

京都老舗の会 NEWS LETTER

Vol.24



京都老舗の会
Kyoto Company Century Club

- 京都老舗の会 老舗SDGsフォーラム -

「京都老舗の会」では、近年、注目されているSDGs(Sustainable Development Goals(持続可能な開発目標))に基づいた経営戦略について議論するフォーラムを、東山区の「弥栄会館 ギオンコーナー」において平成30年11月28日(水)に開催しました。

当日は、たねやグループCEO 山本 昌仁 氏による講演の他、パネリストとして、ツカキグループ 代表取締役社長 塚本 喜左衛門 氏、(株)開化堂 代表取締役社長 八木 隆裕 氏、コーディネーターとして、龍谷大学経済学部教授 松岡 憲司 氏によるパネルディスカッションも実施し、府内外企業の経営者様など多くの皆様にご参加いただきました。



1 パネルディスカッション。左から、龍谷大学 松岡憲司氏/ツカキグループ 塚本喜左衛門氏/たねやグループ 山本昌仁氏/(株)開化堂 八木隆裕氏

2 会場の様子。

3 講演。たねやグループCEO 山本昌仁氏

L 講演 「持続可能な企業の発展—たねやグループの取組—」

Lecture



講演者／たねやグループCEO 山本 昌仁 氏

- ・滋賀県の近江八幡に、ラ コリーナという本社があり、御菓子屋でできる精一杯をこれからやっていこうということで、様々な取組を展開している。
- ・これまでは、自然を利用して経済発展をしてきた。そのことは感謝すべきことであり、それ自体を否定するつもりはないが、本当にこのままの状態では地球は大丈夫なのかということを考えた時、次の時代の子ども達は、“自然から学ぶ”ということが大切ではないかと考え、ラ コリーナのテーマとした。
- ・たねやには“「天平道（てんびんどう）」、「黄熟行（あきない）」、「商魂（しょうこん）」”という経営理念がある。

- ・「天平道」というのは、近江商人が天秤棒を担いで全国行脚し、各地域で様々なものを作ったことから、商いの道は人の道であるということ。人の道にそれるようなことはしてはいけない。
- ・「黄熟行」は手塩にかけること、日本の美德である思いやりのことである。御菓子1個1個に思いを込めて、素直に、食べておいしいと思ってもらうことが必要である。
- ・「商魂」とは、今日いかにお客様に喜んでいただけたかということ。つつい商売人は、今日いかに儲けたかということに走ってしまうが、お客様に来ていただいた感謝をどうやって表現するのが重要。
- ・近江商人の心に“三方良し”があるが、これが最もSDGsに当てはまると思っている。SDGsは言葉だけを聞けば、よく分からないかもしれないが、取組を始めると分かりやすい目標だと思うし、ほとんどの日本人は今更言わなくても取り組んでいる。その取組状況、自分がやっている良いことを発信するために、SDGsを利用すれば良い。
- ・ラ コリーナをどんどん進化させていきたい。進化とは、何か新しいもの、次来たときに何か新しいものが生まれているようにすること。何もなかった場所だからこそできる楽しみがあることを実感し、ただ古いものをリバイバルするのではなく、そこに行きたい、住みたいと思える場所をこれからの近江八幡の姿として作っていききたいと思う。

P パネルディスカッション 「持続可能な経営に向けて」

Panel discussion



パネリスト／ツカキグループ 塚本 喜左衛門 氏

- ・滋賀県の五個荘という地域が創業の地。近江商人発祥の地であり、そのマインドは深く根付いている。
- ・会社としても“三方良し”の精神を大切にしており、お客様のニーズがある仕事、社会的に必要とされている仕事していかなければならないと考えている。
- ・伝統文化、伝統産業の振興もミッションとして考えており、西陣織の呉服卸をメインとして150年あまり商売をしているが、産地も疲弊している中で、織物以外のアイテム、世界マーケットも見据えた取組が必要だと思う。



パネリスト／たねやグループCEO 山本 昌仁 氏

- ・私自身は、この先も御菓子屋をやり続けていく。そのためには、今、調子が良くて、それだけで良いのではなく、その先を見据えて取り組む必要がある。
- ・会社というものを、自分のものにしてはならない。会社は神様から与えてもらったもので、ほんの一時お預かりしているもの。より綺麗な形で次の代へ渡す必要があるということ。それを核として物事を進めている。
- ・目線や視点を変えることは非常に重要なこと。一つの事実は、見る角度によって全然違うのと同じように、御菓子も食べ方の提案や出し方の提案を変えることで世の中変わってしまう。その中で、変えてはならないものと、変えるものを見極めていくことが必要。



パネリスト／(株)開化堂 八木 隆裕 氏

- ・明治初期に創業。自分が6代目で、手作りの茶筒を作り続けている。基本的に変わらないことは、100年先も茶筒を作り続けること。変えていくことは、その伝え方だと思う。その伝え方を、面白おかしく伝えることが自分の挑戦だと思う。
- ・6年ほど前から、他の伝統工芸に携わる5社と“GO ON”というプロジェクトをやっている。役割として、もう一度、ものづくりが子ども達から憧れられる職業にならなければならないという思いでやっている。
- ・“GO ON”で出来たことが次につながり、ものづくりを見直す。職人の世界では、言葉にできないことも多く、伝えることに苦労しているが、それができた時、この地域が注目を集めるきっかけとなれば良いと思っている。

I 参加頂いた方からの主な感想

mpression

- ・SDGsについて、当たり前のことを日々徹底することで実践されていることに感銘を覚えた。
- ・伝統と革新を進めている企業の話は楽しく参考になる。本物の経営者だと思った。
- ・一つのテーマSDGsで、各老舗が語られたので比較しやすかった。
- ・業種は違うが、共通部分は多く、伝統と革新が良いバランスで会社を成長させていると感じた。

Information

京都老舗の会のシンボルマークは、会員の皆様による京都ブランド普及啓発のための取組（企業印刷物への印刷等）に使用できます。
マークを使用する場合は、事務局への届出をお願いします。
届出様式：<http://kyoto-shinisenokai.com/>
電話：075-414-4858

