

チャレンジ・ザ・ドリーム

Challenge the Dream

～群馬の明日をひらく～

平成30年9月6日（第66回）放送

当協会は、平成25年度より、FM GUNMAと共同制作番組を毎月1回放送しています。創業・起業の応援をメインテーマとし、群馬発の企業のトップインタビューを中心に構成しています。

プロローグ

こんにちは、ご案内役の奈良のりえです。夢への挑戦をテーマに企業トップへのインタビューなどをおよそ1時間にわたって放送している「チャレンジ・ザ・ドリーム」。今日のトップインタビューは、自動車開発の試作部品の製造などを手がける高崎市の会社、共和産業株式会社の鈴木宏子社長、58歳です。共和産業は金属を削り出す技術を使ってエンジンや駆動系の部品を製造することを得意としていて、国内のほとんどの自動車メーカーと取引を行い、海外にも現地法人をつくっています。そんな会社のかじ取りをする鈴木社長は三代目。文系で何も知らずに入社して悪戦苦闘したといいますが、量産から試作ビジネスへの転換や海外進出などに果敢に取り組んでいます。鈴木社長に挑戦の様子を伺っていきます。番組後半は訪問インタビュー。人生二度目の起業で登山専門の旅行会社を設立した前橋市の男性を紹介します。

【プログラム】

■トップインタビュー

共和産業株式会社

鈴木宏子 代表取締役社長

■保証協会からのお知らせ

「Gリピート保証」について

■チャレンジ企業紹介コーナー

株式会社 I T R E K

◎アナウンサー 奈良のりえ

トップインタビュー

共和産業株式会社

鈴木宏子 代表取締役社長

——共和産業株式会社の鈴木宏子社長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただきました。今日はどうぞよろしくお願いいたします。

鈴木社長：こちらこそ、よろしくお願いいたします。



【収録風景：FM GUNMA スタジオにて】

【創業期】

——自動車部品など、ものづくりを行っている共和産業なんですけれども、創業者は鈴木社長のおじいさまで、当時は商社としてスタートしたそうですね。

鈴木社長：そうですね。祖父が終戦の翌年、ものを削っ

たりする刃物とかですね、ちょっとした機械設備とかですね、そういう製造業向けの商社をスタートしました。

——その後、だんだんと製造業に移行していったと？

鈴木社長：そうですね。会社の中のいわゆる加工事業部という形でスタートしました。で、父の代になりまして、完全に商社を切り離すといえますか、商社を売却してしましまして、父は製造業一本で勝負したいということで、メーカーとしてスタートをしたという感じになります。

【鈴木社長の入社までの経緯】

——鈴木社長ご自身は、会社を継ぐというふうに考えてはいらしたんですか。

鈴木社長：そうですね。継ぐという感覚は全くなかったですね。父も長男ではなく、次男だったので、私自身もそういうことを言われたことは全くなかったんですけれども、高校1年のときに父が社長になったんですね。そのときに、どうなるのかなというのを漠然と感じただけですね。

——そのころの進路としては、どのようなことをお考えになっていました？

鈴木社長：そうですね。学校の勉強はできなかったんですけど、英語だけはできたんですよ。そのできた理由というのが、ロックが好きなので（笑）。

——ロック？

鈴木社長：ええ。ロックミュージックが好きなんです。それを理解したいがために英語だけは勉強してまして、だから海外に行きたいという強い願望はあったんですよ。

——高校のときに？

鈴木社長：アメリカの大学に行きたいという。というか、アメリカで仕事をしたいという。それはまあ本当に単純な理由です。ロックミュージックの聖地にいたいというだけで（笑）。

——お父さま、ご家族にお話しして……。

鈴木社長：そうですね、国内で英文科とか英語科に行くんだったら、18歳という年はまだ頭が柔らかいので、現地に行ってしまったほうがいいというのが一つと、父自体が非常に先進的な考えを持ってまして、国際化を迎

える時代なので、やっぱり英語がしゃべれないとこれからのビジネスはできないだろうという強い信念を持っていました。私としては、まあやってみたという感じですね。そんな感じで、ぼんやりと行ったわけですから、行って現地のインディアンの文化を勉強したいということで、専攻はアメリカンヒストリーだったんですよ、最初。そうしているうちに、日本の会社からMBAを勉強させる、例えば証券会社とか、銀行さんとか、商社さんとか、一般の会社もどんどん、どんどん送り込んでいる時代で、MBAって何なのかなっていう、そんなに来るんだったら、役に立つのではないかというふうに思ったわけです。で、途中でビジネスメジャーというか、日本でいえば商学部ですけど、そこに専攻を変えて、その辺からぐっとこう、マインドが仕事志向に向かっていくんですけども。

——そういうことなんですね。アメリカではどういった企業に就職をされたんですか。

鈴木社長：そうですね。私が大学に行ったのはコロラド州のデンバーというところなんですけど、そこから西海岸に渡りまして、ロサンゼルスで雇ってくれるところがありまして、そこは会計事務所だったんですね。そこで、ちょうど日本企業が進出をするさなかだったので、日本語がしゃべれて、ちょっと会計学がわかる人をということで、そこにマッチングして、ロサンゼルスの監査法人アーンスト&ウィニー（Ernst & Whinney）というところなんですけど、その日本人部門というところで監査業務とか税務の関係を3年間ちょっと。初めての給料というのをドルでもらったんですね（笑）。

——格好いい。その後なんですけれども、帰国するきっかけというのは？

鈴木社長：きっかけはですね、二つありまして、一つは、会計学をやっていたらCPAって、いわゆる公認会計士、私、2回受けて2回とも落ちちゃったんですね。それで父としては「いつまでそんなところでもものにならないことをやっているんだ」というのが一つと、実家の共和産業できちんとした管理会計というんですかね、会計システムをつくりたいという需要があって、その二つで「そろそろ帰ってきなさい」と言われて。

——それがお幾つのときですか。

鈴木社長：それが25歳です。

【共和産業入社と赤字部門の発見】

——当時、会社ではどのようなものを？

鈴木社長：当時はですね、自動車関連の部品というのはほとんど量産で、例えば足回り品であったり、いわゆる重要保安部品と言われているような、代表的なものはボールジョイントとかそういうものなんですけど。そのほかに、パワープラントと言われているんですけども、自動車のいわゆる心臓部ですね。シリンダーヘッドとか、ブロックとか、ミッションケースとか、自動車メーカーが特異性を出す、そういった関連の部品の量産をやっていたということと、あとは、工作専用機械で量産ラインを構成する重要な専用機という機械があるんですけども、そういったものを自社で設計・販売して、量産の自動車部品と工作系の機械の2部門でやっていました。

——鈴木社長はそのころ、どのような業務を担当されたんですか。

鈴木社長：そうですね、私、もう全くずぶの素人というか、エンジニアじゃないんで、どういうふうにつくっているかっていうのを説明されてもよくわからないんですね。唯一できるのは簿記、帳簿をつける、それしかできないので、入社したその日から帳簿を見始めてやってきました。帳簿っていうのはすごい不思議なもので、全ての部門のお金の動きがわかるので、それでどんなものの流れをしているかとか、どういうプロセスがあるかとかですね、そういうものが理解できた仕事でもあるんですけども、ひたすら帳簿を見ていましたね。それで、なかなかやっぱり中小企業って難しいんですけど、個別の原価、一つ一つつくるのに幾らお金がかかって、黒字なのか赤字なのか。今でこそコンピューターが発達していますからできますけど、当時はそういうソフトっていうのはお金がかかるので、手作業でやられているところが多いっていうのと、あとは、うちの場合、大きく分けて部品をつくる量産というのと、工作機械の専用機をつくる2つの部門があったので、そこでどういった利益が出ているかっていう、その把握も意外とできていなかったんですね。で、そこをやってみようということで、それを1人でずっとやっていったわけですね。

——その中で、やっぱり見えてきたものっていうのがありますか。

鈴木社長：そうですね。残念ながらですね、工作専用機械部門が、累積の赤字がなかなか大きい数字になっていたということがわかったんですね。もちろん量産部品は黒字ですから、会社全体としては黒字なんですけれども、その収益を相当つぎ込んでいたということがわかりまして、はたしてこのままいくべきなのかどうかっていう大きい決断を、やっぱりしなくてはいけないのかなというのをですね、父に、実態はこういう状況になっているんだけど、これからどうしていくべきかというのを提案しました。父は自分が新分野として開拓した非常にかわいい部門ですよ。お金も非常に託しましたし。ただやっぱり専用機自体の市場はおそらく縮んでいくのでないかという、そういう感覚を父も持っていて、撤退を決断すると。そこは一つの、入社して一番大きな事件でしたね。

【生産体制の変更】

——そうした中、副社長になったころから生産体制を変えはじめたそうですね。

鈴木社長：そうですね。やっぱりですね、収益の柱として数をつくる量産部門と専用機でやろうと思っていたんですけど、専用機自体から撤退したので、父、二代目社長としてはその次に収益をつくっていくための柱が必要だったんですね。そのときに、偶然といえば偶然なんですけど、専用工作機械というのは量産になる前の構想の中で機械をつくっていくわけですから、次世代のものを、こういうものをつくりたいということを考えている部門、例えば試作開発部であったりとか、研究所であったりとか、そういうところと結構接点が増えてくるんですね。その中で、「こういったものが加工できないですか」という需要もあってですね、専用機と反対の極にあるマシニングセンターっていう、フレキシブルな機械っていうのがあります。それをもう、当時としては珍しいんですけども、3台導入していたんですね。それを軸に、いわゆる多品種少量生産というものができないだろうかっていうのを、専用機撤退と同時にぼんやりと模索していました。

——それはお父さまがですか。

鈴木社長：そうですね。で、それを少しずつ成長させて

いこうという中で、父もちょっと体調を崩したりしてましたので、私が営業拡大をしていったということになります。

——このマシニングセンターがあれば、多品種少量生産ができるということなんですか。

鈴木社長：そうですね、1台でいろんな製品を加工できるっていう、簡単に言うとそんな機械なんです。

——優れもの。

鈴木社長：優れものですね。で、それを当初から導入していたので、そこでお客さまの中から、例えばF1のレースのエンジンの部品とかですね、あとは次世代のエンジンの開発とか、そういったものの受注を少しずつ取り始めていって、その機械に慣れながら、少しずつその機械も増やしてきたと。当初は限られたお客さまだったんですね。自動車メーカーさんがやっぱり多かったんですけども、そこから技術の水平展開ということで、1年に1社、新しいクライアント、得意先を開拓して受注を増やそうということで、今20社ぐらいのお客さまに増えておりまして、そういうシステムの工場に変えてきたわけですね。

——鈴木社長、生産体制が変わっていく中で、営業の仕方というのやっぱり変化がありましたか。

鈴木社長：そうですね、営業については、自らが戦略を持って営業をするということですね。別に量産とか専用機ときはそうじゃなかったということでもないんですけど、やっぱり新しい得意先を開拓するには、きちんとした営業の組織というんですかね、営業の改革をしていったという状況ですね。その中で、簡単なことなんですけれども、競合メーカーの状況を、例えば価格帯を知るとかですね、どういった納期体制になっているかということを知るといことと、あとは相手ですね、キーマンですよ、発注のキーマンはどこにあるかと。いろんな情報を利用してつくっていくということで、それはやっぱり従来よりもすごく能動的に変わっていったと思いますね。

——2001年に社長に就任し、さらに変革のチャレンジが続いていくんですけども、そのお話を伺う前に、1曲お届けしたいと思います。選んでいただいた曲が「War」という……。

鈴木社長：そうですね、「戦争」というグループ名です。

——グループ名が「戦争」なんですよ。

鈴木社長：はい、そうですね。

——なぜこの曲をお選びになったんですか。

鈴木社長：そうですね、当時はベトナム戦争のときで、何でみんながみ合っているのかみたいな、みんなおかしいのでないかっていう、そういうメッセージ性の高い曲だったんですけども、今もまさにそのとおりのかなという感じもして、懐かしい思い出の曲です。

——はい。それではお届けしましょう。Warで『“Why Can't We Be Friends?” 仲間よ目を覚ませ!』です。

【多品種少量生産への方針転換】

——自動車開発の試作部品の製造が共和産業の強みというふうに伺っていますが、試作部品というのは、鈴木社長、どのようなものですか。

鈴木社長：試作部品といってもいろいろあるんですけども、次世代のまだ世の中に出ていないもの、製品をつくる前のトライアルといいますか、開発の段階のお試しといいますか、そういったものをつくっていくということなんですけれども、ただいろんなステージがありまして、例えば自動車でいうと、本当に基礎研究みたいなものがあるんですね。例えば新しい素材でこういったものがないかっていう、本当に基礎技術の開発というレベルもありますし、そこからその技術を応用して、漠然と、例えばこういった部品がつかれないかというステージもあるんですね。そこからさらに、ある程度の製品をイメージして、この車をつくるための部品の試作というものもあるんです。そのもっと先になると、それを量産試作と言っているんですけども、量産をやるんだけれども、量産をやるためのいろんな加工条件とかそういったものを設定して、できるかどうかの検証をする。いろんなステージがあるんですね。ポイントとしては、技術力というのは、例えば新素材の場合は加工技術も必要になってくるんですけども、もうちょっと製品化に近い形になっていくと、新車の発売ってもう決まるんですよ。だいたい発売日が決まるので、それは動かせないんですよ。そうするとですね、開発過程でいろんなことがあっても、やっぱ

りそこにはみんな頑張っってやっっていくわけですね。

——間に合わせなきゃいけない。

鈴木社長： そうすると何が重要かっていうと、やっぱりいかにスケジュールの中で製品、試作品をつくり上げていっていかって、品質であり、納期であり、対応力。この辺が、トラブルがあったときもそれをきちんとカバーしてつくり上げていって、その体制に付いていける力が必要なので。ここはやっぱりなかなか量産をやっているメーカーさんにはピンとこないところがあるかもしれないですね。私どもはそういう面ではそこをずっとやってきたので、まあそこが一つの強みかなということですね。

——やりがいはもちろんあると思うんですよ。

鈴木社長： ええ。

——その分、責任も重大ですし、大変ですよ。

鈴木社長： 大変ですね。だから、責任のプレッシャーが非常にありますね。社員は相当なプレッシャーがかかって仕事をしている。で、その反対が、プライドといいますか、そこをクリアできる力があるって、一人一人のプライドにもつながっているんだと思いますね。

——そもそも、どういった経緯で、この試作部品を手がけ始めたんですか。

鈴木社長： そうですね、量産のトレンドが変わってきたというのが、まず一つは海外ですよ。自動車で言えば、国内よりも海外のお客さまのほうが圧倒的に多い。多くの国内メーカーの皆さんが海外に拠点をお持ちなので、生産体制がもう国内ではなくて海外が圧倒的に多いということと、量産工場というのは原則的にはやっぱりできるだけ消費者に近い海外展開をするのが自然の流れというのがあります。それと、ちょうど自動車自体が変わる過渡期であるということですね。なので、やっぱり各メーカーさん、開発試作をやっていくという中で、部品によってはこれから量産対象ではなくなっていくものもたくさんあるということで、非常に難しい大きな分岐点でありました。そこで私どもは試作開発っていうビジネスを通じて、一つはお客さまの開発試作のニーズに応えるというのがあるんですけども、トレンドも同時に把握することができて、今後どういった方向に行くべきかということも情報としてキャッチができるという、そういうピ

ジネスであります。

——量産部品をやめて試作部品中心に大きくかじを切った。これが実はリーマンショックの時期と重なったんですか。

鈴木社長： そうですね、試作部品を中心に多品種少量生産部門という言い方をさせてもらいたいんですけども、多品種少量生産部門の主力が、試作開発であったり、レースの部品であったりとか、あとはアフターパーツというのがあるんですけども、パーツ供給責任というのがありまして、1個からつくらなくちゃいけないというもので、そういったものを中心に展開していったんですけど、そのリーマンショックのときにですね、量産部門もまだございまして、これは多くの国内の自動車量産メーカーが経験したと思うんですけども、異常ですよ。私どもの75%の受注が瞬間にして減るわけですよ。だから、25%だけでやっていきなさいということになるわけですよ。量産の場合はなかなか転用が利かないですね。それに特化したラインを引いちゃっているわけですから。

——そうですね。

鈴木社長： ただ、汎用性の高いマシニングセンターを主体とした多品種少量生産に関して言うと、受注を取ってくれば生産ができるというか、そこがポイントで、実際に先ほどもちょっと言ったアフターパーツが非常に伸びたんです。おそらく新車を買わないからパーツ供給、ということもあったんだと思うんです。今となってはそうなのかなと思うんですけど、当時はちょっと必死だったので。それで結果として、私どもは量産の75%仕事が落ちて黒字化ができたんですね。で、そのときに財務的にやっぱり見て、「あ、この体制で黒字でいけるのであれば、多品種少量生産部門だけでもいけるのかな」というのが一つありましたし、あともう一つは、さっき一つの大きな分岐点にきているって、例えばEVが出たり、FCVが出たり、いろいろレシプロもまだまだ変わるんですけど、そういった技術革新を迎えている時代にとって、量産ってのは何も保証がないというか、いつ変化しても、別にリーマンショックじゃなくてもですね、突然やっぱりトレンドによって新規図が出ていけば、製品構造が変わるって、そういうことも垣間見たような気がしまして、そこが決断の非常に大きなポイント

だったですね。

——いつも冷静ですね。

鈴木社長：いや、冷静っていうか、数字ですね。そこはなんか経理をやっている、結構数字を見て判断するので、たぶんそこが技術系の経営者の方とはもしかすると違うのかもしれないですけども、これで固定費から分析していってけるのではないかというふうに思ったのがきっかけでしたね。



【試作加工工場（第2工場）】

【海外展開】

——そのほかにも、海外展開も行っていますよね。

鈴木社長：そうですね。この海外展開はもう、またひょんなことで、たまたま上海GMの試作っていうのをやるチャンスがあったんですね。それは本社GMでその開発をする予定だったものが、本社ですらできなくて困らているところに、あるお取引さまを介在して、話があって、すごく短かったんですよ。1カ月ぐらいでの立ち上げで納品ということだったんですけども、まあやらせてほしいということでやって、そのときにやっぱり、初めて海を渡るわけですよ。その製品をつくって、朝、例えば高崎から羽田に持って行くわけですね。で、キャリアオンで持って行って、もうその午後には上海GMに着いているんです。飛行機で3時間ぐらいの距離しか離れてないですけども、文字通り海を越えたわけですよ。で、試作であればこれもありかなとぼんやりと思っていたんですね。そこがまずきっかけですね。その後、商社さんがアメリカのミシガン州のデトロイトで、ハイブリット

とEV展に出展するんだけど、4社を集めたいんですけども、1社まだ埋まっていないというふうに連絡がありました。で、ちょっと出てみようかなというふうに思いましてですね、それはもう本当に冷やかすですよ。そんな感じで出て行ったんですが、そこが実は大きな収穫で、そのブースに、デトロイトなのでやっぱり自動車メーカーさんがいっぱい来るんですね。それで例えばゼネラルモーターズとか、フォードとか、クライスラーとか来るんですけども、既にリーマンショックを経験されているところで、いったん破綻しているわけですよ。で、破綻から戻る最中だったんですけども、そのときに私たちが出している製品を見て、「ああ、なかなかいいね」という話で、「これ、どうするの、できるの」と。 「自分たちはプロトタイプでずっとやっている」「あ、じゃあアメリカに来ればいいのに」と言われるんですよ。それで、私はそれまでですね、いろんなメーカーさんから、もう国内メーカーさんから、メーカーのビッグスリーメーカーはインハウスっていうんですけど……。

——インハウス？

鈴木社長：ええ。いわゆる全て自分たち、自前で試作はやっているから、そんなプロトタイプビジネスなんかないって言われたんです。ところがですね、リーマンショックがあったので、そういったものを全部切り落としてしまったんですね。全て外注化していたんですよ。それで、彼らが言うのは、「昔はまあできたかもしれないけれども、今は全くできないので、そういうのは外に出しているんだよ」と言うんですよ。「どこに出しているの?」って聞いたら、「ドイツ」と言われたので、そこが私の浅はかというか、単純なところで、「ドイツでできるんだったら、日本はもっとできるだろう」と思ったので、それでスイッチが入って、そこからですね。それで聞いたら、まず試作ビジネスをするには、アメリカに会社がなくては行けないと言われたんですよ。それで、もうその日から、海外の現地法人をつくるためにどうしたらいいかというのを必死に考えて、結果的にはアメリカのデトロイトに現法をつくるんですけども。

——現法というのは、現地法人のことですよ。

鈴木社長：はい、そうです。

——で、現在は、その海外進出をなさって、どの段階

なんですか。

鈴木社長：そうですね。現在は、営業のセールスオフィス、現地で仕事を取って、国内でつくって輸出するというビジネスなんですけれども、近い将来、現地で試作工場をつくりまして、こちらでプログラミングというか、マシニングセンターのプログラミング、工程設定をして、それを全て現地に送って、現地で製品をつくっていくという、そういった計画があります。

——もう準備も進んでいらっしゃる？

鈴木社長：そうですね、来年あたりから準備に入りたいなというふうに思っています。

——海外進出して怖いって思わなかったんですか。

鈴木社長：そこがですね、私がやっぱりそもそも最初に給料をもらったのがドルだったので、アメリカに関して言うと、もしかするとほかの方とはちょっと違うのかもしれないです。あとはやっぱりロックが好きだということで（笑）。

——ロックの精神でいきましたね（笑）。

鈴木社長：そうですね。



【デトロイト・エンジン展】

【ロック】

——さてここからは仕事から少し離れたお話も。何となく顔が、もう笑顔になっていらっしゃる。話したいことがたくさんありそうですね。趣味は？

鈴木社長：趣味はロックミュージックが大好き。小さいときから好きですね。

——何がきっかけでロックにそんなにはまったんですか。

鈴木社長：初めて聞いたのはカーペンターズなんですけどね。

——ああ、いいですね。

鈴木社長：カーペンターズの『Sing』とか、『イエスタディ・ワンス・モア』なんですけど、そこからですね、妹も同時にすごく好きだったので、いろいろレコードを買いあさって、どんどん、どんどん聞いていましたね。また、ラジオでも聞きましたけれども、当時、FENっていう、ファー・イースト・ネットワークっていう、極東放送なんです。アメリカの基地で流している。それで昔の人はよく知っていると思うんだけど、ラジオ関東で『アメリカン・トップ40』っていう番組があったんですけど、その生番組がFENで流れていたんですよ。それはもちろん英語なんですけれども、ラジオ関東よりも1週間早く放送されるので、すごくロックファンとしては、当時いかに早い情報に接するかというのが自慢で、それで『アメリカン・トップ40』を理解するので英語を勉強していったわけです。

——特に好きだったバンドとかアーティストというのは？

鈴木社長：やっぱり好きなのはビートルズなんです。でもビートルズは、私たちのころは少しずれているんですね。ビートルズが解散したころから、ポール・マッカートニーとウイングスとか、ジョン・レノンで言うと、ジョン・レノン単独で活動。でも『イマジン』とかね、結構すごく……。

——そうですね。代表曲がね。

鈴木社長：代表曲がいっぱいあるころ、そこから過去のロックを聞くんですけども。でも、そのころクィーンとか、新しいバンドがどんどん、どんどん出てくる時代で、なんか本当に懐かしいですね。

——そういう中で、なんかご自身が今もこう、すごく思いの中で深く刻み込まれているエピソードなんてあるんですか。

鈴木社長：これはですね、ちょっと知る人ぞ知るなんですけど……。

——ほうほう、何ですか。

鈴木社長：当時ですね、エアロスミスがデビューしたばかりのときに、日本公演が決まったんですね。で、そのときにですね、地方公演というのは全然なかったんですが、唯一前橋の、当時、群馬スポーツセンターっていうところ、今のアリーナがあるところですよ。

——グリーンドーム前橋のところですか。

鈴木社長：グリーンドーム前橋、そうですね。そこに実は来てまして、それはですね、もう夢のような話なんです。当時、学生、高校生ですよ。で、私の友達2人と、友達2人も妹がいるんですよ。だから6人。お姉さん組3人と妹組3人が、最前列に並びたいがためにですね、学校をさぼってですね……。

——え？

鈴木社長：もう本当に朝から並んでまして、それで本当に文字通り最前列に並んで……。

——最前列？ どうでしたか、実際の……。

鈴木社長：すごかったです。もうエアロスミスが出てきたときは、何が何だかわからないぐらい興奮して、感動して、今でも夢に見るぐらい素晴らしいコンサートでしたね。

——もしかしたら放送を聞いている方もね、「あ、知ってる、知ってる」という方もいらっしゃるかも。

鈴木社長：ええ、本当にいらっしゃるかもしれないですね。その最前列に私たち6人はいたんです（笑）。

——貴重な経験ですね（笑）。

【今後の目標】

——もっともっとロックの話を聞きたいんですが、お仕事の話に、ごめんなさい、そろそろ戻らせてもらいますね。共和産業の今後の目標をぜひ教えていただきたいのですが。

鈴木社長：そうですね、もちろん現在やっている開発試作の仕事っていうのは重要な仕事なんですけれども、その延長の海外での展開というのをさらに強化していくのが一つ。あともう一つは、医療分野への参入ということで、これはですね、2年ぐらいやっぱり準備をしてきたんですけれども、脳外科で使う鉗子というものなんですけれ

ども、今までにないタイプのを製造してくれということで、これは産学官連携ということで、群馬大学の医学部の脳神経外科さまと、群馬県の産業技術センターさん、それから今回は産業支援機構さんのほうに管理をお願いするというので、プロジェクトがスタートします。鉗子というのは非常にニッチな分野でもありますし、なかなか、そうですね、大手企業さんが製品化するには非常に細かい市場であると。で、私はやっぱりこういう時代であれば、ITも発達していますし、マーケティングの手法というのも多様化しているので、中小企業であってもブランド力というのは確立できるのではないかというふうに思っていて、それを一つのまたビジネスの柱として展開をしていきたいというふうに思っています。

——試作部品ではなくて、メーカーになると。

鈴木社長：そうですね、完成品のメーカー……。

——完成品ですね。どんな思いを持って新しい事業を手がけるんですか。

鈴木社長：中小企業であっても、グローバルブランドを目指すっていう。だから国内だけではなくて、海外にも売っていくという、それは強い思いですね。

——高崎から世界へということですか。

鈴木社長：そうですね。世界初のものを高崎で開発して売っていくということですね。

——格好いい。

鈴木社長：医療市場は実はニッチな市場がたくさんあるので、十分できるのかなというふうに思いますね。

——可能性を見込めるということですね。

鈴木社長：そうですね。頑張っていきたいなと思いますね。

——ものづくりというと、どちらかというと男性の世界かなという気がしたんですが……。

鈴木社長：そうですね。

——社長のお話を聞いていると、わくわくしてきて、もしかして女性にも結構合っているのかなと。

鈴木社長：そうですね。実はですね、ここ1~2年なんですけど、女性社員で製造現場でものをつくる社員を増やしております、社内で図面の見方とか、計測器の使い方とかですね、ものづくりの原点になるような教育を

していったと思えば、やっぱりいろんな違うバックグラウンドの女性の方が入社していただいて。

———そうですか。例えばどういった前職をお持ちの方が？

鈴木社長：そうですね。前職が例えば保育士であったりとか、美容師さんであったりとかですね、手先を使った仕事をやってみたいとか、集中してものをつくってみたいとか、そういう思いを持った社員がたくさん来てもらいまして、これはこれからもやっぱり継続して、女性エンジニアの誕生というのも非常に楽しみに、サポートできればいいなというふうに思っています。

【起業家や若者へのメッセージ】

———最後に、起業や新しい事業への挑戦を考えている人へのメッセージの意味も込めて教えていただきたいんですけども、新規事業に取り組んだり、経営をしている中で大切なことは何だと思えますか。

鈴木社長：ビジネスというのは、生きていくための生活の糧として重要だとは思いますが、私はやっぱり、仕事ってというのは自己表現の重要な場であると思うんですよ。で、起業ってというのはね、その思いさえあればですね、実現のパワーにはなっていくと思います。実現のために何をやっていこうかっていうことに集中されていくとですね、どんどん道が開かれていくという感じがしていますね。それで、世界を変えるというちょっと大きい表現かもしれないですけど、人が喜んでくれるとかですね、今までなかったサービスが存在して感謝されるとかですね、いろいろあると思うんですけども、そういったものにつながっていくというのは素晴らしいことだと思えますよね。

———起業って、そう考えると、自己表現のためのいいチャンス……。

鈴木社長：チャンスだと思います。

———ですよね。

鈴木社長：ええ。社会にかかわっていく重要なツールかなというふうに思いますよね。

———ロックと一緒にですね（笑）。

鈴木社長：ロックと一緒に、そう。ロックも表現ですよ。

そのとおりですね（笑）。

———今日は共和産業株式会社の鈴木宏子社長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただき、お話を伺いました。さあ、お別れの曲も、もちろんロックのナンバーからです。

鈴木社長：はい。エアロスミスの『ドリーム・オン』ですね。ドリーム・オンというのは、夢を見続けてくださいということですね。

———本当にこの番組にもびったり、皆さんにお送りしたいすてきなナンバーをリクエストいただきました。それではお届けします。エアロスミスで『ドリーム・オン』。今日はどうもありがとうございました。

鈴木社長：本当に楽しかったです。どうもありがとうございました。

———楽しかったです。ありがとうございます。

保証協会からのご案内コーナー

「Gリピート保証」について

———ここからは群馬県信用保証協会からのお知らせです。今回は、「Gリピート保証」について群馬県信用保証協会の鈴木課長代理にお話を伺います。よろしく願います。

鈴木課長代理：こちらこそよろしくお願いします。

———「リピート」というと「繰り返す」というイメージが湧きますがこの「Gリピート保証」とはどのような保証制度なのですか。

鈴木課長代理：「Gリピート保証」は借入期間が1年、返済方法が一括返済の運転資金を一定期間継続してご利用していただける保証制度で、平成30年9月3日より取り扱いを開始いたしました。この制度の大きな特徴は、借り入れから1年後の保証期間満了時に更新をしていただくことで、繰り返し継続的に返済負担のない運転資金としてご利用いただけます。

———毎月の返済負担がなく借り入れが出来るのですね。「リピート」という名前の通り継続して利用できる

というのも大きな魅力ですね。この「Gリピート保証」についてもう少し詳しく教えていただけますか。

鈴木課長代理：ご利用の限度額は直近決算に基づく平均月商の2倍の金額までです。ただし5千万円が上限となります。また、初回ご利用時は、既にご利用いただいている信用保証協会の保証の付いた借入残高との合計が8千万円以内となります。保証期間は1年ですが、更新することで継続してご利用いただけます。初回ご利用時と更新時にはお客さまが一定の決算書上の要件を満たしていることを確認させていただきますが、1回目と2回目の更新は決算書上の要件の確認は省略いたしますので、3年間は継続して利用していただくことが出来ます。

——3年間ですか。資金繰りや経営の安定を図りたいお客さまにとっては大きなメリットですね。ほかにも「Gリピート保証」の特徴はありますか。

鈴木課長代理：信用保証料率は、一般保証で適用する料率から0.1%引き下げいたします。なお、継続利用をされない場合は、長期分割返済に借換をしていただくか、自己資金で全額ご返済いただくことになります。借換の場合は、最長10年間の分割返済となります。

——メリットがたくさんあってお客さまにとってはとても心強い保証制度ですね。では、詳しい内容について知りたい場合やご利用に関するお問い合わせ先はどちらになりますか。

鈴木課長代理：ご利用にあたっては今回ご案内した内容のほかに一定の要件がございますので、詳しい内容をお知りになりたい方は、当協会の保証統括部保証推進課又は営業部・各支店の保証課までご連絡をお願いいたします。各窓口の連絡先は当協会のホームページでご確認ください。また、当協会のホームページで「Gリピート保証」の案内のチラシを掲載しております。ぜひご覧ください。

——鈴木さん、今日はありがとうございました。

鈴木課長代理：ありがとうございました。

チャレンジ企業紹介コーナー

株式会社ITREK

「チャレンジ・ザ・ドリーム～群馬の明日をひらく～」
続いては訪問インタビューです。今回の訪問先は登山専門の旅行会社、前橋市の株式会社ITREKです。ITREKの社長、梅澤榮さんは、およそ30年前に建築設備の設計会社を設立。この会社の経営を行う傍ら、スキーや登山を楽しんでいましたが、やがてガイドもするようになり、ついには3年前に自ら登山専門の旅行会社ITREKを設立しました。中高年になってから二度目の起業に挑戦した梅澤さん。前橋市六供町のITREKを訪問して、その思いなどを伺ってきました。

——私は今、前橋市六供町にあるITREKにお邪魔しています。梅澤社長、どうぞよろしくお願いいたします。

梅澤社長：はい、こちらこそよろしくお願いいたします。



【収録風景：ITREK事務所にて】

——ITREKが二度目の起業だそうですね。

梅澤社長：そうですね。

——30年前に設立した設計会社はどうされています？

梅澤社長：現状ですね、まあ若いスタッフも育ててきて、その人に任せてですね、私はこちらに専念できるような形に今、なってきました。

——ちなみに今、梅澤社長、お年はお幾つでいらっしゃいますか。

梅澤社長：あまり触れていただきたくない話題なんですけれども。

——それは職業柄？

梅澤社長：そうですね。いろいろとお客さんとお付き合いがあってですね、中高年とだけにしておきましょうか。よろしくをお願いします。

——はい、かしこまりました。さて、もともと設計会社を経営しながらガイドをされていたそうですね、これ、どうやってガイドをしていたんですか。

梅澤社長：15年ぐらい前からですね、土日は草津に行きまして、スキーとですね、まあそのころからぼちぼちとスノーシューというものがはやり始めてですね、山を案内したりしております、夏は夏で、やはり土日は大手の旅行会社さんのツアーガイドをやったりしております。

——梅澤社長、もともとスキーや登山はお好きだったんですか。

梅澤社長：そうですね。

——魅力というのはどんなところでしょう。

梅澤社長：スキーはですね、パウダーを滑る楽しみというのがありまして、それに魅せられました。新雪の誰も滑っていないところを山の上から滑って下りるというのが一番の魅力ですね。これはもう、やった人でないとわからない世界ですね。

——登山の魅力はいかがでしょう？

梅澤社長：登山はですね、四季折々、楽しみ方があります。冬は冬で、雪山を歩いてですね、夏山と違った形で歩いていけるという楽しみ。春は春でですね、ブナの新緑が出てきたり、ブナの芽が出てきて、その中を歩けるという楽しみ。夏は夏でですね、青い空の下、歩けると。秋は秋で紅葉の中を歩けると。

——でも、月曜から金曜まで設計会社をなさっていて、土日、趣味でもよかったのに、どうしてそこでガイドをなさっていたんですか。

梅澤社長：自分でどのような力を持っているかというのを試したり、経験値を上げるという、そういう目的もありましたですね。好きなことをやっていますので、1週

間ぶっ通しで仕事をしててもですね、それほどは疲れているという感覚はなかったですね。

——パワフルですね。

梅澤社長：いえいえ、とんでもないです。

——そして、ご自身でどうして旅行会社を立ち上げようというふうにしたんですか。

梅澤社長：幾つか理由があるんですけども、まずツアーガイドをしているときにですね、いろんなガイドさんと当然知り合うわけですけども、ガイドさんが、自分であのコースを行きたいな、企画をしたいなというのは、いろいろ障害があるわけですね。つまり法的な問題とかですね、ありまして、それをクリアするにはどうしたらいいかなということを考えて、やはり旅行会社をつくるのがガイドの企画をするためには必須条件だなということに思いが至りまして、まずその辺から温めていたわけですね。

——それは梅澤社長、既存のツアーでは何か物足りないというのがあったんでしょうか。

梅澤社長：既存の登山ツアーですと、どうしても大人数になってしまいますですね。それをガイドしてますと、皆さん、言いたいことも言えない、黙々と山登りをすると。ちょっと山登りの楽しみが違うんじゃないのかなというふうにしたんです。少人数でみんなで楽しみながら山登りができるような会社をつくってみたいかなと、これは一つの夢だろうと、ツアーガイドをやっているときに考えていました。あと一つは、人生、できるだけ長く健康のために山に登って歩けるようにしたほうがいいのではないかと。その機会をつくるためにはどうしたらいいかということから、山登り専門の旅行会社をつくるというきっかけになりましたですね。で、自分もそうなんですけれども、やっぱり年を重ねたりの山登りの方法があると思うんです。ですので、自分が実験台みたいな形で、これから山に登りつつですね、皆さんと一緒に年を重ねていくという形になればいいなと思っています。

——とは言いながらも、会社設立となると大変なこともいろいろあると思います。ご準備はどのようにされましたか。

梅澤社長：国内旅行の認可を取るにはですね、国内旅行業務取扱管理者という試験を受けて資格を獲得しなければいけないというのがあります。それを受けたわけですが、1回目は落ちましてね、2回目に合格したわけですが、その辺を経てですね、群馬県知事の登録という形で認可を取りまして、開業したという。それから今に至っているということですね。

——そして現在、どのようなツアーを提供していますか？

梅澤社長：今のところ日帰りが多くてですね、今年に入ってから1泊2日とか、2泊3日とかというツアーを企画しまして、お客さんもそれに参加していただけるようになってきたというところですね。

——大体そのツアーというのは何人ぐらいで行かれることが多いんですか。

梅澤社長：大手のツアー会社さんが企画する人数といいますと、15人とかですね、20人とかっていう長い列ですね、いるんですけども、うちとしては、多くて7人、4人から7人ぐらいの感じでツアーをやっています。

——お客さまにとってみると、本当にぜいたくなツアーだなと思うんですけども、運営、経営という意味でいくと？

梅澤社長：まあ厳しい面がありますね（笑）。正直厳しい面があります。でも、これはですね、そもそも出発が、やっぱりお金じゃないと思っているんです、私。お金を追いかけるんじゃなくて、健康を追いかけるという。お金は後から付いてくるだろうと思っています。

——あら、結構余裕な感じに聞こえますね、社長（笑）。

梅澤社長：だといいいんですけどね（笑）。

——ガイドさんって今、何人ぐらいいらっしゃるんですか。

梅澤社長：うちの登録ガイドは5名おります。

——5人のガイドさんで、で、大体1カ月にどのぐらいツアーを回していらっしゃるんですか。

梅澤社長：今、月に6本ぐらいですかね。

——日帰りもあれば、2泊3日もあるということですね。

梅澤社長：そうですね。8月19日の日曜日から21日まで、2泊3日で槍ヶ岳に行ってきました。

——利用者の方っていうのは大体、男性、女性の割合、どのぐらいですか。

梅澤社長：女性の方が8割ぐらいですかね。

——ああ、そうですか。もっと男性の登山客の方にも……。

梅澤社長：そうですね。

——ねえ、利用してほしいですね。年齢層はどのぐらいですか。

梅澤社長：大体、50代から70代ですね。

——グループで参加する方が多いんですか、それとも個人ですか。

梅澤社長：ほとんどの方が1人で申し込まれて、一緒になって行くんですけども、女性の方は、1時間もすると、皆さんもう和気あいあいとしちゃうんですね。もう10年来の友達みたいになってしまいますね。男性がそこへ行きますと、半日たっても口をきかなかったりですね。女性と男性の違いなんですけども。

——シャイですね。

梅澤社長：そうですね。やっぱりその辺をですね、うまく話を皆さんと一緒にできるようにするのが私の役目だと思って、みんなでワイワイというようにしていますね。

——2回目の起業というこのチャレンジングなお話を聞いて、大変ではないかなと思ったんですけども、なんか楽しんでいらっしゃるように見えますね。

梅澤社長：そうですね。自分としては、やりたいことができる幸せみたいなものがありますね。やりたいことができる環境になってきたという、これは生かしていかなくちゃいけないなというふうに思います。

——最後に今後の目標をお聞かせください。

梅澤社長：月に8本、10本という企画をすると最少催行人員に満たないという現象が起きるわけですね。せっかく申し込んでいただいたのにツアーが催行できないということが非常に申し訳なく思っています。全てのツアーが催行できるように、何とか工夫をしてですね、今後やっ

ていこうかなと思っています。それとですね、今は国内旅行だけなんですけれども、海外の山にも進出したいというのが究極の目標です。ぜひ、台湾の山とかですね、皆さんと一緒に行ってみたいというふうに考えております。

——人生二度目の起業で、登山専門の旅行会社を設立した株式会社ITREKの梅澤榮社長にお話を伺いました。今日はどうもありがとうございました。

梅澤社長：いえ、こちらこそどうもありがとうございました。



【ツアーの風景】

エピローグ

夢への挑戦をテーマに、明日へ向かって走っている人を応援する番組「チャレンジ・ザ・ドリーム」。今日は、番組前半は、自動車開発の試作部品の製造などを手がける共和産業株式会社の鈴木宏子社長のトップインタビュー、そして後半は、登山専門の旅行会社、前橋市のITREKの訪問インタビューをお送りしました。トップインタビューの様子はポッドキャスト配信も行っています。FM GUNMAホームページの「チャレンジ・ザ・ドリーム」のサイトをご覧ください。

「チャレンジ・ザ・ドリーム～群馬の明日をひらく～」この番組は「頑張るあなたを応援します！群馬県信用保証協会」の提供でお送りしました。ご案内役は、私、奈良のりえでした。

FM GUNMAと当協会の共同制作番組

チャレンジ・ザ・ドリーム ～群馬の明日をひらく～

【11月の放送のお知らせ】

平成30年11月1日（木）12:00～12:55

再放送 11月3日（土）8:00～ 8:55

ぜひお聞きください！