



連載

No.57

# 佐賀の人

現在、製造品は40種類程度。佐賀市では本社の他玉屋、佐賀風土館季楽、柳町の長崎街道旧牛島家物産コーナーなどで買いためが可能である。通販も可。(☎ 0952・23・6263)

↓ サガビネガーの代表的な製品、りんご酢、大豆ビネガー、そして佐賀の名産を使ったたまねぎ酢。「静置発酵法」という昔ながらの製法で作られるため、市販のものよりも少々高価だが、その味・効果は抜群だ。



## 二十代の若者たちへ

20代の頃はまだ体力があり、行動力だけで突つ走っていたという部分がありましたね。今ではそんな行動力はありませんが、その時の経験から知識が深まり、行動力を頭でカバーできるようになりました。体力と頭を使うバランスでよくできているものなど、今は思えますね。



(有)サガビネガー 代表  
右近雅道さん(48)

右近さんの掲げる会社の方針は、①他メーカーにないような商品②値段を下げずに売れる商品、③企業のイメージアップを図るの3つ。これは方針といつても、これまでの実践で経験した結論から導き出したもの。そのこれまでの経験は「うれしい」と……。

6歳の時、先代であった父親が他界、それ以後女手ひとつでやりもりしていた母親も高校時代に倒れ、右近さんは高校を卒業するとすぐ、経営の何たるかも分からぬまま仕事を始めた。そしてわずか数年後、大きな壁にぶちあたる。「大手進出の波」。大量生産、安価販売によって、八方に塞がりの現実に直面。右近さんは「我々のような小さな工場では、同じように生産しようとあっても大手企業に打ち勝つことなど到底できない。小さな工場だからこそできることをやろう」と考えた。

当時、世の中は空前の健康食品ブーム。それならその波に乗ってやろうと昭和54年に発売したのが『りんご酢』。

「今は、酢の特性を活かし、農業用や漁業用の酢を開発中。酢は奥が深いですからね。まだまだこれからですよ」。

その代表作とも言えるのが平成6年に開発した「たまねぎ酢」。佐賀を代表する農作物を使った健康酢だ。現在はその他、柿やカリンなどを作った酢40種類を数える。

創業160有余年の醸造酢製造元の5代目・右近雅道さん。先代までの食用酢のみの製造から一転、次々に新商品を開発し、昭和63年に有限公司サガビネガーを設立。現在、県内はもとより福岡、東京などにも「右近酢」のブランドを広げている、経営手腕に長けた名社長だ。

右近さんの掲げる会社の方針は、①他メーカーにないような商品②値段を下げずに売れる商品、③企業のイメージアップを図るの3つ。これは方針といつても、これまでの実践で経験した結論から導き出したもの。そのこれまでの経験は「うれしい」と……。

6歳の時、先代であった父親が他界、それ以後女手ひとつでやりもりしていた母親も高校時代に倒れ、右近さんは高校を卒業するとすぐ、経営の何たるかも分からぬまま仕事を始めた。そしてわずか数年後、大きな壁にぶちあたる。「大手進出の波」。大量生産、安価販売によって、八方に塞がりの現実に直面。右近さんは「我々のような小さな工場では、同じように生産しようとあっても大手企業に打ち勝つことなど到底できない。小さな工場だからこそできることをやろう」と考えた。

ところが、所詮ブームとは人間の作るもの。新しい興味の対象ができると、いつかは冷めてしまう。健康食商品もその例外ではなかった。「大豆ビネガー」はオリジナル商品であり、自分では決して「ブームだけで売れているとは思っていないのですが、売り上げが落ち込んでしまって、反省しましたね。流行にこれほどまでに頼っていたのかと。この時期が一番経営も、精神的にも苦しかったですよ」。

だが、さすがは葉隠の男。不屈の精神で立ち上がり、元来の右近酢の品質のよさを見直しながら、流行には影響されない酢の開発に勤しんだ。精神で立ち上がり、元来の右近酢の品質のよさを見直しながら、流行には影響されない酢の開発に勤しんだ。

# 流行に左右されないうちだけのブランドを

酢。今でこそ万人が知る健康ドリンクだが、この頃は全国的にも生産が極めて少なく、佐賀では初めての販売であった。もちろん売り上げは好調、勢い付いた右近さん、昭和57年に黒酢、59年には大豆ビネガーを開発し、福岡や東京への進出も成し遂げた。