

受賞者のご挨拶

株式会社タカヤ
代表取締役社長 高谷 秀和 様



この度は荣誉ある「中小企業振興表彰」を賜り、誠にありがとうございます。私は勿論のこと、社員一同、喜んでおり大きな励みになります。今後もこのような賞に見合うような経営に努め、更なる成長を目指して参りたいと思います。

さて、弊社は、戦前の1933年、秋田県鹿角市花輪に私の祖父が時計店を開業したところに歴史が始まります。尾去沢鉱山の城下町で地域は賑わっており、また、戦後の復興を経て豊かになる日本の社会変化の中で、時計・宝石・メガネ店に加え、音楽幼稚園・ヤマハ特約店の経営、総合家電業、写真館など、鹿角・大館地域で根を張っていきました。一方で、大きな投資も重荷となり、創業者は大変な苦勞をしたと聞いております。

その後、2代目社長の時代は、尾去沢鉱山の閉山やバブル経済、大型店の台頭という変化があり、大きく事業の構成を変化させる必要に迫られました。弊社は、収益性の高い事業へと事業構成を変えていくとともに、財務的に安定経営することに注力した時代でもあります。

私がタカヤに入社したのは今から27年前の1998年であります。大学生時代より、眼鏡事業を東北全域に拡大して伸ばそうと考えていた私は、卒業後に大手メガネチェーン企業に就職し、眼鏡店経営について学び、その後弊社に入社しました。入社当時は、父の他に叔父が二人、その他に古い社員達も多くいました。時には意見が対立しましたが、基本的には若い私に期待を寄せて早くから経営全般を任せていただいたことは有難く思っております。

先述のとおり、私は眼鏡事業の拡大による会社の成長を考えていましたが、眼鏡マーケットの大手チェーンによる寡占化、マーケット自体の縮小、弊社の立地という、大きく3つの理由から成長戦略を練り直していくことになりました。

同時に、人口減少や高齢化という自分達では解決しようがない大きな課題と向き合う当時の私は、そもそも何の為に会社を経営するのかという根本を考えることになりました。

少し話が逸れますが、亡き母は、私を幼い頃から「会社の跡取りではなく」、別の職業に就くように育てました。しかし、高校生の時の私は、実業家になりたいとの夢があり、結果的には3代目の跡取りとなったのでした。そんな私が経営の意義として見出したのは、「高齢化や人口減少や少子化が著しい地域で、ハンディキャップが大きな地域だからこそ、諦めずに知恵を絞り成長戦略を模索し、地域の未来に残る持続性のある企業を作り上げる経営者が必要とされているのだ」というものでした。

その後、経営することの本質的な意義を見出した私が考えた戦略は、「小売業を主体とする企業として持続性を高めるには、少なくとも東北全域を地盤とする企業にしなければならない」というシンプルなものでした。それは今から20年以上前のことです。当時、社内外の方々からは、「苦勞して外に出て行かなくても地元で付加価値の高い商売を探せばいい」「外に出れば競合が多く直ぐに潰される」など、様々な意見やアドバイスがありました。しかし、私は考えを変えるこ

とはありませんでした。

そして、30歳になった私は、創業100周年までの30年間にわたる超長期経営計画を具体的に考えました。先述のとおり、東北全域を地盤とする企業になるための計画です。しかし、そう簡単に計画実行の一步を踏み出す機会は創出できず、何よりも目の前の事業の推進が大事だったため、現在と未来の二足の草鞋を履いているような気持ちで、時には焦りの様な気持ちも抱いていました。当時はドコモ事業が拡大期にありエネルギーを注いでいたほか、眼鏡事業もシェア拡大の為に店舗を増やしていました。また、ヤマハ関連の事業も地域シェアを伸ばしていました。父の時代から実施している宝石大展示会の企画もブラッシュアップして、部門の枠を超えて全社員が一丸となり収益貢献をしていました。しかし、私は、早く未来の為にアクションを起こさなければマーケットの縮小がハイスピードで進み、手遅れになるという気持ちは年々高まってきました。

その後、本格的に東北全域への進出のきっかけになったのは、実は2011年の秋田市へのメガネ店の出店でした。それまでも、弘前市など鹿角市に隣接する県外には進出していましたが、鹿角市に本社がある弊社は、どうしても情報を得られる順番が遅いという課題感を持っておりました。定かではありませんが、やはり県都から情報が入るのでしょう。そこで秋田県の会社である以上、秋田市に拠点があったほうが新鮮な情報が入りやすいだろうと「メガネのタカヤ秋田店」を出店したのです。この出店は、他の事業ではなく、「タカヤ」の屋号がついている眼鏡店を出すことに意義がありました。その後、様々なお取引先様が、「タカヤが本格的に外に出ようとしている」と認識いただいたようで、様々な情報が以前に比べて早く入るようになりました。やは

り県都に身を置くことは意義があったと感じました。その後、東北全域をドミナントとする計画出店が可能な事業や、都市部でのドミナント出店を計画的に行う事業などを事業ポートフォリオに加えていき、現在の形となっております。

一方で、弊社の店舗網拡大のスキームは、大手ナショナルチェーン店との代理店契約が基本となっているため、当然ながら出店戦略はチェーン本部が策定し、私達が望む場所に、望むタイミングで出店することは難しいのが普通です。また、仮に出店しても、必ずしも弊社の利益になり得る訳ではないので、相当に慎重な商談を重ねる必要があります。更に、特に相手が最大手となれば、チェーン本部からの総合的な弊社の評価が事業推進には非常に重要となります。このような重要なポイントを、それまでの経験から、本格的に東北全域に店舗展開する前に弊社のノウハウの一部としていた事は、大変大きな土台となりました。

最後になりますが、弊社には、特殊技術や差別化商品がある訳ではなく、大きな資本力がある訳でもありませんので、特に強みだと言えるものが無いと自覚しています。それでも、お客様は勿論、従業員やお取引先様に支えてもらっているからこそ、試行錯誤しながらも92年もの間、成長し続けることが出来ております。言ってみれば、皆様に支え続けてもらっている、特に従業員に支え続けてもらっていることが、弊社の強みだと言っても良いのではないかと考えています。そして、支えてもらえる理由の根幹が、「会社の未来と社員（取引先様）の未来を重ね合わせられるように共に幸せに生きよう」という弊社の考え方にあるとすれば、幸せに思います。

未熟な弊社ですが、今後ともご支援ご指導の程、宜しくお願い申し上げます。

本日は誠にありがとうございました。