

いる。

持続可能な社会を作るのに大切なこととして、よく言われるのが経済、環境、社会の3本柱だが、私が手を打てるのは環境と社会で、経済はその結果だと思う。私は1966年生まれで、20世紀の終わりと21世紀の前半くらいに責任を持っている世代だと思っているが、小さい時から考えると今は夢のような社会である。この感覚は自分たちの世代だから持っているものであり、我々の感じたことを伝えていかなければならないと思っている。大事なことは科学技術とのつきあい方、人のあり方、自然への畏敬の3つを考えている。これらのことを少しでも次の世代に伝える活動ができたらと思っている。

長澤 利久 氏

株式会社はくばく 取締役会長

はくばくは山梨県にある会社で昭和16年に創業し、43歳の時に父が急死したため私が2代目を継いだ。それまでの会社の変化で一番大きかったのは、戦後の大麦小麦の委託加工の時代から統制排除により自由競争になったこと。原料は国から買うが売り先は自由となった。昭和20年代末、大麦は真っ黒い押し麦で、お米に無理やり入れていたため、麦に対する評価は低かった。そんな時に先代はこれから戦後の食糧難はなくなると考え、麦の真ん中からカッターを入れ、黒条線を切り取る技術を開発し、技術を高めて真っ白になった麦を全国に販売するようになった。白い麦の販売事業が昭和35年には完全に軌道に乗り、これが企業発展の原点になった。



経営を継いで、私が中心になって5カ年計画を作成した時、一番に思ったことは、社員が喜んで自分の息子を入社させる会社を作りたいということだった。喜んでできる組織同士でないと会社は

伸びないという思いが出発である。そこで、働きがいのある職場作り委員会を立ち上げたり、社内報を作ったりしている。毎月1日に発行している社内報は、現在では480号になる。常に読まれる社内報、社員の様子が見える社内報を心がけており、40年続いている社内報は、我が社にとって大きな意味を持っていると思っている。

私が経営を継いだ頃、米穀小売店が一挙に増大し、スーパーも自分で資格を取ったため、米の卸業から代理小売店まで、権利さえ持っていればスーパーにも出せるようになったため、米の卸業から代理店まで、ほんの数年の間に力を落としていった。当時、真っ白い麦にカルシウムとビタミン強化した新製品を北海道の米屋に売り込んだが全然ダメだったこともあった。そこで、九州地区で米穀店だけでなくスーパーにも商品を持ち込んでTV宣伝をかけた。そうすると徐々に売り上げが上がってきたので、西から東京まで大胆にTV宣伝をかけて、まず商品が売れることを大前提に事業を進めた。これにより、商品が食品問屋からスーパーに並ぶようになり、はくばくが食品メーカーとして認知されるようになった。

我が社は大麦業界では日本一の精麦メーカーになり、私自身一昨年まで全麦連の会長を10年間務めた。食糧庁が農政を直接管理から民間に手放した時代で、様々な問題に直面したが、制度改革の中で非常にいい仕事をさせていただいた。その時、アメリカに大麦の現地視察した際、もち大麦という麦の話聞いた。それは食物繊維が国内大麦の倍近くあり、おにぎりも作れる大麦だった。早速、その場で5,000tを買い付け、我が社で3,000tを引き受け、あとの2,000tを各地にばらまいた。学者だけでなくメディアなども交えて、大麦を育てるサポーターの会を作った。その様子をNHKが取り上げてくれたところ、瞬く間に在庫がなくなるくらいの反応があった。どんなにやっても伸びなかった大麦の市場が50年ぶりに活性化した。

老舗の経営はただ同じものを出すだけでなく、代が変われば経営理念の中に新しいものを吹き込む必要がある。先代の信念は信用。会社の信用、