

酒類業界に身を置いて

小 正 芳 史
(小正醸造株式会社)
代表取締役社長



父親の跡を継ぎ、現在の弊社の社長に就任して早いもので34年、入社してこの業界に身を置いてからは43年が経過したことになります。この間、酒類の業界にも様々なことが起き、今思い返せばよく乗り切ってこられた、と万感の想いであります。

酒類業界はその時代時代で様々なトレンドがあり、私どもが営んでおります焼酎も、そのトレンドの主演に数回上がったことがありました。一番近い所では10余年前に一大ブームが巻き起こり、それまでのマイナーなイメージが払拭され、かなり消費の恩恵に預かったこともありました。ただ、これから先の酒類業界に想いを馳せますと、安穩とはしておれない、との危機感は強いものがございます。まず、日本における人口の減少。絶対数が落ちていくということは、酒類自体の絶対消費量も間違いなく落ちていくであろうとの予測が立ちます。更には若年層のアルコール離れ。一昔前のように社会における潤滑油としての酒類は、アルコールハラスメントなどという言葉に代表されるように、飲みたくないのなら飲まなくてもよいという風潮に変化をしてきつつあります。公私において嫌なことを忘れる為、あるいは喜ばしいことを祝う為のシーンに必ずあったお酒の存在は、以前より希薄になりつつあるのかもしれない、との危機感です。当然、経営としては上記のような問題にはつぶさに手を打ってはいます。

しかし、更に先の将来を考えると、どう変化をしていくか読み切れないこの激動の時代においては、もっと根本的な焦燥感を感じずにはいられないのも事実です。

こういう難しい時代において、私が経営していくことに対しての大きなこだわりは、“理念のもとに経営をする”ということです。前述のように、父親から後継で社業を営むようになった時にひとつの大きな壁にぶつかりました。父親は技術畑の人間であり、そこが経営者としてのバックグラウンドになっていたと思います。会社を後継した私は、何を主軸として経営をしていくかという悩みの中で経営を続けることになるわけですが、一つの転機となったのは経営理念を作ったことではなかったかと思えます。以前までは社是に近いものは文章として存在はしましたが、もっと端的に我々が向かう旗印を表現した経営理念が無かった弊社にとって、エポックでありました。社員が一つの方向に向きだしたと感ずる出来事でした。

弊社の経営理念は「喜びを共に創る～焼酎づくりは笑顔づくり～私たちは造る喜び、売る喜び、すべてのお客様に満足される喜びを創造します」です。お客様、生産農家、仕入業者、そして我々社員。すべての関係者が弊社の事業を通して喜びを感じていただけるような仕事をしたいこう、という私の想いを表現したつもりです。これは不思議な感覚でしたが、経営理念を作り、発表した当初は、おっかなびっくりの様子であった社員たちが、次第に、それも染み込むような形で理解をしだし、業務の取り組み方、アイデアの出し方、商品開発の仕方、その他諸々の様々なことに“それをするによって皆が喜ぶか”というような自問自答を شدしたということでした。数多くの社員が在籍をし、その一人一人が様々な価値観を持ち、そこから出てくる意見をつぶさに取り上げ経営に活かす、これは一つの経営の醍醐味だと言えますが、もう一方では最終的に向かっていくポイントを示し、そのことにだけは社員全員同じ価値観を持って取り組んでいこう、という働きかけをしていくこと、更にはそれが効果を産み出していくこと、これも大きな経営の醍醐味だと感じた次第です。

それ以降、弊社がもっとも力を入れて行っているのは商品開発だと断言できます。それも他社がやっていないことを渴望するかの如く探し出し、それにトライしていく。今までにないものを世に送り出すことでお客様に喜んでもらえる、そのことが経営理念の実現であり、それが私共の会社の社員にも幸せとなって還ってくる、ということを確認しながら事業活動を行っている、それが現在の弊社ではなかろうかと思っています。

お客様に喜んでいただく為に、他社に無いものを商品開発していこうという動きは、いくつかの現在の弊社の核となる商品を産み出してくれました。「赤猿」や「黄猿」、「白猿」という「猿」シリーズの商品群は、他と一線を画す商品だとの自負があります。使用する原料に関して他社が使わないものを取上げてセレクトすること、また仕込む前の原料に一手間を加えることで独特のフレーバーを与えること、このようなこだわりは、やはり理念を基にした社員からのアイデアで出来上がった商品でありました。

また、いまだに業界でただひとつのノンアルコール焼酎も面白い存在として異彩を放っています。これに関しては、中東地域という開発当時は思いも掛けていなかった海外からの引き合いも頂戴をしました。

どれもこれも、理念があったからこそだと振り返って感じるところであります。

私もこの地域の経営者の中においてはベテランの一角となり、若手経営者の悩み相談を受ける機会も増えてまいりました。会社はそれぞれの業務や立ち位置によって悩みも、そしてその解決方法も千差万別であり、的確なアドバイスは中々難しいというのが本音です。よって、私は一様に悩みを持つ若手にはこういう風に聞くことにしています。

「御社には経営理念がありますか？」と。

もしも無い場合は、まず経営理念を真剣に考えて作ること、もしあったとしてもそれが形骸化しているようなら、社員さんに今一度経営理念に込めた想いを語りかけるところから始めたらどうかとアドバイスをするようにしています。どんなに時代が変わっても、理念の大事さは変わらないと思えばこそです。