

商いの新しいものさし

第125回

(株)商い創造研究所
代表取締役

松本 大地

聖地がある会社には社徳が育つ

「聖地」とは、本来は神聖視されている土地という意味だが、特定の分野においてあこがれの場所として「高校球児の聖地甲子園」と呼び、瀬戸内海のしまなみ街道を「サイクリストの聖地」というように使われる。そこに訪れることでなんらかの効験があるとされる場所を聖地というようにもなった。

長野県飯綱町にある「サンクゼールの丘」。サンクゼールは自社で企画から製造、販売まで手掛ける食のSPA企業として、全国SC、駅ビル

などでジャムやワインなどのオリジナルブランドを展開する。2013年には「久世福商店」を立ち上げ、店舗数は150店を超えた。サンクゼールの丘を訪れると、そこには日本の、日本らしい地域資源を掘り起こしたモノづくりの聖地と思わせる。モノづくり精神は米国まで飛び火し、一昨年の本紙との共同企画での米国視察ツアーでは、オレゴン州ポートランド郊外にあるニューベルグの工場を訪問した。17年に事業をスタート、オレゴン産のブルーベリージャムだけでも1日に1万5000本以上を製造し、米本土での流通の他に、日本の店舗で販売するグローバル化が進行中だ。米国のCousair, Inc.の久世直樹代表は「素材の良さを引き出すサンクゼールのモノづくりが米国の家庭に認められつつある」と語った。直樹氏は筆者が15年前に出会った創業者で、現在は會長の久世良三氏の次男であり、サンクゼールの代表取締役社長である長男の久世良太氏との兄弟で成長戦略を担う。



ぶどう畑、ワイナリーレストラン、教会が聖地を彩るサンクゼールの丘

サンクゼールは斑尾高原でのペンション経営から、ジャムの製造販売に転換した1982年以降が原型だ。サンクゼールの丘では90年のぶどう畑づくりからスタートしたオリジナルワインや近郊農家のりんごで醸造するシードルを製造・販売する他、ワイナリーの製造過程を見聞きしながらの

視察コースもある。久世福商店本店ではワインやジャム、ジュース、日本酒や味噌、醤油などの調味料や発酵食品や全国の生産者と開発したオリジナル商品が並ぶ。店内に掲げられた「久世福商店 商いの心得」には、「当代随一 こだわりの作り手を万国に訪ね歩き、比類なき逸品を集めるべし」「唯一無二 久世福ならではの食材を創るべし」「三位一体 お客様、仕入先様、世間様、三方に満足しうる商いをすべし」との決意が記されていた。

信州の山々 と広々とした田園風景を一望できるワイナリーレストランサンクゼールでは体に優しい素材で作られた料理を提供し、近くにはチャペル(教会堂)も建立された。実は久世夫妻は敬虔なクリスチャンであり、教会は祈りの場だけでなく1日1組年間20組までのウエディングにも使われる。まさに神も祝福する真正正銘の聖地と言える。ぶどう畑を入れると東京ドーム2個分以上の大きさがあふれる敷地の至所に聖書のメッセージが掲げられ、何か気付かせてくれる言葉との出会いも多々ある。現在のサンクゼールを構築するまでに多くの試練を乗り越えてきたからこそ、聖地はその企業の社会に向けた信念、姿勢、存在意義、そして未来を感じさせる場所であると痛感した。30年前に発刊された『デザインランドとい

る聖地」という本には、「魔法の王国」は何のためにつくられたのか。絶大な人気の秘密を考察しつつ、聖地から見えるアメリカの過去と未来、フアンタジーと現実社会との対比を綴った内容であった。エンターテインメント哲学からデザイン

の信念、目的、顧客との約束の検証の他、魔法の王国が人々に感動を与え続ける聖地となるには、従業員に対して感謝の気持ちを忘れてはいけない。この言葉が印象的だ。常に変化しないと生き残っていけない厳しい時代となった。原点に帰れる場所、精神の拠り所として聖地があることは、迷わずに変化に対応していく熱源になるだけではなく、人に人徳があるように、会社にも社徳が重要なことをサンクゼールの丘は示教してくれる。