

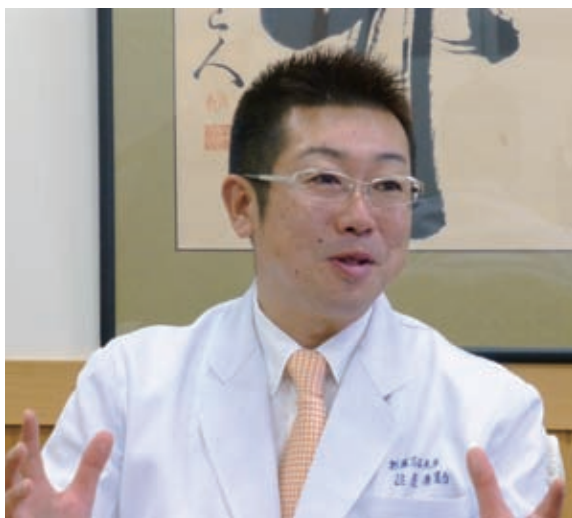
未来^眼とうほく 第15回

地方が元気になるには若い世代の活躍が不可欠

「東の稲庭 西の讃岐」と言われるほど、稲庭うどんは全国ブランドとして有名である。中でも万延元年（1860）創業の佐藤養助商店は、明治時代には当時の宮内省よりお買い上げいただいた、稲庭うどん有数の老舗である。35歳の若さで代表取締役に就任した佐藤正明氏は、150年来続く伝統を守りつつも、常に新しさを求めて10年間会社を引っ張ってきた。今回の対談では、そうした経営戦略や、稲庭うどんを通じた地域活性化などについてお話をうかがった。

食材偽装対策として商標登録

●町田 2013年は、食品メニューや食材の「虚偽表示」が全国的な社会問題となりました。稲庭うどんもその渦中に巻き込まれたとうかがっております。そのあたりの事情を少しお聞かせください。



佐藤 正明（さとう・まさあき）

1969年七代佐藤養助の長男として誕生。1987年秋田市立秋田商業高等学校卒業後、有限会社佐藤養助商店に入社。1996年専務取締役に就任。2004年より代表取締役を務める。株式会社YOSUKEホールディングス代表取締役、秋田県稲庭うどん協同組合代表理事、秋田県商工青年同友会会長、ゆざわ小町商工会理事、湯沢法人会青年部理事、いなわ福祉会理事などを兼任。

●佐藤 秋田県外産のうどんを、飲食店で「稲庭風うどん」を「稲庭うどん」として、メニュー提供していたとのこと。伝統製法で作られている、稲庭うどんのブランドイメージ低下につながると危機感を感じております。

●町田 全国ブランドである稲庭うどんにとっては、イメージダウンにつながりかねない重大な問題だと思われそうですが、「本場」ではどのような対応をされておられるのでしょうか。

●佐藤 県知事も事態を憂慮しておられたので、直接お会いして状況を説明しました。また、私が代表理事を務める秋田県稲庭うどん協同組合でも、今後に向けた対策を協議しているところです。

●町田 そもそも、「稲庭うどん」は商標登録されているのですか。

●佐藤 特許庁に地域団体商標登録を申請中ですが、実は一口に稲庭うどんといっても組合員がそれぞれ銘柄を持っていて統一性がないため、その点を特許庁から指摘されています。ただ、これからは、各自の銘柄は残しつつ、産地を上げて「稲庭うどん」を一本化した商品にしようということで、組合でも話がまとまりつつあります。これをクリアできれば商標登録は可能だと考えています。

●町田 今日の、偽装表示問題での実害はあったのでしょうか。

●佐藤 幸い、こちら側に消費者の方々からの苦情は寄せられていません。お歳暮商戦も、先の問題の影響もあって出足はやや鈍かったのですが、その後持ち直して順調な売れ行きに回復しました。

●町田 それを聞いて安心しました。

和食の文化遺産登録は飛躍のチャンス

●町田 直近の話題としてもう一つ、2013年12月に和食が「日本人の伝統的な食文化」としてユネスコの無形文化遺産に登録されました。食関連の無形文化遺産は世界で5件目だそうです。稲庭うどんも和食の一つとして、今後注目されるのではないのでしょうか。

●佐藤 うどんというのは、昔は病気にならなければ食べられないほど貴重な食料でした。それだけ体に優しくエネルギーになりやすいということですが、これからは“ヘルシー”という要素も加わって、私どもの稲庭うどんも世界に通用するようになる、飛躍のチャンスと期待しています。日本で評価され、世界で評価されたものは、回り回って日本でも再評価されます。稲庭うどんも、その循環の流れに乗せたいと考えています。

●町田 その関連で申しますと、海外では、日本酒が「SAKE」として人気を集めつつあります。私は山形県に15年住んでいて、そばと日本酒は合うなど実感しておりましたが、うどんと日本酒も結構合うのではないかと想像しています。

●佐藤 現在、地元湯沢市内の酒蔵にお願いして、当社オリジナルの「養助ボトル」という商品を作ってもらい、東京の直営店に出しています。私も、うどんと日本酒は非常に合うと思います。台湾の店舗でも、稲庭うどんと一緒に、飲み比べと称して3種類の日本酒を小さなお猪口に入れて、お客様に出しています。これがなかなか好評なのです。

●町田 それはいいですね。一方で、和食には“目で食べさせる”という側面もあります。湯沢には、伝統産業である川連漆器があります。ぜひ稲庭うどんと組み合わせるみてはいかがでしょうか。

●佐藤 当社の直営店舗では、既に川連漆器を使用しております。高級で繊細な器なため、全部とはいきませんができる限り使用するようにしています。私も、地元の伝統産業である川連漆器と、当社の伝統ある稲庭うどんとのコラボレーションは良い相乗効果を生み出すと思います。

●町田 おっしゃるとおりでしょうね。

海外進出で国際交流を図る

●町田 御社は、2006年に東京（銀座）に進出してから、2009年に香港、2010年にマカオ、2013年に台湾と矢継ぎ早に海外進出を行ってこられました。そのスピードには驚かされます。

●佐藤 実は、香港とマカオの店舗は現地法人との業務提携で、台湾の台北店が初の海外直営店になります。正確には、台湾企業と合弁会社を設立しての経営になります。台湾企業のオーナーの方が大変な親日家で、湯沢の総本店のイメージをそのまま台湾に持ち込みたいというお話でした。願わくは、直営店から秋田の文化、湯沢の文化を発信して、今度は台湾のお客さんが

秋田、湯沢に来て本場の味を堪能していただくことで、国際的な交流人口の拡大を図ればと考えています。

●町田 すばらしいご発想だと思います。もっとも、海外に進出されるにあたっては、何かとご苦労も多いのではないのでしょうか。

●佐藤 正直なところ、右も左も分からないまま、度胸だけで飛び出していった感があります。ただ、現地ですごいご縁に恵まれたことは幸運でした。おかげさまでノウハウもそれなりに蓄積され、来年度には国際教養大学の卒業生も入社します。これからは無理のない範囲で海外戦略を推進し、多くの外国人に稲庭うどんを食べていただきたいと考えています。

●町田 海外進出にあたっては、人材の交流も必要なのではないのでしょうか。

●佐藤 もちろんです。台北店の経営に関して言えば、台湾人の料理スタッフと接客スタッフを湯沢に呼んで、2〜3カ月ほどトレーニングをしました。それでも足りないところは、こちらからスタッフを台湾に派遣して指導しております。現在も、台湾に長期滞在している社員がいます。

●町田 それも国際交流の一環ですね。ところで、商品の輸出は考えておられるのですか。

●佐藤 目下検討中ですが、稲庭うどんは乾麺で保存食なので、需要はあると見込んでいます。将来的には地元にながら外貨をしっかりと稼いで、地域に貢献できる企業に成長したいと考えています。

●町田 大変頼もしい限りです。



町田 睿（まちだ・さとる）

1938年秋田県生まれ。東京大学法学部卒業後、富士銀行に入行。同行取締役総合企画部長、常務取締役を経て、1994年荘内銀行取締役副頭取、95年取締役頭取、2008年取締役会議長を歴任。09年10月よりフィデア・ホールディングス取締役会議長、北都銀行取締役会長、11年6月より荘内銀行取締役相談役、12年4月より東北公益文科大学学長、同年6月よりフィデア総合研究所理事長をそれぞれ務める。



2013年にオープンした台北店（台湾）。日本と変わらない店構えなどが、現地のお客にも人気である。
画像提供：佐藤養助商店

一子相伝の解禁で稲庭うどんを産業化

- 町田 少し時間をさかのぼりまして、1972年に、現会長の7代目佐藤養助氏が、それまで一子相伝、すなわち家人以外には門外不出だった技術を公開したとうかがっております。100年以上続いた流れを転換するというので、当時としては大きなご決断だったかと思いますが、どのような背景があったのでしょうか。
- 佐藤 理由は大きく2つあります。1つは、当時は当家と、宗家の稲庭吉左エ門家だけが、一子相伝で稲庭うどんの伝統を守っていたのですが、次第に商売目的で稲庭うどんを作る店が出てきました。そうすると、どちらが「本物」でどちらが「偽物」かが分からなくなる。結果、「稲庭うどん」のブランド力低下につながりかねないということで、一子相伝を解禁して、稲庭うどんを地場産業にしようという動きになったと聞いています。
- 町田 もう1つの理由は何でしょうか。
- 佐藤 もともとこの地域は農業が中心で、冬場は働き手が出稼ぎに行き、長く家を空けるのが普通でした。そこで、冬場も地域に安定した雇用の場を創出すべく、家内工業だった稲庭うどんを地場産業化して、農家の働き手を職人として雇い入れることにしました。ただ、当初は比較的年齢の高い職人が多く、若い職人が活躍するようになったのはここ15年ほどのことです。
- 町田 ベテランの活躍に、若い人たちが呼応するようになったのです。1つのコミュニティーが前向きに発展する理想的な形態だと思います。
- 佐藤 地方が元気になるには、地域の将来を担う若い世代の活躍が不可欠です。そのためには、郷土愛を持って地元で密着した人材を育成する必要がありますが、同時に、若い人たちの雇用の場を創出する必要も

あります。私も、これからは後継者を意識する年代に差し掛かりますので、同じ世代の仲間たちと元気を出して、地域再生の一翼を担いたいと思います。

●町田 私は、高齢化社会の問題は、高齢化そのものではなく、孤立する高齢者の増加だと考えています。その意味でも、みんなで地域を元気にしていこうという社長のお考えには大変共感できます。

「うどんEXPO」をよりレベルアップ

- 町田 地域を元気にするというのでいえば、社長も関わって毎年湯沢市で開かれている「全国まるごとうどんEXPO」は、2013年で3年目を迎えました。手応えはいかがでしょう。
- 佐藤 おかげさまで、年々たくさんのお客様に来ていただいています。市民の方々が一丸となって、協力し合いながら開催していることにも大きな意味があると思います。ただ、単発的なイベントで終わるのではなく、イベントを通じて湯沢の文化を“まるごと”全国に売り込むことが、最終的な目標です。
- 町田 2014年以降はどのような展開を考えておられますか。
- 佐藤 今までは、出店者が集まって、全国のうどんをお客様に食べていただくことが目的でしたが、毎年同じ内容の繰り返しでは、いずれ飽きられてしまいます。今後は、出店者の中から投票でグランプリを選ぶことも検討しています。そうすることで、うどんの文化を湯沢から発信し、イベントのレベルを上げていきたいと考えています。私たちも楽しみながら、このイベントに取り組んでいます。
- 町田 すばらしいことですね。やはり、こうした大規模なイベントは、地元の人々も楽しみながら行わないと長続きしないと思います。
- 佐藤 一方で、「全国まるごとうどんEXPO」を開催することで、お客様に地元でお金を使っただき、それによって、湯沢市内の商店街など地域経済が潤うことも期待しています。
- 町田 私どもフィデア総合研究所の推計によれば、「全国まるごとうどんEXPO」の経済波及効果は、2011年の第1回が約7億円でしたが、2013年の第3回では約8億円に増えています。来場者数も、第1回の7万人から第3回は8万人に増えたとうかがっています。これからイベントの規模がどんどん大きくなって、湯沢の街が活性化することを願っています。
- 佐藤 ありがとうございます。

滞在型観光でリピーターを増やす

- 町田 今回の対談で湯沢を訪れて、改めて大変自然が豊かな場所だと思いました。この“自然”という観光資源をどのように生かしていくかも、湯沢の観光を考える上で大きなテーマだと思います。
- 佐藤 湯沢には、岩手県と宮城県にまたがる栗駒山があり、山形県とも接しています。特に新緑と紅葉の季節には、これらのエリアを周遊する多くの観光客が訪れます。また、そうした観光客が湯沢へ稲庭うどんを食べに来てくれることもありがたいです。
- 町田 私は、日本では「グリーン・ツーリズム」が今ひとつ浸透していない気がいたします。例えば、民家が宿泊客を受け入れるスタイルがより充実できれば面白いと思います。民家に泊まって、ゆっくり1週間ほど、この豊かな自然の中で多彩な緑や染まるような紅葉を楽しむというのはいかがでしょうか。これからの日本は高齢化がどんどん進んでいきます。高齢者にはそうしたスローなツーリズムが好まれると思います。
- 佐藤 地域に入り込んで、生活の感覚を体験するというのは興味深いですね。そうした取り組みは、地域に住んでいる方々がやる気を出して、少し居宅に手を加えれば十分可能だと思います。
- 町田 「全国まるごとうどんEXPO」の開催前後に、地域の観光資源をゆっくりと回れるような仕掛けづくりがあれば、リピーターも増えるかと思います。その意味でも、民家で観光客のおもてなしをするのは有効な取り組みではないでしょうか。これからの観光は、リピーターの視点で考えないとダメだと思います。
- 佐藤 そうですね。幸い、この地域の人々は郷土愛が強いので、そうした感情もうまく利用しながら、地域活性化につなげていければいいと思います。

「進化と継承」の重要性

- 町田 最後の話題になりますが、経営者としての、社長の座右の銘がありましたらお聞かせください。
- 佐藤 「進化と継承」です。代々受け継いできた、この稲庭うどんの伝統製法をどのように守っていくのか。一方で、時代の変化、社会の変化に応じながら、どのようにして進化をしながら時代に即した行動を取るのか。その両方を追求していかなければと考えています。
- 町田 それは、老舗企業が生き残っていくための宿命と言えるかもしれませんね。これまで、どのような取り組みをされてこられたのでしょうか。
- 佐藤 私が社長に就任する前は、職人がいて、商品



移動厨房車。寒い日などには最高の「おもてなし」だ。
画像提供：佐藤養助商店

- があって、それを提供する直営店があるという、「川上から川下へ」の経営でした。私が社長に就任して、その発想を逆にしました。つまり、まず直営店を前面に出して、お客様にブランド力と商品力をアピールする。そして、お客様に、稲庭うどんを贈答用に買っていただく。最後に、稲庭うどんの伝統を支える職人を育成する。いわば「川下から川上へ」の経営です。
- 町田 大変興味深いお話です。ここ10年の間に、東京や海外へ店舗進出されたのも、そうした社長の経営理念があると考えてよろしいのでしょうか。
- 佐藤 そうですね。「川下」のすそ野を広げる狙いがあると言ってもいいでしょう。私どもは、職人にも直営店の厨房に入り、うどんをゆで、お客様に提供させています。これは、自分の作った商品が、お客様に「おいしい」と言っていただくまでが職人の責任だと感じてもらうためです。
- 町田 伝統とブランドを背負って、顧客志向に回帰するという発想はすばらしいですね。
- 佐藤 商売には、「売り手よし 買い手よし 世間よし」という「三方よし」の格言があります。当社でも、地域貢献の一環として移動厨房車を始めました。トラックに厨房の器具を入れ、総本店の食材を積み込み、さまざまなイベントや施設や学校を訪問する企画です。普段なかなかお店に来られない方々に、稲庭うどんを食していただくのです。現地で調理体験を行うこともあります。そして、「おいしかった」「楽しかった」と喜ぶ姿を見ることによって、社員たちの仕事に対するやる気や勇気につながると考えています。これからの、いろいろな形で多くの方に稲庭うどんを食べていただき、会社が成長できればと思います。
- 町田 大変感銘を受けました。本日はどうもありがとうございました。