

地元を外に・外を地元

『文秀堂』

【岩手県・水沢】

IMコンサルタント代表 平松陽一

100年続く 「老舗」 に学べ!

シャッター通りにも 元気な店がある

『水沢商人』という言葉が東北地方にはある。この言葉は奥州市水沢地区の商人を表現していると言われている。水沢商人という言葉には、目先が利いてよく動くという含みがある。しかし、現在の水沢駅周辺の商店街を歩いてみても、その形跡は全てと言ってよい程見られない。そこは、地方都市によく見られるシャッター通りと化している。ところが、シャッター通りと化したそんな商店街の中で、元気に営業している店がある。



文秀堂株式会社代表取締役 高橋竜太郎氏

舗文秀堂株式会社(代表取締役高橋竜太郎)である。

文秀堂は、文化14年(1817年)の創業である。高橋家は元々は水沢と北上川を挟んで隣接する岩谷堂地区の出である。

岩谷堂地区と言っても一般人には馴染みのない地名であるかもしれない。

あの奥沢平泉藤原三代と言えば、誰もが知っているところではないだろうか。

今から千年前になるが、藤原三代の初代藤原清衡が後三年の役(1083~1087年)を制した時には、岩谷堂地区を本拠地としていた。後に平泉地区に本拠地を移し平泉文化が開くこととなるのであるが、その文化のルーツが

岩谷堂地区にある。従って、岩谷堂地区は商工業地として繁栄することとなる。全国的に知られている南部鉄器・秀衡塗・岩谷堂箆笥等々の主産地が岩谷堂とその隣接地区にあることから納得がいく。

水沢が本格的に商業地化するのには、明治になり鉄道が通るようになってからである。水沢に鉄道が通るようになって、商業の核が水沢地区

に集中することにより、岩谷堂地区から水沢地区へ多くの商人が移動することになる。その中に、高橋一族がいた。

南部領と伊達領の…

今では、水沢は岩手県(南部領を指す)であるが、江戸時代は伊達藩(宮城県のエリア)であった。伊達藩では、何とか産業を起こしたいということから仙台にあった筆の技術を水沢地区に技術移転することにより、水沢筆を作り出す。

この地区の商売の特色は、店を構えて売るとは当然であったが、交通の要所江戸へと通じた奥州道(現国道4号線)と盛街道(大船渡・太平洋側)仙北街道(秋田・日本海側)への分岐点に位置しているということから、人や物資の行き来があり、それについて南部鉄器、水沢筆が広まっていた。

現在では、水沢(旧伊達領)商人に対して岩手県(旧南部領)の人がよくいう、「水沢地区の人は平気で南部地区に営業活動をかけるが、旧南部領の人はそんなことはしない」という意味のことを言う。

これは、伊達領の人達は変わり身が早く、行動力があるということを表したのではないだろうか。

地元を外へ、外を地元へ

現社長が祖父の言葉として、今も大切にしている言葉がある。

それは、「商売をするならば地元のものを外で売れ、外から仕入れて地元で売れ」というものだ。この言葉が、水沢商人の気質を表しているものではないだろうか。190年の間に文秀堂はその姿を変えてきた。

その時に合わせ営業力をつけたり、設備投資をして単にモノを右から左に流すのではなく、付加価値をつけるということをしている。

そういう意味では、水沢商人の心意気を今も典型的に受け継いでいるのが現社長の母親(衣子氏)ではないだろうか。

「内のものを外に」を今も貫いている。1年の多くの日々を大都市の百貨店での催事に出張しており、自ら陣頭指揮をとっている。著者も大阪の催事会場、東京の催事会場を見せて頂いたが、70歳を過ぎた高齢とは思えない元気で切り盛りしている。

一般の人が見る百貨店の催事とは、冷暖房の効いた売場で、ただ座っていればよいように思われるかもしれないが、催事には事前の商品搬

文秀堂株式会社

〒893-2402 岩手県奥州市水沢区字久田22番地3

TEL.0197-23-4165 FAX.0197-23-4167

URL : http://www51.et.tiki.ne.jp/~bunshudo/

Email : bunshudo@mx51.et.tiki.ne.jp

岩手県奥州市は平泉の北隣に位置し、奥州藤原氏が最初に館を構えた場所です。その藤原氏を起源とする南部鉄器や秀衡塗・岩谷堂筆筒等が生産されています。同じく藤原氏を起源とする秀衡塗等の漆器を始め、数々の伝統的な工芸品の産地です。

当社は南部鉄器と水沢筆の製造卸として文化14年(1817年)創業しました。



文秀堂株式会社・大町店

入・陳列、事後の商品搬出などとなり重労働である。
また、百貨店の催事では、全国から商人が集まるためにそこでの人間関係づくりにも気を使うのである。
そんな気の疲れも売上が大いに上がれば吹っ飛ぶのであるが、商売はそう思い通りにいくものではない。それでも飽きずに商売を続けている。衣子氏は「内のものを外」に売る水沢商人の心意気を持った人である。

現在、文秀堂では3部門編成で、それぞれが商売の基本を守りながら生き残り体制を構築している。
3部門の一つ目は「内を外へ」である。地元の工芸品(南部鉄器、秀衡塗、正法寺椀、岩谷堂筆筒、浄法寺塗等)を中心とする商品販売である。
もう一つは、「外を内へ」である。筆を起源として変化してきた事務器(パソコン周辺機器、複写機等)を中心とするもの。
そして、もう一つは、「内を外へ」である食品(南部煎餅他菓子、麺類漬物等)を中心とするものだ。



「水沢商人」としてまだまだ現役の社長の母、高橋衣子さん

3部門編成で次を探る

この3つの商品群は、一見何の関係もないようだが、微妙に関連しながら成長をしてきた。

前述したように、文秀堂は南部鉄器と水沢筆の製造卸がそのルーツである。

南部鉄瓶と秀衡塗は漆を表面に塗装するという共通点がある。岩手県は、漆技術が秀でており、県内で生産される漆は、良質である。

あまり知られてはいないが、現在全国で塗られている漆液の大部分は輸入に頼っており、純国産は1%に過ぎないと言われている。その国産漆の60〜70%を占めているのが、岩手県産のものである。

そこで、南部鉄器と同時に秀衡塗などを広く全国に広げることとしている。製造卸であるから、自ら生産と直結し、工房を開いて、職人の集団化をしている。文秀堂では、会長、社長夫人が漆器造りに携わっている。

さらに、南部鉄器と漆器の販路に、同じく地元の南部煎餅、そば等の食品を加え併売を始めた。

筆から事務機 メンテナンスサービスマン業へ

事務機への展開は、次のようなものだ。

水沢筆は名産品としては、完成度の高いものだが、実際に筆を使って文書を書くということは、現在では普段まれである。事実、文秀堂では、筆と同時に硯や紙を扱うようになり、これが文房具店へと文秀堂を変えていくのである。

さらに、文房具、電卓の販売が市場のニーズに対応していくうちにパソコン周辺機器、複写機の販売、メンテナンスへと変化し、今日では大手事務機メーカーの代理店となっている。

OA用品の代理店としてやっていく上で、ポイントとなるのは、メンテナンス体制を完全に構築することである。それができなければ後は価格競争に巻き込まれるだけなのである。このメンテナンス部門を充実することが重要だと思っただが、現社長で、東京で大手事務機メーカーに在職時に身につけたものである。

そこで文秀堂では、メンテナンス体制に十分の人を割くことにより、地元のニーズに対応しているのである。この考え方が外のものを内に持つてくる時に、ただ物としての商品を持つてくるだけではなく、投資により付加価値をつけなければ商売として成り立たないという考えにつながったのである。



水沢駅前のシャッター通り

早い時期に外に出る

さて、現社長は、幼少時代を水沢地区で過ごしたが、多くの後継経営者がそうであるように父親を反面教師として見ていたようだ。そのせいか、東京の高校に進学し一人暮らしを始めた。

今ではそう珍しいことでもないようだが、その当時、水沢地区の中学校から東京の高校へと進学した生徒はいなかった。

大学卒業後、現在代理店になっている大手事務機メーカーに就職した。

この体験が、後に地元に戻り、事

務機部門を拡大するための知育を支えることになる。大学を卒業後、2年の東京での生活を終え、水沢に戻る。

当時はワープロが出始めたころであり、そこで事務器中心の営業活動をするようになる。社長になるのは、まだ先のことと思いい、営業活動に専念していたが、専務・社長が立て続けに他界し、2000年に社長(7代目)となる。

社長になってびつくりしたことは、多くの商店や同属会社がそうであったように文秀堂にも公私の区別や経営管理が曖昧な状態が見受けられたのである。

そこで、健全で安定した経営を進め、近代的経営を目指すこととなる。

現社長が経営改善のために掲げたのは、次の4点だ。

- ① 経営のオーブン化
 - ② 組織の明確化
 - ③ 積極的な営業活動
 - ④ 新分野への挑戦模索
- 現社長は、この過程で大いに苦労したが、また、大いに学んだことも多い。

社長になってから6年経ち、経営は安定してきたようであるが、まだ楽観を許していない。ただ、この6年で現社長は経営に多少自信は持

てて来たという。

後継者についてであるが、長男は現社長と同じように中学卒業後単身上京し高校大学では国内外のインターンシップを経験した。現在は大学4年、事業継続を前提としな

30歳の約束事

8代目についてどうするのかと現社長に聞いたところ、次の代に引き継ぎたいと思っはいるが、業況や将来に対して不安を感じていると言う。自分と後継者双方の意思と決意が必要であり、会社の状態や後継者の適性能力等を互に理解しあつた上で、と言っているのである。

実は、7代目と8代目となりうる長男には、1つの約束事がある。

それは、長男が30歳になった時に、お互いにその時の状況を話し合おうということになっている。それは、現社長が社長になって経営のフタを開けた時の苦い思いから出てくるものではないだろうか。

経営は他人頼りにしない

今までのやり方を変えようともせず、ただ世の中が変わったと嘆いているだけでは何の進歩もないので

ある。元々、水沢地区というのは、それ程の商業地区でもなかったものが、鉄道が開通することにより、人々が集まるようになってきたのである。水沢商人のルーツである岩谷堂地区の人が集まってきたのも偶然ではない。

発展の要因の多くの部分は鉄道だった。ところが、東北自動車道ができ、新幹線の駅が郊外にできまして、まうと、水沢駅商店街はシャッター通りへと変貌してしまふ。これを単に景況が悪くなつてしまつたと一般論で片づけてしまつては、これから発展はあり得ない。

地方都市を歩くと、シャッター通りが目につく。すると、地方は景気が悪い。何とかして欲しいと他人頼りの言葉が聞かれる。多くの経済評論家でさえそう言っているが、実は智慧を生かして元気に生きている会社があることも忘れな



ひらまつ よういち 玉川大学工学部経営工学科卒業後、経営コンサルティング活動(会社経営研究所)を経て、I-Mコンサルティング代表となる。現在、経営コンサルティングとして、指導業務、教育、講演を行っている。コンサルティング活動の傍ら、企業に入り管理職を兼務。主な著書『この老舗に学べ(フォレスト出版)』『必ず売れる営業マンになれる』『営業幹部のための指導力増進講座』(以上すべて舎)など多数。