

家庭用品の一大生産地として有名な和歌山県海南市。その海南市に本社を置き、地場産業の生活用品の開発・製造・販売の事業を展開し、家庭用品業界を牽引しているのが株式会社サンコーだ。そのサンコーを支えるのが、2代目の角谷太基氏である。「私の父親である先代の角谷勝司が、この地で創業しました。先代の父、

が戦死し、祖父母の生まれ故郷である和歌山・海南に戻ってきました。当時父は8歳、そして一番下の妹は生まれたばかりでしたので、祖母が内職をする傍ら父が牛乳配達や新聞配達をして、家庭を支えていました。父を入れて、4人きょうだいでしたので、祖母は大変苦労したようです。先代は高校に進学したかったように

私の祖父が、職業軍人だったものですが、先代が8歳の頃から、先代が8歳の頃まで広島の実にいました。しかし、祖父が海南市は大昔から、棕櫚の生産地として知られており、棕櫚を材料に縄やタワシを製造していたことで、家庭用品の一大生産地へと成長。しかし、明治時代に国産の棕櫚の原料不足が深刻化し、東南アジア諸国から安価なヤシの実の繊維が輸入され、その後、戦後からは、化学繊維が台頭し、棕櫚加工に取って代わった歴史がある。

①

私の祖父が、職業軍人だったものですが、先代が8歳の頃から、先代が8歳の頃まで広島の実にいました。しかし、祖父が海南市は大昔から、棕櫚の生産地として知られており、棕櫚を材料に縄やタワシを製造していたことで、家庭用品の一大生産地へと成長。しかし、明治時代に国産の棕櫚の原料不足が深刻化し、東南アジア諸国から安価なヤシの実の繊維が輸入され、その後、戦後からは、化学繊維が台頭し、棕櫚加工に取って代わった歴史がある。

語り部の経営者たち

ジャーナリスト 中西美穂

「人の心に貯金せよ」

買う人・つくる人・売る人が 共に幸せになる「三幸精神」

女手一つで、4人の子どもを育てることは、並大抵なことではなかったはずだ。母の姿を見ながら育った先代・勝司氏が、幼心に「母親を早く楽にしてやりたい」と思うのは、当たり前のことだった。

15歳で商売の道に飛び込んだ先代だったが、その道は平坦ではなかった。人見知りや激しく、いらっしやいませも言えない。すれ違う友人たちは高校に進学し、制服を着て楽しんで、引け目を感じていたという。「弱音を吐く父を支えていたのが、

祖母でした。祖母は父に「人の心に貯金せよ」とよく言っていたように、自分のためになったと思っこそ、金すると、いつかきつとあなたにもいいことがある。目には見えない無形の財産が生まれて心が豊かになる、祖母は、そういう思いを込めて『人の心に貯金せよ』と伝えていました」

そんな祖母は、陰ながら子どもたちを支えるために近所の農家の手伝いに出かけては、子どもたちの「貯金」になるように働きかけていたと

「人の心に貯金せよ」は、サンコーの経営理念にもなっている。そして、サンコーの語源となっているのが、「三幸精神」である。買う人（お客さま）、つくる人（協力企業）、売る人（サンコーグループ）の三者が共に幸せになることが、サンコーが目指すところである。

叔父の店で、厳しい修業を積んだ先代は、1962年、28歳で独立を果たす。ちょうど日本は高度成長期の真っただ中、「角谷勝司商店」として、スタートを切った。（つづく）



サンコー 角谷太基社長 57歳

② 代の潮流を鋭敏な嗅覚で読み取り、時代が求める商品を世に届けていたことがわかる。

「常に、時代を見て、時代のニーズに見合う商品の作り方をしてきました。昭和30、40年代にかけては物が無い時代でしたから『作れば売れる』、そういう時代でした。だから、高度成長期の時代は理念がおろそかでもよかった。理念が形骸化している物が売れた時代だったんです。でも今は違います。物的豊かになったことで、選択する時代になり、心の豊かさを求める時代になりました」

1962年に自宅の軒先から始めた商売は、借り物件ではあるが、新しく社屋を移転したのをきっかけに株式会社サンコーとして生まれ変わる。

サンコーの歴史を振り返ると、時

高度成長期で洋風の生活様式が取り入れられると、花柄をモチーフとした布巾、扇風機カバーに、黒電話の電話機カバーなど、家庭を彩る商品が次から次へと生み出されたのである。洋式トイレが普及した90年代

には便座「シート」を増加し、室内犬が増加した2000年代にはペット用品などを生

み出している。その理念は、しっかりと、息子である現社長の角谷太基氏に受け継がれている。

ワンマンで 経営理念そのものだった

先代の父



ジャーナリスト 中西美穂

「カラスが黒でも白と言ったら白」

越えられました」

しかし、09年、角谷氏が44歳で社長業を引き継いだ際は、試練の連続だったそうだ。

「ちょうど、同じ海南市の地場産業の同業他社も世代交代していた時期でしたし、私もそろそろ準備をしてたのですが、先代が病気で倒れて、予定より2年ほど早く社長に就任することになったのです。社長を引き継いだときは悩みました。それまで、先代はワンマンでやってきて実績を残してきたのですが、それを真似るわけにはいきませんし、といいますが、自分自身がそういった性格でもなかったのです。先代は、昔でいう鬼監督だったんですよ。カラスが黒でも、先代が白と言ったら白なんです。ワンマンでグイグイ引っ張っていく。ついていく人はついていきませんが、辞める人も多かったのも事実です。当時は、集まったら、先代の文句を陰で言う人たちもいました。私自身もボロカスに言われて、社員の中にも、先代を知っている人からは、千本ノック食らってたってよく言われますよ(笑)」

ワンマンが功を奏し、実績も確実に残した。一方、一部社内での反発を招きもした。

語り部の経営者たち

今の時代だからこそ、理念が求められると角谷氏は話す。現在、サンコーの従業員は135人になり、大きな組織へと成長した。

「先代のときは、社長そのものが経営理念のようなものでしたが、2代目となると、価値観が同じ人をどれだけ揃えるかだと思っています。それまでは、社長が1人で回していたこともあり、組織として大きくなれ

ませんでした。今は、私自身の分身を増やし、組織を強く、結果として大きくすることを目指しています」

強い会社の根底にあるのは、人材と高収益体質であり、この2つの基盤がしっかりしていたら、安定した経営が成り立つと強調する。

「コロナ禍で、巣ごもり需要もありましたが、人材と高収益体質であったからこそ、大きな問題もなく乗り

ました。人材と高収益体質であったからこそ、大きな問題もなく乗り

サンコー 角谷太基社長 57歳

③ 晩まで働いていまから、祖母に、人としてどうあるべきかをいろいろ教えてもらっていました。

京セラさんとは会社も規模も違いますが、根本の考え方は一緒になって、父が言ったことも正しいことだと、素直に聞けるようになったんですね。

角谷氏は、経営のノウハウやテクニクを見つげるべく、さまざまな経営者セミナーに参加した。どのセミナーもじっくりこななかったが、稲盛和夫氏が主宰する盛和塾だけは違った。

ちゃんと挨拶せなあかんとか、人に親切にしないとか、当たり前のことなんです。すべて人を大事にすることにつながっていくと腑に落ちたんですね。

それをきっかけに、悩みを吹っ切ることができ、社長業として「お世話係」に徹することに決めたそうだ。「それまでの考えあぐねていたときは、周りにも迷惑かけてたんやろうなって思います。先代の真似はできないし、すべきではない。ちょうどその頃、会社の規模的にも、ワンマンでやっていくには限界があったので、組織にして仕組みで回していく必要があったのです」

「稲盛和夫氏の盛和塾では、代表はえらそうなものではない、お世話係やということを学んだんです。根底にあるのは人を大事にする。それに反すると。子どもの頃、両親は朝か

「それまでは、父の話には素直に聞けない部分があったんですが、稲盛塾長の話を聞いているうちに、父の厳しい一面も理解できたというか、

そのきっかけをつくったのも祖母の存在だったという。

「90年代初期に、祖母が脳梗塞を患ったのです。片方の手が使えずらくなってしまい、トイレを汚してしまうことも多くなり、便座カバーを洗いたいののに、

脳梗塞を患った祖母のために 父が開発した吸着便座シート

語り部の経営者たち ジャーナリスト 中西美穂



稲盛和夫氏から学んだ「人を育てる」重要性



「すでに便座カバーが売れていましたから、バイヤーも、社員も、今更、売れるのかという思いが強かったのですが、粘り強く営業して、導入してもらっていたら、ポツポツ売れ出したんです」

そこでも発揮された先代の「千本ノック」だったが、時代を見る目に誤りはなかった。それはサンコーを代表する商品「おくだけ吸着®」シリーズの記念すべき初めての商品となったのである。

角谷氏は、中小企業であるが故の難しさをこう吐露する。

「中小企業の経営者って人材がないってよく愚痴をこぼすんですが、これも盛和塾で、『それは経営者の器で決まる』と言われて、はっとしたんです。ともに従業員と一緒に育って、育てていく、育っていく重要さ

も教わりました。時間はかかりますが、コツコツやったら変わっていくものです。そして従業員とともに学び、実践していく。そうやって人も会社も成長していくということを実感しています」

もうひとつ、サンコーが大事にしているもの。それが、生活者の声だ。

（つづく）

サンコー

角谷太基社長 57歳

④

祖母の病気をきっかけに、お客さまの声を直接聞く機会を設けるボイスカードを商品に入れることにし

「父は毎朝ボイスカードを...」
見るのが日課でした。出張に行っても、帰ってきたらボイスカードに絶対に目を通していましたね。その頃はトップダウンでしたから、次の日には指示を出していません。B to Bだけではなく、生活者の生の声を聞かないといけません。それで、今は生活者が集まるイベントなどにも参加し、直接お客さまとコミュニケーションをとっています」
家庭用品といえは、100均が脅威ではないのだからか。角谷氏に聞くと、

語り部の経営者たち

ジャーナリスト 中西美穂

たかが家庭用品、 されど家庭用品...

「たかが家庭用品、されど家庭用品です。そういう意識のなかで、どう付加価値を見せたいか。なので、販売チャンネルもテレビやカタログで、商品の付加価値を見せられるところに自然とシフトしていきました。モノを作って販売する。それをペットやシニアなどさまざまなジャンル、そして、ホームセンターや通信販売などさまざまなチャンネルを持つようになった。例えば、モノを作って売るだけではなく、生活者はスポンジクリーナーを買うのが目的ではなく、家庭内を綺麗にすることが目的。ですから、これからはモノからサービスにつなげていく、より生活者に寄り添った事業展開も考えています」

付加価値をどう見せていくか

それが、コーポレートマ...
「これからの時代、社会貢...

「企業としての付加価値を認めていただき、結果としてしっかりと利益を出し、納税して、地域に貢献する。また、雇用も拡大し、地域創生につながり、地域に恩返しができるばと思っ...

地場産業としての役割

サンコーは地域での取り組みとして、海南市の小学...

「認定されたり、経営の刷新、技術開発、市場開拓などの分野で優れた成果をお...

(おわり)

※来週月曜から「100時間カレ」の米田周平社長