

# 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11月2日（第56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、伊勢崎市の食肉加工会社 株式会社クリマの栗原守社長、65歳です。クリマは氷温熟成という独特の方法による豚肉の熟成に成功。甘くまろやかな味わいと、柔らかな食感が特徴で、「氷室豚」の名前で百貨店などで扱われています。創業者で氷温熟成職人を自称する栗原社長に、技術開発の様子や、ブランド確立の歩み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。ラーメン店をはじめ、最近ではカレー店も手がけている株式会社景勝軒の櫻岡一生社長のお話をお届けします。

## 【プログラム】

### ■トップインタビュー

株式会社クリマ 栗原 守 社長

### ■保証協会からのお知らせ

「チャレンジ・ザ・ドリーム」平成28年度版単行本発行について

### ■チャレンジ企業紹介コーナー

株式会社景勝軒

◎アナウンサー 奈良のりえ

## トップインタビュー

### 株式会社クリマ 栗原 守 社長

——株式会社クリマの栗原守社長に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。

栗原社長：よろしくお願いいたします。



【収録風景：FM GUNMA スタジオにて】

### 【社名の由来】

——株式会社クリマの社名は片仮名でクリマと書きます。社長の苗字もクリマさんかと私、ずっと思っていたんですが、栗原さんなんですね。

栗原社長：そうですね。私の名前を取りまして、片仮名でクリマと、いいんじゃないかということで会社名にし

ましたね。

——栗原守さんでク・リ・マってということなんですね、なるほど。(笑)

**栗原社長：**そういうことですね。これをですね、群馬県に目を向けて見ると、クリマっていう名前が、私は非常にヒットするんじゃないかと。それはどうしてかということですね、フランス語で風土ということになるわけですね。

——風と土の風土。

**栗原社長：**風土ですね。それが今取り組んでおります、寒干し寒ざらしという技術で、それを使ってクリマが今、熟成を行っているわけですね。何か、風土に合うかなっていう、非常にラッキーだなと私は思いますね。

#### 【料理人として修行】

——さあ、そんな思いもこもったクリマを創業した栗原社長ですけども、初めは料理人を目指していたそうですね。

**栗原社長：**そうですね。私は小さい頃から包丁、まな板の前に立ちまして、野菜を刻んだりとかしていましたので、非常に料理好きかなと思いますね。

——では、結構早い段階で、ご自身がこういう道に進みたいという夢があったわけですね。

**栗原社長：**そうですね。中学2年生のときだったんですけども、割烹旅館に行きまして、そこで「料理人になりたいんだよ」という話をしましたら、その社長さん、当時はだんなっていうんですけどもね、だんながですね、二つ返事で「待ってるよ」ということで、卒業式後1日、2日目ぐらいに行きましたね。

——どんな修行を積まれましたか。

**栗原社長：**そうですね、一番下なわけですね。洗い方といて、鍋を洗ったり、野菜を切ったり、そういう下準備をするんです。調理場っていうのは、板場っていうんですけど、当時板場では、料理をつくり終われば終わりだよという風潮でしたが、私は、例えば料理が残ってきますね、そういったところをですね、女中さんにチェックを入れるわけです。そうすると、今日の料理がおいしかったのかどうか、何の理由で食べなかったのかというところに話がいくわけじゃないですか。そんなこともしながらですね、日々のコメントですけどね、日報

みたいなものですけども、毎日書きまして、そして記録として取っておきましたね。

#### 【創業までの経緯】

——修行はこちらでどのくらい続いたんですか。

**栗原社長：**3年だけです。

——そうですか。辞めたのはどうしてですか。

**栗原社長：**これはですね、小さなお肉屋さんをしていましたので……。

——ご実家が？

**栗原社長：**ええ、そうですね。私は料理人を目指したわけなんですけれども、たまたまですけども、「入ってほしい」ということで、それで入ったわけですね。

——実家のお店というのは、どんな感じでしたか。

**栗原社長：**小さなお肉屋さんですから、揚げ物と、お惣菜ですね。それでお肉をケースに並べて売るといって、そんな作業ですね。

——そうですか。

**栗原社長：**でも私、当時、お店と工場を持ちたいという目標を持っていましたので、そこでしっかりとお金を蓄えていくわけです。

——独立したのは、栗原社長、お幾つときですか。

**栗原社長：**33歳ですね。

——33歳で、ここでいよいよ食肉工場をおつくりになるということですか。

**栗原社長：**そうですね。

——そこではどういったことに気を付けておつくりになりましたか。

**栗原社長：**板前さんというのは、食中毒に非常に注意を払いながら料理をしていますので、衛生というところに目標を持ってしっかりとやってきたということになりますね。

#### 【熟成への思い】

——そういう中で、どうして熟成だというふうにならされたんでしょう。

**栗原社長：**これはですね、やはりそこはまた料理人なんですね。おいしいお肉をつくりたいって考えますね。熟

成をすればおいしくなるというのは、食肉業界では当然わかる話じゃないですか。でも、実際つくってみないとわからないですね。だから、おいしさを追求しようというところで、始めていくわけですね。

——その熟成のために、どんなことをされましたか。

栗原社長：一番の取り組みというのは、衛生とですね、品質管理ということになりますね。

——具体的にはどういうふうにしていったんでしょう。

栗原社長：豚の細菌数というのは洗浄で決まるわけですよ。

——まず、枝肉を購入なさいますよね。

栗原社長：はい。

——普通そこで洗うものなんですか。

栗原社長：おそらくですね、全国的に弊社が取り組んでいる洗浄というのは、まずないと思いますね。

——洗わないの？

栗原社長：洗わないですね。

——どこもやっていないということは、洗う必要がないか、もしくは、洗うことが何かタブーであったから取り組まなかったんですかね。何ですかね。

栗原社長：豚肉ってというのは焼いて食べたり、煮て食べたりするわけですから、普通の搬入であれば、当然影響はないわけですね。

——洗う必要がないわけですね。

栗原社長：ないってことですね。

——鮮度がいいときに食べるというか。

栗原社長：そうですね。ですけど、熟成という作業に入るわけですから、やはり除菌というところが必要になります。きれいに洗い落とす、汚れを洗い落とす、菌を落とすという作業ですね。

——大変な作業に乗り出しましたね（笑）。

栗原社長：そうですね。いやあ、大変だったですね。初めはですね、普通の水で洗浄していましたね。ただ、普通の水で洗っていたらですね、全然細菌数が減らないんですね。さあ、弱ったなとなりますね。

——なりますね。

栗原社長：そのときにふと思い出したのが、鯉のあら

の手法ですね。人肌のお湯っていうと36度、40度ぐらいだと思いますけれども、その温度で鯉のそぎ身を洗ってですね、そして冷水につけて、鯉のあらになるんですね。

——もしかして、それが結構熟成豚の基本というか、何かヒントになっているんですか。

栗原社長：そうですね。そこがですね、枝肉の洗浄に役立つわけですね。

——それでラインもつくったんですって？

栗原社長：そうですね。この洗浄ラインがですね、お湯とですね、常温水と、冷水ということになりますね。ただ、このラインをつくったんですけれども、これが大変だったんですよ。

——何がですか。

栗原社長：細菌が減らなければ、ラインをつくっても意味がないわけですよ。

——はい。

栗原社長：当然夏もあれば、冬もありますね。

——そうですね。

栗原社長：条件が違いますよね。ということは、洗う条件が違うわけですね。お湯の温度を何度にすればいいのか。冷水を何度にすればいいのか。そこの温度探しで7年ぐらいかかったんですよ。料理人のときと一緒に、毎日の日報を書くわけですよ。例えば晴れであったりとか、曇っていたりとかありますよね。そういうのを記入しながら、そして外気温、いろいろなところをチェックしてですね、表をつくりまして、そこに書き入れて。そんなことを、7年ぐらいやっていたんですね。

#### 【氷温熟成について】

——氷温熟成、氷の温度と書いて氷温ですが、氷温熟成という独自の熟成方法を開発して、社長は事業に成功されているんですけども、この熟成方法というのはどういうものなのか、少し教えてほしいんですね。

栗原社長：そうですね。これは寒干し寒ざらしていう……。

——あっ、先ほどおっしゃっていた。

栗原社長：そうですね。そこの手法になるんですけども、群馬県内には沼田市に雪の下のリンゴですか……。

——あ、ありますね。

栗原社長：ありますね。それで……。

——寝かしておくんですね。

栗原社長：ええ。春に出荷ってありますね。だから、寒くしてですね、冷たくしておいしさを引き出す。そして、もちろん保管ということにつながりますね。もっと違った場所に目を向けるとですね、干し柿があったりとか、例えば海であれば干物があったりとか、全くその原理ですね。だからそこが弊社の工場の中では凍る、凍らないという、ギリギリの温度の中で寒干し寒ざらしをするわけですね。

——お肉の特徴としては、やはりうまみが引き出されるんですか。

栗原社長：そうですね。普通、熟成といえば、赤身のところの成分が向上して、おいしいということになりますね。でも、氷室豚はですね、国内で初めての発見になるんですけれども、脂の成分が向上したっていうのは氷室豚だけなんです。これは枝熟成ということになりますけれども。

——枝熟成？

栗原社長：はい。大きい豚肉をですね、冷蔵庫で寒干し寒ざらしということで冷やし込みをするんですけれども、そういった手法の中で生まれた不飽和脂肪酸の向上っていうのが、氷室豚で初めて発見されるんですね。

——ああ、だから、私も頂いたんですけれども、肉が甘くて、特に脂身がおいしいんですね。

栗原社長：違いますね。

——舌の上でとろけるような。

栗原社長：そうですね。融点ももちろん下がるんですけれども。だから、やはりこの脂がよくなったというのは、非常に画期的なんですね。

——それでいて、こう、何ていうんですか、脂っぽくないっていうか、さっぱりしているんですね。

栗原社長：さっぱりしていますね。

——どういうきっかけからスタートしたんですか。

栗原社長：どんな熟成方法があるかなということで、たまたまですけれども、氷温というところに出合ったわけなんです。

——氷温に……。

栗原社長：氷温に出合ったわけですね。そこでまあ、私なりに氷温を理解しようということで、冷蔵庫の中の温度を下げてみたりとか、またはその環境づくりということで、それで取り組んでいくわけですね。

——それは何回もいろいろ試してみるという、そういう具体的な取り組みになるんですか。

栗原社長：そうですね。例えばじゃあ温度を1度上げましょうとか、下げましょうとしますね。そうすると、1カ月の期間をまず取り組んでみないと結果は出ないんですね。そういう世界なんですよ。

——じゃあその適した温度を見つけるまでに、どのぐらいかかるんですか。

栗原社長：冷蔵庫を、設備投資をして、ちょうど1年半ですね、はい。

——そしてその熟成させるということは、いわゆるお肉を寝かせるわけですがけれども、それはどのようにやって熟成させていくんですか。結構企業秘密ですかね。大丈夫ですか（笑）。

栗原社長：そうですね。これは確かに企業秘密ですね。

——ごめんなさい。話せるところまで（笑）。

栗原社長：そうですね。話せるところは、ちょっと皆さんに聞いていただきたいと思います。結局、洗浄して除菌をしますね。それで、一晩ですけれども、しっかりと1頭ずつの冷やし込み。だから微生物を増やさないという作業になりますね。そこでしっかり冷やし込みをして、そして弊社には7つ冷蔵庫がありますけれども。

——冷蔵庫が7つある。

栗原社長：あります。それは枝を下げる冷蔵庫ですね。

——お肉を……。

栗原社長：はい。枝庫といいますけれども。そこにですね、一つ一つの役割があるんですけれども、そしてその中に入れるわけですね。

——温度の違うお部屋が7カ所あるとか。

栗原社長：そうですね。

——そこを通して、ゆっくり熟成させていく。

栗原社長：させていく。

——寝かせていくと。

栗原社長：寝かせていくということになりますね。



———そこまでして開発する思いというのは、その情熱はどこから湧き出るんですか。

**栗原社長：**そうですね、私は目標に向かうとですね、達成するのが私の仕事といつも思っていますので、計画を立てるとですね、ほぼクリアします。だからそういう、何ていうんでしょうね、性格なんでしょうね。どうしてもこの熟成事業を成功させたいっていう思いがないと、まずできません。だって途中で、洗浄ラインだけで7年間開発に時間をかけるという人はあまりいないと思うんですよ。

———そうですね。

**栗原社長：**でもそこは、やはりしっかりとつくってですね、そして熟成につなげていくということになるわけですから、まあ、面白いエピソードではですね、かっぱを着てですね、その洗浄ラインを通過してみるとか。

———え、自分が？

**栗原社長：**ええ。自分がですね。豚と同じ気持ちになって、当たってどうなるんだろうと、水圧がどうだろうかと、そんなこともありましたね。

———そこまで。

**栗原社長：**そうですね。

———いやあ、もうお話を聞いていると、そのストイックさというのが本当に浮き彫りになりますが、まず一つ、その洗浄しようと思ったのも、非常にイノベティブですし、さらに誰もやったことがない開発をね、こつこつ、こつこつとやっていくという、この姿というのも、今聞いているだけでも頭が下がる思いでいっぱいなんですけれども。さて、この後は、氷温熟成でつくられたお肉のブランディングの様子なども伺っていきたいと思います。その前に1曲お届けいたしましょう。今日選んでいただいた好きな曲ということで、舟木一夫さんの曲を選んでいただきました。

**栗原社長：**女房と二人でですね、時々コンサートに行くんですけども、そのコンサートの中に出てくる曲なんですけれども、私にとってみて、応援歌みたいなことになりますかね。

———はい。ぜひ聞いている皆さまの応援歌にもなりますように。お届けする曲は、舟木一夫で『君よ振りむくな』。



【凍る一步手前の温度で14日間以上じっくりと冷蔵庫の中で豚枝（豚肉）を熟成させる様子】

### 【氷室豚のブランド化】

———先ほどは、氷温熟成という熟成方法を開発した様子を伺いました。かなり踏み込ませていただいたんですけども、続いては、どのようにしてお肉のブランドをつくり上げてきたのか、お聞かせください。この氷室豚、氷の室で氷室ですね。氷室豚という名前でブランドにしていますけれども、ブランド化というのは最初から狙っていたんですか。

**栗原社長：**狙っていましたね。

———販路は、どのように開拓していったんですか。すぐ開拓できたんですか。

**栗原社長：**いや、これはですね、熟成を志したときに、都内の百貨店をですね、私は目標にしていたので、あそこの百貨店ということで、ずっとターゲットを絞って活動してきましたから。

———それはやはり厳しい、何ていうんですか、競争の中で残っていく、それだけいいものを提供する場所っていうブランド化？

**栗原社長：**そうですね。これは2つ、結果があるんですけども、熟成ができるということは、安全でないといけないですね。そこにはですね、当然、テーブルミートといいます、一般豚といわれているんですけども、これはスーパーさんだとか量販店に買っていて、パックになるお肉ですね。そこにも、アピールができるわけですね。ということは、安全であればこそ、熟成ができる、イコール、テーブルミートとしてお客さまもさらに安心できるということで、やはり衛生を極めること

によって、みんなに笑顔が出てくるということになるわけですね。

——ブランド化に向けて、こういった取り組みをしたんですか。

**栗原社長**：当然、お客さまに訴えていかななくてはならないですね。どこを訴えていくかというのは、やはり品質管理と温度管理、要するに安全である定義ですね。ここをやはり構築しなくちゃいけないということで、ブランド化はそこになりますね。意識がないと、まずできないですね。工場に入っていくときに、手洗いであったりとか、いろいろな処理をするんですけれども、そういうことも含めた中での取り組みをしっかりしないとですね、まず無理ですね。だから、ブランドというのは、当然、弊社で作り上げていくんですけれども、ただ、そこに携わっている従業員、ここがそういった意識を持って作業をしていかないと、やはりブランドの道はないですね。

#### 【営業活動】

——目がけた、ここだという都内の百貨店、いわゆる販路は拡大できましたか。

**栗原社長**：できましたねえ。

——簡単にできましたか。

**栗原社長**：そうですね。実はちょっと大変でした。

——そうなんですか（笑）。

**栗原社長**：私が電気コンロを持っていきましてね。

——どこにですか。

**栗原社長**：これは私の目標であった百貨店にです、持ち込みまして、それで担当の方に食べていただいたんですよ。そのときは、もちろんおいしさは評価してもらいました。ですけれども、やはりそこは非常にハードルが高くてですね、いろいろなブランド化された豚肉がたくさんありますね。そこをですね、超えていくわけですから、当然大変でしたね。

——ということは、大手の都内の百貨店の担当の方のところに電気コンロを持って行きました。

**栗原社長**：行きましたね。

——食べてもらいました。「おいしい」と言ってもらいました。そこですぐ……。

**栗原社長**：終わりですね。

——終わり？

**栗原社長**：そこでまず終わるんですね。

——店内に並ぶところまでいかなかった。

**栗原社長**：いかない。そこからの道のりが、またあるわけですね。

——どうやって超えていったんですか。

**栗原社長**：これは地方銀行のですね、フードセレクションというのがあるんですね。そこにチャンスを頂いて、出展するわけですね。会場は東京ビッグサイトなんですけれども、そこでお客さまにおいしさですね、そして安全をわかってもらおうということで、出展していくんですね。

——その出展したことによって、どんなふうに変わっていったんですか。

**栗原社長**：そうですね。初めてお客さまと出会ったときってというのは、まだ熟成がブームではないというか、知られてなかったですね。もちろん熟成というのは皆さん、わかっていますけれども、理解してもらえなかったというんですかね。そういう中で、まず名刺交換とですね、やはり安全性というところで、お客さまにまず知っていただくわけですね。

——業者の方々に売り込んでいった、名刺交換をひたすらして。

**栗原社長**：はい。

——それからどういうふうになっていきましたか。

**栗原社長**：それから非常にラッキーでしたね、テレビ局が取り上げてくれるんですね。

——テレビ局が取り上げたことで、どういうふうには？

**栗原社長**：お客さまの反応が変わってきますよ。そのときに、当然百貨店との名刺交換はしていますからね。

——ああ、そこでもしかして、またあらためて百貨店の方から？

**栗原社長**：そうです。オファーがかかるわけですよ。

——かかりましたか。

**栗原社長**：かかりましたね。そこで営業に出ていくんですけれども。

——電気コンロまで持って行って食べてもらったけれども、そこではちょっと無理だった。

**栗原社長**：そうですね。

——でも、手法を変えて、フードセレクションで、そこでテレビが取り上げ、なおかつ、それを見たバイヤーさんが、あらためて声をかけてくれたと。

**栗原社長：**そういうことになりますね。そこからお客さまに、工場見学であったりとか、いろいろなプレゼンをさせてもらうわけですね。そして販売につながっていくんですけれどもね。

——でも、ずいぶん時間がかかりましたねえ。

**栗原社長：**そうですね。かかってますね。

——売れなかった氷室豚ってどうしていたんですか。

**栗原社長：**これはですね、売れないっていうことになれば、氷室豚がね、普通の、要するにテーブルミートに回っていくということになりますね。

——じゃあ、知らないうちにもしかしたら……。

**栗原社長：**食べてますね。

——そんなおいしい氷室豚を、私たちは低価格で頂いていたかもしれない。

**栗原社長：**ええ、食べたと思いますよ（笑）。

——赤字にならないですか。

**栗原社長：**そうですね、それは赤字だと思いますね。

——いやあ（笑）。

**栗原社長：**はい（笑）。

——でも、自分としては諦めない。

**栗原社長：**諦めないですね。

——利益はどのように上げていたんですか。

**栗原社長：**氷室豚を支えるっていうのは、全体の売上がなければ支えられないわけですから、当然そこにですね、しっかりと営業をかけてですね、そして販売をしていくと。そこで氷室豚に投資できるということになるわけですね。毎年設備投資をしていましたから、自分の身を切っ

てまでやっていましたね。

——常に設備投資。

**栗原社長：**はい、設備投資ですね。

#### 【成功のポイント】

——今振り返ってみて、成功のポイントは何かだっと思えますか？

**栗原社長：**これはですね、私、結論から言いますと、四

位一体って思いますね。

——四位一体、ほうほう。

**栗原社長：**これはですね、お客さま、要はリピーターの方ですね。

——はい。

**栗原社長：**お客さまがやはり「おいしい」、そしてその笑顔、初めてそこで認めてくれるわけですね、おいしさを。そして、生産の方、農家の方が丹精込めてつくる豚肉ですね。それを弊社が買わせていただいて、そして百貨店につなげていくわけですね。またはレストラン、ホテルにつなげていくわけですね。だからそういった中で、やはり四位一体が、皆さん、笑顔じゃなければ、たぶんブランドとしてはみなされないと私は思うんですね。

——お客さまも喜んでくださって、生産者の方も喜び、バイヤーの方ももちろんそれで幸せになり、それがやはりクリマ、御社にとっての成功のポイントと。

**栗原社長：**ポイントですね。

——win win win winの関係ですね。

**栗原社長：**そうですね。

——それにはきっと安全、おいしさを求めて、管理レベルを徹底して、日本一を目指したからこそなのかもしれませんが、諦めないですね、くじけないですね、社長（笑）。

**栗原社長：**そうですね。使命じゃないですけども、やはり熟成というところへ目標を立てたわけじゃないですか。そこに向かってますからね、後へは引けないですね。

——後へは引けない。

**栗原社長：**後へは引けないですね。そういう性格ですから。もし、苦しければ、立ち止まればいいわけですから。だからそういうことの繰り返しで、ずっと今まで、人生きていますので。

——まだまだこれからも諦めない、挑戦は続いていくんですか。

**栗原社長：**そうですね。氷室の可能性って、私はすごくあると思っています。おいしさをひも解いていくとですね、特に脂の成分ですけども、今販売している14日熟成。

——14日間熟成している。

**栗原社長：**ええ。そして30日熟成。さらに50日熟成っていきますね。当然成分が、上がるわけですね。

——うまみが増す。

**栗原社長：**うまみが増します。そのうまみをですね、どういふふうにお客さまに提案していくのか。だから今、さらに研究は続いていますね。そのうまみ成分を、どんな加工に変えたり、もしかしたらそこに相乗効果があって、さらに栄養価が上がるかもわからない。そんなところをですね、今、目標にしながら、おいしいものづくりを一生懸命やっています。



【温度管理、品質管理を徹底するために豚枝（豚肉）の管理を欠かさない。品質を保つために0.1度の温度差にも妥協しない徹底ぶり。】

#### 【趣味について】

——ここではちょっと社長、リラックスしたお話をいただければと思いますけれども。お話を聞いていて、今日は何度熟成という言葉聞いたかという感じですが、趣味は熟成ですか（笑）。

**栗原社長：**そうかもわかりませんね（笑）。

——いえいえ、すみません。本当に趣味を楽しむ時間がないのかななんて思いましたけど、そんな中でご趣味というとなんでしょうね。

**栗原社長：**そうですね。私は10代後半から20代前半にかけてですね、伊勢崎に伊勢崎ギター合奏団というサークルがありまして、そこに所属してまして、5年ぐらいですかね、活動していましたね。

——そうですか。ギター演奏して。

**栗原社長：**はい、ギター演奏ですね。

——そうなんですか。

**栗原社長：**楽しかったですね。当時、県民会館ですね。

そこのこけら落としに、伊勢崎ギター合奏団も、ステージに上がりまして、そして服部良一先生とですね、こけら落としをしたという、そういう素晴らしい思い出がありますね。

——とは言いながらも、なかなかギターを今は演奏する時間がないんですか。

**栗原社長：**そうですね、ほぼないですね。

——ほぼないですか。

**栗原社長：**ただ、今回のこのチャレンジ・ザ・ドリームを機会にしまして、ギターをもう一度やってみようかなという気がしますね。

——そうですね、ぜひぜひ。お忙しい中で、なかなかお友達をつくる時間もなかったなんて、先ほど雑談の中でおっしゃっていましたけれども。

**栗原社長：**そうですね。やはり目的と目標がしっかりしていましたので、朝早く、夜遅くまでの管理をするわけですから、普通に考えてみても、遊ぶ時間がなかったですよ。だからそういった意味で、まず仕事でした。やはり記録をしっかり付けていくっていうことが、朝早くから夜遅くまでやってきているわけですから。

——でもデータ管理って、ほかの方法でも、機械でもできますよね。

**栗原社長：**そうですね。実際はですね、設置してあります。あるんです。ですけれども、やはり五感ですね。五感というところを働かせてですね、当然見る場所は見て、例えば臭いをかぐところは臭いをかいで、いろいろな見方があると思うんですね。やはり五感というのは非常に大事と私は思っていますので。

——まさに職人氣質ですね。

**栗原社長：**そうですね。

#### 【今後の目標】

——今後もまだまだ、熟成については追及が止まらないようですけれども、今後の目標をお聞かせください。

**栗原社長：**今後の目標はですね、やはり、また熟成の話というか、成分の話になりますけれども、成分向上をはたしている豚肉ですので、さらにおいしくすると。ということは、加工品ですよ。おいしい加工品。

——ああ。



**栗原社長:**そして、さらなる熟成の期間ですね。そういったものを伸ばしながら、研究の結果の中では成分向上ってわかっていますので、おいしさをどうにかお客さまに提案していきたいと。そして、お客さまの笑顔が欲しいというふうに思っていますので、その辺のところをですね、しっかりとまたやっていきたいと思っていますね。

#### 【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、経営していく中で、大切なことは何だと思えますか。

**栗原社長:**そうですね、各企業皆さん業種が違うと思うんですけども、目指すものっておそらくあると思うんですね。その目指したものをですね、間違いなく着実にものにするのは、知恵が必要かなと思いますね。やはり創意工夫ですね。そういったものをしっかりとですね、効率化させながら、毎日日々の努力ですかね、そこをしっかりとやっていただければですね、成功の道が開けるかなという気がしますね。

——栗原社長は、お若いときからすごく大切にしている言葉があるんだそうですね。

**栗原社長:**そうですね。15歳で板前の世界に入ったんですけども、そのときに、だんなからですね、今で言えば社長ですけども、1冊のノートを頂きました。開いてみると、そこに武田信玄の言葉なんですけれども、「人間、嫌とすることをなせば、自分の身を保つことができる」と。その言葉を頂いてですね、私は、65歳になりますけれども、50年間、1日も忘れることなく、つらいとか、大変ってということもありますが、そんなときに応援の一つの言葉じゃないんですけども、「人間、嫌とすることをなせば、自分の身を保つことができる」、そうだよなっていうふうに、自分でこう、思い、そして毎日過ごしています。

——嫌とすることを一つクリアしていけば、また自分が成長していくんだよっていう……。

**栗原社長:**そうですね。そういうことですよ。

——素晴らしい座右の銘ですね。

**栗原社長:**ありがとうございます。

——株式会社クリマの栗原守社長にスタジオにお越し

いただき、お話を伺いました。さあ、そしてもう1曲お届けする曲は、先ほど趣味の中でもお話が出てきました、ギターの曲ですね。

**栗原社長:**そうですね。

——はい。今日はクロード・チャリのナンバーでこの曲をお届けしましょう。『アルハンブラの思い出』。どうもありがとうございました。

**栗原社長:**ありがとうございました。

## 保証協会からのお知らせ

### 「チャレンジ・ザ・ドリーム」平成28年度版単行本発行について

——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。

——平成25年4月にスタートしたこの「チャレンジ・ザ・ドリーム」ですが、保証協会では、今年も平成28年度版の放送内容を単行本にして発行したそうですね。

**鈴木課長代理:**はい、そうなんです。保証協会ではこのたび、単行本『チャレンジ・ザ・ドリーム平成28年度版』を発行しました。28年度に放送したトップインタビューの内容を収めたものです。単行本は、平成25年度版から数えて今回で4冊目となります。群馬県を代表する企業の社長が、どのように創業し、苦境を乗り越え、会社を成長させたのか、あるいは、先代から引き継いだ会社をどのようにイノベーションしてさらなる飛躍に導いたか、そして、これからの課題は何かといった経営のエッセンスが語られています。また、創業を志す方や若者へのアドバイスもたくさん盛り込まれています。

——私もこの番組を担当させていただいて5年目になりますが、群馬から大きく羽ばたいた企業の社長さんから毎回経験に基づくとても熱い貴重なお話をたくさん伺っています。創業を志す方や会社経営者の方々には、大変参考になるのではないかと思います。

**鈴木課長代理:**そうですね。女性や学生の皆さまにもぜひ読んでいただきたいと思い、金融機関・商工団体等の関係機関のほか、高校・大学・専門学校にも広く配布す

る予定です。

——このラジオを聞いて単行本を欲しいという方は、どうすれば手に入れることができますか。

**鈴木課長代理**：はい。ご希望の方は、はがきでお名前、ご住所を明記の上、当協会までご応募ください。ご応募いただいた方から先着100名の方にお送りさせていただきます。詳しくは群馬県信用保証協会のホームページをご覧ください。

——「チャレンジ・ザ・ドリーム」の単行本を読んで、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、そうですね。当協会では、4つの柱からなる創業トータルサポート体制で、創業を志す方を応援しています。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、ぜひ一度、保証協会の創業応援チーム、そして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

### 株式会社景勝軒

「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、景勝軒をはじめ、複数のブランド名でラーメン店を展開し、最近ではカレー店も手がけている、株式会社景勝軒の櫻岡一生社長、36歳です。櫻岡社長は東京都町田市の出身。大学生のころから起業しようと考えていたそうで、もともとは縁もゆかりもなかった群馬県で店を開き、今や直営店と、プロデュース店、合わせて35店舗を展開しています。高崎市内のお店を訪問し、櫻岡社長に起業や店舗拡大の様子などを伺ってきました。

——私は今、高崎駅西口前にある景勝軒グループのお店、みなせ 麵処湊生に來ています。櫻岡さんにお話を伺います。どうぞよろしくお願ひいたします。

**櫻岡社長**：よろしくお願ひします。



【収録風景：「麵処湊生」店内にて】

——実は今、オープン前で大変お忙しい時間帯。もうスタッフの方が仕込みに追われているというお時間に伺わせていただいているんですが、お話を伺っていきたくと思います。櫻岡さんは、初めに起業したいという気持ちがあって、その中で事業としてラーメン屋さんを選んだと聞いているんですけども、なぜ起業したいと思ったんですか。

**櫻岡社長**：もともと大学の教育学部に通ってまして、幼稚園の先生を志していたんですが、実際に大学で学んでいく中で、あとは自分の人生を考えていく中で、本当にやりたいのは勉強を教えることではなくて、子どもの何か希望になれるような、そういう存在になることが自分の夢だなという答えに行きついたのが二十歳のときでした。そのときに、じゃあ何をやっていくのかというところで、経営者という一つの選択肢が出てきて、その中でラーメン屋さんを選んだのは、僕はどっちかという引込み思案な人間だったので、ガキ大将というイメージが強かったラーメン屋さんの中で、そういう人間でも大きな結果を残せるという前向きなパワーを子どもたちに見せたいなと思い今までやってきました。

——そうなんですね。ラーメン屋さんのオーナーという、イメージとすると、ガテン系なイメージ……。

**櫻岡社長**：そうですね。

——そういうイメージを、皆さん、持っているかもしれないけれども、そうでない僕もできるよという感じなんですか。

**櫻岡社長**：そうですね。もともと自分自身が、あまり夢がない子どもだったので……。

——そうなんですか。

**櫻岡社長**：ええ。幼稚園の先生を志したのも、子どもが好きだったこともあるんですが、どちらかという、子ども相手の仕事であれば、自分でも何かできるんじゃないかなという弱気な気持ちからの目標だったので。いろいろ家庭の事情があって、貧乏であったりとか、いじめにもあった人生だったんですけど、それまでを否定しないで肯定的なものにするためには、これからの人生、自分が何を目指していくのかというところが、自分のためでもあって、それが、同じような悩みを抱える子どもたちがいるのであれば、彼らの希望になるんじゃないかなという、純粋にそういう気持ちで。なので、教育というところは変わらないんですけども。

——でもそこで起業をお選びになったというのが、振り切りましたね（笑）。

**櫻岡社長**：そうですね。

——ラーメン屋さんを始めるために、最初はやはり修行なさったんですか。

**櫻岡社長**：そうですね。23歳から修行に入りまして、そこから5年間。

——そうですか。どちらで修行はしていたんですか。

**櫻岡社長**：最初は埼玉県の方に行きまして、その後、茨城県、千葉県、その後に群馬県に来ました。群馬のほうで出店をしていただけないかというご用命を頂いて、じゃあ誰が行くんだというときに、僕自身が「じゃあ、やらせてください」ということで2005年の10月に群馬に来たのがきっかけです。そこからは、店舗を5店舗まで展開しようという社長との約束があって、もうがむしゃらに。

——がむしゃらにといっても、縁もゆかりもない地で、それは大変ですね。

**櫻岡社長**：それはもう。でも任されたことだから、もう試されている、自分の経験値になると思って、独立は前提に考えていたので、手探り状態で、物件選びから、労務関係だったりとか、全てを独学で勉強してやってきたので、いろいろな失敗もありました。だけど、独立する前に全てのことを良くも悪くもサポートがなくやらせてもらえたのが一番大きかったというのが、修行というか、もう経験値になったところですね。

——今、さらりと櫻岡さん、サポートなしにとおっしゃいましたが、修行という、ある程度指導が入るのかと思いきや、そうではなく、独学でなんですか、ほとんど。

**櫻岡社長**：社長が本当に任せてくれる方だったので、「俺は教えないから」というスタンスなんですよ。

——そうなんですか（笑）。

**櫻岡社長**：「わからなかったら聞け」はありますが、基本的には自分で悩んで、自分で考えてやれという……。だからその器に僕は引かれて、その師匠といたんですけど。

——群馬の1店舗目では、どんな思いでお店づくりをなさいました？

**櫻岡社長**：1店舗目はすごい苦労があって、お店に住み込みで2年間やっているんですけど。最初はやはり券売機のシステムで、お客さまからクレームを受けたりとか。

——その食券……。

**櫻岡社長**：わかりづらいという。

——わかりにくい、ああ。

**櫻岡社長**：ええ。あとは、お水のセルフサービスも、「そんな殿様商売だと、群馬じゃやっていけないぞ」とご進言いただいたりとか。

——厳しい（笑）。

**櫻岡社長**：やはり当時はなかったスタイルで。一番は、「つけ麺」がなかったのが大きかったですね。

——まだまだ「つけ麺」が浸透する前ですか。

**櫻岡社長**：そうなんですよ。食べ方がわからないがまず一つと、スープが冷たいとか。

——そういうのをどうやって変えていったんですか。

**櫻岡社長**：もう一つ一つ丁寧に接客で、お客さまにつけ麺の食べ方を、「こうやって食べると一番おいしいんですよ」とか、どういうお店なのかという説明を、今振り返ってみても、もう地道にやっていった、もうそこしかなかったかな。

——2009年に修行先の麺屋こうじグループから群馬県内の5店舗を全て買収して独立されたそうですが、櫻岡さんは、このとき何歳でいらしたんですか。

**櫻岡社長**：このときが28歳です。

——資金はどうなさいました？

**櫻岡社長**：資金は自分でこつこつ貯めたお金が当時500万円ぐらいあって、それのほかに、師匠と話をして、分割で払うという形で独立しました。

——思いきりましたね、ここでも。

**櫻岡社長**：そうですね。結構いろいろなプレッシャーがあったので。

——そして、これまでの8年間で、店舗を本当にハイペースで増やしていらっしゃるわけなんですけれども、店舗を増やすというのは大切なことですか。

**櫻岡社長**：そうです。商売としてももちろんあるんですけども、僕自身が師匠に受けた最大の恩というか、愛情というのは、やはり何でも自分にやらせてくれたことです。それって何かというと、僕に舞台をくれたということが一番だと思っているんですね。

——舞台をくれた。

**櫻岡社長**：はい。僕が主役で活躍できる場所をくれたのが師匠だったんですよ。それがあって、従業員にも同じような舞台をつくってあげて、本人が輝ける人生を…おこがましいですけど、そういう手助けができればなというところから、人が増えれば店舗もつくっていくというイメージでやってきました。

——多店舗化する場合、同じメニューでチェーン展開していくことが多いと思うんですけども、景勝軒グループは、今お邪魔しているこの「湊生」にしてもそうなんですけれども、名前もメニューも違うお店を出していらっしゃいますよね。これは多店舗というよりも、むしろ多ブランド化しているというイメージなんですけど、この狙いはどういったところにあるんですか。

**櫻岡社長**：僕の店舗展開は、居抜き物件を中心に再生するようなイメージなんです。

——はい。

**櫻岡社長**：でも、その居抜き物件も、昭和の、僕の年よりもっと前に建てられた建物がありますし、僕と同じぐらいのものもありますし、いろいろな物件があって、やはり人間と一緒に個性があるんですね。

——確かに。

**櫻岡社長**：ここの「湊生」はブティックの跡で、ちょっとお洒落な雰囲気がありますが、ほかの店は、もともと老舗のラーメン屋さんがやっていた跡のお店で、カウ

ンターしかないお店だったりとか、はたまたファミリーレストランの跡の物件もあったりとか。それを画一的に何かやるというよりは、そこの持ち味をフルに活かして、お客さまも、その空気とその味が一致する楽しみ方ができるような店舗づくりを心がけているのが一番です。その自由さがラーメンにはあるというところが一つの魅力ですね。

——メニューも、櫻岡さんがご自身で考えておつくりになるんですって？

**櫻岡社長**：そうですね。レギュラーメニューは全て僕のほうで考えて。でも、それも先ほど話したとおり、その店の店長たちがやはり主役なので、大いに語弊はあると思うんですが、僕がつくるのは80%ぐらいのラーメンだという認識なんです。土台は僕がつくるよというところで、あとの20%を埋めるのは、やはりお客さまの笑顔はどうやって引き出すかというところで、それはラーメンの味だけじゃなくて、やはりスタッフの笑顔だったりとか、スタッフの声の張りだったりとか、気遣いだったりとか、そういうところで100%のラーメンを限りなく目指していこうというのが、僕たちの考え方です。

——そして、最近ではラーメン店だけでなく、前橋市でバタチキ、本庄市ではピリヤニなど、7店舗のカレー店もやっていますということですけど。

**櫻岡社長**：はい。

——カレーを始めた理由は何ですか。

**櫻岡社長**：人の縁に大きく関係があって、僕のところに相談に来たバングラデシュ人の経営者の方がいて、多店舗展開をしたいんだけど……と。

——カレー屋さんの店舗を。

**櫻岡社長**：そうです。どうすれば多店舗展開できるのかを教えてほしいと相談に来たのがきっかけで（笑）。

——ラーメン屋さんでなく、カレー屋さんが来たという（笑）。

**櫻岡社長**：「僕はラーメン屋さんなので、カレーは一切わからない」という話から始まったんですけど、せっかくの縁なので一緒に話していく中で、やり方によってはカレーで本当にいいビジネスのモデルをつくれるんじゃないかと思い、であれば一緒に1店舗つくらないかという話からできたのが、バタチキだったんですね。





【BANGLADESH INDIAN CURRY パタチキ 高崎オーパ店】

——最後に、今後の目標をお聞かせください。

**櫻岡社長**：これからというか、常々もう、起業のときからそうなんです、受けた恩は、やはり全て恩で返したいというのがあって、でも僕が恩を返すのは、師匠に返すとか自分の目上の方じゃなく、一番は一緒に働いてくれるスタッフに、これからの活躍の場をつくるのが自分の一つの恩返しかな。あとは、東京都出身の僕が群馬でやっていくというところで、いかに群馬に自分自身が貢献できる経営者になるかというところも一つの恩返しですし、あとはお客さまに対していいお店であって、おいしいラーメン、おいしいカレーを長く提供できるかということが一番の恩返しと信じてやっていきますので、店舗数にこだわるとかでなく、一番は、群馬で景勝軒の味が僕たちの思い出の味だなんて思えるような、そういう会社にしていきたいと思っています。

——今日は株式会社景勝軒の櫻岡一生社長にお話を伺いました。どうもありがとうございました。

**櫻岡社長**：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、氷温熟成という独特の方法による豚肉の熟成に成功し、「氷室豚」の名前で売り出している伊勢崎市の食肉加工会社 株式会社クリマの栗原守社長へのトップインタビュー、そして後半は、ラーメン店をはじめ、最近ではカレー店も手がけている株式会社景勝軒の櫻岡一生社長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～

【1月の放送のお知らせ】

平成30年1月4日（木）12:00～12:55

再放送 1月6日（土）8:00～8:55

ぜひお聞きください！