

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9月7日（第54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、看板メニュー「爆弾ハンバーグ」でおなじみ、株式会社フライングガーデンの野沢八千万社長、69歳です。群馬、栃木、茨城、埼玉、千葉に店舗を展開するフライングガーデンは、野沢社長が桐生市内でピザ、クレープ店を始めたのが原点です。その後、市内にフライングガーデン1号店をオープンさせて、ファミリーレストラン事業を展開。現在、62店舗があります。まちの軽食店から62店のレストランチェーンに。野沢社長に事業拡大の軌跡や成功のポイント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。庭園デザイナーで、ペルー発祥の打楽器「カホン」制作者でもある前橋市の齋藤秀典さんをご紹介します。

【プログラム】

■トップインタビュー

株式会社フライングガーデン 野沢八千万 社長

■保証協会からのお知らせ

「信用保証ガイド」について

■チャレンジ企業紹介コーナー

サイトウグンマ

©アナウンサー 奈良のりえ

トップインタビュー

株式会社フライングガーデン 野沢八千万 社長

——株式会社フライングガーデンの野沢八千万社長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただきました。どうぞよろしくお願いいたします。

野沢社長：よろしくお願いいたします。



【収録風景：FM GUNMAスタジオにて】

【創業までの経緯】

——最初に野沢社長にちょっとお名前についてお聞きしたいんですけども、八千万って書くんですね。これ、ビジネスネームですか。

野沢社長：いや、違います。本名です。私が生まれたたの

は昭和22年なんですね。ちょうど日本の人口が8,000万ぐらいで、当時戦争に負けたばかりで、国民も、当然うちも食べるのにも本当に大変な時代。みんな困っている八千万の人たちを幸せに食べさせてやれるような男になれということで、八千万と付いたんですよ。

——まさにそのお名前、お父さま、お母さまの思いを貫き、今の社長がいらっしゃるという感じがいたしますね。

野沢社長：貫いたという意識はあまりないんですけど、むしろ親の暗示にかかったのかもわからない（笑）。

——桐生市が創業の地なんですけれども、社長ご自身は桐生のご出身ですか。

野沢社長：いや、茨城県の笠間市です。

——笠間市ですか。またどういうご縁で？

野沢社長：妻の出身地が桐生市なんです。それで、私が二十歳のときに妻のお父さん、お母さんに結婚の承諾を得ようと思って、当時の真っ暗い新桐生の駅に……。

——真っ暗い。

野沢社長：駅舎も木造で、そこに真冬の夜7時半頃に降り立ったときに、なんかわかりませんけれど「ここでお店やると成功するな」ってひらめいたというか。それで桐生でやると決めました。

——そういったご縁だったんですね。社長の小さい頃のお話なども少し伺えればと思うんですけど、将来こんなことをやりたいんだなんていうふうに夢を描き始めたのはいつぐらいですか。

野沢社長：小学3年のときですね。社長になると決めました。

——えっ、小学3年生で？社長？

野沢社長：はい。

——それはまたどうしてですか。ずいぶん早いんですね（笑）。

野沢社長：私より18歳も上なんですけど、一番上の姉の旦那さんが土木建築の社長をしていたんですね。今からもう60年近く前で、車に乗っていて、750ccのオートバイを持っている。こんな人はあまりいないんですね。たまに車に乗せてくれると、おいしいものを食べさせてく

れたりで、格好いいなど。それで、兄貴は何をしているのかと聞いたら、姉が「社長だ」と。「ああ、社長はいいな」と、これに決めました。小学3年ですから、まあ8歳ぐらいのときにね、そういうふうに決めました。

——その後、ご職業として飲食を選んだのはどうしてですか。またいつぐらいですか。

野沢社長：選んだのはですね、最終的には中学3年生です。

——ほかに選択肢はあったんですか。

野沢社長：3つありました。デザイナー、それと美容師、それと料理人ですね。

——料理。ああ、そうですか。

野沢社長：日本では当時、大体その3つの職業のトップは女性の方が占めていました。でも、世界を見渡すと、美容業界も、デザインの業界も、料理の世界も全員男性がトップなんですね。ということは、将来はたぶん日本も男性がトップの時代が来るのではないかと考えて、デザイナーは絵が下手だから駄目。美容師という柄じゃない。料理はもともと好きですから、もう迷わず料理ということで決めました。

——修業はどのようになされたんですか。

野沢社長：最初は、一般的な大衆レストラン的なところで、コックさんが20名ぐらいいました。そこでもっと上を目指したいと思い、フランス料理の勉強をしようと。お店が終わるのが大体夜11時から11時半。寮に帰って、風呂入って、食事を食べ終わると大体午前1時になります。それから毎日、1日2時間は勉強をするという……。

——料理の勉強を。

野沢社長：料理と、フランス語、あと英語ですか。料理の専門用語ですね。それを暗記したりしていました。

——そうですか。

野沢社長：私の料理の師匠が、世界料理オリンピックの団体と個人の金メダリストの方なんですよ。その人が、フランスに6年ぐらいいて帰ってきたときに、20人のコックの中から、私と函館出身の先輩と2人が「おまえたちはここにいないで」、シェフは今井さんっていうんですけど、「今井さんのところに行け」と選抜されたので、

本当にうれしかったです。

——今井シェフのところでは、どのぐらいの修業を積まれましたか。

野沢社長：3年半ぐらいですね。

——3年半ぐらい。その後、いよいよ独立というふうになっていったんですか。

野沢社長：いいえ。それから今度は、群馬県の伊勢崎市に従兄弟がいて、レストランをしたいということで、3年半ぐらい、やっぱりいましたかね。

——そうすると、独立のタイミングというか、もともと社長になりたいという夢があったということですが、そろそろ自分で切り替えていったのはいつぐらいになるんですか。

野沢社長：高校を卒業するときに、「5年間で料理の一人前といわれる腕を持とう」と、「残り3年で店長としてのマネジメント力を付けよう」と、そして26歳で独立するという絵は描いてありましたから。

——なるほど。もう具体的に決めておられたということですか。

野沢社長：そうですね。その計画も明文化していて、メニューまで。例えばこの立地でやるときはこのメニューということを考えていましたし、店名もつくってありました。

——お名前もできていた。

野沢社長：それで、外観のデザインですか、それも自分、絵下手ですけど、デザインも描いて、もう全部文字にしたり、絵にしたりしてやっていました。

【創業時の様子】

——1976年（昭和51年）に桐生市内でピザとクレープのお店を始めたそうですね。桐生だったのは、先ほど奥さまのご実家に行かれるときにというお話でしたけれども、それだけで決めたんですか。それとも、もう少しご自分の中で練って決めていったんですか。

野沢社長：いや、それだけです。

——それだけですか（笑）。

野沢社長：はい。そういった理論・理屈じゃない靈感みたいなのが、出るみたいですね。

——まあ、そういった部分もおありですし、緻密にお店の計画を立てていかれたというお話でしたけれども、スタートするときのお店というのはどんな感じでした？

野沢社長：そのお店はピザ&クレープの「ノザワ」っていう名前で、ピザとか、クレープなんですけれども、ピザというの、群馬県ではなかったんですね。

——はしりぐらいですか。

野沢社長：そうですね。ですから、イタリア風お好み焼きという形で。それとクレープも、我々の業界でグランドメニューと呼ぶメニューブックにちゃんと載せたのは、日本でピザ&クレープ「ノザワ」が一番早かったです。

——それは修業時代に知っていたことだったんですか。

野沢社長：はい。今井シェフに教わって。でも新しいものを売るときっていうのは、タダでくれることですね。

——タダで？

野沢社長：じゃないと売れません。

——まずは皆さんに召し上がってみてくださいと。

野沢社長：そうです。最初の3カ月、来た人1人に1枚ずつ、全部無料で。

——3カ月間ですか。

野沢社長：はい。

——そういう中で、どのぐらいで浸透していきましか、新メニューというか。

野沢社長：そうですね。その後やっぱり話題になって、半年ぐらいたってからですか、新聞の取材とかで取り上げられて、面白いようによく売れました。

——チェーン展開というのがもともとあったんですか。

野沢社長：そうですね。私が見習いコックのときに、客単価が5千円とか1万円とか、とにかく高かったんで、普通の方は食べられないんです……。革靴履いて、スーツを着て、ネクタイしてと。中華料理とか、ラーメン店というのは、極端な話を言うと、サンダル履きでも食べ

られるんですが、洋食にそういうのはないんですよ。そうすると、もっと気軽にネクタイしなくても、カジュアルに食べられる価格設定だとか、食べやすい、みんなが知っているようなものを提供していくと需要があるんじゃないかなと。

——多くの皆さんに気軽においしいお料理を食べてほしいなという、そういう思いから、チェーン展開というのがおありだったんですね。

野沢社長：そうですね。やっぱり店が1軒よりも多いほうが、多くの人を喜ばせることができる。

——確かにそうですね。

野沢社長：1軒の店よりは10軒あったほうが、働いている方も多い。ということは、これも大きな意味で言うと社会貢献というようなことは考えていました。

【フライングガーデン開店】

——「ノザワ」開店から8年後、1984年（昭和59年）にフライングガーデンの1号店を桐生市内に出店しました。ファミリーレストランにかじを切ったということですが、それはやっぱり、今お話をしたような背景があったからですか。

野沢社長：はい、そうですね。

——場所選びとか、お店のコンセプトというのはどういうふうに決めていきましたか？

野沢社長：場所選びは、最初はやはり勤ですね。理論的に構築されているものはありませんでした。ただ、勤が働いた後に、今度は自分の能力では足りないんで、やっぱり裏付けとして、専門家に全部立地分析をしていただいて。

——そのあたりはやっぱり肝になってくるというので、緻密になさっていったということなんですね。

野沢社長：そうですね。最初は勤ですよ。感覚的に「いいな」って思う。そしてそれを理論的にどうかと。

——1号店を出した段階では、まだ現在の看板メニューとなっている「爆弾ハンバーグ」はなかったということなんです。開発の様子などは、この後たっぷり伺っていきたいと思います。さあ、その前に1曲お届け

したいと思います。今日は2曲、野沢社長に選んでいただいております。まず1曲目が谷村新司さんの『英雄』という曲ですが、谷村新司さんというと、有名な曲はほかにもありますけど、この『英雄』というのはどうしてですか。

野沢社長：何となく。勤です。（笑）

——何となく、直感で選んでいただいたこの曲をお届けいたしましょう。谷村新司で『英雄』。



【爆弾ハンバーグキング 和風ソース】

【「爆弾ハンバーグ」誕生の経緯】

——さてここからはいよいよ、あの看板メニュー誕生の秘話にも迫っていきたいと思います。「爆弾ハンバーグ」ですが、どのように誕生したんですか。

野沢社長：この前身は、古いところを辿ると、今から三十数年前にやっていたKOKOノザワというお店で出した「タルタルソース焼いちゃった」っていうのが一番のスタートです。その後、そのメニューを引っ込めて、新桐生店を出すときに「ステーキハンバーグ」というので再登場したんです。ひき肉をサーロインステーキの形にして、ミディアムで提供していました。新桐生店の、要するにフライングガーデン1号店では一番ヒット商品だったんです。でも、気に入らないので、だんだん、だんだんメニューの端に追いやって、2年がかりぐらいで売るのを中止しました。

——やっぱりその辺が料理人としてのこだわりでしょうか。

野沢社長：料理人としてのこだわりもあるでしょうし、あとはやっぱり、1日に30食、40食は出ていたので、かなり出ているんですけど、もっとおいしければ、お客さまの支持を得て、100、200って売れるわけだと。でも、そこから売れないのは、これはやっぱり魅力がない…ということは外していかなければいけない。

——そこからの爆弾ハンバーグへは、どのように開発をなさっていったんでしょうか。

野沢社長：しばらくして、当社の専務、私の倅ですね。小学2年か3年のときに、「学校で友達に『野沢君ちでおいしいのは何だい?』って聞かれるんだけど…お父さん、何がおいしいの?」って言われたんですね。そのときはもう、ステーキハンバーグもないですから「うーん」って考えて、「みんなうまいよ」って答えたんですね。答えた後、自問自答して、みんなうまいということは、逆を言えば、みんなまずいにつながる。例えば相撲取りでも上手を取れば絶対負けなし。野球で言えばフォークを投げれば絶対打たれないとか……。得意技を一流はみんな持っているが、うちはないんだなと。ということは、これはお先は真っ暗だなと。それで、何かないかなといろいろしたら「ああ、そうだ、あのステーキハンバーグっていうのがあったな」と。「あれをちょっと作り直してみよう」ということで、それで今の形の爆弾ハンバーグができたんです。

——この、野沢社長、爆弾ハンバーグという、大変インパクトのあるネーミングなんですけど、これを考え出したのも社長ですか。

野沢社長：そうですね。爆弾ハンバーグという名前を考えて会議を開きました。店長以上、といっても、まだ店数が少ないですから、何人でもないですけど、それとうちの妻とか、当時の幹部で会議に諮りました。みんなの意見を聞きましたが、全員が反対でした。

——全員が。

野沢社長：はい。じゃあ爆弾に決めたと。

——えっ、ちょっと待ってください。みんなが反対するから? それはどうしてですか(笑)。

野沢社長：みんなが反対しないってことは、ごく普通のことなんです。普通のネーミングだったら、ありきた

りのネーミングだったら、誰も反対せずに「ああ、それ、いい名前だね」ということになると思うんですね。でも、やはり何か、1回聞いたら忘れないというようなイメージ。何ていうんですかね、へそ曲がりっていうのか、何かわからないけど、比較的反対のことをやりたがる性格なのかもしれません。あとこれは後々読んだ本の中に書いてあったのは、比較的的成功する確率が高いのが、2~3割の人が賛成して、7~8割が反対に回るとき、これが一番安全です。半分の人が賛成して、半分が反対のときは、やってもやらなくてもいいやつ。

——厳しいですね(笑)。

野沢社長：そうです。それで、7~8割が賛成したら、もうこれは絶対やっちゃいけない。もう遅い。

——もう皆さん、知っている、遅いということですね。

野沢社長：遅い。遅すぎる。

——そうですか。

野沢社長：ただ、何ていうんですかね。奇をてらえということじゃないんです。

——違いというのはどういうところですか。

野沢社長：だから、例えばカツ丼というのはこういうものだと、みんな知ってますよね。ところが全然違うカツ丼が出てきたら、みんな「そんなの」って反対しますよね。それがいいんです。それは当たらなかつたら、やめればいいんで。

——確におっしゃるとおりですね。

野沢社長：だから、私、思うんですけど、やりながら考える、考えながらやる、同時並行でいく。完璧なものを提供するときには、つくろうと思っています。そして、完璧で出します。しかし、完璧なものができたときには、もうそれは完璧じゃなくなっているんです。だって時計の針は動いていますから。

——ああ、そうですね。

野沢社長：もう時代遅れになっているわけです。また、試作段階でやるのと、実際にお店の運営の中でたくさんのおオーダーが入る中でやるのとは、全く違う。カツ丼を一つだけをつくってあげればいいのと、カツ丼が来て、ラーメンが来て、タンメンが来て、オムライスが来てっていう、

これ全然違います。テストキッチンで100のものが、運営のオペレーションの中では7～8割ぐらいか、下手すりゃ半分ぐらいに品質が落ちると思いますよね。そこでまた改善が入ってくる。

【多店舗化のタイミング】

——なるほど。そうやって、この人気商品、爆弾ハンバーグが私たちのもとに届けられているというわけなんですけれども、多店舗化のタイミングについても、少しお話を伺えればと思います。出店の時期とか、地域というのは、これはやっぱり狙っていくものですか。

野沢社長：それまでいろいろな準備をして、そして出店するわけですけど、やはり人でしょうね。

——人がキーワード。

野沢社長：人が育ったときだと思います。私は1店舗やっているときに、次のお店の50%分ぐらいの余分な人を入れても収益が立つようにして、やっていました。それで、初めて多店舗化をしていくと。また例えば、2店舗目のときに1,000万円かかったとして、この店が駄目になり、1,000万円の借金だけが残っても1店舗目の利益で借金を十二分に返せるようなタイミングに出しました。

——冷静な見極めというのが本当に必要なんですね。多店舗化するとき、どんなことに気を付けました？

野沢社長：これはもう皆さん、ご存じでしょうけど、ランチェスターの法則を、当時の日本の第一人者の方に指導を受けていましたので、3点攻略法ですね。ですから、もっとわかりやすく言うと、面で捉えていくと。これはチェーンストアでいうと、ドミナントということになりますけど、要するに寡占状態をつくるということになります。

——近くでお店を出していくというか。

野沢社長：私ども、桐生だったので、足利、太田、伊勢崎とどこも大体15キロぐらいなんです。桐生の場合は後ろは山ですから、前だけ見てりゃいいんですね。

——ああ、そういうことになるわけですね。

野沢社長：はい。そうすると局地戦なんです。会社が小さいうちは、必ず局地戦でやらないと。そういった意味

では桐生というのは、独立には非常に適している。

——やりやすい、限られたエリアというか。

野沢社長：そうです。そうするとゲリラ戦で勝てるんです。

——そのほか、例えば働く方に対して気を付けたりということはございましたか。

野沢社長：やはり労働基準法。私どもは15年、20年前から守るように、一生懸命努力していますけど、やっぱりこの辺のところがしっかりしてないまま多店舗化すると、なかなか厳しくなるんじゃないですか。味がいいからだけでやっていくと、まず難しい。

——多店舗化は難しいと。

野沢社長：と思います。

【小山市への本社移転】

——2002年（平成14年）に栃木県小山市に本社を移転されていますけれども、これはどのようなお考えからでしたか。

野沢社長：当社も群馬県で育てていただいて、だんだん出店のエリアもなくなってきまして、栃木県に入り始めていたんです。そうすると、その頃、立地の情報、それと、人の採用、特にこの2つに関しては、非常に苦労してきたんです。要するに人が集まりにくい、それと立地の情報が遅くなる、そういうことがありまして、北関東の中心である小山。それで、小山で私、50キロ、100キロと円を描いたんです。

——ええ。小山を中心として。

野沢社長：100キロでやると、房総半島の半分以上、三浦半島の半分以上までカバーできます。

——結構入りますね。そういったところから、小山という場所を本社になさったと。

野沢社長：そうです。

【ジャスダックへの上場】

——2004年（平成16年）にジャスダック市場に株式を上場しました。上場というのは、やっぱり一つの目標

ではあったんでしょうか。

野沢社長：そうですね、10坪の店を出して1年ぐらいして、一番最初に社員として採用した人に、常日頃からもう本当に耳にタコができるぐらい「上場するんだ」と。当時は私もまだ29歳、30歳、意味はわからないんですけど、上場っていうのは、どうも社会的に認められた一流の会社なんだなというぐらいの知識はあったんです。それで、じゃあそれを目指そうと。

——上場の成果というのはいかがでしょうか。

野沢社長：まず、人の採用が非常にしやすくなったということですね。

——いい人材が集まる。

野沢社長：はい。それと、やはり先ほども言った、店舗の用地の物件も集まりやすくなった。

——いい情報が集まりやすくなる。

野沢社長：それと、地主さんが安心して貸してくれる。

——そのあたりから、ご商売をやりやすくなった。

野沢社長：そうですね。やりやすいですね。非常にやりやすいと思います。

【成功のポイント】

——現在、62店舗と伺っておりますが、振り返ってみて、成功のポイントはどのあたりだったと思いますか。

野沢社長：いや、成功のポイントではなくて、むしろ、ここは、失敗のポイントだと。夢が小さかった。

——えっ、夢が小さい？

野沢社長：私が創業したころは、100店舗のチェーンストアってなかったですよ。100億売っている企業も。そのときに、例えば100店舗とか、100億って言うと、気が狂ったんじゃないかって言われました。

——夢のまた夢のような（笑）。

野沢社長：そうですね。でもあのときに、1,000億とか、1,000店舗とか、大きな風呂敷を広げておけば、会社の運営の仕方が変わっていたり、お店のサイズが変わっていたり、または業種とか業態が変わっていたり、いろんなことが変わって、1,000店舗はなくても、700店とか

800店はできていたんじゃないかと。

——桁が一つ違うと。

野沢社長：はい。ですから、成功のポイントというのは、大きな夢を持つということじゃないかと。そして、それを明文化して、そして夢を語り続けるってということです。私はこの小さな夢だったんですけど、10項目ほど書いて、車の中に、それとトイレ、それとベッドの近くに置いて、車の中ではもう大声で叫んでましたね。



【フライングガーデン店舗外観】

【プライベート】

——少しお仕事のお話から離れまして、プライベートなところにもお話を移していきたいと思いますが、野沢社長、どんな趣味をお持ちですか。

野沢社長：そうですね、一番長いのはやっぱりウォーキングですかね。

——ウォーキング。

野沢社長：はい。37歳から、毎朝、1時間に6キロのスピードで。ただ、雨が降ったり、出張とか、そういったときはしませんけれど、大体1カ月に15日から20日間ぐらい、キロ数で言うと、平均すると1カ月に120キロぐらいですか。

——おおっ、そうですか。

野沢社長：意識して歩いてね。

——それから60代になって始めた趣味、スポーツもあるそうですね。

野沢社長：そうですね。62歳ぐらいからゴルフを始めました。

——何かきっかけがありましたか。

野沢社長：外食で北関東一になるまではゴルフをしないって決めていたんですね。

——ゴルフをですか。

野沢社長：もう一つのきっかけは、長男です。私、60歳ちょっとのときに、あまり体調が芳しくなかったんですよ。自己判断すると、若干の鬱状態になっていましたね。それで長男にゴルフの練習場に引っ張っていかれて「お父さん、打ってみてよ」と。持ち方も何もわからないんですが、ドライバー、2発打ったんですよ。

——当たりましたか。

野沢社長：うまく当たったんですね。

——ええっ、本当ですか。

野沢社長：ええ。それから1週間ぐらいしたら、長男が「お父さん、ゴルフの先生にちょっと会ってみない」と言って、会ったら、これはもう仕掛けがあって、もう教わることになっていたんです。はめられちゃいまして、1~2カ月レッスンを受けているうちに、なんか面白くなってきて「これはちょっとやろうかな」と。それがきっかけで始まりました。それで、やっぱり性格が、こういう性格なんで。

——こういう性格というのは。

野沢社長：1年で100で回る。

——ああ、しっかりと、もう数字の目標を立てる。

野沢社長：で、2年で90、3年で80。

——結構高い目標ではないですか。

野沢社長：いや、でもやったことない人なんで、平気でそういう目標を立てられたんでしょうね。

——怖いもの知らず（笑）。

野沢社長：怖いもの知らず。それでね、やっぱり紙に書いて。

——ゴルフの目標を書いたわけですか。

野沢社長：そうです。1年以内のベストスコアが98くらい。2年目が93回ぐらい。3年目が81回ぐらい。やれば

できるもんですね、やっぱり。だから、先ほど言った「書く」ということが、いかに物事達成に……。

——大事か。

野沢社長：だから、私、よく言うんですけど、俺は話すのはいいんだけど、書くのは苦手だという人は多いじゃないですか。だから、書けないということは、まとまっていけないということなんです。

——頭が整理されてないということですね。

野沢社長：そうですね。

——何でも結構書いてみるということが大切ですよね。そして目標に向かって進んでいく。

野沢社長：そうですね。

【今後の目標】

——今後の目標もお聞かせいただけますか。

野沢社長：そうですね、個人的には100歳までは元気にいたいと。100歳を超えてから、老後を楽しんで、126歳まで。

——えっ、ちょっと待ってください。126歳（笑）。

野沢社長：まで、「いきる」というのも、生命の生きるではなくて、活動的の活、あの字を書いて「いきる」と。

——ただただ息をしているだけじゃなく……。

野沢社長：そうですね、息をしているだけじゃなく。

——もうどこまでもスケールの大きな夢で、聞いていて、なんかとっても気持ちがいいです（笑）。

野沢社長：いや、大きくないんですよ。地球上の動物で一番短命の動物でも精神的と肉体的年齢の成熟したときの5倍は生きるんですね。医学か何かで、人間の場合は、精神的・肉体的成熟年齢を25歳と仮定するらしいんですね。すると、掛ける5は125歳なんですよ。でも、125歳だと、ちょっとつまらないじゃないですか。ちょっと夢を大きく持たないと。だから1年プラスして126歳になったんです。

——素晴らしい。いつまでも、いつまでも健康で、おいしいヒット商品を生み出していきたいなというふうに思います。

野沢社長：ありがとうございます。

【起業家や若者へのメッセージ】

——最後に、起業や新しい事業への挑戦を考えている人へのメッセージの意味も込めてお話し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、野沢社長、何だと思いませんか。

野沢社長：人のまねのできない技能か、技術を持つこと。そして、独立は夫婦でやること。

——ご夫婦でですか。

野沢社長：1年365日、1日16～18時間の激務に、それを3年から5年、休みなしでやり続けられること。定休日はあったとしても、それも全て勉強に充てる。そうすると、たぶん成功すると思います。

——ああ。それをご自身でやっぱり実行してきたからこそ、おっしゃれる言葉だと思いますし、今、社長のお話を聞いていて、そのぐらいの覚悟があつての独立だよっていう、叱咤激励でしょうか。

野沢社長：そうですね。やっぱり私、覚悟という言葉が好きです。覚悟を決めれば。ただ、創業のときに、「どうしてももうけない」とか、この人は向いてない。

——ああ、利益ばかりを求める……。

野沢社長：そうです。まず、人々のお役に立てるか。もっとわかりやすく言うと、自分の対象とするお客さんに喜んでもらえるか。それで、もし働く仲間ができれば、一般的に社長の場合ですと、社員とか、従業員とかいいますけど、それらのためになるか、会社のためになるのか。いずれにしろ、自分以外の人のお役に立てるかどうかということを考えて、先ほど言ったような激務をすれば、うまくいくと思います。

——ありがとうございます。今日は私たちの食を満たしてくださっているフライングガーデンの野沢社長のお話を聞いたんですが、私、心も満たされました。

野沢社長：いやいや、ありがとうございます。

——さあ、それではここでもう1曲、お届けしたいと思います。こちらも野沢社長が直感で選んでくださった曲ですか。

野沢社長：はい。

——ではお届けしましょう。フランク・シナトラで『マイ・ウェイ』。ありがとうございました。

野沢社長：ありがとうございました。

保証協会からのお知らせ

「信用保証ガイド」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課長代理にお話を伺います。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。

——今日は、保証協会が発行している冊子「信用保証ガイド」について説明いただけるとのことですが、これは鈴木さん、こういったものですか。

鈴木課長代理：はい。保証協会では、県内中小企業、小規模事業者の皆さまのそれぞれのニーズにお応えするため、さまざまな種類の保証制度を取り扱っています。それらは大きく分けて、国の制度、県の制度、市の制度、独自の制度となっていますが、現時点で100種類以上あります。その全ての保証制度を1冊にまとめたガイドブックとして、この「信用保証ガイド」を毎年度発行しています。

——今、ちょうど私の手元に2017年度版の「信用保証ガイド」があるんですけども、グリーンのチェック柄の表紙で、何だかカフェのメニューみたいで、おしゃれですね。ページをめくってみますと、あ、なるほど、Gライトなどの制度の説明が書かれていますね。

鈴木課長代理：はい。「信用保証ガイド」では、当協会でも取り扱いしている全ての保証制度を一覧表で掲載しているほか、以前この番組の中でも紹介させていただきました、事業者カードローン当座貸越根保証「Gライト」や、借換保証制度「Gプライム」、事業承継保証制度「次世代サポート」など、当協会が力を入れている保証制度や、ご利用の多い保証制度については、制度のメリットや利用資格などについても詳しく紹介しています。先ほど奈良さんが「カフェのメニューみたい」とおっしゃいまし

たが、当協会が中小企業、小規模事業者の皆さまや、金融機関の皆さまに提供するメニュー表だと思っていただければちょうどよいかと思います。

——なるほど、そういうコンセプトがあったんですね。保証協会のメニュー表が、この「信用保証ガイド」ということですが、お勧めのメニューもわかりやすく、これは便利です。また実際にガイドの中を見ていきますと、制度以外にも、さまざまな情報、盛りだくさんですね。

鈴木課長代理：はい。制度メニュー以外にも、当協会の概要や、業務の内容について説明しています。信用保証の利用要件の説明や、3つの支援の取り組みの紹介など、保証協会をご利用いただくための手引書としてもご活用いただけます。

——鈴木さん、この冊子はどちら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。保証協会は中小企業の皆さまのパートナーとして、どんな小さなご相談でも親身になってサポートいたします。相談は無料ですので、安心して、そしてお気軽にご相談ください。

——鈴木さん、今日はどうも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

サイトウグンマ

「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、庭園デザイナーで、ペルー発祥の打楽器カホン制作者でもある前橋市の齋藤秀典さん、41歳です。齋藤さんは、30歳でサラリーマンを辞めて造園の道に入り、庭園デザイナーとして活躍する一方、カホンの製造を手がけ、楽器店で販売しています。屋号はサイトウグンマ。地元群馬が好きで名付けたそうです。脱サラして、2つの業種に挑戦している様子について、前橋市にあるカホンの

ショールームを訪問して、お話を伺ってきました。

——私は今、前橋市のサイトウグンマのカホンショールームにきています。齋藤さん、今日はどうぞよろしくお願いたします。

齋藤さん：よろしくお願いたします。



【収録風景：カホンショールームにて】

——もうこちらのショールームには、大小さまざまなカホンが置いてあるんですけども、今、何種類ぐらいありますか。

齋藤さん：ここに20種類ほどあります。

——20種類。入ってくると、木のほんといい香りがするんですね。

齋藤さん：はい。

——なんか癒される空間、そんな気がいたしますけれども、早速ですが、少し演奏してもらってもいいですか。

齋藤さん：はい。

《カホンの演奏》

——びっくりしました。カホンって、木箱というか、四角い箱なんですけれども、いろいろな音が、さまざまな表情の音が出るんですね。

齋藤さん：そうですね、はい。

——驚きました。このカホン、ご自身でつくられているとか。

齋藤さん：そうですね、全部つくっています。趣味で音楽をずっとやっていて、その中でたまたまカホンを見つけて、買ってみて、音が残念な音だなと思ったので、ちょっとつくれるかなっていうぐらいの軽い気持ちで8年前、始めました。

——ちなみに、どうやって作るんですか。

齋藤さん：単純に木の板を合わせて箱型にして、たたくところの板を薄くして、どこかに穴が開いていれば……。カホンって木箱って意味なんで、木箱ができるって、シンプルな楽器というか、箱です。

——つくり方というのは、どこかで習ったんですか。

齋藤さん：いや、完全に独学で、最初はわからなかったもので、穴も開けられないし、カホンができませんでした。

——開発を独学でどのようにしていったんですか。

齋藤さん：調べたデータと、想像の範囲から、いろんな厚みとか、木の種類の板を買い集め、試してみて、試行錯誤をひたすらしました。

——どんなところに一番ご苦労をされましたか？

齋藤さん：カホンは完成してみないとわからないので。

——そうなんですか。

齋藤さん：はい。つくらずに素材と厚みとかを変えるだけで音が、大体予測してつくれるようになるのに、5年、6年はかかっている。今は、どんな板を見ても、木の板を見ると、段ボールでも、たたけばどんな音がするなっていうのは、容積から厚みから見て判断できちゃいます。

——えっ、本当ですか。

齋藤さん：はい。音が好きなので、狙った音が出ると、嬉しいというところですね。

——そのほかに、齋藤さんならではの、このカホンの特徴というのはどんなところがありますか？

齋藤さん：人にも自然にも優しいことにこだわっている。柿渋とか自然塗料で自然にも優しいですし、間伐材も使っています。人に優しいというのは、スカートのような女性とか、子どもとか、障害者に対して使いやすいカホ

ンという開発が足りてないと思ったので、どんどんそういう人たちにバリアフリーなカホンづくり、座らないで、ひざ上でたたけるようなカホンが今、注目を浴びています。

——その趣味で始めたカホンが、どのタイミングでカホンメーカーになったんですか。

齋藤さん：5年ほど前に都内のイベントに呼ばれて、いろんな市販のカホンメーカーの方に会ったり、プロの演奏者の方に会って、そこで刺激を受けて、ここまできたら負けてられないと思ったので、プロ用のカホンをつくったり、市販の楽器店と契約もしました。

——販路の拡大は、どのようにしていったんですか。

齋藤さん：直接楽器店さんの責任者の方にアポを取って会いまして、すぐ、次々決まりました。

——それだけやっぱり特別なものだったんですね。

齋藤さん：そうですね。どこの方もやっぱり、こういうカホンというのは見たことがなくて、すぐに興味を持っていただきました。

——お話を聞いていると、また、齋藤さんを知っていらっしゃる方は、カホンの齋藤さんと、もう代名詞になっていますが、実はビジネスとしては本業というものがあつたというふうには言っていないんですか、そういう言い方でいいんですか。

齋藤さん：そうです。はい、はい。

——庭園デザイナーという顔を持っていらっしゃるんですよね。

齋藤さん：はい。

——そもそも庭園デザイナーというのは、どのようなお仕事なんですか。

齋藤さん：わかりやすく言うと、庭づくりなんですけれども、こだわっているのが、皆さんの庭のグリーンの悩みを聞いて、それを解決する相談窓口として、和洋いろんなお庭の相談、花木の相談を受けて、それに対応しています。

——お客さまと本当にお話をして、一緒につくり上げていく。

齋藤さん：そうですね。

——これ、なぜカホンをなさろうというふうに思いました？

齋藤さん：やっぱり花木に関心を持ってもらうのに、もっと自然と親しんでもらう暮らしの提案をしたいなと思ったので。

——起業とカホンづくりは、どちらが先だったんですか。

齋藤さん：カホンづくりのほうが数年先です。

——あ、そうですね。話題づくりとしては、非常にインパクトがあったのではないかなというふうに思いますよね。

齋藤さん：そうですね、はい。

——30歳でサラリーマンを辞めて造園の道に入ったということですけど、どうして30歳でお辞めになったんですか。

齋藤さん：人間というのは、昼働いて、夜寝たり、緑を見ているのが心安らぐなど、自然だなと思ったので、自然に近い生活をしたいなと思ったのがきっかけです。

——それまでは、自然とちょっとかけ離れたというか、かなりお忙しかったりとか。

齋藤さん：そうですね、普通に会社、工場で働いていました。

——ただ、お辞めになって、会社を辞めて、すぐに起業できるものではないですよね。

齋藤さん：そうですね。

——もちろんお仕事として、造園業であれば、修業という期間が必要ですけども。

齋藤さん：はい。その点は数年修業をして、国家資格も取って、最低限の知識等を手に入れてからと思ったので、それは一通り準備してからの開業になりました。

——修業をどのぐらいしたんですか。

齋藤さん：修業は、約6年ほどしていました。

——6年間の修業を経てということなんですね。起業したのが何歳のときですか。

齋藤さん：36歳のころです。

——起業してから今までを振り返ってみて、いかがですか。

齋藤さん：カホンも仕事の一つとして始めようかなという軽い気持ちだったんですけども、まさかこんなに、どちらも忙しくなるとは思わなかったです。

——とても今、順調に？

齋藤さん：順調というか、忙しすぎる状態になっています、おかげさまで。

——修業時代なんですけれども、サラリーマンをお辞めになって、造園業に入ってみて、たぶんいろんな違いも感じたり、違和感もあったと思うんですけども、その中でどんなことを齋藤さんは一番学ばれました？

齋藤さん：技術的なことはもちろんなんですけれども、例えば気付きとしては、お客さんのところへ行くと、わざわざ年配の方がお茶の時間の前に、お茶菓子とかいろんなものを買ってきたり、お味噌汁をつくってくれたりして、いろいろなことをしてくださるので……。本来、業者としては、お客さんからお金をいただいて仕事をするので、そんなに気遣いをしたり、ずっと家にいらすと、ちょっとした買い物もできないので……。そういうことは気になったので、なるべく書き留めたりして、起業するときのポイントとして考えていました。わかりやすく事前に見積もって、アポイントメントをお客さんに取って、安心してもらって仕事に入るということや、SNSとかFacebook等があるので、ちゃんとうちは情報を出しているの、よかったらそこで見てくださいということで、ちゃんとお客さんに安心してもらって、お客さんが「頼んでよかった」と言ってくれるような仕事を心がけています。

——そんな取り組みもなさっている齋藤さんですけども、現在の感触は、順調に進んでいてということですけども。

齋藤さん：はい。今、仕事をたくさんいただいていて、待ってもらっている状態なので、どんどん雇用して、仕事を伸ばしていこうと思っています。

——今は従業員がお一人、そして齋藤さんとお二人で

やっぴらっしゃるけれども、お客さまに待ってもらっている状態なのですね。

齋藤さん：そうですね。半年待ちのお客さまもいますし、早く進めていかないといけないので。

——これからの事業もますます楽しみですが、その本業の造園業と、カホンのお仕事、これがいつか一つになることってあるんですか。

齋藤さん：いや、どっちかっていうともう本業が忙しいので、本業に専念したいですね。本業伸ばすための次の、感じる園芸講座っていう企画を考えております。

——感じる園芸講座？

齋藤さん：はい。

——これはどういうものですか。

齋藤さん：講座っていうと、やっぱりレジュメがあって、ペーパーを見て、やっぱり事細かな数字とか、お話があるのが講座だと思うんですけど、そこを花木とか持って感じてもらって、体感してもらって、感じる講座というのをやろうかと思っています。多くの人に花木の魅力を新しい形で伝えていこうと思っています。

——庭園デザイナーで、打楽器カホンの制作者としても活躍する、前橋市の齋藤秀典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。

齋藤さん：ありがとうございました。



【カホンを演奏する齋藤さん】

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、群馬、栃木、茨城、埼玉、千葉に62店舗を展開する株式会社フライングガーデンの野沢八千万社長へのトップインタビュー、そして後半は、庭園デザイナーで、ペルー発祥の打楽器「カホン」の制作者でもある前橋市の齋藤秀典さん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。

「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～

【11月の放送のお知らせ】

平成29年11月2日（木）12:00～12:55

再放送 11月4日（土）8:00～ 8:55

ぜひお聞きください！