

# 第47巻刊行のご挨拶



企業の寿命は30年あるいは5年などしばしばマスコミで取り上げられていますが、環境変化のスピードはますます速まり、企業の長期的な存続が困難な時代になってきました。こうした中、私共はおかげさまで今年創業100年を迎えることが出来ました。

明治10年当時今野家は秋田県刈和野村で醤油醸造業を家業としていました。長兄、今野清治は大阪高等工業学校醸造科(現・大阪大学工学部)に学び、その弟繁蔵、謙吉とともに明治43年京都で醸造材料商今野商店を設立、3年後に大阪に移転し、清治の指導で既に種麹「今野もやし」の製造を始めていました。

当時はまだ種麹造りは非常に原始的な方法でしたので、清治たちがフラスコを用いた原菌の純粋培養を採用したのはたいへん画期的なことでした。その後太平洋戦争による原料事情の悪化に伴い、米どころである郷里秋田に疎開工場を求め生産を続けましたが、昭和20年3月に戦災で大阪の当社、工場とも灰塵に帰し、昭和22年に先祖累代の地刈和野に工場を新設し、秋田今野商店として現在に至っています。

創業100年を迎え、私共も老舗企業の仲間入りをしたわけですが、一般に老舗企業というと本業を墨守して伝統にすぎり、あまり発展性がないというややカビ臭い守旧的なイメージがある気がします。しかし、現実の老舗企業は100年200年という時代の激動を生き抜いてきただけに、伝統をしっかりと継承しつつも、したたかな革新を続けることによって生き延びてきた企業なのです。逆に大胆な革新を継承することが出来なかったならば現在存続していることはなかったに違いありません。まさに私共の社は「温古知新」に通じることであり、「ある生物集団において、環境の変化によりよく適応してより生存力の高いものが残って繁殖し、それ以外は絶滅することで進化が推進される。」というダーウィン進化論の基本にある自然淘汰による適者生存の原則に通ずることでもあります。まさに老舗企業は時代の荒波を乗り越えて、それぞれの時代の流れにあわせて適応し、変化してきたからこそ生き続けることができたわけです。

時代への適応力とは、おおよそ商品開発、技術開発、流通チャンネル、顧客開発に代表されるでしょうが、こうしたさまざまなマーケティング戦略は結局のところ、顧客のニーズへの真摯な対応という姿勢に他なりません。顧客に満足され、顧客の支持を受け、顧客の価値を創造することがすべてなのです。私共はこのような創業の志を大切に守りつづけ、次の100年に挑戦していきたいと思っています。

最近人気のドラッガー本から一言・・・世界にはもうこれ以上の均質性はいらぬ。必要なのは多様なモデル、多様な成功、多様な価値観である・・・と。

ご執筆、ご寄稿いただいた諸先生の報文は、それぞれの専門分野において日夜研鑽を積まれた貴重な論文ばかりで、心から敬意を表すとともに厚く御礼を申し述べて第47巻刊行の挨拶とさせていただきます。

2010年6月

株式会社 秋田今野商店

代表取締役社長  
農学博士

今野 宏