

前へ 未来へ

高谷 秀和

(株式会社タカヤ 代表取締役社長)



【はじめに】

弊社は、県北を地盤とする創業業種の眼鏡店（メガネのタカヤ）を秋田県内に5店舗経営する他に、モバイル関連事業（キャリア携帯電話販売店の経営）、飲食関連事業（飲食ナショナルチェーン店の経営）、食物販事業（食品・酒類販店《グルメグロッサリー／ワイン及び酒類各種》）の4つのセグメントで事業をしています。

事業エリアは現在、秋田県・青森県・宮城県となり近年中に東北全域での展開となる見込みです。

【弊社の歴史】

弊社の歴史は、昭和8年に創業者で私の祖父である高谷由夫が花輪町に時計店を開業したことに始まります。当時の花輪町は尾去沢鉱山の企業城下町で、大変賑わっていたと聞いております。

祖父は開業以降、眼鏡・ラジオ・レコードプレーヤー・宝石・天体望遠鏡などを、戦後は豊かになっていく社会変化とともに地域に新しい商品やサービスを持ち込みました。

昭和30年代には家電製品の取り扱いが大きくなり、情操教育が未だ一般的ではなかった時代に音楽教室も手掛けました。音楽教室は後に「鹿角音楽幼稚園」という学校法人として、長

く地域の音楽文化に貢献しました。

また、この地域に初めてエレベーターを導入したのも祖父であったと聞いております。「新しいものを地域の皆様に紹介したい」という気持ちが強かったのでしょう。

【帰郷】

私が郷里に帰りましたのは、20年前の25歳の時であります。高校2年生の時に商いの道に進むことを決心していた私は、時が来て2代目の父が経営する会社に入社しました。父は、祖父から引継いだ会社を安定した財務体質の会社にしていました。

当時は、鹿角市と大館市で時計・宝石・メガネ店のほか、DPEショップ・ビデオレンタル店・家電店・CDショップ・ヤマハ音楽教室など7店舗程度で経営しておりました。

当時の会社の特徴は、宝石部門の展示会売上が会社の業績を支えていたことでした。私も一生懸命に宝石を売りましたし、大型宝石展示会の企画と集客に労力を費やしていました。

今となれば楽しくもありましたが「こういうことをしていても、何時までも会社を支えられないだろう…」との不安が年々と強くなっていったのを覚えております。

【母の病】

帰郷から3年余り、長男の誕生を半年後に待ちわびていた頃、母に乳がんが見つかりました。主治医のご厚意により、研修医だった私の妹が母の手術に携わったことで、客観的に母の病状を把握した妹の話から、私は母の死が頭をよぎるようになりました。

母は会社には関与していなかったのですが、年に1度の宝石展示会には母の力が欠かせませんでした。年々病状が悪化する中で宝石展示会の集客に動き、会場で無理をして接客をする母の姿を見ているのは辛いものがありました。私は、「何時か必ず終わらせる、これが無くてもすむ会社にする」、そんな公私が入り交じった表現しがたい強い感情がありました。

数年後に母は亡くなりましたが、母の闘病の期間は経営者となっていく私に多くのことを与えてくれたのだと思うようにしています。

【真の問題と課題】

先述の通り、宝石展示会をはじめ入社後5年程度は自ら営業して成績を上げることに注力しました。例えば、メガネ店経営は「大手安売りチェーン店への対抗策」などを考えて、勝たなくとも負けない経営をし、宝石展示会は会社を支えている重要な催事ですので心血を注ぎ取り組み、結果的に多くの地域のお客様にご愛顧頂いておりました。

その他の事業も、どうにか健闘している状況ではありました。しかしながら、小売業主体の弊社の成長を考える時、目の前の事業がどうにか健闘していても安心してられないことは明白でした。既に忍び寄っていた人口減少・少子高齢化・格差、それらの問題は、秋田の県北の狭いエリアで事業をしている弊社にとって、一

気に会社を弱体化させる脅威となっていました。

弊社の真の問題は「テリトリーの狭さ」でありました。逆に言うと、テリトリーを広くするという課題を克服していくことで、成長戦略を描けるのではないかと考えていました。しかし、当時は鹿角と大館でしか商売をしたことの無い弊社です。テリトリーを広げるために外に出ていくなど、何をどうしたらよいのか見当がつかない状況でありました。

【既存事業の見極め】

テリトリーを広げる（外に打って出る）ためには、「何で出る」かもそうですが、打って出られる体制が必要だと考えました。経営状況は安定していましたが、（私の戦略上は）成長性に乏しい事業もあり、また手間もかかっていました。私は先ずそれらの事業に労力を費やすことは止めて次の成長戦略を描きつつ、テリトリー拡大の課題克服をしなければならぬと思いました。

結果的に私が帰郷して5年が経過する頃には、成長力の弱い事業はほぼ廃業しました。当時は、まだ父が社長で叔父たちも役員をしており、話し合いによって物事を決めており、時には喧々諤々しながらも、基本的に私の意見を後押ししてくれた父や叔父たちに感謝しています。

【打って出る】

私が帰郷した頃から携帯電話の普及が急激に進み、携帯電話販売店の事業が伸び始めました。花輪の家電店の片隅にあった携帯電話のコーナーを拡充し、そうこうしている間に店全体が携帯電話ショップに変わりました。その後は大手キャリアショップとして、鹿角・大館地域で携帯販売店の経営に注力しました。同時に、外に打って出るために「何をやるか」ということ

を考え、大きくは2つのことに取り組み始めました。

一つはメガネ店の既存エリア以外への複数店舗化、もう一つは大手アイスクリームショップとのFC契約による新規事業の立ち上げであります。「FCビジネスは儲からないし、みんな手を出すけど失敗している…」と、今でもよく聞くことを当時も聞きました。実際に失敗している人もいますし、成功している人もいます。私は両面を知っていましたが、自前の事業だけでテリトリーを広げて行くのは時間がかかり過ぎると考えていました。そこで、マーケティング全般が既に完成されているFCビジネスにも足掛かりを持ち、テリトリー拡大の一つの手段として取り組んでみようと考えました。この2つの取り組みが後に、現在の弊社の成長戦略を具現化させる大きな力となって行きました。

【近くて遠い秋田市】

弊社はまだ会社としての知名度が低いと感じています。知名度が低いのは、会社にとってはデメリットです。特に、県内外のビジネスパートナーになり得る企業様の目に留まらないというのは、私の成長戦略にとって不都合でありました。

弊社の立地は、車で秋田市へは2時間半、青森市や八戸市や盛岡市へ1時間、仙台市へ3時間弱という時間距離です。「打って出る」には秋田県というよりも青森県や岩手県、場合によっては宮城県のほうが出やすい立地であります。ちなみに弊社の県外1号店は弘前にあり、そのまま青森・岩手・宮城と進出するつもりでした。しかしながら、どうしても新鮮な情報が入りにくくライバルに先を越されることを痛感していました。同時に行政の枠組みはビジネスにも影

響が大きく、県都である秋田市に拠点があると無いのとでは情報量と質が違うのではないかと考えました。そこで2011年11月1日、初めて秋田市に店舗(メガネのタカヤ 秋田新国道店)を構えました。ちなみにメガネ店を出したのは、「タカヤ」という知名度を上げることが目的だったからです。

【情報】

秋田市への出店後、欲しい情報の量が増加していきました。秋田市に出たことが、ビジネスパートナー様に対しても弊社の広域展開への意思表示となり、様々なお話が以前よりも弊社に早い段階で入ってくるようになりました。

今の時代、インターネット等で情報は幾らでも入手できますし知識も得ることができますが、それだけでは不十分だと思いました。欲しい情報を早く直接掴むことの難しさと大切さ、それを自社の戦略に活かしていくことの難しさと重要性を学びました。その後、秋田市内・近隣地域ではメガネ店の他に4店舗を展開し、その延長線上で現在は仙台エリアでの事業展開を積極的に行っています。

【小さな成功と少しの自信】

最近「タカヤさんが広域で多角経営をするノウハウはどのようなものなのでしょうか?」という趣旨の質問を受けることがあります。私は本音で「広域で多角経営している立派な会社はたくさんありますし、弊社にはノウハウなんて無いですよ」とお答えします。ただ、弊社の成長戦略に必須であるテリトリー拡大のために、「難しいよ、やめたら、無駄だよ、〇〇さんは失敗したよ…」などと言われていることに、出来るだけ失敗しないように挑戦して来たという積み重ねがあるだけです。必須だから取り組

むしかないのです。大きな失敗はありませんが、小さな失敗はたくさんありますし、諦めたくなっただこともたくさんあります。それでも、どうか前に進もうとしてハードルを越えて来た小さな成功体験が、私に限らず一緒にやってきた社員達の少しの自信になっているのかも知れないとは思いますが。とは言え、今もいつも試行錯誤しています。

【終わりに】

私は、故郷の鹿角・秋田が好きです。その一方で、故郷で商売をする難しさに直面し、もがいてきました。今も、もがき続けています。もがきながら見えてきたこと、それは「ライバルが誰であるか」ということです。色々な切り口でのライバルが存在しますが、私の真のライバルは、中央一極に人・物・金・情報が集中するという日本の構造そのもの、その延長線上の中央資本であります。仮に弊社が営む事業と同じ事業を中央資本の会社が同じエリアで営んだ場合、弊社は常に吸収や淘汰や、場合によっては中央資本企業の総合力の優位性により営業権を奪われるリスクさえも抱えます。何故なら、圧倒的な力（人・物・金・情報＝総合力）の差が

彼らと弊社にはあるからです。しかしながら、彼らとの対峙から逃げる訳にはいきません。その理由は、地場企業が市場からの排除に甘んじることは、中長期的に見れば故郷（地方）の「人・物・金」が徐々に中央に吸い上げられ、知らず知らずのうちに故郷が浸食され弱体化し、更なる中央一極集中が進み続けることに通じると私は考えているからです。

それゆえ、弊社の営みと成長が少しでも働く人やお客様、そして地域に元気を与え、その事が故郷が故郷であり続けられる力となり得るように、今後も社員と一緒に前へ未来へと進んで行きたいと思っています。



(メガネのタカヤ秋田新国道店「こども眼鏡院」)

会社概要

1 会社名	株式会社タカヤ	9 従業員数	110名（平成30年12月現在）
2 代表者名	代表取締役社長 高谷 秀和	10 事業内容	・眼鏡・補聴器・時計・宝飾品関連事業 ・モバイル関連事業 ・第1フード関連事業（飲食事業） ・第2フード関連事業（食物販事業）
3 所在地	〒018-5201 鹿角市花輪字八正寺1番地2 タカヤ旭町オフィス2階	11 経営理念	「そこに住み暮らす人々の 幸福感ある暮らしの実現に寄与する」
4 TEL	0186-30-0123（本社）		
5 FAX	0186-23-2452		
6 URL	https://takaya-group.com		
7 創業	昭和8年		
8 資本金	1,600万円		