

チャレンジ・ザ・ドリーム

Challenge the Dream

～群馬の明日をひらく～

平成28年11月10日（第44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。

プロローグ

こんにちは。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、「サッポロ一番」でおなじみのサンヨー食品株式会社の井田純一郎社長、54歳です。サンヨー食品は、1953年（昭和28年）に前橋市内で乾めんの製めん会社として創業。その後、即席めんにも進出し、ロングセラーの「サッポロ一番」を開発して業績を伸ばしました。アメリカや中国、アフリカにも関連会社があり、連結の売上高はおよそ1,700億円、従業員数はおよそ6,200人にのびります。井田社長は18年前、会社を創業した先代の社長、父・毅さんの後を継いで、36歳の若さで社長に就任し、サンヨー食品のかじ取りをしてきました。井田社長に経営のビジョンなどを伺っていきます。そして番組後半は訪問インタビュー。前橋市のイタリアンレストラン「PIZZERIA PESCA!」をご紹介します。

【プログラム】

■トップインタビュー

サンヨー食品株式会社 井田純一郎 社長

■チャレンジ企業紹介コーナー

PIZZERIA PESCA!

◎アナウンサー 奈良のりえ

トップインタビュー

サンヨー食品株式会社

井田純一郎 社長

——サンヨー食品株式会社の井田純一郎社長にFM GUNMA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。

井田社長：初めまして、サンヨー食品の井田です。今日はよろしくお願いたします。



【創業当時の様子】

——サンヨー食品は、井田社長のおじいさま、井田文夫さんと、お父さま、毅さんのお二人で昭和28年に創業されたそうですね。

井田社長：井田家は群馬県の佐波郡玉村町で、江戸時代

中期から300年以上続く造り酒屋、井田酒造を営んでおりました。私の祖父・井田文夫は、7人兄弟の6番目だったので、家業を継がずに独立して、前橋で酒の販売をする、泉屋酒店を開業しました。当時、私の父・井田毅は3歳だったそうです。祖父・井田文夫には大変に商売のセンスがありまして、営業力は抜群、事業は拡大いたしました。太平洋戦争末期の前橋空襲で、泉屋酒店の家屋すべてが消失をするという事態もありましたが、終戦後は一から事業を再開して、戦後の日本の復興とともに酒類販売事業は急成長して、最終的には北関東最大級の問屋にまで成長しました。しかし、父・井田毅は、泉屋酒店での成功では満足せず、加工食品事業への進出を決断したのです。そこで私どもの親戚が持っていました乾めん工場を引き継いで、富士製麺という会社を設立して、乾めんの製造業に進出をいたしました。ただ、進出をしたものの、乾めん製造業にはライバル企業も大変多くて、価格競争が激しいことから、父・毅は、また新たな事業を模索したわけです。そんな中、父・毅は新聞記事に、関西で販売された即席ラーメンがブームになっているという記事を目にしたのです。

——ええ。

井田社長：即席に即席めんの将来性を直感して、参入を決意しました。祖父・井田文夫は、最初は反対をしていましたが、父の情熱に負けて、最後は即席めん事業への参入を了解いたしました。

——ものすごいスピード感ですねえ。

井田社長：戦後の復興期は今で言うベンチャー企業のような新しい事業がたくさん興って、そういったことにチャレンジをする若者も増えていたようですね。

——なるほど。

井田社長：そして即席めん事業への参入をするにあたり、社名をサンヨー食品に変更したのです。

——はい。

井田社長：社名のサンヨー食品は、太平洋、大西洋、インド洋を意味しておりまして、中小企業であった当時に、三つの大きな海をまたにかけるようなスケールの大きな会社を目指したいという志を込めたそうです。

——なるほど、今で言うグローバル企業を目指してということでしょうか。

井田社長：ただ、当時は社員は十数名だったものですから、社大な社名を付けたときに、社員は皆びっくりしたでしょう。

——そうですね。でも、夢はやはり社長、大きいほうがいいんですね。

井田社長：そうですね。やはり「チャレンジ・ザ・ドリーム」、夢は大きくですね。

——ありがとうございます。

井田社長：サンヨー食品の社内での祖父・文夫と、父・毅の役割分担は、祖父・文夫が社長となって営業と外交を受け持ち、そして父・毅が開発・製造・経理など、会社のかじ取りを受け持つ分業体制を取りました。私の父は、二代目の社長ではあるのですが、実質的なサンヨー食品の創業者と言える存在です。

【「サッポロ一番」ができるまで】

——そのサンヨー食品といいますと、もう誰もが知っている「サッポロ一番」が看板商品なんですけれども、これはお父さま、毅さんが開発されたそうですね。

井田社長：そうです。サンヨー食品創業当時から父が商品開発を行っていました。創業当時は、即席めんの要であるスープ作りを自宅の台所で行っていました。当時は中小企業ですし、開発室や設備も何もなかったわけです。自宅でのスープ作りに貢献したのは、私の母でした。

——お母さまですか。

井田社長：母は料理が得意でありまして、父を助けるために、生まれたばかりの子どもを背中におぶった状態で、台所にこもってスープ作りに没頭したそうです。そして、母が作ったスープを父が味見をし、調整をして、最終的なレシピにしたそうです。父の味覚は天才的に優れておりまして、「サッポロ一番」のしょうゆ味、みそラーメン、塩ラーメンは、父が作った最高傑作であるというふうに思います。

——そして、今私たちの食卓にはなくてはならない、もうスタンダードな食べ物というふうになりましたよね。

井田社長：そうですね。父は亡くなって2年になりますが、今でも国民の皆さんにこの「サッポロ一番」が愛されていることを大変に嬉しく思っていると思います。サンヨー食品の経営理念は、「良い味の創造」というシンプルな言葉です。この「良い味の創造」を、今でも徹底的に守ってまいりたいと思っております。

——まさに「サッポロ一番」の味というんでしょうか、シンプルだけど深みがある、そんな経営理念ですね。

井田社長：そうですね。「良い味の創造」、いい言葉だと思います。

【幼少期から青年期】

——子どものころから井田社長は会社を継ぐお気持ちはあったんですか。

井田社長：それが、そういう気持ちにはあまりなっていませんでした。と申しますのは、父は仕事と家庭を全く一緒にしない、分けて考える人でした。そして、私の将来に関しても、自分の道は極力自分で開くようにというふうに言われて育ててまいりました。後継者にならなければならないというプレッシャーを感じる事が全くなく、のびのびとした学生生活を送ることができました。

——学生生活のお話も、せっかくですから少し教えてください。

井田社長：私は前橋高校を卒業したんですけれども、高校1年のときに、野球部が甲子園で完全試合をしたときに応援できたことが、私の高校時代の大変いい思い出になっております。

——今でも語り継がれる、あの松本投手のときの話ですか。

井田社長：そうです。あの松本投手の完全試合を、甲子園という球場で目の前で見たのは非常にいい思い出になっております。

——その後はどのような道を進まれましたか。

井田社長：大学は立教大学に進学をいたしました。大学4年生のときに、就職活動をするわけですけれども、その際に父に相談をしたら、父からは「サンヨー食品のことは一切考えなくてよい。自分がしたい仕事をしなさい。」というふうに言われました。そこで、金融機関

に興味がありましたので、銀行に就職をしたわけです。

【入社経緯】

——でも、その後、結局は社長、入社することになるわけですね。

井田社長：そうですね。

——これはどういった理由からでしょうか。

井田社長：まず、銀行に入社してからのことをお話ししますと、当時日本経済が活況を示しておりましたので、銀行の業務も大変やりがいのある仕事をさせていただきました。毎日朝から深夜まで仕事をし、忙しいながらも充実をした毎日を送っていたわけです。ところが、銀行に入って7年目のある日、母から私の勤務先に電話がかかってきました。「父にがんが見つかった。しかもかなり進行しているので、近日中に手術をする予定である。」と言われました。その瞬間に、「銀行を辞めてサンヨー食品に入社しよう。父の手助けをしなければならない。」と思ったわけです。それまで魅力的だった銀行の仕事は、その瞬間から急速に輝きを失ってしまい、父のこと、そしてサンヨー食品のことで頭がいっぱいになってしまいました。すぐに当時の上司に経緯を伝え、半年後に銀行を退職いたしました。そして、サンヨー食品に入社をしたわけです。父の手術の日は銀行を休んで、手術室の前でずっと見守りました。手術時間は6時間以上かかりましたが、手術が終わって出てきた担当の先生から「成功しました。大丈夫です」という言葉を聞いたときは、安堵のあまり腰が抜けるほどでした。

【社長就任】

——そして入社から6年後、1998年（平成10年）に社長に就任されましたけれども、36歳での社長就任だったそうですね。このときは井田社長、どんなお気持ちでしたか。

井田社長：私のサンヨー食品入社のきっかけになったのは、父のがんでした。ただ、その手術は大変成功いたしました。その後がんの再発もなかったわけです。父は元氣を取り戻し、一層社長として精力的に仕事をしています。また、私もサンヨー食品に入って、社長である父

のサポートに徹して、順調に仕事をこなしていました。ところが平成10年に、父がまた体調を崩して入院して、検査をしたところ、間質性肺炎という重い病気にかかっていることが判明いたしました。がんに続いて二度目の大病をすることになったことで、父も私へのバトンタッチを決意したようです。幸いながら二度目の大病も、よい先生に巡り合って治ることができました。私にバトンタッチした後は、父はかねてからの趣味である油絵や、旅行、またゴルフを楽しみ、悠々自適な生活を送っていました。今から2年前に83歳で亡くなりましたが、私の父の人生は大変に充実をしていたというふうに思います。私自身は、当時36歳という若さでサンヨー食品の社長に就任いたしました。既に入社してから6年が経過しており、サンヨー食品のこともよく理解し、気負うことなく自然体で社長になったと思います。

——今、井田社長、自然体でっていうふうにおっしゃっていましたがけれども、ただ、自分より年上の方、ベテランの方々の上に立つという形になりますよね。そのあたりというのは、何か気遣いであったり、ご苦労というのはありませんでしたか。

井田社長：父を支えたベテランの役員や社員の皆さんは、私のことも子どものころからよく知っていました。私自身にとっても、皆さんは気心の知れた仲間という存在です。——ある意味、もう家族のような、そんな存在だったんでしょかね。

井田社長：そうですね。家族的な雰囲気がサンヨー食品の良さかなと思っております。また、私が社長に就任した後も、ベテランの皆さんには引き続き、私の応援をお願いしましたので、父から私へのバトンタッチは極めてスムーズに進行したと思っております。

——そして、井田社長の、この後は取組についても詳しくお話を伺っていきたいと思いますが、その前に1曲お届けいたしましょう。今日は社長、どんな曲を選んでくださいましたか。

井田社長：私のリクエスト曲は、エリック・クラプトンの『チェンジ・ザ・ワールド』です。エリック・クラプトンは若いころからのファンでして、日本公演にも何度か行ったことがあります。

——あら、うらやましいです。

井田社長：クラプトンは、年齢を重ねるたびに、いぶし銀のような魅力が増してきて、渋い男の魅力がありますね。私も見習いたいです。

——それでは1曲お届けいたしましょう。エリック・クラプトンで『チェンジ・ザ・ワールド』。



【「サッポロ一番」50周年】

——看板商品の「サッポロ一番」は、1966年（昭和41年）1月の発売ということで、今年で誕生から丸50年になりましたね。

井田社長：そうですね。ありがたいことです。

——このロングセラーの秘訣というのは何でしょうか。

井田社長：やはり完成度の高さであると思っております。「サッポロ一番」、しょうゆ味・みそ味・塩味とトリオになっておりますが、3品とも即席めんのスタンダードとして日本の食生活になくはならない存在です。また、おいしいのに食べ飽きないのが「サッポロ一番」の魅力です。

——これ、社長、おいしいのに食べ飽きない、何か味の秘訣ってありますか。

井田社長：おいしいんですけど、おいしすぎないというのも、一つの特徴であると思います。

——ああ、例えばおいしすぎると、逆に飽きてしまうということですか。

井田社長：飽きてしまいます。例えば1回食べたなら、もう1週間は食べなくていいと、そうなってしまいますが、「サッポロ一番」の場合には、昨日食べたのに今日また

食べなくなる、そういう食べ飽きなさが「サッポロ一番」の魅力の一つです。

——ああ、わかります。例えば「今日はしょうゆにする？ みそにする？」とか、「昨日はみそを食べたから、じゃあ今日は塩にしようか」とか、買うときもそうなんですけれども、何かそんな感じの会話が弾みますね。

井田社長：そうですね。皆さんそれぞれ、しょうゆ、みそ、塩に対するこだわりがありますし、また、その3品をローテーションで食べる方もいらっしゃいます。

——それ、それぞれに、例えば作り方とか、めんの太さとか、製法が工夫されていて違うんですって。

井田社長：はい。スープの味が違うのは当然なんですけど、しょうゆ、みそ、塩、全てめんの太さと形状も変えております。全て、そのスープに合っためんにしているわけなんです。そのこだわりと完成度の高さが、ロングセラーの秘密です。

——これまでにどのぐらいの量を作ったんですか。もうなんか数え切れないというような気もすると思うのですが。

井田社長：発売以来累計で300億食近くが生産されております。膨大な数ですね。

——300億ですか。すごいですね。さすが50年の歴史というふうには感じずにはいられませんけれども。味というのはどうでしょう、50年前と、やはり人の舌も変わってくる、時代によって変わるという中で変えているんですか、微調整していますか。

井田社長：いえ、基本的なレシピは一切変えていないんですね。

——変えないんですね。

井田社長：はい。もちろん時代に合わせて、品質は毎年、毎年よくなってきておりますが、基本的な味は50年前と一切変えておりません。

——これは先ほど、やはり社長がおっしゃったところに意味があるということですか。

井田社長：そうですね。完成度が高いということ。それから、お客さまの心理としても、1回慣れ親しんだ味を変えると、特にロイヤルユーザーのお客さまからは、味が変わったねというお叱りをいただくこともあるかもし

れません。味は変えないんじゃないくて、変えられないんですね。

——変えられないということなんですか。それは、もちろん変えて失敗してそういうのが見えたというのではなくて、変えてはいけないものなんだよというのが理念の中であって、変えていないということですか。

井田社長：そのとおりです。私自身も「サッポロ一番」の大ファンなんですけど、この味、やっぱりユーザーとしても変えてほしくないですね。

——誰よりもファンだという感じでしょうかね。

井田社長：朝、昼、晩、食べています。

——すごい。ロングセラー商品があるメリットというのを、井田社長はどのように捉えていらっしゃいますか。

井田社長：やはりお客さまから変わらない支持をいただいているということだと思います。「サッポロ一番」の味というのは、親から子ども、そして孫へと受け継がれております。つまり「サッポロ一番」は、日本を代表する食品であると言っても過言ではないと思っております。

——これ、例えば海外に行ったりして、長く留学生活などをしている方なんて、日本の味が何か食べたいなと思ったときに、ふと「サッポロ一番」を思い出したりするそうですね。

井田社長：そうですね。海外にいればいるほど、この「サッポロ一番」というのが思い出の味としてよみがえってくるんじゃないんでしょうか。

——まさに社長がおっしゃる、日本を代表する食品ということなんじゃないでしょうかね。

井田社長：はい、ありがたいことです。

【新商品】

——そのような中で、「サッポロ一番」を超える商品を作りたいとか、先代と違う新境地を開拓したいというようなお考えを持ったりはしませんか。

井田社長：「サッポロ一番」は永遠に不滅な商品であり、また、完成度も高いことから、「サッポロ一番」を超える即席めんは私はないというふうに思っております。しかしながら、「サッポロ一番」とは違った価値とか、魅力が

ある商品開発は、積極的に行っていきたくております。例えばシニア向けの方々に減塩タイプの即席めんを出したり、あるいは、普段はお昼に食べる即席めんを夕食に食べていただくということで開発した「サッポロ一番が鍋になりました」などは、その一例だというふうに思います。

——生活習慣に合わせたりということで、新しい商品を皆さんに、ユーザーに寄り添った商品を開発していますよね。

井田社長：そういうことです。

【海外進出】

——それから、サンヨー食品は海外にも進出を、もう早い段階からなさってしまっていて、1978年（昭和53年）にアメリカ、その後も中国、アフリカというふうに進出していくわけなんですけれども、この中国進出は井田社長が手がけたそうですね。

井田社長：はい。サンヨー食品のそもそもの社名の由来は、太平洋、大西洋、インド洋をまたにかけるスケールの大きな会社にしたという志からです。つまり、サンヨー食品は創業当時から海外進出に積極的だったわけです。1978年にはアメリカに本格的に進出をいたしました。しかしながら、めんの本場であり、かつ、13億人の人口を有する中国への進出は、サンヨー食品としてもやり遂げなければならないミッションでした。もちろん、過去の中国は、まだまだ発展途上であり、法律などの整備も遅れていたことから、進出するチャンスをずっと見ておりました。

——ずっとというのは、どのぐらいかけてですか。

井田社長：もう20年以上前からです。

——そうでしたか。

井田社長：そして、私がサンヨー食品に入社したころが、ちょうど中国進出のタイミングに合ったわけです。そこで父から中国プロジェクトの担当を任命されて、正式にスタートいたしました。ただ、中国事業では大変に苦労いたしまして、一時は中国からの撤退も余儀なくされました。しかしながら、その後、新しい素晴らしいパートナーと巡り合うことで、再スタートを切りました事業は、

今は大変に順調に推移しております。現在、サンヨー食品の中国事業は、売上高が1兆円を超える規模に育ってきております。

——また、アフリカ進出というのも進めていらっしゃいますよね。

井田社長：そうですね。アフリカも新興国なんですけれども、近年は大変高い経済成長が続いています。人口を見ても、現在のアフリカの総人口は約10億人なんですけれども、国連が推計をするところによりますと、2050年のアフリカの人口は2倍、20億人にまで増加する予定です。

——倍ですねえ。

井田社長：しかも、アフリカで市場調査をしてみると、即席めんが大変に人気があることがわかりました。アフリカ人は即席めんが大好きなんです。

——そうなんです。

井田社長：そこで、5年ほど前にアフリカ進出を決断いたしました。ただ、中国での成功体験から、アフリカ事業でも信頼の置けるパートナーを探すことから始めたわけですね。おかげさまで、シンガポールに上場している世界的な農業商社とパートナーを結ぶことができました。そこで2年前に200億円を投下いたしました。シンガポールの会社と合弁会社を設立しました。アフリカの今年の売上は300億円を超えておまして、既にアフリカでは大手食品会社の1社となっております。

——なるほど。今、井田社長のお話を聞いていきますと、やはりパートナーという言葉が何度か出てきているところでは、これはキーワードなのかなと思うんですけれども、海外進出をするのにあたって、あらためてどんなことが必要だと思いますか。

井田社長：特に新興国に出るときには、パートナーを選ぶことが最も重要だというふうに思っております。つまり新興国というのは、法律とか、社会インフラが整備されていないことが多く、日本企業単独で出ていっても、大きなトラブルに巻き込まれることが多々あります。そこで、現地の事情に精通したパートナーと組んで進出をすることで、成功の確率を高めるわけです。また、海外進出をする際のポイントとすると、どの国に出たらいい

のか、あるいは、いつ出たらいいのかという2点が大変に重要です。世界中には100を超える国がありますけれども、どの国に出るか。例えば人口が100万人の国に出る場合があれば、人口1億人の国に出る場合もあります。どちらも苦労は同じです。同じ苦労をするならば、なるべく大きいマーケットに出た方がいいと思います。

———そうですね。

井田社長：それから、出る時期に関して言いますと、早すぎても失敗します。また、多くの会社が参入して競争が激しくなった後に出て行っても、成功する可能性は少なくなります。つまり、多くの企業が進出を始める一歩手前に、いち早く出ることが重要なんですね。

———そのあたりの時代の見極めて難しいですね。

井田社長：それには頻繁に海外に行って、現地のマーケットを視察する事が一番ですね。

———では、井田社長、ご自身がやはり足を運んで、何度も何度も行って。

井田社長：はい。どんな国にも私は自分で出て行って、現地を実際にこの目で見て、判断をしています。

【プライベート】

———さて、ここからは少し仕事の話から離れて、プライベートな面も伺いたいと思います。井田社長、趣味は何ですか。

井田社長：学生時代はスキーに熱中しておりました。全日本スキー連盟1級の資格も持っています。ただ、最近は中年になってきたので、スキーをすることはなく、ゴルフに熱中しております。

———でも、やはりスポーツをしてらっしゃるんですね。

井田社長：はい。大体月に4回くらいでしょうか。ゴルフをするときには歩いて回るようにしています。

———週に1回ということですね。

井田社長：はい。

———この忙しさの中でアクティブですね。

井田社長：当社は多角化の一環でゴルフ場も経営していますので、ゴルフをするのも仕事の一環というふうには言えなくはないですね。

———その他はいかがですか。

井田社長：私は36歳という若さで社長になったんですけども、そのときに、日本の伝統的な趣味を始めようと思いました。

———伝統的な趣味ですか。

井田社長：はい。社長業というのは大変ストレスがたまるので、伝統的な趣味をすることによって、気持ちを落ち着かせ、リラックスをしたいというふうには思ったわけなんです。

———どのような趣味を選びましたか。

井田社長：選んだ趣味は裏千家茶道でした。この茶道には、見事にはまってしまいました。

———お茶ですか。

井田社長：始めてから20年が経過しておりますが、今でも月に2回はお稽古をしております。また、5年ごとにお茶会を開いております。来年はちょうど4回目のお茶会を開催する予定です。熱心に茶道のお稽古をしていることが認められまして、裏千家のお家元から「宗純」という茶名も頂戴しております。茶道というのはお茶をたてる亭主と、それからお客さまとのコミュニケーションが大変重要でありまして、私も茶道を通して素晴らしい多くの友人と巡り合うことができました。

———こういうなんか静けさの中で神経を研ぎ澄ます時間みたいなのは、やはり必要ということですか。

井田社長：そうですね。お茶をしている最中は本当に心が無になる、いわゆる禅の境地になっているんじゃないかなと思います。お茶のお稽古をしたり、お茶会に参加させていただいたりすると、心が洗われるようになりますね。



【今後の目標】

——そういった趣味も楽しみながら、そしてお仕事にももちろん積極的にいろんな展開、挑戦をなさっているということなんですけれども、今後の御社の夢や目標もお聞かせいただけますか。

井田社長：はい。サンヨー食品が行っております事業、即席めん事業というのは、大変にユニークな事業だと思っています。即席めんの特徴を挙げますと、おいしい、保存性が高い、製造工程がシンプル、価格が安い、栄養価が高いなど、数限りなくありまして、その結果、即席めんは世界中で普及しつつあります。現在サンヨー食品では、グループでの即席めんの生産量は世界全体で200億食を超えておりまして、世界シェアの2割を占めております。今後も日本で育った即席めんのよさを世界中に伝えていきたいと考えています。日本では付加価値の高い即席めんを製造販売し、市場が拡大している海外では積極的に投資をして、グローバルな事業展開を進めてまいりたいと思っております。

【起業家や経営者へのアドバイス】

——最後に、これから起業したいと考えている人や、組織を運営していきたいと考えている若い方へのメッセージの意味も込めてお話ししていただければと思います。井田社長、新規事業に取り組んだり、経営をしていく中で大切なことは何だと思えますか。

井田社長：この番組のタイトルは、「チャレンジ・ザ・ドリーム」ですね。

——はい、そうです。

井田社長：やはり、夢に向かってチャレンジが続けることが重要だと思います。私の好きな言葉は、「念ずれば花開く」です。

——はい。

井田社長：何をやるにしても不可能なことはないと思います。自分の道を自分で切り開くには、粘り強く毎日、毎日努力をすることが大事ですね。

——毎日の努力。やっぱり、シンプルだけど奥深い言葉ですね。

井田社長：はい。

——それではここでもう1曲、井田社長に選んでいただきました曲をお届けしたいと思います。井田社長、どんな曲を選んでくださいましたか。

井田社長：私の2曲目のリクエスト曲は、DREAMS COME TRUEの『何度でも』です。吉田美和さんの歌詞は最高に素敵ですね。

——はい、私も大好きです。

井田社長：この『何度でも』の歌詞でも、1万回駄目で、へとへとになっても、1万1回目は何か変わるかもしれないというメッセージがあります。この言葉をリスナーの皆さんに贈りたいと思います。

——井田社長ならではの捉え方で素晴らしいなと思ったのが、これ、1万1回目が成功するではないんですよね。何か変わるなんですよ。

井田社長：そうです。1万回チャレンジして成功する。そうじゃない。1万回チャレンジして1万1回目に少し変わるかもしれない。つまり、物事を変える、世の中を変えるというのは大変なことだということが、このメッセージにあると思います。しかし、チャレンジをして変えていかなければならない。その結果、私は夢が実現すると思います。

——今日の井田社長のお話を聞いて、皆さんも夢に一歩近づく、そんな何かを今から始めていただければと思います。今日のトップインタビューは、サンヨー食品の井田純一郎社長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただきお話を伺いました。今日はどうもありがとうございました。

井田社長：ありがとうございました。

——それではお届けいたします。DREAMS COME TRUEで『何度でも』。

チャレンジ企業紹介コーナー

PIZZERIA PESCA!

「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。今日ご紹介するのは、前橋市のイタリアンレストラン「PIZZERIA PESCA!」で

す。3年前に開店し、多くのお客さんでにぎわっています。オーナーの宮崎雄一さんは九州の出身。故郷を遠く離れてお店を立ち上げた様子や、さらなる挑戦について、前橋市六供町のお店にお邪魔してお話を伺ってきました。

——私は今、前橋市六供町にある「PIZZERIA PESCA!」に来ています。宮崎雄一さんにお話を伺います。どうぞよろしくお願いいたします。

宮崎さん：よろしくお願ひします。



——まずお店、入るとすぐにピザ窯があるんですね。

宮崎さん：はい、やはりピッツェリアなので、入ってすぐ、職人さんが焼いている感じをお客さまの皆さまに感じていただきたい、ライブ感を感じていただきたいなと思って、出入り口に設置しました。

——あのピザ窯というのは、どのようなものなんですか。

宮崎さん：日本で1台、まだペスカだけだと思うんですが、イタリアから輸入したものなんです。下火が強く、何十枚、何百枚焼いても香ばしく焼き上がるという、特殊なピザ窯です。

——そのピザ窯とか、スタッフの方が実際に生地を広げる様子が見えるような、手元が見えるような仕組みになっていて、その近くに、ちょっと階段が付いているんですね。

宮崎さん：そうですね。

——あれはどういうことですか。

宮崎さん：うちのお店のターゲット、三世代でピザを囲んで食べていただくと、お子さまがたくさん来られるん

ですが、先に食べ終わっちゃうと、やはり暇になるというか……。

——飽きちゃう。

宮崎さん：飽きちゃうと。なので、そんなお子さんたちが飽きないように、ピザを焼いているところが見れたり、食べたいピザを注文したりできるように、ステージを作りました。

——何か一種のアミューズメントパークのようですね。

宮崎さん：そうですね。そう感じていただけるとうれしいです。

——そして店内に入っていきますと、白を基調とした店内。木の柱とか梁が見えています。私のイメージでは、家族の暖かい団らんをイメージした、親しみやすいお店だなというような印象を受けたんですけども、宮崎さんご自身は、どのようなコンセプトでお作りになったんですか。

宮崎さん：おじいちゃん、おばあちゃん、お父さん、お母さん、そして子どもたちが、ピザを囲んでわいわい楽しく食事ができる、ハピネスな空間を作りたいなと思って、全くそのとおりに今、実際なっています。

——スタッフの方も、やっぱり一体感が出るような、そんな仕組みがあるんですか。

宮崎さん：そうですね。すごくお客さまとスタッフの距離感が近いというか。このお店を作るときに、なるべく多くのお客さまが食事をしているのが見渡せるようにオープンキッチンにして、ライブ感が伝わるように、わくわくするような飲食店を作りたいなと思って、そういうふうな設計にしました。

——ペスカさんには、ハピネスと、そしてわくわく感が本当にたくさん詰まっているんですね。

宮崎さん：はい。

——ちなみに、「ペスカ」というお名前を付けられた、その意味というのはどんなところにありますか。

宮崎さん：ペスカトーレの「ペスカ」なんですけど、直訳すると、漁師風がペスカトーレ。だから漁師ってことですね。

——漁師ですか。

宮崎さん：はい。魚介類がとてまたくさん盛り込まれたメニューが豊富になっています。

——ランチタイムの後の時間に今、私はお邪魔しているんですけど、まだまだお客さまがたくさんいらして、にぎわってますね。

宮崎さん：ありがとうございます。

——大体1か月にどれぐらいの方がお見えになりますか。

宮崎さん：月間8,000名以上のお客さまにご利用いただいています。



——そんな「PIZZERIA PESCA!」なんですけれども、宮崎さんは九州の熊本ご出身だそうですね。

宮崎さん：はい、熊本です。

——どういうご縁で、この前橋でお店を出店なさったんですか。

宮崎さん：群馬におじがいたんですが、約13年前におじを頼って群馬に来ました。そこからイタリアンレストランに入り、約10年弱修行をしました。その後、お店を出店させていただきました。

——その出店するときに、こだわったところとか、心がけたところは、どんなところでしょうか。

宮崎さん：出店するときに、なぜ私は出店したいのかな、出店してどうなりたいたいかなって考えたんですが、間違いなく幸せになりたい、そう思ったんです。どうやったら私は幸せになれるかなって考えたら、人を幸せにすることだって確信しました。なので、ペスカの理念は、全ての人を幸せにする、ハピネス、そういうふうを決めま

した。

——出店のときにいろいろなハードルがあると思います。例えば資金繰りなどはどういうふうになさいましたか。

宮崎さん：銀行から融資を受けました。あとは、夢のような話ですが、応援してくださる方がいらっしゃって、ほぼ建物を建てていただき、それを家賃を払って借りていると、そういう形です。

——あ、そうなんですか。

宮崎さん：はい。

——土地はどうしましたか。

宮崎さん：土地も借りて、建物も借りて、そこでビジネスをやらせていただいているという形です。ほんと不思議なんですけど、私が前職でイタリアンレストランで店長をしているときに、どこかのお金持ちさんが、「ねえ、店長、私がお金を出すから、お店をやってみなさい」と言うような気がしていたんですよ。

——「気がしていた」ですか。

宮崎さん：そうしたら、実際にそれが起きてしまったという。本当に不思議ですよ。

——それはやはり、普段から自分がこういうふうになりたいという思いを口に出していたんですか。それとも、思っているだけで、そういうものが引き寄せられたんですか。

宮崎さん：まあ、両方っていうほうが正しいと思うんですが、やはり言葉に出す機会も多くなっていったと思うんですよ。そして、行動も変わり、表情も変わり、放つものもきっと変わっていたと思うんですね。

——夢ってかなうんですね。

宮崎さん：かないますね。

——そして今、ちょうど9月で3年をお迎えになって、4年目に入ったというペスカなんですけれども、人気のポイントって何だと思えますか。

宮崎さん：やはり私たち働く者が楽しんでいることじゃないですかね。プレゼントをあげるときに、もちろんもらう人がうれしいんですが、サプライズでプレゼントを買っているときとか、選んでいるときって、わくわくしますよね。

——その人のことを思いながら選びますよね。

宮崎さん：うん。そういう感じで、ペスカのスタッフって仕事をやっているんです。なので、おのずと楽しくなってきた、わくわくしてきた、ハピネスが伝染していく。そういうイメージ、そこがポイントじゃないかなって思っています。

——ということは、ハピネスにするのは味覚だけではないということですか。

宮崎さん：そうですね。五感が商品だと考えています。店舗づくりもそうですが、お庭や、ユニフォーム、「いらっしゃいませ」の声とか、表情、全てが商品の価値を決めてくるんじゃないかなと感じています。

——そんな宮崎さんは、いろんな新しいことにもチャレンジしていらっしゃいますよね。

宮崎さん：はい、ありがとうございます。

——最近では、どのようなことに取り組んでいますか。

宮崎さん：最近では、群馬イノベーションアワードにチャレンジ中です。そして、新しいお店、女性が1人でも食事がしやすいお店作り。そこで、トマトヌードル、ヌードル屋さんを計画中です。

——それはいつぐらいになりそうですか。

宮崎さん：そうですね、来年頭にはオープンさせたいなとは思っています。

——トマトヌードルということは、パスタではないということですか。

宮崎さん：パスタではないです。もういろんな種類の試作品が続々とでき上がっています。

——女性が1人でも寄りやすいお店というのは、やはりその辺の需要はあるけれども、かなえられていないということですか。

宮崎さん：そうですね。きっかけは今現在ペスカで、1人で食事がしづらいというお客さまの声からなんです。もちろんわいわい楽しんで、家族では来やすいんですが、でも1人で食事しなきゃいけないときって必ずあって、そのときに、たくさんのグループが食事されているところで、1人ではやはり食事しづらいんです。新しいお店では、テイクアウトで手軽にパスタをお持ち帰りできたり、1人で食事しやすい空間を作りたいと思っています。

——その他、いろいろ成分のことにもこだわったパスタなどを提供したいなんていう思いもあるそうですね。

宮崎さん：はい。グルテンフリーのめんを開発しました。——グルテンフリーというのは、小麦粉の中のグルテンという成分を抜いたものというイメージですか。

宮崎さん：はい。今はダイエットとかでも、すごく世界中で話題なんですけど、イタリアではゼンパスタというものがすごく話題になり……。

——それはどういうものですか。

宮崎さん：簡単に言うと、白滝パスタ。それをペスカでもいち早く入手して、試作品を作ってみたんですが、パスタとは程遠いもので、ソースとの絡みも悪いし、歯ごたえもパスタとは程遠いし、味もちょっと残念な感じだったんです。そこで、グルテンフリーであり、おいしいパスタを作りたいという思いから、試作を繰り返して、作り出すことができました。まあちょっと製法、中に入っているものは言えないんですが、もちもちとした、パスタにとっても近い食感が実現できたと思っています。早く世の中に広げていきたいなと、ちょっとわくわくしているところです。

——もう店内では召し上がることはできるんですか。

宮崎さん：いや、まだなんです。来年ぐらいには提供していきたいなと思っています。

——宮崎さん、そもそもグルテンフリーのパスタを作ろうと思ったのはどうしてですか。

宮崎さん：実は、私が小麦アレルギーなんです。

——小麦アレルギーなんですか。

宮崎さん：はい。

——パスタ屋さんがですか。

宮崎さん：そうなんです。

——味見ができませんよね。

宮崎さん：まあ、食べれないではないんですが、大量に摂取すると調子が悪くなったり。詳しく言うと、セリアック病。いろんなアレルギー反応の方が世界中にいらっしゃるんです。私も気管支がちょっと苦しくなったり、くしゃみが止まらなくなったり、そんなことが調べていけばいくほど、結構深刻な問題っていうことに気付いてきたんです。精神的にも落ち込みやすくなったり、いろ

んな問題があって、世の中でもう、すごくいろんな方たちが今、注目されていて、アメリカではグルテンフリーコーナーが当たり前のようにある時代なんです。そんな食品をいち早く、おいしいもので作りたい。そう思ったのがきっかけです。

——ご自身の、やはり体験もあって、ダイエットだけではないということですね。

宮崎さん：はい。そうですね。

——このように、チャレンジし続ける理由って宮崎さん、何ですか。

宮崎さん：うーん、動けば動くほど、チャレンジすればチャレンジするほど、思ってもみなかったような出会いや成果が、二重に三重に重なり合って出てくる、湧いてくるような気がして、この感じがたまらないんですよ。

——が、しかしですよ、試作品などで失敗を重ねてということもあるかもしれませんよね。

宮崎さん：はい。そうですね。人生もそうだと思うんですが、そこでやめてしまったら失敗なんですね。でも、試作で失敗しても、そこで見えるものがあるし、諦めない限りは終了ではないので、失敗ではないと思っています。

——今後、新規でお店をスタートさせたいと思っている方へのアドバイスも込めて、やはり経営にとって一番大事なものは何だと思いますか。

宮崎さん：私が思うことは、想像を膨らませて、どんどん想像して、そして諦めないこと。それがすごく大切だと思います。

——最後に宮崎さんご自身の夢も聞かせてください。

宮崎さん：私は全国、世界に展開し、全ての人を幸せにするハピネスをベスカから食を通して伝染させていき、関わる人皆さまを、なんか笑顔とか、気持ちがいい感じにしていくことが、私の夢であり目標です。

——「PIZZERIA PESCA!」の宮崎雄一さん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。

宮崎さん：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、「サッポロ一番」でおなじみのサンヨー食品株式会社の井田純一郎社長へのトップインタビュー、そして後半は、前橋市のイタリアンレストラン「PIZZERIA PESCA!」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 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～」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～
【1月の放送のお知らせ】
平成29年1月5日(木) 12:00～12:55
再放送 1月7日(土) 8:00～ 8:55
ぜひお聞きください！