

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12月1日（第45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、ブランド牛肉「赤城牛」の生産から加工、流通までを手がける鳥山畜産食品株式会社の鳥山真社長、48歳です。群馬県産のブランド牛肉の一つ「赤城牛」は、鳥山畜産食品が20年以上前の1993年に商標登録して、ブランド化を進めてきました。現在、海外へ輸出するまでになっていますが、単なるブランディングにとどまらず、肉の「うまみ」を数値化して「味の見える化」を図るユニークな取り組みなども行っています。鳥山社長に挑戦の様子や、目指す方向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。ネコ用品のキャットハウスを開発・販売する桐生市の「bit capsule」をご紹介します。

【プログラム】

■トップインタビュー

鳥山畜産食品株式会社 鳥山真 社長

■保証協会からのお知らせ

保証協会の「創業応援チーム」、女性創業応援チーム「シルキー クレイン」及び『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

bit capsule

◎アナウンサー 奈良のりえ

トップインタビュー

鳥山畜産食品株式会社

鳥山真 社長

——鳥山畜産食品株式会社の鳥山真社長にFM GUNMA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。

鳥山社長：よろしくお願いいたします。



【「赤城牛」】

——初めからぶしつけな質問で大変恐縮ですが、鳥山畜産食品という社名よりも、「赤城牛」というブランド名のほうを知っている方が多いような気がするのですが、いかがですか。

鳥山社長：お客さまに身近に感じていただいている証拠であれば、大変素直にうれしいと思います。

——その群馬県産のブランド牛肉といいますと、この「赤城牛」や、「上州牛」などがあると思いますが、これは鳥山社長、どのように違うんですか。

鳥山社長：群馬県さんやJ Aグループさんの「上州牛」というブランドは皆さんもよくご存じかと思うんですけども、私どもの「赤城牛」に関しましては、赤城肉牛生産販売組合という生産者の皆さんの団体で成り立っております。その生産者の皆さんの名前を背負う形で、お客さまのもとへ送らせていただいているのが私どものブランドという形になります。

——鳥山畜産食品では、実は牧場も持っていらして、生産から行っているそうですね。

鳥山社長：はい。私の祖父が家畜商を営んでおりました。

——家畜商といいますと、どのようなお仕事ですか。

鳥山社長：生きている牛を農家さんからお客さまにお届けする役割です。その家畜商の商売をしているところから、現在の牧場と言われている昭和村にございますけれども、1974年に開設をさせていただきまして、一時保管場所として使わせていただいております。牧場という形では、1980年に鳥山牧場として肉牛の生産を行っております。

——飼育するための牧場として使い始めたわけですか。

鳥山社長：はい。一般的に肉牛の生産を行っている牧場に関しましては、生後の9カ月ぐらいの子牛をまず買い求めてきて、それから30カ月齢ぐらいまで育てて、その肉牛を出荷してお肉にします。子牛だけを販売する農家さんもいますし、その子牛を買い求めてきて生産をするのが、一般的に言うところの牧場になります。牧場の開設当時は、全国の各地から子牛を買い求めまして、肉牛の生産を行っていたんですけども、今から見ますとおよそ15年ほど前ですので、大体2000年ぐらいから一貫生産というところに着手をさせていただきまして、種を付けて子どもを産ませるところから、肉牛を最後は自分たちで食肉加工まで施してお客さままでお届けする、屠殺という作業以外は全て自社で行えるという仕組みができ上がりました。

——これは鳥山社長、全国的に見て、そういう取り組

みをしているところはほかにありますか。

鳥山社長：かなり少ないと思います。

——大変そうですね。

鳥山社長：はい、何よりも時間がかかります。

——時間、どのぐらいかかりますか。

鳥山社長：そうですね、私が指示をしまして、種を付けるその日からお客さまの口に運ばれるお肉になるまで約4年はかかります。

——4年。

鳥山社長：はい。

——今、種付けをしても、東京オリンピックがもう……。

鳥山社長：はい、終わってしまいます。

——終わってしまうと。長いスパンですねえ。そういったあたりも非常に難しい経営を自らチャレンジなさっているのかなと思うんですけども、1993年に、先ほどからご紹介いただいております「赤城牛」の商標登録を行ってブランド化を始めましたよね。これはどういったことからですか。

鳥山社長：当時一緒にお取り組みをさせていただいたお客さまと一緒に商標登録に踏み切ったというお話は聞いております。というのは、まだ私が入社前のお話でございまして、地元の生産者約15名ほどで、町おこし、村おこし、農業おこしに近い思い入れの強い中で始まった、いわゆる生産側から温度を高くしてブランド化しようというお話で進められたというところを伺っています。

【家業に入るまで】

——鳥山社長はもともと家業を継ごうというふうに思っていたらっしゃったんですか。

鳥山社長：子どものころは、人に聞かれたときには「家業を継ぎます」というふうに答えていた記憶はありますが、物心ついて、自分が何をしようと思っているときに、選択肢の中に家業を継ぐというものは残念ながらなかったですね。

——あ、そうなんですか。ではほかに何かやりたいものがあつたとか、見つかったとかいうことですか。

鳥山社長：そうですね、取り組んでいたといいますか、熱中していたスポーツがございました。

——何をしていたんですか。

鳥山社長：学生時代からスキーをしていました。

——では、もしかしてスキーで何か生業をというふうにお考えだったということですか。

鳥山社長：今思えば相当甘い考えだったと思うんですけども、そんなふう考えた時期もありました。

——それがなぜ、家に入ろうというふうになられたんでしょうね。

鳥山社長：東京で勤めをしていたんですけども、その勤めをしていた会社の事情といいますか、ちょうどそのタイミングで、家業であるこの会社のほうも、業績が正直あまりよくなかったんですね。

——ご自身としても、ここはお父さまの会社に入られて、立て直すという思いですか。

鳥山社長：私は会社に入って、屠殺という現場に最初の1年ほど従事しまして、結果的に今までには包丁を持って食肉加工の仕事をする以外は、全ての業務を経験したんですけども、一番最初に与えられたミッションは、やはり生産の現場を勉強して、この業界の仕組みといいますか、そこを見えるようにならないと、お客さまにお届けするっていうところまではなかなかたどり着かないっていうことを、父からその当時言われた記憶があります。

【入社後の社会情勢】

——1995年、27歳で入社なさったということですが、その後はいかがでしたか。

鳥山社長：私が会社に入ってから、もう20年が経過しますが、食を取り巻く環境が目まぐるしく変わった20年だったのかなと思います。会社に入社した当初、目の前にあった大きな事件でO157事件というのがありました。——ありましたね。

鳥山社長：その後に狂牛病（BSE）がありました。産地の偽装の問題でありますとか、2010年には宮崎で家畜の口蹄疫って大きな事件も起きました。同じタイミングで、2010年から11年にはユッケの事件でありましたり、東

日本の震災もありました。そういったところを常に見ながら、立ち位置をどこに置かなければいけないのかというのが、毎年リセットされていくような感覚だったですかね。

——確かに、ちょうど鳥山社長が入社されたぐらいから、そういった幾つもの困難が押し寄せていましたよね。そういった中で、気持ちが折れそうになることってありませんでしたか。

鳥山社長：幸いといいますか、一生懸命頑張って私の思いをぶつけようと思って。目の前にいる牧場の牛は口が利けませんので（笑）。決して大声で怒鳴っていたわけではないんですけども（笑）。

——確かに（笑）。

鳥山社長：ただ、そんなことを思い起こすと、やはりちゃんと自分の中に常に帰ってきて、自分の中で結論を下さない限りは次がないってことは、その都度感じていたのかなと思っています。業界の中だけで情報交換をしていますと、すごくネガティブな発想になってしましますので、そのときには、私は逆にそれを外から見る視線といいますか、それを常に持っていたいなというふうには思い続けていました。

——それは、ほかの異業種の方とお話をするとか、そういうことですか。

鳥山社長：そうですね。異業種の方から見たときに、私たちの業界が今どう映っているのか、その取り組みはどんな方向を向いているのかということに、常に耳を傾けながら取り組んできたことは、今思ってみれば非常に役に立ったのではないかなと感じています。

——新たな挑戦を進めている様子というのを次のパートで伺ってみたいと思うんですが、その前に、ここで1曲お届けしたいと思います。ウィルソン・フィリップスの『ホールド・オン』、1990年のナンバーを選んでいただきました。これは社長、どんな思い出の曲ですか。

鳥山社長：当時、バブル絶頂期といいますか。

——そうですね（笑）。楽しい学生時代でしたか。

鳥山社長：学生時代で感じていたよりは、尊敬している先輩方がバブルを謳歌していた姿を見させていただいたその背景で、常にこの曲が流れていました。ただ、その

ときにはいろいろな思いはありましたけれども、やはり前を向いて続けていこうという部分が、まさにこの曲に込められているのかなと思いました。

——はい。それではお届けいたしましょう。ウィルソン・フィリップスで『ホールド・オン』。



【味の見える化】

——肉のうまみを数値化して、「味の見える化」を図る取り組みをなさっているそうですね。

鳥山社長：はい。おそらくもう足掛け8年ほど、そういった取り組みを行っております。

——これはどうしてこういったことを始めたんですか。

鳥山社長：きっかけは、お客さまに飛びきりの商品を持ってきてほしいというふうに言われたので、真っ白な、格付けでいきますとAの5番のお肉をお客さまに納品をさせていただいたところ、おいしくないから要らないと返品されてしまいました。そのときに初めて、私たちはAの5番というのは、おいしさを担保するものではなくて、あくまでもやはり、見た目なのかもしれないというふうに、感じてしまったんですね。

——鳥山社長、この肉の評価、よくA5なんていうふうにランクを聞いて、これは最高級なんて言ったりしますが、これはどういうものなんですか。

鳥山社長：全国統一の規格がございまして、決められた面積の中にどのぐらい霜降りが含まれているかというものを視覚、見た目の中で、赤身が強いものが1からですね……

——1。

鳥山社長：はい。霜降りの一番強いものが5という形になります。

——A、B、Cというのは、ちなみにどのようなことですか。

鳥山社長：お肉の付き具合で、等級にしますと、歩留まり等級という等級になります。Aが一番お肉の量が取れていますという格付けになります。

——なるほど。それでA5というのが最高級のランクということなんですか。

鳥山社長：はい。そうすると、何かそのお肉を正しく評価する物差しが足りないかなというふうに感じました。

——ああ。その見た目だけじゃなくて、もっとプラスアルファなものがあってもいいのではないかと。それが転換期になったわけですか。

鳥山社長：そうですね。

——具体的にどんなことを思い付いたというか、スタートは……。

鳥山社長：大きく分けますと、私たちが考えた見える化で使った材料ですけれども、まずは脂の質を評価したい。もう1つは、お肉の一番大切な赤身の部分を、ちょっと違った評価をしたい。

——オリジナルな分析ということですよ。

鳥山社長：はい。脂質に関しましては、自社で光ファイバーで測定をする機械を購入いたしました。

——そして、赤身の評価というのはどのようになされたんですか。

鳥山社長：赤身の評価は、慶應大学のベンチャー企業でありますA I S S Yさんという会社と提携させていただきまして、人工味覚センサーを活用させていただきまして、人間の味覚の基本味と言われてはいますが、甘味、塩味、酸味、苦味、うまみ、この5つの基本味の中から、私たちはそのセンサーで出た評価の中のうまみという数値を、私たちの赤身のおいしさの1つの指標として採用させていただいています。

——画期的な取り組みですね。

鳥山社長：自分たちでも、もともと私たちの手元にある業界の評価の仕方とどうリンクさせていくかということ

ろが、今も試行錯誤を繰り返しながらなんですけれども、やはり一番そこに時間を費やしているところです。よい、悪いという話ではありませんので、お客さまのニーズにマッチするところのお手伝いという役割にしております。

——お客さまのニーズって本当にさまざまだと思いますが、例えばどんなオーダーがありますか。

鳥山社長：たくさんは食べられないけれども、コクの強い、そして霜降りの強いものを食べたい、もしくは、すごくあっさりとしたお肉の性質のものをたくさん食べたい、というお客さまに合わせる形で、こちらがお手伝いをさせていただけるのかなと考えています。

——優劣でなくて、その方の好みというのは、牛さんにとってもなんかすごくいい評価基準ですね（笑）。

鳥山社長：生産者の皆さんがやはり長い期間をかけて生産をしたものですので、上下関係にあるものではなく、お客さまのニーズに合う形に、私たちがコンシェルジュとしての役割を果たすというところが一番大切なのではないかと思っています。

【営業活動】

——レストランなどのオーナーシェフに、直接営業に行かれたりもしたそうですね。

鳥山社長：私たちが農家さんからお預かりしたり、もしくは、自社の牧場から生産したストーリーを持った商品を直接消費の現場にお届けしようということで、大体、2年間で2,000件ぐらいいは自分でお客さまと直接やりとりをしました。

——鳥山社長がですか。

鳥山社長：はい。

——あ、そうですね。群馬はもちろんですけど、都内なども行ったんですか。

鳥山社長：そうですね、都内近郊が多かったです。

——うまくいきましたか。

鳥山社長：おかげさまで、最初の1年はほぼ空振りですね……。

——おかげさまで（笑）。

鳥山社長：（笑）。

——空振りですか。1,000件ぐらいいは空振りだった感じですか。

鳥山社長：そうですね。

——それは心が折れそうですね、いかがでしたか。

鳥山社長：もう既に営業をなさっているレストランさんでは、今扱っていらっしゃる牛肉があるわけですね。

——そうですね、もうシェフがご自分でお気に入りの。

鳥山社長：はい。

——それこそ全国でいろいろなブランドがあるわけですが、そこをどうやって切り込んでいったんですか。

鳥山社長：ひたすらお肉をばらまきました。食べておいしくなければ、もう来ませんというふうにお願いをしました。

——皆さんに、まずは召し上がっていただいたわけですね。

鳥山社長：すみません、言葉が乱暴でした。

——（笑）。でも、そういった中にこのデータ、「味の見える化」というのが、エビデンスとして大切だったんじゃないかな。

鳥山社長：それももう、スタート当初はすごくバラバラな活動ではあったんですけども、特にお肉の味を認めていただけるシェフの方とか、料理長の方、オーナーの方の言葉をいただいた中で、私たちが作りだそうとしているマップとだんだん合致をしていくというのを、着実に体感できたのではないかなと思っています。

——では、この「味の見える化」の効果も、ずいぶん出てきたということですか。

鳥山社長：まだまだ事例そのものは少ないとは思っているんですけども、これから先ますます役割としては大きくなっていくんじゃないかなと思っています。

【社長就任と海外進出】

——2010年に社長に就任されましたけれども、そのときはどんなお気持ちでしたか。

鳥山社長：私どもの会社には業界の先輩もまだまだたくさんいましたので、私が命令をすとか、そういう話ではなくて、やはり一緒にやろうという、私が動く姿をまずは見てもらおうということが一番先にありました。

———そういった動く姿の取り組みの1つでもあるかとも思うんですけども、海外輸出も積極的に行いましたよね。

鳥山社長：取り組みを始めてちょうど3年になりますけれども、今現在はシンガポールへ自社の牧場の黒毛和牛を輸出させていただいています。

———手応えはいかがですか。

鳥山社長：3年経過をした今だから言えることなんですけれども、おかげさまで今は定時定量で、お客さま、レストランは、着実に増えております。

———どういったことが理由で海外に進出をなさったんですか。

鳥山社長：私どもは「味の見える化」という特徴的な取り組みを行っているわけですが、その取り組みがどこまで通用するのかというところを純粋に評価していただきたかった。あとは、やはりそういったご縁をいただいたということがありましたので、素直に出ていこうと取り組みが始まりました。

———何となく海外というと、ちょっとハードルが高いような気がするんですけど、いかがでしょうか。

鳥山社長：現地のパートナーと私たちの考え方がなかなかみ合わなかったので、最初の1年は、そのハードルをもう痛切に感じた1年でありました。

———ああ、そうですか。

鳥山社長：最初の1年はやはり結果も付いてこなかったですね。

———その後は少しずつ改善していききましたか。

鳥山社長：自分たちで営業しました。

———またここでも（笑）。そうですか。海外進出というのは、何が一番大事だと思いますか。

鳥山社長：海外に進出するためには、やはりパートナーの存在というのが非常に大きな存在だというふうに考えています。

———その相手の国のパートナーということですね。

鳥山社長：はい。私たちは、やはり日本側からものを見るのではなくて、現地の消費者の方の目線で、やはりものを見ていかないと、結果は出てこないということが、この3年たって強く感じているところですね。

———ちなみにシンガポールをお選びになったということのも、やはりそういった需要があるということですか。

鳥山社長：はい、それもあります。やはりアジアのハブと言われているシンガポールには世界各国からお客さまが集まってくるので、おのずとほかの国でも引き合いが来るんじゃないのかなというふうな思いもありまして、まずはシンガポールで居場所をつくりたいという思いがありました。

———また去年からは、もう少し海外進出の展開が増えてきたようですけどもいかがですか。

鳥山社長：国のお手伝いもちょっといただきまして、昨年、中小企業としては初めてヨーロッパの輸出を実現いたしました。———ああ、激戦区のような気がしますが、いかがでしょうか。

鳥山社長：シンガポールと同じ感度で取り組みを始めたんですけども、現地に1週間滞在した中では、ハードルの高さを勉強して帰ってきたというのが、昨年の秋のいい体験だったのかなってところですかね。

———ちなみにそのハードルの高さというのはどういうことですか。

鳥山社長：肉食の文化の歴史の違いですかね。

———はあ、ええ。

鳥山社長：私たちが見た目には差がわからない赤身の肉が目の前に、例えば3種類並んでいるわけですが、シェフの皆さんは、その赤身3種類を使い分けるんですね。ステーキで食べる赤身。生っぽく食べる赤身。煮込むための赤身。全て見た目は同じなんですけれども、調理の仕方によって味が違うんだということ、古くからヨーロッパでは使い分けられてきたというお話をされまして、私どもが持っていった霜降りの牛肉の説明をさせていただこうと思ったんですけども、私どもが持っていったサンプルのお肉には、あまり興味を示していただけなかったですね。

———そのあたりも、今後はまたちょっと手法を変えてということですか。

鳥山社長：そうですね。ヨーロッパに関しては、まだまだ我々も勉強を継続しながら、もちろんチャレンジは続

けていきたいと思っていますし、ご縁をいただきましてイタリアのミラノの輸出が始まっておりますので、やはり現地の方と情報交換を密に行いながら、シンガポールで言うところの現地の消費者の目線をどうやってつかんでいっていかっていくというのは、これからの大きな課題だと思っています。

——お話の中に生産者というよりも、消費者の目線というのをまず大事にしているんだということがすごく感じられますが、いかがでしょう。

鳥山社長：最後は、提供している側ではなくて、食べていただくお客さまがおいしい、だからまた食べたいと思うところが、私は始まりだと思っています。そこが始まりである以上、その目線は決して失ってはいけないだろうなというのは、これからも変えるつもりはありません。

——そのためには、本当に幾つものハードルを越えていっていかねばならないけれども、社長は結構ハードルを越えるのが楽しそうですね。

鳥山社長：どちらかといいますと、全面的に賛成をしていただく空気よりは、まず反対をしていただく空気が好きです。

——(笑)。そこから切り込んでいくということですか。

鳥山社長：その方に気に入っていただくための要素を、自分たちがまずできるか、できないか。自分たちのできるのであれば、やはりそこをしっかりと追及していきたいと思っています。

【レトルトカレー】

——さて、加工食品も実はつくっていらっしゃるということで、今年全国のご当地カレーの人気投票で第3位に輝いた、「赤城牛」を使ったレトルトカレー。中には、あのとっても有名な某横浜のカレーも抜いたなんていうお話も聞きましたけれども。

鳥山社長：はい、おかげさまで。

——おめでとうございます。

鳥山社長：ありがとうございます。

——全国で3位ですか。

鳥山社長：はい。

——どんな特徴を持ったカレーなんですか。

鳥山社長：量的には、一般的なレトルトカレーでございますので、1パック200グラムという量なんですけれども、私どものカレーには、その1パックあたり50グラムほどお肉を入れさせていただいております。

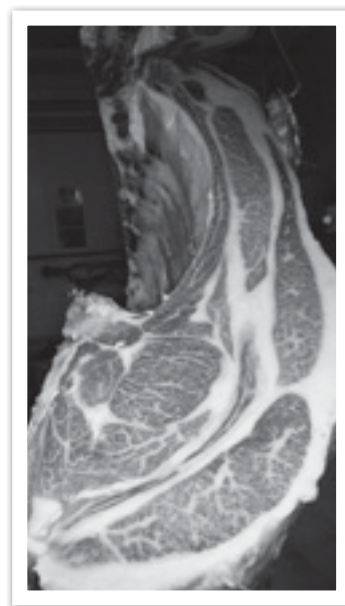
——ふんだんに入ってますね。

鳥山社長：はい。

——しかも「赤城牛」。

鳥山社長：はい。食肉の加工がメインの会社でございますが、数多くの端材が出てまいりますので、生産者の皆さんからお預かりをしたお肉の端材であっても、やはり変わらないストーリーを背負ったものである以上は、何かそれは生かすことができるんじゃないのか。ただ、やるのであれば、お肉屋さんが提供させていただいているという色を強く出したかったというところですね。

——ああ、いや、おなががりすいてきて、お肉が食べたくなったり、カレーが食べたくなったり大変なことになるってなりました。



【プライベート】

——ここでは少し仕事の話から離れまして、プライベートな面も伺いたと思います。鳥山社長、趣味は何ですか。

鳥山社長：スポーツ全般、見るのも、体を動かすのも好きなんですけれども、一番長くしているのが、やはりスキーですかね。

——あ、今もやっぴらっしやるんですか。

鳥山社長：はい。さすがにあまり時間が取れないんですけども。

——じゃあ、学生時代ぐらいから取り組んでいるのですか。

鳥山社長：一番集中して取り組んだのは、やはり大学時代だと思います。

——ああ、そうですか。何やら指導者級の腕前をお持ちと聞いております。

鳥山社長：限られた時間ですので、正指導員という資格までは取れなかったんですけども、準指導員という資格までは取得させていただきました。

——では、実際に指導もしていたというか、インストラクターもやっていたんですか。

鳥山社長：20歳から12年ほど。

——ええっ。あ、そうですか。じゃあ、鳥山畜産食品に入ってからもやっていたんですか。

鳥山社長：はい。日曜日にスキー場でレッスンをやっていました。

——それは鳥山社長、趣味の域を超えていませんか。

鳥山社長：自分の気持ちでありますとか、日常生活をどうやってギアチェンジをするのかという中では、非常に大きな役割だったのかなというふうには感じています。

——もうそこだけは別世界というか、離して。それによって、またリフレッシュしたりとかということですか。

鳥山社長：はい。

——ちなみに、その経験が今の仕事に役に立っているとか、社長業に結構役に立つんだよねなんていうことはありますか。

鳥山社長：自分の中では、特に学生時代ですかね。スキー場でたくさん先輩方に教わったことってというのは、間違いなく今、生きているなどは感じています。

——その生き方とかですか。

鳥山社長：はい。

——ああ、そうですか。何か今でも覚えていることはありますか。

鳥山社長：思い出すと、叱られた話ばかりになるんですけど。

——やんちゃだったんですか。

鳥山社長：いや、そんなことはないんですけども、やはりちょっと調子に乗りやすいタイプだと、よく叱られました。

——なるほど、そういうところで先輩方というか、そういうところでの付き合い方とか、そういうのを学ばれたということですか。

鳥山社長：はい。

——それが、もちろん今にも生きていらっしやる。

鳥山社長：はい。

——スポーツ全般とおっしゃいましたけど、そのほか何か趣味はなさっているんですか。

鳥山社長：今は、それ以外はゴルフですかね。

——ああ、そうですか。ゴルフは、いろいろとコミュニケーションを取ったりとか、そこでのネットワークづくりというの、また少しビジネスも関係しているんでしょうかね。

鳥山社長：どちらかといいますと、ゴルフの一番好きなところは、誰のせいにもできないというところです。特にお仕事であれば、いろんな立場の方がいらっしやるわけですけども、目の前で失敗した一打は自分のせいってところが、非常に深い、そんなところが好きなスポーツですかね。

【今後の目標】

——ここでまたちょっと仕事の話に戻りたいと思うんですけども、鳥山畜産食品の今後の目標なども、せっかくですから今日はお聞かせいただけますか。

鳥山社長：生産から流通まで、私どもの業界は分業になっているのが一般的ではあるんですけども、生産から流通全てをまかなうことができる私たちだからこその取り組み、その存在感というものを、さらに磨いていきたいと考えております。やはり一番になるのであれば、ナンバーワンではなくて、オンリーワンを目指していきたいと思っています。

——今日お話の中で何度か出てきた、そのストーリーというのですが、やっぱりすごく物語、ストーリーを大切にしていっらっしやるんですか。

鳥山社長：はい。目の前にある商品1個は変わりはないと思うんですけども、そこの裏側にどんな思いがこもっていて、どんな形でお客さまに食べていただきたいかというところの正確な情報を伝えるという役割は、私どもであれば可能なのではないのかなとは考えております。

——それが「味の見える化」でもあるわけですよね。今後、こんなことをやってみたいという、新たな挑戦なども、今お考えのものがありましたら教えていただけますか。

鳥山社長：日本国内では今、生産者の皆さんが、後継者の問題でありますとか、価格の高騰でありますとか、もうたくさん課題を抱えております。そういった生産者の皆さんの中にも、私たちの考え方に賛同していただけるような方はたくさんいらっしゃると思っていますので、私たちはもちろん、群馬県の鳥山で「赤城」というブランドを持っているわけなんですけれども、それを一歩踏み出して、次のジャパンプランドっていうものに手をかけていきたいなというふうに考えています。

——さらなる展開も楽しみですね。

鳥山社長：ありがとうございます。

【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、新しい事業に挑戦したいと考えている若い人へのメッセージの意味も込めてお話しいただければと思うんですけども、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。

鳥山社長：私自身も今も挑戦中ではありますが、ぶれない強い思いで、より多くの仲間に感情を伝染させることで、その取り組みそのものを温度を高めて進んでいただければ、質の高い事業になるのではないのかなと思っています。

——取り組みの温度を高めるですか。

鳥山社長：事業の成果だけが全てではないというふうに考えていますので、同じ気持ちを持った人間同士、もしくはそのチームで活動を行っていくこと自体、そこに価値を高めていきたいというのが、常日頃から感じている

ところですね。

——今日のトップインタビューは鳥山畜産食品の鳥山真社長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただきお話を伺いました。それではここでもう1曲、お届けしたいと思います。もう1曲選んでいただきました。このナンバーは、どんな思い出の曲ですか。

鳥山社長：曲が出たときはまだ10代だったんですが、一番聞いたときはバブルの絶頂期でございまして、先輩方が仕事にも遊びにも一生懸命になっている。自分たちは味わってないんだけど、常にその後ろ側で流れていたのを、やはり忘れられない曲の1曲です。

——それではお届けいたします。ポリスで『Every Breath You Take 見つめていたい』です。今日はどうもありがとうございました。

鳥山社長：ありがとうございます。

保証協会からのお知らせ

保証協会の「創業応援チーム」、女性創業応援チーム「シルキー クレイン」及び『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鈴木さんにお話を伺います。鈴木さん、よろしくお願ひします。

鈴木課長代理：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ているとおり、創業支援に特に力を入れていますが、創業を考えている人への相談体制について教えていただけますか。

鈴木課長代理：はい。保証協会では、創業をお考えの方を対象に、総勢38名から成る創業応援チームを本店と高崎、桐生、太田の各支店に配置し、創業にかかる各種ご相談に乗っています。また、創業を志す女性や女性経営者の方には、女性職員9名で構成する女性創業応援チーム・シルキー クレインが、女性ならではの視点・感性を生かしたサポートを行っています。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、女性・若者・シニア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、創業前から創業後まで親身になってサポートを行っています。また、保証協会が連携している群馬県中小企業診断士協会の専門家による支援も無料で行っています。

——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、創業応援チームや、女性創業応援チーム・シルキークレイン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。また、保証協会では、創業計画書作成のためのガイドブックも発行しているそうですね。
鈴木課長代理：はい。保証協会では、創業をお考えの方に向けたガイドブック『創業計画サポートガイド』を発行しています。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わかりやすく解説しています。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まで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。

鈴木課長代理：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させていただきますので、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、女性創業応援チーム・シルキークレインや、『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。

鈴木課長代理：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、この機会にぜひ保証協会の『創業計画サポートガイド』をお読みいただき、創業応援チーム、女性創業応援チーム・シルキークレインまで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。

——鈴木さん、今日はありがとうございました。

鈴木課長代理：ありがとうございました。

チャレンジ企業紹介コーナー

bit capsule

「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、ネコ用品のキャットハウスを開発販売する桐生市の「bit capsule」です。石原則和社長は、IT関連の企業も経営していて、bit capsuleは2回目の起業です。新たな事業にチャレンジする理由や、キャットハウスの開発というユニークな事業内容などについて、桐生市本町のオフィスにお邪魔してお話を伺ってきました。

——私は今、桐生市本町のbit capsuleのオフィスに来ています。石原社長、今日はどうぞよろしく願いいたします。

石原社長：よろしく願いいたします。



——たくさんのキャットハウスと言われているものがあるんですけども、布製のカラフルなものであったりとか、木製の、ちょっと地球儀のような形、円形のものとか、それから雨粒というか、栗のような形、これ、張り子でつくってあるんだそうですね。

石原社長：はい、そうです。

——これを、いわゆるキャットハウスというふうにおっしゃっているわけですね。

石原社長：はい、そうですね。

——特徴はどんなところが挙げられますか。

石原社長：どの製品も、やはり国内生産にこだわっておりまして、安心安全な材料を使って国内の企業でつくっております。国内といっても、布製品は繊維産業が盛ん

ですので、桐生市内でつくっております。木の製品は、群馬県産の木材を使って、こちらは前橋の企業にづくっていただいております。張り子のほうは、やはり高崎だるまが有名ですので、その技術を使った張り子ということで、高崎で製造をしていただくという予定でございます。——これ、今まで見てきたキャットハウスのイメージを本当に覆すかのようなものですね。

石原社長：そうですね、はい。

——お部屋の、ある意味、インテリアの一部として置けるようなキャットハウスなんですね。

石原社長：おっしゃるとおりです。一応それを目指しております。ネコも満足していただきたいんですけども、やはり飼い主の、部屋のインテリアとかこだわっているところですね。そういうところにもやはりマッチするようなものをつくると考えてやっております。

——石原社長は、このキャットハウスのどの部分を手がけていらっしゃるわけですか。

石原社長：大体の形で、こういうものが欲しいというのを各企業さまに伝えて、企画みたいな感じですかね。

——企画なわけですね。どのぐらいの価格帯で販売なさっているんですか。

石原社長：今、布製品しか売ってないんですけども、布製品が2タイプ商品がございます。マシュマロっていう製品が小っちゃいほうのものなんですけれども、それが1万5,800円。ピーナッツという、ちょっと大きめのものがあるんですけども、そちらが2万6,800円という価格です。

——おお、結構高価格なようにも聞こえますけれども……。

石原社長：そうですね。

——売れ行きはいかがですか。

石原社長：そうですね。今、ネット販売で、自社のECサイトで販売を行っているんですけども、ぼちぼち売れてきました。

——もちろん、こちらでビジネスを起業なさっていただけますけれども、石原社長はキャットハウスの開発販売を行う、このbit capsuleという会社のほかにも、IT関連の会社、アイ・エス・プライムを経営していらっしゃる、

実は今回、2度目の起業ということなんですね。

石原社長：そうですね、はい。そういうことになりますね。——その本体というか、1つ目に起業なさったアイ・エス・プライムの業務についても教えていただけますか。

石原社長：はい。アイ・エス・プライムはIT関連の企業なんですけれども、スマートフォンのアプリですとか、ウェブ関係のECサイトですとか、あとは生産ラインの制御をするものですとか、最近ではIoT関係のセンサーで値を読みとって、クラウドにアップして、それをスマートフォンで見るとか、そういったものも手がけております。

——この最初の企業、アイ・エス・プライムの設立はどのように行いましたか。

石原社長：2010年ですね、41歳のときにアイ・エス・プライムを起業したんですけども、もともとは群馬県内にありました電機メーカーに勤めておまして、そこではソフトウェアとハードウェアを組み合わせて機器をつくっていたんですけども、これからちょっとソフトウェアがどんどん伸びるだろうなということで、ソフトウェアだけの開発をしたいということで、桐生市内にあるソフト会社に転職をしまして、それを経て2010年に起業したという形になります。

——40代前半での企業ですよ。

石原社長：そうですね、はい。ちょっと遅いとは思いますが、

——転職をなさったときに、起業するために転職したんですか。

石原社長：いやいや、そんなことは全く考えてなくて。

——石原社長がおっしゃるには、ちょっと遅いかなという時期に、どうして起業しようと思われましたか。

石原社長：2010年にちょうどiPadが出たんですね。それを見たときに、iPhoneのアプリとか見たときに、これはちょっとすごいなと思まして……。

——世の中が変わるぞ、みたいな感じですか。

石原社長：そうですね。そういうこともやりたいと思っただんですけど、やはりなかなか企業に所属していると、自分のやりたいことが全てできるわけではないので、自

分で始めて、自分で好きなことをやろうという形で始めたという経緯ですね。

——現在の状況はいかがですか。

石原社長：スタッフも増えまして……。

——今、スタッフは何人ぐらいいらっしゃるんですか。

石原社長：今は社員1名で、あとはアルバイトのデザイナーさんが1人です。

——ご自身の中では順調にきていますか。

石原社長：そうですね。まあまあ、順調と言えば順調に推移はしています。

——はい。そういった中で、新たなチャレンジをなさったのが、このキャットハウスの開発販売という別事業なんですけれども、これは改めてどうして乗り出そうと思ったんでしょう。

石原社長：はい。2014年の7月にネコを飼い始めまして。それまでは別の事業をやろうとも思っていなかったのと、ネコも特に好きではなかったので、そういうことは考えていたわけではなかったんですね。2014年にネコを飼い始めて、それがきっかけで、ネコがもうとても好きになってしまって、それに付随してネコのグッズですとか、そういうものをどんどん、どんどん買うようになりまして、新潟県の関川村というところでつくられている「猫ちぐら」っていう、わらで編んだものがあるんですけれども、初めはそれを買おうとしたんですね。それがネコのグッズの中では高いほうで。

——高いというのはどのぐらい。

石原社長：2万3,000円ぐらいしましたね。それを買おうと思っていて、もうかわいさ余って、金銭感覚がまひしてきてしまったんですけれども、それを注文しようとしたら、なんと7年待ちなんですよ。だったらもう、自分でつくっちゃえっていう感じだったんですね。

——と同時に、それだけ好きなものに対しては……。

石原社長：もうお金をかけてしまっただけのことですよ。だから、自分と同じような気持ちの方が全国にいる。全国というか、世界中にいるんじゃないかっていうのもありまして、高いけれども高付加価値のものを提供すれば、そういう市場は必ずあるということで始めたという次第ですね。

——とは言っても、全く違うものですから、どこから手を付けたらいいのかって、すごく難しいと思いますが、いかがでしょう。

石原社長：そうですね、はい。

——そのあたりはどのように着手していききましたか。

石原社長：桐生はやはり繊維業が盛んですので、布製品をつくっているというところは本当にたくさんあるんですね。デザイナーさんとかもいらっしやいまして、桐生市内のお付き合いのあるデザイナーさんに、ちょっと相談をしたら、いろいろアドバイスをいただきながら、「あ、これだったらちょっと製品としていけるかも。」みたいな感じになってきてまして。そういったものがきっかけで、だんだんデザインも具体的になり、じゃあ素材も布だけじゃなくて、木とか、ほかのものもいけるんじゃないかと。

——2回目の起業ですけれども、やはりスタートラインを含めて、アイ・エス・プライムを設立したときとは違いがあると思うんですね。

石原社長：そうですね。やはり全く違いまして、アイ・エス・プライムのときはもう、前職がソフトウェアの会社だったものですから、ずっとソフトウェアをやってきたもので、事業を進める上での問題というのはあまり技術的なところはなかったんですけれども、キャットハウスになると、まず自分がネコを飼い始めてまだ1年ぐらいいしかたっていないので、ネコの知識もそんなすごくあるってほどではなかったんですね。それから、形あるものをつくって販売をするっていうことは1回もやったことがなかったんですね。全く知らないけれども、もうやりたくてしょうがなくて始めたんですが、相談できる方というのがたくさんいらっしやいまして、そういう商売をやられている先輩方とか、そういう方にも本当に、聞きまくってというか、本当にいろいろアドバイスをいただきながら、「こういうときはこうしたほうがいいよ」とか、「これをやるんだったらこういうところがあるよ」とかというのを教えていただきまして、本当にもう感謝しているといえますか、とても勉強になっていますね。

——ご縁って、本当に大切なんですね。

石原社長：はい、そうですね。

——2つ、全く別事業のものを立ち上げた石原社長にぜひとも教えてほしいのは、起業にとって大切なものは何かということなのですが。

石原社長：まず熱い気持ちといますか。アイ・エス・プライムと、ネコの事業では違うっていうか、熱い気持ちがネコのほうが強いですね（笑）。

——そうなんですか（笑）。

石原社長：そうですね。もう絶対につくりたいというか。お客さまに満足していただくというのも当然あるんですけども、うちのネコに満足してもらいたいというのが、やはり第一番にありまして、そういう、どうしてもやり遂げるという熱い気持ちが一番大切かなと思います。

——最後に、今後の目標をお聞かせいただければと思います。

石原社長：今の布製品と、木工の製品ですね、それから張り子と3タイプつくっているんですけども、もうちょっとほかに、キャットタワーですとか、ネコ用のハンモックみたいな製品もあるんですね。今、そちらのほうも試作を始めていますので、もうちょっと商品ラインナップを増やして、世の中のネコと飼い主の方に満足していただける商品をまず提供するということと、日本国内だけではなくて、海外展開をしたいというところですね。あとはアイ・エス・プライムがソフトウェアの事業をやっているものですから、ネコとソフトウェアを組み合わせ、ネコ用の健康管理システムといますか、ネコの日々の状態をセンサーで読み取って、それをクラウドに上げて、その状態をアプリで見られたりとか、異常があったときに通知をしてくれるようなシステムをつくらうとしています。

——これからも、ネコの救世主として……。

石原社長：はい、そうですね（笑）

——また家族とネコとをつなぐ、そんな役割も今後も楽しみにしております。

石原社長：はい、ありがとうございます。

——bit capsuleの石原則と社長にお話を伺いました。ありがとうございました。

石原社長：どうも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、ブランド牛肉「赤城牛」の生産から加工・流通までを手がける鳥山畜産食品株式会社の鳥山真社長へのトップインタビュー、そして後半は、キャットハウスの開発販売を手がける桐生市のbit capsule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～」
この番組は「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～

【2月の放送のお知らせ】

平成29年2月2日（木）12:00～12:55

再放送 2月4日（土）8:00～ 8:55

ぜひお聞きください！