

国内外のビジネス事情

経営トップ講義

@県立大

「ビジネス経済の実践」要旨

⑧



「海外進出は生き残るための手段の一つだった」と語る加納社長

県立大佐世保校（山口隆行撮影）

相浦缶詰代表取締役社長

加納 洋二郎氏

私たちの会社は昭和24（1949）年に私の父親が創業し、来年70年を迎える。私が社長になって来月1月に20年になる。本社は佐世保魚市場近くにあり、松浦市に工場がある。従業員は約150人で農水産の缶詰の製造をしている。「自然の恵みを世界のの人々に」をスローガンに海外展開をしている。

サバ、イワシといった水産物や県産ミカンなど農産物の缶詰をOEM（相手先ブランドによる生産）でマルハニチロや、はごろもフーズなど大

手加工食品会社に販売している。海外はマレーシアとインドネシア、メキシコに工場がある。父は、欧米向けのイワシの缶詰製造販売に着目したが、創業直後に漁獲量が急激に減り、倒産状態に陥った。そこでイワシと同じく輸出奨励品だったミカンの缶詰を作り始めた。結果的に、農産と水産両方の缶詰を製造できるよう

になったことが今の強みになっている。海外進出は生き残るための手段の一つだった。かつて日本の企業は輸出で外貨を得て成長した。しかし経済成長とともに円高が進み輸出競争力がなくなった。私たちは大手加工食品会社の協力を得て国内販売に転換することができたが、多くの同業者は転業や廃業した。国内の販売と同時に

97年にはイワシの供給源としてメキシコに工場を造った。ただ日本のイワシの漁獲量も復調しており、事業形態を変えなくてはならない。企業は当初の目的が変わることがあるが、その時々には決断している。イワシの缶詰発祥の地は長崎だ。使用した缶のリサイクル率は95%を超える。賞味期限は3年だが、期限と言うより目安といった表現が良かったと思う。缶詰は密封して加熱殺菌処理をするので、保存料を使わない。このように環境にも人にも優しいエコな食品だ。青魚は（不飽和脂肪酸でコレステロール値を下げる）EPAやDHAをたくさん含む健康食品でもある。東日本大震災を受け缶詰の良さは見直され、店頭での販売面積は増えている。

私は学生時代ハンドボールに打ち込んだ。日々の練習、努力に勝るものはない。練習のための練習は意味がない。「試合に勝つ」という目標を意識し、それが成果につながったか考えなくてはならない。越えられないのは自分をつくる限界だ。「自分はここまで」と思ったらそこで止まる。いかに自分と闘い、可能性のハードルを上げるかが重要だ。これが私の行動指針になっている。（西村伸明）

次回12日に掲載します

いかに自分と闘うか