

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8月7日（第17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

正田醤油株式会社

正田隆社長

#### ●群馬県信用保証協会からのお知らせ

創業応援チームと創業計画サポートガイド  
について

#### ●チャレンジ企業紹介コーナー

有限会社黒田人形店

#### ◎アナウンサー 奈良のりえ

### ●プロローグ

ご案内役の奈良のりえです。夏祭りや花火大会などで浴衣姿の女性を見かける時期になりましたが、最近はいろいろな柄があるんですね。アンティーク調、パステル、斬新な大柄と、バリエーション豊かです。伝統的な着物と新しいデザイン。今日のトップインタビューは、この関係にちょっと似ているかもしれません。前橋市にある陸上競技場「正田醤油スタジアム群馬」でもその名を知られている、館林市の正田醤油株式会社の正田隆社長です。正田醤油は明治初期に創業し、140年の歴史がある会社で、国の登録有形文化財になっている建物もあります。商品の醤油は日本の伝統的な調味料ですし、歴史や伝統という言葉が似合う会社ですが、実は新しい挑戦を続けてきている会社でもあるんです。伝統的な業界で新しさを求める理由や具体的な取組などについて、正田隆社長にお話を伺っていきます。また、番組後半は、

木製のおもちゃで差別化に成功している前橋市のおもちゃ屋さん、有限会社黒田人形店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

正田醤油株式会社

正田隆社長

——正田醤油株式会社の正田隆社長にFMぐんまのスタジオにお越しいただきました。正田社長、どうぞよろしくお願ひします。

（正田社長） よろしくお願ひします。

#### 【明治時代創業の老舗企業】

——今日はピンクのストライプのシャツをお召しになって登場ということなんですけれども、正田醤油は1873年（明治6年）の創業で、隆社長が7代目の社長ということですが、会社のルーツはどこにありますか。

（正田社長） 江戸時代にさかのぼりますと、群馬の穀倉地帯で取れた麦とか米とか、そういうものを扱う米穀商をやっております、いろいろ投機的な商売だったものですから、幕末の動乱でだいぶ投機に失敗をしまして、それで明治6年にメーカーのほうがいいだろうということで醤油に転業しました。もともとは、麦とか米とかの穀物ですから、醤油の原料になるようなものを扱っていたわけですね。

——去年、140周年を迎えまして、老舗と呼ぶに値する歴史と思うんですけども、醤油業界の中でも歴史が古いほうになりますか。

**(正田社長)** 今、醤油屋さんというのは全国に1,500~1,600社ぐらいあるんですけども……。

——そんなにあるんですね。

**(正田社長)** ええ。たぶん半数は江戸時代に創業しているんじゃないかと思われれます。まあ醤油ですとか、日本酒ですとか、そういう昔ながらの発酵食品にかかわるところっていうのは大体、江戸時代に創業されているところが多いと思います。当社は、先ほど申し上げたように明治ですので、どちらかという、新参者というほどでもないですけども、若いほうだというふうに思っております。

#### 【生い立ち、そして社長就任へ】

——正田社長は館林のご出身ですか。

**(正田社長)** はい、中学まで館林で親と一緒にいたんですけども、高校からちよつと親元を離れて好き勝手にやっておりました。

——隆社長が子どものころの会社の様子というのは、どんな感じだったんですか。

**(正田社長)** たぶん多くの皆さんが、お醤油屋さんという、木のおけがいっぱい並んでいて、職人さんが大きな棒でもろみをかき混ぜているとか、そういうイメージをお持ちだと思うんですが、私の小さいころは、まさにそういう情景が工場の中にありまして、木のおけに、もろみがいっぱい入って、それが何十個も並んでいるという光景が今でもよく覚えております。その後、会社に入るタイミングで、だいぶ当社の様子も近代化されていまして……。

——つくり方も変わってきたということですね。

**(正田社長)** そうですね。基本的にお醤油のつくり方というのは同じなんですけれども、人の工程を機械が代わりにやるような仕組みがどんどん新

たに開発されていまして、今まで手作業で何十人もかけてやっていたような工程を、ロボットのよう機械で行うことで、余った人員をほかの仕事に回すようなことができるようになりましたね。

——隆社長が入社したのはいつですか。

**(正田社長)** 1983年ですので、30年ぐらい前になります。

——そのときからお醤油というのは個人の皆さんに向けて発信するような形の業態だったんですか。

**(正田社長)** 当社は、昔から、個人というよりは、業務用ですとか、加工用、つゆのメーカーさんだとか、たれのメーカーさん、あと、おせんべい屋さんだとか、そういうところにタンクローリーとか大きくバルクでお届けするような商売を中心に伸びてきております。家庭用も多少はやっていたんですけども、冒頭申し上げたように後発メーカーだったものですから、なかなか先発のシェアを取るのが難しかったことから、そういうちよつと新たな業種にチャレンジしていったところがあります。

——業務用が柱、というのが一つの特徴であり、また、醤油以外の商品というのも多数扱っていらっしゃるんですね。その辺の原点というのは、やっぱりこのころにあるんですね。

**(正田社長)** そうですね。あまり醤油だけにこだわっていてもいけなかったので、醤油を使った加工品ですね。たれ類、めんつゆですとか、冷やし中華のたれだとか、そういうものに割と早くからかじを切っていくまして、現在では売上の4分の3ぐらいがそういう液体調味料で、いわゆる単体のお醤油は4分の1というような売上構成になっています。

——2007年に社長に就任されましたけれども、社長就任時にどんなことを隆社長はお考えになりました？

**(正田社長)** あまりガツガツやるタイプではないので、社員とよくコミュニケーションを取りなが

ら、いい方向に全体のかじを取っていかうという  
ような、その辺を意識するようにしました。です  
から全社員と1対1の面接というか、話し合いを  
やってみたりですとか、社員とのコミュニケー  
ションは心がけるようにしております。

——それは、やはり就任されたときに、もっと  
社内でのコミュニケーションをよくすることが大切  
だなというのを実感したからですか。

**(正田社長)** そうですね。今は360人ぐらい社員  
がいるんですけども、恥ずかしい話、全員と話  
したこともないですし、顔と名前が一致しないと。  
昔からいる方はわかりますけれども。そういうの  
はちょっとどうなのかなと思って、まずは全員と  
面談をしました。本音が聞きだせるかどうかとか、  
そういうことは難しいと思うんですけども、私  
はこんな人ですよと、どっちかというこつちを  
知ってもらおうかなというようなことを考えなが  
らお話をしていましたけどもね。

——やっぱりフェイス・トゥ・フェイスで話を  
するという中で、信頼関係が生まれていたりと  
か、そういったことが今後大切だという思いが隆  
社長の中におありだったんですね。

**(正田社長)** そうですね。はい。

——業績も大切だけれども、まずは社内でのコ  
ミュニケーションをよくしようということを、就  
任されたときになされたわけですね。

**(正田社長)** はい。

### 【ネーミングライツの取得】

——皆さんもよくご存じだと思うんですけど  
も、前橋市にございます正田醤油スタジアム群馬。  
県立敷島公園県営陸上競技場の愛称命名権、いわ  
ゆるネーミングライツを取得してこの名前を付け  
たのが、社長の就任の翌年、2008年のことだ  
りけれども、これはやはり社長のアイデアからで  
すか。

**(正田社長)** そうですね。まあ、ちょっと社員か  
ら「こんなのがありますよ」と言われて、試しに  
アプライしたんですけども、当社、業務用中心

なものですから、正田醤油という名前がそうあ  
まり広く知れ渡っていないと思ひまして。一度、当  
社の知名度調査なんかもちよつと陰でやったこと  
があるんですけども、50歳以上ぐらいの認知  
はそこそこあるんですけども、それ以下は、特  
に若い世代の認知度は低かったというのもありま  
すので、ちょうどJリーグのサッカーチームの本  
拠地だと、当社の知名度の低いところにうまく  
ヒットするかなと思ってやってみました。

——反響はいかがですか。

**(正田社長)** おかげさまでいい手応えがあると思  
ひます。

——今、お話を聞いていきますと、社員の方か  
らこういう声が挙がったというところでは、やっ  
ぱり社内でのコミュニケーションをとるのをお考  
えになった社長のお気持ちか、きっと社員の方々  
にもつながって、こういったアイデアになって  
いったんではなかうかね。

**(正田社長)** そうですね。まあ、そういうことで  
すね。

——個人消費者へのアプローチというところ  
では、多くの、特に若い方が正田醤油を知るきつ  
かけにもなったと。

**(正田社長)** はい。

——ちなみに県内の県有施設でもこのネー  
ミングライツを取得したのは初めてという意味では、  
インパクトもおありだったのではなかうかね。

**(正田社長)** そうですね。新聞の扱いも、ずいぶん、  
初めてというところを強調されていたような記憶  
があります。

——それでは、この後は正田醤油の新たな取  
組なども伺っていきたいと思うのですが、その前  
に1曲、隆社長の思い出の曲をお願いしたいと思  
ひます。これはどのような1曲ですか。

**(正田社長)** 大学生のころからジャズは好きで、  
レコードもずいぶん買いましたし、いろんな有名  
なミュージシャンが来日すると、そのコンサート  
に必ず行くようにしていました。で、武道館でや  
ったジャコ・パストリアスという、当時ちよつと変

人と言われていたジャズベーシストなんですけれども、その素晴らしいライブが非常に印象的で、何年かたってからレコード化されましたので、当時を懐かしむ意味で本当によく聴いている曲でございます。

——それではお送りいたします。ジャコ・パストリアス、82年の日本武道館でのライブアルバムからです。『ソウル・イントロ～ザ・チキン』。



#### 【醤油の国際化へ向けた取り組み】

——醤油の市場といいますと、日本国内だけなのかというイメージもあるんですけども、海外への輸出も行っているそうですね。

**（正田社長）** 今や日本のお寿司ですとか、いろんな和食というのが海外からも強く評価をされていまして、特にヘルシーだということですね。やっぱり日本人の平均寿命は長いですし、非常に体に優しい食ということで認められてきていますので、海外からの引き合いというのも非常に多くなってきています。

——その時代の変化というのは、どのぐらい前から、社長、感じられましたか？

**（正田社長）** アメリカが一番早く火がついたと思うんですけども、これが30年ぐらい前からじゃないかなと思います。照り焼きですとか、そういう日本語が英語として共通語のようになっていったのが30年、20年ぐらい前ですね。その後、ヨーロッパに移っていきまして、今ではオーストラリアですとか、そういうところ、欧米には日本の食として、お寿司屋さんは大体大きい都市にはある

ような感じだと思います。

——そういった中でイギリスにも工場があるということなんですけれども、これはどういったいきさつで工場をこちらに持つことになったんですか。

**（正田社長）** かねてより、やはり一度は海外の事業、現地生産にチャレンジしようというのは思っていたんですけども、10年ぐらい前に、イギリスのウェールズというところにある小さな食品の調味料の工場があったんですけども、そこに技術提携を最初に行いまして、日本のお醤油のつくり方を教えてあげたりとかしていたんですが、その後、そのオーナーの方からお話があって、「会社を買ってくれないか」と言われまして、そのまま買うことにいたしました。

——例えばイギリスの方に受け入れられやすいとか、そういったところの研究とかはされたんですか。

**（正田社長）** イギリスでつくったお醤油は、オーガニック、有機原料でつくるお醤油ですね。

——有機醤油ですか。

**（正田社長）** はい。で、これはやっぱりヨーロッパは有機食品に対する考え方が非常に先進的なものがありまして、スーパーとかに行きますと、どんな商品でも有機のものと有機じゃないものが並んで置いてあるような。

——ああ、そうなんですね。

**（正田社長）** で、値段も、日本で言うところと有機のものって倍ぐらいするようなお高いイメージがありますが、ヨーロッパはだいたい有機が普及している関係か、そんなに差がないので、どうせなら有機を買おうかなというようなお客さまが多いような気がします。

——イギリスでは、お醤油というのはどんなふうに使われていますか。

**（正田社長）** 主にはお寿司とセットで使われることが一番多いと思います。今、イギリスのスーパーマーケットとかに行きますと、大体お惣菜のコーナーで、サンドイッチのフェイスと同じぐらいの

ボリュームでお寿司のお弁当は売っています。

——ああ、そうなんです。では、外食でちょっとぜいたくをするためにお寿司を食べるというより、もう皆さんの中ではポピュラーというか、スタンダードな食べ物になっているんですか。

**(正田社長)** そうですね。ランチボックスの一つとして。

——そうですか。そういう意味では、必ずと言っていいほどお醤油は必要ですね。

**(正田社長)** そうですね。

——そういったところで、ヨーロッパの需要というのも伸びていったわけですね。

**(正田社長)** はい。

#### 【新商品の開発】

——醤油を海外に売り出す一方、アメリカのタバスコメーカーと業務提携をして、タバスコの輸入や新商品の開発なども行っていますよね。

**(正田社長)** はい。タバスコというのは、皆さんご存じだと思うんですけども、イタリアのメーカーではなく、アメリカのメーカーです。日本ではピザですとか、スパゲッティですとか、そういうものに必ずセットのように使われていますけれども、アメリカではあまりそういう使われ方はしないで、お肉料理ですとか、卵料理ですとか、そういうものによく使われているんですが、ちょっとしたきっかけでタバスコの本体の方との関係ができて、日本でもうちょっとタバスコの使い方を広げてくれないかと、そういう宿題を頂きました。じゃあもう少しタバスコってというのはいろんな用途があるんだよってというようなことをお知らせするような、いろんな商品と一緒に開発させていただきました。

——そうなんです。商品開発も、もちろん一緒になさっているわけですね。

**(正田社長)** そうですね、はい。

——でも、お醤油とタバスコって接点ってありますか？

**(正田社長)** タバスコも発酵食品なんです。唐

辛子を塩で漬けて、それを何年か漬けておくんです。そうすると、酢酸発酵します。それにお酢を入れて、ああいう辛い液体ができるので。醤油も発酵食品ですから、発酵食品同士の相性っていうのは非常にいいんじゃないかなというふうに思っています、そんなことででき上がったのが、スパイシー醤油という。

——そうなんです。これはいったいタバスコなのか、お醤油かな、どっちのカテゴリーなのかって私、悩んだんですけども。

**(正田社長)** あれですと、本当にお肉料理でも何でも、醤油を使うのと同じような感じでお使いいただけます。

——これはもう、タバスコファン、醤油ファンからしてみると、一度はちょっと試してみたい味ですね。

**(正田社長)** そうですね。ぜひよろしく願いいたします。

——本当にさまざまな新商品の開発なども積極的に行っているという事なんですけれども、そのほか新しい試みとしては、文右衛門蔵という名前でおとし、2012年ですね、通販の専用ブランドを立ち上げましたね。

**(正田社長)** はい。この文右衛門というのは、正田家代々襲名していった名前です。3代文右衛門が醤油を始めています。で、当時のやはり創業の志というか、今にお届けしようというような原点ともいえる名前をもう一度現在に復活させて、こだわったというか、当時の日本で取れた国産……明治時代は国産原料ですから、当然そういう原料ですとか、当時のつくり方に近いつくり方で、お醤油をつくってみました。

——これを通販限定にしたっていうのは、何か意味があるんですか。

**(正田社長)** お客様と直接お話ができやすいですね。スーパーさんをお願いして売っていただくものもありますが、なかなかお客様の声が直接は聞きづらいので。通販ですと、本当に電話でマンツーマンでご注文いただけるので、これは

やっているほうも楽しくやっています。

——いろいろな反響が来るわけですね。ところで、隆社長はアメリカにも留学経験があるということですね。

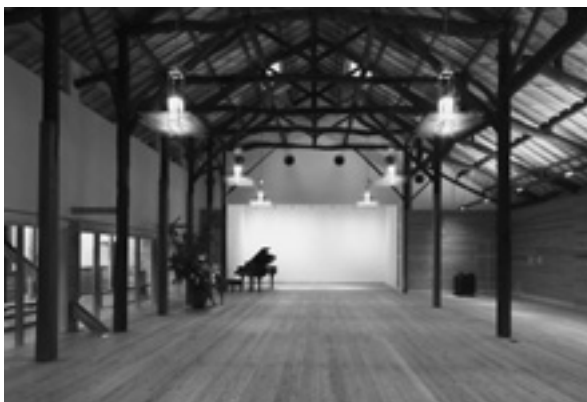
**(正田社長)** 1985年から1987年ですね。オレゴン州、西海岸ですが、カリフォルニアの上のオレゴン州にポートランドという町がありまして、割と風光明媚ないい町なんですけれども、そこに一応ビジネスを勉強に行っていました。

——それは会社に入社をされてから、もう一度ビジネスを勉強するために行ったんですか。

**(正田社長)** はい、そうですね。

——そこで見た日本というのは、どういうふう  
に隆社長、見えましたか。

**(正田社長)** 日本人って、案外やっぱり自分のことを知らないなという。日本の文化ですとか、そういう素晴らしいものがあるのに、あまり気付いてないっていうか。いつも身近にあると気にしないっていうことだと思えるんですけども、やはり海外に行くと、日本の歌舞伎がどうだとか、そういうことを質問されるアメリカ人の方が大勢いらっしゃいますし、結構、文学ですとか、そういうことも、当時はまだ村上春樹とか出ていませんでしたけど、三島はどうだとかいう日本通の方なんか大勢いて、日本人として、あまりそういうことを知らなかったというのが恥ずかしくて、慌てていろいろ勉強したような覚えがあります。



### 【ジャズと文右衛門ホール】

——仕事でお忙しい毎日と思いますが、趣味で

息抜きをされることもありますか。

**(正田社長)** そうですね。いろいろあるんですけども、ジャズはもうずっと、聴くのも好きですし、昔はサクスを吹いたりとか、そういうこともちょっとやっていたんですけども。

——そうなんですね。会社にバンドがあるんですって。

**(正田社長)** そうですね。

——社長も入っておられるんですか。

**(正田社長)** ええ、昔は一緒に演奏していたんですけども、最近では引退しまして、部長職で、正田バンドの部長役ということになっておりますが。地元のお祭りに出たりとか。

——館林のお祭りですね。

**(正田社長)** 3.11の震災のときは、復興支援というんですかね、元気づける意味で被災地を訪問したりとか、そんなこともちょっとやっていました。最近では特に、おじいちゃん、おばあちゃんですとか、そういう施設にちょっと呼ばれて演奏しています。

——素晴らしいホールがございますものね。

**(正田社長)** ありがとうございます。文右衛門ホールといいまして、10年前に本社と一緒につくったんですけども。もともともろみを収めておく大きい蔵だったんですけども、それをリフォームしまして、事務所と、そういう多目的ホールにつくり変えました。そこで、普通は会社の会議をやったりとかで使われることが多いんですけども、たまにいろんな音楽家を呼んで、コンサートを開いたりなんかしています。

### 【発酵食品の探求】

——ジャズが一つ、趣味というお話なんですけど、そのほかにはいかがですか。

**(正田社長)** あとは、仕事が仕事でありますので、食べることは本当に大好きで。社員にも言っているんですが、決して高い高級なものを食べるという意味ではなく、いろんなものを食べて、食の喜びを感じてほしいということで、「1食、1食を大

切にしろ」というふうには言っていますが、それは自分でも実践していきまして、自分でつくることももちろんありますし、話題のお店があれば、いろんなところへ行って、それを食べるということを積極的にやっております。

——そんな食べることも趣味とおっしゃる隆社長のインパクトに残っている、メニューとかあったら教えてください。いい意味でも、悪い意味でも結構なんですけど。

**（正田社長）** これは本当にすごいなと思ったのは、韓国に行ったときに、ソウルから電車で2時間ぐらい南に下ると、木の浦って、モツポっていう漁港があるんですけども、ここ、エイがよく取れるんですね。このエイをつぼに入れて1週間ぐらい置くと、発酵するんです。これをお刺身にして、ゆでた豚と、白菜のキムチと、この3種をサンドイッチみたいな感じにさせていただくんです。

——発酵させた、どんな感じですか。

**（正田社長）** これがとてもアンモニア臭がきつくて、最初食べたときはあまり感じないんですけども、空気を吸い込んだ瞬間、体の中からアンモニアが逆流するような、とてもすさまじいものなんですけど、食感は非常にいいんですね。一度はウツと思うんですけども、ちょっと癖になってきまして、これと、韓国のまっこりっていう、どぶろくのようなのと合わせると、非常に不思議な世界観を持った食べ物だなと思っています。この食べ物はホンオフエと言います。ホンオフエというのがエイのことで、フェが刺身なんですね。で、ホンオフエっていう。韓国人でも嫌いな人が相当多いみたいですけども。

——隆社長はやっぱり発酵食品に興味がおありなんですか。

**（正田社長）** そうですね。やっぱり発酵食品の不思議、発酵の不思議というのは、大学でもそういう勉強をしておりましたので。

——醸造のですね。

**（正田社長）** はい、そうですね。やはり何か物質と物質が変化をして新しいものを生み出すような

仕組みっていうのは、想像もつかないようなおいしいものだとか、インパクトのあるものをつくり出しますので、発酵食品っていうのは面白いと思いますね。

### 【醤油は日本の伝統食文化】

——再び仕事の話に戻るんですけども、現在、お醤油は消費量が減っているそうですね。

**（正田社長）** はい、これがお醤油業界の一番今、頭の痛いところでありまして、約20年前から毎年2パーセントずつぐらい、醤油の日本での生産量というのが減っております。昔は、日本人1人、年間10リットルぐらい、おせんべいにぬられているお醤油ですとか、加工されているものを全部含めて、年間10リットルぐらいお醤油をお使いいただいたんですが、今は8リットルぐらいになりました。何とかお醤油離れを食い止めようということで、お醤油メーカー、いろいろ今、知恵を絞ってPR活動をやっているんですけども。

——そのPR活動の一環としては、どんなことをされているんですか。

**（正田社長）** 小学校に行って、出前授業といいまして、お醤油のつくり方から、お醤油の香りの不思議さですとか、そういうことを授業の一環として醤油屋さんが先生になりましてやっております。去年、日本全国で400校近く行われました。

——そんなにたくさん学校の。

**（正田社長）** はい。ほぼ毎日、日本のどこかでその授業は行われているという感じになるんですけども。工場の人が行きますので、つくっているメーカーの人間が先生になりますから、やっぱりつくり手の顔が見えるというのが非常に大きいんじゃないかなと思いますね。

——大きいですね。そのほか、工場見学などもされているんですか。

**（正田社長）** はい、そうですね。これも同じようなことで、より臨場感が増しますので、お醤油ができているところとか、もろみがグツグツ沸いているところすとか、何かそういう音と香りと、

いろんな意味で醤油を感じていただくのにはもう、工場に来ていただくのが一番いいなというふうに思っています。

——今、和食がユネスコの無形文化遺産に登録されましたが、これはもしかすると醤油業界にとっても明るい話題なのではと思うんですけども。

**(正田社長)** そうですね。まさに非常に明るい話題だと思います。特に海外の人からは、既にだいぶ和食は素晴らしいということは認識されていますが、さらにそれに拍車がかかっていくだろうなというふうに思います。特に和食全体ですので、京懐石ですとか、そういうものを頂点としたら、もう、たこ焼き屋さんとか、お好み焼きですとか、そういうB級なものも含めて和食ということなので、日本に観光に見える方なんかも増えるでしょうし、そうすると、醤油の出番がいろいろ増えてくるのかなというふうに思います。あと、輸出も増えるかもしれません。ただ、もうちょっと醤油業界として頑張らなくちゃいけないのは、やっぱり国内の人が和食の素晴らしさを再認識するというためには、もうちょっと何かやらないといけないんじゃないかなというふうには思っています。



#### 【今後の目標と起業家へのアドバイス】

——そういった中、今後の正田醤油の方向性や目標について、隆社長はどのようにお考えですか。

**(正田社長)** 当社のモットーとしては、「おいしいがうれしい」というのをキャッチフレーズにしているんですけども、やはりおいしいものを食べ

たときの喜びですとか、そういうものって何のものにも代えがたいものがあるんじゃないかなと思います。おいしいものを皆さまにご提供するという大前提を忘れることなく、お客さまが興味を持たれるようなもの、お客さま目線での商品開発というのを今後もやっていきたいなというふうに思います。

——最後に、これから起業や新規事業に取り組もうという人へのメッセージの意味も込めてお話しただけならばと思うのですが、新しい事業に挑戦するために大切なことは、隆社長、何だと思えますか。

**(正田社長)** どうなんでしょう。やっぱり自分が信じたことを貫くという勇気も大切だと思うんですが、好きなことをやっていけばいいのかなと思います。私は自分で起業したわけではないので、新たな挑戦みたいなことはやるんですけども、もう柱があってやっておりますので、ゼロから何か生むということには、今後は何か挑戦したいなと思います。その中でも、やっぱり好きなことで何かお客さまのお役に立てれば、共感を得られるようなものを提供できれば、ということが基本かなと思います。

——はい、これからもどうぞ、時代に沿ったビジネス展開を通じて、新たな食文化の可能性も広げていただけたらと思います。チャレンジ・ザ・ドリーム、今日のトップインタビューは、正田醤油株式会社の正田隆社長に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。それではここで、正田隆社長の思い出の曲をもう1曲お願いしたいと思います。

**(正田社長)** 友達でジャズをやっている人間がおりまして、彼に毎年のようにコンサートをやってもらっています。中村健吾というベーシストなんですが、その彼は2001年の同時多発テロのときにニューヨークにいたんですけども、被災した人たちの心を癒やせないかということで、みんなで音楽をつくったりしていました。その中の1曲で、『Hope』という曲なんですけど、非常に、めげ



たときにこれを聴くとなごむような曲になっております。

——その文右衛門ホールでライブもあるそうですね。

**(正田社長)** はい。

——それではお届けいたしましょう。中村健吾で『Hope』。今日はどうもありがとうございます。

**(正田社長)** ありがとうございます。

### ●信用保証協会からのお知らせ

#### 創業応援チームと創業計画サポートガイドについて

——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、創業支援に特に力を入れていますけれど、その創業支援を担う創業応援チームの具体的な役割や、創業計画サポートガイドについて、ご説明いただけますか。

**(栗原係長)** はい、わかりました。保証協会では昨年、専門スタッフによる創業応援チームを大幅に拡大し、前橋にある本店だけでなく、高崎、桐生、太田の各支店にもつくりました。創業応援チームでは、創業をお考えの方でまだ金融機関との相談が済んでいない方を対象に、創業に係る各種ご相談に乗っています。例えば創業計画書作成のアドバイスや、お客さまが希望する金融機関への橋渡し、そして、群馬県とタイアップして保証料を割引した創業チャレンジ資金による金融面のサポート、さらには創業後の継続的な経営相談など、創業計画策定段階から創業後まで親身になってサポートを行っています。

——創業したいと思ったら、まずは保証協会に足を運んでみれば、創業応援チームが丁寧に相談

に乗ってサポートしてくれるというわけですね。創業計画サポートガイドについても教えていただけますか。

**(栗原係長)** はい。創業者向け保証制度の説明や、各種創業支援サービス、実際に創業に成功された事例のご紹介、そして、創業にあたって必要不可欠な創業計画書の書き方を具体的に説明しています。実際の創業計画書が掲載されていますので、書き込んだ計画書を保証協会の相談会、窓口等にご持参いただければ、そのまま創業のご相談にも活用できます。

——この創業計画サポートガイドはどこで手に入れることができますか。

**(栗原係長)** はい。金融機関、商工団体の窓口においてあるほか、保証協会にご連絡いただければお送りいたしますので、お気軽にお問い合わせください。

——保証協会の創業応援チーム、創業計画サポートガイドを大いに活用して、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、そのように願っています。創業をお考えの方、また、創業を考えていても今一歩踏み出せないという方、この機会にぜひ保証協会の創業計画サポートガイドをご覧いただき、創業応援チームにお気軽にご相談ください。

——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す。

### ●チャレンジ企業紹介コーナー

#### 有限会社黒田人形店



「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、前橋市の有限会社黒田人形店です。黒田人形店は前橋市の中心商店街にあるおもちゃ屋さんですが、木製のおもちゃを扱う特色のある品ぞろえで差別化を図っています。社長の奥さま、黒田桂子さんは、おもちゃコンサルタントの資格をお持ちです。まちのおもちゃ屋さんが、どのようにして専門性の高いお店に生まれ変わってきたのか、お店を訪問し、黒田好一さん、桂子さんの社長ご夫妻にお話を伺ってきました。

私は今、前橋市千代田町の黒田人形店に来ています。中央通りのアーケードの一角にお店があるんですけど、店内に入りますと、木製のおもちゃがたくさん並んでいます。黒田好一社長と奥さまの桂子さんにお話を伺っていきます。本当にいろいろな木製おもちゃがあるんですね、社長。

**(黒田社長)** はい、いろいろあるんですけど、主にヨーロッパ、特にドイツのものがたくさんあります。

——種類はどのくらいあるんですか。

**(桂子夫人)** 3,000種類くらいあります。

——3,000種類ですか。

**(桂子夫人)** 木のおもちゃのほかに、手工芸品もあるので、その数を含めてなんですけれどね。

——音の出るおもちゃもあるんですね。

**(桂子夫人)** はい、もちろん木琴とかもありますけど、スロープの上を、玉とか、車とか落ちていくさまで、いろんな音が出るんですよ。

——じゃあせっかくですから、ちょっと試してみしましょう。……かわいらしいキラキラした音です。隣にあるのもボールを落とすおもちゃなんですけれども、木琴が縦に並んだような、そんなおもちゃです。そして木の部分は、順番を入れ替えることができる。そうすると、音も響き方が変わってくるのでしょうか。ちょっと試してみたいと思います。……これ、大人が遊んでいても、楽しく

て時間を忘れそうですね。黒田人形店の創業は大正10年だそうですね。

**(黒田社長)** はい、そのとおりです。当時は今の才川通りというところにいたんですけども、そのときはまだ行商ということで、お店はまだ持つてなかったんです。昭和の初めぐらいに、そのときに一番にぎわっていた豎町通り、今の国道17号沿いのところに出まして、それから戦後間もなく中央通りに。昔は中央通りって、横山町って言うていたんですけどね、そこに来たんですけども。私で3代目、もう60歳を3つ過ぎましたけれども、まだまだ一生懸命やっております。

——黒田社長の思い出に残ることってどんなことがありますか？

**(黒田社長)** やはり商店が連なって、アーケードができた昭和40年代後半から50年代にかけて、1日平均、2,000人、3,000人ぐらいの通行客がおりまして、すごい、こんなにすごいまちがあるんだと、東京から帰ってきて思いましたけれどもね。

——そして、現在の黒田人形の特色はといいますと、木製おもちゃということなんですけれども、いつごろからこうした品ぞろえにし始めたんでしょう。

**(桂子夫人)** 木のおもちゃのことを考えて始めたのが2000年ぐらいなんですけど、90年代後半になって外資系のおもちゃ屋さんとかたくさん出てきたりして、ちょうどそのころ、8番街再開発というのが前橋の中で始まったときに、主人は組合のほうの仕事ばかり出ていたので、私一人が店守りしていたんですけども、仕入れもろくろくしなくて、売上も最悪で、もうどうしようっていう状態の中で、8番街再開発がとん挫したんですよ。そのころ、ちょうど子どもたちの手が離れてきたので、いろいろと情報をキャッチしたりとかして、少し、勉強できるっていうんではないんですけど、興味を持ち始めました。黒田人形店っていうのは当然、人形を藁胴からつくっていたと母たちに聞いております。で、「藤娘」とか、「潮汲

み]とか、ああいうものをたくさん売っていて、私が来たときもものすごい回転率で売ってありましたね。が、だんだん、だんだん、大変な状況になってきてから、その木のおもちゃに本当に興味を持ち、今の状態を、ここ15年ぐらいでつくってきたということになります。

——木のおもちゃが、というふうに思われたのは、桂子さん、どうしてですか。

**(桂子夫人)** 実は一つの木のおもちゃとの出会いがあるんです。このおもちゃなんですけど、スロープの上に、ある動物、今、象さんなんですけど、これを置くと、トコトコと動いているでしょう。この動きと音って、電池とか使わずにできるんだなって。これを、本当に数秒なんだけれども、目で追ってみて、すごく心地いいなって感じたんですよ。「すごい、これ、どこのおもちゃ？」って言ったら、「ヨーロッパの木のおもちゃだ」って。これから、やっぱり私って変わっていったんですよ。



——ところで桂子さんは、おもちゃコンサルタントという資格をお持ちだそうですが、これはどんな資格ですか。

**(桂子夫人)** はい、おもちゃの作り手と使い手の架け橋になるっていうか、必要な人に必要なおもちゃを、私たちはおもちゃの知識があるので、それを勧めていくっていう役目だと思うんですよ。

——木製のおもちゃを取り扱っていくということに対して、黒田社長はどう思われましたか。

**(黒田社長)** 「ええっ、こういうのがあるのかな」っていうことと、私の母に聞いたら、やはり昭和

30年代にも木製玩具があったけれども、そんなに飛びつくような、売れるもんじゃなかった。プラスチックで電動でっていうのが主流だったもんで、また元に戻るんかかっていうような感じで、ちょっと半信半疑というか。「少しずつならいいけど、あまりドバッと仕入れちゃ駄目だよ」っていうようなことを、再三再四、当時言った覚えがありますので、ある程度不安がありましたね。

——当時の木製のおもちゃの流通ですけれども、流通状況はどのような感じでしたか。

**(桂子夫人)** おもちゃコンサルタントの資格を取りながら、やっぱり人とのつながりで、いろんな方と知り合え、教えていただき、導かれ、自分自身も都内とか、いいところには出かけて行って、実際にそれに触れたり、商社との出会いもあったんです。そこで、こういうことをしたいんだけれどもと言ったけれども、今急にはできないというお話をさせていただいて、主人や母を説得してというのに2年かかったんですけど、実はそれまでに本当にいろいろ調べられたというのが、すごい自分の力で、1個行ったらもう次、1個行ったら次っていうのが、タンタンタンって暮れに突入して、クリスマスシーズンみたいな感じで、実はうまく回っていけました。「ああ、これならいける」っていうか、もうその勢いでダアツときてしまったというのが、ここ十数年です。

——お店に並べ始めたころというのは、反応はいかがでした？

**(桂子夫人)** そうですね、本当に最初は小グループのママ友の仲間におもちゃを持って行って、「ちょっと遊んでみて」みたいな提案から始め、あと、まちの中がやっぱりだんだんと衰退していく中で、読み聞かせと手づくりおもちゃっていうのを、毎月1回開いていたんです。子育て支援のようなことをさせつつ、そこにもこういうおもちゃがあるんだよということを言って、お話をさせていただいたり、いろんなNPOに声をかけていただいて、そこと連帯して、こういうおもちゃがあるんだよっていうように、遊ばせの広場みた

いなのをつくってみたりとしました。

———そういった地道な活動あつての今なんですね。木製のおもちゃを扱っている中での発見、そして、あらためて勉強になったことはどんなことがありましたか。

**(黒田社長)** やっぱ子どもたちに遊ばせてみると、もう明らかに集中して遊んだりするんですよ。で、手先を使う、要するに使っていかないと遊んでいけないんだけど、すると前頭葉の刺激が自然に子どもたちの発達も促していくんですね。で、大人も、ただ見ているだけの、画像を見ているだけで遊ぶものっていうのは、なかなか大人もかわっていけないんだけど、そういったアナログのおもちゃって、大人も一緒にかかわれるんですよ。また、カードゲーム、ボードゲームも、本当に色がわかればできるようなゲームですし、お年寄りも一緒に参加できて、本当に家族でコミュニケーションを取っていきます。基本的には、やっぱり家族から始まっていて、社会性を身に付けていくんだと思うんですけど、そういったものが本当にこういうアナログの木のおもちゃには多くなって思います。

———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。

**(黒田社長)** はい。いろいろやっております、ゲーム会をやったり、8月にはキッズフェスタといたしまして、子どもを集めて、いろんなドイツの乗り物がありますので、それに乗ってもらったり、いろいろなイベントを、自分のお店独自で考えておりますので、ぜひ一度お店に運んでいただければと思います。

———前橋市千代田町の有限会社黒田人形店にお邪魔させていただき、黒田好一社長と奥さまの桂子さんにお話を伺いました。ありがとうございました。

**(黒田社長)** こちらこそどうもありがとうございました。

**(桂子夫人)** 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、番組前半は館林市の正田醤油株式会社の正田隆社長へのトップインタビュー、そして後半は前橋市の黒田人形店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～

【10月の放送のお知らせ】

平成26年10月2日(木) 12:00～12:55

再放送 10月4日(土) 8:00～ 8:55

ぜひお聞きください！