

反面教師の後継者教育

しゅん こう どう
春香堂

【名古屋・中区】

IMコンサルタント代表 平松陽一



3代目小川薫社長。後ろに見えるのが仕入に失敗した香木。

名古屋は香の一大拠点

北陸の人々に「将来住んでみたいところは？」と聞くと、名古屋と答える人が多い。東北の人が東京に憧れるように、北陸の人は名古屋に憧れる。東京で言えば地方から出て来た人が心のよりどころにしたのが浅草であった。それと同じように、名古屋では大須観音がある。その大須観音の隠れた老舗が春香堂である。現社長小川薫氏で3代目となる。

お香というと京都をイメージす

るかもしれないが、実は香道の一大流派である志野流の家元が名古屋にあるため、名古屋が香道の一大拠点となっているのである。

また、お香の原料は国産と思っ
ている読者がいるかもしれないが、ほとんどの香料は国産ではない。なかでも沈香木は、土の中で長年に渡り特性を変えたもので、東南アジアのものなのである。つまり輸入のものであり、古くは薬としても扱われたものなのである。だから、その木を燃やして香を嗅ぐ香道が身体によいことは、容易に理解できることなのである。癒し効果があるということから、若い女性を中心に人気が出てきているのである。このことを理解すると、実は春香堂は当初薬局(漢方薬舗)であったことが、なるほどと思うであろう。そして、初代がお香を扱う店と変えていったのである。

反面教師から学ぶ

春香堂の後継者教育を一言でいうと、チャレンジと反面教師から学ぶといつても過言ではない。

そのエピソードが春香堂には幾つもある。

例えば、初代栄次郎はお香を何とか直接仕入れたいと思いついた。というのは、当時の貿易がまだ東京よりも大阪が中心であった。大阪の問題が仕入れたものを分けてもらおうというレベルであった。これでは名古屋のお客に欲しいものが提供できないと思つたのである。そこである日、名古屋港に停泊していた船に渡航手続きもなしに乗り込んでしまうのである。つまり、密航だ。

しかし、それは失敗に終わった。密航がみつかり下船させられてし

つたからである。

だが、栄次郎のこの行動に春香堂の原点がある。「現場や末端までを自分の目で見て知っておく」。その考えこそが、春香堂の理念であり、代々受け継がれているものである。

2代目は香港へ数多く足を運び、多くのルートを開拓するのである。初代の無謀とまでも言える経営活動を見ていた2代目は、逆に堅実経営路線をとる。しかし、あえてリスクを避け、大阪の商社を通して、香港の香業者との取引を拡大するのである。

これに対して3代目は、積極的な拡大路線をとることとなる。その発端となったのが、1997年に実施された香港の英国から中国への領有権移管である。これは3代目にとって否応なく押し寄せてくる波であった。事実、香港の移管により、5、6件あった香の取引業者が2、3件になってしまったのである。また現社長が言うには、大学3年の時父親が倒れ、他社での修業はなく、春香堂に戻ることになったということである。ここから見よう見まねで動くこと



社長自ら社員の前で水引を作ってみせる。

春香堂【名古屋・中区】

1921年(大正10年)創業。初代小川栄次郎が漢方薬の薬局として開業したのがはじまり。現在は主に、薫物・線香を扱っているが古来、香りを薬(香薬)として利用してきた日本文化の伝承も目指している。

〒460-0011-8005 名古屋市中区大須2-15-14

TEL: 052-231-0650

URL: <http://www.kaori.co.jp/>



和・洋・漢方の香が並び、賑わう春香堂店内

失敗から学ぶ

になる。その時にモデルとしたのが、父親の経営スタイルではなく、祖父の経営スタイルであった。

老舗のオーナーとして何が大切かということを経験すると、目利きであると答える老舗オーナーが

多い。つまり、目で利益を出せる人でなくてはならないと言うのである。一言で目利きを表すと、顧客の商品(店)のバランスから価格を決めるものである。つまり、納得ずくの価格設定である。事実、お香の価格は、スプーン一杯で10万円もするものがある。それは、市場価格なのである。

現社長が体験した目利きの失敗を教訓としているものがある。

ある日、海外への仕入出張をした。何かよい成果を出そうと思いい、これはと思うものを購入し、意気揚々と帰国したのである。名古屋に戻ってから、仕入れた商品を見ると実はとんでもないまがい物であることがわかったのである。それを父親に話したところ、それ自体を咎めることを父親はしなかったのである。そして「これを(失敗した仕入物)を大切に保管しておくように」と一言いったのである。

私が春香堂にお伺いした時に、本店に木の置物がディスプレイしてあるので、その木について尋ねてみた。すると、そのディスプレイこそが実は自分が仕入をして失

敗した木であるということを知ってくれた。

ともすると、自分の子供には失敗させたくないというのが社長である父の本音であるかもしれない。しかし、人は成功体験と同時に失敗体験でも育つ。特に、失敗体験は人を一回り大きくするということがある。

名を残す教育

名古屋の会社は、なかなか潰れないと言われる。それは春香堂に代表されるように、これといった後継者教育は行わないが、失敗を体験させたり、欠点を徹底的に補完するというところに行っている。それが会社としては大きくならなくても潰れない体質を作っているのではないかと思うのである。

老舗では、ミーティングをやるどころが多い。春香堂でもコミュニケーションを大事にする。ミーティングを月1回、月曜日には朝礼を行っている。この場で社長自ら社員に語りかける。そのことでそのことで意思統一を図っているのである。

香りを広げる新事業

こんな失敗をしながらも、現社長は積極的な経営姿勢を崩そうとはしない。2002年には、『アロマリウム・ブレ』をスタートさせ、2003年には、名古屋駅の名鉄メルサ5階に『おふいしな』をオープンさせた。この店は、香りは薬をテーマとしており、盛況である。

『おふいしな』とは、ラテン語で「本質」あるいは「薬用」を意味する言葉である。ここは、和と洋の香を十分に堪能でき、香の持っている伝統を伝承してきた春香堂の集大成といえるかもしれない。現社長が先代から受け継ぎ、座右の銘としている言葉が「商売は線香のように細く長く」である。何と奥深い言葉ではないか。

ひらまつ よういち 玉川大学工学部経営工学科卒業後、経営コンサルティング活動(会社経営研究所)を経て、I・M・コンサルタント代表となる。現在、経営コンサルティングとして、指導業務、教育、講演を行っている。コンサルティング活動の傍ら、企業に入り管理職を兼務。主な著書「この老舗に学べ」(フォレスト出版)「必ず売れる営業マンになれる」(営業幹部のための指導力倍増講座)(以上いずれも金)など多数。