

時代と対話する1時間

# one hour



[表紙] 匠の結晶

2015年度グッドデザイン・ものづくりデザイン賞受賞  
ヤエンストーブ レギ

注目の企業に学ぶ  
株式会社いちい

カルテの余白  
神戸大学教授 岩田健太郎

活キル字ハ語ル  
『ようこそ、障害者スポーツへ』伊藤数子著

シーンでfit  
「仕事中編」

一問一答経営塾  
「人材育成編」



注目の  
企業に学ぶ

## 株式会社いちい

笑顔に出会う、仕組みをつくる。



株式会社いちい  
代表取締役社長  
**伊藤信弘** Nobuhiro Ito

1957年、福島県生まれ。大学卒業後、東京の中堅スーパー「マート」に入社。祖父が創業した「いちい」のルーツが海産物商であることから「自分は肉屋を学ぶ」と、精肉部門に勤務し、肉の解体から調理加工、売り場での対面販売まで経験する。約3年後、福島へ戻り、株式会社いちいに入社。当時6店舗あったスーパー「マート」の1店舗を任されるとともに、バイヤーとして全店分の精肉の仕入れを担当する。4店の店長を務めた後、管理部門の部長となり、スーパー「マート」事業だけでなく新規事業（ペット事業や外食事業等）の経営管理、財務、人事等を統括。2002年、代表取締役に就任する。

注目の企業  
に学ぶ

福島県下13店舗のスーパー・マーケット事業をはじめ、地域の「見守り」も担う移動販売事業、ペット事業や外食事業などを展開する株式会社いちい。代表の伊藤信弘社長は、東日本大震災後、独自に放射線測定器を導入し測定結果を公表。同時に「福島型GAP\*」を作成して、土作りから県産食材と地元生産者の信頼回復に努めるなど、常に「地域と次世代」に尽くしておられます。

聞き手：高野恭子（大同生命保険株式会社郡山支社）

次世代を担う子どもたちへ、  
「日本一安全」な食品を。



当社は海  
産物商とし  
て創業した  
124年前

から、地域の  
皆さまの食卓へ「より鮮度の良いも  
の」をお届けしたいと考え、食品  
スーパー・マーケットに業態を移して  
からも品質路線を貫いてきました。  
しかし過去には、他店との価格  
競争に流されそうになった時代も  
あります。私が入社したのは34年  
ほど前ですが、大手スーパーさんよ  
り「5円安く」がルール化されてい  
たこともあつたのです。

私は競合店と戦うために「何を  
武器にすればいいか」と、模索を  
繰り返しました。グローサリー商品  
(缶詰や乳製品などの生鮮品以外  
の食品や、調味料などの食品雑貨)



福島市山下町にある、新機軸のスーパー「フォーズマーケット」。信頼農場（契約農家）の新鮮野菜や、日本各地から集められた「こだわり食品」が並ぶ。

の品揃えを同じにすれば価格競争  
にしかならない。生鮮品も、同じ市  
場で仕入れれば差別化できない。  
そこで行き着いたのが「美味安心」  
というプライベートブランドで、無  
添加食品の品揃えを充実させま  
した。また、想いを共有してくださ  
る農家の方々、約350軒と「信頼  
農場」の仕組みをつくり、安全性と  
「本物の味」を追求しました。やは

り「食」を突き詰めていくと「未来  
を担う子どもたちのため」という  
想いに集約されるのです。しかし、  
現場との間には温度差がありま  
した。「確かに美味しい。確かに安心  
できる。けれど高いから売れないと、  
方針がなかなか浸透しません  
でした。その意識が明らかに変わ  
たのは、震災後のことです。来店さ  
れるお客様は不安を口にされ、  
地産地消コーナーの売り上げは目  
に見えて落ちていきました。生産  
者の方々も疑心暗鬼になり、風評  
被害にさらされて困り果てていま  
した。私自身、打ちのめされ「もう  
終わりだ」と何度も思いました。そ  
れでも店を回ると、社員やパート  
ナーサン（パート従業員）たちが「お  
客さまのために」と励まし合いなが  
ら必死で働いているのです。その姿  
を目にして、私が落ち込んでいるわ  
けにはいかないですよね。行政機関  
にも導入される放射線測定器を  
入手し、おそらく日本一早く、生

鮮品の安全性を確かめて販売しま  
した。当初、契約農家のなかには測定  
結果の公表をためらう声もあった  
のですが、実際に安全が確認され  
ると「これで安心して孫に食べさせ  
られる」と笑顔を取り戻してください  
ました。そのときの顔を、今も忘  
ることができません。

結果的に私どもは、県や市、福  
島大学、そして契約農家の皆さま  
のお力を借りて、ある意味「日本一  
安全な食品」を扱うことができ  
います。放射能の問題だけでなく、  
土壌汚染や残留農薬なども含めて  
一番厳しい基準で生産する仕組み  
を構築してきたからです。震災後、お  
客さまの意識が変わりました。ご  
高齢の農家さんも多いのですが、生  
産者の意識も変わりました。流通  
に携わる我々の意識も変わりま  
した。将来、この福島が「日本で  
一番、子どもたちの未来を想う地  
域」と世界中から認識されるよう  
になつたら嬉しいですね。

\*GAP (Good Agricultural Practice:農業生産工程管理)とは、関係法令等の内容に則して定められる点検項目に沿って、各工程の正確な実施、記録、点検および評価を行なうことによる持続的な改善活動。



手作りのお弁当・総菜売り場の奥には、ガラス張りの調理室が(写真上)。取材時(5月)は、特に熊本産食材の売り場に力が入れられていた。



店舗2階にはキッズスペースや授乳室があり、キッチンを併設したイベントスペースではワインセミナーやパン教室などのイベントが開催される。

店舗2階にはキッズスペースや授乳室があり、キッチンを併設したイベントスペースではワインセミナーやパン教室などのイベントが開催される。

店舗2階にはキッズスペースや授乳室があり、キッチンを併設したイベントスペースではワインセミナーやパン教室などのイベントが開催される。



いちいの新業態である「フォーズマーケット」にて。写真左から伊藤大地取締役営業本部長、伊藤信弘社長、大同生命 高野恭子。

当社では店舗と別に「とくしま」という徳島県の移動販売事業を導入し、軽トラックで戸別に訪問販売する仕組みを推進しています。高齢者の施設や住宅などを回り、買い物を楽しんでいたくのです。電話などで指定された品目を配達するのではなく、トラックの荷台が“売り場”になりますから、野菜を見比べながら「これが美味しそう」とか「今日は何にしよう」と言つて、おばあちゃんがニコニコするわけですよ。雨の日などは「来てくれてありがとうございます」と満面の笑顔で迎えてくださる。そんな笑顔に会える仕組みなのですが、訪問した先で倒れているお客さまを見つ

私が入社する以前から、当社には地域密着の思想が、言葉ではなくDNAのように息づいていました。夏になれば屋上や駐車場を開放し、子どもたちを集めて花火遊びをしたり、ヒーローショーなどのイベントを開催したり。現在も、マグロの解体ショーやお子さま向けに縁日風の催などをしています。それこそ各店舗の店長が「あつちの

このようなイベントに限らず、当社は13の店舗が13の個性を競い合っています。そこにはパートナーさんたちの力が大きく関わっています。あるパートナーさんは、レジの横に杖を掛けられる工夫をしました。そのまま販売したくなるような美味しい試食メニューをつくる方や、社員よりも数字や売れ筋に明るいパートナーさんもいます。企業経営の側面から見

丸」という徳島県の移動販売事業を導入し、軽トラックで戸別に訪問販売する仕組みを推進しています。高齢者の施設や住宅などを回り、買い物を楽しんでいたくのです。電話などで指定された品目を配達するのではなく、トラックの荷台が“売り場”になりますから、野菜を見比べながら「これが美味しそう」とか「今日は何にしよう」と言つて、おばあちゃんがニコニコす

く形なので、会社としての利益はほとんどありません。社員たちからは「社長のすることは儲からない」といつも呆れられます(笑)。けれど誰もが“笑顔”を必要としているのです。

企画しています。私が人事を担当していたとき、直接にきた学生に志望動機を訊くと、地域密着のスーパーなのでと答えました。そして「僕は子どもの頃、いちいの花火大会によく行つていました」と思い出を話してくれました。その言葉は本当に嬉しかった…。子どもたちの笑顔が直接売り上げに結びつくわけではありませんが、それ以上のものが次代につながるのだと実感したのです。

筋もあるでしょう。もちろん、利益を上げなければ再分配もできません。しかし、皆のモチベーションが高くなるほうが“企業価値”は高いと、私は思います。お客様が笑顔にしようと企画しています。私が人事を担当していたとき、直接にきた学生に志望動機を訊くと、地域密着のスーパーなのでと答えました。そして「僕は子どもの頃、いちいの花火大会によく行つていました」と思い出を話してくれました。その言葉は本当に嬉しかった…。子どもたちの笑顔が直接売り上げに結びつくわけではありませんが、それ以上のものが次代につながるのだと実感したのです。



### 株式会社いちい

本社 福島県福島市さくら一丁目2番地の1  
代表取締役社長 伊藤信弘  
創業 1892年(明治25年)  
事業内容 スーパーマーケット事業、ペット事業、外食事業、移動販売事業等  
Webサイト <http://www.ichii-yume.co.jp/>

代を継いた伊藤社長が最初にしたのは、パート従業員の呼称をパートナーに改めること。「食や健康、命を預かる人たちを軽んじたくない」と変えたのだそうです。

