

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11月6日（第20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

株式会社有賀園ゴルフ

有賀史剛社長

●中小企業庁からのお知らせ

国の起業・創業支援施策について

●チャレンジ企業紹介コーナー

株式会社ユアサ

◎アナウンサー 奈良のりえ

商品開発にも積極的な前橋市の株式会社ユアサ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

株式会社有賀園ゴルフ

有賀史剛社長

——株式会社有賀園ゴルフの有賀史剛社長にFMぐんま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。

（有賀社長） よろしくお願ひします。

——ギンガムチェックのブレザーをお召しになっていて、とってもスレンダーですね。

（有賀社長） 社長になって、実は周りの方から「もうちょっと社長らしく、恰幅がいいように、太ったほうがいいんじゃないか」とかつてよく言われるんですけど、今のところ、まだ体型維持できています。

【創業は北関東初のゴルフ練習場】

——有賀園ゴルフは、お父さまの有賀明会長が1962年（昭和37年）に設立し、史剛社長が2代目ということなのですが、会長から創業のころの話を聞くこともありますか。

（有賀社長） はい、頻繁にありますね。

——スタートは、北関東初めてのゴルフの練習場だったと聞いておりますが。

（有賀社長） 今の会長が大学を卒業して、東京で就職するにあたって、証券会社に入社しました。やはり高度成長期だったので、これからのスポーツはゴルフだっていう雰囲気があり、東京を中心に練習場もちらほらありました。その中で、たま

●プロローグ

朝夕の冷え込みに冬の始まりを感じるようになってきました。体調管理、うまくできていますか。ご案内役の奈良のりえです。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、関東に18店舗を展開する株式会社有賀園ゴルフの有賀史剛社長です。国内での第一次ゴルフブーム初期の1962年に高崎市でスタートした有賀園ゴルフは、現在、年間の売上高が100億円を超え、ゴルフ用品専門店としては全国3位の規模です。業界の先駆けとなる取組も数多く行っています。今年9月には高崎本店をリニューアルオープンさせ、さらなる事業の拡大を狙います。有賀社長に、会社の歩みや経営に対する考え、将来のビジョンなどを伺っていきます。また、番組後半は、土産物の卸からスタートした事業を多角化させて、製造・小売も手がけ、

たまゴルフに出合って、ゴルフの面白さに、もうのめり込んでしまったと。それで、こんな楽しいゴルフ、自分で商売したほうがいいっていうんで、群馬に戻ってきて、練習場を始めたわけです。当時は、東京では多少ゴルフはありましたけれども、群馬県はおろか北関東でゴルフっていうのはまだ全然発展もしてないですし、男の職業としては、人を遊ばせてお金をもらうなんていうのは駄目だと、親戚の県議の方とかから言われたそうです。でもゴルフの魅力に取りつかれていましたから、一念発起してゴルフの練習場を始めました。いざ始めたら、連日大にぎわいで、順番待ちが出るくらいすごかったらしいです。北関東で初めてだったので、群馬県はもちろんのこと、茨城とか、県境の地域からも練習に来たっていう話を聞いています。

——本当は需要があったということなんですね。

(有賀社長) そういう時代になりつつあったときだったということでしょうね。

——そのゴルフ練習場をスタートして、ゴルフ用品の販売も始めたそうですね。

(有賀社長) そうですね。練習するにあたって、試打クラブ等は用意していたらいいんですけども、「やっぱり自分のクラブが欲しい」とか、「着るものないの?」っていうお客さまの要望の中から、ゴルフ用品を取り扱うようになりました。

——そういった中で1982年、20年後に2店目となる太田市内にお店がオープンしたというふうに聞いているんですけども、順調に進んでいったということなんですか。

(有賀社長) 会長の話ですけども、要するに、やはり自分がゴルフは好きじゃないですか。ですから、当時は事業意欲というのがあったかどうかは僕もちょっとよくわかりません、まだ子どもだったので。ただ、ゴルフが好きで、もう毎日のようにゴルフに行き、仕事も一生懸命していたと思うんですけども、やはり好きで始めたゴルフですから、まず自分がうまくなろう、試合に勝とうとかっていう意欲のほうが高かったと思うんですよ。ですから会社を大きくしようとか、あまりそういうのが、そのときはまだ会長も若かったと思うので、なかったと思うんですよ。で、2店目となる太田店なんですけども、何で出店し

たのかというきっかけは、82年というと、ゴルフの第二次ブームみたいな時期で、ゴルフがワーツと沸いていたんですね。そのような中で、東京資本が群馬にも進出してきましたので、群馬の売上が取られてしまうという危機感を持って、我々も多店舗展開しなきゃいけないだろうと考えました。そして、まずは富士重工系の企業の多い太田に出したわけです。

——そういう背景もあってですか。

(有賀社長) 太田に出しましたら、見事に当たって、本当に連日連夜、お客さまが押しかけて、非常に栄えていましたね。

【トーナメント運営会社での修業を経て入社】

——そして、史剛社長が有賀園ゴルフに入社したのはいつぐらいになりますか。

(有賀社長) 大学卒業後、社長になる、ならないは別として、入社して有賀園のために仕事をするんだらうなというのは思っていましたけれども、うちのおやじは非常に厳しい人なので、取りあえず3年間ぐらいは、ちゃんとほかの飯を食べてこいと、そういうふうに言われまして、ダンロップスポーツエンタープライズっていう会社に入社してから、有賀園に入りました。

——では、まずはそのダンロップの関連の会社に入られたということなんですか、ここまではどのようなお仕事をされたんですか。

(有賀社長) ゴルフのトーナメント運営の会社なんです。トーナメントを1から10まで全て仕切る会社で、年間60試合ぐらい試合を持っていました。

——毎週ですね。

(有賀社長) もう毎週。それぐらいゴルフのトーナメントもブームでしたし、スポンサーさんも気前がよかったというか、景気がよかったですから、非常にトーナメントにお金をかけていた時代ですよ。

——そのときに、史剛社長はその運営をされていたんですか。

(有賀社長) そうですね。運営といっても、そんな格好いいものじゃなくて、もう使いつ走りみたいな感じで、いざ初入社すると、「明日からここに行ってくださいよ」とゴルフ場のコピー用紙を1枚渡されて、茨城だったんですけど、行ったわ

けです。で、もう右も左もわからない状態で、そういう体育会系の会社なので、一から教えてくれるとか、そういうことは一切なかったですね。

——見て覚えなさいという。

(有賀社長) 周りの人はみんな忙しく走り回ってましたので、聞くこともできなくて、唯一聞けるのが学生アルバイトで、彼らに聞いて、「有賀さん、こうやってやるんですよ」と教えてもらったのですが、社会人1日目にして、「ああ、何なんだろうな」と思いましたね。それで、まあ無事にその1週間を終わって、で、日曜日の午後に、「じゃあ次はこの会場だから」という形で、次の会場を渡されて、「明日の朝、6時にコースに集合だから」みたいな感じで、先輩の後を付いて行って、茨城からその日のうちに大阪に入るんですよ。次に東京に帰れたというか、自分の家に帰れたのが8月の末です。そういう会社でしたね。

——で、ここでの修業というのは、どのぐらい続いたんですか。

(有賀社長) 3年間いたんですけども、この会社のいいところっていうのが、入社2年目にして結構大きなトーナメントを任せられるんです。

——うわあ、すごい。

(有賀社長) 今はもうないんですけど、僕が2年目で担当したのがサントリーオープンという、これも本当に当時として見れば、もう夏の一大イベントみたいな男子のトーナメントだったんですけども、そのトーナメントの大会運営担当者。もちろん上司はいましたけれども、実務的なことは全部2年目の自分がやって、で、ケビン・コスナーが、たまたまそのときゴルフの映画を撮ったんですよ。それで急遽、その番宣に来たいと。

——ええっ、ケビン・コスナーがですか？

(有賀社長) ケビン・コスナーが。ついては、サントリーオープンのプロアマに出て番宣したいんだけどという話が急にきたり。で、どうしましょうとスポンサーと話したり、あとは電通とか博報堂とか間に入っていますから、そういうところと話をしたり、そういう突発的なことが頻繁に起こるわけですよ。だからそういう現場力っていうのは、そこで磨かれましたよね。

——濃密な3年間でしたけれども……。

(有賀社長) そうですね。

——その後、入社をなさいました。1997年、

24～25歳での入社になりますか。

(有賀社長) はい、そうですね。

——社員として見るお父さまの姿というのは、いかがでしたか。

(有賀社長) いや、やはり厳しさというのは、どの経営者にも負けないなというのは感じましたね。だから非常に怖かったです。見習うところとか、すごいと思うのは、体が丈夫なんですよ。本人曰く、「俺は78年間、風邪をひいたことがない」と。——今、78歳でいらっしゃるんですね。

(有賀社長) 今、78歳なんですけれども。で、まず体が丈夫です。人より強いというのは、これはもう社長というか、経営者として一番大事なことなんじゃないかなと思います。やっぱり社長とかトップが同じようなことをして、「ああ、疲れた」とか、「風邪ひいちゃった」と言うのと、社員も困るし、もう情けないなとなりますよね。でも、会長が風邪ひかないものですから、副社長も、自分も、役員なんか「風邪ひいた」なんて言えないんですよ。

——弱音を吐いてはいけないわけですね。

(有賀社長) そうなんです。

——ところで、有賀園は90年代にも積極的な出店を行っていますよね。このあたりというのは、どういう戦略があったんでしょう。

(有賀社長) バブルはもちろん終焉しつつありましたが、ゴルフ自体は、多少の時差というか、そういうのもありまして、やはり一度始めると、ゴルフってなかなかやめられないですし、非常に楽しいものなので、ゴルフ業界自体は、まだそんなに落ちぶれたという感じではなかったんですよ。当時はタイガー・ウッズが出てきて、破竹の勢いでメジャートーナメントをバツと勝っていった時代ですから、見るのも楽しいし、やるのも楽しいっていう時代だったので、そういう中で南下政策というのを採っていくわけです。

——1997年が東京進出の年ですね。

(有賀社長) そうですね、はい。

——ここまでは有賀園ゴルフの創業時から史剛社長の入社のことのお話などを伺いました。それではここで1曲お届けしましょう。今日は史剛社長に選んでいただいた曲をお送りしたいと思います。

(有賀社長) ニール・ヤングの『孤独の旅路』。こ

れ、非常に古い歌なんですけれども、この曲にたまたま出合ったのが、ティーンエイジのとき、18から19歳ぐらいのときに、あるスポーツのビデオを見ていたらこの曲がかかっていて、すごい曲で、今もたまたま聴いている曲ですね。

——それではお届けしましょう。ニール・ヤングで『孤独の旅路』。



【経営に参画、事業の多角化】

——有賀史剛社長の社長就任は2011年のことなんですけれども、経営に参画し始めたのはいつごろですか。

(有賀社長) 会社に入社して、最初は一社員として高崎店のほうで販売員をさせていただきました。それで、たまたまその後、杉並店と錦糸町店を出すということで、杉並店の立ち上げと、錦糸町店のナンバー2で、錦糸町店に2年間ぐらいいて、でも、いよいよやっぱり戻らなきゃいけない、もうちょっと上のところにステップアップしなきゃいけないということで、もう一回群馬に戻ってきて、そのときは社長室長っていう職を頂いて、社長の準備をするような感覚でいました。

——どういうことを経営者としては大切にしくちゃいけないなというのを、この時期に思われましたか。

(有賀社長) まず、自分の仕事が好きなこと、誇りを持つことっていうことを学びましたね。自分、趣味はもちろんゴルフなんですけれども、「趣味、ゴルフ。好きなもの、有賀園」、そのぐらい仕事が好きで、趣味が仕事になることぐらい幸せなことはないだろうと。今の会長はそうなんですけどね。で、自分もそうです。あとは、人のつながりですよね。とにかく、やっぱり最終的には仕事っていうのは、もう人と人なんだ、企業と企業じゃないんだよということを教わりましたね。あとは、

事業をやる上で一番大事なものは何なのかっていうことで、それは、要するに業績なんだと。業績というのは、イコール売上です。ですから、どんなにきれいごとを言っても、売上とか業績が付いていかない会社は世の中に必要ないんだと。その売上をつくるっていうのは、社員なわけですよ。250人の販売スタッフ。もう本当にティーなんていうのは、利益がどれぐらい出るか、100円のティーを売って10円利益が出ればいいっていうものの積み重ね。社員が大事に売った商品、1円の積み重ねが80億円、90億円、100億円ってこうなるわけじゃないですか。ですから、そういうのを経営者は忘れちゃ駄目なんだと。だから、社員が一生懸命稼いだ、売上を立てたお金を、経営者が爪で拾って箕でこぼすような、そういういい加減な経営をしちゃ駄目だよと。

——それは社員の皆さんを大切にすることにつながるのかなと思うんですけども。

(有賀社長) そうですね。

——2000年にインターネット販売を開始しているんですけども、これは史剛社長のアイデアですか。

(有賀社長) アイデアっていうんじゃないんですけど、1998年にインターネットというのが多少普及し始めましたが、たまたま出合うきっかけがあったんですよ、インターネット販売に。それは何でかというと、大手のインターネットショッピングの会社が、まだ創成期というか、これから事業を始めますよという時代だったんですね。そのときに、たまたま何人かの立ち上げた中のスタッフが群馬県の方だったんですよ。で、桐生出身の人で、実はインターネット販売というのをやりたんですと。ついては、ゴルフ用品は有賀園さんにやっていただきたいというので来たんですよ。ただ、同じ地元だというだけで。

——訪ねてきた。

(有賀社長) ええ。で、それ面白いねというので、始めたんです。社員を1人その担当者として付けて、今でも覚えてますけど、最初の月の売上が70万円でした。

——70万円。

(有賀社長) 70万円売れて、こんなに売れるんだって思いました。まあ、月70万円ですから、1日にすれば大したことないんですけど、いや、本当

にうれしかったのを覚えていますよ。

——そういう中で、この2000年代という、実際のお店も大型化してきたようですね。

(有賀社長) そうですね。新横浜店。これが11年前なんですけれども、有賀園の大型化の第1号店ですね。ワンフロアで300坪以上の売り場です。ここからゴルフ業界の大型化というのが始まりましたね。何でそんなに大きいお店が必要なのかっていいますと、ゴルフもかなり成熟業界ですから、ブランドも多いし、商品量も多いんですよ。特に有賀園の場合は、アパレル、ゴルフウェアが非常にふんだんにありまして、いくら売り場があっても足りないぐらいなんですよ。

——どうしてアパレルのほうにそんなに力を入れていったんですか。

(有賀社長) これも本当に55年前にさかのぼるんですけれども、会長が言うには、「俺はおしゃれでモダンボーイだった」そうなんです。

——会長が、ええ。

(有賀社長) おしゃれに気を使う人だったらいいんですよ。それで、いろいろなウェアを集めてきて、お客さんに売っていました。それが有賀園がアパレルに力を入れるようになったきっかけですよ。で、やっぱりいいものが1つ集まると、2つ、3つと、どんどん集まってくるんです。ですから一流ブランド、百貨店ブランドって我々は簡単に言っていますけれども、ゴルフ量販店とか専門店になかなか下りてこないようなブランドが、おかげさまで有賀園には多数そろっていると。

——アパレルに力を入れていたというのは、もう創業当時のようなそういう流れがまず一つあったと。

(有賀社長) そうですね。

——なおかつ、やっぱり展示スペースとしては、それだけゴルフウェア、アパレルのものを置くというには、それだけの広さが必要だったということですか。

(有賀社長) そうなんですよ。

——2008年に出店した越谷店と柏店には、店舗内にゴルフスクールを併設したそうですね。これは狙いはどんなところにありましたか？

(有賀社長) とにかく小売として、少しでも業界の役に立ちたいと思っていますので、ゴルファーを増やしたい、または裾野を広げたい、あとは高

齢者の方に快適な環境でゴルフを続けていただきたいということで、まずはゴルフスクールをやってみようというふうに考えました。今ではゴルフスクールも越谷、柏、東名川崎の3つでやっているんですけれども、物を売るっていうよりは、とにかくゴルファーを増やしたいという思いでさせてもらっています。

【社長就任へ】

——こうしたさまざまな展開にも経営陣として携わっていらっしゃり、いよいよ2011年に社長に就任をされました。このときというのは、どんなお気持ちでした？

(有賀社長) 2011年の東日本大震災が3月に起きて、たくさんの方が犠牲になって、有賀園も売上も落ちました。でも、そんな中で少しずつ明るさを取り戻して半年経たときに、急に11月に入って、「今年、社長を交代しよう」とおやじが言いました。「ついては、12月1日に交代するから頑張らなさい」と言われて、それはびつくりしましたね。そんな大変なときに、はたして自分が社長としてこの250人の社員を引っ張っていけるんだろうかという不安はありました。

——12月というと年末、そして年始もあるということで、そういったさまざまな、また準備もありますから、そういう流れもあり、忙しさの中で、だんだんと自覚が出てきたというような感じでしょうか。

(有賀社長) そうですね。当社にはいろいろ面白い決まり事があるんですけれども、その一つに、社長が書き初めを書くっていうのがあるんですよ。

——そうですか。

(有賀社長) ええ。今年はどうやって頑張るんだ、こういう気持ちでやるんだよっていうのを書くんですよ。

——誓いの言葉のような形ですね。

(有賀社長) ええ。ですから、まず最初の社長の仕事として、それを書かなきゃいけないということで、書きましたね。

——いや、どんな言葉を選んだのか、これは気になりますね。

(有賀社長) 1年目の元旦に皆さんに披露したのは、これはもうありきたりですけども、新しいと書

いて「新」。役員も代わっていましたが、新しい気持ちで新たな有賀園を進めましょうということで、「新」という言葉を選んで書きました。

——2012年は「新」でスタートしたわけですね。そうすると、去年はどういう言葉を選んだんですか。

(有賀社長) 「チェンジ」っていう言葉だったんですけども、有賀園もやはりいろいろ旧態依然としているところもありましたので、社長2年目に向けて、もう一皮むけよう、もう一歩進もうということで、「チェンジ」という言葉にさせていただきました。

——そして、今年の新年は何とお書きになったんですか。

(有賀社長) 今年は、いろいろ考えて、「超える」。何で超えるかというふうにしたかと言うと、やはり去年は日本経済がワッと沸き立ったじゃないですか。

——アベノミクスもありましたし。

(有賀社長) その効果もありましたし。それで、消費増税というのをにらんで……。

——駆け込み需要を狙ってですね。

(有賀社長) 駆け込み需要ですね。うちも9月ごろからアベノミクス効果と増税効果で、もうずっとよかったですね。で、その1年を超えなきゃいけない。売上も、いろいろな面でも去年を超えるような結果が残せているので、非常によかったかなと今、思っていますけどね。



【趣味のゴルフから学ぶこと】

——史剛社長自身もゴルフをなさされていて、名門の日大ゴルフ部で腕を磨かれたそうですね。

(有賀社長) そうですね。日大自体は確かに名門ですけども、自分自身は、はっきり言ってゴルフの腕前に関してはそんなでもないですし、どう

こう言える立場じゃないんですけどね。

——いや、でも、同期に片山晋吾プロとか、横尾要プロがいらっしゃるということで、それは刺激も受けたでしょうね。

(有賀社長) いや、もうそれは、高校時代からもちろん知っていましたので、「いや、こんなやつらがいるのか」というぐらいすごかったですね。

——大学での交流とか、経験というのは、今の仕事につながっていきそうですね。

(有賀社長) ゴルフって、自分自身が審判なわけですよ。

——自分自身が審判？

(有賀社長) ええ。要するに4人1組、または3人1組でプレーするわけですけども、自分のプレーに一生懸命ですから、他人のプレーはそんなに見てないし、何か不正をしよう、ちょっとボールをずらしちゃおうとかって思えば、簡単にできちゃうスポーツなんですね。ですから、ゴルフアークは紳士たれって言葉があるんですけども、やはりゴルフをするにあたって一番大事なのは、フェアプレーヤーであれと。あとは、プレーファーストです。

——プレーファースト？

(有賀社長) ええ。要するに早くプレーをこなさいということは学びました。それは社会に立って何に役立っているかといえ、ただのせっかちだろうと言われるかもしれませんが、要するに人を待たせない。逆に待たされるのもすごい嫌なんですよ。ですから、5分前行動の30分前行動。極端すぎるだろうと言われるんですけども、そのぐらいのつもりでいつも動いています。

——なるほど、やはり相手をおもんばかっての、それもマナー、ルールなんですか。

(有賀社長) ただ、対会社との付き合いになると、あまり早く行き過ぎるのも失礼なんだよというのを最近知って……（笑）。

——調整しながらですか。

(有賀社長) 調整しながら行っていますけどね。

——ところで、プライベートの趣味も、やっぱりゴルフですか。

(有賀社長) そうですね。もうゴルフ大好きです。

——大好き。ほかのスポーツなどは、あまりされないんですか。

(有賀社長) いや、スポーツはもう全般的に好き

ですし、ゴルフ、最近ですとスポーツサイクル。あとは、これもずっとやっていますけれども、スノーシーズンになれば、やっぱりスキー場。で、もっともってやりたいんですけど、体一つしかないです。そのほかに、やっぱり毎日のケアとして、スポーツジムに行って、忙しいときはなかなかできませんが、毎日5キロから6キロ走って、筋トレして、ストレッチして、それが日課なんです。

——だから、そのモデルのような細身の体型なんです。

(有賀社長) とにかく元気でいないといけないという思いが強すぎるのかもしれませんが。

——でも、お忙しいのに、よくその時間は毎日欠かさずつくっていますね。

(有賀社長) そうですね。でも、この秋はちょっと忙しくてジムにも行けないので、暇があれば自転車に乗ったり、あとは食事です。

——食事ですか。

(有賀社長) もう、すごい気を付けています。

【今後の事業展開】

——お仕事の話に戻りますが、有賀園ゴルフではユニークな取組をしているそうですね。入社式の取組があるなんて聞きましたけど。

(有賀社長) そうですね。通常の4月に行われる入社式のほかに、中途採用社員入社式っていうのをやっているんですよ。

——はい、これはどういうものですか。

(有賀社長) これは、うちなんかの場合は、もちろん若い子もそうなんですけども、ゴルフが好きで好きでゴルフ屋に就職したいという方も結構いるんですよ。

——シニア世代ですか。

(有賀社長) シニアの方もそうですし、やっぱり40歳を過ぎて第二の人生を歩み出そうという方ですね。そうしたときに、どういう有賀園、会社なのか調べて入るわけですけども、芯まではわかってないわけですよ。入社式って何のためにやるかという、役員はこういう考えなんだよ、会社はこういう考えなんだよ、こういう業界で、君たちはこういうふうにして生活していくんだよ、というのをたたき込む場だと思うんですよ。中途社員は、なかなかそういう場がないわけですよ。

——確かにそうですね。

(有賀社長) 5年ぐらい前にうちの総務部長から「こういうのをやったらどうですかね」という提案があって、お金もかかりますし、時間もかかるんですけど、「ああ、もうそれは絶対いいことだね」ということで始めたんですよ。どこでもあるのかなと思ったら、そんなのをやっているところってあまりないんですよ。

——そういった社員の皆さんへのアプローチも忘れない有賀園ゴルフなんですけれども、今後はどのような展開を考えているのでしょうか。目標も含めて教えていただけますか。

(有賀社長) 今、ゴルフ業界は、確かに非常に厳しい業界ではあります。ただ、有賀園に関しては、売上も年々伸びていますし、インターネットも今、順調に進んでいます。もっとも事業を拡大していこうと。そういった中で、2018年までには、何とか売上を300億円にしたいですね。リアル店舗で200億円。で、インターネット事業部で100億円。今、20億円ですから、5倍なんですけれども、これを早期に実現して、その先は、やはりゴルフスクールの拡充ですとか、あとは違うゴルフでの形態ですよ、そういうところにいきたい。で、ゆくゆくは上場っていうところを視野に入れて、今みんなで一生懸命やっているところですね。



【起業家へのメッセージ】

——最後に、これから起業や新規事業に取り組もうというふうを考えている方へのメッセージの意味も込めましてお話しいただければと思うんですけども、新規事業を始めたり、事業を拡大するために大切なことは、史剛社長、何だと思いませんか。

(有賀社長) これは、当社は55年やっていますので、これから、じゃあ頑張ろうという方に向けて、合

うか合わないかはわかりませんが、まず有賀園が55年続けられたってことの一つとして、とにかく慎重に、物事は慎重にやれと。石橋をたたいて、たたいて、もう本当にたたいて渡る。で、決めたらスピードを持ってやると。まずそれが大事です。あとは、一時的によくても駄目だよと。会社というのは、やっぱり継続してこそその企業価値ってというのが一番大事です。それは何故かという、一時的に、「あ、かわいい、かわいい。お金をいっぱいあげるよ」と言っても、それはそのときはうれしいかもしれないけれども、後がないじゃ何の意味もないじゃないですか。だから、それは社員の生活を守る。社員は250人ですけども、その後ろには1,000人、2,000人と家族がいるわけですよ。やっぱりその社員の生活を守るってことが企業を運営していく上では一番大事ということですよ。あともう一つは、これは僕が最近思っていることですけども、価値以上のお金を出さないということ、要するに会社を運営する上で一番心がけていますね。例えば1,000円のを2,000円で買う人は、中にはいるかもしれませんが、それでいいかと思ったら終わりなんです。それが100万円が200万円になり、1億円が2億円になっちゃうんですよ。ですから、社員が稼いだ大事なお金を、経営者は無駄には使わないと思っています。

——会長からのマインドというのを脈々と受け継いで、そしてまた革新を続けていっているんだなというのを、あらためて今日お話を聞いて感じました。「チャレンジ・ザ・ドリーム」、今日のトップインタビューは、株式会社有賀園ゴルフの有賀史剛社長に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。ありがとうございました。

(有賀社長) ありがとうございました。

——それでは最後に、ぜひもう1曲、リクエストをお願いしたいと思います。

(有賀社長) はい。皆さん、ご存じだと思うんですけど、アンジェラ・アキの『十五の君へ』。——これはどのような思い出の曲ですか。

(有賀社長) 自分も結婚して、幸せなことに子どもを2人授かったんですけども、15歳っていうのは本当に多感な時期で、そのときに、ぜひこの曲を息子に聴かせてあげたいなと思って、CD

も開けずに持っています。だからそれをぜひ今日かけていただきたいなと思って。

——それではお届けします。アンジェラ・アキで『手紙～拝啓十五の君へ』。史剛社長、今日はどうもありがとうございました。

(有賀社長) ありがとうございました。

●中小企業庁からのお知らせ

国の起業・創業支援施策について

——ここからは、群馬県信用保証協会からのお知らせです。今回は経済産業省中小企業庁より、金融課長の菊川人吾さんと、信用保証制度担当の中紘一さんにお越しいただきました。そこで、リスナーの皆さんに中小企業庁の創業支援施策を紹介していただこうと思います。菊川課長、中さん、どうぞよろしく願いいたします。

(菊川課長) よろしく願いいたします。

(中さん) よろしく願いいたします。

——この番組のコンセプトは創業応援番組なのですが、菊川課長、現在国では、起業・創業に対してどのように考えているのでしょうか。

(菊川課長) はい、国は今、人口減少社会と言われてきているような中で、やはり新たな成長戦略として、新規の開業率をアメリカ並みの10%台に伸ばしていこうということで目指しています。そのための支援策をいろいろと用意をしているところです。

——なるほど。開業率を10%にするというのが大きな目標なわけですね。そのためにさまざまな支援策が用意されているようですので、創業をお考えの方には、これは心強いですね、中さん。

(中さん) そうですね。ただ、なかなかそういった取組を知られていないというのが現状なんです。なので、僕たちがこういった場でいろいろPRさせていただいたり、企業を応援するためのホームページ、これ、「ミラサポ」と言っていますが、こういったものをつくって情報提供にも力を入れています。これを機に、ぜひリスナーの皆さまにも知っていただきたいと思っております。



——せっかくの政策も、知って使っていただかないと意味がないですものね。これからもPR活動、どうぞよろしく願いいたします。ところで、先ほど菊川課長がおっしゃっていた創業についての資金繰りの支援というのは、具体的にどのようなものですか。

(菊川課長) はい。いろいろなメニューがあるんですが、例えば信用保証協会を使ったものがあります。創業を計画されている人であったり、創業間もない方、こういった方はなかなか資金繰りが大変なわけですが、最大で2,500万円までの資金調達を保証協会が保証するというので、資金が円滑に出ていくという形で支援させていただいています。また、中小企業が新しく会社を分けたり、もしくは、廃業後、やめてから、またさらに再チャレンジしたいという方にもこの制度は対応しておりますので、いろいろな方に活用していただきたいなと思っています。ちなみに、群馬県信用保証協会では、これらの創業保証について経営支援を合わせて行うメニューも用意しておりますので、ぜひチェックしてほしいと思います。

(中さん) 加えて、この制度を活用した方に、このFMぐんまで紹介していただいたりですとか、信用保証協会のホームページで取り上げたりということも、今後予定しておるようです。

——そうなんです。これからこの番組「チャレンジ・ザ・ドリーム」で紹介させていただきます。さて、菊川課長、そのほかに新たな取組などはありますか。

(菊川課長) はい、来年度の予算などにも反映させようと思っておりますが、スタートアップだけではなくて、新しい事業をやり直す、再チャレンジ、これを我々は第二創業と言っていますが、そういった支援を、補助金を出したりとか、そうい

うことのメニューも用意をしています。こうした取組で開業率10%を目指して、創業のうねりを起こしたいなと思っています。

——ぜひ開業率の目標を達成したいですね。ところで群馬県信用保証協会では、この番組のトップインタビューをまとめた『チャレンジ・ザ・ドリーム』という単行本を出していますが、菊川課長はご存じですか。

(菊川課長) はい、もちろん知っています。しっかりと読まさせていただきました。

——ありがとうございます。それは心強いです。群馬県の創業の状況を、どのようにとらえていますか。

(菊川課長) ちょうど本日、群馬県内で順調に業績を伸ばされている起業家の方の話を伺ってきました。群馬県では、この番組もそうなんですけれども、保証協会をはじめ、多くの支援機関が連携を取りながら活発に動いておられます。創業を志す方にはとてもよい環境が整っていると思いますので、群馬からぜひ多くの創業が生まれることを祈っております。

——ぜひ今後とも中小企業の皆さんへの支援策の充実をお願いいたします。菊川課長、そして中さん、本日はお越しいただきありがとうございます。

(菊川課長) ありがとうございます。

(中さん) ありがとうございます。

●チャレンジ企業紹介コーナー

株式会社ユアサ

「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、観光物産や自然食品の卸・小売などを手がける前橋市の株式会社ユアサです。ユアサは、1972年（昭和47年）の設立で、当初は観光物産品の卸を行っていましたが、最近は製造・小売も本格化させ、インターネットや自社で経営するカフェで群馬の特産品や自然食品の販売を行っています。また、オリジナルブランドを立ち上げるなど、商品の開発にも積極的です。土産物の卸から、事業を多角化させてきた経緯や狙いなど、湯浅芳子社長にお話を伺っ

てきました。

私は今、前橋市上青梨子町の、みい・ベーグルカフェ&ナチュラルマーケットに来ています。白を基調としたモダンかつ洗練な建物で、先ほどから女性のお客さまがたくさんお見えになっています。今日は湯浅芳子社長にお話を伺います。芳子社長、どうぞよろしく願いいたします。

(湯浅社長) よろしく願いいたします。



——株式会社ユアサは1972年（昭和47年）の設立ということですね。創業者は、芳子社長のお父さまにあたられる方ですか。

(湯浅社長) はい、そうです。私の実の父です。現会長でもあります。

——当時はどんな業務をしていたんですか。

(湯浅社長) 当時は、自宅の2階で、栗とか、かんぴょうとか、おそばを小さく小分けして、それを赤城山とか、榛名山の観光のお店や、旅館・ホテルさんのお土産品として、卸の事業をさせていただいていたんです。

——そのころの様子というのを芳子社長は覚えていますか？

(湯浅社長) ええ、私の父が菓子メーカーから独立して、その退職金でライトバン1台とイタリアのカチグリを買って、それをうちの自宅の2階でリパックしてましたので、そのリパックの作業を私が手伝って、うちの父がお客さまのところに聞いて、お客さまの要望に合わせて商品を一つ一つ増やして行って、卸させていただいたというのが当時の状況でございます。

——そして、芳子社長が社長になったのはいつごろですか。

(湯浅社長) 平成15年の4月1日でございます。

——そのころの様子というのはどうだったんでしょう。

(湯浅社長) そうですね。そのころは、NHKの朝のテレビ小説がありまして、沖縄のこの番組だったんですね。で、ゴーヤマンが結構そのころもてはやされていて、ゴーヤの関係の商材がはやってきていたというところがありますね。だから私も、ゴーヤの低温フライっていうのはベトナムの商品だったんで、ベトナムに伺ってちょっと見て、「あ、これは今の時代にいいかな」と思って引っ張ってきた記憶がございます。

——なるほど。そうしますと、芳子社長が初めて社長になったときの一つ目の手がけた商品はゴーヤの商品だったと。

(湯浅社長) そうです。ゴーヤの低温フライ、ゴーヤスナックですね。

——常に時代の背景を見ながら、何が流行か、ブームかというのを感じ取るというのが、商品開発というのに大切なんですか。

(湯浅社長) そうですね。やっぱり、自分がやっぱり常に外をうかがってアンテナを張ってなくちゃいけないというふうに思います。それなので、私もさっき言ったように、ベトナムに行かせていただいたり、あと、海外の展示会も昔は行かせていただいて、国内でもやっぱり都内での展示会、あと、自社の中でも展示会を開かせていただきながら、お客さまの声と時代のニーズっていうのは、やっぱりよく考えてということの商品開発につなげております。

——取り扱い商品というのは、どのように増やしていったんですか。

(湯浅社長) そうですね。やっぱり自分のアイデアもありますけれども、試行錯誤しながら、あと、お客さまの声を伺うということと、群馬県の地産地消ということで、やっぱり群馬県が知名度が下から数えたほうが早いというのが、うちは観光の卸売り事業をさせていただいているので、やっぱり観光県、群馬県は観光と農業の県だと思うので、その知名度をアップしたい。それを担わせていただけるのがうちの役目かなというふうにも思っています。地域の食材探し、群馬発ということに焦点を当てて、平成18年ぐらいからですかね、17年ぐらいからですかね、やっぱり農家の方に直接伺って、群馬県の商材探しをさせていただいてました。

——そういったところをスタートとした自社開

発にとっても力を入れていらっしゃるようなんですけれども、ちなみに最近のヒット商品はなんですか。

(湯浅社長) 最近のヒット商品は、やっぱり、ゆるキャラのぐんまちゃんの関係の商材もちろんそうですし、富岡製糸の世界遺産登録に関連した商材もちろんなんですけれども、実は桑の実ジャム。桑の実ジャムをついこの間、先月です、作りまして、それが瞬く間に売り切れちゃって、また次をつくらなくちゃかなというところになっています。

——そういったアイデア商品というのは、どういったところから生まれてくるものですか。

(湯浅社長) うちのスタッフが素晴らしいんです、実はね。うちのスタッフは、皆さん、主婦なので、そういうアイデアがいっぱいなんです。そうすると、皆さんで知恵を出し合って、本当に手づくりでつくってくださるので、その試行錯誤で、自分がつくったものがヒットしたということが本当に力になるんですね。それがうちのアイデアと企画の原動力になっていると思います。

——現在、女性が12人、そして男性が5人というふうに伺っていますけれども、まさに女子力ですか。

(湯浅社長) そうですね。やっぱり時代は女性が先頭で歩ってくつというのもいいんじゃないかなというふうに思います。

——それを実践していらっしゃるのが芳子社長ですね。

(湯浅社長) いや、そんなことはないんですけど、ありがとうございます。

——ただ、一からつくっていく中には、もちろん失敗であったりとか、ご苦労もあると思うんですね。

(湯浅社長) そうですね。今回のひなうたブランドのちりめん赤紫蘇の紫蘇ジュースに関しては、赤紫蘇が採れるのが6、7、8の3カ月ぐらいなんです。けれども、それがもうちょっともつかなと思って冷凍したことがあるんです。ところが赤紫蘇の冷凍は全然駄目で、全部黒くなっちゃって、失敗したこともございます。

——今、教えていただいたひなうたブランドというのは、自社ブランドで、2013年に立ち上げたものですね。

(湯浅社長) はい。

——そして、そのブランドの一つの商品が、赤紫蘇のプレミアムジュース。

(湯浅社長) そうです。ひなうたって意味は、田舎の歌という意味なんです。だから昔ながらの食材を次の時代に優しく伝えていくって意味がありまして、ひなうたって名前を立ち上げました。その名前も、自社の中でアンケートを取って、みんなで企画して決めました。で、まず第1号の商材が、ちりめん赤紫蘇という赤紫蘇のジュースです。で、だんだん地域の食材を使って、そういうブランドのジャムとか、ジュースを、またつくっていきなというふうに考えています。

——最近は小売業も本格化させておりまして、インターネットでの販売も行っていますよね。ネット販売というのは、いつぐらいから始めたんですか。

(湯浅社長) ネット販売は2000年ですね。平成12年から始めさせていただきましたので、今年で14年目に入ったと思います。

——これはどういった理由から、ネット販売もスタートさせようと思ったんでしょう。

(湯浅社長) それは、うちもともと卸売りの観光事業でしたので、小売事業をしたいなということと、うちのそういう商材を広告宣伝をさせていただくということと、あと、直接お客さまの声が聞きたいなということと、企画提案をさせていただきたいというふうに思って立ち上げました。



——そして、今日私がお邪魔させていただいているこのカフェ、みい・ベールカフェ&ナチュラルマーケットも経営していらっしゃる。こちらは3年前にオープンしたそうですけれども。ここで商品の販売も行っていますよね。

(湯浅社長) そうです。

——この狙いはどんなところにありますか。

(湯浅社長) ここの狙いは、実は私はやっぱり小売り事業も積極的にやっていきたいなと思ったときに、うちがもともとつくっていたジュースとかジャムとかも販売できる場所が欲しいなということと、あと、企画した商品を直接お買い求めいただいて、なおかつ、お客さまの直接の意見を伺いたいなと思っていただんですね。そこへちょうどたまたま、お店が先、つくろうと思って、土地は確保していたんです。ちょうど長女がニューヨークのほうから帰国しまして、ニューヨークでは、パン屋さんというのは、パンのお店と、ベーグルのお店は別だったんです。で、日本の中では、ベーグル専門店というのはあまり、都内ではありましたが、県内ではほとんどなかったの、「それ、いいアイデアだな」というふうに思いまして、すぐ取り組もうと私は思いました。で、商品の企画から、お店の企画は長女に全部任せて、企画の段階では若い学生さんにも入っていただいて、商品の構成、お店のコンセプト、あとお店の中の内装も全部、その若い人たちで考えてもらいました。

——そして、現在も多くの女性の方などが訪れていますけれども、これはやっぱりお客さまの反応もいいですか。

(湯浅社長) そうですね。やっぱり20代、30代の健康を考える若いお客さまを対象で考えていたので、そういうニーズに本当によかったなと思います。そういうお客さまが、だから女性のお客さまが90%いらっしゃっていますね。

——今後の目標についてもお聞かせください。

(湯浅社長) 今後の目標も、やっぱりうちの会社の在りようが、やっぱり群馬県を元気にしたい、地域を元気にしたい、そのために食で貢献させていただければありがたいかなというふうに思っていますので、女性のパワーで、女性の考えで企画をしながら、食に関することをいろんなことで取り組んでいきたいなというふうに思っていますので、卸売り、小売、製造、どれにも力を入れていきたいなというふうに思っております。

——これからも女子の力、楽しみにしております。

(湯浅社長) はい、ありがとうございます。

——今日は前橋市上青梨子町の株式会社ユアサの湯浅芳子社長にお話を伺いました。ありがとうございました。

(湯浅社長) ありがとうございます。

●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」。番組前半は、関東に18店舗を展開する高崎市の株式会社有賀園ゴルフの有賀史剛社長へのトップインタビュー。そして後半は、土産物の卸から事業を多角化させてきた前橋市の株式会社ユアサへの訪問インタビューをお届けしました。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ぐんまのホームページの「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～

【1月の放送のお知らせ】

平成27年1月8日(木)12:00～12:55

再放送 1月10日(土)8:00～8:55

ぜひお聞きください！