

FMぐんま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～

平成26年5月1日（第14回）放送

当協会は、平成25年度より、FMぐんま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、群馬発の大企業のトップインタビューを中心に構成しています。放送内容は、当月報に掲載するほか、当協会のホームページでも公開いたします。

【プログラム】

●トップインタビュー

株式会社サンワ

遠藤宗司社長

●群馬県信用保証協会からのお知らせ

国の創業補助金について

●チャレンジ企業紹介コーナー

増田煉瓦株式会社

◎アナウンサー 奈良のりえ

●プロローグ

ゴールデンウィーク後半、皆さん、どのように過ごされますか。ご案内役の奈良のりえです。

連休中、ドライブにお出かけになる方も多いのではないのでしょうか。今日のインタビューは、自動車にも関係のある会社です。番組では、大企業トップへのインタビューなどをおよそ1時間にわたってお伝えしていますが、今日のトップインタビューは、ガソリンスタンドやLPガスの販売などを手がける前橋市の株式会社サンワの遠藤宗司社長です。パラダの名前で県内外にガソリンスタンドを展開しているサンワですが、創業は戦後間もない1946年のことで、沼田市内で自動車部品の販売を始めたのが第一歩だったそうです。それがガソリンスタンド、それからLPガスを手がけて事業を拡大。また、多角化を図り、ネットショッピングやスイーツの製造なども行っています。時代に合わせて新しいチャレンジを続けているサンワについて、遠藤社長にお話を伺っていきます。

また、番組後半は、れんがを利用したピザ窯の製造・販売で注目される前橋市の増田煉瓦株式会社への訪問インタビューをお送りします。

●トップインタビュー

株式会社サンワ

遠藤宗司社長

——ガソリンスタンドやLPガスの販売などを手がける前橋市の株式会社サンワの遠藤宗司社長に、FMぐんまのスタジオにお越しいただきました。よろしくお願いします。

（遠藤社長） よろしくお願ひします。

——創業者のお孫さんということなんですかけれども、お名前を拝見しますと、社長が宗司さん、徳川吉宗の「宗」に「司」というふうに書きますが、おじいさまのお名前が遠藤又司さん、そして、現在会長になられているお父さまのお名前が祐司さんということ、皆さん、お名前に司という字が入っているんですね。

（遠藤社長） はい。

——これはやはり、おじいさまからの思いを継ぐとか、そういったものがあるんですか。

（遠藤社長） 具体的になぜ司を付けるという話をしたことはないんですけども、まあ私で三代にわたり付けておりました。

【創業、そして業種転換の経緯】

——サンワは、もともと沼田市内で創業したそうですね。

(遠藤社長) はい。

——これ、意外にも、スタートがちょっと違う業種だったようですけど。

(遠藤社長) 当社は自動車の整備工場から始まりました。播磨産業という名前で、自動車の部品だとか、そういうことを主に取り扱う会社として起業したというのが我が社のルーツになります。

——それはやっぱり時代背景などがあったんですか。

(遠藤社長) 当時、私の祖父が終戦後に沼田に戻りまして、仕事をしていく上で、いろんな人のお力を借りたりだとか、いろんな人の助言を頂いて、これからの世の中、何が一番できていくのかというときに、やっぱり自動車というのが、どうしても物流だとかそういうときに、特に沼田ですので、車がないと都会に出ていくのも大変ですし、そういった流れで自動車の関係をやっていたという流れですね。

——その後、ガソリンスタンドの営業であったり、あと、LPガスの進出などもされていきましたよね。

(遠藤社長) はい。

——この辺は、どういった形で変化していったというか、追加していったんですか。

(遠藤社長) やはり当時、車の台数というのも飛躍的に伸びてきて、そういった中でやっぱり燃料をどこかで入れないと車は動きませんので、車の台数が増えるとともに、我が社のガソリンスタンドも数がどんどん増えていったというような流れですね。我々としては、出光さんのブランドを、出光さんのマークを掲げてやらせてもらっていますので、出光さんの協力をしながら、どんどんとガソリンスタンドの数が増えていったというような状況ですね。

——1956年（昭和31年）になるんですけれども、社史を拝見いたしますと、遠藤社長、このころには石油コンロの販売もなさっていたそうですね。

(遠藤社長) そうですね、はい。

——やっぱりこういったところから、いろいろとつながりというか、販売網なども確実に広がっ

ていったという流れになるんですか。

(遠藤社長) どちらかということ、今までは自動車関連にのみ特化してやっていたということですが、石油コンロということですね、台所、お客さまの台所に少しずつ入っていったというような流れで。

——そういった中で、LPガスへも進出していった……。

(遠藤社長) はい。

——ということなんですけれども、これはどうしてまたLPガスというのが、一つキーワードとして出てきましたか。

(遠藤社長) そうですね、ご家庭で今までお料理をするときに、灯油のコンロですとか、当時はまきだとか、そういうことを使いながらお料理をされていたと思うんですけれども、世の中にLPガスというものが進出、出てきた。で、それが、たまたま出光さんももちろん石油の会社ですので、石油の派生がLPガスですので、私の祖父がそのLPガスというものに非常に注目をしまして、そこで、ガソリンスタンドはもちろんやっていきますけれども、LPガスというのも、2つ目の第二の柱ということで、しっかりとしたビジネスにしていこうという形の中でLPガスの商売、そちらのほうにもどんどん重点を置いていったというような状況ですね。

——そして、昭和41年（1966年）に前橋市に本社を移転されています。まだ、もちろん遠藤宗司社長はお生まれになっていない……。

(遠藤社長) そうですね、はい。

——時期ではありますけれども、さらに事業を拡大させる中、創業者のおじいさまである又司さんが視察旅行先のベトナムで飛行機事故に遭われたということで、急逝するご不幸があったそうですね。

(遠藤社長) はい。本当に親戚のおじちゃん、おばちゃんから少し話を聞くようなことなんですけれども、当時は本当に大変だったみたいですね。私の父も、まだそのときは出光興産さんで修行という形で勤めさせていただいていたのを、急遽会社に戻ったというような形で聞いておりますし、

祖母が跡を継いだというか、二代目の社長に就任したんですけれども、本当にいろんな方にお世話になって、どうにか会社を保つことができた。——それはもう、いろいろな部分でのご苦労が、本当に跡を継いだおばあさまに……。

(遠藤社長) ですね、はい。

——あつたのだと思いますが、お父さまも急遽、では、入社をして、社長業に向けての準備というふうになっていったんですね。

(遠藤社長) まあ、入社した当初は専務として入社をしたみたいですが、何年ですか、6年後ですかね、31歳で社長には就任しておりますので。まあ本当に、その時代の方はみんなそうですけれども、私もご多分に漏れず、小さいころの父親の、思い出がないと言うと怒られるんですけども、あまり家にいないで、ずっと仕事をしていたというようなイメージで、本当に忙しくやっておりますね。

——御社にとっては大変激動のときだったのでと思いますが、そんな中、1981年には年商100億円を突破されております。

(遠藤社長) はい。

——そして、その後も大きくなって、現在の会社の規模はどのぐらいでいらっしゃいますか。

(遠藤社長) 我々が、決算が6月なんですけれども、昨年度、2013年度のくくりで年商で152億円ほどやらせていただいております。それとあと、県内外にガソリンスタンドが16カ所、LPガスの直接お客さまに販売させていただいている営業所が7カ所、で、LPガスの充填所、充填の基地ですね、それが3カ所ほど、大体、事業拠点という形で、県内外で50カ所ほどありますね。

【新事業への展開】

——さらには、実は1996年からは、ガーデニングショップ「パワジオ倶楽部・前橋」を前橋市内にオープンさせたということで……。

(遠藤社長) ええ。

——新しい分野への挑戦になったわけですね。

(遠藤社長) はい。



——これ、どうしてガーデニングショップを始めようというふうに御社のほうではお考えになったんですか。

(遠藤社長) まず一つ、1996年というのが創業50周年の年に当たりました。そういった中で、50周年を迎える中で一つのコンセプトとして、『…暮らしたい』を創りたいから」というのをキャッチフレーズとして掲げました。そういう中では、いわゆるエネルギー業者じゃなくて、今度、生活を提案していく会社になりたいねという話の流れの中で、ガーデニングショップというのを一つやってみようというような形で、これはスタートしたと聞いております。

——何かコンセプトとかがあるんですか。

(遠藤社長) 当初はガーデニングショップということで、お庭の、もう設計から施工まで、そういうこともやっておったんですけれども、ガーデニングショップがいっぱい増えたりだとか、お客さんが自分でできるような、本当に日曜大工とか、そういう形で増えてきまして、なかなかガーデニングショップという位置付けでは厳しいなというようなことがありましたので、オリーブの専門店ということで、たまたまこのパワジオ倶楽部をやるときに、スペインに在住されている方とコーディネーターとして契約をさせていただいているんですけれども、その方がスペインでいろんなオリーブオイルを探してくれて、本当に手づくりでいいものっていうのと巡り合えたので、まずそのオリーブオイルを、じゃあ少し販売してみようかというような形で、オリーブをやるんだつたらば、もう徹底的にオリーブをやろうよという話の中で

オリーブの専門店ということで、オリーブの木だとか、オリーブの木でつくったいすだとか、雑貨だとか、そういうことを今、仕入れながら販売につなげているといったような感じですね。で、本当に遠くの、千葉のお客さんからお問い合わせを頂いたとか、そういう話もありまして、オリーブ専門店になってから、少し商売の幅も広がったかなというような感じですね。

——本当に時代の流れに合わせて微調整をしながら、また新しいものを取り入れていくというのが、御社の一つ、特徴でもあるんでしょうかね。

(遠藤社長) そのときどきにやっぱり、まあ私もそうですし、父もそうだと思うんですけども、いろんなパートナーと巡り合いながら、その人のノウハウを貸していただいたり、そういうことで商売を大きくしていているというのはありますね。

——人と人との出会いを次につなげていく。

(遠藤社長) はい。

——それがビジネスチャンスになっていったりするんですね。

(遠藤社長) そうですね。

——さあ、ここで1曲お届けしたいと思います。今日は思い出の曲を選んでいただきました。

(遠藤社長) はい。

——これは、オアシスの『Whatever』ですが、どんな思い出の曲なんですか。

(遠藤社長) これは、結婚式をやったときに、今、結婚式の最後のエンドロールをよく流すような……。

——ありますよねえ。

(遠藤社長) ええ、なったと思うんですけども、私が結婚したのが8年前ですので、当時あまりなかったんですね。

——画期的でしたね。

(遠藤社長) ええ。で、それを式場の方にご提案いただいたときに、たまたま流れたのがこの曲で……。

——はい、たまたま。

(遠藤社長) ええ、それで、私もこの曲をもう、「そのままこの曲を使ってください」というふうに、

本当に一瞬にして好きになったという曲です。

——では、お送りしましょう。オアシスで、『Whatever』。

【事業の多角化】

——ここからは90年代、新しい挑戦をしていく、そんなところを深く伺っていきたいと思います。まず、90年代の事業の多角化では、OA機器の販売や、フード事業にも進出していますけれども、この多角化を選んだ理由というのはどんなところですか。

(遠藤社長) 先ほども少し申し上げたんですけども、50周年を迎えるときに、いわゆるエネルギータンクから生活提案企業に少しかじを切っていこうということの中で、ガーデニングショップを立ち上げてみたりですとか、OA機器に関しては、当時取引のありました三洋電機さんだとか、そういうところから後押ししていただいて、OA機器だとか、コピー機の販売をさせてもらったというような流れですね。

——お話を聞いているだけで、本当にいろんなことを手がけていらっしゃるという気がするんですけども、そういったところは、やっぱり多角化しなくてはいけない理由というかがあったんですか。

(遠藤社長) 1990年代に入ってきますと、やはり石油というのが枯渇するのではないかと、そういうような状況で、石油自体が日本にとって100パーセントに近い数字の輸入のもので、ビジネスとして、安定はしているんですけども、今後のことを考えると、少しいろんな手を打っていく必要があったといったところで、まあそういうことをやっていこうということが一つと、あとは、単純に50周年を無事迎えることができましたので、これから社業を発展させるために、何か違うことをやってプラスアルファということでやっていこうということで、多角化を推し進めていったような状況ですね。

——で、ホームページを拝見して私も初めて知ったんですけども、たこ焼きの築地銀だこのフランチャイズショップ、それからスイーツの製

造事業も行っているんですね。

(遠藤社長) そうですね、はい。

——これは驚きました。次は食ですか。

(遠藤社長) まあ、こちらも基本的にはやっぱり人と人とのつながりということで、たまたまそういうことをやっている方とビジネスをマッチングできたといったような状況ですね。銀だこに関しては、本当にフランチャイズで経営させていただいていますので、少し遠くですけれども、神奈川に4店舗ほど、今、やらせていただいていますね。スイーツの工場に関しては、モチクリームジャパンさんとのお話の中で、我々が委託して製造させていただいているといったような工場をつくって、今、つくっております。

——そのほか、最近ではネットショッピングもされているそうですね。こちらは、またどうしてネットショッピングもというふうにお考えになられたんですか。

(遠藤社長) まあ、皆さん、どこもそうかなとは思いますが、ホームページぐらいつくろうよっていうノリで、一番初めにホームページを立ち上げていたんですけれども、その中で先ほど言ったガーデニングショップの商品をネットに載せたら売れないかなという、本当にその程度なもので初めはスタートしたんですけれども、今、ずっとネットのビジネスだとか、インターネット、ホームページとかもやっているんですけれども、基本的に我が社というのが、ずっとお客さんと直接かわる仕事、お客さんの顔を見てする仕事というのを今までずっとやってきました。で、今、担当している者とも話をよくするんですけれども、そうじゃない販売の方法というのも一つノウハウとして会社として身に付けたいよねというところで、今、ネットビジネス、インターネットショッピングだとか、そういうところをやっているという状況ですね。ただ、インターネットショッピングも、実は顔を見るお客さん以上にお客さんとの接点を、コミュニケーションを取っていかないと、なかなかうまくいかないというビジネスですので、ネットショッピングで学んだノウハウを、今度は実際にお客さんと会うときに使えないのか

なということで今、ネットショッピングのほうも推し進めているような状況ですね。

——具体的には、ネットショッピングで培ったノウハウというのは、どういうことが挙げられます？

(遠藤社長) やはりお客さまが満足して購入をしていただくということになりますので、安いものを、我が社と同じ商品を扱って少し安いものってというのは、世の中にはいっぱいあるんですね。ただ、そういうところで、我が社がお客さまに対してする対応だとか、一つのメールの返信だとか、レスポンスの良さだとか、そういうところをお客さまが選んでくれて、もう本当にそういう意味では顔も見えないですし、長年の付き合いというのも、「まあしょうがない、サンワの言うことだから買う」っていうこともないですし、本当にいいところ、対応がいいからここにするっていうような選び方をさせていただけますので、そういうところを、今度は実際に会うところでも生かしていきたいなというふうには考えていますね。

——なるほど。新たな、本当に形にして、それを次の課題ととらえ、またチャレンジしているという感じなんですかね。

(遠藤社長) そうですね。

——そのほかにも、太陽光発電システムの販売も行っているそうなんですけど、こちらはやはり東日本大震災以降の消費者の関心の高さというのも一つありますか。

(遠藤社長) そうですね。我々が太陽光発電に取り組んだのが2009年から実際、商売をさせていただいております。エネルギー会社ですので、エコ、環境にいいことというのを、今こうやって石油資源を使っている、こんなに環境にいいことがあるんですよと、こういう商品があるんですよというのを、少しお客さまにご紹介したくて、イベントを開催させていただいたりしたんですね。そういった中で、太陽光も一つのエコロジーの商材として取り入れさせていただいております。確かに3.11の震災以降というのは、お客さまももちろん電気というのが、計画停電だったりだとか、そういうことで非常に注目を集めまして、我が社

も年々太陽光の販売も多くなっているというのが現状ですね。

——話を聞いていきますと、やっぱり新しい事業を手がけるというのは、エネルギーが必要だなと思うんですが……。

(遠藤社長) ええ。少し掛けているわけではないですけども、エネルギー会社ですので (笑)。

—— (笑) すみません。

(遠藤社長) エネルギーは売るほどあると思っておりますので。

——エネルギーは、もう相当あり余っているぐらい。

(遠藤社長) そうですね。

——とは言いながらも、やっぱり事業の多角化って、一言で言うほど簡単なものではもちろんないと思いますし……。

(遠藤社長) はい。

——うまくいくものもありますけれども、変化を必要とするものも出てくると思うんですよね。そのあたりはいかがですか。

(遠藤社長) まあ、そこら辺が、先ほど言ったネットビジネスが一番わかりやすく、ネットショッピングの場合は本当に、去年まで正解だったものが今年もう全然正解じゃないだとか、そういうこともありますし、そういうところで少し、何ていいますか、感覚を磨ければなというふうな思いですね。あと、本当に我々もいろんなことをチャレンジして、言えないような失敗もいっぱいありますし、ホームページでご覧いただいているような内容というのは、本当に成功した数少ない成功例なのかもしれないですし。ただ、やはり生活の向上につながるものであれば、これからもどんどん商売に取り入れていきたいなというふうには思っております。

——多角化の中で気を付けているポイントなんてありますか？

(遠藤社長) 基本的にいろんな新規のビジネスだとか、いろんなことをやっていく上で、本当に「おいしい話には裏がある」っていうのが、ええ、思っておりますし、また、そういうふうにならずとも、動かないというのが一番まずいなというの

が思いですね。

——どんなことでも動いてみる……。

(遠藤社長) そうですね。まあ初めから、とかくやっぱり保守的というか、新しいものにチャレンジするときに、初めからもう駄目な理由を少し考えてしまうだとか……。

——そうですね。リスクって考えますよね。

(遠藤社長) ええ。で、そういうのも考えつつ、だけでも、そのリスクをどう回避しながらやっていくかっていう、少しポジティブなほうも強く考えていかないと、そういうところで一歩踏み出す、やっぱり勇気だとか、そういうことが重要なのかなというふうに思っておりますけれども。

——はい、わかりました。さあ、この後はコマースを挟みまして、再び遠藤社長にお話を伺っていきます。



【事業承継へ至る道】

——ここからは少し仕事の話から離れまして、プライベートな一面にも迫っていきたくと思います。

(遠藤社長) はい。

——息抜きの仕方ってね、すごく大切だなと思うんですけども、とても今、お忙しい中、そんな時間はやっぱりないですか。

(遠藤社長) まあ、おかげさまでいろいろと、仕事もそうですけれども、やらせてもらっていますけれども、今、うちの場合は、子どもがまだ8カ月ということもありますので……。

——あ、そうですか。

(遠藤社長) 子ども相手に遊んでいるっていうのが、一番の息抜きですね、今の。

——かわいくて、かわいくて仕方ないですね。

(遠藤社長) そうですね、本当にかわいいです(笑)。

——顔が真っ赤になってきました、遠藤社長の息子さんですか。

(遠藤社長) そう、息子ですね。

——息子さん。

(遠藤社長) はい。

——ということは男の子ですから、遠藤家でいくと、やはり司という字が名前に付くんでしょうか。

(遠藤社長) はい、丈夫な丈に司と書いて、丈司と名付けました。

——丈司君。

(遠藤社長) 男の子が生まれるっていうのがわかった時点で、司という字を使うか、使うまいかということは、非常に私個人も悩みまして……。

——悩みましたか。

(遠藤社長) ええ。三代続いて、もうやめるんなら今だなというのが一つと、まあ商売をやっていますので、外したからおかしくなっても困るし、そういった流れの中でどうしようかということで、まあ最終的には付けようということで、家内とも相談しまして決めたくてすけれども。そうすると、一文字決まってしまうと、いろいろと選択の幅が今度は狭くなって、いろいろ考えてはいたんですね。で、今後、彼がどうなっていくかわかんないですけども、海外でも通用するような……。

——なるほど。

(遠藤社長) まあ、そういうような思いも込めて、丈司という名前を付けさせてもらいましたね。

——これ、こんなことをお父さんが話してくれたっていうのが伝わるとうれいんですね、また。

(遠藤社長) そうですね、家宝にして、録音テープを持っていたと思います(笑)。

——ありがとうございます。さて、サンワに入社する前についても少しお話を伺いたいたんですけども、出光にお勤めだったそうですね。

(遠藤社長) はい。まあ、我々が主要の仕入れ先

として出光興産さんから油を買わせていただいているというのがありますし、まあ、出光さんに、そういう私みたいな子息を教育する制度がありまして、そこをお願いして入れてもらったんですけども。

——どういったことを学ばれました？

(遠藤社長) もうそれは本当に、ガソリンスタンドの現場から、出光さんの直接のお取引先さん、大きい工場さんだとか、そういうところの営業だとか、特に潤滑油だとか、そういうものの外販ですね、営業をずっと担当としてやらせていただいていた。本来であれば2年半という期間なんですけれども、私の場合、父がまだ戻ってこなくていいということがありましたので(笑)。

——お父さま、厳しいですね。

(遠藤社長) ええ、延長していただいて、足掛け6年弱ぐらいですかね、出光グループにお世話になりました。というのが、出光興産自体には2年半なんですけれども、それから子会社でありました、ガスの子会社、出光のガスアンドライフという会社だったんですけども、そこに行かせていただいて、今、出光ガスアンドライフという会社と三菱系の会社が合併して、今、アストモスエネルギーという会社になっているんですけども、そのガスの会社ということで、出光さんのグループの会社で6年間お世話になったというような状況ですね。

——ノウハウも含めて、いろいろな参考になることってあったと思いますけれども、一番、この部分というのは、これから自分が社長になるにあたって参考になったなっていうのは何ですか。

(遠藤社長) 去年、本屋大賞になった『海賊と呼ばれた男』、出光の創業者であります出光佐三、我々は店主と呼ぶんですけども、その店主の考え方だとか、発言だとか、そういうことを本当に勉強させていただいているんですね。で、出光佐三店主の一番の言っているのは、人間尊重というような考え方があります。そういう中の一つで、出光の大家族主義というのが、本当に社員も一つの家族なんだと、そういう会社の中で私も6年間育てさせていただきましたので、我が社もそうい

うところですね。だから、『海賊と呼ばれた男』も、私も読み返しましたけれども……。

——百田直樹さんのですね。

(遠藤社長) そうです。本当に、もちろん、フィクションになっていますけれども、戦後復興期で、すごいチャレンジをいろいろしていますし。そういう話を、私自身は店主にはお会いしたことないんですけども、うちの父が会っていたりだとか、また、出光の先輩方で店主と一緒に仕事をされた方とか、そういう方のお話を聞く機会が本当に多くありましたので、本当に社長業という話になってくると、パツと思ひ浮かぶのが出光さんと、あとは、うちの父親を少し見習っていきいたいなと……。

——遠藤祐司会長ですね。おとし、2年前ですけれども、社長に就任されたわけですけど、どんなお気持ちでした？ そのころのことを思い出してみると。

(遠藤社長) 当時はやはり、なったばかりというのは、何かを変えていかないと、あと、要は自分らしく、自分らしさを出さないと、社員だとか、周りのお客さんだとか、そういうところにも少し認めてもらえないのかなっていう形で、かなりやっぱり気を張って……。

——ああ、はい。

(遠藤社長) どちらかという、父が残してきたものを何か変えてやろうというふう感じておりましたけれども。ただ、まあ、今まだ2年ですけども、やっていく中で、もちろん変えていかなきゃいけない部分というのはいっぱいあると思うので、それはどんどん、どんどん着手していきたいと思うんですけども、それだけではなく、創業のときの精神だとか、そういうところっていうのはゆるぎないものがありますので、そういうところも一緒に考えていけたらなというふうに思っていますね。ただ、そうは言っても、2000年代に入ってから、本当にエネルギー、特に石油に関して言いますと、本当にもう今までとは全然違う流れになってしまっているのが現状なんですね。そういった中で、お客さまにも迷惑をかけないように、我々の最終的な一番の目的は、お客さまに

エネルギーをしっかりとお届けするといったようなことを会社の範としていますので、そういう中で、まあいろいろと新しいことをやりつつも、もとのコアビジネスであります石油だとか、LPGだとかっていうことをしっかりとやっていかなきゃいけないなというふう感じておりますね。

——社長は、お話を聞いてみたら、一人っ子なんですか？

(遠藤社長) そうですね、はい。

——ということは、もう小さいころから、跡を継ぐのかな、社長になるのかななんていう思っているのはあったんですか。

(遠藤社長) そうですね。まあそういう意味では、それをやるっていうのが正直、当たり前の世界というか、継がないという選択肢をあまり考えたことがなかったので。やはりあと、一番初めに話しましたけれども、祖父がああいう形で創業して亡くなっているっていうところで、それを絶やすわけにはいかないというのも少し、これは少し大人になってから考えたことですけども、やっぱりそういう通常ではないような状況も、みんな苦勞してやってきたっていうのは話で聞いていましたので、私の代でなくすという選択肢は、まあないですし、それ以上のものをやってやろうというふうな感じではありますね。

——それ以上のものですか。

(遠藤社長) ええ、もうできるだけですけども。



【今後の事業展開】

——そうなる、今後の目標なども、ぜひ最後にお聞かせいただきたいと思いますが。

(遠藤社長) 我々の業界ですと、本当にお客さま

に安心して安全なエネルギーをお届けするというのが、最終的な本当に重要なことになってきます。そのためにはやっぱり、しっかりした経営基盤だとか、そういうことを持っていないと、もし万が一何かあったときの対応だとか、そういうのもできないですし、3.11もそうですし、2月の雪、雪害のときもそうですし、本当に我々が灯油だとか油を持って行って、本当に感謝していただいているお客さんとかもいらっしやって、そういう方たちに本当に無事に届ける、そのためには会社をしっかりと経営していかなければいけないというようなことですので、現在、おかげさまで150億円近い年商がありますけれども、それをより多くできて、そういった中で新しいビジネスだとか、経営をしっかりとしていきたいというのが今後の目標ですね。

——いよいよ2年後には70周年になりますけれども、やはりこのあたりからは、遠藤社長のカラーというのを出していききたいななんていう……。

(遠藤社長) 会社的に70周年を迎えられるっていうのは本当にありがたい話ですから、70周年、一つのきっかけとして、社員一丸となって何か大きな目標をそのときにつくって、しっかりとやっしていきたいなというふうに思いますね。

——ぜひ、新たな展開も楽しみにしたいと思いますので、これからもご活躍ください。

(遠藤社長) はい、ありがとうございます。

——「チャレンジ・ザ・ドリーム」、今日のトップインタビューは、ガソリンスタンドやLPガスの販売などを手がける前橋市の株式会社サンワの遠藤宗司社長に、FMぐんまのスタジオにお越しいただきましてお話を聞きました。それではここでもう1曲リクエスト曲をお届けいたします。松たか子の、映画『アナと雪の女王』より『Let It Go』です。これを選んだのはどうしてですか。

(遠藤社長) 松たか子さんっていうのは、私が本当に大学生だとかそういうところにトレンドドラマによくご出演されていた方で、ご結婚されてあまりお見かけはしていなかったんですけども、懐かしいなっていうふうな思いがありましたので、お願いしようかなと思いました。

——はい、今日はどうもありがとうございました。

(遠藤社長) ありがとうございます。

●信用保証協会からのお知らせ

国の創業補助金について

——ここからは、群馬県信用保証協会からのお知らせです。群馬県信用保証協会の栗原さんにお話を伺います。栗原さん、よろしくお願ひします。

(栗原係長) こちらこそ、よろしくお願ひします。

——この番組は、創業者や創業を考えている方々を応援する番組ということで、これまでこのコーナーでは創業に関するお知らせをいろいろお話ししていただきました。今日は、国による創業者向けの支援事業、創業補助金についてご説明いただけるとのことですので、よろしくお願ひします。

(栗原係長) はい、この創業補助金は、新たに創業する方を対象に、その創業等に要する経費の一部を助成する事業で、安倍政権による緊急経済対策として平成24年度にスタートしました。補助額の上限は200万円で、創業に必要な経費の3分の2が補助されます。国の認定支援機関と一緒に取り組むことが条件となっております。創業ばかりでなく、事業の後継者が業態転換や新事業・新分野に進出する、いわゆる第二創業も対象となります。

——これから創業を考えている方にとっては、とても魅力的な制度ですね。今年の募集はどのような状況でしょうか。

(栗原係長) はい、今年の募集は既に始まりまして、現在は第二次受付を行っています。受付の締め切りは6月30日となっています。なお、群馬県での受付窓口は、群馬県産業支援機構となっています。応募手続き等の詳しい内容につきましては、こちらまでお問い合わせください。

——創業にかかる必要な経費は、補助金だけでまかなうことは難しいですし、創業後のことも考えると、資金が不足するのではないかと思います。が、よい融資制度が用意されているんですね。

(栗原係長) はい、これまでの放送でもお伝えしてきたとおり、保証協会では、昨年4月から群馬県とタイアップした創業チャレンジ資金をご用意しています。この創業チャレンジ資金の大きなメリットは、ご負担いただく保証料を0.5パーセントと、低い保証料率でご利用いただけることです。さらに、保証協会の創業応援チームによる創業計画書作成のアドバイスや、創業後の経営相談も無料でご利用いただけます。

——創業補助金や創業チャレンジ資金を上手に活用して、群馬でたくさん創業する方が増えて、群馬がもっと元気になるといいですね。

(栗原係長) はい、そう願っています。創業をお考えの方、また、創業を考えていても、今一步踏み出せないという方、保証協会は中小企業の皆さまのパートナーとして、どんな小さなご相談でも親身になってサポートいたします。相談は無料ですので、安心して、そしてお気軽にご相談ください。「チャレンジ・ザ・ドリーム」、保証協会は夢の実現に向かって頑張るあなたを応援しています。

——栗原さん、今日はありがとうございました。

(栗原係長) ありがとうございました。

●チャレンジ企業紹介コーナー

増田煉瓦株式会社

「チャレンジ・ザ・ドリーム～群馬の明日をひらく～」後半は企業への訪問インタビューです。今日、ご紹介するのは、れんがを利用したピザを焼くための窯、ピザ窯の開発・製造販売で注目される、前橋市の増田煉瓦株式会社です。増田煉瓦は1917年（大正6年）の創業で、100年近く続く会社です。れんがというと、富岡製糸場で思い浮かべるような建物、それから花壇や塀などのエクステリアを思い浮かべる人が多いのではないかと思います。増田煉瓦では、新たな利用方法として、ピザ窯を研究・開発して注目されています。また、ピザやパンづくりも手がけるなど、事業内容を広げています。会社を訪問し、窯づくりという新規事業にチャレンジしてきた増田晋一社長に

お話を伺ってきました。

私は今、前橋市石倉町の増田煉瓦株式会社に來ています。増田社長、今日はどうぞよろしくお願い致します。

(増田社長) よろしく致します。

——敷地内には、れんががたくさん並んでいるんですけども、今ちょっと工場内に入ってきました。ここには窯が置かれています。で、この窯なんですけれども、ドラム缶ぐらいの大きな金属の上にドーム型の窯が載っているような、そんな形をしています。窯の中をのぞいてみると、れんがが組み立てられています。この窯なんですけど、どうやって組み立てていくのでしょうか。

(増田社長) 窯用のれんがをカッターで刻んで、ドーム型に整形して窯をつくります。

——ところで、ドラム缶みたいなこの下の部分というのは、これ、なんかレバーとか付いていますが、これは何ですか。

(増田社長) これはガスのバーナーをコントロールするつまみになります。

——ということは、この下の部分が要はガスで、熱の元、熱源になるわけですね。

(増田社長) そうですね。



——ここからは事務所に移動して、増田社長にお話を伺っていきます。あらためて、よろしくお願い致します。

(増田社長) よろしく致します。

——増田煉瓦は1917年の創業で、増田社長で四代目ということですが、もともと会社を継ぐつもりでいたんですか。

(増田社長) 会社を継ぐつもりはなかったんですね。

——なかった……。

(増田社長) 船の学校に行っちゃったりして、もう群馬には戻らないぞっていうつもりでいたんですけども、縁があって、群馬に戻ってきちゃいましたね。

——神戸商船大学をご卒業されて、その後、東京三洋電機にご勤務されていましたよね。

(増田社長) ええ。三洋電機では、冷蔵庫・エアコンなんかのコンプレッサーの設計をさせていただきました。

——その設計が、もしかすると今のお仕事にもかなり活かされているのかななんていう気もするんですけども。

(増田社長) 中国の経済特区でエアコンの指導をやっていたころがありまして、中国のカロリーメーター室って、れんがなんですよ。

——カロリーメーター室というのは、どういうものですか。

(増田社長) エアコンの性能を評価する部屋なんですね。

——そういったところで、何かひらめきとか……。

(増田社長) ひらめきでね、れんがの性能ばかり計算値で考えちゃったんですね。すると、なんかれんがってすごいぞっていうのをわかってきちゃいまして……。

——ええ。

(増田社長) そういえばうち、れんが屋だったよなと思ひましてね。で、ゆくゆく中国の人たちにこの仕事を教えていると、あと10年もしたら僕の居場所はなくなるだろうということで、三洋電機を辞めまして、父の会社のほうに無理やり入ってきました。

——無理やりというのは……。

(増田社長) ええ、もう廃業する予定でいたの、何で帰ってきたんだと。何も準備していないぞと、そういうことなんですね。

——そのときの会社の様子というのは、そうすると、どんな感じだったんですか。

(増田社長) そのときは、私が子どものころから世話になっていた職人さんたちがいて、もう結構高齢ですので、新しいことは何もできない状態でしたよね。本当に仕事をしながら次の柱になるものをどんどん考えていかないと、社員を養っていけないので、いろんな方にご迷惑をかけながら、お世話になりながらやらせていただきました。

——その中から、ピザ窯をつくろうと思われたわけですけども、これはどういったことがきっかけでつくろうと思ったんでしょうか。

(増田社長) うちのお客さまが、「れんが屋だから、ピザ窯つくれるよね」っていうことでお話しして、「つくれるんじゃない？」っていうことで軽く受けちゃったのが初めてですね。「前橋界限でピザ窯があるよ」とかっていう情報が入ってくると、それを見てください」と言ってみせていただいて、他社さんはこういうふうにつくっているんだっていうので、大体概要を見て、最初はまねから始まっているんですけども、まねをしたらこんな結果になっちゃったというのがわかって、自分でどんどん直して1号機を納めさせていただいたと。

——ご自身としては迷いはなかったんですか。

(増田社長) ええ、迷いはないですね。ほかがつくっているものって、誰かがつくればいいじゃないですか。うちでなきゃできないものをとにかくやらないと、中小零細なんていうのは本当に存在価値ないですから、ですから、「ほかがつくってないな」「まあ、このつくり方はほかもやらないな」っていうことを社員なんかと確認しながらね、そういった道をどんどん進めていくという方向です。——ほかがやっていないやり方という、それがきっと御社の特徴、強みになると思うんですけども……。

(増田社長) はい、ええ。

——一番はどんなところですか。

(増田社長) 一番は、結構大変な、れんがをみんな刻んで、で、ドーム型にするっていう、これは本当にいろんな方、うち、工業見学、同業にも見ていただくんですけども、「これはまねできないわ」っていう。

——ああ。

(増田社長) ええ。職人が自分の仕事に合わせて加工しているので、規格化できないという欠点もあるんですけども、それをしないことによって職人の技がどんどん広がっていくと。要はそこで、僕らは機械をつくるんじゃなくて、人をどんどん育てるようにしていますので、そういう技を使える若い子たちがどんどん育っていけるような環境づくりをしております。

——確かに若い方が多いですね。

(増田社長) ええ、そうなんです。で、若いのも自分なりの理由がありまして、今、ピザを焼いている方って、ほとんど若いじゃないですか。

——そうですね。

(増田社長) 大体30代前後ぐらいかな。その方々が、今、イタリアの職人さんって、結構高齢なんです。みんな、老眼鏡を掛けて日本に来て仕事をされているので。その方々が来なくなったら、「じゃあイタリアの窯はどうするの」って……。

——そうですね。

(増田社長) 「ええっ」って言ったら、「大丈夫」って、「うちがつくってあげるから」っていうので（笑）。



——今、ピザ窯の販売、製造販売を始めて、もう何年になりますか。

(増田社長) 17年ですかね。

——現在、県内外、どのぐらいの数のピザ窯を納品されているんですか。

(増田社長) 大体、年間で今、90基ぐらいですかね。

——年間で90。

(増田社長) ええ。

——トータルすると、もう1,000基とか……。

(増田社長) 1,000基は超えています。

——群馬県はもちろんですけれども、他県で言うと、どういったところが。

(増田社長) 他県で言うと、国内では北海道の層雲峡が一番北かな。先月、沖縄の北谷に、ヒルトンホテルさんのほうに入れていただいたりですね。

——北から南まで。

(増田社長) ええ。海外だと、もうじきオープンになるんですけど、ロシアのハバロフスクに入っていますし。

——海外もですか。

(増田社長) ええ。あとはシンガポールにも2基ほど入っていますね。

——どうやって製品というのを売り込んでいったんですか。

(増田社長) うち、営業いないんですよ。

——社長が営業をするんですか。

(増田社長) いや、僕も営業してないんですけど、幸いいい人間関係に恵まれたっていうだけだと思います。ロシアのお客さんなんか、発酵種屋さんの、酵母をつくっているメーカーさんからのご紹介で納めさせていただいた件とかですね、昔、飲食店で導入いただいた方が、今度はシンガポールに出すんだよということで、僕の窯をご指名いただいて、つくらせていただいたりですね。

——さて、ピザやパンの窯だけでなく、これを使ってつくったピザの専門店や、パンの製造販売なども手がけていらっしゃいますけれども、これはどんなお考えからですか。

(増田社長) 自分の窯がね、ちゃんと営業できるんだよという、それを実証するために、総社町にラ・ピッツェリアっていうのを平成19年にオープンさせてもらって、幸いつぶれることなく、ファンの方に盛り上げていただいて継続しております。

——そのラ・ピッツェリアっていうのは、もともと酒蔵だったところを、いわゆる古民家再生のような形で今、レストランとしてお使いになっていますけれども、ピザ窯を使い、実際にピザをお客さまに提供している、そんなレストランなんで

すよね。

(増田社長) そうですね。

——そのピザ窯を使ったピザがこれだけ人気なんだよというのを知っていただく、すごくいいチャンスでもあるわけなんですかね。

(増田社長) はい、そうですね、ええ。

——新規事業への挑戦がとても成功しておられる中で、その要因というのをどういうふうに分かっていますか。

(増田社長) オリジナル性を出して、なおかつ付加価値が取れて、で、使うことによってお客さまの収益が上がる、そういうようなパターンができると、おのずと動いてくるかなと思いますね。で、その中で、いろんなオリジナリティが出てくると思うんですけども、窯以外のところでも、こういったものを生地として使うか、そういったところも重要になってくると思いますので……。

——ピザ生地ですか。

(増田社長) ピザ生地ですね。例えば群馬県産の小麦で生地をつくっておりますので、群馬県産のものをPRできる。あるいは、東京のレストランの方ですと、イタリアの粉を入れた冷凍生地をこちらのほうでお作りして、群馬から送ったもので調理していただくとか。そういった特徴を出しています。

——それぞれの飲食店の差別化というところまでプロデュース、ある意味なさっているんですかね。

(増田社長) まあプロデュースまではいかないんですけど、その中の引き出しをたくさんつくって、選択するのはお客さまという形ですかね。

——そういった食材に合わせた窯をつくる……。

(増田社長) はい、そうです。

——ということなんですね。今後の目標もお聞かせいただけますか。

(増田社長) 取りあえずね、今、職人を増やすのが一番大事かなと思っているんですね。たくさんつくれないんですよ。たくさんつくれないから、まず、つくれる若い子たちをどんどん育てると。

——業務の拡大でなく、人材育成ですか。

(増田社長) 拡大しても、クオリティの悪いものをたくさん売っても駄目ですから、まず足元をしっかり固めて。で、毎年、若い子を数名採用していますので、そこからどんどん自分流のオリジナリティのある製品が出来る子たちをつくって、それが日本国内だけでなく、海外でも頑張れるようにね、まずそこからスタートして、どんどん拡大できればいいかなと思っています。

——これからも群馬発のピザ窯が全国に広がっていくことを楽しみにしております。

(増田社長) ありがとうございます。

——今日はどうもありがとうございました。

(増田社長) ありがとうございます。

——増田煉瓦の増田晋一社長にお話を伺いました。

●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、ガソリンスタンド、LPガスを軸に、時代に合わせて新しいチャレンジを続けている株式会社サンワの遠藤宗司社長へのトップインタビュー、そして後半は、ピザ窯の製造販売で注目される前橋市の増田煉瓦株式会社へ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ぐんまホームページの「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～」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ぐんま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～

【7月の放送のお知らせ】

平成26年7月3日（木）12:00～12:55

再放送 7月5日（土）8:00～ 8:55

ぜひお聞きください！