

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6月5日（第15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

星野物産株式会社

星野陽司社長

●群馬県信用保証協会からのお知らせ

創業チャレンジ資金の利用状況について

●チャレンジ企業紹介コーナー

三ツ葉楽器株式会社

◎アナウンサー 奈良のりえ

本社のあるみどり市で小麦粉などの製粉、乾麺の製造を行っているのをはじめ、そばを長野県小諸市で、パンを栃木県足利市でつくっていて、酒米の精米なども行っています。また、運輸や倉庫のグループ会社もあります。多くの事業を手掛ける星野社長に、経営に対するお考えなどを伺っていきます。また、番組後半は、これから夏に向けてイメージぴったりの楽器、ウクレレを製造している前橋市の三ツ葉楽器株式会社への訪問インタビューをお送りします。

●プロローグ

6月に入り、夏本番が近づいてきた感がありますが、皆さん、いかがお過ごしでしょうか。ご案内の奈良のりえです。

これからの時期、食事はさっぱりしたものがいいなというときにぴったりくるのが、うどんやおそばではないかと思いますが、うどんといえば、群馬県は原料の小麦の生産量が全国4位の土地柄です。群馬県の食文化は粉食とも言われますよね。今日のトップインタビューは、そんな小麦やうどんにも関係のある会社です。この「チャレンジ・ザ・ドリーム」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、上州手振りうどんで知られる、みどり市の星野物産株式会社の星野陽司社長です。星野物産は、1902年（明治35年）に旧大間々町で創業、1937年（昭和12年）に株式会社になりました。うどんのイメージが強い星野物産ですが、その事業は幅広く、

●トップインタビュー

星野物産株式会社

星野陽司社長

——上州手振りうどん知られる、星野物産株式会社の星野陽司社長にFMぐんまのスタジオにお越しいただきました。星野社長、どうぞよろしくお願ひします。

（星野社長） はい、よろしくお願ひします。

——星野物産は、明治時代の創業で、おじいさまの代から続いている会社ということなんですけれども、子どものころから会社の様子などを見て、星野陽司社長は育ったんですか。

（星野社長） 私が生まれたのが昭和24年です。当時から社員の人たち、100人以上いました。当時は工場と事務所が、また、その中に私どもの住まいがありまして、私が生まれたのは事務所の2階でございます。その後、社員と一緒に育ちまして、

現在、勤続64年でございます。

——勤続64年ということは、生まれた年から勤続年数ですか、社長？

(星野社長) そうです。

——もう、まさに会社とともに歩んできた人生ということになるわけですね。

(星野社長) はい。

【老舗企業の事業承継】

——その子どものころの会社の様子などで、思い出に残っていることってありますか？

(星野社長) 住まいの隣が社員の寮でございまして、住み込みの社員が多勢いました。そういう社員と一緒に食事をして、ときにはお酒をちよつともらったり、試しにたばこも教えてもらったり、いろいろ社会勉強も一緒にやってきました。

——もう本当にその100人の大家族のようですね。

(星野社長) そうですね。非常ににぎやかでした。

——そんなふうにもう、会社が、そこにあるのが自然にというふうで育っていった星野陽司社長なんですけれども、社長に、では就任されたのはいつになりますか。

(星野社長) 確か33歳だと思えます。当社はグループ経営をしております、当時、15社ほどありました。それぞれの会社には優秀な事業責任者がおりまして、その人から一つずつ会社を承継してきました。

——最初に就任された会社というのは、どのような業態の会社だったんですか。

(星野社長) 星野物産の小麦粉を使って、生麺、ゆで麺をつくる、前橋の会社でございます。学校を出てすぐに入った会社です。

——いくら自然にそれがあつたとしても、やはりそれだけの会社を背負うという意味では、大変なご苦労もあつたのではないですか。

(星野社長) それは別に会社っていうのはそれぞれの役割分担ですから、社長という役割を担うということですので、そんなに大げさなもんじゃなわけなんです。

——その後、平成3年（1991年）44歳のときに、星野物産の社長にも就任をされています。そう考えますと、もう何十年も社長業をなさっているわけですがけれども、その中でいろんな変化もあつたでしょうね。

(星野社長) 整理した会社が2社、合併とか譲渡した会社が3社。で、また新しく会社を興したのが2社ということで、グループ会社につきましても、事業環境の変化に柔軟に対応してきました。

——現在はグループ会社含めて、何社になりますか。

(星野社長) 今、13社ですね。

【製粉事業と製麺事業】

——ところで、星野物産といいますと、やはり皆さんもよくご存じなのは上州手振りうどんではと思うんですけれども、中心になっている事業は製粉事業なんですね。製粉ってどのような作業になるんですか。

(星野社長) お米は中の実が堅いので、皮を削る。小麦は中が柔らかいので、まず砕いて、ふるいに分けて皮を取り除きます。精米と製粉になります。小麦のほうは、5,000年前のエジプトの時代から続いてきているわけですがけれども、それぞれの地域で採れる小麦に合う食品がそれぞれの地域で生まれてきました。アメリカで採れる小麦はパンに、イタリアで採れる小麦はチャバタに、カナダで採れる小麦はパスタに、中国で採れる小麦はまんとうに、そういう中で、日本で採れる小麦は、うどんとか、まんじゅうに向いている小麦があつたので、うどん、まんじゅうが生まれたということになります。

——そうやって上州の粉食文化も育っていったんですね。

(星野社長) そうですね。

——そんな中、星野物産は国産、さらに言いますと、群馬県産の小麦をととても大切にしていっていらっしゃるんですが、地元の小麦を使う理由というのはどんなところにありますか。

(星野社長) 私どものほうは、アメリカ、カナダ、

オーストラリアと、そういう輸入の小麦も使っております。そういう中で、輸入小麦にない風味、香りを持った県産小麦というのが、外国産の小麦とブレンドすることによって、麺とか、おまんじゅうとか、お客さんに合った味になります。国産小麦と輸入小麦をブレンドし、お客さんの嗜好に合わせるかが、私どもの仕事になるわけです。

——ブレンド技術というのが、ひとつ、キーワードになってきますね。

(星野社長) そうですね。大手製粉の場合は大量生産方式ですけれども、私どものほうは多品種少量生産で、きめ細かくお客さんの嗜好に合わせた小麦粉をつくっております。

——だからこそ、また製麺業でも、おいしいヒット商品がたくさん出ているわけですね。

(星野社長) そうですね。例えば手振りうどんに合った小麦粉を製粉しているということでございます。

——これがやはり他社との差別化なんですか。

(星野社長) そうですね。きめ細かく、お客さんの味に合わせた小麦粉を製粉するというのが、私どものスタンスです。

——はい。では、そのあたりのスタンスについても、もう少し詳しく伺いたいので、1曲、お届けした後に、お話を伺っていきます。星野社長の思い出の曲をお届けしたいと思います。よくラジオはお聞きになっていたんですか。

(星野社長) そうですね。昔、高校生のころ、深夜番組をよく聴いていました。

——ということで、これはまさにその思い出の曲ですね。

(星野社長) はい。

——では、お送りしましょう。オールナイトニッポンのテーマ曲です。ハーブ・アルバートとティファナ・プラスで、『ピターズウィート・サンバ』。

【ヒット商品上州手振りうどん】

——「チャレンジ・ザ・ドリーム」、今日は星野物産株式会社の星野陽司社長にお越しいただい

ています。星野物産の中心的事業は製粉だということでしたけれども、上州手振りうどんに代表されるような、この乾麺の製造というのは、いつぐらいから行っていますか。

(星野社長) これはもう戦後、昭和20年代からやっています。製粉業と一緒に創業しています。乾麺というのは、奈良時代から続き、麺類の保存形態からすると一番古い商品でございます。戦後、かなり量産化が進んで、需要が増えましたが、その後、生麺、ゆで麺、即席ラーメン、冷凍麺と、常に新しい商品が出てきて、乾麺自体はここ50年間、ずっと減り続けてきております。そういう中で、製麺技術、乾燥技術、また小麦粉の改良など、もう一度ここで乾麺の美味しさが見直されております。乾麺というのは、干すことによって、麺のこしがしつかりとしたり、ツルツル感が増したりという効果が出てきます。特に細い麺のそうめん、冷麦、それからざるうどん、最近ではひもかわうどんなど、ざるで食べる麺が得意分野です。乾麺のここに注目して、商品開発をしてきております。——そういった中で、2007年に世界的な食品評価機関、モンドセレクションで、上州地粉手振りうどんが最高金賞を受賞しました。そして、その後も、黒鉄屋赤兵衛・黒兵衛の中華そば、信州小諸の七兵衛田舎そばと更科そばが次々に金賞を受賞。さらに、今年は上州ひもかわうどんが金賞を受賞していますね。

(星野社長) そうです。

——素朴な疑問なんですけれども、上州手振りうどんを含め、うどんの分野で、もうこれだけ人気の星野物産が、どうしておそばであったりとか、そういったラーメンとか、そういった分野も見始めたのかなと思ったんですけれども。

(星野社長) 手振りうどんの製造技術を、そばとか中華そばとかに応用展開してきたということでございます。

——その応用というのは簡単にできるものなんですか。

(星野社長) 簡単にはできないんですけど。

——ええ、じゃあ相当時間はやっぱりかかった

り。

(星野社長) そう、やっぱり試行錯誤はやっています。

——そういった中で、これほどの金賞という大きな賞を受賞されて、食のオリンピックと言われていてはものね、モンドセレクションって。

(星野社長) そうですね。

——これによって、やっぱりブランドのイメージというのが変わってきましたか。

(星野社長) やはりお客さんが選択する一つのきっかけにはなっているのかなと思います。

——それから、注目したいのが、ネーミングがユニークですね、商品の。

(星野社長) そうですね。商品の雰囲気、イメージ、それをお客さんに上手に伝えるということですね。

——味が命の業界ですけれども、社長ご自身も味にはやっぱりうるさいんですか。

(星野社長) やはり長い間、おいしいお店、おいしい商品を食べ続けてきたという中で、私の味覚が付いてきました。だからまあ、年の功ですね。

——もちろん、試作というのは幾つも幾つもあると思うんですけれども、その最後の決定というのは、では星野社長がなされているんですか。

(星野社長) 社員のいろんな声を聞きながら、最終的には私が決めるということですが、まずいものは誰でもわかるんです。美味しさというのはそれぞれの感性ですから、誰かが決めてあげないと決まらないと。責任者が決めるということですね。

——おいしいという決定って難しいですね。

(星野社長) それはまあ、最終的にはお客さんが決めるということなんです。要するに、売上高というのは通信簿ですから、商品の。売上高が商品の良し悪しの評価基準ですから。それによってやっぱり、マイナーチェンジは常にやっています。——では、ヒット商品である上州手振りうどんも、そのようにマイナーチェンジをしてきたんですか。

(星野社長) そうですね。やはり味覚、風味、ま

た求められる水準がレベルアップしておりますので、原料の小麦粉、それからつくる工程についても改善は進めております。

——もう、つくる工程も含めて改善なんですね。

(星野社長) そうですね。常に見直しをしております。



【久路保山荘ブランドと葛葉茶寮】

——ちょっと話は変わるんですけども、販売について少し伺ってきたいと思います。3年前、2011年に、みどり市の本社に京都風の素敵なお店を開設されまして、県産小麦でつくった麺を久路保山荘ブランドとして販売を開始されましたね。これは、星野社長、どんなお考えからでしたか。

(星野社長) 今、乾麺は家庭食、日常食として非常に地味な存在だと思います。そんな乾麺を、京都の雰囲気でちょっとおしゃれにして、ちょっとお化粧して、贈答品のお店なので、贈る気持ちが先様に伝わるようなギフト商品を始めました。

そして去年は隣に食事処の“葛葉茶寮”が出来ました。

——私も伺わせていただいたんですけども、こちらもすごく素敵なお店ですね。

(星野社長) はい、最初はシヨップだけだったわけです。食品ですから、見ただけじゃなくって、実際どういう味なのか、食べてみたいというお客さんがたくさんありまして、それにお応えする形で、今度は食べる場所も用意いたしました。“葛葉茶寮”という名前でございます。せっかくですので、京都の商家に伝わるおばんざいという料理を、うどんと一緒に楽しんでいただくという形に

なっております。

——去年、京都のおばんざいを取り入れた麺料理のお店、葛葉茶寮を開店なさったということで、いやあ、これはますますやっぱりお客さまの反応、反響というのを、次に結びつけていくという星野さんのお考えなのでしょうか。

(星野社長) そうですね。やはりおいしさを確認してもらって、そのおいしさを、今度は贈る気持ちの中に伝えていっていただければと思っております。

——これ、久路保山荘ブランドというこの久路保というのは、赤城山のことなんですか？

(星野社長) そうですね。万葉集の第15巻に東国の歌が集められています。で、その中で赤城山は当時、久路保の嶺というふうに言われておりました、その歌から名付けたわけです。

——このあたりも、やはりネーミングにこだわるという社長のお気持ちが込められた店舗名となっているようです。



【座右の書】

——お仕事の中でご苦労もあろうかと思うんですが、そういった中で支えになっていることはありますか。

(星野社長) 事業をする中で、いろんな苦労に遭います。いわゆるストレスです。仏教で言うと、四苦八苦という言葉になります。このストレスにいかに対処していくかが、仏教の教えになるわけです。私は大胡町の天台宗の室生貞信先生に般若心経を教えていただき、いかに対応するかというのを学びました。

——大切にしている言葉とか本などはあるんですか。

(星野社長) ありすぎて整理するのに大変なんですけど、幾つかちよつと紹介させていただきますと、一つが、『易経』というのがあります。

——易経ですね。

(星野社長) これは3,500年前の中国の帝王学でございます。占いの書ということになっておりますけれども、国を治める、天下を平安にするという政治学の基本の考えがこの中に述べられております。

——その中で星野社長はどんなことを学ばれたんですか。

(星野社長) 今でも使われる言葉がたくさんあります。「虎の尾を踏む」とか、「君子豹変する」とか、「虎視眈眈」とか、これは易の中に出てくる言葉であります。そのほかにも「窮すれば変ず、変ずれば通じる」と。いつまでも雨の日、続かないと。また、「積善の家には必ず余慶あり」ということで、普段の一つ一つの積み重ねがきつといつか報られる日が来ると。他にも現在にも通じる言葉がたくさんあります。

——そのほかにはいかがですか。

(星野社長) 『論語』があります。

——あ、高校時代に習いましたね。「師曰く」ですね。

(星野社長) そうですね。高校時代は『論語』が出てきたので、文系から理科系に鞍替えしております。

——ということは、漢詩・漢語は、あまりお得意ではなかったんですか。

(星野社長) 大っ嫌いだったんです。

——あらためて社会人になってから見直したわけですか。

(星野社長) そうですね。経営者としての一つの常識かなということで挑戦してみました。渋沢栄一の『論語の講義』に触れたわけでございます。幕末、明治維新、それから明治と、渋沢栄一の壮大なドラマが『論語の講義』という本の中で述べられております。読むのに約3年かかりましたで

すけれども。

——でも、それを3年かかってでも読みたいと思うほどのヒントが、リーダーとしてのヒントが、この『論語の講義』の中には込められているということなんですか。

(星野社長) 非常に興味深く、面白く読ませてもらいました。

——今、お話を聞いていますと、本当にいろいろな、上に立つためには自身を律して学ばなくてはいけないんだと思うのですけれども、そのほかにもやっぱり参考になさっている本などがたくさんおありのようですね。

(星野社長) もう一つが、『菜根譚』といいまして、これは明の時代の人の作品で、リーダーの心の漢方薬ということで、要するに処世の名言集でございます。例えば「徳は事業の基なり」「徳は才主にして、才は徳の奴なり」と。才よりも、人格をきちんとしましょうということとか、心迷わす欲や嫉妬心などから如何に自分の気持ちを離すかという心の持ち方。それから、逆境のとき、順境のとき、特に調子がいいとき、どういう気持ちの持ち方をしなきゃならないとか。それから、“氣”をいかに養うか、鍛えるかという考え方とか、そういうのが小さな文章で500幾つありますけれども、一つ一つ味わい深い言葉があるというのが『菜根譚』でございます。

——メンタルな部分というのは本当に大切だと思うんですけれども、やはりビジネスの戦略というものも、これは一つ重要な部分で、そういったことに対してのヒントになるような本もありましたか。

(星野社長) 孫子の中で経営戦略を知りました。

——孫子の『兵法』ですね。

(星野社長) そうですね。一言で言うと、タスクフォースにおける組織管理学ですね。

——こういった非常にもう、中国から何千年と伝わっているものというのには、ヒントがたくさんあるんですね。

(星野社長) そうですね。特に孫子の中で好きな言葉とすると、「正々の旗、堂々の陣」があります。

それから、リーダーとは智・信・仁・勇・嚴と5つの基本をきちんと身に付けなくてはならないとか、戦わずして勝つとか、「無法の賞、無政の令」という、経営にヒントになるような言葉がたくさん述べられております。組織管理の原型だと思います。

——リーダーというのは人間関係というのも大変重んじられると思うんですが、そのあたりを参考にしたものなどもあるんですか。

(星野社長) それはやっぱり『韓非子』ですね。組織の中で人間がどう考え、どう行動するかということのケーススタディ集であり、組織のリスク管理の原型になっております。

——常にやはりリーダーとして皆さんをまとめていくというのは、こういった学びを、学び続けなくてはいけないんだというのを、あらためて今、星野社長からのお話で感じたわけなんですけれども、社長ご自身がやっぱりこういったものを学ぶのがとても好きなんですか。

(星野社長) まあ、学ばざるを得ないと。学んだほうがいいと。知らないよりは知っておいたほうがいいと。

——また経営者としてはやっぱり体調を整える、健康でいなくていけないというのも、これも大切なことかと思うんですけれども、こういった部分というのは、社長は心がけていることはありますか。

(星野社長) そうですね、やっぱり心身とも健康であるというのが経営者の務めとっておまして、体のほうはゴルフで、気持ちは中村天風です。——ゴルフはどのぐらい前から始められたんですか。

(星野社長) 学校を出て、4～5年後だと思えます。40年のキャリアです。

——なぜゴルフを始めたんですか。

(星野社長) 特に大きな意味はなく、何となく、周りで始めたので。まあ、体を動かすことが好きで、ゴルフというのはどんなもんかいなというのでやってみたところ、芝生の上を歩くという爽快感が良かった。また意外にルールとか、それから

人との付き合いとかで自己研鑽ということにもなるかなということで、競技会の世界で少しゴルフを付き合ってみただけでございます。

——もともとスポーツは何かされていたんですか。

(星野社長) ラグビーとスキーをやっていたので、走り回るのは得意なので。

——ラグビーにスキーですと、ちょっとゴルフだと最初は物足りないような感じではなかったですか。

(星野社長) でも最初のころですから、球があつち行ったり、こつち行ったりして、運動量は十分確保されておりました。

——今も結構回ったりされるんですか。

(星野社長) 健康維持ということで、ほどほどにやるように努めています。



【起業家へのメッセージ】

——最後に、これから起業を考えている人や、新しい事業に挑戦しようとしている人へのメッセージの意味も込めてお話いただければと思いますが、挑戦するために大切なことは何だと思えますか。

(星野社長) それはもう常に山あり谷ありで、良い時もあるし、悪い時もあると。荀子の中に一つの言葉があります。

——荀子ですね。

(星野社長) 「窮して苦しまず、憂えて意衰えず、禍福の終始を知って惑わず」と。要するに過ぎ去ったことは引きずらないと。何事も明るくポジティブにと。そういう中で苦労苦難もあるわけですが

れども、これは将来の飯の種ということで前向きにとらえて、苦労苦難も楽しみに変えていくという気持ちを心がけております。

——今日は星野社長の心に刻まれている大切な言葉もたくさん教えていただきました。きつとりスナーの皆さんの中でも、「あ、この本、ちょっとひも解いてみたいかなあ」とか、「もう一度学び直したいかなあ」なんていう、そんな背中を押してもらったという方もいらっしゃるのではないかなと思います。ぜひ、これからも群馬の、そして日本の粉食文化のために、さらなる躍進を遂げますことを心よりお祈りしております。「チャレンジ・ザ・ドリーム」、今日のトップインタビューは、星野物産株式会社の星野陽司社長にFMぐんまのスタジオにお越しいただき、お話を伺いました。星野社長、どうもありがとうございました。

(星野社長) はい、どうもありがとうございました。

——それではもう1曲、星野社長からリクエストをいただきましたナンバーをお届けします。サイモン&ガーファングルの『サウンド・オブ・サイレンス』です。星野社長、あらためまして、ありがとうございました。

(星野社長) はい、ありがとうございました。

●信用保証協会からのお知らせ

創業チャレンジ資金の利用状況について

——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。

——保証協会では、これまでの放送でお伝えしてきたとおり、昨年度から創業応援チームの拡充や、「創業計画サポートガイド」の改訂版の発行、さらに、群馬県とタイアップして保証料を割引した制度「創業チャレンジ資金」の取り扱いをスタートするなど、特に「創業支援」に力を入れていますよね。1年余りがたちましたが、これまでの「創業チャレンジ資金」の利用状況はどのよう

になっていますか。

(栗原係長) まず、当協会が取り扱っている創業に関する各種保証制度の利用実績からお話しします。昨年度1年間で267件となり、その前の年と比べて110%と、1割増加しました。そのうち、ご質問いただきました、群馬県とタイアップしてつくった「創業チャレンジ資金」の利用実績は65件となっています。今年度に入っても、4月の1カ月間で8件、昨年度の1.5倍と、活発にご利用いただいています。これからも積極的にご利用いただければと思います。

——この「創業チャレンジ資金」ですが、もう一度利用するメリットについて教えていただけますか。

(栗原係長) はい。この資金の一番のメリットは、ご負担いただく保証料を0.2%引き下げして、一律0.5%と低い保証料率でご利用いただけることです。さらに、創業計画書作成のアドバイスから創業後の経営相談まで、無料でご利用いただけます。

——保証協会が推奨する「創業チャレンジ資金」を活用して、群馬でたくさん創業する方が増えるといいですね。

(栗原係長) はい、そう願っています。保証協会の創業応援チームが、創業チャレンジ資金のご利用にあたり、創業計画書作成のアドバイス、お客さまが希望する金融機関への橋渡し、そして創業後の継続的な経営相談など、親身になったサポートを行っています。創業をお考えの方、また、創業を考えていても今一歩踏み出せないという方、ぜひ一度、保証協会の「創業応援チーム」に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、今日はどうも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

三ッ葉楽器株式会社

「チャレンジ・ザ・ドリーム～群馬の明日をひらく～」後半は新しい挑戦やユニークな取組をしている企業、急成長企業などへの訪問インタビューです。今日ご紹介するのは、これから夏に向けてイメージぴったりの楽器、ウクレレを製造している前橋市の三ッ葉楽器株式会社です。三ッ葉楽器では、フェイマスとゼファーというブランドでウクレレをつくっていて、月に1,400本を生産する国内唯一のウクレレ量産メーカーです。ハワイの楽器、ウクレレのメーカーが前橋にあることだけでも意外に感じるかもしれませんが、もっと驚くことに、近々本場ハワイに進出する計画もあるそうです。そこにはどんなストーリーがあるのでしょうか。三ッ葉楽器を訪問し、大澤茂社長にお話を伺ってきました。

私は今、前橋市上大島町の三ッ葉楽器株式会社に来ています。この辺りは木工団地と呼ばれ、材木や家具など、木工関係の会社が集まっていた場所で、その一角に三ッ葉楽器があります。今、製品が展示されている部屋にいるんですけど、たくさんの種類のウクレレが並んでいます。大澤社長、どうぞよろしくお祈いします。

(大澤社長) はい、今日はよろしくお祈いします。——なんと、ウクレレにぴったりのアロハシャツを今日はお召しになっています。ウクレレの魅力にたっぷりと迫っていきたいと思います。では、早速なんですけど、どんな音色なのでしょう。奏でいただけますか。

(大澤社長) はい。(演奏を披露)

——うわあ、エルヴィス・プレスリーの映画の主題歌としても大変有名な、この『ブルーハワイ』を即興で演奏していただきました。もう今日は、アロハというところからスタートしたほうがいかにもかもしれませんね。たっぷりお話を伺わせてください。どうぞよろしくお祈いがいします。

(大澤社長) お祈いします。

——さて、このウクレレなんですけれども、どのようにつくられているのでしょうか。社長、今日は工場も案内していただけますか。

(大澤社長) はい、わかりました。



——さて、工場に来ました。工場を入りましてすぐのところに、30センチぐらいの長さの木がたくさん積んであります。大澤社長、これはどのような部分に使うものですか。

(大澤社長) はい、これはウクレレのネックの部分に使われる材料で、これがいろいろ加工しまして、ネック材になります。

——そして工場内に入ってきました。いろいろ分かれて作業が行われています。そして、工場内は木のとてもいい香りがしています。こちらでは、今、何をしているんですか。

(大澤社長) 先ほどのマホガニー材を、奥の機械であらかじめ荒削りしたものを、最後にここで仕上げている状態ですね。

——機械で木にやすりをかけているというようなイメージで整形されているわけですね。

(大澤社長) はい、そうですね、はい。

——弦を押さえるところ、ネックがこうやっとなめらかに作り上げられていくんですね。

(大澤社長) そうです、そのとおりです。

——続いて、ウクレレのまさにボディ、胴体の部分ですね。その部分を今、形を整えているという場所に、工程に来ています。

(大澤社長) ここは最後のお化粧ですね。塗装作業の工程です。

——先ほど、それぞれ、まだ別のものだったボ

ディとネックが一つに完成して。

(大澤社長) はい、最後に表面に塗装を吹き付ける作業でございます。

(大澤社長) はい、ここは塗装が仕上がって、全部パーツがもうセットされて、最後の検品作業になります。弦の張り具合を全部チェックしまして、音の良さしを判断する検品作業です。

——今、息子さんの祐介さんが、最後のチェックをしております。お話を伺ってみましょう。どんなことに気をつけて最後の検品チェックは行われるんですか。

(大澤祐介さん) 取りあえず目につくところの傷がないとか、楽器として機能しないのがないか、それを確認しています。楽器として機能しないやつっていうのはほとんどありませんけれども、一応確認のために一度音を出しておく、そんな感じでございます。

——こちらの、今日仕上がったばかりのウクレレの音色はいかがでしょうか。

(大澤祐介さん) そうですね。いつもどおり、バツチリでございます。



——ここからは事務所に移動して、再び大澤社長にお話を伺っていきます。あらためまして、よろしくお願ひします。

(大澤社長) はい、よろしくお願ひいたします。

——大澤社長、率直な疑問なんですが、ウクレレというと、もともとはハワイの楽器ですよね。

(大澤社長) はい、そうですね。

——それがなぜ前橋で生産されるようになったんですか。

(大澤社長) 私たち、もともと木琴という楽器を昭和22年からつくっておりました。で、木琴は小学生が使うもので、夏場になると夏休みに小学生、なくなって、売上がゼロになってしまうんですね。そのために、夏場対策で夏はウクレレだということで、昭和30年からウクレレづくりが始まりました。

——ウクレレはブームが来ていたんですか。

(大澤社長) はい。戦後間もなくハワイブームっていうんですか、私たちの先輩たちがこそってハワイに旅行に行ったりしていたわけですね。で、持ち帰って楽しんだのがウクレレだったということで、当時はもうすごいウクレレ、ハワイアンブームですか、があったそうです。

——ということは、売れ行きは順調でしたか。

(大澤社長) はい、そうですね。当時、日本であちこちでたくさんウクレレをつくっているところがありました。で、私どもはアメリカ向けにかなり輸出もしました。1日100本ペースでつくられたということで、先代から聞いております。

——その後、ウクレレ、ハワイブームというのは、ずっと続いていきましたか。

(大澤社長) はい、ところが、そう簡単なものではなくて、1960年代に入りますと、ビートルズ、ベンチャーズっていう音楽家が外国から入ってきました。それで持ち込んだのがエレキギターですね。で、もう、その時代からエレキギターの時代、グループサウンズの全盛期になったわけですね。

——と同時に、ウクレレの生産量に関しても、やはり陰りが見えてきたわけですか。

(大澤社長) はい、そうです。約20年間、氷河期っていうんですか。売れない時期が続きました。1カ月の注文が30本とか50本っていう、そういう状態に激減いたしました。

——そういう中でも、生産を続けられましたよね。

(大澤社長) はい。

——これはどういった理由からですか。

(大澤社長) はい、私の前の、今、会長をしています金井孝志が、「うちでやめてしまったら、ウク

レレが日本から消えてしまう」と、そういう危機感を持っていて、どうにか続けました。当時よかったのは、私ども、別の部門の家具をつくってしていました。会社の経営が、家具のほうで何とか経営ができていたということがあって、ウクレレが激減しても会社として存続ができたということで、今きております。

——いつ、そのウクレレの氷河期が終わるかというのは全くわからない状態で、それでもなおかつ、ウクレレを続けていこうと思ったのはどうしてでしょう。

(大澤社長) はい、先ほど申し上げました金井孝志が、ある音楽教育雑誌を見ました。特殊教育にウクレレを使ったという記事を見まして、それで何かこう、障害のある子どもたちが、ウクレレによって心を開いたり、いいほうに向いたということの記事を見まして、それじゃあやっぱり続けなくちゃいけないということで、継続を決断したそうです。

——そんな中、ウクレレの生産がまた以前のようになるように、何か手を打ったんですか。

(大澤社長) はい、今考えますと、その売れない時期が、逆に今考えてよかったかなという気がします。それは、当時、工場長を携わった石原等さんという方がいまして、その方が自ら音楽をやる方で、売れない時期にアメリカのギターメーカーのマーティン社のウクレレの音を聞きながら、どうしてこんないい音がするんだろうと、もう日夜勉強をしていたそうです。そんな中、平成に入りますと、相撲取りの小錦さん、それからドリフターズの高木ブーさんが、テレビ、メディア等でウクレレの音を奏でるようになりまして、で、一番よかったのは、NHKの教育テレビで高木ブーさんのウクレレ講座が始まりました。それをきっかけに、平成になりまして、また爆発的な需要がありました。で、そのときに、いきなり、30本、50本の生産の状態から、いきなり1カ月1,000本の単位の生産が必要になったわけですね。で、機械もありました、従業員もまだ残っていましたので、もう数カ月のうちにいきなり1,000本つくること

ができました。ところが、そのよかったのは、その20年間売れなかったときに研究した成果、過去に20年前につくったウクレレとはもう全然比べものにならないほどいい音の出るウクレレができ上がっていました。まあ、そんなのがよかったのかなと思います。

——ウクレレは、やはり自社で開発するんですか。

(大澤社長) はい、やはりいろんなプレーヤーさんの意見を聞いたりしているわけなんですけど、それでもやはり、我々中小企業、勉強にも限度があります。そのために、群馬県の産業技術センターさんの支援を頂いたり、それから地元の大学であります前橋工科大学にシステム生体工学という科がございまして、いい音っていうのはどういうものだろう、人間がどういうふうに音を感じるだろうという、そういう音の勉強を今、しております。——そして、いよいよ本場ハワイに進出するそうですね。

(大澤社長) はい、そうです。このウクレレっていう楽器は、もともとハワイで生まれた楽器です。使われている素材が、マホガニーっていう材木と、ハワイアンコアっていう材木、2つに大体分かれます。で、やっぱりハワイで生まれた楽器ですから、ハワイアンコアっていうマメ科の植物が使われるんですが、これはやはり今、ハワイ諸島の中でハワイ島にだけ自生する木ですね、植物。それはやはり日本でも手に入るんですが、とても高価な値段になってしまいます。そのために、自らハワイに行って自分で材木の調達もしたいということと、それと、本場ハワイでウクレレの技術を勉強したいということがありまして、ハワイに、おかげさまで1月3日に法人を設立いたしました。これからいろんなことを活動する準備に入っております。

——では、あらためまして、今後の目標についてもお聞かせください。

(大澤社長) はい、そうですね。せっかく私どもが前橋で根付きましたので、ぜひ、「ウクレレのまち前橋」、また、「ウクレレのまち群馬県」を目指

して、特徴あるものをつくりながら、群馬県から世の中にウクレレ文化を発信したいと思っております。

——今日は三ッ葉楽器株式会社の大澤茂社長にお話を伺いました。大澤社長、ありがとうございました。

(大澤社長) はい、ありがとうございました。

●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、上州手振りうどんで知られる、みどり市の星野物産株式会社の星野陽司社長へのトップインタビュー。そして後半は、国内唯一のウクレレ量産メーカーで、本場ハワイへ進出する前橋市の三ッ葉楽器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～

【8月の放送のお知らせ】

平成26年8月7日(木)12:00～12:55

再放送 8月9日(土) 8:00～ 8:55

ぜひお聞きください！