未来スケッチ

高知の若手経営者に聞く

■10■

かね岩海苔

1985年創業。一般家庭向けの味付けのりを中心に生産する。従業員53人。

人材が発展の鍵

岩崎 定之社長

「家内工業の上を目指すには身内以外の人材がいる」と話す岩崎定之社長（高知市池）

いわさき・さだゆき 明治大卒。1986年、かね岩海苔入社。専務を経て2006年4月から社長。経営信条は「企業は人なり」。47歳。

2004年2月、本社工場を高知市北新田町から、同市池の高知みなみ流通団地内に移転。「食の安全・安心」へ消費者意識が高まっていた。

「倉庫の一角みたいなとこでやってたら5年先、10年先は会社がないかもしれんと。おいしくて安くても、安全性がなければ量販店は扱ってくれない。ちゃんと県外から高知に製造現場を視察にくる。真剣そのもの」

新工場の稼働とともに、ほぼ四国のみだった販売エリアを、関西、関東に拡大。2011年3月期の売上高は13億5千万円を見込む。

「移転で生産1ラインを3ラインに増やして、売り上げもちょうど3倍になると。これがめいっぱい、フル稼働」

急成長には要因がある。

「営業の提案力。うちは卓上のり主体ですけど、例えば関東圏に行くと卓上のりを置いていない店もいっぱいあった。相手先の売り上げが増えるように提案して納得させてと」

もちろん、商品力は大前提。

「まずはよい商品を安全に、クレームがないように作らないと。最後に選ぶのは消費者だからブランド力もいる。店に置かせてもらっても、売れなければ半年の命。味付けのりの原料は100%、有明産です。調味液は各社の企業秘密だが、うちは高知のかつおだしがメーン」

つまるところは「人材」だと強調する。

「企業は人、物、金。いい商品をつくるには機械もいるし、資金を有効に使わないといけない。最も大事なのが人間。〝4番バッター〟ばっかりでも駄目。それぞれのポジションで最高のパフォーマンスを出せるように努力しなさいと。意識改革。成果が上がれば、きちんと評価してやることも大事」

「高い費用がかかるセミナーもあるが、行かして勉強させる。第三者から聞くのがいい。経営者と同じこと言うてるなあと、再認識させたら効果がある」

2013年には第2工場を増築、稼働させる計画だ。

「最初から機械を入れるわけじゃないが、あと5ラインぐらいのスペースを構えようかと。売り上げは今の約2・5倍、35億円までは伸ばせる計算。まずは2020年に20億円を目指す」

のりは日本独特の食品で、内需が中心。人口減は進むが、日本人には欠かせない。

「また新規開拓もしないといけないし、既存の取引先でも納める商品数を増やしていく。安全性、機能性の高い新商品の開発もする。20億企業へ、一段と人間のレベルアップもいる。われわれ役員も含めてね」

雇用増に地域の期待は大きい。

「そうよねえ。高知は製造品出荷額でも全国最下位。少しでも貢献したい。第2工場の計画もあるから、昨年初めて新卒採用したんですよ。バブルのころなら、うちみたいな中小企業に新卒は来ない。人材確保においては、ピンチはチャンスですよ」

◇

明るい表情で、「要するに」を連発する。次に続く言葉はだいたい、「人材」。