

令和に挑む

県内若手経営者インタビュー

後編

ともます 友樹飲料(小城市)

ともださとし 友田 諭 社長

43歳



ターニングポイントとなった「こどもびいる」

■「一番印象に残っていること」
就任当初は大手寡占の中で、「果たして生き残れるか」と思っていた。ノンアルコールビールが今ほど広がっていない時代に、ビールに似た雰囲気を楽しむ清

涼飲料という新しいジャンルをつくり、マーケットをつくった。続けて、ご当地系の「地サイダー」と呼ばれるような市場を中心的な役割をつくった。そして、天然水のスパークリングウォーターも作り、伸びている。

■「若い人たちに望んでいること」
ローカルな会社を、新たな事業のモデルで成長させるというノウハウは、ほかの領域でもたくさん活用できると思っている。ここ数年、15人ほど社員を採用しているが、本人さえ望めば、何でもできる。成長、発展を目指す会社にせっかくなので、入社から言われたかたからやるのではなく、自分たちで「考え」やってほしい。ゼロからすべてをつくるというのは大変だが、技術やノウハウが今、ここにある。与えられた環境を生かして自分で考え、決めて、やっていく。そうしたチャレンジ精神を持った人がたくさんいる会社になりたい。

■「これから」
今、売り上げの主力は「ミネラルウォーターの炭酸水」になりつつある。ものすごい勢いで伸びている。ただ、これも狙って作ったわけではない。現在の場所に工場を移転した時、井戸を掘ったら、いい水が出た。日本では、炭酸水はそれまでお酒の割り材として使われるだけで、天然水に炭酸ガスを入れた商品はなかった。湧いている天然水を使えば地元・小城市のPRにもなり、経済効果的にもいいと考えた。あまり知られていないが、ペットボトルの天然水のスパークリングを手掛けたのは日本で初めてだった。

「開拓者」のDNA発揮したい

まだ顕在化していないニーズや市場を見つけ、マーケットをつくる。それも1社独占ではなく、全体で市場が広がっていく。その先頭を行くことにやりがいを感じる。まあ、すぐに追隨され、その追隨する企業が強くて…。でも、追隨されてうれしく、やっていて「仕事って面白い」と思える。祖父からは「ほかの人より一歩先んじろ」と言われて育った。失敗するのも覚悟の上。自分で決めて自分でやる。「開拓者」というのがうちの

DNAだと思っている。

■「若い人たちに望んでいること」
ローカルな会社を、新たな事業のモデルで成長させるというノウハウは、ほかの領域でもたくさん活用できると思っ

ている。ここ数年、15人ほど社員を採用しているが、本人さえ望めば、何でもできる。成長、発展を目指す会社にせっかくなので、入社から言われたかたからやるのではなく、自分たちで「考え」やってほしい。ゼロからすべてをつくるというのは大変だが、技術やノウハウが今、ここにある。与えられた環境を生かして自分で考え、決めて、やっていく。そうしたチャレンジ精神を持った人がたくさんいる会社になりたい。



「大手メーカーがひしめく成熟産業の中で、新しいマーケットをつくり、開拓できる。こんなにやりがいがあることはない」と話す友田諭社長

若者へ動画メッセージ



(聞き手・大隈知彦編集局長)



友樹飲料 1902(明治35)年、小城市牛津町で創業。75(昭和50)年、炭酸飲料と果汁飲料JAS認定工場の認可を取得。2000(平成12)年にソフトドリンクの「商品化サポート事業(友樹ODM事業)」に着手した。小城市小城町に本社・小城工場を置き、東京支社、大阪営業所など全国4カ所に事業所を展開する。従業員数は135人(19年6月時点)、売上高91億円(19年2月期)。ウェブサイトは<http://www.tomomasu.co.jp>



VOICE

若手社員から

あしはらくるみ 20
業務部

入社前は、「こどもびいる」が印象があり、身近だった。インターネットなどで調べると新商品開発数が日本一という表記もあり、魅力を感じた。
入社3年目。発注書の数量を確認、入力してデータを送る仕事をしている。数字を扱うので緊張の連続。夏場はとて忙しい。ただ、会社では合宿研修なども開かれ、仕事だけでなく、人としての心構えを学ぶ機会が多い。自分自身が成長できる会社だと思う。

