

ぱるす

四季の会・ユーザーズ・サービス

193号

発行人 浅沼 邦夫

拝啓 梅雨の候、先生におかれましては益々御健勝のことと存じます。

㈱浅沼経営センター(AKCグループ)は、4月決算期で6月に経営方針発表大会が恒例になっているのです。今年で、AKCグループは創業45年。老舗企業になりました。AKCグループの歴史書としての「時事記録」があるのです。

その中に「激しく動く社会環境の中で、困難を伴いながら、常に環境に適応し進化を遂げている。その中で磐石な体制作りに、ある期間一身を賭して真剣な革新の努力をした何百名という数多くの社員に、心から深甚な感謝を捧げたい。更に、「先人樹を植えて、後人涼を取る」という。先人が樹を植えてくれたからこそ、後の人がその下で涼むことができる。「恩の遡源」である……」。45年間を振り返ってみて全員で感謝の気持ちを捧げました。

AKCグループも第2創業期に入りました。創業者として、真の目的は「存続と発展」である。だから、全社員に大変きびしいことは言わざるを得ないのです。

「すべてを守れば、すべてを失う」(孫子の兵法)「原点を継承せよ!仕組みは革新せよ!」よき風土は「社会性・教育性・収益性」である。「ものの見方・考え方を変えると、仕事も変わる」「お客様の立場に立つ!」目線も大事だが「心線」が、これから大事になる。この思いが人との出会いを引き寄せる……等々を!

そこで、私の今年の信条5つを語りかけていく!**プラス発想** ものごとは、すべてプラスに発想し、やればできるという積極的な心を持つ。**素直な心** 感謝の心と素直な心を持ち、感動できる豊かな感性を養う。**向上心** 一生勉強だ、お客様に学び、現場から学び、本物一流から学ぶこと!

本質的・長期的・総合的な思考 ものごとを考えるときは、3つの鏡、「望遠鏡・顕微鏡・双眼鏡」でみる。**謙虚な心** すべての責任は自分にあるという謙虚な心でものごとを見る。

社員に重要なことは、「休日が多くなった」、仕事を変えないと大変!教育が大事だ!3つの挑戦をしていく、「収入増大」「新規顧客獲得」「人材育成」常に今も将来も挑戦し続ける。「立てた目標は達成される」。経営方針は「共通の考え方、仕事ぶり」である。「社員満足」が「お客様満足へ」とつなげていくことにつながっていくのです。ポイントはそこをみざしていきます。

こんな「すごい会社」になりたい!

日本の長寿企業「ミツカン」にみる秘訣があった。AKCグループ、顧問である公認会計士、松下芳男先生の寄稿によると、

歴代の当主(社長)は代々中埜又左衛門(又左衛門)と名乗り、今日まで連続して8人の又左衛門が誕生しています。

【初代又左衛門(それは冒険から始まった)】江戸時代も中頃をすぎると経済も安定し、酒造りが全国で盛んに行われるようになると次第に、供給過剰による価格の下落が生じました。

「酒」以外の商品開発が急務となった“ミツカン”の初代は、まず当時最大の消費地である江戸へ旅立ち、何かをつかもうと考えました。当時江戸では『早ずし』(今の『握りずし』の原型)が大流行しており、早ずしのすし飯には粕酢の甘味がよく合うことから、初代は酒造りの過程で出来る粕酢による酢造りに取り組みました。

市場をとらえる巧みさと、江戸を見に行くフットワークの良さ、生産工程における深い知識には脱帽せざるをえません。

【二代目又左衛門(ピンチをチャンスに変える)】二代目は初代の酢造りをさらに発展させ、酢造りに専念して事業の確立を図りました。また、当時三河最大の市場である岡崎での販売権を禁止されるというハプニングが生じましたが、熱き執念で再び岡崎での販売権を復活させるという、**危機への対応力を発揮**しました。

【三代目又左衛門(決断)】元治元年(1864年)三代目又左衛門は、それまで持っていた酒造りの権利「酒株」を手放し、「お酢」を家業とすることに決断しました。日本の夜明け前、「お酢」に特化して経営の再構築を図ったのです。

【四代目又左衛門(この時「ミツカン印」が生まれた)】明治17年(1884年)商標権を保護するという商標条例が施行されました。中埜家は、従来(勘)を使っていましたが、商標登録が他の者に先を越され、その使用が不可能となりました。この四代目又左衛門は、冷静に対応し、易学の知識を生かして、家紋の(三)をもとに新たな商標を考えました。それがミツカン印(三)です。

明治20年(1887年)5月に登録を完了しました。

【五代目又左衛門(未来を先取りした100年前の海外留学)】酒造りの延長に粕酢があり、粕酢の延長に酢造りがあるという伝統なやり方に対して、ヨーロッパでは、18世紀半ばにはすでにブドウを原料とした「お酢」の速醸法が開発されていました。五代目又左衛門は、この技術を得るために、技師の岩間平吉をドイツ醸造協会に一年間留学させました。中埜酢店の**海外派遣第一号の誕生**です。これが今日の**積極的な研究活動**へとひきつがれています。

【六代目又左衛門(「白菊」の誕生と容器革命)】すし屋の酢の利用で濃い色よりも薄い色への要望が高まり、最高級白酢「白菊」を、昭和26年(1951年)3月に発売しました。問屋を組織化した「白菊会」によって、“中埜の白酢”を売り込み、江戸時代からの牙城を死守。更に昭和30年(1955年)には、尼崎工場から全自動ビン詰めラインが登場し、従来の樽からビンへの**容器革命**が進みました。

第2創業で大発展

【七代目又左衛門(脱酢・超酢・脱日本・超日本へ)】七代目の時代こそまさに**第二創業の時代**といえます。六代目から社長を引き継いだ昭和27年(1952年)売上は11億円足らずでしたが、平成14年(2002年)売上は1300億円に達するという**画期的な業績拡大**が行われました。

この時代に単なる“酢のミツカン”から“総合食品メーカーとしてのミツカン”への**大変身**があったといってよいでしょう。

【八代目又左衛門】現代の当主八代目又左衛門は、平成15年(2003年)6月に八代目を襲名し、今日に至っています。尾張知多郡半田の酒造業と酢醸造業の中埜家が八代中埜又左衛門に至る間に“ミツカングループ”という世界的規模の企業にいかにしてなりえたか。その理由について八代目は次のように言っています。

「**事業の創出と改廃の繰り返しの歴史であった**」もし仮に一つの事業だけにこだわり続けていたならば、時代と環境の変化という大波に飲み込まれてしまって、200年もの長きにわたって存続することはできなかったであろう。

「**社員との一体感があった**」会社と社員が「ビジョンを実現したいという想い」で一つになることが大切である。社員を大切にするというDNAがミツカン魂の伝統となっていることを忘れてはいけない。

「**社会とのつながりを大切にしてきた**」社会とのつながりを抜きにして、企業の発展はありえない。社会から支持されなくなった時、企業は衰退への途をたどる。「水の文化センター」の設立や、「お酢」の総合博物館「ミツカン酢の里」づくり等を通じて、社会とのつながりを築いてきた。