われは、尊敬さん報 第2創1人格を練書する

17堅與文運营學表上社真。豐小

## インタビュ 国太楼

まずは「不易流行」で

## 富雄代表取締役社長

雄社長に話を聞いた。

るなど伝統産業らしからぬ柔軟性も持っている。「不易流行」を強調する星 富 1位のメーカーだが、抽出力に優れた「三角ティーバッグ」に先駆けて投資す

1962年創業の国太楼。お茶産業に深く関わり、

「掛川茶」取扱量で国内

つ対応する -現代の事業環境にど

は3つのテーマを持ってい に対応していくため、当社 加速度的に変化する社会

先人たちの成功を分析しな らといって過去を切り捨て えです。環境が変わったか いのは余りにももったいな るのは短絡的過ぎますし、 新たに取り入れてもいく考 文字通り良いモノは残し、 段は時代によってアップ とを示しています。 性が今も昔も変わらないこ 成り立つという考えの重要

目的を達成するための手 -温故知新のような…

代を問わず企 あるのです 進」の文言が た「社員の豊 国田郎が考え 創業者・中村 かな生活増 い行為です。 経営理念に かうための実行力が伴わな のは大事ですが、そこに向 となります。理想を掲げる なマンパワーの確保が必須 する人員配置、それに最適 要なタスクを効率的に実行 変わっていくからです。必 人であり、人口や価値観が ん。ベースになるのは常に デートしなければなりませ

な人によって健全な企業が いくべきものでしょう。今 も通ずるものがあり、健全 ているサステナブル経営に や経営者なら誰でも意識し

SKUの最適化に向かって です。 強いメーカーは例外なく

選択と集中」自身の生活もヒントに

ていくべきでしょう。 1位の「掛川茶」、抽出力 グ」などにもっと力を入れ に優れた「三角ティーバッ また、社内に目を移すと 当社で言えば国内取扱量

> 栽培してもらっています ンレス緑茶は専用の茶葉を

し、「レインフォレスト・

不易流行」でニーズを掴む

に向かって士気を上げる筋 と集中によってこの問題を 無くし、社員が明確な目的 とって致命的ですが、選択 分からない」はメーカーに たいけど何を売ればいいか 意識に繋がります。「売り ているかが分かる」という 自分の会社が何に注力し

(聞き手 石母田

景

-商品面では

次に商品の「選択と集中 肉質な企業を実現できると

バッグ」もこの考えから生 なっています。 頭に定着し、当社の主力に が淹れられる商品として店 では簡便かつ本格的なお茶 奇抜に見られましたが、今 まれた発想で、発売当時は である自分に目を向けてほ すから、最も身近なモデル いのです。「三角ティー

食品産業の未来は

一 シュリンクを止めることは 現実的ではありません。従 来のままでは食品産業の の、人口減少の歯止めは インバウンドは旺盛なも

者の意識が長く集中するの が期待できます。膨大なS 象です。これは製造コスト されつつ存在感のある商品 浦々で売る」という究極の います。「1商品を全国津々 厳選された商品の方が消費 が、過去の経験からしてこ KUにも存在感はあります のコントロールはもちろ を少数精鋭で揃えている印 にしても、多くの人に支持 理想を実現するのは難しい は一過性に過ぎません。 消費者からの認知向上 ている 考えます。 です。 ません。「消費者が本当に よう」と呼び掛けています。 生活をベースに模索してみ 求めているか」こそが重要 ジか全くの新提案かは問い ニーズに応えることを指し 「の対応」で、時代ごとの そこで全社的に「自分の 既存品のマイナーチェン 最後は商品による「変化 ――ニーズは多様になっ

–具体例を

です

我々はメーカーに所属して

いる一方で一人の消費者で

ティーバッグ」やカフェイ

業が追求して

ければいけません。

ればなりません。 商品を充実させていかなけ とが不可欠です。付加価値 つニーズ「自分の価値に 難しいでしょう。昨今目立 合ったもの」に対応するこ

ある消費者にアピールして サステナビリティに関心の す。味覚にこだわりつつサ まずは「信用ある原料」で 加価値は多くありますが、 いきます。例えば、「三角 い原料調達体制を確立し、 性を担保する、レベルの高 プライチェーンの持続可能 ポテンシャルを感じる付

> 密に連携して生産者の生活 を使用するルイボスティー アライアンス認証」の茶葉 水準向上にも貢献していま 生産国の南アフリカと

## 健康志向も進みそう

健康機能

は間違いな

静岡茶 カテキン生活」)を しい深蒸し知覧茶 カテキ 年にリーフタイプで機能性 ればなりません。2025 段も常に模索していかなけ ちろんですが、それを消費 きていない印象を受けま シャルのほとんどを発揮で ン生活」「おいしい深蒸し 表示食品の商品化(「おい 者に分かりやすく伝える手 す。エビデンスの充実はも く有望です。 ただ、特に緑茶はポテン

ですね。 を付けつつ未来を見据え 先見の明」を実現したい いずれにしても、地に足 まだ先です。

実現しましたが、ゴール

載のインタビューを加筆、再編集し 70周年記念号」(8月末発刊) に掲 **※当社「酒類食品統計月報 増刊号**