

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5月11日（第50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。夢への挑戦をテーマに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設楽印刷機材株式会社の設楽誠一社長、66歳です。設楽印刷機材は名前のとおり、印刷機材の販売などを手がけている会社で、群馬県内はもちろん、埼玉、栃木、茨城、長野、新潟、福島各県や、東京、大阪でも販売を行っています。1954年に前橋市内で創業し、技術の進化などで業界の様子が変わっていく中、変化に対応して発展してきました。設楽社長に変化への対応の様子や先の読み方などについてお話を伺っていきます。そして番組後半は訪問インタビュー。オーダーメイドのパンを通信販売する会社パンフォーユーを起業した桐生市の矢野健太さん、28歳をご紹介します。

【プログラム】

■トップインタビュー

設楽印刷機材株式会社 設楽誠一 社長

■保証協会からのお知らせ

当座貸越根保証Gライトカードについて

■チャレンジ企業紹介コーナー

株式会社パンフォーユー

©アナウンサー 奈良のりえ

トップインタビュー

設楽印刷機材株式会社

設楽誠一 社長

——設楽印刷機材株式会社の設楽誠一社長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただきました。設楽社長、どうぞよろしくお願いいたします。

設楽社長：よろしくお願いいたします。



〔収録風景：スタジオにて〕

【印刷機材とは】

——まず基本的なことから教えてください。御社は印刷機材の販売などを手がけているということですが、印刷の機材というのは例えばどういったものがある

んですか。

設楽社長：私どもで販売している商品にはいろいろな種類がございますけれども、皆さんがイメージされてピンと来るような商品で言いますと、新聞を刷る印刷機ですね。ちらし、パンフレット、大量のものを高速で刷る商業オフセット輪転機のような大きい機械まで販売させていただいております。

【創業期】

——創業は1954年（昭和29年）と聞いています。お父さまが個人経営でスタートさせたそうですね。

設楽社長：はい。父は伊勢崎の印刷会社の5人兄弟の長男で生まれました。本来ならば長男ですから跡を継ぐのが当然なんですけれども、父には将来構想があったんでしょう。実家の印刷会社は自分の弟に任せて、父自身は前橋で機材の販売を手がけたのがきっかけでございます。

——設楽社長が子どものころに、会社を見たことはありましたか？

設楽社長：ええ、当時は県庁前の長屋の一角で1階が仕事場で、2階が住まいでしたので。父と母が朝早くから夜遅くまで本当にもう働きずくめという後ろ姿を見て育ったんですけれども、その姿は今でも覚えております。それで、大変に厳しい父だったものですから……。

——そうですね。

設楽社長：家庭と仕事場が一緒だっただけに、私が学校から帰ってくると、必ずお客さんがいるんですよ。まず、お客さんと会ったときにはあいさつします。ランドセルを下ろして、帽子を取って、頭を下げて。それで、父親のしつけなんでしょうね。大人と話しちゃいけないと言われます。非常に厳格な父でしたので、よく叩かれたことは覚えているんですけどね（笑）。でも、優しい父でもありました。

【入社の際】

——それから時が経ち、その後、入社をすることにな

るんですけども、やはり継ぐという気持ちから入社をしたんですか。

設楽社長：いえ、私は入社するつもりはありませんでした。

——あら？

設楽社長：はい（笑）。大学を卒業して普通に就職試験も受けましたし、当時は東証一部・総合商社に職を置くことになりました。厳しい父なものですから、「うちに帰ってこい」とか、「跡を継げ」とか一切言わない人でした。

——そのような中で、商社に修業に出たというか、印刷業界とは全く違うお仕事を身置しましたが、結局入社をなさったわけですね。

設楽社長：はい。

——これは、お父さまが「帰ってきて」と言ったわけではなく、社長が何かのタイミングで帰ってきたいなと思ったんですか。

設楽社長：はい。それなりの理由がありまして。

——なるほど。

設楽社長：正直言いますと、運勢上のことなんですけどね。

——運勢？

設楽社長：ええ。私が行ったのは大阪なんですけどね、あまりにも年回りがよくないとか、周りの人……特に親戚筋に言われたりして。私は会社のトップの人に転勤させてくれとお願いして、転勤先が決まりました。それがなんと福岡で、同じ線上なんです。

——なるほど、方角を本当は変えたかったのに（笑）。

設楽社長：そうなんです（笑）。

——もっと遠くなってしまって、もっと方位の力が強くなったような。

設楽社長：はい。それで、これ以上会社に迷惑をかけてもということがありまして、自分から身を引きました……結局辞めるしかない。それで前橋に戻って就活をやっていましたが、ちょうどオイルパニックで景気が悪くなってきて、それこそ就職はなかなか厳しいという状

況で1年待ちました。そのときに、父の会社から「若いときにプラプラしたんじゃあまり芳しくない。アルバイトでいいから、うちを手伝わないか」ということで……倉庫番に。

——倉庫番？

設楽社長：ええ、倉庫番から入りました。アルバイトで。

——ああ、そうですか。

設楽社長：それで、また就職の時期が来ましたが、待てど暮らせど話はなく、こんな状態でいいのかと自問自答しまして、父に頼んで入れてもらいました。

——そうなんですか。

設楽社長：それで、入ったのは入ったんですけど、またアルバイトなんです。正社員にしてくれないんです(笑)。

——厳しいですね。一貫して厳しいですね。

設楽社長：それで会社に入っても、ベテランの方ばかりいらっしゃるんでね、私が入ったからといって何ができるわけじゃないですから、何か自分しかできないもの、自分ならできることを見つけなくちゃいけない。

——それは、何かをやってくださいとは指示されないんですか。

設楽社長：「仕事は自分から見つけるもんだ」と父に言われました。

——あ、いわゆる新規開拓……。

設楽社長：ですよ。

——ああ、そうですか。指導者の先輩がいるでもなく？

設楽社長：はい。

——すごいですね。

設楽社長：当時は営業エリアというのがありまして、他の営業の方々が一生懸命頑張っている地域に、ましてや社長の息子なわけですから、従業員さんとの関係もあまり刺激してもいけないと。最初は従業員さんの回っていないところ、あるいは市場開拓も含めて自分でやってみようということで、遠いところは車で3時間半以上かかるころまで出向いて資材の販売をしていました。それから1年ぐらいしましたら、近場でも当社になびいてい

ただけない市場の開拓に行くことになると、従業員さんから私に行ってくれという声がかかるようになりまして、ほとんど今までお付き合いのない得意先ばかりを営業先に持ち、営業活動をするようになりました。

【印刷機材の変化】

——そのあたりが肌感覚でつかんでいく難しさ。誰が教えてくれるわけではないけれども、自分で切り開くというチャレンジングな姿勢というのが大変感じられました。続いては印刷業界の1980年代から90年代のころにかけて少し伺いたいんですけども、ずいぶん印刷機材の変化があったようですね。

設楽社長：印刷というのは幾つかの工程がございまして、特に印刷機の前工程で、写植で文字を印字したり、写真を取り込むためのスキニングですとか、製版という工程がございまして。それらの工程をいかに短く、そして品質的にも、スピード的にもクリアできるような作業環境にということで、この当時大きく影響をもたらしたのがマッキントッシュ。

——マッキントッシュ。

設楽社長：はい。編集を含めたマシンとしてアメリカでは普及しつつありました。そんな情報を耳にしたものですから、約5年間、毎年アメリカへ行きました。どうやら文字も取り込めて、製版作業も編集作業も全部マッキントッシュでできちゃうよということで……。ソフトをつくっているデンバーのクオークというソフトメーカーへ行き「バージョンはどのぐらい上がった」とか、「上がったからここまでできる」とか聞いて喜んで帰ってきたんですけども。それを機材商社として早く日本に位置付けるために、マッキントッシュを中心とした出力センターを私どもの会社の中につくりまして……。

——出力センターというのはどういうものですか。

設楽社長：データからフィルム出力をするという作業でございまして、現在は、そのデータを版に直接出力するという作業に変わりつつありますが、当時は、まずフィルムで4色出力をした後に、版を起こして、そしてその

版を基に印刷するという方式でございました。

——その出力センターがなければ、幾らつくってもどうにもならないと。

設楽社長：はい。印刷業界さんの立場からしますと、自分で所有するということがあったかもしれませんが、非常に高額でございまして、データの作り方によっては、思うように出力できない場合もあります。それを私どもは教育から指導させていただいたり、あるいは、そのデータの作り方をフィルムに出力しやすいような環境にフォローしてあげたり、いろいろなことをさせてもらいながら、印刷業界のデジタル化のきっかけをつくらせていただいたかなと思っています。

——なるほど。それで設楽社長、マッキントッシュのそのシステムを売り始めたというのは、全国的に見て、結構早いほうだったんですか。

設楽社長：一番早いです。

——一番？ おお、そうですか。

設楽社長：本当に手前味噌ですけども、当時、私が歩くと、「マッキントッシュが歩いている」と言われたこともありますし……。

——格好いい。

設楽社長：同時にマッキントッシュのデジタル化に対して、発信基地は群馬の前橋だと言われました。日本全国で。

——なるほど、ここにミスターマッキントッシュがおられました（笑）。

設楽社長：ありがとうございます（笑）。

——そしてそういった中、1997年に社長に就任されたということですが、これは設楽社長がお幾つのおときですか。

設楽社長：44歳でしょうかね。

——厳しいお父さまは、その頃どんな感じでしたでしょうか。

設楽社長：父が77歳。早いか、遅いかで言いますと、決して早くはないんじゃないかなと思うんですが、なかなか社長を譲れなかったという思いは、やっぱり創業者で

すよね。

——そうですね。

設楽社長：私自身も社長になりたいという気持ちも毛頭持っていなかったんで、父にもし何かあれば会社を誰が支えるんだということを考えたときに、やはり自分かなあという思いで社長を引き受けました。

——さて、それではここで1曲お届けしたいと思います。今日リクエストいただいた曲は、これは社長の思い出の曲と聞いておりますけれども、よくお若い頃に聞いていたんですか。

設楽社長：はい、学生のときに。

——学生のときに聞いた1曲ということで、先ほども口ずさんで歌っていらしゃいました。お届けいたします。ピーター・ポール&マリーで『パフ』。



〔設楽印刷機材株式会社 本社〕

【オンデマンド印刷機】

——社長就任の2年後、1999年にオンデマンド印刷機を開発、発表したそうですね。これはどういうものですか。

設楽社長：従来の印刷は大量印刷というのが基本原則でございまして、それを多品種少ロット化に対応する印刷機はないかなという思いを持っていました。というのも、それまでの印刷には版が必要でございまして、版が介入するということは、小ロットのものにはなかなか不向きでありました。当時のコピーを見まして、トナーという

限られたメディアですけれども、それを題材に小ロット多品種化に対応できる印刷機を考えてみたいということで、今のコニカミノルタの前身でコニカビジネスマシンの社長のところに私はそのアイデアをお持ちして、提案をさせてもらいました。そうしましたところ、それは面白い発想だということで、一緒に共同開発に参加してもらえませんかと……。当時八王子の工場で、開発の方、数十人とオンデマンド印刷についてディスカッションしました。オンデマンドというのは一つの言葉ではなくて、オンというのは前置詞でございまして、デマンドというのは需要に応じて・求めに応じてという意味でございませぬ。必要なときに必要なものを必要な量だけ印刷する。そういったシステムを、コピーの機械でございませぬけれども、印刷機にしてみたいという思いで、機械のネーミングも本格的な業務印刷機としてプレスという言葉の商品に求め、クレバープレスというネーミングで、1999年の4月に1号機を発表したのがスタートです。

———商社でありながら、なぜ機械の開発まで手がけようと思ったんですか。

設楽社長：これはまさに私のロマンという……。

———ロマン？

設楽社長：ええ。

———すごい。

設楽社長：思いがございまして。

———ロマンで開発してしまう（笑）。

設楽社長：商業印刷の代表的なチラシという印刷がございませぬ。新聞の折り込み広告でございませぬけれども、その大量印刷というのが従来の印刷機械です。どうしても工程もかかる、時間もかかるということから、1工程で最終の配送の手前まで一貫した印刷形態が取れないかと、今から四十数年前ですけれども、もちろん当時は日本で初めて、世界でも初めてと言われるような印刷機、これを開発したのが父でございませぬ。当時は、機械はできたんですが、それに搭載する紙とかインクがまだ追従できなかったということで、かなりその当時は苦労したようございませぬ。今では当たり前の状況でございませぬ。

すが、当時は画期的な商品でございませぬ。

———ということは、やはりそのDNAを受け継いでいければ、開発しないわけにはいきませぬよね（笑）。そして、その99年におつくりになったクレバープレスなんですけれども、すぐ売れましたか。

設楽社長：売れませぬでした。

———即答ですな。

設楽社長：はい。発表はしたものの、正直言ひまして、機械はお見せできなかったんです。

———どうしてですか。

設楽社長：もう見るからにコピーですから。印刷というのは非常に品質がきれいです。その中であって、トナーを使用して、コピーしたものですから、品質は良くない。ただ発想を変えてもらいたいと。それで、当時は啓蒙をするために、1年から1年半ぐらい、北海道から九州まで行脚しました。会社がつぶれるかと思ひましたけど（笑）。

———社長、自らが？

設楽社長：はい。

———そうですか。

設楽社長：2～3名のスタッフはおりましたので、手分けしまして、これからの時代は小ロットに目を向けよう。小ロットというのは水面下に沈んでいる部分があります。例えば少量だから印刷物としては不適合だろうというような一般的な概念が強すぎて、これは印刷物としてお願いするものじゃないという観念が一般市場にありました。いや、そうでなくて、小ロットまで対応できることをPRしますと、印刷市場は高まってくるのです。その考え方を全国に広めるために、本当に苦労しました。ですから、オンデマンドという言葉自体も、手前味噌ですが、私が広めさせてもらったのかなと思ひていませぬけど（笑）。

———まさにオンデマンドの生みの親ですな（笑）。そして、このクレバープレスをやはり世にもっと広めるために、2009年に別会社を立ち上げたんですか。

設楽社長：はい。今はデジタルイメージングコーポレー

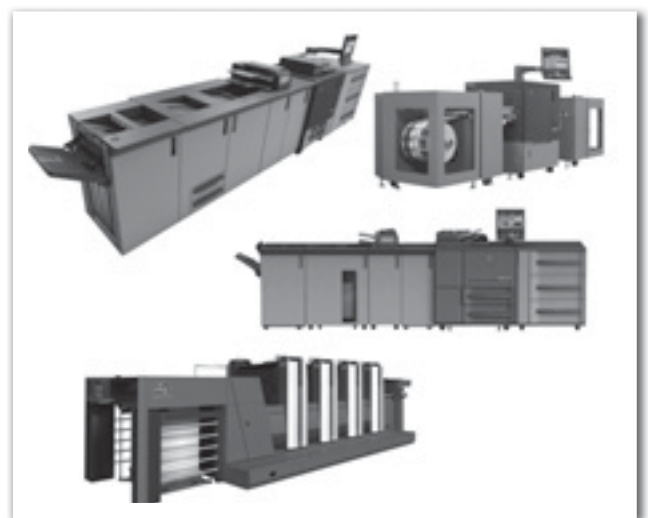
ションという社名に変わっていますが、当時はまさにこのクレバープレスを全国に普及させるための販売拠点として、別会社をつくりました。おかげさまで全国にはずいぶん、クレバープレスという名前でお使いいただいているユーザーも増えてまいりましたが、時代がアナログからデジタルに変わりつつある中で、そのきっかけが小ロット多品種に対応するオンデマンドでございます。全てがこのような傾向がございまして、デジタルにまつわる印刷手法……商社ではございますが、ハードづくりに着手しようと考えたのでございます。現在はシール・ラベル印刷機に至るまでも開発し、日本全国販売はもちろん、海外へも輸出しております。

——幅広く事業を展開なさっていらっしゃるけれども、機材の進化をはじめ、取り巻く環境がもう本当に目まぐるしく変化する中で対応されてきたことなのではないかなと思うんですけれども、変化に対応するために、どんなことを心がけてきましたか。

設楽社長：絶えず印刷をされる立場に立って物事を考えたときに、こういうふうにしたら便利じゃないか、こんなふうにしたらもっと効率がよくなるんじゃないか、あるいはもっと品質が上がるんじゃないか、スピードが上げられるんじゃないか、そういった問題点に対して私どもはできたものを商品として提供するというだけでなく、お使いになっていらっしゃるお客様の立場に立って商品づくりを考えたとでございます。と同時に、必要性があるならば、その分野に我々も参入し、いろいろな形で商品づくりに着手していくのもよろしいかなと思ったのでございます。時代が変わるということに対しては、どちらかという後ろ向きになってしまうケースが多々あるものですが、そうではなくて、起こりうる変化に対しチャンスにしていく。その変化をチャンスにするためには、どのような考え方で、どのようなものづくり、あるいは、商品づくりを心がけたらいいのか。商品というのは、ある程度見えてこない、なかなか商品づくりには着手しないという傾向がございまして。

——おっしゃるとおり。

設楽社長：私どもの立場では、実際そういったニーズが目に見えるポジションでビジネスを行っているため、お客さまに一番近い存在でもございますので、何に苦労されているのか、今後、印刷業として発展されていく原動力としてお手伝いができるか、私どもで何かできることがあるのではないかという思いは絶えず持っております。その過程において、時には商社と言えども、ものの開発もできるのではなかろうかと考えております。



〔クレバープレス他 現在の商品〕

【人材紹介事業】

——新しい事業として、フィリピンのIT人材を紹介する事業をスタートさせたと聞いていますけれども。

設楽社長：はい。日本においても、近未来「インダストリー4.0（第4次産業革命）時代」に突入してくるだろうと思われます。そうしたときに、すべからず、ものづくりの手法が変わってきます。第4次産業革命を代表するIoT・ロボット、ビッグデータ、AI(人工知能)を駆使した生産システム、あるいはスマート工場がこの業界でも導入されてくると考えられております。ITの能力を持っている人たちを、いかに自社に迎え入れられるかを考えたときに、少子化傾向になっていく中でなかなか思うような人材が調達できないということから、いち早く海外のITに精通する人たちを日本に受け入れて、各企

業に配属をしたいと考えております。ものづくり産業のお手伝いに、一翼を担っていければと思ってスタートいたしました。その後は、技術習得された方は、いつかは母国へ帰ると。そのときに、特に東南アジアでは、これから人口増になります。それから貿易も盛んになってきます。経済力も付いてきます。そうなりますと、必ずや印刷に反映するビジネスも増えて来ると考えております。そうした状況の中、我々も何かお手伝いできる事があるのではとの思いがございました。また、人と人との交流が、新たな産業の流通を生み、経済発展の大きな原動力になると考えて、スタートいたしました。

——さらなる群馬の未来が開けるような、そんなお話をいただきました。ちなみに、この事業の見通しとしてはどうですか。

設楽社長：いや、もうこれからはますます成長していくでしょうし、ものづくり産業はインターネットのインフラ環境中心にロボット化が進んでいきます。人が介入しなくても思うようなものが適時につくっていけるような、スマート工場が非常に多くなっていきます。また、日本国内における人口減少傾向の中にあり、円滑なものづくり産業を維持していくために、どうしても海外の優秀な人材の協力が必要不可欠であると考えております。

【プライベート】

——ここでは少し仕事から離れたお話も伺いたいんですけども、設楽社長の趣味は何ですか。

設楽社長：趣味は現在、お城……。

——お城？

設楽社長：巡り。

——お城巡り。あ、なんと。

設楽社長：それから古戦場。昔の武将のお墓にお参りするということも時にはございます。

——ああ、ロマンがありますね。

設楽社長：いろいろなところに機会あるごとに伺うんですけども、立派なお城もございますが、お城がなくても、そのときの時代に私をタイムスリップさせて、その

景観を眺めながら時代を私なりに模索するのが好きでございます。

——なんかこう、イメージーションをかき立てられるものというのがあるんですかね、その場所に。

設楽社長：自分がその立場だったらどういうふうにしたのかなあ、自分をそこに照らし合わせるということから始まっています。大学受験のときには日本史が専攻科目でございましたので、当時は日本史をそれとなく好んではおりましたけれども、その後、その場所へ行って考えてみるということというのは、また意味が全然違う。その自分を自分なりにタイムスリップさせながら、なぜそういうことになってしまったのかとか、あるいはそうしなくちゃならなかったのか、自分ならばどうしていたのだろうかと思うのが大好きでございました。

【設楽社長が心がけていること】

——その想像力を働かせることがビジネスチャンスにも結びついているのかななんて思って聞いていたんですけども、仕事寄りの話に戻りますが、世の中の流れの先を読むために、設楽社長が心がけていらっしゃるって何ですか。

設楽社長：先ほどからの歴史の話に関連するかもしれませんが、歴史をなぜ学ぶのかというのは、何年に何があったということだけじゃなくて、過去の出来事をしっかり把握して、現在を見据えて、将来をどうやって考察するかということだと思っています。特に社会環境が大きく変わる、少子化の話も出しましたけれども、個人が減るということは法人も減りますし、産業構造が大きく変わると。

——そうですね。

設楽社長：今まで必要だったものが必要でなくなる。あるいはまた逆に、こんなものが……新たにビジネスとして大きな称賛を浴びるというようなこともあるわけなので、絶えず身の周りの環境を考察しながらことを考え、そして、父から教わった言葉ですけれども、「計画は緻密に、実行は大胆に」、考えてばっかりいますと前に進み

ませんので、考えて、ある程度方針が決まったならば前へ進むと。全てやるのがうまくいくことばかりではございませんので、悪ければ軌道修正し、考え直し、また行動を新たに取っていくと。やり直しはいつでもできますので。そんなことを含めながら、絶えず前を向いて全てを構築していきたいと思っています。

【今後の目標】

——設楽印刷機材の今後の目標もお聞かせください。

設楽社長：夢を見ることができれば、それは実現できる。どんな目標をどのように自分なりに考え、そしてロマンを持ってその目標に向かって邁進できるかと。必ず実現できるのだということを自分自身に言い聞かせながら、邁進していくことこそが大事ではないかなと思っています。当社もその考え方で進めているのが現状でございます。

——そうした考えを形にしたフェアが放送の前後にあるそうですね。

設楽社長：私どもの考え方、方針等を一堂に会してご案内できるイベントが5月の12、13日と、高崎のビッグキューブ、旧高崎問屋街センターというところでございますが、そちらに出品メーカー125社の賛同を得まして、いろいろなご紹介ができるステージもございます。これからは印刷に関連する、いわばクリエイティブという分野で、身の回りでも、色の付いているものはすべからく印刷できると。

——なるほど。

設楽社長：水と空気以外はなんでもできるという産業でございますので、ぜひぜひ足を運んでいただければと思います。

【起業家や若者へのメッセージ】

——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。設楽社長、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いますか。私は今日、社長のお話を聞いていて、チャレンジかなんて思ったんですけども。

設楽社長：まさにその通りだと思います。変化というのは絶えず起きます。それをいかにチャンスにして、なおかつチャレンジしていくかということだと思います。よく成功の反対は、失敗だっていいですけどね、そうじゃなくて、今の時代は、成功の反対は行動しないことなんです。成功は失敗の連続の先にあるもの。失敗するのは当たり前だと。その中に成功をいかに導いていくかと。今までのノーベル賞を受賞された方は、失敗談をよく自慢そうにお話しされますが、まさにそういうことなんです。

——そうですね。

設楽社長：あともう一つ。チャンスは準備をしている者にしか生かされない。絶えず準備をして行動することが、いかに大事かと思っております。

——今日は力強いメッセージをいただきました。ぜひ、新しい世界に今、羽ばたいたばかりという皆さんも、そんな社長のお言葉を胸に、これからもお仕事を頑張っていたきたいなとあらためて思いました。今日はお忙しい中をどうもありがとうございました。

設楽社長：ありがとうございました。

——設楽印刷機材株式会社の設楽誠一社長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただき、お話を伺いました。それではもう1曲、お届けいたしましょう。選んでいただいたのは映画の主題歌ですねえ。これも思い出の映画ですか。

設楽社長：はい（笑）。

——はい（笑）。では、お届けいたしましょう。『慕情』の主題歌です。マット・モンローで『Love is many-splendored thing』。今日はどうもありがとうございました。

設楽社長：ありがとうございました。

保証協会からのお知らせ

当座貸越根保証Gライトカードについて

——ここからは群馬県信用保証協会からのお知らせです。今回は5月から取り扱いを開始した事業者カードローン当座貸越根保証「Gライトカード」について、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、よろしくお祈いします。

鈴木課長代理：こちらこそよろしくお祈いします。



〔収録風景：スタジオにて〕

——この新しい保証制度ですが、どのような特徴がありますか。

鈴木課長代理：はい。Gライトカードは、群馬県信用保証協会が企画・創設した独自の保証制度で、あらかじめ設定した借入額を極度として、必要なときに必要な金額だけ金融機関のATMで借り入れができる、お手軽で便利なカードローンとなっています。また、保証料率が一般の保証に比べて低く設定されていて、お得な保証制度にもなっています。カードローン形式の保証制度は従来から取り扱っていますが、Gライトカードはお申し込み要件を緩和していて、より多くの中小企業者の皆さまに利用していただけるようになっています。

——なるほど。一度お申し込みをしてカードをつくれれば、その後はATMで繰り返し出し入れができるというわけですね。それはお忙しい事業者の方には喜ばれそうで

すね。先ほどお申し込み要件を緩和されているというご説明がありましたけれども、具体的にはどのような方がご利用になれますか。

鈴木課長代理：まず、群馬県内で同一事業を3年以上継続して営んでいる方で、2期以上の決算を行っている法人事業者の方を対象としています。また、最近2期の決算において連続利益計上しているか、もしくは最近の決算において債務超過ではないことがお申し込みの要件となります。

——ありがとうございます。ちなみにカードローンはわかったんですけども、Gライトという名称にはどのような意味が込められていますか。

鈴木課長代理：はい。GライトのGは群馬県の頭文字から取っているのですが、ライトにはいろいろな意味がありまして、軽いか、明るいというイメージで、皆さまにお手軽にご利用していただきたいという意味と、皆さまの事業を明るく照らしたいという意味が込められています。

——群馬を明るく照らすGライト、素敵なネーミングですね。それでは最後にもう一度、制度の概要についてお願いします。

鈴木課長代理：はい。群馬県信用保証協会では5月1日より新しい保証制度としてGライトカードの取り扱いを開始しました。事業者カードローン当座貸越根保証を活用した便利な保証制度で、あらかじめ設定した極度額の範囲内で繰り返し貸し越しと返済が可能です。極度額は100万円以上500万円以内で、資金使途は事業資金のみとなります。期間は1年間、又は2年間ですが、期日到来時に要件を満たしていれば、更新により引き続きご利用が可能となります。担保は原則として不要です。保証人は原則として法人代表者のみとなります。なお、お取り扱いに際しては、先ほどお話しした申し込み資格要件のほかに、群馬県信用保証協会による保証審査がございます。お申し込み窓口は県内の各金融機関となります。また、ご不明な点は当協会保証推進課までお問い合わせください。

——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

株式会社パンフォーユー

「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、今年1月にオーダーメイドのパンを通信販売する会社パンフォーユーを起業した桐生市の矢野健太さん、28歳です。若くして起業。それもオーダーメイドのパンの通信販売ということで、パン屋の息子さんかななんて想像しがちですが、そうではないんです。パンの生産は、以前この番組でもご紹介した桐生市のパンメーカー、スタイルブレッドに委託しています。自らパンをつくるわけではないのに、オーダーメイドのパンを販売しようと発想するだけでユニークだと感じますが、経歴も興味を引かれるお相手に、京都大学を卒業し、広告代理店「電通」に勤務していたこともあるということです。生産委託先のスタイルブレッドを訪問し、矢野さんに起業のいきさつや抱負などを伺ってきました。

——私は今、桐生市相生町のスタイルブレッドにきています。このスタイルブレッドに生産を委託して、オーダーメイドのパンの通信販売をする会社パンフォーユーをスタートさせた矢野健太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。

矢野社長： よろしくお願ひします。



〔収録風景：スタイルブレッドにて〕

——オーダーメイドのパンを通信販売するという事業なんですけれども、あまり聞きなじみがないんですよね。どのようなものを扱うんですか。

矢野社長： パンの原料の種類、小麦、油脂、バター、オリーブオイル、あと、中に練り込むものをお客さまに選んでいただいて受注生産するものと、それを冷凍の状態でお届けするものとなっております。

——お客さまは、例えばその小麦粉までこだわってカスタマイズしたいって思うんですかね。

矢野社長： そこに関してはこちらから情報を提供してあげて、素材の違いを知ってもらいたいなことを兼ねたサービスにしようと思っています。

——まさに新しい提案なわけですね。

矢野社長： はい。

——種類などもあったら教えてもらえますか。

矢野社長： しばらくはですね、小麦3種類、油脂もなしを含めると、パターンとしては4種類、トッピングが10種類ほどから最大3種選んでいただく形になるので、1,000通りを超えてくるようなパターンになっています。

——確かにそういうことになるわけですか。

矢野社長： はい。

——先ほど、幾つかの種類をいただきましたが、小麦粉であったりとか、素材までこだわったとか、意識したことがなかったんですよね。でも、食べ比べると、やはり香ばしさであったり、もちもち感であったりとか、ずいぶん食感、香り、食味、全てにおいて違いがこんなにあるのかなと思いました。

矢野社長： 僕も実際始めてみて、かなりびっくりしているところもありますね。僕がもともとは高級路線じゃなくて、健康路線のパンで提案して、むしろこのスタイルブレッドからの出資が決まった段階でも、「健康でいきます」と言って、「企業理念も『パンで人類を進化させる』っていう企業理念でいきます」って言った3週間後に、やっぱり高級路線だなと思って、そこから味で勝負し始めているんですけども、ちょっと予想以上に僕が思っているよりもおいしくて、楽しい毎日を送っています。

———そうですね。おいしいですね。

矢野社長：はい。

———なぜこうした事業を立ち上げたのかを伺っていき
たいと今日は思うんですけども、その話に入る前に、
少しこれまでの経歴についてお聞かせください。

矢野社長：はい。

———エリート一直線の矢野さん……という気がしてな
らないんですけども。

矢野社長：ちょっとずれ始めているかなと（笑）。

———太田市の藪塚ご出身で、京都大学を卒業後、広告
代理店の電通にお勤めになったそうですね。

矢野社長：はい。

———やはりそういうお仕事に興味があったんですか。

矢野社長：番組をつくるのにすごく興味があったのと、
あとはミーハーだったので、芸能人に会いたいなとか、
そういった理由で。幾つか内定をいただいて、入社させ
ていただいたことになりました。

———流行をつくりたいとか、トレンドを自分から生み
出したいとか。

矢野社長：そうですね。

———でもその中で、将来的にいつかは起業したいとい
うものもどこかにあったんですか。

矢野社長：新卒のころはそういうのはなくて、家系が本
当に経営者一家だったりもして、浮き沈みも見ていたの
で、そういう路線でなく、もっと「社会のために」みた
いに考えていたんですけども、稲盛和夫さんの言葉
「本当の社会貢献は、雇用をつくって税金を納めること
だよ」ではないですけど、そちらが一番やりたいことに
直結しているなと思って、気が付いたらこのような形に
なっていましたね。

———電通をお辞めになって、起業したということなん
ですね。

矢野社長：その間に3年ありますけどね。ただ、その3
年も、ほぼ立ち上げ関係のところ、そこでかなりいろ
いろなことを学びましたね。

———地元に戻ってきたきっかけというのは何ですか。

矢野社長：都内の教育系のベンチャーにいたときに……。

———電通をお辞めになって。

矢野社長：辞めた後ですね。

———ええ。

矢野社長：その後にキッズバレイのほうからお声がけい
ただいて……。

———キッズバレイというのは？

矢野社長：キッズバレイというのは、桐生市を拠点に子
育て世代を支援しているNPO法人でして、子ども向け
の体験プログラムだとか、ママ支援だとか、あとは企業
支援、それをやる、3つの事業を展開するハブのコー
キングスペースを運営している法人なんです。それで僕
はNPOという組織と、あとはその法人の経営自体に興
味があったので、そのマネジメントをやらせるよって
いうので、ちょっとキッズバレイに移ってというのがき
っかけですね。

———起業に踏み切るタイミングというのは何かあった
んですか。

矢野社長：結構もう個人で仕事ももらえるようになって、
起業に対してのハードルもかなり低かったので、僕の中
で。

———ああ、そうですね。

矢野社長：であれば、個人で何かやるよりも、やはり大
きいことをしたいなというところで、事業をやりたいな
というのがきっかけですかね。決断というよりも、「いけ
るだろうな」みたいな。

———それはどうして群馬で起業しようと思ったんです
かね。

矢野社長：一番はやはり友達がいるっていうのが一つ。
あとは、ちょうど僕が新卒で社会人になるタイミングが、
ちょうど大震災があったころ。結構友達もいろいろな地
場のメーカーさんで働いている人が多いんですけど、震
災直後で結構ラインが止まってしまって、仕事が全然な
いと。「残業もなかなかできなくて、全然稼げないよ。
どうしよう、ヤノケン」みたいなことを言われていると
きに、僕はこのうのと大企業でいいお給料をもらって

たいなところがあって、なんかちょっと気持ち悪いなというのが、きっかけではあります。

——実際に事業をスタートしたのはいつになりますか。

矢野社長：会社の登記は1月。6月の正式オープンまで、試験販売期間中という形。まあ実際、お金が今、回り始めているようなところですよ。

——スタイルブレッドさんとの縁というのはどういうところからスタートしたんですか。

矢野社長：スタイルブレッドのご縁としては、キッズバレイの法人会員さん。寄付、お金と、パンと、あとパンの工場見学とかをさせていただいたご縁で、僕はその法人の窓口担当だった。田中社長にお礼をするタイミングで、「矢野君、なんでNPOにいるの？」というところから話が始めたのがきっかけです。そこで個人としてコンサルで入ってくれないかというのが去年の9月ごろですかね。そこからちょっとお手伝いし始めて、それと並行して、オーダーメイドの提案をしていったということになります。

——オーダーメイドの提案をしたのはどうしてですか。

矢野社長：桐生で事業をやろうと思ったときに、既存のメーカーさん、いいものをつくるどころがたくさんある。ただ、大量生産は弱いけど、小ロット多品種はなかなか強いというところが多いんですよ。そうなってくると、やはりオーダーメイド系が強いなというところで、小ロット多品種のオーダーメイドのビジネスモデルを、新しいものをしっかりとつちかまえられれば、パンに限らず、アパレルでも、それこそ機械メーカーとかでも、かなり小ロット多品種のメーカーさんを根こそぎ助けられるかなと。オーダーメイドを考えていたところ、スタイルブレッドのパンが今でも60種類ぐらいあるんですよ。

——はい、そうですね。

矢野社長：それを見て、「ああ、こちらはいろいろなものがつくれるんだ」と思って、「こんなのはできますか」っ

て聞いたら「ああ、できるよ」って田中社長から言っていた。

——いよいよスタートということですが、現在の段階で手応えとしてはどうですか。もう感じていらっしゃいます？ これはいけるなみたいな。

矢野社長：それはすごく感じておまして……。

——それはどういったところから。

矢野社長：都内にお勤めの方がたくさん集まるところで試食会をさせていただいたんですけども、そこで味の良し悪しと、購入の予想価格のアンケートを……。1個当たりの金額が15人中4人ほど、僕が出そうと思っている金額と合致していたので、このくらいの金額をやはり出してくれるんだなというところが。あと、皆さん召し上がってくれて、味もしっかり評価いただいているので、いけるんじゃないかなとは思っています。

——ビジネスって、アイデア次第でいろいろなことを生み出してって、お客さまに未来を提案できるんですね。

矢野社長：そうですね。もう僕も起業とか考えていなかった理由として、いろいろな世の中の生活、サービスっていうんですか、もう十分便利じゃないですか。つけ入る隙ってなかなかないんじゃないかなと思っていたんですけど、コンサル的な仕事してみると、まだいっぱい余地があって。あとはインターネットが出てきたことによって、いろんな掛け算ができるので、今はすごい面白い時代だとは思いますが。

——お話を聞いていると、まだまだそのほかにも夢というか、先の何か目標があるのかなという気がしてならないんですが。

矢野社長：今、具体的に掲げているのが、45歳までに利益率の高い福利厚生の実施した大きい会社を地元で2社つくるというのが目標。

——すごいですね。それは食品とか、パンに関連した、ですか。

矢野社長：一つはスタイルブレッドになると思うんですけど、1社はまだわからないです。利益率が高いイコール、

他には真似できない。だから参入障壁が高いので利益が保てて、その利益を福利厚生に渡せば、社員さんがハッピーになれるじゃないですか。僕が地元に戻ってきたきっかけというのが、大学だとか会社にいたときに、結構多くの方々が、都会出身のいいところの方がすご多かった。全然群馬出身の人が少なくて、いても大体高崎出身とか……というところだったので、そこをもっと、東毛地区出身でもいい家庭環境みたいなものをつくりたいなど。そのために会社を2つつくりたいなど。

——ああ、そうですか。まさにこの地域に、まず潤う雇用を創出してという地域貢献……。

矢野社長：そうですね、はい。

——それが矢野さんの目指しているところなんですね。まだ今、スタートしたばかりかもしれませんが、ぜひとも45歳までに2つの会社をつくる、その夢をかなえていただきたいなと思います。

矢野社長：はい、ありがとうございます。

——今日はどうもありがとうございました。

矢野社長：ありがとうございました。



[試験販売用サイト]

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、番組前半は新規事業に積極的に取り組む、設楽印刷機材株式会社の設楽誠一社長へのトップインタビュー、そして後半はオーダーメイドのパンを通信販売する会社パンフォーユーを起業した桐生市の矢野健太さんの訪問インタビューをお送りしました。

「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～

【7月の放送のお知らせ】

平成29年7月6日（木）12:00～12:55

再放送 7月8日（土）8:00～ 8:55

ぜひお聞きください！