

さすてなぶる

訪問先企業



株式会社ユザワ

代表取締役 湯澤 隆司 氏

平成元年に、全国には例がないインテリアファブリック商社を創立して、30年。二宮尊徳翁の「積小為大」「分度推譲」を座右の銘に、経営理念は「トップを目指す」。創業時からの夢である地元「日光から全国へ、業界トップを目指して」にこだわる地元愛にあふれる自称「日光インテリア大使」を任じる経営者である。

● 農家の長男坊がインテリアの世界に

インテリア会社として起業したのは何故ですか。

湯澤社長 私は昭和26年日光市で農家の長男坊として生まれた。当家は自由民権運動の板垣退助や原敬なども親交のある豪農であり、農家の跡取りとして、頑固一徹な父親の「農家の長男は農業科の道に進む」という方針のもと、進学を諦め農業に携わることにした。釈然としないまま高校卒業後農業を続けていた私に転機が訪れた。

高校卒業5年後の23歳に応募した文部省総理府の「海外派遣」に、4次試験まである難関を突破して全国から選ばれた50名の一員になることができた。大学に行かせたと思い、アメリカに行かせてくれと、1ドル360円の時代に、父親から50万円の小遣いをもらい、アメリカロサンゼルス、フェニックス等で、民泊、留学を経験することになった。

この時にアメリカで知り合った青少年達から、これからの時代は、①コンピュータ、②農業、③「インテリア」であると聞かされた。実際にホームステイをしたアメリカの中流家庭は、豪邸ではなかったが、合理的かつすっきりとしたインテリアを備えており、日本からきた私には、心に響くものもあった。この時の経験や体験が人生の転機になり、「日本の住宅を素敵なインテリアにしたい」と一念発起することになる。

しかし、インテリアの会社を起業するためには、しっかり勉強をしなければならないと思い、昭和51年に宇都宮市今泉にあった「佐野音産業株式会社インテリア事業部」に入社した。佐野音産業社長は海外青少年派遣への理解も深く、気持ちよく入社を認めてくれた。私も、農業しかやったことのない青年をせっかく雇ってくれた社長に恩返ししたいという思い、どうせやるなら一番になりたいと

さすてなぶる（＝サステナブル）：「持続可能性」という意味。サステナブルという言葉には、単に維持・持続できるということだけでなく、次世代に向けた発展を追求し続けるという意味合いが含まれている。本項では、あしぎん総合研究所の会員企業の中から、毎月1社訪問インタビュー

させていただきます、その企業の特徴や強み、今後の課題等を紹介させていただくコーナーである。

いう持ち前の負けず嫌いの性格もあり、佐野音産業に勤務していた13年間“新規開拓の神様”とまで言われるほど、トップセールマンとして恩返しができたと思っている。



デニムカーテン取扱

● 創業から買った提案型営業

いよいよ満を持して創業することになるのですね？

湯澤社長 はい。平成元年に株式会社ユザワの前進である「湯沢インテリア」を創業した。日光の山間地にある自宅の8畳間に、FAX、コピー機、ワープロ、自動車電話付ライトバンだけでスタートした。妻と事務員1人でのスタートである。

妻と結婚するときにいつかは独立するからと話していたので、幼稚園の先生であった妻も快く応援してくれての起業であった。

当家は、農家であったものの、実は3代前の当主である湯澤元吉(隆司社長の曾祖父)は明治8年に湯澤家の隣家の子として生まれ、湯澤家に婿入りした人物である。元吉は明治末まで東京、横浜で修行をし栃木に戻った後は、家業である農業の傍ら材木商や下野肥料という会社を立ち上げ、地元日光はもとより、遠くは会津まで営業地域を拡大した人である。そういう意味で元吉は湯澤家の“商売の祖”であり、私が大きく影響を受けた人物でもある。元吉のしたことは、今でいうまさにベンチャーである。

私も起業するにあたって、ベンチャー企業として勝負するには、オリジナリティが必要であると思った。平成元年当時では全国でも例がない、インテリアファブリック商社、特に「窓回り専業(ウインドトリートメントに特化)」として創業した。他社との差別化である。さらに、単なる御用聞き的な商売ではなく、顧客のニーズを聞き、トータルでインテリアを提案できる営業スタイルで取り組むことで、より独自性を追求した。



(株)ユザワ主催_日光インテリア見学会「ザ・リッツ・カールトン・日光」ロビー

● 3足の草鞋をはいて

創業の頃は苦勞も多かったですか？

湯澤社長 提案力を磨いていくためには、いくら忙しくても、勉強をしなくてはいけない。そうしなければ、顧客に良い提案はできないし、信頼も得られないと思っていた。そのために、当時宇都宮にできたばかりの「町田ひろ子インテリアコーディネーターアカデミー宇都宮校」の一期生としてインテリア学校に通ったことが草鞋の二足目である。町田ひろ子氏と言えば、「インテリアコーディネーターの生みの親」と言われるくらいの人である。三足目は、栃木県にインテリアを広めていく意味で、全国で4番目となる、現在の「栃木インテリアコーディネート協会」を設立、初代会長としてインテリアの普及に努めた。いわゆる市場の拡大である。本業の「湯沢インテリア」の経営と合わせて、3足の草鞋を履いて全力で駆け抜けていた。3足の草鞋で、寝る間もないほど忙しかったが、今思えばこの時にした苦勞が株式会社ユザワの礎になっている。

● 経営理念は「トップを目指す」

30年のインテリアビジネスで心がけていることはなんですか？

湯澤社長 私が37歳の時に「湯沢インテリア」を起業してから今年で34年目、その後取引先の大

手ハウスメーカーから法人組織にすることを勧められ、平成3年1月1日に「株式会社ユザワ」を創立してから31年になる。創業以来一貫してこだわっているのが、「トップ」を目指すということである。原点は中学時代からの親友から卒業の時にかけられた「トップになれよ」という言葉であった。お互いが新天地でトップになろうという意味であったのだと思っている。創業以来、お取引いただいている大手ハウスメーカーからは、「トップになるにはトップを見習え」とも言われた。

会社を経営していると、強みもあれば弱みもあることもわかった。サラリーマン時代に身に付けた新規開拓力(営業力)や人脈は強みであった。一方、立地が山奥で不便なところで、物流面での不自由さや、東京が本社でないことから、なかなか知名度が上がりなかったことなどが弱みであることもわかった。それでも、元来負けず嫌いである私は、その「弱み」を弱みとは思わずに、前向きにとらえた。文明開化で日光には様々な素晴らしい建築物もある。そこには、歴史的にみても価値の高いインテリアも数多くある。自称「日光インテリア大使」である私は、地域ごと宣伝していくことで、地域も知名度をあげ、当社も地名度を上げていくことができる、日光というのは大きなアドバンテージであると思うようになっていた。2017年～2019年にかけては、全国各地のインテリアコーディネーター協会会員を地元日光金谷ホテルのインテリア見学会としてお招きし



日光金谷ホテル_インテリアフォーム「ウィリアム・モリス」の生地を使ったデラックスルーム



日光金谷ホテルにてインテリアフォームセミナー

た。地域と当社のアピール。そして人脈づくりだ。どれも大切なことであると思っている。

● 世界のインテリア見て歩き

起業のきっかけはアメリカに海外派遣されたことですが、その後海外から影響は受けたのですか？

湯澤社長 30年前に会社を起業して、3足の草鞋を履いて、寝る間も惜しんで、ただがむしゃらに仕事をしてきた。まさに、「夜討ち朝駆け」の戦術で働き詰めであった。働き方改革の今の時代では想像もつかない。そんながむしゃらな日々の甲斐あって、創業15年目くらいには、安定した経営体制となった。そんなとき、お客様から、「インテリアはセンス!」という言葉をいただいた。初心忘るべからずで、自分のセンスを磨くべく海外へ最新インテリアの視察を実施した。2006年から始まった、「世界のインテリア見て歩き」である。

ファブリックの世界では最も有名なデザイナーで「モダンデザインの父」と呼ばれる“ウィリアムモリス”ゆかりの地である英国からはじまり、ドイツ、スロバキア、ハンガリーなど東欧諸国から、マレーシアなどアジアへも勉強のため出かけた。この時思ったのは、「百聞は一見にしかず」である。

● 積小為大、分度推譲、そしてエシカルインテリア

節目の30周年を迎えて、今後どうしていきたいのですか？

湯澤社長 二宮尊徳翁の訓えは、豊かな人生を作るための知恵と術が示されている。毎日毎日の小さな努力の積み重ねが大事である(積小為大)。真心を中心に据えて一生懸命働き、自分の分度を決めて、収入の3分の2程度で生活すれば必ず豊かになれる。豊かになったら子や孫や



積小為大「二宮尊徳記念館」セミナー

他人の為に譲りなさい。そうすれば、心豊かな充実した人生を築ける(分度推譲)の精神で私も一生懸命取り組んできた。これからも、お客様のため、会社のため、地域のため、従業員のため、小さいことを積み重ねていきたい。

特に、地域貢献は私のライフワークのひとつでもある。地元日光市の看板スポーツである、フィールドホッケーの少年団(「フリーデンホッケー倶楽部」)の会長職を務め、地元の青少年の育成に力を注いでいる。また、湯澤家の菩提寺である天台宗金輪山東蔵院明静寺の世話人も務めている。子供の頃から、勉強だけでなく、生徒会活動などにも力を入れてきた。自分だけではなく、周りの人の為に何かをするということが染みついているのだと思う。これからも、地域貢献にも力を入れていきたい。

そして、SDGsに対応する意味でも、エシカルインテリアについて取り組んでいきたいと思っている。エシカル消費とは直訳すると「倫理的な消



足利銀行 今市支店 角田支店長(左手前) 湯澤社長(左奥)
聞き手 あしぎん総合研究所 主席研究員 湯沢洋一(右手)

費」であり、自分の損得だけではなく、環境や社会に配慮されたものを選ぶ消費である。今は、デニム生地を使ったエシカルインテリア製品を鋭意開発中である。「これがデニム?」とそんな驚きを感じてもらえる製品である。

そして、SDGs宣言のもと、次の世代に引き継いでいくための企業体制を確立し、次の目標は「100年長寿企業」を目指すことである。

以上



栃木IC協会キッチンハウス見学会



栃木IC協会キッズワークショップ



フリーデンホッケー倶楽部の皆さん



フリーデンホッケー倶楽部マスターズメンバー



会社概要

株式会社ユザワ

代表取締役 湯澤 隆司
本 社／日光市瀬尾1459
電 話／0288-30-1025
創 業／1989年3月1日
資 本 金／3,000万円
従 業 員／30名
事業内容／カーテン、壁紙、絨毯、床材、照明、
その他付属品の販売・工事



足利銀行今市支店 角田支店長 より一言

この度は、大変お忙しい中、取材にご協力いただき誠にありがとうございました。
また、創立30周年誠におめでとうございます。

今回の取材では、湯澤社長より34年前に日光市で産声を上げてから、今日に至るまでの歴史や今後のビジョン、「積小為大」「分度推譲」を座右の銘とした湯澤社長のお考え、「3足の草鞋を履いての」会社経営について熱くお話をいただきました。

家業であった農業を学んでいた若かりし時代にアメリカに渡り、これからの時代は「インテリア」であると刺激を受け、「日本の住宅を素敵なインテリアにしたい」という思いを持ち帰り修行し、その後起業。やるからには「日光からトップを目指す」という信念を強く持ち、日光という知名度を活かした発信、勝ち残るためには、今でこそ主流となっている「提案型営業」の実践等、これまで多くのチャレンジを繰り返し、幾多の困難を乗り越え成長してきた、負けず嫌いの湯澤社長の行動力、貴社の努力に対し改めて敬意を表すとともに、これから先も飛躍と成長を続ける貴社の姿に大いに期待を感じさせていただきました。

「日光から100年企業を目指す」という湯澤社長の今後のビジョンに対して、私ども足利銀行は、常に新しいことにチャレンジし成長し続けている貴社に、今まで以上に寄り添い、その成長に少しでもお役に立てるよう精一杯努力してまいります。

末筆ではございますが、貴社の益々のご発展と社員の皆様のご活躍を心より祈念申し上げます。



取材後記

湯澤社長は、学生の頃から負けず嫌いで、中学生の時は、東大に行った同級生に社会科だけは絶対に負けなかった。また、お世話になった佐野音産業に在籍中13年間は常にトップの営業成績であった。そして、経営理念は「トップを目指す」。しかし、語り口はとても穏やかで、丁寧に一言一言をかみしめながら、お話になる方です。そして、今は、地域貢献や、SDGsやエシカル消費に関心があると。ただ、自社の業績だけではなく、常に、ふるさと「日光」を意識しておられる印象でした。それは、きっと、座右の銘である「積小為大」「分度推譲」の精神があるからなのだと思います。(湯沢洋一)