

新副会頭に聞く“VIVID KYOTO”

第3回 齋藤 茂 副会頭 (株)トーセ 代表取締役会長 兼 CEO

今回の新副会頭へのインタビュー企画では、withコロナ時代における企業経営や、京都ブランドの振興、スタートアップ支援などについて、齋藤副会頭からお話いただきました。

「最良」の気概で 京都のブランドと 都市格を高める

私は「最良」という言葉が好きなのですが、これは誰か特定の人
に便宜を図る「依怙最良」ではなく、
京都に「一見さんお断り」という
文化があるように、お馴染みさん
を大切にする、愛着を持つておも
てなしするという意味です。これ
までにサービス産業部会の部会長
や京都ブランド推進特別委員会の
委員長を務めてきましたが、京都
のブランドや都市格、あるいは京
都全体の事業を最良にするという
気持ちで、様々な実務に取り組ん
できました。

京都のまちを見渡せば、適度な
サイズ感の中に、世界で活躍する
大企業やオンリーワンの強みを持っ
た中小企業、新進気鋭のベンチャー
企業が集積し、山紫水明の美しい
自然もそこにあふれています。
弊社は創業して42年になりますが、
京都に拠点を構えたからこそ、多
くのお客様がお越しになり、交流
が広がり、新しいアイデアやビジネ
スに結びついたのだと思います。

その反面、数年前から急速にブ
ランド価値が高まったことで、交
通渋滞やホテル不足などの課題も
指摘されるようになりました。も
う京都なんて行きたくないという
お客様が増えれば、目の前のビジ
ネスチャンスが失われるかもしれま
せん。京商の副会頭として、これ
までの経験や知恵を生かしながら、
より俯瞰的な立場で京都のブラン
ド価値を高め、京都に恩返しでき
ればと考えています。

成功事例を情報発信し 経験を知恵に生かす 仕組みづくり

新型コロナウイルス感染症の拡大
は、ライブを主体とするエンターテ
インメント業界にも暗い影を落とす
ましたが、一方で、自宅で楽しめる
巣ごもり需要のビジネスにとっては
大きなチャンスになっています。今
後、新型コロナウイルス感染症が収
束しても、また別の社会問題が私
たちを襲うかもしれません。今回
の経験を踏まえ、同じ失敗を繰り返
さない工夫をそれぞれの業態にあ
わせて考えておくことが大切です。

今回苦境に立った飲食店の中
で、新型コロナウイルス感染症が
拡大しはじめる前からテイクアウト
事業を自社のサービスに取り入れ
たり、クラウドファンディングをい
ち早く取り入れたりして売上を伸
ばしているところもあります。

例えば、テイクアウトの場合は
冷めても美味しいメニューを用意す
る必要がありますが、老舗の仕出
し屋さんにはこうしたノウハウがた
くさん集積しています。京商が困っ
ている企業に対して「あそこの店
に聞けばヒントがもらえる」とい
うようなアドバイスができれば、
京商会員の横の繋がりを生かして
新しい連携が生まれるかもしれま
せん。

新たなワークスタイルへの 対応で持続可能な ビジネスモデルを構築

テレワークやオンライン会議を導
入する会社が増えていますが、ま
だまだ技術的にも社内環境的にも
十分に活用が進んでいない状況で
す。例えばオンライン会議では、議
長がリモートに慣れていないため

「努力を怠らず、挑戦することをやめなければ、
ビジネスチャンスは必ず巡ってくる」と確信しています」



に、会議の進行が滞ったり、参加者の意見をうまく引き出せなかったりすることも少なくありません。今後は不完全なシステムだけに頼るのではなく、新たなワークスタイルに対応できる人材を育成していくことも大切でしょう。

これからの数年は、5Gや8Kなど革新的な情報通信技術が注目されますが、これらの技術が目の前のすべての課題を今すぐ解決するツールにならないというを理解し、withコロナ時代にふさわし

いそれぞれの会社のビジネスの在り方を考えていくべきだと思います。

培われた経営資産を承継する 京都らしい起業の 在り方を提案

トーセは1979年に今で言うところの社内ベンチャーという形で、父親の会社から独立して設立しました。振り返れば、スタートアップという言葉すらない時代、父親から借りた人材や信用は大変役に立ちました。私にとつて「一番のエン

ジェルは父親自身」でした。京都には何代も続く老舗の企業や店舗がたくさんありますが、資金はもちろん培ってきた様々な経営資産を親が子どもに提供する、あるいは、暖簾はそのままに若い感性で形を変えて事業を継いでもらうこと

で、通常のパターンよりもスムーズにベンチャー企業を立ち上げることが可能になるのではないかと思っています。

成功するためにはナンバーワン、オンリーワンになれとよく言いますが、私はコンテンツの受託開発の世界で一番ならうと決めて、その目標に向かってがむしやりに走り続けてきました。その結果、会社四季報にも受託開発最大手と書いていただけになりました。例えば、ある地域の中でナンバーワンのお店になれば、その地域のお客様はみんなその店に足を運んでくれるでしょう。要するに、自分の中で範囲を決めてナンバーワン、オンリーワンを目指せばいいんです。また、何かしたいと思っただけでは、決して何も始まりません。「棚から牡丹餅」という諺があります。せめて棚の下まで行かなければ牡丹餅さえ食べられないという戒めです。努力を怠らず、挑戦することをやめなければ、ビジネスチャンスは必ず巡ってくると確信しています。

前向きな思考と行動力で 京都のまちの賑わいを創出

以前、ある方に講演を依頼したところ、その講演日が海外から帰国する日と重なっていたにもかかわらず、到着する空港をわざわざ成田から関西国際空港に変更してまで京都に来てくれたことがありました。私より20歳も年上の人です。この様に何かを実現するにはどうすればいいかと常に前向きに考え、行動に移せる人が増えれば、京都の事業や経済はさらに魅力的で賑やかになっていくに違いありません。

「GIVE&TAKE」という言葉がありますが、私は「GIVE&GIVE&GIVE&TAKE」という気持ちで、京都のまちに刺激と活力を与え続けたいと考えています。今回、副会頭との兼務で「国際経済・交流特別委員会」の委員長も拝命しているので、2022年初頭に海外視察団の派遣なども企画しながら、京商の会員の皆さんのさらなる発展に努力していきたいと思っています。