

チャレンジ・ザ・ドリーム

Challenge the Dream

～群馬の明日をひらく～

平成29年2月2日（第47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。

プロフィール

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、郵便受けの製造販売を中心事業に、携帯電話の販売店や飲食店など幅広い事業を展開している太田市のコーワソニア株式会社の高橋嘉一郎社長、59歳です。創業者である父を高校生のときに亡くし、大学卒業後に母親が社長を務めていた会社に入社。新しい事業にも挑戦して業績を伸ばしてきました。昨年度のグループ全体の売上高は50億円で、社長就任時の8倍以上に伸ばしています。まさに第二創業という言葉が当てはまる高橋社長に、チャレンジの様子を伺っていきます。そして番組後半は訪問インタビュー。「水で戻す乾燥納豆」を独自開発し、海外への挑戦を始めた前橋市の株式会社上州農産をご紹介します。

【プログラム】

■トップインタビュー

コーワソニア株式会社

高橋嘉一郎 社長

■チャレンジ企業紹介コーナー

株式会社上州農産

◎アナウンサー 奈良のりえ

トップインタビュー

コーワソニア株式会社

高橋嘉一郎 社長

——コーワソニア株式会社の高橋嘉一郎社長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただきました。高橋社長、どうぞよろしくお願いいたします。

高橋社長：よろしくお願いいたします。



【塗装工場として創業】

——コーワソニアは、もともとは1960年（昭和35年）にお父さまが創業したそうですね。

高橋社長：そうです。

——どういった業態でご商売をスタートされたんですか。

高橋社長：小さな塗装工場を始めたというのがきっかけだったと思います。

——その後は業態を変えていったんですか。

高橋社長：はい。私の祖父が公共住宅用の郵便受けの仕事を、実は国から持ってきたということがあったんですね。

——すごいやり手なおじいさまですね（笑）。

高橋社長：いやいや。当時、東京界隈で結構、高島平団地とか、多摩ニュータウンとか、あるいはもうちょっと埼玉寄りや草加団地とか、高度成長期に伴って、そういったプロジェクトが盛り上がり、仕事がものすごくあったんです。父の運転するトラックの助手席に乗って、いろいろな団地に荷下ろしの手伝いに行ったことをよく覚えています。

——そのお父さまなんですけれども、高校生のときにお亡くなりになられたと伺っております。そして、会社もお母さまがお継ぎになったわけですね。

高橋社長：そうですね。ちょうど父が亡くなってからすぐに、会社と自宅のある場所が区画整理ということで、家も会社も移転をしたんですけれども、そのときに比較的当時大きな塗装ラインもつくったんですね。それで興和製作所として再スタートを切ったわけです。時々母から、私が大学にいるころ、東京のアパートに電話がかかってくるんですね。今日は取引先に行って、こんなつらいことがあったとか、大変なことがあったとか。それって、話を聞いてほしい、愚痴を聞いてほしいというものがあったとは思いますが、実は私の気持ちがほかに行かないように、将来はおまえがこの会社を継ぐんだよということを暗に言いたかったんじゃないかと思いません。

【入社当時の会社の様子】

——大学卒業後に会社に入社をされるわけなんですけれども、その当時の会社の様子というのは、どのように社長の目に映っていらっしゃいましたか？

高橋社長：1年間、尾島にある大手家電メーカーさんに現場実習でお世話になったんですね。いろいろな現場を回ったんですけれども、中には当時うちの会社で納めた

塗装品が品質不良で怒られたこともありまして、また、品質管理課で「おまえのうちの会社なんかつぶすのはわけはないんだ」ということも言われたこともありまして。叱られながら涙を流していたことも覚えています。でも、今から思えば、そのときにそんなことを言われて、やはり内心「こんちくしょう」と思っているわけですね。それが自分の力の基になっているというような気がしています。

——お母さまが経営者としていらしたわけですが、また普段のお母さまとは違う様子などもご覧になっていたと思いますけど、いかがでしたか？

高橋社長：そうですね。1年の現場実習が終わって、その後うちの会社に入ったわけなんですけど、塗装工場なんて、職人気質の社員が多いんです。なんか声の大きい者の言うことをきくみたいな、そんな風潮があるんですね。——ああ。ちょっと社長のイメージとは違うかなというふうな。

高橋社長：そうかもしれません。母はそういった人たちに褒めたり、すかしたりしながら、おだてて気持ちよくして、仕事してもらった。そういうことが大変得意でしたね。女性だからこそ、そういうこともできたんでしょうし、自分が社長になった場合には、俺にはできないなあっていうふうには思っていました、当時からね。それなので余計、会社を引き継ぐのが大変かなと思っていた時期でもありました。

【転機となった青年会議所への入会】

——その後、青年会議所に入会したことが、一つの転機になったんですって？

高橋社長：そうですね。そのときに母から勧められて入ったんですけれども。

——お母さまはどうして勧めたんでしょうね？

高橋社長：当時は工場と自宅のずっと往復でしたから、そんな私を見て、母からも帝王学を教えられないし、外で学ばないとい、たぶんそういう意味だったと思うんです。それで青年会議所に入会をしました。あるとき、その青年会議所で講師を呼んだのですが、日本青年会議所の副会頭の田舞徳太郎さんというすごい人がいて、

この人は、人を育てなきゃ駄目だということで、日創研という人材育成の会社をつくった人なんです。そこに研修に来てくださいと言われてまして、しぶしぶその研修に参加をしました。なんか嫌な研修だとは聞いていたんですけども。

——厳しいとか、そういうことですか。

高橋社長：はい。

——参加してみても……。

高橋社長：その研修の中で実は田舞さんからはっきりと頭ごなしに「高橋さん、あなたが責任者だ」と、「環境のせいにしたら駄目だよ。リーダーというのは、その状況を生み出している責任者である」と言われてまして、それからなんか、自分が責任者なんだと、今までは全部他人事で済んでいたなというふうに、なにか目が覚めたような気がしました。

——今、高橋社長が欲しい言葉というか、どういうふうに進んでいったらいいんだろうというところを見抜いていらっしまったんですかね。

高橋社長：二世経営者、三世経営者は、少なからずして同じようなところってあると思うんです。

——壁ですね。

高橋社長：はい。自分がつくってきたわけじゃないですからね。与えられた環境なので、初めはやはり他人事のように感じているわけです。それがいつかは自分事に切り替えなければならぬ。そこが大きな転機だとは思っています。

【36歳で社長就任】

——1993年で社長に就任されたそうなんですが、高橋社長、36歳のときですか。

高橋社長：はい、そうですね。そのとき青年会議所の理事長もやらなければならない年で。

——同じ時期ですか。

高橋社長：そうなんです。

——同じ年に？

高橋社長：はい。しかも当時、CIブームで、会社の社名変更とか、本社の移転を行ったんです。

——でも、くしくも1993年といいますと……。

高橋社長：そうですね。バブルがはじけた年なんです（笑）。移転を考えたときにはまだ専務だったんですけども、「おまえの覚悟で借金するならしなさい」と母親に言われてまして、当時5億円ぐらい借金をして、本社の建物を今ある太田市の中根に建てたんです。それで社名も、興和製作所からコーワソニアにしたんです。JCの理事長と社長になって、それから多額の借金を背負って、「1993年、どうしようかな」と思って、ちょっと自分もその1年間を迎える勇気がわかなかったというか、非常に不安に思っていたとき、ある雑誌の中に見つけたんですが、摂心会という座禅を組む会があったんです。茨城県の利根川の河川敷にある、もう使わなくなった校舎でやるっていうことで。

——座禅を組むんですか。

高橋社長：そうですね。それで、その摂心会に参加しました。ストーブもないので、寒くない格好をしてきてくださいと。いろいろな問題を抱えている人たちが、きっと集まっていたんでしょうね。その中に混じって、自分も5日間、座禅を組んだり、写経をしたり、太極拳をやったりしました。忘れられないのは、夜寒いときに、座禅をし終わったときに、あったかい梅茶をもらったんです。

——ああ、またこれが心にも体にも染みそうですね。

高橋社長：そうなんです。それを飲みながらぼろぼろ涙が出てくるんです。なんかよくわからないですけども、ありがたみというか、そういうものを痛感したという感じがしましたね。

——気持ちの整理をつけるために、この年末年始の日々というのは必要だった。まさにその涙が出たときが、その瞬間なんですかね。

高橋社長：そうですね。かといって、そのときの体験がずっと残っているわけじゃないんです。でも、いざとなったときに、ああいう思いをしたなっていうことが、やはりよぎってくるんです。そのときに、「よし、頑張ろう」というふうに気持ちが入れ替えられるんですよ、きっと。

——この後、新規事業への挑戦を次々と行っていくわけですが、そのお話を伺う前に、ここで1曲お届けしたいと思います。今日は高橋社長に2曲選んでいただいているんですけども、まず1曲目が、これ、7（seven）

というグループ、ユニットですか。

高橋社長：はい。日本の有名なスタジオミュージシャンが集まってつくったユニットだと思います。

——はい。著名な方ばかり。

高橋社長：ええ。特にギタリストの松原正樹さん、もう既にお亡くなりになっていますけれども、その方が昔から大好きだったので、選びました。

——はい、ではお届けいたしましょう。『A Memory Of Majorca』。

【ソニアプランの設立、携帯電話事業への進出】

——社長就任の年に関連会社ソニアプランを設立していますけれども、高橋社長、これはどのようなお考えで新しい会社をつくったんですか。

高橋社長：新社屋をつくってコーワソニアの本社を移転したんですけれども、郵便受けの仕事で、今度は自由にデザインしなさいということで、うちはデザイン力も何も当時なかったんで、ソニアプランという別会社をつくって、そこでデザインを始めようかということでつくりました。ただ、デザインだけではなかなか売上が上がらないんです。それで、ソニアプランの定収を確保する事業を扱わなければならないということで、たまたま、そのころから自分は自動車電話とか、携帯電話とか使っていて、当時はNTTの太田営業所に取りにいくわけなんですけど、大変込んでいますね。慣れていないスタッフの方も多かったように思います。にもかかわらず、行列をなしているわけです。これはやはりダントツの商品力ということになりますよね。つまり、その商品には未来があるんじゃないかっていうふうに思ったわけです。それでソニアプランで携帯電話にまつわる事業を始めたらいんじゃないかと思って、コーワソニアの社員にも「携帯電話っていう、文字で何か事業の話があれば、全部俺のところに情報をくれ」と話をして、そうしたら広告に出ていたんです。「携帯ショップを地方展開」ということで出ていまして、そこに早速名乗りを上げたということが、この携帯電話の事業に進出したきっかけだったんですかね。

——1995年に携帯電話の事業に進出したということな

んですけれども、今お話を聞いていますと、ソニアプランのデザインが、まだあまり安定がしていないというところで、新しい事業を始める、このあたりっていうのは？

高橋社長：携帯電話っていうのは、ちょうど世紀末から2000年にかけて世に出てきて伸びていった事業なわけです。ゼロスタートなわけですよ。

——はい、おっしゃるとおりですね。

高橋社長：つまり、コロンブスのアメリカ大陸の発見と同じように、いち早くその大陸に出かけて行って、「ここからここまでのところは俺の領地だ」というふうに言ってしまった者勝ちですよ。そういう状態の業種だったんです。それなんで、いち早くアクションを起こすということが必要だったと思うんです。

——新分野に進出するときっていうのは、どういったことに注意をしたり、心がけたりすることが必要だと、あらためて社長、思いますか？

高橋社長：駄目なら撤退をするということも、早めに行うということですよ。

——なるほど。

高橋社長：今まで、うちも順調にいろいろな分野に進出してきただけっていうふうには、たぶん見ていただいているんだと思うんですけれども。

——はい、そのような印象を受けております。

高橋社長：駄目になった事業というのは形として残らないですから。だから、そういうことも幾つか実はありました。でも、なるべく早く撤退をするということが大切なのかなというふうに思います。

——携帯電話の事業に関しては、では、順調に……。

高橋社長：はい、そうですね。

——進んでいったということで、ソニアプランのほうも、それに乗じて安定してきたということになってくるんでしょうか。

高橋社長：そうですね。ただ、成長するっていうのは、一方では資金繰りが大変になるっていうことも秘めているんです。

【レストラン事業への進出】

——とは言いながらも、他分野への進出はさらに進む

高橋社長：あのときは結構ね、初期投資が大きすぎたっていうことありましたね。

——それは高橋社長の、やはり思い入れの強さから（笑）。

高橋社長：でも、大体ツープイだったかなというような感じはしますけれど。

——高橋社長にとっては、いろんな意味でも、いい思い出の1店舗目でしたね。

高橋社長：いい勉強になりました（笑）。

——現在は店舗数は幾つぐらいあるんですか。

高橋社長：太田のイオンさんと、羽生のイオンさんに1店舗ずつ。あとは委託してやっている、太田市にあるダニエルハウスというところがそうですね。中で地ビールなんかも製造しています。

——地ビールも手がけているんですか。

高橋社長：はい。

——すごい（笑）。

高橋社長：それとあとは、軽井沢のハルニレテラスにあるイル・ソーニョですね。それと今、うどん事業はどうなのかということ……。

——うどん？

高橋社長：ええ。アンテナショップとして今、てごね家っていうお店を邑楽町に出しています。

——そうですか。

高橋社長：はい。



【事業の多角化＝魅力的な社会提案】

——今度はイタリアンから和食にまで、幅広い。楽し

みです。また社長のどんな構想が形になっていくのか、このあたりも私たちも期待したいところです。ストレートにちょっとお聞きしたいことが一つありまして、今、お話を聞いていて本当に他分野への進出を、怖がらずにやっていたらしゃるようにも見えてならないんですが、そのあたりというのは社長、いかがですか。

高橋社長：いやいや、怖いですよ。怖いんですけども、なにかワクワクドキドキしたいっていうんですかね。

——ええ（笑）。

高橋社長：でも、新事業に着手すると、社員には内緒で、結構現場には遠くから近くから、いろいろ見に行きます。やはり見に行かないと落ち着かないというのがあります。今の時代って、本当にはやるか、はやらないかって、事前にはなかなかわからないです。

——読めないですよ。

高橋社長：読めないです。もう世の中は高度成長期を過ぎちゃって、すっかり成熟化しちゃいましたし、これから、人口が増えるっていう社会じゃないでしょうから、そういう中で売上を伸ばしていくっていうのは、これは大変なことだとは思うんです。そんな成熟化した社会の中でも、ニーズはどこかにあるだろうと。それを求めて、我々はその魅力的な社会提案をしていこうという発想に立つと、事業が面白くなるということはありますね。なにか人にワクワクさせたい、ドキドキさせたいとか、そういうことで、お客さんが喜んでくれればということをやっています。

——高橋社長、多角化することは、経営者によって考え方が異なることだと思うんですけども、高橋社長は、小さなコンプレックス企業、つまり複合企業を目指すというふうにおっしゃっているようですが、これはどんなお考えからですか。

高橋社長：いろいろな業界の話が聞けるっていうことは、まず社員にとってプラスになることだと思います。次の事業のアイデアという意味では、同じ業界内に次のアイデアってなかなかないんで、生活者視点に立てるっていうんですか。こういうものがあたらいいな、ああいうものがあたらいいなっていう、それこそ先ほど言った企業の魅力的な社会提案がどうあるべきなのかっていうと

ころを見つけやすくなる、そういう企業体に近づくのかなという感じがします。

——とてもユニークなというか、高橋社長ならではのアイデアなのかなというふうに感じます。

【趣味について】

——ここで仕事の話から少し離れますが、高橋社長の趣味はなんですか。

高橋社長：ゴルフですかね、月並みですけども。

——ゴルフですか。

高橋社長：はい。大体年間70ラウンドぐらいはします。

——70ラウンドですか。結構な数ですねえ。

高橋社長：そうですね。

——冬ってどうするんですか。

高橋社長：冬もやります。

——体力づくりとかではなくて、本当に純粋な趣味で好きということですか。

高橋社長：いやいや、冬はそんなにスコアメイクにこだわりませんので、体を普段は動かさないで、ゴルフで歩いてラウンドするというのが、自分の健康法かなと思います。

——そのほかにはいかがですか。

高橋社長：あまりゴルフのほかは今のところやってないんですけども、仕事が趣味って言うと、ちょっと嫌味ですけどね（笑）。

——確かに、おっしゃるとおり、もう本当にそうだなというふうにお話を聞いていて思いました。

高橋社長：ただ、昔ちょっとギターを弾いていたこともありまして。

——今も、結構弾かれますか？

高橋社長：新しいギターを買おうかなと思って、暇なときにテレビでも見ながらギターを弾こうかなと思っているんです。

——あら、すてき。

高橋社長：将来は、少し時間が必要だとは思いますが、でも、ダニエルハウスでちょうどギターを弾けるようなところもあるんで、そういうところで。

——ご自分のお店で。

高橋社長：仲間を呼んで、バンドを持って演奏できたらなと思っています。何年先になるかわかりませんが（笑）。

——すてきな夢ですね。聞くところによりますと、サザンオールスターズと同時期に青山学院大学に在学していたそうですね。

高橋社長：そうですね。当時のことはよく覚えています。ヤマハのEastWestで、サザンオールスターズと、あとはカシオペアっていう、インストのバンドが優勝したんですよ。それから「夜のヒットスタジオ」でしたっけ。

——ありましたね。

高橋社長：ありましたよね。当時、サザンなんか、よく出ていたんですが、よく見ると、サザンのバックで踊っているのが友達だったりとか（笑）。

——ええっ、本当ですか。

高橋社長：そうです。私は違うクラブに所属していたんですけども。

——人を喜ばせるというサービス精神というか、ホスピタリティっていうのは、音楽もそうだし、今、社長がやっていらっしゃるビジネスにもなにかつながるものがあるのかななんて、少し思ったりします。

高橋社長：そうですね。女性経済評論家の勝間和代さんという人がいて、こんなことを言っていたんですよ。「自分の幸せは周りの人を幸せにできた総量で決まる」って。これ、番組で言ったときにピンと来て、もう何年もこの同じような手帳を使っているんですけども、いつもこの見開きには、この文言を書き写しているんです。我々は人間社会に住んでいるので、自分一人の幸せっていうのはなかなかあり得ないんだろうなと思うんです。人と相対的に生きているので、人の幸せが自分の幸せだったりするわけですよ。だからそういうのも事業の中で表現できないだろうかなというふうには思っているところです。

——趣味の話を知っていたのに、いつしか本当に仕事の話に戻ってきたわけなんですけれども。

高橋社長：いやいや、すみません。

【今後の目標について】

——ここであらためてソニアグループの今後の目標をお聞かせいただけますか。

高橋社長：はい。ソニアグループ全体で100億企業を目指したいなと思っています。

——現在50億で。

高橋社長：はい、そうです。でも、数字が全てではないなと自分では思っています。だから、決して無理をせずに、ただし昨年対比を超えるということは果敢にチャレンジしたいなと思うんですが、そういった中で健全に成長できればいいなと思っています。それよりも大事なことは、中期計画とか、事業計画の中で、社員とともにワクワクしたり、ドキドキしたりできることを盛り込むと、そういうことのほうがよっぽど大切ななあとと思っています。今後もより魅力的な社会提案が、うちの会社を通してできればいいなと。これが目標です。

——お父さまのころからなさっている郵便受けのほうも、新商品の展開などもずいぶんおありのようですね。

高橋社長：はい、そうですね。父のときには、集合郵便受け箱といって、マンション用の郵便受け箱を製造販売していたんですが、それから戸建て用の郵便受け箱の構成比がだんだん上がってきて、今では売上の半分以上が戸建ての郵便受けになっていると思います。それにもまして最近では、一歩進んでというか、宅配便が非常に増えているということなんです。

——確かに、お買い物しますものね、ネットショッピングを。

高橋社長：はい。結構、戸建て用の宅配ボックスってあまりないんです。

——そう言われてみると、ええ。

高橋社長：それを、もう3年前から商品化をして、ちょっと値段が高いものですので、少しずつ今、商品が出ていているということです。でも、年々増えているというのが現状です。

——コーワソニアだからこそなのかもしれないですね。

高橋社長：はい。

——長年やってきて、培った。

高橋社長：そうですね。結構、ヤマトさんに行ってヒアリングをさせてもらったりしながら情報を集めて、どういったものが理想なのか。大体大きさというのはどのぐらいのものが一般に流通しているのかということについていろいろ調べた中で、最大公約数的な大きさのボックスをつくって、宅配ボックスということで商品化をさせてもらいました。

——まさに動きが本当に早いですし、ブルーオーシャン戦略ですね。

高橋社長：いやいや。



【起業家等へのメッセージ】

——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います。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、高橋社長、何だと思えますか。

高橋社長：ここまでこれたのも、やはり取引先の方々、あるいは社員、または自分を取り巻く多くの方々のおかげだと思っています。たまたま運よくここまでこれたと思っています。自分の力でこれたのかなとは、微塵も思いません。自分の力なんて、本当にたったの2%と思っています。

——どこまでも謙虚でいらっしゃるんですね。

高橋社長：いやいや。この間、たまたま富士重工の大河原専務の話聞く機会があったんですけども、特に必要なことは、謙虚さと緊張感というふうにおっしゃっていました。まさしくこういった謙虚さと緊張感を失った

ときが、自分が駄目になるときだなあと、自分の会社が滅びるときだなと感じています。今まで私が説明してきたことは借り物で、自分の言葉なんか一つもなかったと思いますが、でも人が教えてくれたことに耳を傾けるということができれば、自分に生かせるんだなあと感じています。ぜひ、自分の周りの人間関係を大切にしてもらいたいなと思います。

——今日はコーソニア株式会社の高橋嘉一郎社長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただき、お話を伺いました。さあ、それではもう1曲、高橋社長が選んでくださったナンバーをお届けしたいと思います。ギターをお弾きになるという高橋社長、さあ、おしゃれな選曲が飛び出しますね。これはどのような曲でしょうか。

高橋社長：バックミュージシャンに名うての世界的なミュージシャンが付いていて、デヴィッド・サンボーンとか、ギターで言えばラリー・カールトンとか、ピアノで言えばジョー・サンプルとか、有名なミュージシャンが出ています。素晴らしい音と歌を聞いてほしいなと思います。

——それではお届けいたしましょう。マイケル・フランクスで『Antonio's Song』。今日はどうもありがとうございました。

高橋社長：どうもありがとうございました。

チャレンジ企業紹介コーナー

株式会社上州農産

「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、地元の大豆を使ったこだわりの納豆を製造販売している前橋市の農業生産法人、株式会社上州農産です。納豆のお店と聞くと、何代も続いている老舗かと思われる方もいるかもしれませんが、上州農産は2012年の設立で、今年で5年目の若い会社です。新規に納豆づくりを始めたというだけでも気になるところですが、さらに興味深いことに、「水で戻す乾燥納豆」を独自開発して、海外への輸出も始まっています。古くて新しい納豆づくりの挑戦について、前橋市粕川町の上州農産にお邪魔してお話を

伺ってきました。

——私は今、前橋市粕川町西田面の上州農産に来ています。松村徳崇専務にお話を伺います。どうぞよろしくお願いたします。

松村専務：よろしくお願いたします。



——お店に入りますと、納豆を販売しているという和のイメージというよりも、どちらかというと、スイーツなどを売るといった雰囲気やショーケースが並べられていますね、専務。

松村専務：はい。歴史のない納豆屋なので、伝統から脱却するような、ちょっと変わった新しさというのを表現しています。

——上州農産は2012年の設立ということで、納豆屋さんのイメージからすると、本当に今、専務がおっしゃいましたけれども、若い会社なんですよ。なぜこのタイミングで納豆を製造販売する会社をつくったんですか。

松村専務：はい。私の父が社長をやっているんですけども、大の納豆好きで、兼業農家で昔からいろんな作物をつくっていて、この粕川町というのは群馬県の中では一番の大豆の名産地なんですね。その地場の資源を生かした事業で、何かできないかなということで、納豆の製造販売を始めたというのがきっかけです。

——設立としては、5年前ということになるんですけども、何かパッケージを見ていると、例えば「なっからうんめい 粕川なっとう」と書かれています。とてもレトロなんですよ。

松村専務：こちらはうちの社長が、昔の納豆はおいしかった

たと。納豆屋さんが引き売りで販売していたときの納豆が忘れられないということで、そういった昔ながらの納豆を、復刻させるというか、再現させるような、そういったイメージでデザインしました。

——そのほかには、どんなこだわりで会社は設立されたんでしょうか？

松村専務：大豆のうまみとか、地場大豆のよさを生かすような、そういった商品づくりを心がけています。大豆の鮮度であったりとか、納豆の製法であったりとか、そういった部分もこだわりを持ってやっております。

——そもそもの話で、松村専務、納豆の製造方法というのを簡単に教えてもらってもよろしいですか。

松村専務：はい。まず大豆を洗いまして、水に浸します。それをやった後に豆をふかすんです。ふかしたものに納豆菌を掛けて、まだ温かいうちに発酵室に入れて、発酵させます。それで半日置いて、急速冷凍をかけて発酵を止めます。実際に販売するときは、それを解凍させて販売する、そういった流れになります。

——現在、お店で売っていらっしゃるんですけども、そのほかにも、どんなところに販路がありますか？

松村専務：自社店舗だけではなく、群馬県内のスーパーマーケットであるとか、JAの直売所を中心に販売させていただいております。

——前橋の推奨ブランド、赤城の恵ブランドにも、確か選ばれていらっしゃいましたものね。

松村専務：はい。

——専務は会社の設立段階からかかわっていらしたんですか。

松村専務：別の会社で働いていたんですけども、パッケージのデザインであるとか、こういうブランディングを中心としていろいろなアドバイスをしたりとか、そういった部分で携わっておりました。

——ちなみに前職はどのようなお仕事をなさっていたんですか。

松村専務：日本の建築関連の会社なんですけれども、フィリピン共和国のマカティ市に、現地法人があって、そちらで5年間ほど勤務をしておりました。

——海外勤務をされていたんですか。

松村専務：はい、そうですね。私はその前にデザインの仕事もしたことがあったので、自分にできることは何かなどと思ひまして、自分のできる範囲でいろいろお手伝いをさせていただきました。

——お父さまのそのチャレンジに対して、専務はどう思われました？

松村専務：手伝ってほしいと言われたときに、まあ、無謀なんじゃないかなと、正直思ったんです。でも、どうせやるんだったら、ほかがやっていないこととか、そういったことができるのであれば、非常にやりがいがあるんじゃないかなと思って、日本に帰国することを決めました。

——そしてチャレンジが始まるわけなんですけれども、普通の納豆のほかに、「水で戻す納豆」をつくられているんですが、これがまさに新しいことですか。

松村専務：はい。見た目は乾燥納豆なんですけれども、これに……。

——はい。今日、見せていただいておりますけれども、ちょっと触らせてもらっていいですか。

松村専務：はい。

——今ちょうど、袋の中に入れてられているんですけども、結構硬いですね。

松村専務：ちょっと歯の弱い方は食べないほうがいいかもしれないですね（笑）。

——ちゃんと戻さないと（笑）。

松村専務：通常の乾燥納豆といいますと、水で戻さないで、そのまま食べるという形なんですけども、そうではなくて、水で戻す、乾燥納豆と同量の水を加えることで、通常の日本の伝統食である糸引き納豆を再現できるという、そういった商品になります。

——先ほど私も「水で戻した納豆」を頂いたんですけども、そのように最初に聞かなければわからないほど、普通に食べている納豆と同じ風味であったり、ねばりもありましたね。

松村専務：ありがとうございます。

——なぜこうした納豆をつくらうと思ったのですか。

松村専務：私がフィリピンで生活しているときに、輸送インフラの問題から、風味を落としてしまった納豆を見

ることが結構あって、それがアンモニア臭が強かったり、あとは糸引きがちょっと弱かったりだとか、そういったものがあって、これをどうにかして、日本のおいしい納豆をそのまま伝えられたらいいなと思って。私が帰国するときに、納豆を冷凍したのを持っていったんですけど、非常に重くて、冬だと非常に持っていくやすいんですが、夏だとちょっと心配でした。あとは空港で不審なもの間違えられて止められちゃったり、いろいろ面倒くさいことがありました。そこで、乾燥しているもので、バッグとかに簡単に入れられたり、あとは輸送の温度帯とか全く気にせずに、どんな環境でも持ち運びができるような、そういったものができないかなということで開発したのがきっかけです。

——開発はどのように進められていきました？

松村専務：最初はもう失敗ばかりで、木箱をつくって、その中に除湿器とヒーターを仕込んで、乾燥時間を計って、温度をいろいろコントロールしたりして、ひたすらデータを取るところから始まりました。

——地道な作業ですねえ（笑）。

松村専務：はい（笑）。温度によっては納豆の発酵が進んでしまって、臭くないものをつくろうと思ったのに、より臭くなってしまったとか、そういった失敗が多々ありました。

——そういった形で、どのぐらいの間、開発の時間をかけたんですか。

松村専務：そうですね。約2年ほどかけました。

——つけれないまでは思わなかった？

松村専務：つけれないって何回も思ったんですけど、そこでくじけずに、もう淡々と進めました。

——そのくじけないようにしたのは、どういうふうにですか。誰かの支えがあったんですか。それとも、ご自分の何かモチベーションを高めるために何かをしたり、本を読んだりとか、何かあったんですか。

松村専務：そうですね。もう本もたくさん読みましたし、あとは異業種交流会とかそういったものに積極的に参加して、いろいろ自分のモチベーションを高めたというのがあります。

——水で戻すというのは、もう決めていたんですか。

松村専務：水で戻すのは決めていました。

——それはどうしてですか。

松村専務：例えばカップラーメンとかが、災害備蓄として使われているのを見たり、海外へ行っても、どのコンビニでもカップラーメンがあるっていう、それがもうものすごく素晴らしいなと思いました。私が海外へ行っている間に3.11があって、そのときに何もできなかったという思いがあったので、何かしら備蓄食品だとか、人命を救ったりとか、社会貢献がこれであればいいなと思ったのがきっかけです。

——そうですね。

松村専務：はい。



——この「水で戻す納豆」なんですけど、今もう、どういう段階ですか。

松村専務：今ですね、水戻し時間にまだ課題ではあるんですけどけれども……。

——どのぐらいの時間？

松村専務：今、3時間か4時間ぐらいかかっていて、いろいろ大豆の粒形だとか、そういったものを見直して、1時間ぐらいに短縮できるだろうという見通しが。

——3～4時間から1時間に？

松村専務：はい。また製造方法も、当初、約1週間ぐらいかかっていたものが、今だと2日ぐらいでできるかなと。よりまた短くなるという見通しもつきましたので、今、

量産化を進めるべく、乾燥機の建設が始まっているところ
です。

——もう店頭に並べて販売はしていらっしゃる？

松村専務：はい、しております。

——どういうところで手に入れることができます？

松村専務：粕川なっとうの工場直売所ですね。そこがメ
インで、あとはオンラインショッピングとか、そういった
会社さんで取り扱っていただいています。

——評判はいかがですか。

松村専務：海外に住む法人の方々から、「こういう納豆を
待っていました」ということで、非常に評判がよくて、
豆の風味だとか、ねばりとか、非常に再現性がある、「こ
れからは水で戻す納豆だね」と、非常に好評をいただ
いています。

——時代をつくりましたね。

松村専務：まだまだこれからです。

——切り拓いていらっしゃいますよねえ。今後の販路
としては、どのようなことをお考えですか。

松村専務：いろいろな商社さんと組んで、全世界の通常
の納豆が、水で戻す納豆に少しずつ変わっていけばな
と考えています。

——また海外、外国の方の納豆の需要というのはいか
がなんでしょうね。

松村専務：日本を知っている方であれば、納豆が好き
な方が結構外国人の方でもいて、あとは日本のスーパ
ーフードとして、日本のスーパーフード協会が納豆を
押していますので、まだまだ認知はされてはいません
けれど、これからだと思っています。

——今後の目標も、最後にお聞かせいただけますか。

松村専務：はい。今後の目標は、世界各国の納豆難
民を救済し、新たな納豆のスタンダードを確立するこ
とです。それと、日本の伝統食を世界中に広めて、人
類の恒久的な健康に貢献することです。

——今日は貴重なお話をどうもありがとうございました。
た。

松村専務：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」。番組前
半は、第二創業で新規事業に挑戦し、郵便受けの製造販
売を中心に、携帯電話の販売店や飲食店など、幅広い展
開をしているコーソニア株式会社の高橋嘉一郎社長へ
のトップインタビュー、そして後半は、「水で戻す乾燥納
豆」を独自開発し、海外への挑戦を始めた前橋市の株式
会社上州農産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～

【4月の放送のお知らせ】

平成29年4月6日（木）12:00～12:55

再放送 4月8日（土）8:00～8:55

ぜひお聞きください！