

H. Yamashita

Cette année nous commémorons le 60e anniversaire de Chuo Boshi qui a commencé en 1948 comme le "Chapeau Nishii" Manufactory"

En 2002 nous avons publié un volume de notre histoire, en commémorant notre 50e anniversaire, après un délai de quatre années. Le délai était dû au fait que nous avons compté à partir de 1953, l'année dans laquelle nous avons incorporée notre affaire.

Ce livre, en commémorant notre 60e anniversaire, est le deuxième volume de cette histoire.

Par conséquent, seulement six années se sont écoulées depuis la publication du Volume 1, la 50e publication anniversaire. Mais il y a eu beaucoup de changements dans cette période de six années.

Dans l'année 2002, Shigeo Nishii, le président d'alors de la compagnie, est trépassé. En 2005, Susumu Nishii, le frère aîné de Shigeo, est mort. Ces deux-là étaient les fondateurs de notre affaire et ont exercé une grande influence sur la compagnie. Nous sentons que deux grandes vagues s'en sont allées.

Le premier volume publié en 2002 a été intitulé "Le portrait de Shigeo Nishii" En parcourant ce livre, je trouve beaucoup d'hommages à Shigeo, de la part de nos amis d'affaire et de nos employés, y compris de moi.

Les six années entre les volumes 1 et 2 représentent beaucoup pour le futur de notre affaire.

Il y a 20 ans

C'était il y a 20 années lorsque j'ai joint Chuo Boshi. Un jour, l'un de mes collègues aînés m'a dit que "en travaillant ici vous traverserez un modèle réduit de votre vie elle-même."

J'ai interprété ces mots superficiellement alors. Parce que je pensais que ces mots s'appliqueraient à toute compagnie, peu importe où que je travaille, car une "compagnie" reflète après tout le caractère de la gestion et des ouvriers. Maintenant, je sens rétrospectivement, que j'interpréterais ces mots différemment. Cette compagnie, comme je le vois maintenant, est vraiment comme une famille. Nous ne croyons pas aux idioties, mais appelons une bêche une bêche. Nous ignorons la priorité d'âge, les traditions et le précédent. Nous nous adressons les uns aux autres par nos prénoms.

C'est un groupe de gens francs et éclatants.

Lorsque nous demandons leur impression de notre compagnie aux candidats du recrutement, ils disent que c'est comme une famille. Lorsque la même question m'a été posée, j'ai dit que c'était comme voir une région hors-la-loi, parce que j'avais été surpris par l'atmosphère de la compagnie quand j'ai été guidé à travers les bureaux et l'usine. Une famille et une région hors-la-loi, ces deux notions sont le cœur de mon impression et elles s'allient aux mots "un modèle réduit de vie elle-même"

Gestion du personnel à Chuo Boshi

"Demandez de l'aide à quelqu'un pour quelque chose." C'est ce que j'ai appris il y a 20 années mais c'est encore la base de la gestion humaine dans notre compagnie. Quelques ouvriers à notre usine étaient têtus et ont repoussé ces offres qui les aideraient sans aucun doute. Par exemple, un ouvrier insistait pour une assurance maladie sociale séparée pour sa vieille mère qui paie une haute prime, alors que ce serait beaucoup plus économe de la catégoriser comme dépendante, et quelqu'un d'autre payait un intérêt outrageant en empruntant d'une compagnie de banque privée douteuse, ou quelqu'un d'autre qui continue à boire de l'alcool, en négligeant le conseil de son docteur.

Ce sont les problèmes solubles et je me garde bien de m'interposer, bien que cela puisse avoir des répercussions de la part de l'employé. Il n'y a pas de messages de remerciement d'eux. Quelquefois j'ai senti qu'ils étaient ingrats.

Parfois j'ai organisé des excursions de la compagnie. Ils étaient aussi ingrats. Mais quelqu'un m'a fait comprendre que je ne devrais pas chercher de récompenses. Je me suis rendu compte que j'avais tort d'attendre des remerciements. Depuis, ma politique est devenue très claire. "Demandez de l'aide à quelqu'un." Cette devise m'a aidé à accomplir mon devoir dans la gestion humaine à Chuo Boshi.

Il y a beaucoup de gens qui travaillent avec nous. Tout le monde a son propre style de vie. Mais je pense que mes politiques seraient applicables pour n'importe qui en toutes circonstances.

Tokushima Boshi

Chuo Boshi a une filiale du nom de Tokushima Boshi, dans la Préfecture de Tokushima. Elle a été établie en 1976 et a maintenant 25 employés C'est l'usine qui a la plus haute productivité parmi nos cinq filiales.

Le directeur de l'usine, M. Horiuchi, est mort en 2004.

Lorsqu'il était vivant, il me demandait constamment que je lui trouve un successeur parmi le personnel de quartiers généraux. Je temporisais, ne sachant pas qu'il mourrait si rapidement. Mon raisonnement était que l'usine Tokushima était importante, et personne ne serait aussi capable que M. Horiuchi pour prendre cette responsabilité. J'ai même recruté des candidats à former que j'ai assignés plus tard à Tokushima, mais ils sont tous partis après peu de temps.

Maintenant avec sa mort je n'avais plus aucune excuse. J'étais sous pression et c'était le pire moment que j'ai éprouvé. Les ouvriers se sont inquiétés et le moral était assez bas.

Etsuko Horiuchi comme Nouveau Directeur de l'usine Tokushima

Etsuko ou Etchan était la femme de feu M. Horiuchi. Elle avait travaillé précédemment à cette usine et prise sa retraite, mais après la mort de son mari, elle a pris la décision de revenir. Elle n'a pas gaspillé de temps pour ré-élever la productivité de l'usine et deux mois après qu'elle ait commencé le résultat mensuel a montré l'augmentation sur l'année antérieure. Je n'ai jamais vu un tel exemple où les esprits des ouvriers ont été unis ensemble si hermétiquement. Etchan, pendant ma visite l'année dernière à l'usine Tokushima, m'a rapporté que le parti de la compagnie qu'elle avait tenu était si heureux et gai, avec tout le monde y compris les travailleurs à mi-temps qui participaient.

Han Ku Moja ou le coréen

C'était en 2002 lorsque la place de directeur de production à Chapeaux Coréens m'a été assignée, donc j'ai six années d'expérience avec cette unité de la production. Cette usine a été établie comme une coopérative en 1970 à un parc industriel en Corée.

Shigeo Nishii, le fondateur de notre compagnie, habitait à Daikyu, Corée avant qu'il ait été recruté dans l'armée, et il disait toujours que Daikyu était la maison de son cœur. Son frère, Tomekichi, le père de Shigeo, dirigeait un grand magasin à Daikyu. Avec cette origine, la Corée est associée étroitement à la famille Nishii. Le président de Chapeaux coréens a envoyé son message commémoratif pour le 50e anniversaire et son message a été imprimé dans le volume 1 de ce livre.

Cependant, les Chapeaux coréens ont diminué cette année. Ils ont été liquidés. Ce que j'ai fait était de diriger le processus de liquidation. Heureusement, le bilan était sain et nous pouvions payer quelque prime de départ aux employés aussi bien que quelque

dividende aux actionnaires.

Susumu et Shigeo étaient fréquemment à Daikyu en visite et Shigeo écrivait dans le premier volume de ce livre qu'il aimait réciter quelques phrases d'un poème lyrique allemand sur la colline de Daikyu au crépuscule. Aussi, j'aime ce poème parce qu'il me rappelle feu Shigeo qui disait toujours "Le rêve est important. C'est votre fin si vous perdez votre rêve."

Les Chapeaux coréens n'existent plus, mais sa mémoire ne mourra jamais, tant que Chuo Boshi existe et qu'il y a des chapeaux dans ce monde. Au revoir chapeaux coréens!

Mon Chuo Boshi

Ce dont je suis très fier de ma compagnie c'est qu'elle aide des gens agressifs. Quand quelqu'un veut élever leur compétence en étudiant, la compagnie le subventionne, sans compter sur un retour. Elle répond aux besoins de l'employé, mais ne s'impose jamais sur quelqu'un ni ne les force à faire ce qu'ils ne veulent pas faire. Cependant, il y a une condition pour la compagnie quand elle veut subventionner. C'est le caractère agressif du candidat. Cela fait partie de notre tradition depuis le temps de Shigeo. Le décret est fort et on doit essayer puissamment. Cependant, si ils y manquent cet échec ne sera pas puni.

Il y a beaucoup de jeunes gens techniques dans l'usine des quartiers généraux ici à Osaka et il y a un bon moral qui a été stimulé par l'ancien directeur de l'usine, M. Yoshio Yamashita. Ils commettent des échecs parce qu'ils sont nouveaux à l'affaire, mais la compagnie ne les blâme pas tant qu'ils font de leur mieux et que les échecs les instruisent pour des résultats améliorés dans le futur. Il n'y a, je pense, pas beaucoup de compagnies où l'initiative individuelle est appréciée ainsi par la gestion.

Cette compagnie prend bien soin de ses ouvriers féminins. Les installations que nous offrons aux ouvriers féminins sont très bien conçus pour leur commodité. Nous fournissons même une crèche libre pour leurs enfants pour éliminer leur inquiétude en travaillant. C'est aussi une part de la tradition et je m'assure que la tradition soit continuée.

Je me questionne maintenant de savoir pour qui j'écris ceci. Je suis incliné à le considérer comme un hommage à feu Susumu et Shigeo.

Pour finir, je souhaite remercier les clients qui nous ont traités avec appui, et mes collègues qui ont consacré leur passion à fabrication du chapeau. J'espère qu'ils

continueront à mener et à m'aider.

Contrôle de la production

H.Fukudo (F) K.

Hayashi (H)

Quand est-ce que vous vous êtes joints?

F: A partir d'octobre 1 1976. Mon premier travail était la finition et qualité-contrôle de chapeaux de non-structure. 6 mois plus tard j'ai changé à la section de sourcing où j'ai lié des co-processeurs privés avec l'usine. J'ai fait ce travail pour environ 20 années. Alors j'ai changé au contrôle de la production. Mon travail est de contrôler le programme de la production et les dates limites de la livraison

H. j'ai joint en avril 1976.

Presque en même temps que F-san.

H. oui. C'était le temps de la "masse-recrue" et j'ai été embauché avec quelques 50 personnes. J'ai commencé avec le moulage et j'ai continué au sourcing, et alors au contrôle de la production.

Vous avez dû voir beaucoup de changements.

H. Oui il y avait beaucoup de gens alors. Une atmosphère éclatante F. En ces jours-là nous avons fait des dizaines, ou quelquefois des centaines de douzaines dans un style. Dans la section de moulage il y avait 30 ouvriers féminins seulement pour les accessoires uniquement. De nos jours il n'y a plus de masse-production, et "beaucoup de genres dans les petites quantités" le style de la production prédomine.

Combien de gens fonctionnent maintenant dans votre région?

F. Dans la région de la production des quartiers généraux, il y a des 75 personnes.

H. Et il y a quatre usines de branche chacune de 20 à 25 ouvriers.

Quand est-ce que vous avez changé la production de masse au donc appelé "beaucoup de genres dans les petites quantités?"

H. Cela a changé sur beaucoup d'années donc il n'y a aucune date de transition nette. Au temps de masse-production deux à trois cents douzaines par modèle était très commun. De nos jours nous avons tant de variétés de modèles et quelquefois nous devons faire moins d'une douzaine par modèle F. Les gens aujourd'hui préfère être différent des autres. Dans les jours de masse-production, tout le monde en a accepté un et du même modèle si c'était la mode.

Oui, en effet.

F. Ils sont devenus très sélectifs. Les variétés sont voulues pas seulement dans les modèles mais aussi en couleurs. L'efficacité est perdue. Pour rendre la situation pire, il y a une tendance vers plus de complexité dans le dessin qui rend notre travail plus complexe.

Changement dans le processus de la production lui-même?

H. Oui. Par exemple, couper peut être fait dans un processus dans la production de

masse, et d'un coup pour beaucoup de feuilles de structures. Mais aujourd'hui il y a tant de variétés de modèles dont chacun a besoin d'un processus de coupe différent.

F. Oui, les modèles différents ont besoin de traitement différent.

H. La Couture est un autre problème. Contrairement aux vêtements, les chapeaux sont ronds et en trois dimensions avec beaucoup de parts et d'éléments, afin que quand il y a beaucoup de variétés, ils deviennent vraiment difficiles.

F. Nous vendions ce que nous pensions bon et le marché a suivi. Aujourd'hui nous devons écouter ce que le consommateur veut. Donc nous devons préparer tant de variétés et le temps du rôle principal de la livraison devient aussi plus court.

Est-ce qu'il y a des saisons dans votre travail de contrôle de la production?

H. Oui, de février à mars est le sommet pour les chapeaux d'été. D'août à septembre pour les chapeaux hivernaux. Parfois très pris avec mon programme chargé, je descends souvent à une usine de branche distante avec mon camion pour ramasser la livraison.

F. Ma veste est marquée avec un surnom qui combine mon nom avec le nom .H-san. Sa veste est aussi marquée avec le même surnom de la combinaison. C'est le symbole qui signifie que nous travaillons toujours en tandem. Ce surnom a été inventé par le grand patron, Mr.Nishii. Ca ressemble à une marque interne

H. Ce surnom est peint même sur notre camion de ramassage. Même quelques-uns de nos collègues ne savent pas ce que ce surnom signifie.

Je pensais que c'était un logotype de quelqu'autre compagnie.

F:Le grand patron les a faits pour nous.

H. le surnom est peint sur le camion mais il n'y a aucune mention du nom de la compagnie, Chuo Boshi. Quelquefois les gens ne peuvent pas dire de quelle compagnie nous venons On dirait que vous travaillez pour une compagnie de transport F: Commode lorsque nous sommes en retard (rire).

Est-ce que vous êtes souvent en retard?

H: Très souvent F: Tant de commandes de livraison dans la région des ventes que la logistique de la livraison est toujours très serrée.

Combien de gens sont là dans la région de contrôle de la production?

F: Neuf Y a-t-il beaucoup de coprocessors qui ont une longue histoire de travail avec vous?

F:La plupart ont une longue histoire. Ils sont très vieux, avec plusieurs qui sont dans leurs 70e années, et quelquefois même 80e.

H: Si ils n'ont pas de jeunes successeurs c'est la fin.

Au sujet de la dimension de leurs usines?

H: Quelques grandes, et quelques petites.

F: Quelques-uns sont nos ex-employés. et quelques-uns sont fils de magasins de chapeau. Nous devons cependant, compter aussi sur les co-processeurs chinois, parce que la disponibilité domestique de co-processeurs est limitée.

Nous pouvons acheter les chapeaux aux supérettes de quartier, parce que les chapeaux ne sont plus chers.

H:Oui, les chapeaux sont vendus de nos jours aussi dans les magasins de 100 yens.

Le plus grand élément du coût est la main-d'oeuvre?

F:Oui, le coût de la main-d'oeuvre est le plus grand.

Parce que c'est fait à la main, morceau par morceau, n'est-ce-pas?

F: Le coût de la main-d'oeuvre est le coût fixe au Japon parce que nous ne licencions pas habituellement les gens. Donc c'est important d'obtenir que les ordres ne gaspillent pas la force de la main-d'oeuvre à l'attente à la période lâche.

Au sujet du volume de la production? Est-ce qu'il décline?

F: Bien, pas tellement au total, bien que le volume de la production à l'usine des quartiers généraux et aux autres usines domestiques déclinent. La balance vient d'usines en Chine. Nous voyons que les chapeaux reviennent pour les gens les plus jeunes. Aussi, les chapeaux sont utilisés comme protection-soleil en été.

H:Quand les teintures de cheveux étaient à la mode parmi les jeunes générations, il y avait du déclin.

Donc la mode est un facteur important H.Oui, beaucoup.

F. Chaque année il y a un changement dans la mode et nos revendeurs doivent se débrouiller avec cela. Cela résulte en un raccourcissement du temps du rôle principal de la livraison.

H. Et ces courts ordres de l'avis viennent de beaucoup de revendeurs.

F:Nous ne pouvons pas prévoir et anticiper la mode de la saison future, ce que nous pouvions faire de cette manière comme faire l'inventaire aux moments de période lâche il y a des années. Nous devons maintenant attendre jusqu'à ce que les revendeurs viennent à nous avec leurs ordres spécifiques. Si nous augmentons les employés pour faire face avec le temps chargé, nous aurons gaspillé la capacité en période lâche, ce travail exige de l'expérience donc nous ne pouvons pas embaucher des ouvriers temporaires qui manquent d'expérience. Ce sont les difficultés pour maintenir le système de la production, que ce soit interne ou coprocessor.

Est-ce que le contrôle de la production exige aussi de l'expérience?

H. Oui. Chaque facilité de la production a quelque spécialité et vous devez vous souvenir de quelle facilité peut faire cela mieux qu'une autre. Cela a besoin d'expérience.

F: Peut-être de quatre à cinq années pour maîtriser l'essentiel.

Quels sont vos problèmes et défis?

F:On ne peut pas prédire ce qui se vend bien et par conséquent on ne peut pas faire d'inventaire en temps mort. Les gens d'usine demandent toujours que nous obtenions les commandes plus tôt afin qu'ils puissent éviter le surplus de travail et économiser le coût. Ce sont les problèmes éternels auxquels nous avons à faire face dans la mesure où nous sommes dans les affaires de mode.

Les gens d'usine veulent avoir assez de temps d'avance. N'est-ce-pas?

F:Oui, ils veulent prendre le temps de faire de bons chapeaux.

H: Et les problèmes arrivent lorsque nous faisons les choses en hâte.

F. Les travaux human ne peuvent pas éviter les erreurs, surtout dans la hâte.

Est-ce que la région des ventes demande que vous attendiez jusqu' à ce que les demandes des revendeurs deviennent claires et définies?.

F: Ils comprennent la situation et nos problèmes mais ne peuvent pas éviter de nous forcer à attendre.

H. Si les commandes viennent plus tôt de un ou deux mois, nous aurons ample temps de faire un bon travail.

F:Oui, s'il y a un tel temps, nous pouvons réduire aussi la perte inutile.

Est-ce que vous éprouvez quelques moments de recompense?

H. Oui, lorsque nous pouvons rencontrer la date limite. Aussi, lorsque nous pouvons éviter les erreurs, nous nous sentons récompensés. Le marché a changé et il y a toujours des situations serrées.

F. Nous nous sentons récompensés lorsqu'un projet fait un bon profit, Vous pensez que les concurrents étrangers vous rattrapent?

F.Oui, particulièrement maintenant quand il y a tant de variétés.

H. Les chinois sont devenus meilleurs. Il y a quelques années nous pouvions les surmonter. Ils pouvaient faire seulement des travaux simples.

F. Il y a des produits plus compliqués de Chine qu'avant. Leur qualité s'est aussi améliorée.

Donc ils peuvent rivaliser avec vous quant à qualité, aussi.

F. Oui, et nous devons nous efforcer de faire mieux parce que la qualité est toujours notre devise.

Quelle partie de vos travaux a besoin d'attention?

F. Les points faibles ont tendance à se montrer lorsque le travail est fait dans la hâte. Si vous coupez trop de structures d'un coup, il y aura des erreurs parce que les structures glisseront. Coudre dans la hâte fait de la pauvre qualité. Mouler est la même chose. Les travaux rapides sont sales.

Donc vous devez regarder toutes les étapes de traitement.

H. Très vrai. Les travaux dans la hâte donnent de pauvres résultats F. Particulièrement donc ces jours-ci lorsque nous avons des dessins plus compliqués. Vous avez besoin de temps pour comprendre et digérer le concept afin de faire un bon chapeau de dessins compliqués.

H.Surtout dans les usines locales. Dans l'usine des quartiers généraux, le bureau de dessinateurs est juste en haut et les ouvriers peuvent leur demander facilement. Dans l'usine locale ils doivent interpréter le concept de la description du drap de l'ordre reçu des quartiers généraux. Nous augmentons l'explication par téléphone mais ce n'est pas toujours suffisant. Nous essayons d'envoyer l'échantillon fait par les dessinateurs

à l'usine locale aussi souvent que nous le pouvons, mais quand il n'y a pas d'échantillon, ils jugent des mots sur papier.

Que sont vos objectifs à long terme?.

H. Garder la promesse sur la livraison. Nous avons eu plusieurs fiascos cette année. Nous ne voulons pas les répéter.

Encore à cause de la limitation du temps?

H. Oui, tout est sur le papier de l'instruction mais c'est facile de manquer une ou deux directives importantes.

Donc vous faites tout à partir de la description du papier de l'instruction.

H. Oui le directeur de l'usine donne des ordres nécessaires qui concerne ce papier. Il comprend et interprète la description de comment couper, coudre, mouler en regardant ce papier. Théoriquement, il ne devrait pas y avoir d'échec, si tout est fait comme c'est écrit. Ici vient cependant un facteur humain qui manque un ou deux points. Nous devons nous efforcer de faire mieux, en nous renforçant.

Et vous?

F. Le temps et la marée sont contre nous quant à production domestique. Je préfère maintenir cette usine au Japon au lieu de faire le sourcing outre-mer.

J'ai senti que tous les départements sont dans celui-ci pour construire et coopérer les uns avec les autres.

F. Oui. Donc ce sera idéal si nous pouvons continuer de cette façon. Nous nous efforcerons de faire cela.

Golf

S.Yamashita: Y

Y.Onishi: O

O: Je comprend que nous parlons de Golf aujourd'hui

Y: Je l'ai entendu dire du patron hier mais je me demande de quoi parler

O: Il est vrai que tous deux aimons beaucoup le golf, mais je ne comprends pas pourquoi nous devons parler de golf dans ce livre.

Je ne sais pas non plus pourquoi votre patron me l'a dit, veuillez commencer

Y: J'ai maintenant 60 ans, j'ai joint cette compagnie lorsque j'avais 19 ans et je viens d'atteindre l'année de ma retraite. Je travaille maintenant à la division Eccletico comme personnel d'Organisation / Ventes. J'ai l'intention de travailler pour encore dix années jusqu'à ce que j'ai 70. Pour cela je dois être sain et c'est pourquoi j'ai commencé à jouer au golf. J'ai commencé à l'âge de 40 car j'ai commencé tard je ne m'améliore pas beaucoup

O: Vous vous améliorez.

Y. Pour ma santé et aussi pour les rapports avec les clients j'ai commencé le golf. Nous n'avons pas même beaucoup de joueurs dans notre compagnie.

O. Non, pas beaucoup. Le golf n'est plus un outil de divertissement. Nous ne parlons pas d'affaires au jeu de golf ces jours-ci. Les gens de wholesale me le disent donc.

Vous jouez souvent?

Y: Une fois tout les deux mois ou donc. 6 à 7 fois par an. Ce n'est pas la façon de s'améliorer. Vous jouez plus souvent quand vous êtes un membre d'un club donc vous allez au moins une fois par mois je pense.

O: Deux fois par semaine en moyenne. Vous avez parlé de comment devenir sain avec le golf mais au contraire j'ai ruiné mes genoux en golfant. Donc lorsque je dois marcher loin ça me donne un grand fardeau. Une surprise est que mes genoux s'améliorent lorsque je marche à un jeu de golf. C'est étrange parce que mes genoux ont été endommagés par le golf, mais en tout cas le golf les talonne. Je prends le golf comme un baromètre de ma santé, c'est, lorsque je peux aimer le golf que je sens que je suis OK. Je demande à mon docteur si je peux continuer comme cela et il

répond "Oui vous pouvez jouer au golf. Si non, le stress grandira et vous fera par conséquent du mal " je vais jouer au golf deux fois par mois. Mais je ne vais plus au club.

Y. je ne vais pas jouer au golf si souvent mais au club. J'ai frappé là 100 balles par semaine. Cela paraît marcher bien pour moi.

O. Vous faites tourner un club plus que je ne le fais.

Y. Oui peut être donc. Je fais tourner le club pour rester bon. J'ai joint cette compagnie lorsque j'avais 19 ans mais avant cela j'étais un athlète de champ dans mes jours scolaires. Le jour avant les vacances d'hiver d'une année qui était le 30 décembre j'ai fait une longue distance de ma maison à Shiga jusqu'à la ville d'Osaka. Cela a pris huit heures et j'ai exécuté cette distance avec mon costume athlétique au milieu d'un hiver frais. J'étais fort alors.

C'est une vraie distance

Y. je l'ai fait parce que mon patron m'a dit que je devrais essayer de faire quelque chose d'exceptionnel au jour de fermeture de l'année. J'étais jeune, alors.

O: Au sujet de vos bagages? Est-ce que vous les avez envoyés?

Y. Oui, j'ai envoyé mes bagages. J'avais des pièces dans mes chaussures pour coup de téléphone d'urgence, et c'est tout. Je me

suis formé de cette façon et rétrospectivement je pense que je suis encore fort grâce à la formation de ces jours quand j'étais jeune. J'ai plus de 60 ans mais lorsque je frappe une balle du golf avec un conducteur je peux le faire voler quelques 250 yards. J'aime beaucoup étudier les propriétés des balles et des clubs et cette étude contribue à mon bon record. Mon but est de faire le coup de conducteur de 200yards à mon âge de 70 ans. Avec une telle vigueur je souhaite défier mon travail de bureau, aussi, pour une autre dizaine d'années. Je pense que je peux faire les deux, travailler et jouer au golf, très bien, avec des scores améliorés.

O: Vous avez l'air plus jeune que vous n'êtes.

Quel âge avez-vous?

O: Qu'est-ce que vous pensez, si vous me comparez avec celui qui a 60 ans.

Je devinerais que vous êtes dans le milieu des 50e années.

O:oui, j'ai encore 54 ans

Y: Bientôt vous en aurez 60. Vous devez continuer à vous entraîner.

O. C'est peut être difficile de devenir plus fort mais je veux me garder comme je suis maintenant. Mes yeux deviennent plus

vieux et mon corps aussi. Je veux garder le niveau courant. Si je ne peux pas faire cela ça sera un stress.

Travailler sans jouer rends tout le monde bête.

Y. Ouais

O. Le golf est important par conséquent.

Y: Rafrâichissant et amusant, au moins

O: Oui beaucoup, ça repousse votre stress peu importe comment est votre score

Y. J'ai fais une fois un trou en un. Regardez ceci (montrant une carte commémorative) C'est une carte téléphonique payée d'avance et je l'ai utilisée, mais je la garde encore.

La date lit le 8 décembre 2001

O: Oui je me souviens de cette carte. Je l'ai aussi utilisée mais je la garde, aussi.

Y. Vous ne pouvez pas faire très souvent de trou en un. Peut-être une fois dans votre vie. Je veux en faire un une fois avant de partir. Je veux aussi défier l'"âge-pousse" ou laisser moins que mon âge à un score. C'est une bonne manière ou coutume de faire un tel cadeau commémoratif pour tout le monde lorsque vous faites un trou en un, pourtant ça coûte de l'argent.

O: Je ne savais pas que faire mais j'ai suivi le conseil d'un ami. C'était l'égal de la compétition d'une communauté d'affaire et nous faisons deux ronds. J'ai fait le trou en un à ce moment.

Y: Oui vous devez faire des cadeaux et dépenser de l'argent pour une telle occasion

O: Oui. Si je l'avais fait sur un jeu privé je ne devrais pas faire de gros cadeaux. J'ai dépensé beaucoup en tout cas et appliqué est-ce que vous aviez la compétition de golf dans la compagnie à une grande échelle pour rédemption d'un "trou dans une assurance?"

O: Il y avait des compétitions que le président courant a parrainé. Il a commencé le golf pour des événements de golf parrainé par une compagnie de client. Il a fait cela dans la compétition de la compagnie seulement pour deux années. J'y ai participé en empruntant un club d'un ami et alors j'ai appris le plaisir de frapper une balle de golf. Un home-run de base-ball est seulement 100 yards mais avec le golf vous pouvez faire voler la balle deux fois plus. C'est un enthousiasme d'être dans un parc de golf vert et depuis lors je n'ai jamais pû me lasser de ce plaisir. Ca fait longtemps, peut-être 20 années.

Y: Je l'ai fait pour 21 années donc ça devrait être presque la même chose.

O Vous avez participé après que vous eussiez eu quelque expérience d'entraînement. Il y a une différence de quelques trois à quatre années dans la carrière du golf, je devine

Y: Vous jouez plus souvent que moi donc vous vous améliorez

O Le vrai talent est en vous.

Y. Non, non, vous avez plus d'expérience à jouer avec les gens en dehors de notre compagnie. Mes camarades sont tous des collègues et les clubs n'ont pas d'ondulation, comme le vrai vert.

O: Le club dont je suis membre tient une compétition mensuelle et j'essaie d'être là aussi souvent que je peux. Je le joins seul donc les trois autres sont inconnus de moi. C'est une compétition officielle donc ils jouent tous très sérieusement. Quelquefois je suis un étranger parmi trois amis proches et quelquefois je joue avec trois loups solitaires. En tout cas je joins seul et je me forme là. De plus je développe la sphère de mes connaissances à jouer avec des gens que je ne connais pas.

Y. Une bonne expérience.

O. J'apprend des manières que je ne connaissais pas d'eux.

Y: Certains vous en parlent.

O: Quelques-uns

Y. C'est très bien. Trois personnes autour de vous vous rendent plus alerte lorsque vous ne les connaissez pas. Si ils vous enseignent des manières qui vous donneront la chance d'apprendre de nouvelles manières.

C'est important que vous rencontriez quelqu'un que vous ne connaissez pas aux rencontres de golf.

Y: Oui, vous rencontrez des gens dans différentes branches

O; Vous pouvez créer de nouveaux amis et vous rencontrerez encore des loups solitaires que vous avez rencontré il y a longtemps.

Y. Nous parlons de golf aujourd'hui mais nous ne faisons pas habituellement cela.

O: Nous n'avons pas beaucoup de fous du golf ces jours-ci. Il y a des années votre frère était un enthousiaste du golf.

Y: Il a aimé organiser des compétitions, arrangez pour les prix, et ainsi de suite. C'est important d'avoir un tel organisateur. Lorsque je parle avec des clients nous parlons de nos jours rarement de golf. Les fous du golf sont devenus vieux et nous

avons besoin de remplissage par un sang plus jeune.

O. On jouait avec les clients aux jours de semaine. Maintenant c'est rare que nous voyons des joueurs de golf les jours de semaine. Le golf n'est plus un bon outil de divertissement pour nous. C'était important pour les vendeurs d'être capable de jouer au golf. Nous nous entraînions deux mois avant un jeu important avec des clients. Lorsque je ne pouvais pas dormir la nuit avant, mes enfants ont fait un idiot de moi en disant que papa est comme un élève à la veille d'une excursion scolaire.

Y: Seulement très peu de gens jouent au golf dans notre région des ventes

O: Moins dans la région de la production. Ils viennent quand il y a une compétition importante.

Y: Un de mes patrons était un fan du golf. Il a parlé tout les jours de golf. Si nous avions autour de nous quelqu'un comme lui vous, vous serez tirés dans cette direction

O: Il y avait quelqu'un vers vous qui joue au même club

Y. Vous parlez de Monsieur.F?

O: Oui, il vous réserve aux fêtes.

Y. Oui. J'ai joué avec lui un an. Il m'a forcé à commencer à

jouer à 5 heures du matin.

O: Il a insisté que vous vous joignez parce que la réservation était là

Y. Il y a des gens comme cela. Mais je me suis amélioré un peu grâce à ces gens et je suis devenu plus sain, aussi.

O: Vous avez pratiqué le balancement du club chaque nuit. Vous avez acheté même quelque costume à mettre quand il fait froid pour balancer dehors.; J'ai maintenant plus de 60 ans et ne peux pas m'efforcer beaucoup. Mes hanches ont quelque problème, aussi. Je dois me contrôler.

Je pense qu'il y a eu un vrai changement, pas seulement à Chuo Boshi, mais aussi avec les autres compagnies. Un changement d'atmosphère ou de climat. C'était beaucoup plus plaisir-orienté, tel que la promenade de la compagnie ou les tournois de base-ball.

O; Oui, nous jouions beaucoup plus. Nous habitions dans le dortoir et nous avons joué ensemble. Il y avait beaucoup plus de chances pour les activités de groupe pour le plaisir.

Y. Chuo a une équipe de base-ball, aussi. L'événement de sport au Japon était à l'origine le base-ball. Presque chaque compagnie

avait sa propre équipe de base-ball, Quelquefois les qwe ont été demandés d'envoyer trois équipes pour un tournoi. De nos jours les gens deviennent plus vieux et ils changent pour la balle souple.

Y. Est-ce que nous avons encore des équipes?

O. Oui, deux. Les filles s'associent aussi. C'est aussi bien.

Y. Nous n'avons pas de promenade de compagnie ces années-ci. Nous sortions souvent avec l'autobus.

O. Une fois par an une grande visite de groupe avec autobus, et nous avons joué au golf le jour suivant.

Avec la plupart des compagnies il y a de moins en moins de promenade de groupe. Les plus jeunes ouvriers n'aiment pas, je devine.

O; Oui. La promenade de groupe n'est plus accueillie, pourtant la compagnie paie toutes les dépenses. Ils préfèrent le football au base-ball. Nous n'avons pas beaucoup d'événement de sport, à moins que nous joignons un club. Nous n'avons pas d'occasions de s'adonner aux activités de sport. Etant jeunes nous avions toujours quelque chose, même un petit jeu de ballon dans un espace ouvert. Il n'y a pas de tels espaces ouverts aujourd'hui.

Y: Plus de circonstances et d'occasions comme nous avons

O: Nous pourrions trouver des installations pour le tennis, par exemple, même aujourd'hui. Mais il n'y a plus d'installations pour les jeux de ballon.

Y: Le golf est facile à faire avec un petit nombre de gens.

O: Deux au minimum seront assez, si vous êtes préparé à jouer avec une personne inconnue.

Y: Il y a des cours de golf qui peuvent être joués seulement avec deux personnes

Y: Je suis minutieux au sujet de l'équipement de sport. Quand quelque chose de nouveau sort je l'achète et vend ce que j'utilise actuellement. Donc en six mois je deviens propriétaire de l'équipement le plus nouveau.

Je suis un vieil homme mais lorsque je fais un bon coup avec un équipement neuf mon moi est satisfait.

O. C'est un aspect intéressant. Dans le golf ce qui compte c'est le score, mais vous êtes capable de dépenser votre énergie à faire un bon coup, surtout lorsque vous utilisez un conducteur. Combien de yards sont très importants pour vous. Si un trou du dragon est dans la compétition, je fais attention à ce trou et je finis avec un

pauvre score.

Y. Oui j'essaie de faire voler ma balle une bonne distance peu importe mon âge. Mon ami fait 200 yards. Je veux faire 200 yards pour encore dix ans. Mes cours ont 300 yards et pas beaucoup de gens peuvent atteindre cela, à l'exception d'un professionnel. Donc 250yards est mon but courant.

O: Les balles pour entraînement ne volent pas beaucoup

Y. Mes balles sont pour les vrais jeux. Il n'y a pas beaucoup de cours où je peux tracer ma balle à la fin. Cela me donne un autre plaisir.

O; Oui, même un entraînement au club est amusant

Y. Vous pouvez changer votre humeur et le golf est aussi agréable que le travail. Nos gens des ventes sont comme les propriétaires de boutique où ils créent leur propre design et vendent. Ce mode de travail récompense j'aime beaucoup créer des nouvelles matières pour chapeau donc j'organise maintenant un truc frais pour l'été prochain que je crois exceptionnellement chaud. Tout le monde organise et fait sa proper chose. C'est comme un petit magasin-propiétaire. C'est occupé mais récompensant.

Vous rivalisez avec vos collègues pour un client.

Y. Oui nous faisons ça. Par conséquent il y a toujours une compétition dans notre compagnie afin d'être le premier à attraper une nouvelle matière, et à créer un nouveau chapeau avec, et à recevoir des commandes pour ce chapeau. Dans ce processus vous êtes formés dans vos idées, capacité d'évaluer la matière, créativité, etc... Ce sont les forces de base qui supportent Chuo Boshi.

Et cette énergie éclate dans le golf, aussi

Y. Certes

Y: Est-ce que cette conversation au sujet du golf est OK pour le nouveau livre? Je m'inquiète (rire)

O: Je m'inquiète, aussi. Est-ce-que parler du golf ainsi est acceptable?

J'ai parlé avec beaucoup de gens et j'ai entendu beaucoup d'histoires au sujet de l'affaire et j'ai été impressionné par la façon dont ils travaillent dur. Dans un tel contexte il n'y a pas de temps pour vous calmer comme votre temps de loisir. Ici je pourrais en trouver un et je suis un peu décontracté.

O: Un bon joueur de golf a quelque réserve supplémentaire de force. Un bon ouvrier, aussi.

J'essaie toujours d'en avoir plus mais je ne peut pas. C'est difficile pour moi, peut-être toujours.

Cette section de golf est une "réserve" importante dans ce livre, en montrant le pouvoir de réserve de Chuo Boshi. C'est ce que je ressens.

O: Nous n'avons aucune réserve.

Y: Le chiffre des ventes n'est pas assez bon et il n'y a aucune réserve pour moi, aussi. Lorsque le dossier de vente est bon je me sens OK mais continuer cela est complètement difficile. Je dois essayer de m'efforcer en tout cas. C'est difficile, mais je dois avoir aussi de l'espace de ralentissement dans mon esprit et attitude.

Vous avez besoin d'un ralentissement lorsque le monde est dur pour vous.

Y. Oui, tout le monde est dur et je me trouve nerveux. Je dois rester calme et me délasser et avoir quelque pouvoir de réserve pour vaincre toutes les épreuves que le monde m'offre.

O; Donc c'était l'objectif de cette conversation du golf. Nous laisser avoir quelque ralentissement (rire).

Y.Maintenant je m'en rends compte (rire)

Tanaka(T)

Miyata(M)

Ito(I)

Furuyashiki(F)

Dites-moi au sujet de votre histoire et ce que vous faites

T: Je fais la couture dans la section du chapeau des dames. J'ai maintenant travaillé ici 20 années. Lorsque j'ai joint j'ai travaillé dans la section de moulage et je vérifiais la qualité des marchandises finies pour un an. J'ai alors bougé à la section de couture et depuis lors je n'ai jamais bougé.

Quelle était votre impression de Chuo Boshi lorsque vous avez joint la compagnie.

T. Il y avait beaucoup plus de gens autour de moi. Les adolescents et ceux de 20 ans étaient là, j'étais aussi jeune. Je n'ai pas ressenti beaucoup de responsabilité. Je faisais des choses de n'importe quelle façon, Mes supérieurs m'étaient tout agréables et c'est pourquoi j'ai été capable de continuer jusqu'à aujourd'hui.

M: J'ai travaillé ici, quitté une fois, je suis revenu, je suis encore parti, et encore revenu, etc... Au total j'ai travaillé ici deux à

trois années. Donc vous avez une plus longue carrière.

T: Bien, vous me menacez (rire)

M: Lorsque j'ai joint cette section, ça a été appelé Giken (Research Technique). J'étais là le seul nouvel-arrivant. Tout le monde autour de moi était plus vieux que moi, donc je devais essayer très difficilement de rattraper. C'était beaucoup plus occupé que maintenant donc les circonstances étaient beaucoup plus sévères.

I: J'ai travaillé ici de 7 à 8 années. J'ai commencé à faire le compte-rendu du travail cléréal au chef de l'usine. Mais j'ai été formé dans la couture, aussi. Finalement j'ai joint Giken. Lorsque j'ai joint il y avait beaucoup de jeunes gens et je pensais que l'atmosphère était agréable et éclatante.

T: Ces jours-là il y avait 20 à 30 nouvelles recrues chaque année. C'était le temps du père du patron courant. Avoir plus de gens était la politique de la compagnie, alors. La nouvelle cérémonie de la recrue a été entassée beaucoup. Maintenant nous avons seulement 2 ou 3 recrues par année.

La plupart des compagnies sont comme ça.

F: J'ai commencé comme temporaire et je faisais le réceptionniste. Quelqu'un dans le contrôle de la production a quitté pour se

marier et je lui ai succédé.

C'était il y a trois années

Quelle était votre impression lorsque vous êtes venu ici comme ouvrier temporaire?

F: Je n'avais aucune expérience de travail et je pensais que c'était une bonne compagnie.

J'avais de la difficulté à me souvenir des noms et visages des ouvriers. Il y avait au moins 200 personnes dans les immeubles des quartiers généraux seulement.

Est-ce que Giken existe encore aujourd'hui?

M: Oui, le nom a changé légèrement, pourtant.

Mais aucun changement dans ce qui est fait là?

M: Ca reste le même. Le travail est de créer un prototype que nous appelons " premier échantillon "

Échantillon? Comment est-ce que vous commencez?

M: Il y a des patroniers à Giken accompagnés par les couturiers.

Moi et mon collègue avons fonctionné là comme deux couturiers.

La région des ventes développe les idées et fait des dessins et les patroniers font des moulures et nous cousons pour leur donner la forme.

Combien de modèles par mois?

M: Ca dépend à quel temps de l'année. Nous sommes sept ouvriers à Giken et nous faisons ---- combien?

T: Approximativement 500 par mois?

M: Beaucoup de modèles en tout cas lorsque nous sommes occupés. Nous faisons hommes, dames et gosses. Nous faisons des casquettes, aussi.

F: Il y a des variétés de couleur en plus.

M: Nous faisons des variétés de couleur pour chaque prototype.

Quel mois est le plus occupé?

M: Avant la foire de l'échantillon. D'avril à mai, et octobre. Printemps et automne. Je ne peux pas sortir de la compagnie à temps régulier à l'exception de trois mois par an.

Quelles sont vos horaires de travail?

I ; 8.45 à 17:45

Tout le monde au même changement?

F: Je travaille de 9 à 18.

Comment dans la région de production?

T: Ils reçoivent des ordres à échantillon et alors ils préparent des trucs à couper. Alors les structures de la coupe viennent à nous,

donc il y a un décalage de deux mois. Ils sont occupés toute l'année.

Est-ce que vous vous spécialisez dans tout type?

T: Je fais à l'origine dames il n'y a pas beaucoup de gosses

Tout changement par le temps?

T: Il y a dix ou vingt années, lorsque j'ai joint, il n'y avait pas beaucoup de variétés. Maintenant nous en avons beaucoup chacune desquelles sont un petit terrain.

Beaucoup de petits terrains? Combien de chapeaux sont là par terrain ces jours-ci.

T: 5 à 6. Quand le lot était grand nous avons fait plus de 1,000, ou quelquefois près de 2,000.

Vous affichez des échantillons, obtenez des ordres et les faites.

Est-ce que vous avez des ordres de répétition?

T: Oui

Vous obtenez les ordres des grossistes?

F: Vous obtenez des ordres des grossistes après les foires de l'échantillon. Ainsi il y a un décalage du temps.

Est-ce que vous préparez vos marchandises à l'avance, avec une certaine sorte d'hypothèse?

F. Ca dépend. Certains gens de ventes ne font aucune hypothèse.
Quelques autres la font.

Donc ça dépend de chaque vendeur.

F: Oui

Alors vous avez quelquefois des problèmes avec des gens de ventes;

M:Oui, tout à fait souvent (rire)

Vous ne pouvez pas vous plaindre, mais vous êtes frustré.

M: Oui

Et vous avez alors été pris comme victime ou vous prenez comme victime les gens des ventes

T: Moitié-moitié.

Est-ce-que vous dites parfois brusquement "Non, je ne peux pas faire ça"

T: Rarement, parce qu'alors je causerais des problèmes avec les clients. Donc je reste éveillé toute la nuit et je satisfais l'exigence (rire). Ce genre de chose est sans fin.

Y-a-t-il beaucoup de changements que vous rencontrez, dans la structure, dessin etc...?

M; Oui. Tout à fait ces années-ci. Toujours une nouvelle structure

ou un nouveau dessin arrive. La machine à coudre ne peut pas se maintenir toujours à la technique de la couture exigée, donc je dois combler le vide par ma compétence.

Est-ce que vous ne pouvez pas satisfaire toujours l'exigence de la couture avec la machine que vous utilisez?

M: Souvent je ne peux pas. C'est mon mal de tête.

Alors vous vous efforcez de créer une nouvelle technique de la couture avec chaque nouvelle structure?

M: Oui je dois . Quelquefois je ne peux pas avoir assez de temps pour tester donc je saute les épreuves. N'est-ce-pas?

I : Oui nous faisons ça (rire)

Et vous accomplissez finalement ce qu vous désirez:

M:Avec beaucoup d'épreuves. Même si je peux le faire seul avec un échantillon, ce n'est pas assez. Je dois le faire en quantité. Donc je dois établir ma technique à condition qu'elle puisse être appliquée à une production de masse.

Est-ce que vous avez à l'origine des femmes dans la région de la production? Quel est le pourcentage?

T: 80? Ou 70? Nous avons plus d'hommes dans Giken.

M: Quelques 70 de l'autre côté des départements.

Dites-moi les choses qui vous ont impressionnés le plus depuis que vous avez joint.

T : Je devais il y a quelques années rester jusqu'à 8 ou 9 le soir pour rattraper, en travaillant sur les fêtes, aussi. Un jour je me suis trouvé à pleurer. Ca a dû être le fond de mon moral. Je me demandais si je pouvais continuer. Alors j'ai encore commencé. C'est la façon d'un changement de femme, quand ça coince.

Est-ce que vous avez une semblable expérience?

M. Oui. Je me suis perdu et je ne pouvais pas comprendre ce que je faisais. Ce genre de moment revenait peut-être une fois par an.

T. j'avais peur d'un tel moment. Maintenant je suis devenu dur et je peux me débarrasser d'un tel moment critique.

Vous pourriez avoir quelque réserve dans votre esprit après cela.

T. je ne sais pas comment je pourrais vaincre. Tout le monde doit avoir une semblable expérience.

F; Je pleurais dans la pièce des dames. J'étais fâché avec moi-même. J'étais entre les ventes et la production donc je devais écouter les deux. C'était dur de faire comprendre aux ventes ce que la production disait, et vice versa. J'étais fâché avec

moi-même de ne pas pouvoir faire l'intermédiaire entre les deux.
L'atmosphère active était OK. Aucune épreuve pour garder de
bonnes relations entre collègues.

Est-ce que n'importe qui a la semblable expérience?

M: Oui. Lorsque je ne peux pas faire ce que je peux faire dans ma
tête. Je suis fâché contre moi à ce moment.

T. Lorsque vous trouvez la sortie.

Ca doit être une joie, n'est-ce-pas?

M. Oui, c'est une grande joie

T. Vous pensez alors que vous pouvez le faire de cette façon.

M: Oui

T. Il y a une ligne mince entre peut "faire" et "ne peut pas faire."
Aller sur cette ligne est une récompense.

Est-ce que vous avez une semblable expérience, I -san?

I. Aucunes larmes --- oui, une fois. Quand j'ai été réprimandé par
le chef. Je me cachais dans la pièce des dames. Maintenant je
suis devenu dur.

C'est le signe de votre sérieux. Est-ce que ce travail de
chapelier est un travail rémunérateur?

I : Oui, au moins pour moi.

M. Moi, aussi.

Quel moment?

I ; Vous pouvez créer un nouveau chapeau, par vos mains seules. Lorsque je reçois un éloge pour mes chapeaux cela récompense vraiment.

.. Dans ma région les patroniers travaillent avec les couturiers. Lorsque nous recevons des ordres auxquels j'ai participé je suis récompensé. Le plus grand l'ordre, le plus je suis récompensé.

Et vous F-san?. Il vous semble être aussi "intermédiaire."

F. Je suis récompensé, aussi. J'aimais beaucoup le travail de ventes, mais lorsque j'ai été transféré et que j'ai commencé à faire des chapeaux j'ai commencé à comprendre et j'ai été intéressé à faire des chapeaux. Dans le contrôle de la production vous prenez le contact avec les deux fins, ventes et production et cette expérience me donne beaucoup d'amusement.

Vous dirigez les deux fins.

F. je ne peux pas le faire seul bien sûr. Je le fais aidé par les autres, je souhaite améliorer.

Et vous, T-san? Vous devez avoir une longue carrière et beaucoup d'expérience.

T. je n'étais jamais satisfait avec ce que j'étais. Je pensais toujours il doit y avoir un meilleur moyen. Je suis récompensé quand mon personnel améliore leur compétence. Je suis aussi satisfait lorsque je regarde des gens qui portent les chapeaux que j'ai fait. En revanche si ils les portent d'une mauvaise façon, je suis tenté de leur donner un conseil. Est-ce que vous comprenez? (rire)

Est-ce que vous voyez des gens qui marchent dans la rue avec les chapeaux que vous avez faits?

M; Oui

Est-ce que cela vous donne du plaisir?

Tout le monde: Oui.

I : Quelquefois je les trouve dans les magazines, j'achète ces magazines.

M: Je regarde l'intérieur des chapeaux lorsque je vais aux magasins de chapeaux.

T; C'est un genre de maladie du commerce

M: Ouais, une maladie triste.

T; Je regarde la compétence de la couture, lorsque les chapeaux ne sont pas nos produits.

Est-ce qu'il y a conseils pour ou demandes à la gestion?

F; Oui, nous avons besoin de plus de gens.

T. De gens habiles. Nous avons besoin de nouvelles recrues pour passer nos compétences. Avec les filles qui se marient et qui quittent nous devons remplacer

Combien de temps est-ce-qu'il faut pour être assez habile?

T; Trois années. Cela s'appliquera aux autres travaux, aussi.

M; Nous avons besoin de plus de temps dans notre région. Patroniers et couturiers ont aussi de bonnes compétences mais ils ne peuvent pas faire la compétence marcher avec la pression des dates limites de livraison. Je regrette souvent pour eux ce manque de temps.

Donc c'est toujours une course avec le temps.

M; Soudain quelqu'un m'apporte quelque chose et me dit qu'il le veut fait le même jour.

Souvent?

M: Oui.

Les choses déraisonnables peuvent être résolues à votre place,

M: Je n'ai aucun choix. Je ne peux pas décevoir les clients. Mais je ne peux pas utiliser ma compétence 100% ce qui frustre.

Peut-être que c'est les gens de ventes qui vous donnent un tel problème. Est-ce qu'ils vous donnent en retour quelque chose comme une compensation?

M: Ca dépend qui .

Ouais, vrai.

T: Vous pouvez faire la même chose si vous étiez un personnel de ventes. Ne pensez-vous pas? Si j'étais un personnel de ventes, je ferais aussi bien la même chose.

Le personnel des ventes est aussi pressé par le temps. Toutes autre demande ou demandes? Bien-être, installations, etc. Cette compagnie a la crèche pour bébé

Et les autres installations?

T. Le bâtiment de la production est assez vieux mais ils le raccommodent souvent. Je souhaite que la pièce des dames soit un peu meilleure.

Je vois .

T; Cela change complètement la sensation.

M: Les pièces d'hommes de région et de dames sont séparés seulement par une cloison mince.

I L'entrée des toilettes aussi

T; Carreaux par terre.

I : Lequel est froid en hiver.

Dans beaucoup de toilettes de bâtiments modernes c'est vraiment propre.

F; Oui, même avec l'appareil d'arrosage qui lave le système.

Dans ces bâtiments, les pièces des dames sont particulièrement spacieuses et propres. Vous pouvez vérifier votre maquillage et brossez vos dents. Ca doit être importants pour une place de dames actives.

F: Les ventes recrutement du personnel au deuxième étage devrait avoir des plaintes au sujet des toilettes. Nous avons besoin d'espace de repos indépendant, aussi. La région cléricale a des bureaux et ils peuvent ouvrir leur paquet de déjeuner là, mais dans notre région il y a des machines à coudre et aucune place pour déjeuner. Nous avons la table de la machine à coudre pour déjeuner mais nous avons acquis une petite table récemment.

M: Nous utilisons aussi la table de la machine à coudre pour déjeuner dans notre région.

T; Les chutes peuvent tacher des chapeaux dans le processus. Une

table à manger séparée est un devoir.

Le bâtiment d'usine est vieux en effet.

T. Ce que j'aime quelquefois.

M; Un genre de labyrinthe.

I ; J'ai été perdu lorsque j'ai commencé dans cette compagnie.

Les vieilles usines ont tendance à avoir des labyrinthes.

J'aurai ceci enregistré pour obtenir l'attention du patron.

Dites-moi vos futurs objectifs et politiques.

T. je n'ai pas de grands objectifs ou politiques, mais j'essaie de viser plutôt la qualité que quantité. C'est toujours difficile et je dois compromettre. Cependant, j'ai un esprit défini à viser la qualité. Je veux me rendre prêt pour toutes questions, tant que je suis dans le contrôle de la production. C'est le point de départ de mon développement à long terme.

M: Je veux que tout le monde ai le même niveau de compétence afin que n'importe qui puisse faire les choses exigées. Je veux aider des collègues à se rendre compte de ça.

I ; Je veux améliorer ma compétence de la couture afin de pouvoir faire des choses sans une erreur d'un millimètre. Je peux coudre maintenant beaucoup de choses mais je dois essayer plus dur de

m'améliorer.

.

Patronier

Sawae(S)

Nishida(N)

Yasugahira(Y)

Veillez me dire ce que vous faites et depuis combien de temps.

S; J'ai joint il y a vingt années. Comme patronier à Giken.

Donc vous avez fait le même travail pendant 20 ans.

S;Oui. Quand j'ai joint, Giken avait un autre nom.

Pourquoi avez-vous joint cette compagnie?

S.Il y avait un avis de recrutement à mon école. Je ne savais rien au sujet des chapeaux. J'ai appris tout après que j'aie joint.

N: Huit années depuis que j'ai joint. Je faisais le travail du modelage pour approximativement 8 mois depuis que j'ai joint. La section Terada a commencé dans le service commercial et Mr.Terada a demandé que je joigne sa section. Je suis un personnel de ventes mais je voulais toujours apprendre le modelage. Il y a cinq ans j'ai fait une demande qui a été

approuvée et donc je fais maintenant les deux.

J'avais été dans la construction avant de rejoindre Chuo Boshi. J'étais un planificateur architectural pour treize années. J'aimais beaucoup les chapeaux mais je n'avais personne dans la construction avec qui parler de mon sujet favori. Donc j'ai changé mon travail et suis allé dans affaire du chapeau. J'ai trouvé beaucoup de faiseurs de chapeaux créatifs après que j'aie rejoint cette compagnie, et si j'avais connu ces créateurs avant que j'aie changé de travail, je n'aurais pas rejoint cette compagnie. J'aime travailler ici parce qu'il y a beaucoup de découvertes presque tous les jours. Je me rends compte que c'est à tout égards le faiseur de chapeau de première classe, tel que modeler, choix de la couleur, structure etc...

Donc vous faites des chapeaux qui réalisent vos rêves

N. Oui, Mais je suis autorisé seulement trois mois par an à faire le travail comme patronier.

S. Vous devez le dire au patron simplement.

N. Oui, Je lui dirai que je veux faire le travail de patronier pour plus de mois par année.

Comment vous sentez-vous à faire les ventes et le modelage

en même temps?.

N. Il y a toujours un désaccord entre les ventes et les régions de la production quant au délai de livraison. C'est l'expression de la bonne volonté pour faire un meilleur travail. Pour coordonner ces deux fins est mon travail. C'est ce que je sens.

Y: j'avais étudié le design de tissu à une école de Tokyo avant de rejoindre.

Être dessinateur a paru être attirant aux filles. La réalité était différente, pourtant. Après que j'aie fini l'école j'ai rencontré l'avis du recrutement de cette compagnie. J'ai commencé à apprendre la couture et alors j'ai changé au modelage.

Comment est-ce que vous avez aimé cette compagnie?

Y: Il n'y a pas d'histoires d'amour dans le bureau comme vous voyez dans les drames à la télé

S. Vous l'avez pratiqué. Vous avez trouvé votre fiancée (rire)

N. Jamais. Ne me dites pas de plaisanteries.

. Est-ce que vous obtenez des ordres de la région de ventes?

N: Oui. La région de ventes fait le dessin et choisit la structure. Ceux-ci viennent au patroniers et ils font le revêtement intérieur et les papiers du modèle. Alors le patronier et les gens de ventes

parlent de détails tel que douceur, couleur, etc.... Les gens de ventes approuvent le dernier dessin et une feuille de l'Organisation sera publiée. Basé sur cette feuille de l'organisation nous travaillons sur l'estimation et le prix de vente. Alors la feuille de l'Organisation va à la région de la production.

Donc la région des ventes a une idée définie au début au sujet de comment un chapeau devrait être.

S. Oui, dans une certaine mesure.

N. Et cela sera établi en outre à travers la conversation avec le patroniers.

Combien de patroniers sont là?

S. Onze avec les nouveau-arrivants. A inclure ceux de la section du chapeau-corps il y en a 15.

Combien de dames là?

S. Neuf hommes, deux Dames les dames fonctionnent pour les chapeaux de dames?

Y: Non, pas nécessairement.

S. moi et mon partenaire sommes des hommes et nous travaillons sur les chapeaux de dames.

Y: 80% des ordres sont pour les dames.

Toute disparité pour ces hommes, qui fonctionnent pour les dames?

S. Non, j'ai commencé avec les chapeaux de dames donc aucunes telle sensation. Je travaille pour les hommes récemment aussi, et je me sens moins habitué avec les hommes

Comment est-ce que vous aimez votre travail?

S. je me sens récompensé lorsqu'un chapeau amène la forme dans la réalité qui démarre à partir de mon travail de modelage.

Une autre récompense est l'éloge de la région des ventes. Il n'y a pas toujours d'éloges, pourtant, et je me sens déprimé à ces moments.

Y: Je me sens récompensé lorsqu'un chapeau se vend bien, que je n'ai pas aimé beaucoup.

Comment est-ce que vous aimez votre Travail, N-san? Vous faites les deux organiser les ventes et modeler.

N: Je suis un novice pour modeler et j'aimerais ajouter plus à mon expérience. Comme les ventes qui organisent le personnel et ont un meilleur résultat de l'affaire sont récompensés. C'est en rapport avec mon revenu, aussi. (rire) la Rémunération est liée avec votre moral. N'est-ce-pas?

N. Ouais, j'ai besoin d'une carotte devant mon nez qui me fait courir plus vite.

S. assurément.

 Tout problème lorsque vous travaillez?

Y: Oui.

S. L' Organisation Drap est le décret pour la région de la production donc si n'importe quoi est faux dedans les chapeaux sont faux. Alors commencent les problèmes avec les clients. Nous avons besoin de faire que l'organisation couvre toujours correctement, en prenant en considération les besoins des clients.

 Il y a des problèmes que vous pouvez trouver seulement après que la production soit finie. N'est-ce-pas?

S. Oui. Certains problèmes ne peuvent pas être trouvés avec la production de l'échantillon, mais sont trouvés seulement après qu'ils soient produits en masse. Alors nous essayons très difficilement de les arrêter avant qu'ils quittent l'usine.

N: Tout devient une grande perte.

 Testez la production et la production de masse; est-ce qu'il y a une grande différence entre ces deux?

S: Les problèmes sont souvent trouvés dans la facilité de

production. Dans un test de l'épreuve, la quantité est très limitée, donc la facilité n'est pas un problème. Dans une production de masse, cependant, ça compte.

Y. Un problème très populaire. Nous faisons seulement un ou deux morceaux par épreuve. Nous ne savons pas ce qui se passe lorsque des centaines sont produits.

Donc vous ne donnez pas beaucoup d'attention à la facilité?

Y. Nous le faisons, mais nous évitons de compliquer la matière au-delà de la nécessité.

S. Nous pouvons être capables d'inventer des idées pour éviter les problèmes dans la production de masse si nous prenons assez de temps et faisons beaucoup d'échantillons qui démontreront des problèmes typiques que nous pouvons rencontrer dans la production de masse. Mais nous ne pouvons pas passer trop de temps à faire des échantillons pour un dessin.

Combien de dessins faites-vous par année?

S. 2,500 à 2,600 par année.

N: Donc 200 à 300 par personne par année.

Y. Très occupé.

Donc vous faites beaucoup de dessins par jour.

Y: Oui, à la saison maximum. C'est un programme actif au quart de seconde.

Quel genre de programme agité avez-vous éprouvé?

Y. Bon, maintenant c'est devenu une routine journalière.

S. Oui. Ils l'apportent aujourd'hui et peuvent attendre seulement jusqu'à demain.

N. Oui nous avons ce type de court ordre d'avis.

S. Certains ordres urgents coupent dans notre programme du pré-plan. Alors tout tombe.

Donc les personnels de ventes veulent attraper les patroniers en compétition?

N; Oui. Le patronier le plus populaire est leur première cible.

S. Un travail rapide peut produire des problèmes, pourtant.

Je pensais aussi.

Y. l'ordre de Département de Terada a beaucoup d'exigence du lavage.

N. Oui, attendre pour sécher est un gros problème

Y Le lavage et séchage d'un chapeau prend 1 à 2 heures et les chapeaux qui ont besoin de lavage doivent être prêts plus tôt pour ce processus supplémentaire. Le délai de livraison ne peut pas être

changé, lavé ou pas. .

Vous ne lavez pas la structure elle-même mais lavez après que la structure soit faite en chapeau. Est-ce qu'il n'y a aucun rétrécissement ou changement de la forme?

N: Donc nous les faisons une taille plus grande.

Donc vous avez un bon savoir-faire.

S. Quelquefois nous les moulons lorsqu'ils sont encore mouillés
(rire)

Quels sont vos futurs objectifs?

S. J'espère que la compagnie grandira plus. Je veux faire notre Giken s'améliorer avec moins de difficultés et la meilleure satisfaction des clients. Je veux faire des chapeaux que je veux porter avec plaisir.

.Y: Je veux être un artiste supérieur. Je veux rendre le travail de S-san plus facile, qui est le directeur de ce département. Il travaille comme un patronier et fait le travail du directeur. Je veux absorber son travail de modelage et rendre son fardeau un peu plus léger, afin qu'il puisse se consacrer complètement à son travail directorial.

S. Vous dites quelquefois (rire) de bonnes choses.

Y. Si je deviens meilleur les artistes supérieurs autour de moi essaieront de me rattraper et alors la compagnie entière grandira. Je serai alors payé plus et je serai aimé plus par les filles.

S. C'est votre objectif ultime, Je vois. (rire)

Y: Assurément, vous savez que je suis un rock'n roller.

N: Je veux utiliser plus de temps pour m'améliorer comme patronier, .Je ne sais pas ce que je ferai dans le futur mais je veux avoir plus d'expérience dans toutes les régions ou je serai assigné et j'essayerai dur de faire un bon travail. Je serai alors payé plus et je serai aimé plus par les filles. (rire)

Y: Allons bon.

Merci beaucoup, à tout le monde.

.

Organisant ventes

Quand est-ce que vous avez joint?

Yamaguchi (Y): Le 16 février 1999. J'étais dans les vêtements avant de rejoindre cette compagnie. J'ai vu une annonce de recrutement dans un magazine.

Et dans le même département depuis?

Y: Oui. Quelques changements dans ce que je fais mais dans le même département et pour la même marque.

Tanaka (T): J'ai joint il y a sept années. J'avais été dans une autre compagnie de chapeau et puis j'ai été à Chuo. J'étais toujours intéressé à Chuo. Ma compagnie antérieure vendait ce qu'ils pensaient se vendrait. Chuo a paru différent. Chuo écoute la voix du marché et puis fait les chapeaux. C'est ce qui m'a fait prendre ma décision d'aller à cette compagnie.

Inagaki (je): Trois années et neuf mois, donc----.je ne peux pas savoir quelle année c'était (rire). Je regarde toujours vers le futur (rire). Lorsque j'ai vu l'annonce de recrutement je ne pouvais pas comprendre ce que Ventes de l'Organisation signifiait.

Matsumura (M) j'ai joint il y a 16 années. Je suis sorti d'un collège et j'ai passé l'examen. À l'entrevue le président courant qui était directeur général m'a parlé pendant trois heures. Lorsque je suis allé tailler le dit chapeau, j'ai été recruté. Je pensais que j'étais trop chanceux et ne pouvais pas y croire.

Cela a dû être une grande surprise.

M: Oui, en effet. Les ventes sont à l'origine un travail d'homme et donc je ne fais pas de ventes.

Organiser les Ventes est unique à Chuo. Vous travaillez comme personnel des ventes mais en même temps vous organisez un nouveau produit et il est fait à la production. Est-ce que j'ai raison?

Ymaguchi (Y): Oui. Il y a les exceptions ou un client crée une nouvelle idée et vient à nous. Mais en général nous faisons et vendons ce qui a été créé dans ce département.

Ce doit être un grand espace à couvrir. Comment est-ce-que vous ressentez le fonctionnement de cette façon?

Y: Très intéressant. Je travaillais pour une compagnie de tissu avant Chuo et là j'ai vendu ce qui a été créé par la région de développement. Ici je peux toucher la pulsation au

commencement lorsqu'un produit est conçu jusqu'à la dernière étape de vente au grossiste. Je peux voir comment le produit que j'ai créé est accepté par le marché.

Et vous M-san?

M: Je fais maintenant des marques autorisées et il y a quelque restriction quant à la créativité. Je n'ai pas les mains libres parce que le dessin a déjà été décidé par le licenseur.

Mais je peux utiliser ma créativité en pensant au sujet de la coordination avec vêtement, sacs, ou accessoires..Je n'ai aucune expérience de travail avec les autres compagnies mais dans cette compagnie je peux faire du début à la fin, ce qui me donne une sensation d'achevement.

JE: Intéressant c'est la sensation partagée par tout le monde ici. Tout le monde peut faire du début à la fin. C'est une vie occupée mais être ainsi occupé devient un plaisir. Aussi, je reçois quelquefois une commande pour des milliers de chapeaux, et je n'ai jamais eu l'expérience de telles commandes avec mon ancien patron. C'est passionnant aussi.

Quels sont vos difficultés et problèmes?

Y: Je dois être un homme à tout faire dans ce département et je

dois être impliqué même dans la teinture de fil de couture. Je participe constamment dans les tâches d'autres départements et ne peux pas avoir de temps pour mes propres affaires. C'est dur.

JE: Particulièrement donc quant aux envois. Tous les envois doivent sortir en même temps.

" Ventes du lanning" veut dire beaucoup de travail de ventes comme rencontrer les clients, mais je comprends par ce que vous dites que votre travail est obliqué beaucoup plus sur l'intérieur de la compagnie.

JE: Oui, c'est très important pour nous de participer aux tâches d'autres départements dans la compagnie.

T: J'utilise beaucoup de négociation d'énergie avec l'intérieur comme avec l'extérieur.

Y: Oui, 50;50 Dans quels aspects devez-vous à l'origine négocier avec les autres départements?

Dates limites livraison Y: Avec la région de production, je dois discuter au sujet du coût de traitement et du coût de matière première. Le programme de livraison vient ensuite. Vous devez subir une négociation difficile à ce sujet.

JE: Oui. Nous avons beaucoup d'ouvriers dans l'usine qui ne sont

pas si flexible, parce qu'ils sont de bons artisans. Donc la bonne négociation est indispensable. Quelle est votre impression de Chuo vu de l'intérieur?

T: Il y a beaucoup de "personalités" j'ai eu un choc culturel lorsque j'ai joint cette compagnie.

Y: Pour moi, aussi, l'année initiale était pleine de chocs. Maintenant je suis plutôt tranquille et j'ai développé mon propre niveau. Cela m'a pris du temps pour arriver ici, et j'ai dû me heurter à beaucoup de murs, traverser beaucoup de tunnels et nager dans beaucoup de rapides. Donc vous devez vous ajuster au modus operandi de cette compagnie. Est-ce qu'il y a des changements dans ces 5 à 10 années?

Y. Oui, pourtant je n'ai pas encore travaillé ici dix années. L'environnement est maintenant meilleur.

Et vous Je-san? Vous êtes le plus jeune et le plus frais.

JE: Je ne suis plus frais. Vous devez parler dans cette compagnie ouvertement. Être silencieux n'est pas bon.

Donc vous devez vous exprimer librement.

JE: Ce n'est pas un devoir mais ça facilite les choses. Donc avec le client. Vous devez dire simplement ce que vous pensez. Dans

notre compagnie tout le monde a un contact direct avec les clients.

Ordinairement seulement les gens de ventes le font.

JE: C'est vrai, mais avec nous il y en a beaucoup qui appellent un client. Bien sûr tout le monde a un territoire différent, comme homme, dames, etc... Je suis responsable de dames âgées mais j'ai été perplexe lorsque j'ai commencé à faire les choses de cette façon.

Ainsi il y a de la compétition dans la compagnie.

JE: Oui T: Beaucoup de vendeurs pour un client, c'est un style unique à nous. Nous avons plus de vendeurs par client, en subdivisant le territoire. La section homme avait la casquette hommes et le vendeur de chapeaux, par exemple.

JE: C'est pourquoi l'approche simple et positive est nécessaire. Je vais au même client que T-san et donc je dois rivaliser avec lui pour les commandes.

T: Certains clients ne sont pas familiers avec ce type d'approche.

Est-ce qu'il y a beaucoup de tels clients?

T: Oui. Chaque client est surpris lorsqu'il entend ceci pour la première fois.

Donc vous êtes une sorte d'homme d'affaire indépendant.

JE; Oui, donc vous devez établir et enregistrer votre caractère. Je dois inciter le client à penser que "cette commande doit aller à Je-san" Et vous avez besoin d'alliés dans la compagnie qui vous aident.

Y; Oui. C'est la région de la production qui fait les échantillons, aussi bien que les produits finis.

Les échantillons devraient être particulièrement importants.

Y; Oui. C'est ce qui casse la glace.

Et la vitesse.

Y; Oui. Je ne veux pas donner de problème à la région de production mais il y a toujours des demandes urgentes pour les échantillons. Et aussi quant à la date de livraison. Les patroniers sont donc heureux lorsque je reçois de grandes commandes pour les échantillons qu'ils ont fait en vitesse. Lorsque j'échoue, ils deviennent fâchés. Je pense que je garde une bonne communication avec les patroniers Les patroniers approuvent votre déclaration. Les grandes commandes sont des récompenses pour eux.

Y; Inversement ils seraient malheureux lorsqu'ils ne reçoivent pas de commandes pour les échantillons qu'ils ont élaborés en vitesse.

Vos objectifs futurs?

JE: Je suis responsable des chapeaux d'aînés et donc mon intérêt est trop absorbé par les gens aînés, même en marchant dans la rue. Les filles échappent à mon attention (rire). Je dois élargir mon esprit et m'améliorer.

T: Ma région est les dames mariées mais récemment aussi les jeunes filles. Dans un sens c'est bien mais en revanche cela rend mon attention trop dispersée et diluée. Je dois essayer de concentrer mieux mon attention aux deux tranches d'âge.

M: La mienne est l'autorisation des marques pour les dames. Les articles autorisés ont besoin d'approbation par les licenseurs, ce qui résulte en un besoin de plus de temps, et moins de temps pour la pensée créatrice. Je dois améliorer ma capacité de penser plus créativement sous pression. Je dois regarder plus, lire plus et apprendre plus.

Y: La mienne est hommes aînés mais je veux élargir mon territoire à celui des jeunes hommes. Les chapeaux sont maintenant utilisés par les messieurs aînés et les garçons très jeunes et il y a le très petit marché pour les jeunes messieurs. Je veux rendre ce petit marché plus grand et gagner plus.

Le petit marché pour les jeunes messieurs est-ce un problème commun à toute affaire de chapeau?

Y; Oui. Les chapeaux sont les points finals pour une mode totale. Le marché de 30 à 50 doit devenir plus grand.

JE; Aussi pour les dames le marché devrait grandir, Une coiffure avec boucles au sommet est un problème pour les chapeaux, par exemple, et une certaine pensée créatrice est nécessaire pour rendre les chapeaux plus populaires pour les dames.

M; Le cycle de mode des dames jeunes est assez court, quant au chapeau, aussi.

Est-ce que vous portez des chapeaux lorsque vous allez aux clients?

Y.Non, mais je m'habille toujours pour être capable de montrer un modèle des chapeaux que je vends aux clients.

C'est une sorte de compétence.

JE; Oui, une leçon pour moi.

Tout le monde a sa propre technique.

Y. Oui, j'ai maintenant rendu public l'un de mes secrets (rire)

Merci beaucoup.

Distribution de gros

Président H.Nagano (N), Homme-U Ltd. S. Matoba (m) président, Shinko Ltd. A.Yahachi (Y) directeur général, Eccletico

Quelle est votre observation sur le changement des affaire de chapeau dans ces dix années?

M: Tant de fabricants ont leurs usines d'outre-mer. Quelques-uns sortent de Chine du Vietnam et de l'Indonésie.

N: Quelques fabricants coréens ont aussi leurs usines au Vietnam.

Y: Nous devons penser à l'export. Le marché japonais est limité.

Et au sujet du changement dans le marché domestique?

N: Les prix sont bas dans beaucoup de régions, alors que dans les régions à la mode comme Ginza

les prix montent avec des articles plus luxueux.

M: Les prix avaient décliné jusqu'à il y a trois années. Par la suite les prix ont montés.

N: Ces hauts articles du support du prix à 4 ou 5 chiffres ont tendance à monter. La majorité de nos clients vendent dans les trois chiffres comme 780 ou 980 Yen. Il y a un intervalle terrible entre ces régions aux prix bon marché et les marchés luxueux.

Quel type de vente au détail y-a-t'il à part les grands magasins? Les supermarchés?

M: La boutique de spécialités pour chapeaux diminue dans ces dix années. Il y a des magasins de vêtements pour les generations plus jeunes qui offrent des chapeaux aussi et ceux-ci vendent des chapeaux coûteux. La plus jeune génération n'est pas sensible au prix. Si un chapeau s'adapte à leur goût ils l'achètent sans se soucier du prix. Ce genre de marché a grandit dans ces dix années.

Y: Les dames sont comme ça, aussi. Elles

achètent si les chapeaux s'adaptent à leur goût. Elles n'achètent pas ce qui ne s'adapte pas à leur goût peu importe le prix.

Ainsi il y a deux segments, prix-sensible et qualité / goût sensible.

M: Oui. Je pense que cela s'applique à d'autres articles du vêtement, aussi. Une dépolarisation. Il n'y a aucun segment "à mi-chemin".

N: Je pense que la tendance à la dépolarisation continuera.

M: Pendant que les magasins de chapeau diminuent, la vente au détail de chapeaux s'élargit. Il y a les magasins de vêtement, divers et les autres types de boutique qui ont des chapeaux dans l'inventaire. Les centres commerciaux dans les faubourgs et les coopérations ont aussi des chapeaux.

Y: les magasins de jeans aussi. Même aux magasins DIY.

M: Les magasins de 10 cent, aussi.

Y: M Surprenant: Ils peuvent acheter des chapeaux

bon marché et des casquettes de pays asiatiques. Donc lorsqu'ils entendent que les chapeaux et les casquettes se vendent bien, ils les ajoutent à l'inventaire. Lorsque l'affaire tombe ils les déchargent et ferment. Il n'y a aucune règle d'affaire ou de moralité.

N: Tout ceci a commencé quand les casquettes informelles américaines ont été introduites. La mode côte-ouest est entré au Japon et ces casquettes informelles sont à dimension réglable, donc l'inventaire n'a pas besoin d'être professionnel. Les casquettes informelles sont douces et flexibles donc elles peuvent être emballées dans les espaces d'articles divers qui ont de l'importance pour ces magasins. Les chapeaux traditionnels étaient rigides et ne pouvaient pas être transportés de telle façon. De nos jours tout le monde peut être dans l'affaire de la casquette.

M: Les casquettes de la dimension libre pénètrent dans le marché de la jeunesse. 58 centimètre à peu

pres.

N: C'est la tendance du temps.

Pour vendre des casquettes ainsi on a besoin d'aucune connaissance professionnelle aujourd'hui. Si la dimension est trop grande ça ne semble pas agréable, pourtant. n'est-ce-pas?

N: Oui mais ils ne s'en soucient pas. Ils vendent et c'est tout. Les casquettes étaient une partie de la vie dans les vieux jours à partir de l'école élémentaire, mais de nos jours les jeunes gens sortent du collège et soudainement ramassent l'habitude de porter des casquettes. Ils ne sont plus minutieux de la façon dont ils regardent les autres.

Ils portent des casquettes comme l'un des articles de leur mode totale.

M: Oui N; Ce n'est pas mauvais. Ils se marient tôt ou tard et oublient les casquettes. Lorsqu'ils deviennent plus vieux ils peuvent s'en souvenir et revenir aux casquettes ou chapeaux qu'ils portaient dans leurs jours plus jeunes. Nous

pouvons attendre un tel "retour-circulation." Bien sûr c'est une pensée optimiste.

Comment Chuo a-t'il fonctionné dans ces dix années?

N: Le côté positif est que nous avons investi beaucoup. Nous avons embauché beaucoup de dessinateurs, nous avons créé beaucoup de modèles et nous avons participé à la structure aussi. Sans ces efforts nous aurions pu être poussés hors du marché.

Y: Il y a beaucoup d'exemples de fabricants de chapeau qui sont sortis de l'affaire.

M: Oui, quelques-uns sont sortis l'affaire. Il y en a d'autres qui sont allés dans l'affaire des ventes.

Vous à Chuo êtes toujours restés dans la fabrication. Vous avez établi un système de production solide et un intérêt aiguisé dans les nouvelles matières et les dessins et vous avez maintenu un bon système d'assurance de la qualité.

Vous êtes fiable comme partenaire.

Y: Qu'est-ce-que vous n'aimez pas avec nous? Les hauts prix?

N: Oui. Ce dont nous avons besoin est une sorte de liberté de choix de notre côté quant au prix. Nous avons besoin quelquefois de chapeaux meilleur marché pour une certaine sorte de devant de la vente au détail. Une autre demande est la livraison. Nous espérons que votre délai de livraison devienne plus court d'un mois.

Rester dans le segment industriel est une spécialité de nos jours.

M: Oui, il y a beaucoup de fabricants qui ont directement leurs propres boutiques ou entraînent à vendre au détail des magasins grossistes précédents comme nous. Il existait une règle implicite. Maintenant, plus.

Y: Nous continuons la fabrication.

Au sujet de la réponse des consommateurs aux chapeaux Faits au Japon ou imports? Est-ce qu'ils ont quelque particularité?

N: Oui. Ils préfèrent Fait au Japon. Mais aujourd'hui les imports s'améliorent. Quelquefois ils sont meilleurs au moulage. Ils investissent beaucoup pour envahir ce marché, surtout le segment de masse.

Y. C'est ce que je sens, aussi.

N: Donc c'est très important de maintenir un haut niveau dans les trois techniques de base, c'est, en sélectionnant la structure, coupe et couture. Chuo le maintient et par conséquent ils peuvent bien rivaliser avec les imports. Qui échoue dans cette considération perdra contre l'invasion.. J'ai une inquiétude grave au sujet des envahisseurs asiatiques. Ils ont amélioré leur qualité. Ils peuvent être de plus grandes menaces pour nous tous.

Est-ce que les Asiatiques sont seulement des menaces qui visent le Japon?

N: Oui. Beaucoup de marques européennes ont leurs installations industrielles en Asie.

M: Oui Y: J'allais acheter un chapeau agréable en Italie, mais j'ai vu Fait en Chine marqué dedans. Semblable expérience aux USA. Les chapeaux chinois sont vraiment bons aujourd'hui.

M: Chuo conserve des parties essentielles dans les installations de production domestiques.

Y: Lorsque nous fabriquons en Chine nous leur envoyons des papiers du modèle et tout le reste. Lorsque les échantillons nous arrivent nous les examinons et nous leur donnons l'approbation seulement lorsque nous sommes satisfaits. Lorsque la production commence nous envoyons des examinateurs à leur usine et nous les laissons vérifier chaque chapeau pièce par pièce. Un contrôle de la qualité parfait et rigide.

N: Alors rien ne se passerait, comme ce qui se passe maintenant avec quelques nourritures de Chine.

Y: Aucun moyen. Cependant, la Chine n'est pas omnipotente donc lorsqu'il s'agit de chapeaux de

premiere catégorie nous les faisons seulement au Japon.

M: Mais la production domestique de chapeaux japonais décline.

Y: Oui, beaucoup. Mais il y a des grossistes qui insistent sur Fait au Japon. Ils viennent tous à nous pour nous garder assez occupés.

Chuo est localisé à Osaka. Est-ce-qu'il y a des régions spécifiques où les fabricants de chapeaux sont concentrés?

N: Le Japon de l'ouest autour d'Osaka, suivi par la région de Nagoya, et ensuite par la région de Tokyo.

Y: Okayama a quelques fabricants de chapeau, aussi.

N: Shikoku aussi. Kasukabe près de Tokyo a aussi beaucoup de fabricants de chapeau.

Spécialité par district?

Y: Oui, chaque région a sa propre spécialité.

N: Cette tendance était plus forte dans le passé.

Okayama était très célèbre pour les chapeaux de paille.

M; En tout cas les fabricants de chapeau ont la plus grande concentration dans l'ouest. La part du Japon de l'est décline.

N; Les fabricants de l'ouest sont plus ardues dans la recherche et développement et cela a fait une différence.

Est-ce-que Chuo peut continuer à être fort à cause de l'investissement dans la recherche et développement?

M; Chuo est le chef de l'affaire de chapeau japonaise. C'était cela dans le passé et ça le sera donc dans le futur, aussi.

Y: Un grand fardeau (rire) Toutes activités jointes des fabricants de chapeau encouragent les chapeaux dans le marché japonais.

N; Nous faisons cela mais notre force est limitée donc nous ne pouvons pas faire de grand bruit. Les activités promotionnelles sont restreintes dans les

districts, comme Osaka, Nagoya et Tokyo. Il n'y a pas d'activités à travers la nation.

Vous devriez encourager l'habitude de porter le chapeau.

Y: Oui. Lorsque j'ai visité l'Allemagne j'ai été impressionné par le nombre de gens qui portent des chapeaux.

N: L'Allemagne est froide.

M: A Sugamo où vivent beaucoup de vieilles personnes, les chapeaux sont très populaires.

Y: Y-a-t'il des magasins de chapeaux à Sugamo; La plupart des magasins vendent des chapeaux. Je suis rassuré en voyant la foule portant des chapeaux à Sugamo (rire); Sugamo après tout est les Champs Élysées des gens vieux.

Y: En saison ensoleillée et chaude les chapeaux sont de condition requise: Oui, ils coupent les radiations UV donc l'affaire du chapeau est une sorte d'affaire de soin.

Y: Nous avons fait des chapeaux avec une structure

qui a contenu de la Vitamine C. Il y avait des sous-vêtements avec le même concept. Le nôtre était un échec (rire).

Le collagène peut être meilleur pour les dames.

Y; Nous avons fait des chapeaux au collagène, aussi.

N; Suppléments de votre crâne (rire). Il y a beaucoup de chapeaux qui réclament la coupe UV. Quelques-uns sont douteux.

Y. les nôtres ont le certificat avec les données. L'UV-coupe est une demande essentielle pour les chapeaux d'été des dames. Sans cela ils ne vendent pas.

N: Les chapeaux sont essentiellement anti-UV, Y. Vrai N: Vous devriez vendre des chapeaux combinés avec les produits de beauté.

M; Les chapeaux sont faibles contre la réflexion de la terre, pourtant.

N; Nous devons inventer des chapeaux avec

fondation de l'UV-coupe.

Y; Nous essayons tout qui paraît bon. Nous téléphonons aux fabricants de structure et demandons des échantillons.

Donc vous allez après la nouveauté.

M: Nous devons être toujours alerte pour quelque chose de nouveau.

N; C'est l'investissement pour le futur.

Y. Nous téléphonons aux fabricants de la structure mais aussi nous y allons et nous avons des conversations. Nous demandons qu'ils tissent avec nos spécifications de courbure et trame. Nous spécifions aussi le type de fils devant être utilisé. Nous sommes concernés profondément. Autrement nous ne pouvons pas survivre dans ce marché vivace.

Au sujet des circonstances de l'industrie du chapeau?

N; Jusqu'à 1980 les casquettes d'élève faisaient de bonnes affaires, et aussi les uniformes scolaires,

vêtements athlétiques et chaussures d'école. Ceux-ci sont partis. Le volume de la consommation absolu décline pour les casquettes et ces articles mentionnés. Le même peut être dit de la commercialisation de masse. Autrefois les supermarchés étaient au sommet de la prospérité. Maintenant Daiei, la plus grande chaîne de supermarché de la nation descend. Mais les petits magasins au détail perdent aussi leur affaire. Parler du marché lui-même, le Japon de l'est en est vraiment le coeur. Tokyo et ses alentours, plus Niigata, Yamanashi, Shizuoka et Fukushima font une grande sphère de l'affaire de quelques 50 million de personnes, donc une moitié de la population de la nation est dans un cercle de 400km autour de Tokyo. Le reste, 50 Million est éparpillé sur le Japon. Même le cercle d'Osaka n'atteint pas 10 Million. Tokyo est le seul vainqueur. Donc vous ne pouvez pas juger le marché japonais en regardant les grands magasins

au centre de Tokyo.

M: Tokyo métropolitain seul a pres de 12 Million

N; Plus la région de Yokohama, cela ferait un marché énorme.

Y. Oui, Tokyo est le coeur de la consommation japonaise. Tant de grands magasins.

N: Mitukoshi, Takashimaya, Matsuya, Mastuzakaya Daimaru Hankyu, Seibu et Marui.

M; Ainsi il y a des alliés des grands magasins. Mitsukoshi et Isetan sont maintenant liés en un groupe, et Daimaru et Matsuzakaya, et aussi Sogo et Seibu. Ce que le futur sera a besoin d'être regardé.

Y Tokyo est impressionnant. Surtout en comparaison avec Osaka. Il y a toujours une grande foule dans presque chaque département et ils vendent toujours les marchandises de dames au rez de chaussée à cause de l'accès facile.

M: La consommation est dans la sphère de Tokyo et la production est dans la sphère d'Osaka. Il n'y a

pas de fabricants traditionnels dans la région de Tokyo. Très peu d'artisans. Il y aura moins de fabricants dans la région de Tokyo dans le futur.

N: Nous vendons l'affaire à Tokyo.

Y; Dans la région d'Osaka il y a moins de fabricants.

N; Oui, le centre de la production a bougé à l'étranger.

M; Les distributeurs de masse vont en Chine pour ouvrir leurs propres installations industrielles. Ils achèteront de moins en moins intérieurement.

Y; C'est pourquoi nous devons améliorer toujours notre qualité. Je suis heureux de voir un courant de retour au Fait au Japon. Il n'y a pas seulement une tendance de ce courant de retour dans les chapeaux mais aussi dans d'autres articles qui touchent la peau.

Plus de changements à venir.

M: Plus de changements dans la production et distribution dans les 10 années suivantes, N; Oui,

les changements seront permanents.

Merci beaucoup à tout le monde.

Tissage Toshi

Tarada (T) Yoshizawa (Y)

T: Vous êtes pionnier dans la nouvelle affaire de chapeau/casquette. Maintenant il y a beaucoup d'imitations mais lorsque vous avez commencé vous étiez très nouveau. Les chapeaux/casquettes avaient été vendus avant vous dans les grands magasins et les magasins de chapeaux. Ils n'étaient pas très actifs et le marché déclinait. Vous êtes apparu comme une comète et vous avez provoqué la plus jeune génération à prendre l'habitude de porter des casquettes et des chapeaux.

Quand est-ce que vous avez commencé l'affaire de chapeau/casquette?

Y: Il y a presque 15 années. C'était un petit magasin de 80 pieds de carré qui vendait des chapeaux de dames. J'ai commencé à importer la casquette de sport comme article informel américain. Personne n'en vendait autrement donc tout le monde est venu à mon magasin et j'avais une affaire de dieu. NHK (Radiodiffusion Gouvernementale japonaise) commençait la radiodiffusion en

directe du sport américain, en montrant les joueurs et les directeurs portant des casquettes. Je l'ai vu à la télé et j'ai rangé ces casquettes et je les ai vendues. Michael Jordan était alors une grande personnalité et il a rendu Nike célèbre. J'ai vendu deux million de yen par jour dans mon petit magasin. Bien sûr il y avait beaucoup de personnes de l'opf qui m'ont copié et le marché a été inondé.

Alors le basketball était l'étincelle de l'explosion?

Y: Non, c'était plus Michael Jordan que le basketball. Il était charismatique. Même aux Jeux olympiques il y avait l'"équipe de rêve" avec lui comme star.

T: Une période de pointe pour l'affaire de casquette.

Y: Casquettes américaines. A un moment chaque gosse portait une casquette Géants . Et soudain ça a changé pour Nike.

T: Les casquettes tiges sont très populaires.

Y: Oui, les Tigres sont plus populaires que les Géants de nos jours.

T: L'équipe de base-ball doit être forte de toute façon.

Y: Pas nécessairement. Il doit y avoir une sorte d'atmosphère de fête à l'équipe. Les tiges l'ont et les Géants ne l'ont pas.

Aucune période de prospérité sans air de fête?

Y. jamais. Le retentissement a besoin soit de l'air de fête ou du charisme. Lorsque j'ai ouvert un deuxième magasin à Harajuku, c'était Ayumi Hamazaki et Peau qui ont porté nos casquettes et allumé le retentissement. Ils étaient à la télé avec nos casquettes et les audiences étaient folles de savoir où ils les ont achetées. Ils ont trouvé mon magasin d'Harajuku et j'ai vendu dans ce très petit magasin 58 million par mois. La foule était trop grande et ils pouvaient à peine entrer dans mon magasin minuscule. 58 Million avec les casquettes est un chiffre énorme.

Y:Oui, donc tout le monde a commencé dans ce segment. Les gens de Wholele, les magasins de chapeaux du Japon de l'ouest, et ainsi de suite. Ils ont ouvert des magasins de ventes au détail mais bientôt ont commencé à fabriquer tous seuls C'était il y a approximativement sept années.

Concession qui était le moment décisif d'affaire de casquette.

Y: Oui. Le style traditionnel de vente en gros et de vente au détail a été détruit.

T: Les grossistes prenaient soin des risques de non vendu et de revenu. Ils ne le font plus. Par conséquent, les détaillants

doivent marcher sur leur propre route, y compris fabriquer tous seuls.

Y: L'affaire de chapeau/casquette était donc basée sur le "calledconsignment". L'article non vendu a été rendu aux grossistes. Lorsque le marché décline, ce système s'écroule.

T: Surtout dans les grands magasins ils ont besoin de personnel assistant les grossistes, et lorsqu'il y a déclin des ventes les grossistes ne peuvent pas se permettre d'absorber des salaires pour ce personnel, et donc les fenêtres du spectacle deviennent plus étroites pour moins de personnel et les ventes déclinent plus,

Y: Oui. Les grossistes envoient des gens aux grands magasins et remplissent l'inventaire. Ce système est devenu un style d'affaire peu avantageux à cause du déclin du marché.

Vous avez commencé un nouveau mouvement sous ces circonstances.

Y: Les détaillants de chapeau vendaient le même style et couleur chaque année avec des modifications mineures. Ce que j'ai commencé était de vendre des choses complètement différentes chaque année. Ce qui est appelé le système de l'expédition ne se fait pas dans mon système, parce que les articles non vendus

deviennent inutiles et quelque chose entièrement différent sort l'année suivante. Donc vous ne pouvez pas continuer l'inventu les années suivantes pour revente avec petites modifications.

L'affaire de mode marche avec votre système. Donc l'affaire de chapeau / casquette ne faisait pas comme l'industrie de mode.

Y. vrai. L'affaire de chapeau/casquette était semblable à l'affaire d'uniforme. Le militaire ou celui de police ne change pas chaque année.

T: Les utilisateurs de casquette étaient plus vieux, de 60 à 80. Mais Y-san a changé cela et a offert des casquettes aux adolescents et 20 ans. Votre magasin d'Harajuku était juste au milieu de la Mecque des jeunes gens.

Y: Il n'y avait aucun magasin de casquette à Harajuku. J'ai ouvert un magasin avec le slogan "les Casquettes sont un vêtement pour vos têtes" Chaque année j'ai introduit des dessins extravagants et des couleurs que vous ne pouvez pas trouver en casquettes traditionnelles. Harajuku est aussi le nid des coiffeurs du Charisme qui ont beaucoup de magasins dans cette région et ils ont porté nos casquettes et ensuite sont devenus des annonces

pour nos casquettes. Cela a attisé le retentissement du chapeau de Cow-boy, aussi.

T: il y a 5 à 6 années nous avons une grande affaire avec Lacoste et Munsingwear que nous avons représentés au Japon.

Quelle est l'histoire?

Y: Le point appliqué avait un petit retentissement dans le marché des vêtements de puces. Je pensais que tel peut être appliqué aux casquettes. Alors j'ai eu du succès.

T: Oui, un succès très grand. Nous faisons Lacoste et Munsingwear et Y-san faisait Arnold Palmer. C'étaient trois grands un-point appliqué pour les vêtements. Donc nous les avons appliqués aux casquettes et le retentissement est né.

Y: Messrs. Lacoste ont embauché Monsieur LeMer, un dessinateur de tissu. Cela a changé le vêtement de sport en vêtement de mode. Vous pouvez marcher maintenant dans la rue avec des vêtements de sport.

Donc le mot clé est mode Y: Casquettes comme mode pour la jeunesse. C'est unique au Japon. Le Japon est devenu le leader de la mode pour la jeunesse. Les casquettes ont été là mais maintenant elles ont été repositionnées comme articles de mode.

Les marchés des autres pays continuent à regarder la tendance de notre marché.

Comme les acheteurs de l'affaire de casquette en Chine, Hong kong, Taiwan et Singapour viennent au Japon pour acheter. Les chanteurs Japonais à casquettes sont populaires dans leurs pays et ils achètent ces casquettes. Ils achètent par personne 200 à 300 yen. J'ai fait la même chose aux USA il y a des années. L'histoire se répète. Je me demande quelquefois comment ils font pour vendre ces casquettes dans leur pays parce qu'ils les achètent ici au prix de vente au détail japonais qui est très cher. Mais Fait au Japon a sa propre aura charismatique . Les casquettes japonaises se vendent là bas en tout cas à n'importe quell prix. J'ai souvent demandé à avoir un logo japonais sur la casquette au lieu d'un alphabet de l'ouest.

T:les grossistes me disent aussi que les acheteurs de Corée, de Chine et de Taiwan viennent et achètent beaucoup de casquettes au liquide. Nous devons tous penser à l'étranger au sujet des ventes.

Y: Oui. Autrement nous sommes devant l'impasse. Le marché japonais est trop petit et il y a tant de gens qui copient ce que

nous faisons. La qualité japonaise est bonne et Fait au Japon aura un bon futur dans le marché d'outre-mer.

Qu'est-ce que vous pensez de ce qui se passe chez les fabricants?

Y. les nôtres sont tous faits au Japon mais les fabricants de Tokyo ont tous disparu. Il y en a encore un ou deux à Osaka qui restent, Shikoku et Kyushu en ont quelques-uns. Nous ne pouvons pas survivre outre-mer sans marchés. Nous avons une technique de goo que les fabricants étrangers ne peuvent pas se permettre d'avoir. Nous cousons en largeur de 5mm et dans le centre. Ils cousent en largeur de 10mm et pas dans le centre. Par conséquent leurs casquettes perdent leur forme une fois mouillées et séchées. Les nôtres restent dans leur forme. Ils ne pourraient pas se soucier moins de la couture fine parce qu'ils peuvent donner la forme avec la moulure. Mais une fois mouillées et séchées leurs casquettes perdent leur forme.

T:Le nôtre est un genre d'art, avec couture nette et ton. C'est une partie de la culture et mentalité japonaise. Nous sommes localisés à Osaka et nous pouvons encore faire de la bonne qualité. Veuillez acheter chez nous.

Y: Oui je connais votre qualité mais le prix est cher (rire). Nous avons un dilemme. Nous voulons une bonne qualité mais nous ne voulons pas payer un prix cher. Vous à Chuo faites de la bonne qualité et beaucoup de marques célèbres étrangères vous immatriculent. Je sais cela.

T: Je vois la différence entre nos propres créations et ce que les dessinateurs célèbres étrangers créent. Nous pensons seulement aux ventes de masse mais elles démarrent à partir de l'image. Nous apprenons beaucoup de leurs créations, pourtant avec quelques réservations au point de vue orientation-affaire.

Combien de dessinateurs avez-vous, Y-san?

Y: Seize T: Chaque dessinateur a sa propre façon. La créativité est d'importance et je peux bien comprendre leur mentalité.

Y: À un moment donné il n'y avait pas de jeunes gens dans l'industrie du chapeau. Les grands-pères et les grand-mères seulement . Mais Chuo était différent et avait beaucoup de jeunes gens. Je pensais que c'était très unique. Toute industrie tombera en décadence lorsqu'elle est occupée seulement par des gens âgés.

Pourquoi tant de jeunes gens à Chuo?

T: Parce que nous sommes localisés au centre d'Osaka. Si nous sommes loin du centre les jeunes gens ne viendront pas travailler chez nous. Vous avez aussi sauté dans le marché de jeunes gens avec votre magasin d'Harajuku. Ainsi, l'emplacement est important. Nous pouvons attirer les jeunes gens parce que nous sommes au centre d'une grande ville. Quand nous sommes localisés dans les régions de peripherie les gens âgés de banlieue viennent travailler.

Donc l'emplacement n'est pas seulement important pour un magasin mais pour une usine, aussi.

Y: Oui je pense aussi. Parce que les jeunes gens vont aux divertissements après le travail, donc si l'usine n'est pas près du centre de divertissement elle n'a aucun attrai pour les jeunes gens. Les jeunes ouvriers veulent aller au cinéma ou aux clubs, achetez des CD et ainsi de suite. La compagnie qui ne peut pas attirer de jeunes gens ne peut pas survivre. Ces jeunes ouvriers peuvent quitter et aller à d'autres compagnies mais être fournisseur d'une jeune force de fonctionnement habile à l'industrie est une médaille d'or pour une bonne compagnie. Beaucoup de talents qui travaillent dans l'industrie de chapeau sont sortis de Chuo et

Chuo a beaucoup contribué à, et aussi à maintenir, l'industrie du chapeau elle-même.

Dans quelles régions est-ce que vous observez la nouvelle tendance?

Y: Golf. Par beaucoup de femmes la tendance des golfs professionnels est créée. Il y a beaucoup de dames qui veulent jouer au golf avec des casquettes légères et non pas avec des casquettes de golf typiques ou des sun-shades. Nous voyons beaucoup de femmes sur les links de golf en casquette de rue.

T: Il y a une grande influence de la part des joueurs de golf femmes professionnels. Elles sont belles, aussi. Momoko Ueda décore par exemple ses mains avec du verni à ongle compliqué.

Y: Elle porte mes casquettes. Dans les links elle ne peut pas le faire parce qu'elle est liée par contrat avec ses garants.

T: S'il y a plus de changements dans le sport du golf il y aura alors une diffusion plus générale de vos casquettes. Le vêtement de golf est maintenant trop sportif et pas très à la mode.

Y: Ouais, je pense que le vêtement de golf devrait être plus sexy. Dans le tennis il y a des vêtements sexy. Le golf est un jeu plus cher donc le vêtement de golf peut être plus cher. Ceux qui sont

maintenant vendus sont des trucs tout bon marché.

T: Oui. Ce doit être plus de 5,000 yen dans la vente au détail.

Y: À ce prix je peux en faire un beaucoup mieux .

Quelque chose d'autre?

Y: Bicyclette. Je pense que nous devons commencer à concevoir des vêtements pour faire du vélo. La commutation à vélo au bureau a mis maintenant les vélos à la page, et les vélos chers font de bonnes affaires. Rouler avec de tels vélos est cher et demande des casquettes sympas. Mr.Imawano (un rockeur célèbre) est notre client et il avait un vélo qui a coûté plusieurs million de yens. Il a été volé et c'était des informations à la télé. Aller avec ces vélos chers exige des vêtements assortis et des casquettes.

T: Golf ou vélo ou quoi que ce soit mais en général ces sports sont devenus très chers.

Y: Les couvre-chefs et occasions de fête sont attentivement combinés, Voyez les chapeaux du Derby en Angleterre.

T: Les classes nobles portent des chapeaux extravagants au Derby.

Y: Oui au Derby ils mettent en valeur des chapeaux très extravagants. Une bonne affaire pour les faiseurs de chapeau. Je

souhaite que nous ayons de semblables occasions au Japon, aussi. Hier soir je suis allé à une session de musique et j'ai vu chaque membre portant un chapeau. Un chapeau est un devoir pour une telle occasion. Aux festivals de musique d'été nous parrainons des stands de chapeaux qui font de bonnes affaires. Les organisateurs ont demandé que je fasse des chapeaux sympas sans me soucier du prix. Ils croient que les chapeaux bon marché et les casquettes gâtent l'atmosphère et Ils veulent transformer le festival en une place où les gens sympas viennent et se rassemblent. Je suis si heureux d'entendre ce genre d'opinion.

T: Les chapeaux moux sont maintenant portés par les jeunes gens sans hésitation, pourtant ils ont été vus comme snob. Aujourd'hui il n'y a pas d'artistes qui ne portent pas ou chapeau ou casquette.

Y: Le chapeau est devenu important comme moyen de s'exprimer. Donc je déteste voir des chapeaux bon marché et des casquettes qui sont faites par ceux qui copient les miens et qui gâte cette nouvelle culture T: Nous avons eu aussi l'expérience d'une de nos créations copiée minutieusement une fois en Chine

et qui a eu du succès.

Y: Oui, donc notre création a toujours une vie courte. Sans copies chinoises elles peuvent vivre beaucoup plus longtemps.

T: Néanmoins nous ne pouvons pas nous impliquer dans la guerre du prix. Cela pourrait ruiner la réputation de nos marques instantanément. Nous devons continuer à enrichir notre image de marque en continuant nos produits de qualité.

Y: Nous entrons dans le monde de l'art moderne. Nous avons affiché quelques casquettes de notre création à Tokyu Bunkamura et ils ont attirés l'attention du Gouverneur du musée d'Art Moderne de Moscou qui a demandé que j'envoie 500 casquettes au musée pour leur magasin.

Lorsque nous étendons notre marché il y a toujours de telles nouvelles opportunités.

Casquettes pour musée. C'est quelque chose de tout à fait nouveau.

Y: Les tissus des casquettes ont des motifs d'art moderne. C'est notre création et cela devrait avoir attiré l'attention du Gouverneur.

Ainsi il y a toujours des nouveaux mouvements.

Y: Cette année les lunettes de soleil sont à la mode. Les lunettes de soleil se sont associées avec les casquettes. C'est à la page. Les artistes de film et de télé sont propagateurs de la tendance. Alors cela diffuse. Les jeunes filles contemporaines portent des perruques et des casquettes. Les casquettes sont les centres de coordonnées totales. Ces casquettes sont la nouvelle route pour le futur. Les gens aujourd'hui portent des casquettes d'une manière que je n'ai jamais imaginée. Cela donne un stimulus à notre industrie. Afin d'attraper la tendance et de créer quelque chose de nouveau nous devons embaucher de bons dessinateurs. Copier seulement ne peut pas créer une nouvelle tendance et culture.

Les casquettes japonaises obtiennent de l'attention aux USA et en Europe, et beaucoup de médias choisissent nos casquettes. Je veux faire un magasin à New York mais je n'ai pas été capable de le faire encore parce que j'ai besoin d'au moins 100 Millions de yen. Mais je pense que je dois faire cela rapidement. Il y a très peu de faiseurs de chapeaux aux USA qui peuvent faire ce type de casquettes sympas. Ils ont des casquettes chères et bon marché mais rien dans le support du prix moyen. C'est ce que nous faisons et si nous les vendons en Amérique et en Europe cela fera

un grand coup. La question est l'argent. Nous vendons seulement trois milliard de yen par an et nous ne pouvons pas nous permettre d'investir 100 Million pour un magasin à New York.

T: Alors nous à Chuo pouvons investir 100 Million (rire) de Y: Il y a maintenant une chance que les casquettes japonaises soit acceptées à l'étranger. Il y a quelques grossistes qui vendent outre-mer aux détaillants.

T: La clef est de faire ce qui est voulu.

Y: Je sais ce qu'une casquette me dit lorsque je la touche. Elle crée une atmosphère. Une casquette peut changer l'atmosphère. Les gens peuvent avoir un temps divin dans cette atmosphère. Je veux continuer à faire de telles casquettes.

.

Quatre cadres se rencontrent

K: R.Kurihara (président, Kurihara K.K) S: Y.Shigematsu,
président, Shigematsu K.K.)N: K.Nishii (président, Chuo Boshi)
Y: A.Yahachi (directeur général, Eccletico)

N; J'espère que ce livre servira de référence pour les futurs lecteurs. Je ne veux pas que ce livre soit comme une propagande de ma compagnie. Le livre antérieur sur le 50e anniversaire a été publié avec la même politique. Chaque chapitre est indépendant et ensemble, ils donneront une image de ma compagnie dans l'esprit des lecteurs. Dans ce but j'ai évité de définir ce que Chuo Boshi est. Je l'ai laissé au jugement des lecteurs. Je veux que cette publication soit une borne dans l'histoire du chapeau et des faiseurs de casquette. Je publierai, aux côtés de la version japonaise, une version anglaise, française et allemande, et je les donnerai aux bibliothèques de collèges avec faculté de mode.

J'ai instaurée cette discussion de groupe pour parler du futur, plutôt que du passé de ma compagnie. . Veuillez vous sentir libre d'exprimer votre opinion au sujet du futur du chapeau et de

l'affaire de casquette.

C'est une occasion rare où les personnalités supérieures dans le chapeau et l'affaire de casquette se trouvent ensemble. Vous avez tous succédé dans les firmes de vos pères. Veuillez vous sentir libre de parler comme les deuxièmes générations.

N: Est-ce que vous avez de la frustration au sujet du présent statut de votre affaire ou des espoirs pour le futur?

S: Bien sûr j'espère que ma compagnie sera plus grande qu'elle ne l'est aujourd'hui. Comme pour l'industrie elle-même, le problème est les nouvelles entrées d'autres affaires dans notre industrie. Ma compagnie souffre de cela.

Qui sont les nouveaux concurrents?

S; Marchants d'articles divers, pour ainsi dire. Ils achètent en Chine et en Corée à prix bon marché et vendent au Japan. Nous étions ignorants d'un tel style d'affaire. Nous avons été satisfaits que le chapeau et l'affaire de casquette soit une affaire spéciale qui exige du savoir et de la compétence et par conséquent est séparée. Ils nous donnent maintenant un temps dur et pour ma part je veux leur donner un temps dur en retour.

K: Il y a eu beaucoup de changements dans ces dix années dans

notre industrie. Mon père disait que chapeau et l'affaire de casquette est bien séparée des nouveaux concurrents. Mais lorsque j'ai réussi l'affaire j'ai vu tant de nouvelles entrées. Mais cela peut signifier que le chapeau et l'industrie de casquette est devenu une zone attirante pour les étrangers.

N: Oui, nous avons été trop content de nous-même, peut-être.

S: En effet. Donc nous disions que personne d'autre n'entrerait.

N: Mon père disait la même chose. K-san et j'ai été dans les deux affaires de l'habillement et de ce point de vue, le chapeau et l'affaire de casquette m'ont paru quelque chose de très spécial, quelque chose de dur à comprendre. Est-ce que vous ne pensez pas ainsi, K-san?

K: Oui. Le point faible d'une affaire étanche est l'aveuglement à l'extérieur. Nous n'aimons pas beaucoup garder notre affaire des attaques de l'extérieur. C'est comme Japon au 18e siècle. Lorsque nous faisons de la recherche de marketing dans les grands magasins nous inspectons le chapeau et la casquette seulement. Les gens dans le vêtement étudient l'industrie plus largement, parce qu'ils regardent le chapeau comme un segment de l'habillement total. Pour ces gens le chapeau et l'affaire de

casquette ont une barrière très basse pour l'entrée.

N: Nous faisons de la recherche mensuellement mais seulement dans le secteur chapeau / casquette comme vous dites.

K: Nous avons tendance à penser que les consommateurs viennent regarder et acheter le chapeau / casquette, mais ils ont des options pour acheter des chaussures, des écharpes ou rien. Nous devons penser au moyen d'obtenir que leur dix billets de mille yens soit dépensés pour chapeau et casquette. Mais ce que nous pensons maintenant est de savoir comment rivaliser avec les autres faiseurs de chapeau / casquette. Notre vue est restreinte dans le marché de chapeau / casquette seulement Nous devons jeter un coup d'oeil sur le marché plus général.

N: Vrai. Le chapeau / casquette ne se vend pas toujours. Les vêtements peuvent se vendre chaque année mais le chapeau /casquette ne peut pas.

K: Vrai.

Y: Ca change chaque année.

N: Pourquoi ces étrangers sont entré dans le marché de chapeau/casquette et ont eu du succès, je ne sais pas. Est-ce que vous savez Y-san?

Y: Ils ont les yeux et l'intelligence frais. Ils utilisent des couleurs auxquelles nous n'avons jamais pensé. Ils saisissent la tendance du temps.

N: Ils ne sont pas obsédés par les vieilles idées ou les préjugés.

Y: Et ils vendent partout les chapeaux et les casquettes. Magasins de jeans et magasins vêtements.

Les K:Big vendent maintenant beaucoup de chapeaux et de casquettes.

Y: Oui.

K: J'ai interrogé la Compagnie Wxxx une fois et j'ai trouvé qu'ils vendaient deux million de chapeaux en une année. C'est terrible et choquant.

Y: Vraiment? C'est surprenant. C'est plus qu'Ito-Yokado.

N: Ils n'ont pas de parti pris ou d'obsession, comme K-san a dit il y a quelques minutes. Ils ne font pas d'effort lourd ou spécial pour vendre des chapeaux et des casquettes. Ils se trouvent à vendre des chapeaux et des casquettes c'est tout. Qu'est-ce que nous pouvons faire pour rouler en arrière contre ces concurrents nonchalants mais redoutables?

S; Je ne sais pas si nous pouvons rouler en arrière, mais je pense

que c'est difficile pour nous de faire des affaires de leur façon. Ils négligent les vieux rapports avec les grossistes parce qu'ils n'ont pas de tels rapports comme nous en avons. Donc ils peuvent vendre n'importe où.

N; Le changement récent dans le chapeau et le marché de la casquette a commencé quand les jeunes générations sont devenues le soutien principal du marché. Nous les méprisions et nous avons pensé que c'était une manie. Mais nous avons tort. Les jeunes générations sont la clef du présent et du future. Dans ces dix à quinze années notre affaire a eu beaucoup de changement, vous avez réussi à faire grandir votre affaire. La clef de ce succès, je pense, était que vous avez commencé à vendre au détail. Nous sommes tous différents dans le style de l'affaire. Nous à Chuo sommes des fabricants. K-san est un détaillant, et S-san fait les deux, vente en gros et vente au détail. Cependant, nous menons notre affaire d'une semblable façon, en essayant d'entrer dans les segments à l'extérieur de la limite du chapeau traditionnel et du marché de la casquette. Qu'est-ce qui a déclenché de telles tentatives dans vos compagnies?

K: J'ai quitté une compagnie de l'habillement et j'ai réussi cette affaire. Lorsque j'ai quitté j'ai dit à mes collègues que j'allais au chapeau et affaire de casquette, et ils me demandaient si je pouvais gagner assez d'argent pour maintenir ma vie.

Tout le monde: (Rire) K; En même temps ils me demandaient où les chapeaux et casquettes sont vendues. Nous dans le chapeau et affaire de casquette savons qu'ils sont vendus au moins aux grands magasins mais ils ne savent pas où acheter des chapeaux et des casquettes. Donc je pensais que nous devions fournir des magasins de chapeaux et casquettes pour eux où ils peuvent venir acheter.

Une autre raison pourquoi je suis allé dans la vente au détail a été due à la disparition des magasins de chapeaux et de casquettes dans la ville. Il existait beaucoup de magasins de chapeaux et de casquette mais ils ont changé en boutiques vêtement et articles divers. Mon père se plaignait toujours à ce sujet. Depuis que les magasins de chapeaux et de casquettes ont disparu, les grands magasins et les supermarchés ont commencé à vendre des chapeaux et des casquettes. Nous devons renverser la situation. Nous devons créer des magasins de chapeaux et de

casquettes dans un style différent, au goût contemporain. J'ai trouvé qu'avoir de tels magasins nous donne la place pour communiquer directement avec les consommateurs. C'était une nouvelle consolidation avec une grande signification. Avoir un magasin au détail est bien, parce que nous pouvons toucher et sentir les consommateurs. Bien sûr nous ne pouvons pas couvrir la région entière du Japon, mais en avoir quelques-uns est déjà très récompensant. Je poursuivrai cette façon de penser et j'irai plus loin.

N: Qu'est-ce qui a supporté l'augmentation de Shigamtsu, S-san?

S: C'était le désir de notre PDG, d'élargir le marché de chapeaux et de casquettes. Cela signifie que nous devons vendre à meilleur prix pour les consommateurs plus généraux. Il y a quelques 15 à 20 années nous avons innové dans la vente de la remise de chapeaux et casquettes. Nous achetons meilleur marché et vendons meilleur marché, afin de faciliter la diffusion de l'habitude de porter chapeau et casquette.

N: C'est contre le style de l'affaire traditionnel. Shigematsu a

révolutionné le style de l'affaire du chapeau et de la casquette. Si Shigematsu ne l'avait pas fait, certains supermarchés l'auraient fait, mais vous les avez anticipés. Quels sont vos futurs objectifs? Je me demande quelquefois pourquoi je fais ceci, et pourquoi je m'efforce de rendre l'affaire plus grande. Qu'est-ce qui supporte votre motivation journalière, S-san?

Sil y a le bonheur de nos employés. Un autre est le rêve que j'ai au sujet des chapeaux et casquettes.

N; Quel rêve?

S. Je ne sais pas s'il deviendra jamais vrai, mais je rêve que mon usine devient la meilleure dans le monde. Comme fabricant, ce doit être le but.

K-san plaçait l'accent sur la vente et la distribution mais pour S-san l'accent est sur la fabrication.

S. oui. Je veux faire mieux.

N: Est-ce que c'est parce que vous obtenez quelque mauvaise influence de nous, S-san?(Rire) les compagnies traditionnelles qui ont maintenant survécu ont la capacité d'assurer une bonne qualité. La pauvre qualité et l'affaire de remise accommodante ont tendance à ruiner la base de l'affaire et je veux être prudent.

N: Dans notre attitude vous Shigematsu et nous Chuo ont beaucoup en commun. Et vous K-san? Vous avez coupé la région industrielle d'une étape tôt et c'était une grande décision. Comment est-ce que vous l'évaluez?

K: Je n'étais pas sûr si j'avais raison, au moins pendant deux années. J'étais en doute. Avoir nos jambes dans la fabrication a paru une bonne idée à un moment, mais au prochain moment j'ai été intrigué par l'idée de couvrir les deux, la fabrication et distribution. Je me suis rendu compte finalement que je ne serais pas capable de faire tout, et donc j'ai pris la décision de me concentrer.

À quelle distance est-ce que vous maniez vente et distribution, S-san?

S. quelques ventes au détail seulement. Nous sommes des fabricants afin de vendre aux grossistes. Nous ne pouvons pas passer sur les têtes des grossistes et direct aux détaillants. Notre essentiel est la fabrication. La seule raison pour laquelle nous avons quelques magasins de vente au détail est pour rassembler des informations directes des consommateurs qui ne viennent pas très souvent à nous ou très vite par les grossistes. Ces magasins

servent comme bancs d'épreuve pour les nouveaux produits. Ils sont par conséquent des magasins d'antenne uniquement.

N: L'information directe des ventes est d'une importance extrême, si c'est chapeau et affaire de casquette ou habillement.

K: Oui. Nous vendons par les grossistes et les acheteurs et l'information revient par ce chemin. Alors il y a beaucoup de filtres et les opinions de ces filtres sont mélangées avec l'information crue. Ce moyen d'information est contaminé et devient inutile quelquefois, ou au moins en retard et rassis. L'information directe du détail est d'une grande aide.

N: Est-ce que vous croyez à ce style d'affaire où les grossistes fabriquent tous seuls et ont mis la tendance?

S. je pense que les grossistes doivent le faire. Mais ce n'est pas fait ou les grossistes le font de moins en moins. C'est vrai que tout devrait démarrer à partir des consommateurs. C'est l'élément essentiel. Mais il est souvent mal compris et on a tendance à attendre, en ne prenant pas d'actions jusqu'à ce que quelque chose vienne des consommateurs. Les grossistes ne devraient pas s'asseoir et attendre mais devrait amener l'initiative et créer de

nouveaux besoins et des demandes dans le segment des consommateurs.

N; S-san a une grande usine et vous ne pouvez pas attendre parce que vous devez organiser à l'avance et commencer la fabrication.

S; Oui, c'est juste.

N; Donc vous amenez l'initiative et créez la demande et vous avez envoyé la tendance.

S. Oui, Mais nous avons tendance à faire des produits médiocres par ce cycle. Nous ne pouvons arrêter l'usine sans opérer. Donc nous tournons la machine et faisons des produits pour la prochaine saison. Mais quel genre de produits? Alors nous avons tendance à sélectionner des articles de vente sûre. Nous ne faisons pas d'aventures. Nous évitons les risques. les produits de vente sûre se vendent, mais ils ne créent pas de nouvelle tendance. Donc la médiocrité prédomine.

N: Vous sélectionnez ceux-là qui se sont vendus dans le passé, et donc êtes capturé par le passé.

S. oui.

N; Les consommateurs paraissent acheter plus par internet, plutôt que d'aller au magasin. Ils dépensent de l'argent à

l'internet et achète des téléphones portables. Je pense qu'il y aura plus de ventes d'internet de chapeaux et casquettes dans le futur.

K. je ne pense pas. Dans les ventes d'internet, le pourcentage du retour est plus que dix. Les chapeaux et casquettes ne peuvent pas être ajustés après l'achat et ils reviennent si ils ne vont pas.

Les acheteurs Web qui sont bien éprouvés ont tendance à commander beaucoup de produits et gardent ce qu'ils aiment et retournent tout le reste. Si tout le monde commence ceci, le ratio du retour devient terrible. Tout ceux qui seront dans ce genre d'affaire souffriront beaucoup.

S. Mais la jeune génération a moins de resistance à acheter par internet. Nous voulons essayer d'abord et acheter, mais ils sont habitués à acheter sans procès.

K. Nous avons vendu dans ce segment au détail à l'extérieur de la sphère du chapeau et de la casquette, tel que les magasins de jeans, les magasins d'équipement de sport, etc, Leurs clients n'achètent pas parce qu'ils les aiment après essayage, mais parce que certaines personnes de télé les portent. Ils achètent simplement parce qu'ils ont envie d'acheter et pas parce qu'ils ont confirmé la qualité. Le prix n'est pas assez cher pour travailler de façon

défavorable contre ce genre d'action de l'achat informel. La vente Internet sera capable de pénétrer pour ce genre d'acheteurs.

Quel genre d'atmosphère est-ce que vos magasins maintiennent, S-san et K-san?

N: Lorsque je regarde le magasin de K-san je suis impressionné par le comportement du personnel des ventes. Ils sont bons partenaires de conversation pour les clients et ne s'imposent pas sur eux. C'est très bien et nouveau. Les magasins aux ventes imposantes recrutent du personnel ayant un appel très petit aux redoublants.

K: Je forme le personnel des ventes leur disant qu'ils ne devraient pas toujours poursuivre le succès de vente. Je ne leur dis pas cessez de vendre, mais je leur dit que c'est OK si ils ne peuvent pas vendre. Les clients recherchent des informations et veulent trouver le moyen de s'habiller avec des chapeaux et des casquettes. Donc j'accueille ces clients qui touchent et essayent. Parce qu'ils reviendront encore pour toucher et essayer ce qui finalement résultera à l'achat. Ils n'achètent pas de produits comme vêtements ou chapeaux et casquettes. Ils achètent des occasions. Ils peuvent avoir des parties ou des voyages et

s'imaginer portant ces chapeaux et casquettes ou vêtements à ces occasions. Donc notre personnel de ventes doit encourager ces clients à imaginer comment cela semblerait agréable avec nos chapeaux et casquettes. Cela signifie que le raisonnement d'action de l'achat pour un client n'est pas parce qu'elle ou lui sont persuadés par le dessin, qualité ou prix, mais parce qu'elle ou lui sont satisfaits par leur image avec ces chapeaux et casquettes aux occasions auxquelles elle ou lui participeraient. Pas beaucoup de ventes au détail ont été prospères en affaire de cette façon. Une scène visuelle ou l'agitation de l'imagination est facile dans cette affaire. Il y a des mannequins et si nous avons mis des vêtements sur eux, peut être avec une valise à la main, nous pouvons créer une scène de petit voyage. Je dirigeais les vitrines lorsque j'ai travaillé dans l'affaire de vêtement. Les chapeaux et casquettes sont différents et difficiles. Nous ne pouvons pas créer très facilement de scène. Ce que je voulais essayer dans nos propres magasins est une commercialisation de la scène-fabrication.

N; Écouter cela me fait me rendre compte de ce que K-san essaye.

Et vous, Ssan?

S. Certaines reproductions sont là avec ce que K-san a dit. Dans nos magasins il y a tant de chapeaux et de casquettes affichés, afin d'offrir un divertissement aux clients. Ils sont bienvenus à l'essayage et au bavardage. C'est une place pour jouer, une place de joie et de passe-temps. Et lorsqu'ils trouvent quelque chose qu'ils veulent vraiment avoir, ils peuvent l'acheter. Un chapeau intéressant ou une casquette n'est pas toujours un chapeau ou casquette de vente. Ils essaient une casquette intéressante et c'est tout. Ils ne l'achètent pas. Mais si cette casquette intéressante a amusé les gens celle-ci a fait son travail d'attirer les gens et de les amuser. Donc notre magasin est un espace pour envie, un espace pour les rêves. Les rêves ne peuvent pas nous nourrir mais sans rêves ce n'est pas amusant de travailler.

N: Nous vivons à l'âge de l'abondance donc ce sera de plus en plus important de savoir où acheter et comment acheter.

S. je disais à l'un de nos personnels des ventes que nous ne devons pas chercher seulement pour les besoins. Plutôt nous devons chercher pour les manques, ou quelque chose au-delà des besoins. C'est vrai dans cet âge d'abondance. Si quelqu'un a besoin de quelque chose, c'est déjà dans la poitrine. Donc nous devons

chercher pour ces manques afin de les laisser acheter ce que nous offrons. Comment nous faisons les produits qui satisfont leurs manques est très important.

N: Qu'est-ce que vous voulez faire d'autre?

S: Personnellement?

N: Est-ce que vous voulez dépasser votre père?

S: Oui. Mais ce qui est le critère pour de tels exploits reste à voir. C'est les autres qui jugent, pas moi.

N; Dépasser d'un moyen différent?.

S. oui. Le dépasser de la même façon qu'il l'a fait est impossible. Je veux le faire a ma façon.

N; Mon père s'est retiré il y a au moins dix années mais il y en a beaucoup qui pensent que Chuo Boshi est encore sur la piste qu'il a établie. Je suis satisfait quoi qu'ils pensent (rire). En réalité nous sommes sur une piste différente et nous sommes allés, peut être trop loin. Qu'en pensez-vous, K-san? Est-ce que vous pensez aussi que vous voulez dépasser votre père? Ou vous l'avez déjà dépassé?

K; Non, non, pas du tout. Je n'ai jamais pensé à une telle chose.

N: Parce que vous êtes sur une piste différente > K: Peut-être sur la même piste parce qu'après tout nous sommes le père et le fils. La nôtre a été commencée par le grand-père et est descendue par mon oncle et mon père et actuellement à moi. Mais nous avons tous des rôles différents. L'affaire change, le marché change et tout change aussi. Donc il ne peut pas être dit simplement si je veux dépasser le grand-père ou non.

N: Est-ce que votre futur personnel coïncide avec le but de la compagnie?

K: Honêtement, pas beaucoup. Je veux passer cette compagnie à la prochaine génération plutôt que de l'agrandir.

Lorsque j'étais au lycée j'ai assisté à l'enterrement de mon père et j'ai été impressionné par la dimension de la cérémonie et la dimension de l'affaire que nous avons faite et j'ai été impressionné par tant de gens travaillant à aider la cérémonie.

J'ai senti qu'ils supportaient notre affaire et que ce n'était pas mon grand-père ou mon père. C'était une organisation qui a été supportée par eux et mes ancêtres mangeait du pain avec ces gens et de par leur aide et support. Mon rôle comme président est de faire un sous-sol ferme pour une telle aide mutuelle et un support

et partager le pain et c'est mon devoir de les guider. Donc dans ce contexte le but de la compagnie et mon rêve sont sur des pistes différentes.

N: Je comprends très bien. Si vous le comprenez trop bien vous deviendrez un homme comme moi (rire). Et vous, S-san, S; La façon dont mon père conduisait l'affaire est quelque peu hors de mode maintenant. Il peut être fâché d'entendre ceci mais c'est vrai. Comprendre ceci et faire grandir l'affaire et l'avancer dans la lumière du nouvel âge est mon rôle. Je ne sais pas si je peux le faire et ce que mon père a accompli est grand. Mais je pense qu'il y a quelque chose que seulement moi, je peux accomplir qui peut augmenter ce qu'il a fait.

N: Je vois. Qu'est-ce que vous pensez S-san, au sujet de comment passer l'affaire à la prochaine génération, comme K-san a dit.

S. je n'y ai pas encore pensé. Je me concentre à diriger l'affaire que j'ai héritée.

N: Je me sens au sujet de mon rôle comme l'homme qui fait l'organisation. Je fais l'affaire d'une telle façon que les gens du futur distant regardent et évaluent.

Vous avez tous réussi votre affaire donc vous devez avoir

beaucoup de choses en commun. Et vous, N-san, quant au rêve personnel et au but de la compagnie.

Est-ce que vous aviez un temps dur à les réconcilier?

N:Oui. Ils sont assez différents. Mais ces jours-ci je ne pense pas beaucoup à cela.

Vous semblez tous différent dans votre approche à ce problème.

N: Les approches sont différentes et la génération aussi est différente. En changeant de sujet, qu'est-ce que vous voulez faire dans dix ans, conquérir le marché, K-san?

K: J'ai été frustré par le manque de standing des fabricants de chapeau. Mes amis m'ont demandé si je pouvais me nourrir dans l'affaire de chapeau, et j'étais fâché lorsque j'ai été demandé par les parents de ma femme si je pourrais soutenir une famille étant dans l'affaire du chapeau.

Tout le monde:) rire) K. Ce qui dénote combien bas est le standing de l'affaire du chapeau. Si le président avait été négligé comme tel, comment est-ce que ce serait au sujet des employés? Si ils rencontrent les parents de leurs futures femmes, est-ce qu'ils seront la cible du mépris et de l'inquiétude? Je veux

rendre le standing des fabricants plus élevé. Je veux que nos employés soient fiers d'être des hommes du chapeau.

N: Quand je rencontre des gens aux endroits de boisson je me présente comme fabricant de chapeau et ils montrent de la sympathie'(rire). Quel est votre futur objectif, S-san?

S; Être remercié par quelqu'un est la plus grande récompense pour un fabricant. Les bons échantillons et les produits sont des cibles pour ces remerciements et je veux continuer à les faire d'une façon orthodoxe. J'aime faire des choses et les bonnes choses ont leur propre aura spéciale. Je réussis rarement mais l'excitation quand les bonnes choses naissent est un moment vraiment valable. Je veux continuer à poursuivre la fabrication des bonnes choses.

Post-scriptum

La variété marche.

J'avais écrite la préface pour la 50e publication anniversaire avant que j'ai eu l'occasion de lire des articles par les autres contributeurs. J'écris ce post-scriptum après avoir lu ce que les autres gens ont écrit.

Cela signifie que j'écrivais la préface avec la conjecture de ce qui serait écrit, et j'écris le post-scriptum avec la compréhension de ce qui a été écrit.

Chuo Boshi aujourd'hui a grandi en une compagnie où tout le monde sait quoi faire sans avoir été dit. Nos gens le prennent comme allant de soi. Regardant en arrière au temps où la 50e publication Anniversaire a été imprimée, c'était quelque chose qui ne pouvait pas être pris comme allant de soi.

Je veux rester "entrepreneur anarchique" et je deteste le maniérisme. Dans ce sens je suis un peu hérétique. Mais je sens ces jours-ci que je n'ai pas besoin de mener la compagnie en faisant signe à nos gens de faire les choses d'une façon créative. Je n'ai plus besoin d'être minutieux au sujet de quoi faire. Ils font face à et définissent les problèmes avec un caractère agressif et continuent à les réformer.

Chuo Boshi et Eccletico me paraissent une conglomération de beaucoup de cellules ou de bulles. J'espère que cela continuera à être une communauté de beaucoup de volontés. Mon travail est de comprendre de cette conglomération de quel point elle a grandi au statut courant et dans quelle direction elle entre

Donc ça peut être défini comme une "marche non unie d'une variété" Le plus grand obstacle dans le chemin de cette marche, comme je le vois dans mes moments privés, sera "la santé mentale ou commonsense du cadre" Facile à dire. Le faire est très difficile. Ce style de gestion est un type d'art qui ne peut pas être transféré facilement à une personne qui me succède. J'essaie de me réformer chaque jour en déniait mon passé.

Je n'ai aucun idéal quant à ce que Chuo Boshi devrait être. J'espère seulement que ce soit toujours une communauté flexible allant à une forme désirable à un moment donné et continuant à évoluer.

J'espère que que la propriété individuelle de chaque employé continuera à être respectée et que tous resteront agressifs. Depuis que j'espère trop, ma vie ordinaire est pleine de contradictions.

Une des descriptions du travail de la gestion supérieure est de penser. Ainsi, je me méfie toujours de penser trop. Il s'est passé beaucoup de choses depuis la publication du 50e livre Anniversaire. Nous nous attendons à plus. Je veux seulement continuer à faire du bon travail. Merci beaucoup. Veuillez continuer à m'aider et à me guider.

Kenji Nishii