

元気な企業を応援する
ビジネスマガジン

[ビックあきた]

12

2014
Vol.401

公益財団法人あきた企業活性化センター
Tel.018-860-5610 <http://www.bic-akita.or.jp/>

BIC
Business
Information
Center
Akita



”真念“
の
声
を
聴
く。
。

2 経営探訪

自己を見つめ、
全てを天にゆだねる。
東北醤油株式会社

4 センター活用事例

ファッションハウス テル
株式会社 マツザワ

6 経営さぶりメント

会える秋田美人…(2)

8 プラザ通信

あきた企業応援ファンド事業 ほか



来客があると、総立ちで迎えてくれる。思わず笑顔になってしまうような心のこもった挨拶だ。苦しかった時代に社長一人で実践していたが、あるとき振り向いたら社員も立ち上がって深々と頭を下げていたと言う。

自己を見つめ、全てを天にゆだねる。

東北醤油株式会社

代表取締役社長 佐竹 宏明 氏

東北醤油株式会社の看板商品「万能つゆ 味どうらくの里」は、秋田で知らない人はいないと言っている。全国的な知名度も高いものとなっている。今日の繁栄の陰には、佐竹宏明社長の壮絶とも言える商品開発への取り組みがあった。最悪の結果をも意識した究極の困難を克服する後押しとなったのは、学生時代から実践していた座禅による“心の修養”だった。経営者としてのメンタリティが強固なものとなり、いつしか周囲に大きな笑顔の輪を広げていったのである。



「長」になったら自分の給料は自分で決めない。自分の評価は人に任せることを貫いている佐竹社長。



■ 孤独な闘い

佐竹社長は大学卒業後、栃木県の会計事務所に勤務していた。当時の代表者で、株式会社TKCの創始者でもある飯塚毅氏の勧めで、就職が内定していた学生時代に禅と出会い、約5年間修行を続けた。やがて30歳になり、論語で言う「而立(じりつ)」を意識した佐竹社長は、義父の経営する同社を立て直すために入社し、「めんつゆ」で勝負をかけるべく「味どうらくの里」の開発に着手する。前顧問先の栃木のそば屋さんを頼り、幾度も通って味を見てもらい商品化にこぎつけたが、あえなく頓挫。そこで、地元の方々に直接食べてもらう試食販売に

切り替え、試食サンプル20万本を配布した。しかし、一向に売れる気配がない。ついに金融機関から融資を断られ、佐竹社長は社内でも孤立するようになった。もう、本当に終わりだと悶絶したその日の明け方、ふと我に返りもう一度挑戦しようと思いついた。佐竹社長は再び、座禅や行水を行いながら一心に自分自身に問いつめたのである。「どうしたらいい!？」——それは、雑念の奥にある、私心のない本当の自分の念——“真念”の声を聴くための問いだった。



「一期一会」と「感謝」の心を込めて、佐竹社長が始めた「お見送り」。今では同社の社風となり、来客の姿が見えなくなるまで手を振ってくれる姿、まさに感動的だ。

■ 掘り下げるのは"自分"

自問を繰り返すうちに、佐竹社長の脳裏に、西郷隆盛の「敬天愛人(けいてんあいじん)」の言葉が浮かんだ。そして、「全てを天に任せよ、己は今日一日に最善を尽くすのみ」という明確な思いが心に沸き立った。佐竹社長は、私心と不安を捨て、真に喜んでもらえる道を探求する決意に至ったのである。

ある日、奇跡が起こる。「山ほどの在庫が全部売れたから、商品持ってきて！」山形の間屋からの電話だった。同じ時期に県南地区の間屋からも注文が入った。突然、売れ始めたのである。佐竹社長の奮闘を応援する人たちの存在と、あの20万本のサンプルが実を結んだのだ。試食販売に同行してくれた間屋。「万能つゆ」という“肩書き”を提案してくれた小売店の担当者。そして、地元のおじいちゃんおばあちゃんたちが丁寧にサンプルを試してくれたことがブレイクのきっかけとなった。

「座禅によって掘り下げるものは、商品そのものよりも自分。なぜならつゆを作る人は私自身だから」と佐竹社長。“心のあり方”を見つめ続けた結果、「味どうらくの里」は多くの家庭で愛されるヒット商品へと成長を遂げた。

工場はどのラインも埃一つなく、整然として美しい。
秋田へ出張で来た折りに「味どうらくの里」を知り、地元に戻って友人知人におすそ分けする、受け取った人からの評判を聞いて購入する……
県外の顧客の多くはこうした口コミによって拡大していった。

■ 地元の人が評価

「味どうらくの里」は、秋田県内の「つゆ」市場で現在のシェアは4割ほど。「まだまだ隅々まで届いていないんだな。目標は秋田県でシェア8割」と佐竹社長。商品のよしあしも会社の存在意義も評価するのは地元の人々であり、“この町にあってよかった、入社できてよかった”と思ってもらえる企業になれば、商売繁盛は難くない——佐竹社長はそう考えている。

戦略としては、「勝負は“二番手”で行う」、つまり、ナンバーワンを懐に残しておくこと。秘密兵器を常に育てておき、類似商品が台頭してきたときに差し替えるのだ。そうすることで一位の座を奪われる恐怖とも無縁になる。さらに佐竹社長は、「経営にカベ(障害)はない」とも言う。カベは、欲しがるばかりで愚痴をこぼす、がんばりの方向性を取り違えることで生じる、“自ら作り出したもの”である、と。

未来を担う若い経営者へのメッセージも、次のように語ってくれた。「“何のために働くのか”を見誤らないこと」「自分の家族を大切に感謝できる人間になること」。佐竹社長の言葉は、どれもシンプルかつ深遠で、万人の心に響く魅力がある。



冬期間限定で販売している「万能あまざけ 秋田姫美人」。甘酒として薄めて温めて飲むだけでなく、料理の下味付けや漬物、またスイーツの隠し味としても活用できる。



現場で作業する社員さんたちの目は真剣そのもの。集中しながらも、見学に訪れると必ず挨拶をしてくれる。



東北醤油を代表する商品群。その筆頭である「味どうらくの里」は、発売当初は泣かず飛ばずの苦戦を強いられていたが、誕生から4年後の1983年に売上が一億円を突破、大ヒット商品となった。30年を超えた今でもファンを増やし続けている。

東北醤油株式会社

〒019-1701
秋田県大仙市神宮寺字本郷野102
Tel.0187-72-2020
Fax.0187-72-3215
<http://www.touhoku-syoyu.co.jp/>

- 創業 / 1920年8月
- 資本金 / 1,280万円
- 売上高 / 13億5千万円
- 社員 / 27名(男11 女16)
- 事業内容 / 万能つゆ・白つゆ等調味料の製造販売