドアを指名されることが増えた。海外への進出を決意したのは「国内でフルハイトドアをご採用いただいたお施主さまが『世界で認められているフルハイトドアを選んでよかった』と満足していただくこと」が一番の理由だった。

社内の〝超党派〟で研究

顧客満足度ファーストを徹底

ミラノは「フルハイトドア」のトップモデルを出展する。その筆頭が5頭分の牛本革を使った「FIVE QUEENS」。神谷社長は「イタリアではビニールレザーを使ったドアが多い。そこに本革で勝負を挑む」と意気込む。

フルハイトドアの開発から始まり、牛本革、ワニ革の超高級ドアを市場に放つ大胆な試み、IoTを搭載した「FULL HEIGHT MILAOS（フルハイトミラオス）」など斬新なアイデアを盛り込んだ商品の開発、電話1本で自宅に呼べる出前ショールーム「夢はこ」やAR（拡張現実）の活用―。新しいことにチャレンジするパワーの源はどこにあるのか。

「社内には商品開発部を置いていない。なまじ商品開発部を置くと、部の存在理由のために、つまらない商品を作る。そして責任を回避する」と神谷社長はきっぱり。「設計・開発・製造、ブランディング……、それぞれのセクションの壁を越えて、いわば社内の〝超党派〟で研究し、その頂点に営業がある。いろいろなタイプの人間が参加して取り組んでいるから新しいアイデアが生まれ、開発のスピードも他社より早い」と豪快な笑顔を見せた。季節ごとに布を張り替えることができるファブリックドア、ロングセラーとなったペットドアは、女性チームで開発した。

常に固定観念にとらわれず、住宅産業の慣習を打ち破った商品を開発し続ける。まさに「ドア業界の革命児」ともいえるKAMIYAの世界挑戦の扉が今年、開こうとしている。

フルハイトドアの軌跡

神谷コーポレーション湘南の「フルハイトドア」は、同社の絶え間ないイノベーションによって生まれ、豊かな発想による製品開発と大胆な販売戦略によって成長を続けている。

誕生は2005年。一般的なドアの高さが2㍍なのに対し、日本の住宅の天井は、高さ2・4㍍が一般的。フルハイトドアは、天井まで届く高さを実現するため、規格寸法を高さ2・4㍍、次に2・7㍍まで対応できるよう引き上げた。

多くの国内建材メーカーが諦めていた「反り」への挑戦が「フルハイトドア」を完成させた。従来型の2㍍サイズに新たなページ

ーギニアワニの「クロコ革」に手間をかけて加工が施されている。価格は900万円。「日本一のドアを作りたい」という神谷社長の思いから生まれ、欧州に比べて意識が低い日本のドアのブランド向上に一役買った。

希少野生動物の保護を目的としたワシントン条約による許可を受けているが、入国手続きの複雑さから、ミラノ出展は残念ながら先送りとなった。昨年5月、東京ビッグサ