

## 激動の経営

### 新市場を開拓

テツタニ（大阪市中  
央区）会長の鉄谷明が  
信条とする言葉は「身  
の丈経営」である。  
長男の昌宏が社長を継  
いだ現在も、同社を根

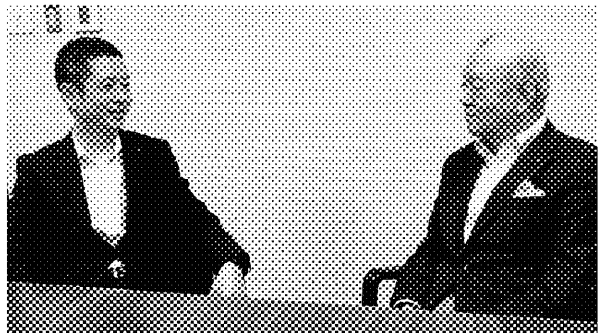
## テツタニ

④

底で支える考え方の一  
つとなっている。自社  
の力量を過信せず、本  
業に愚直に向き合う。  
しかしチャレンジも忘  
れないという意味を込  
めている。実際、同社  
では「市場や顧客から  
必要とされる会社であ  
り続ける」（昌宏）こ  
とを目指して、新たな  
製品の開拓に挑戦して  
いるところだ。

そのため新規商材を  
探索するチームを立ち  
上げた。成果はこれか  
らだが、昌宏は「新し  
い製品を粘り強く開拓

## 社内外の信頼大切に



鉄谷明会長右と会長の長  
男の昌宏社長

していく。取り組まな  
ければ、機会にも恵ま  
れない」と力を込める。  
主要顧客の塗料・イン

キメーカー向けに、新  
たな商材を提案してい  
きたい考えだ。コロナ  
禍などを背景に、同社

を取り巻く環境  
や顧客ニーズな  
ども「変化の速  
度が加速してい  
る」（昌宏）。新市  
場の開拓は急務  
だ。

足元ではES  
G（環境・社会  
・企業統治）や  
国連の持続可能  
な開発目標（S  
DGs）への取  
り組みを進めて  
いる。2023  
年度からこれら  
の取り組みを本

## 「好感度No. 1」を追求

格化しようと、数人の  
推進チームを発足。取  
り組み内容のとりま  
めや、社内にESGや  
SDGsの考え方を浸  
透させる活動など下準  
備にとりかかった。

さらに環境対応商材  
の取り扱いを増やすこ  
とも計画する。これま  
でも環境面での要求が  
厳しい欧州企業の顔料  
や添加剤などを取り扱  
ってきた。テツタニに  
とって、環境に優しい  
製品の展開は得意分野  
と言えるだろう。

No. 1だ。この言  
葉には顧客や取引先が  
同社に抱く「好感度」  
だけでなく、テツタニ  
の社員自身が自社に抱  
く「好感度」をも含む  
ものだという。昌宏も  
18年の社長就任に際し  
ては「テツタニに入社  
して良かったと思える  
会社運営をしていく」  
とのメッセージを、あ  
えて社内向けに発信し  
ている。

### 次の100年も

同社がビジョンとし  
て掲げるのが「好感度  
No. 1」だ。この言  
葉には顧客や取引先が  
同社に抱く「好感度」  
だけでなく、テツタニ  
の社員自身が自社に抱  
く「好感度」をも含む  
ものだという。昌宏も  
18年の社長就任に際し  
ては「テツタニに入社  
して良かったと思える  
会社運営をしていく」  
とのメッセージを、あ  
えて社内向けに発信し  
ている。

会長は「社員が  
自社に『好感度』を持  
てる会社でないと、マ  
ーケットに満足を与え  
られる会社にはならな  
い」と強調する。同社  
は毎月の給料日に社員

テツタニは4年後の  
26年に創業100周年  
を迎える。これまでも  
社内外で信頼関係を大  
切にし、新たな道を切  
り開いてきた。次の1  
00年も、人と人との  
つながりや信頼関係が  
同社を支えていくだろ  
う。（敬称略）

（この項おわり。大  
阪・友広志保が担当し  
ました）