

平成23年1月13日

特定非営利活動法人

ファミリー・ビジネス・ネットワーク・ジャパン

第4回ファミリー・ビジネス表彰の受賞企業について

第4回ファミリー・ビジネス表彰の受賞企業は、審査委員会による厳正な審査を経て、別紙『発表資料』のとおり決定されました。

なお、ファミリー・ビジネス大賞授賞式及び記念シンポジウムは、下記日程及び会場にて開催する予定です。

日時： 2011年2月26日（土曜日）13時00分～18時30分

会場： 六本木ヒルズ ハリウッドビューティープラザ5F ハリウッドホール

（詳しくは、<http://www.fbni.jp/seminar/information.html>をご確認下さい）

1. 参考資料 ファミリー・ビジネス表彰について
2. 発表資料 第4回ファミリー・ビジネス表彰の受賞企業

（本発表資料のお問い合わせ先）

ファミリー・ビジネス・ネットワーク・ジャパン事務局

担当：松本

TEL : 03-5770-8814 FAX : 03-5770-8820

(参考資料)

ファミリー・ビジネス表彰について

ファミリー・ビジネス表彰は、日本国内の卓越したファミリー・ビジネスを厳選し、その優れた経営活動を、国内はもとより、The Family Business Network International¹を通じて、広く世界にも紹介することを目的として、特定非営利活動法人ファミリー・ビジネス・ネットワーク・ジャパン²が2007年度にスタートさせた年に1回の表彰制度です。

ファミリー・ビジネス表彰には、『ファミリー・ビジネス大賞』、『ファミリー・ビジネス優秀賞』、そして『ファミリー・ビジネス特別賞』の3種類があります。

これら3種類の『ファミリー・ビジネス表彰』の授賞候補審査の要件は以下の通りです。

- (1) 創業以来、ファミリー内の事業継承が3世代以上にわたっており、将来的にも長期的に、当該事業をファミリー内で継承する意思が固いこと
- (2) 事業活動 (Business)、所有権 (Ownership)、そして、家族 (Family) という3つの要素の間で、よく、バランスがとれていること
- (3) 顧客、従業員、資材や各種サービスの調達先、地域社会など、多様なステークホルダーから、総じて高い評価を集めていること

なお、『ファミリー・ビジネス特別賞』は、常設の賞ではなく、上記の条件を備えたファミリー・ビジネスに加えて、ファミリー・ビジネスの発展に顕著に寄与する活動を展開している団体も、授賞候補として審査の対象になります。

ファミリー・ビジネス表彰は、毎年、有識者で構成される審査委員会が、所定の手続きに基づいて厳選します。

『ファミリー・ビジネス大賞』の受賞企業には、楯が贈られ、副賞として次年度のファミリー・ビジネス・ネットワーク世界大会参加の目録も贈られます。

¹ ファミリー・ビジネスの経営能力向上を目的とする、ファミリー同士の交流の場として、1990年、スイス・ローザンヌに産学協同の非営利団体として設立。ファミリー・ビジネスに携わるオーナー、経営者、親族を会員とする組織としては世界最大規模。(公式サイト <http://www.fbn-i.org/>)

² ファミリー・ビジネスの成功と持続的成長の支援を目的に、2002年12月に設立したNPO法人。2008年4月、世界25カ国・地域のFBN支部の一つに昇格。ビジネス経営とファミリー運営に関する知識と知恵を、会員同士が共有・交換できる場を提供している。(公式サイト <http://www.fbnj.jp/>)

【過去の受賞企業】

第1回ファミリービジネス大賞	
大賞	タキヒヨー株式会社（名古屋市）
優秀賞	株式会社マルハチ村松（焼津市） 株式会社木村鋳造所（静岡県清水町）
地域賞	株式会社前田産業（名護市）

第2回ファミリービジネス大賞	
大賞	株式会社にんべん（東京都）
優秀賞	株式会社柏屋（郡山市）
特別賞	ShizuginShip（静岡銀行）

第3回ファミリービジネス大賞	
大賞	株式会社林原（岡山市）
優秀賞	株式会社印傳屋 上原勇七（甲府市） 大七酒造株式会社（二本松市）



『日経トップリーダー』2009年4月号



『週刊ダイヤモンド』2010年3月29日発売号

(発表資料)

第4回ファミリー・ビジネス表彰の受賞企業

本年は以下の通り、大賞1社、優秀賞1社を表彰いたします。

■ ファミリー・ビジネス大賞 (Family Business Award)

株式会社 虎屋 (和菓子の製造販売、東京都港区、1520年代創業、17代目社長)

企業概要：室町時代後期、京都で創業。後陽成天皇の御世（1586～1611）より御所の御用を承る。虎屋では黒川円仲（1635 没）を中興の祖としており、これを初代と数え、現在は17代目の黒川光博氏が当主である。

その歴史は非常に長く、井原西鶴『諸艶大鑑』（1684）、『京羽二重』（1685）、京都妙心寺『正法山誌』等の文献にも、虎屋の名前が残されている。

明治2年、都が東京へ遷ると、御所御用を勤めていた虎屋は明治天皇とともに東京へ進出することを決める。当時の東京では、諸大名が江戸屋敷を引き上げたことにより、多くの商人が上顧客を失い、また幕府御用菓子屋を勤めた店も廃業していた。また明治に入ると、文明開化により、洋菓子やパンが普及しはじめており、それまでとは異なる混沌とした舞台への進出であった。

東京に進出した後は、御所御用を勤めながらも、新聞広告による拡販戦略、注文販売から店頭販売の開始、戦後の株式会社化、昭和37年（1962）よりデパート出店を経て現在に至る。

また、虎屋には「掟書」（1805）という店に勤めるものが守らなければならない基本的な姿勢や考え方、行動規準をまとめたものが残されているが、老舗には珍しく、家訓と呼ばれるものを持たない。

このように、虎屋は老舗と呼ばれるが、昔ながらのやり方を続けているわけではなく、革新を継続させることで伝統を積み重ねてきた。経営が順調である時期に、あえて製造方法や味の見直しといった改革を実施してきたことも特徴的である。

虎屋は、和菓子を通じた文化の継承にも積極的であり、その歴史を伝えてきた多くの品々や和菓子に関わる文書・資料の保存と整理を目的に虎屋文庫を創設（1973年）。この文庫は、和菓子の歴史を解明し歴史を伝える専門職を常勤させていることから、文化に対する高い意識がうかがえる。

総合評価：

- ・ ファミリー・ビジネスの良さを生かした組織
 - 虎屋は「店」というアットホームな雰囲気大切にしている。社員も家族的であり、新入社員の親族も会社をたずねてくる事がある。こうした家族的な組織はファミリー・ビジネスとしての風土があるからこそ醸成できるものである
- ・ 事業と理念の継承
 - 古くから長子相続を基本としている。現当主光博氏は先代より事業を引き継ぐ際、「おいしい和菓子を喜んで召し上がって頂く」という理念を受け継いだ。一貫して高品質な和菓子を作り続け、如何にお客様に気持ち良く買って頂くかということを追求している
 - 「人」を大切にし、従業員が仕事をする事に満足しているか、従業員の家族も含めて虎屋で仕事をして良かったと思えるかを常に念頭に置いた経営を心掛けている
 - 「egg21」という人事制度により、個人の夢をサポートする為に時間、資金を提供。その他、子女教育休暇として家族の為に休暇制度も整備
- ・ 長い伝統の継承と革新の継続
 - 虎屋の歴史は革新の歴史でもあり、それは「味」と「商い」を根本から問い直すと共に、計数的、論理的思考を取り入れた改革に取り組んでいることから分かる
 - また、海外展開やカフェ事業の展開などの新しい試みにも積極的である。その反面変えないもの、つまり品質への拘りは普遍のものとして貫かれている
- ・ 和菓子を通じた社会貢献（文化の継承）
 - 1973年に虎屋文庫を創設。和菓子の歴史を解明し歴史を伝える専門職を配置

■ ファミリー・ビジネス優秀賞

セキ株式会社（印刷業・紙卸売業・出版・デザイン他、愛媛県松山市、1908年創業、3代当主）

企業概要：セキ株式会社は、明治41年、地場産業の手漉き和紙の販売を行っていた関定（さだむ）氏により、関定商店として創業。大正年間には四国で初めてオフセット印刷を開始している。昭和20年の戦災の際、地域の印刷業界の世話人として同業他社の疎開を優先したため、ただ一社焼失したが、これが同社の信用をさらに高めることとなり、戦後直ちに操業を再開、2代宏成（ひろしげ）氏により個人事業であった関和洋紙店の事業を引き継ぎ、昭和24年に株式会社化する。先端設備と印刷技術、デジタル技術、コンテンツ制作ノウハウ、さらには営業体制において全国有数の体制を確立し、中・四国を中心に関東、関西、東海において確固たる基盤を築いてきた。

同社は、印刷業として将来を見据え常に先進的な取り組みをしている。世界初となるカレンダー専用4色輪転印刷加工機の導入、日本初となる「印刷品質管理装置」を装着した両面兼用8色印刷機の導入等技術面での投資に躊躇を見せない。また、デジタル化への対応も迅速で、1982年のマックDTP誕生導入から現社長啓三氏が就任する昭和63年までの間に次々と対応策を打ち出している。現在、4代目となる子息は、アメリカでMBA取得、外資系企業での経験を経て、一昨年

から松山本社で印刷物と web、モバイルを連動させたクロスメディアマーケティング事業に従事している。

大手広告代理店の手が届かないニッチな地域活性の分野にも力を入れている。たとえば、タウン情報誌の企画から出版が挙げられ、全国初のタウン情報誌（昭和 48 年の創刊の『ながの情報』と言われている）が誕生した 2 年後の昭和 50 年には企画デザイン部門を子会社として独立させ、月刊誌「タウン情報まつやま」を創刊、出版・広告代理事業に進出、印刷はセキ株式会社で担当するという体制を確立。こうした様々な雑誌の企画・発行は同社に安定的な印刷需要をもたらしている。

地域貢献活動にも積極的に取り組んでいる。芸術文化活動への協力をはじめ、平成 9 年には地域の方々また松山道後温泉を訪れる人々のために、セキ美術館を開設している。

情報革命とデジタル化の進展は同社に新たなステージを創りだし、洋紙流通、印刷、さらにメディアミックスへと「情報コンテンツ加工」が同社の新たなキーワードである。そのために、同社は、未来のビジョンを鮮明に描きだし確固たる戦略を持つことが 21 世紀を勝ち抜く条件であると考え、積極的な事業展開を推進し高い成果を上げている。

総合評価：

- ・ 堅実経営を旨とし、利益は地域貢献活動へ還元
 - セキ美術館設立、タウン情報誌の企画・発行、済生会やボーイスカウトへの協力 等
- ・ 環境問題への取り組み
 - 古紙 100%のセキオリジナルエコペーパー「再生グリーン S シリーズ」などの再生紙や非木材紙、また大豆油インキの使用により環境に配慮した印刷物の作成
 - 国際的な森林認証制度である FSC 認証（Forest Stewardship Council）、PEFC 認証（Program for Endorsement of Forest Certification Schemes）の木材の加工・流通を対象とした COC 認証取得
- ・ 変化の激しい業界への対応
 - 同社は業界の変化を「脅威」ではなく機会ととらえ、戦略的に主体的なアクションをとっている企業といえる。印刷業は異業種との関係が多く、特に老舗ファミリー・ビジネスがその中核に常に革新を求め続ける経営姿勢は高く評価できる

■ 選考過程

選考対象企業： 95社

審査経過： FB企業選考部会 — 2010年5月22日
— 2010年6月19日
— 2010年7月17日
— 2010年9月18日
審査委員会 — 2010年9月25日