

チャレンジ・ザ・ドリーム

Challenge the Dream

～群馬の明日をひらく～

平成31年1月10日（第70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。

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、結婚式場 ヴィラ・デ・マリアージュなどを運営するプリオホールディングス株式会社の松井研三社長、71歳です。群馬県をはじめ、栃木、埼玉、東京、長野に式場11店舗とレストラン4店舗、ドレスショップ1店舗を展開し、パリに支局を置くプリオホールディングス。ブライダル業界で成長を続けてきましたが、スタートはなんと伊勢崎市のおそば屋さんだったそうです。松井社長は総合結婚式場にかじを切り、トレンドの移り変わりの激しい業界で事業を拡大してきました。松井社長に挑戦の様子や会社経営に対するお考えなどを伺っていきます。番組後半は訪問インタビュー。アウトドア用ストールの製造販売などを手がける桐生市のPRIRETを紹介します。

【プログラム】

■トップインタビュー

プリオホールディングス株式会社

松井研三 代表取締役会長兼社長

■保証協会からのお知らせ

「次世代サポート保証」について

■チャレンジ企業紹介コーナー

PRIRET/プライレット

◎アナウンサー 奈良のりえ

トップインタビュー

プリオホールディングス株式会社

松井研三 代表取締役会長兼社長

——プリオホールディングス株式会社の松井研三社長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただきました。よろしくお願いたします。

松井社長：はい、よろしくお願いたします。



【収録風景：FM GUNMAのスタジオにて】

【会社のルーツと入社のきっかけ】

——さて、プリオホールディングスの、まずはルーツについてお聞きしたいんですけども、松井社長のおじさま、お母さまのお兄さんが創業した、なんとおそば屋

さんだったそうですね。

松井社長：はい。伊勢崎の旧市役所の前にあって、朝から夜までお客さまでいっぱいでした。

——そして、伊勢崎市の市民会館内にも、なんと洋食屋さんをお出しになったと。

松井社長：はい。市民会館という、音楽とか、いろんなコミュニティの広場をつくると、こういうことになりまして、そこにレストランをつくりたいと。しかし市内で誰も出店する人がいないので、是非大村さん、やってほしいということで、出店しました。

——大学卒業後、そのおじさんの会社に社長は入社したということなんですが、初めは別の会社への就職を考えていたそうですね。

松井社長：はい。デパートに就職したいなということで、内定をもらっておりましたが、そのあと半年間、暇になりまして、そして、いとこだった社長に「ちょっと結婚式が忙しくなるんで、アルバイトで仕事をしてもらえないか。」ということで、アルバイトしたのがきっかけでしたね。

——そのレストランで結婚式をやっていたということですか。

松井社長：市民会館の2階と3階で結婚披露宴をやっておりました。当時は会場がそこしなくて、大変にぎわっておりましたね。

——そして、社長はなんとここで、別の会社に内定をいただいていたにもかかわらず、結婚式の世界へと飛び込むわけですが、これ、決め手は何だったんですか。

松井社長：当時の社長が「これ、どうだ。」「ああ、面白いですね。でも、いろんな問題がありますね。」「じゃあ、おまえの好きにやっていい。」ということをおっしゃったので、「じゃあ面白いからやろうか。」っていうことで、入社することにしました。

——入社後、どのようなお仕事をされましたか。

松井社長：平日はレストランのサービスをしながら、そして婚礼の担当をして、打ち合わせをしたり、結婚式当日の運営を先輩から教わって、婚礼担当をずっとしてきましたね。

——何かその中で、不便を感じて変えてみたいなんて

いうことっていうのは出てきましたか。

松井社長：もういっぱいありましたね。

——いっぱいありましたか。

松井社長：ええ。まあ当時、5段ぐらいのウエディングケーキが、あったわけですが、それを入刀すると、一旦下げてくる。今度は一人一人の大きさに切って、またお出しすると。ですけど、100人であれば上から3段ぐらいのところまで全部小分けができるようになりますね。すると下の4段目、5段目というのが、毎日余るわけですね。1日8組あると、その8倍余るわけですね。で、これを一口食べてみると、最初のうちはおいしいですよ。でも1カ月、2カ月たつと、こんなケーキをお客さんに出してるのかなというふうになるようになりました。これならもう少し工夫して、ショートケーキで最初に配って食べられるように、お持ち帰りができるようにして、入刀する部分だけ本物を使うというアイデアを出して、ケーキ屋さんと一緒に作った、こんなのが思い出ですね。

——その入刀する部分というのが1カ所で、そのほかの部分というのはどうなっていたんですか。

松井社長：それは砂糖菓子でつくるケーキというのがあったんですね。それをケーキ屋さんにつくってもらって、「これに、入刀できる部分だけ、ちょっと違うものを入れること、できない？」ということで工夫した結果、そこにスポンジとクリームを付けて、入刀する場所を確保して、まあうまくいったという感じですかね。

【総合結婚式場への発展】

——そういうふうな、お一つお一つの改革を社長はなさっていったということなんですけれども、そうした中、1974年（昭和49年）に自前の会館、大村会館をオープンさせました。なぜ自前で会館をつくることになりましたか？

松井社長：実はこの市民会館という市役所の直営のところ、公共施設なものですから、冷房はなく、暖房は12月の中旬から3月までと制限がありました。そして、私たちも毎回、毎回お客さんに「冷房がないんじゃない。暑い。」と言われてたり、いろいろ設備のことで言われてました。

一方で、挙式場はあったんですけども、写真を撮る場所はなかったり、花嫁さんの美容着付けの場所がなかったり、まあそろそろ総合結婚式場化に向かわないとお客さまに満足を与えられないということで、総合結婚式場をつくることにいたしました。

——そして、その大村会館のオープンから、なんと10年を待たずして、1983年（昭和58年）に、今度は桐生市に総合結婚式場「桐生プリオパレス」をオープンさせたということなんですけど、これは松井社長が中心になって計画を進めたそうですけれども。

松井社長：はい、総合結婚式場にしてみても、ただそれが大村会館という名前で、大村そば屋から大村会館というふうにつくったんですけども、時代は打掛から振り袖というお色直しから、ドレスのほうに少しずつ移行し始めまして……。

——洋装が入ってきたと。

松井社長：洋装になってきました。だから洋装に合う建物にしないと、お客さまの要望に応えられないなという時代にやってきました。そのときに、大村会館を直すか、あるいは違う市に行って結婚式場をつくるかという決断を迫られて、で、縁があって桐生に建てることになりました。そして、そのときにはウエディングドレスが似合うホワイトハウスみたいなガラス張りの白い建物をつくってオープンさせたということでもありますね。

——なんでも伊勢崎から桐生に移り住んだと聞いておりますが。

松井社長：はい。桐生は歴史がある街ですからね、まあよそ者を受け入れないところがありました。だからまあ、そういう意味ではこちらに住まないと、なかなか人は信用してくれないよと、あなたの態度を先に決めなきゃ駄目だというアドバイスを受けて、それで、まず自分が越してきたということですね。

——相当の覚悟ですね。

松井社長：そうですね。伊勢崎の人脈も、もうかなりできてましたから、僕としては、ただそれを全部捨てて、こちらに新しいスタイルをつくって、別の会社にしましたね。

——別会社をおつくりになり、そして当時、副社長を

任された。

松井社長：はい。

——35歳での大きなチャレンジということですけども、実際に準備を進めていきました。そしてオープンをしたときのお客さまの反応っていかがでした？

松井社長：まあお客さまは、ほんとにみんな喜んでくれて、何ができたんだ、何ができたんだってということ。ここにはプリオールという、第一級とか、最高とかっていうものと、パレス、宮殿というのを造語にして、「第一級の宮殿」ということでつくりました。日本は新しいものが大好きなんです。でもヨーロッパは古いものが好きなんです。だから宮殿というのはみんな古いんですよ。で、それを磨いて、きれいにして、丁寧に扱う、これがヨーロッパなんです。だから僕は第一級の宮殿というのは、できた日から毎日古くなっていく。でも、丁寧に使って、きれいに掃除をしたら、一流の宮殿になるよということ命名したんです。



【ヴィラ・デ・マリアージュ宇都宮】

【お客さまに喜んでいただくための改革】

——社長ならではの工夫として、何か新しいことをやったりしましたか。

松井社長：当時は料理も、和食と洋食の間ぐらいなものがありましたけど、そろそろフランス料理に近づいていくという予感がしたので、お酒とビールももちろんありますが、ワインを、白ワイン、赤ワインということで、まあ桐生ではかなり普及には貢献したと思いますね。

——ちなみに、社長がワインに魅了されたのは、どんなところからだったんですか。

松井社長：僕、ヨーロッパによく旅行に行ってたんです。

——それはお仕事でですか。

松井社長：まあ仕事と、遊びも兼ねて行っていましたね。好奇心ですけどね。

——そのときにワインと出会って……。

松井社長：そうですね。ビールってアルコール度数が4.5とか、5.0とか、5.5ぐらいなんです。でもワインって初めからもう11、12、13とか……。

——高いですね。

松井社長：度数が高いんですよ。必ず酔うんですよ。

——確かに。

松井社長：だからパーティは楽しくなるんですよ。

——ワインがパーティの中で果たす役割って大きいんですね。

松井社長：役割は大きいんです。

——そうすると、桐生プリオパレスで結婚式を挙げると楽しいねという……。

松井社長：という声になっていくんですね。

——なっていく、その仕掛けがワインにあったんですか。

松井社長：僕は思ってます。

——しかも、飲み放題になさったんですか。

松井社長：まあ、これはねえ、僕は22歳でこの会社に入って、パーティとか、まあ忘年会もそうですね、幹事さんが難しいんですね。幹事、名幹事とは、予算どおり終えることだと、こうなるわけですよ。だけどお酒飲んでるところで、どこで切るんだと。それってどうなのかなって、自分で初めに感じました。

——飲み放題って、大盤振る舞いですね。

松井社長：それはねえ、1年間のデータを取って人数で割れば、もう幾らって決まってるんですよ。

——ああ、そんなには、飲み放題にしても……。

松井社長：ええ、もう1年トータルしてやると同じなんです。いっぱいそんなことありますから。結婚式では

メロンは付き物だったんですが、マスクメロンなんか、もう2月、3月だと、桁違いに高いんですよ。だけど5月か6月になると、だいぶ安くなって、リーズナブルになりますからね。これも1年間の合計を出して、八百屋さんの納品書を全部足して、それで割って、それに50円か100円足して、僕、1年契約して、メロンが1年中間じ量を出せるようになりました。

——ほんとにこう、改革するということがお好きでいらっしゃるというか……。

松井社長：そうなんですよ、楽しいんですよ、だって。喜んでくれるし。

——さて、桐生での成功の後、渋川、足利、伊勢崎、また小山でもプリオパレスをオープンさせていきました。さらにその後、新たな展開がスタートしますが、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。新年にふさわしい、またこのお話に、チャレンジングな話にピッタリの1曲ですね、社長。

松井社長：ありがとうございます。「情熱大陸」という番組があって、チャレンジしているときに番組をいつも見てて、そしてエンディングでね、これがかかって、まあすごくいいなど、思い出にもありますね。

——それではお届けします。葉加瀬太郎で『エトピリカ』。

【ヴィラ・デ・マリアーージュ】

——2000年に、それまでのプリオパレスとは異なるコンセプトで、南フランスの街を再現した「ヴィラ・デ・マリアーージュ宇都宮」をオープンさせました。これ、松井社長、街並みをつくってしまうとは、ずいぶん大胆ですね。

松井社長：はい、私どもとしてはプリオパレス、「第一級の宮殿」をつくってきたんですけども、まあ当時の結婚式の形式は、やっぱりワンパターンなんですね。打掛からドレスにはなったけど、あるいは神前式が教会にはなったけど、パターンは一つなんです。

——確かに。

松井社長：そうすると、自由さが無いという声が出てきてたんです。

——今度、お客さまから。

松井社長：「もしかすると、こんなの、ベルトコンベア式とあまり変わらないじゃん。」っていう声も、ひどい人から言われました。

——ほんとですか。

松井社長：ええ、だからそういう意味では、ほんとに自分は何とかしなくちゃいけないなと思って。まあヨーロッパを旅していると、教会で挙式が終わった後にみんなでね、風に吹かれながら写真を撮ったりしているのを見てると、「ああ、自由だな。」というのを自分で感じて、いつかこういう自由な場所をつくってみたいなと思っていました。まあ、そういうところでたまたま7,000坪という大きい敷地の中に街がつくれそうだということで、チャレンジすることにしました。

——街並みをつくるということは、たぶんこう、多くの機能を一つの建物に集約してきた従来の式場に比べますと、効率で考えると……。

松井社長：もうほんと、悪いんですよ。各場所に披露宴会場をつくりますから、調理の許可を保健所から取るのは全部、何カ所あれば何カ所分で保健所に申請をして、ここに責任者を置いてくださいということになりますよね。

——人件費もかかりますね。

松井社長：かかりますね。それから、ドレスがレンタルドレスでしたね。

——はい。

松井社長：で、街を歩いてもらうと、もう泥だらけですね。

——汚れます。

松井社長：汚れますね。すると、これ、もうレンタルできないんですよ。だけど、これはもうマイドレスっていう、ヨーロッパ並に、レンタルじゃなくて、ドレスを買っていただくと。自由っていうのは結構ね、伴うんですよ、お金も。

——伴いますねえ。

松井社長：伴いますよ。そしてスタイリストとカメラマンも、1日ずっと付きますから。カメラマンも一人じゃ駄目なんですよ。6会場あったら、6人カメラマンが要る。スタイリストも6人なんですよ。もう大変な改革なんで

すよ。お客さまは大喜びですよ。今までにないことですから。ずっと付いているんですから、カメラマンとスタイリストが。

——ねえ、その日1日、ほんとに主役気分をさまざまなところで味わえますねえ。

松井社長：もうヨーロッパと同じでしたからね。全国から、まあ何十社って1年間で来ましたね。

——全国から？

松井社長：はい、式場の皆さんが。

——見学にですか？

松井社長：ええ、見学に来ました。

——全国からいらしたということは、ほんとに全国に先駆けて、このヨーロッパ方式のウエディングを打ち出した仕掛け人でいらっしゃるんですね。

松井社長：だからまあ、今はもう全国にいっぱいありますね。しかし、自分でそれをつくったということは、伊勢崎の大村会館が全国のね、ヴィラ・デ・マリアーージュ宇都宮になったわけですから、結婚式場の会社としては全国区に、まあそこでなりました。



【日比谷パレス】

【レストランウエディング】

——ヴィラ・デ・マリアーージュを群馬、埼玉、長野と展開する一方で、今度は東京都内でレストランも出店なさいましたけれども、これ、どうしてまたレストランをと思ったんですか。

松井社長：地方ではまあ、総合結婚式場がハウスウェディングの方向にどんどん、どんどん流れていく形になってきたんですね。一方で東京では、ホテルウェディングからレストランウェディングのほうに向かい始めてたんですよ。それで、レストランウェディングっていうのはどうなるかなと思って興味で。で、東京に出したいということで、日比谷公園の中の日比谷パレスがちょうど縁があって買うことができたんですよ。

———都内で勝負するという事はそれだけ、食事であったりとか、さまざまな工夫も必要だったのではないですか。

松井社長：まあ特に東京は、ゲストにおもてなしをした。統一的な料理じゃなくて、自分に合ったおもてなしをしたいという人が多かったですから、当然その料理に対する細かい対応が必要になりましたね。まあ東京駅から近いこともあって、新郎新婦さんは東京に住んでるんですけど、実家が東京以外のところっていう方が多くて、その料理とか、そこで採れる材料とか、そういうものを両家を出し合って料理をつくって、日比谷パレスは当たったんですね。

———もう一つ一つ全く違う十人十色の結婚式、お食事になるわけですか。

松井社長：そうですね。

———それに対応するシェフも素晴らしいですね。

松井社長：まあ料理人はねえ、もう何でもできるんですよ。もうほんとにいっぱいできるの。だから能力を使ってないだけなんです。

———では、そういったシェフの能力を開花させるのにも……。

松井社長：そういうことですよ。開花したほうがいいんですよ。お互い、能力いっぱいあるんですから。

———こういった形で新たな店舗を出店するときに、松井社長、どういうところに特に注意していらっしゃいますか。

松井社長：まあ僕の商売に限ることはないですけども、どこの商売も同じだと思うんですけど、まあお客さんがわかりやすいとかいうことはありますよね。そうするとやっぱり1番が立地だね、2番も立地なんですよ。

———場所が大事。

松井社長：場所が大事なんです。料理とかほかの商品は、変えることができるんですよ。場所はねえ、変えられないです。だからもう場所が絶対なんですよ。

———どんなところに注意して場所を選びますか。

松井社長：まあ場所は、これはね、会社が小さいときは、いい物件、来ないですよ。会社が大きくなってくると、まあ、「どうですか。」と。会社の力が出てこない、いい場所はねえ、やっぱりねえ、情報としては来ないですよ。

———じゃあ一つ一つの積み重ね、成功事例が……。

松井社長：もういい立地を呼び込む秘訣なんですよ。

———そういうところでは、桐生プリオパレスでの一歩っていうのは、やっぱり今振り返っても大きかったですね。

松井社長：よくあんなところに結婚式場をつくったなというぐらい、まあ桐生の人から見ると外れでした。まあそのぐらい、いい立地でつくれたわけではないですね。

———けれども……。

松井社長：はい、それが一つ一つね……。

———斬新な取り組みによって、だんだんお話が来るようになっていったと。

松井社長：はい。

【価値観を育む人財育成】

———松井社長は「人財はブランド」というふうにおっしゃっていますけれども、やっぱり人財育成、大切になさっているんですね。

松井社長：何の仕事も同じかもわかりませんが、やっぱり一つ料理をつくるにしても、衣装を選ぶにしても、音楽を選ぶにしても何にしても、やっぱりその人の価値観が同じ方向を向いてないと難しいわけですよ。だからやっぱり企業理念というのが大事だということだと思うんですよ。その価値観で同じ方向に向ける人を、それを目指に向かって達成するチームというのが企業だと僕は思うんですよ。

———その価値観を同じ方向に向かわせるために、社長ご自身が何か取り組んでいらっしゃったりとか、そう

いったことはありますか。

松井社長：ヨーロッパが好きで、僕自身もヨーロッパに行って、フランスとか、イタリアとか、スペインとか、まあ提携してるところがみんなありますね。で、うちの社員を、フランスは南フランスのアルルというところに研修に行ってもら。で、イタリア料理の人はシチリアに提携しているところがあるので、それはそこに行く。で、スペインの料理は三ツ星に、スペインのバスク地方にあるので、そこに研修に行くという形で、海外に行ったり、レストランの人はフランスに、ニースに行ったり、まあドレス買う人はスペイン行ったり、イタリア行ったり、フランス行ったり、海外の本物を体験をしてもらうということで、トップの考えている価値観はそういうことなのかって近づけるようには、なるべくしてますね。

——やっぱり海外から帰ってくると変わりますか。

松井社長：変わりますね。旅行で行くのと違いますから。真剣勝負してる人と向き合いますからね。

——いや、いいですねえ。海外研修、本物を見たいがために、プリオホールディングスに入りたいという方が増えるような……。

松井社長：増えるかもわかりませんね。

——いやあ、うらやましいです。トレンドの移り変わりがほんとに激しい業界の中で、振り返ってみて、事業拡大の成功のポイントって、松井社長、何だと思えますか。

松井社長：国内も海外もですね、いい人と出会えたというのは、やっぱりポイントじゃないのかなと僕は思いますね。その結果、商品とか、立地とか、いろんな建物のアイデアとか、そういうものがいっぱい、いろんな形での人脈のおかげじゃないかなと思いますね。

【ワインがつなぐ出会い】

——さて、ここからはですね、少し仕事を離れたお話もお聞きしたいと思います。松井社長の趣味は海外旅行ですか。

松井社長：はい。まあ海外旅行が趣味なんですけど、いつの間にか、シャンパンとワインづくりに入っちゃいました。

——カッコいい。つくってるんですか。農場のオーナーをやっているっていうこと？

松井社長：オーナーと一緒に組んで、自分のシャンパンをつくりますね。

——カッコいい。名前には「研三何とか」とか、付いてるんですか。

松井社長：いや、書いてないですけど、一応オリジナルのシャンパンになってます。もう10年やってますね。

——そのほか、ワインは……。

松井社長：ワインはね、ドミニク・ローランという、ブルゴーニュの伝統的なつくり方をしてる、今、3本の指に入る一人と、僕はすごい意気投合してるんですよ。ブドウの木っていうのはね、25年ぐらいでブドウの一番最盛期が終わるんですよ。で、40年たったりすると、もうブドウの量が採れなくなっちゃう。

——ああ、そうなんですね。

松井社長：でも、60年とか、70年とか、100年の木を彼はいっぱい持ってるんですよ、ブドウ畑を。で、その100年とか、70年のブドウの木は、量は少なくなるけど、飲むと、若くて枯れたワインが飲めるんです。

——若いんですか。

松井社長：採れて3年とか5年で、すごい枯れたワインが飲めるんです。

——若くて枯れたワイン。

松井社長：これが今、フランスではやっているんです。これを僕が一番初めに日本に取り入れた人ですね。

——それ、どこに行けば飲めるんですか。

松井社長：うちの店に来れば飲めます。

——飲んでみたい。それは、松井社長、お客さまに美味しいワインを提供したいからというよりも、むしろご自分が好きだからですか。

松井社長：いいワインをいっぱい飲むと、もうわかるわけですよ。これは飲めないとか、これはいいとか、悪いとか、もうわかるわけですよ。だからせっかく結婚式で、例えばシャンパンをって言うけど、スパークリングワインのほうが多いわけですよ、日本のホテルの結婚式で使ってるのはシャンパンまでいってないんです。

よね。

——シャンパンは高価だからというのものもある……。

松井社長：まあ高価かもわかりませんが、まあシャンパンというのはまあまあそういうもので、「シャンパンを飲んだことありますか。」って聞くと、「いや、結婚式のときに飲んだ。」って言うけど、結婚式でスパークリングを出しちゃうと、一生シャンパン飲まないで終わっちゃうななんて思うんで、やっぱりシャンパン出さなくちゃいかんというので、ずっと何十年もシャンパン出しています。

——そうですか。

松井社長：ええ。まあ日本のね、造り酒屋さんって、日本中でね、1,000社ぐらいしかないんですよ。シャンパーニュ地方っていうのは、1万7,000もあるんですよ。

——そんなにあるんですか。

松井社長：もう、すごいあるんですよ。それは世界中に売ってるから。まあ、そういう意味ではね、ほんとにまあそういうものとか、ブルゴーニュだったら、そのドミニク・ローランとか、イタリアだったらプラネタっていうワイナリーで、今、世界を圧倒しているメーカーがあるんですけども、その人の出会いがあったり、今度はスペインのワイナリーと出会いがあって、投資をしました。

——すごい、世界に広がりますね。

松井社長：だから試してみたいですね。いろんなイタリアワインと、スペインワインと、フランスワインのね、一流の作り手の作り方を。

——あまりにも壮大な趣味で驚いてしまいます。でも、聞いているとロマンがありますね、趣味にも。

松井社長：ああ、そうですかね。ありがとうございます。

【今後の目標】

——さてさて、ワインの話、シャンパンの話ももっと聞きたいんですが、そろそろ仕事の話に、また戻らせていただきます。プリオホールディングスの今後の目標を教えてください。

松井社長：ウエディングについては、どんどん、どんどん若い経営者に任せて、そして私は次の時代のものをつ

くっていききたいということで、ホールディングにいたしました。だから、僕の仕事はこれからは、経営者をいっぱいつくっていくということで、まあ会社の経営者づくりが僕の一番の目標というか、仕事ですね。

——経営者にとって大切な素質というものがもしありましたら教えてもらえますか？

松井社長：経営というのは誰でもできると思うんですよ。向いてる、向いてないって、ほとんどないと思いますね。

——向き、不向きはないですか。

松井社長：個性だから。大きくしなくてもいいわけで、経営者っていうのは、自分の能力を開花できる環境だけであればいいんじゃないかなと。我慢して人生を終えるのが一番かわいそうだと思うんですよ。まあいろんな社長がいていいと思うんですよ。ただ、基本は本人の能力が開花しているということだと思うんですよ。僕、うちの兄弟5人で一番不器用ですからね。だけど、不器用は不器用なりに、なんか好奇心があったり、チャレンジしていくことによって、まあやりますね。だから僕は、企業理念の中にも入れてますが、行動規範は誠実とか、情熱とか、挑戦という、僕しかできないと思うものをつくるわけですよ。だから、不器用は不器用なりの会社をつくれればいいだろうと僕、思うんですよ。

——その社長の、経営者の個性でいいんですね、強みで。

松井社長：それがみんなあると思うんですよ。だからそれをつくっていくのが僕の次の課題だろうなと思ってます。

——いろんな社長さんたちの個性を伸ばしてあげて、オンリーワンの会社をつくっていくと。

松井社長：はい。

——今後がますます楽しみです。

【起業家や新規事業へ挑戦する人へのメッセージ】

——最後に、新しい事業に挑戦したいと考えている人や、企業内で頑張っている若い人へのメッセージの意味も込めてお話いただければと思いますが、新規事業に取り組む中で、一番重要なこと、大切なことは、松井社長、何だと思いませんか。

松井社長：まずはね、やっぱり好奇心だと思うんですよ。自分の心の中に「やってみたい、これ。」っていうね、何でも好奇心がまずスタートなんじゃないかなという感じはしますね。

——いろいろなことに興味を持ってみて……。

松井社長：そう。そして、自分がなんかほんとに、明日起きてもまだこれがやりたいなと、1カ月たってもまだこれがやりたいなと思うことをやればいいんじゃないかなと、僕は思いますね。そうすると、その次は、一步踏み出す勇気が必要だろうと思うんですよ。

——好奇心の次に勇気。そこがなかなか踏み出しにくい。いろいろと……。

松井社長：でも、いつでも言うんだけど、3.11の地震も、みんな同じだと思うんですよ。あれから復興できてるあの人たちは何が大切かというと、勇気ですよ。一步踏み出す勇気を失わなければいいわけで、勇気を無くしたらすべてを失うことになるんですよ。

——社長、個人としては、今後何か夢がありましたら、是非お聞かせください。

松井社長：もう、私としてはもう、人生100年時代が見えてまいりましたから、これからね、高齢者の人たちに貢献できて、自分も、自分が住みたい、自分が暮らしたい街を、今度つくっていききたいですね。

——もうその構想はあるんですね。価値観を創造して、新たな価値を多くの皆さんに与え続けてくださる、プリオホールディングス株式会社 松井研三社長に、今日はFM GUNMAのスタジオにお越しいただき、お話を伺いました。さて、本物志向、一流の方との出会いは大事だなんていうお話もありましたけれども、音楽界で本物、一流の方がお友達だとお聞きしました。アコーディオン奏者のcobaさんとお友達なんですって？

松井社長：いや、お友達というか、ワインを一緒に評価をして楽しむという、ワイン仲間でございます。

——そうなんですね。それではお届けします。cobaで「花市場」。今日はどうもありがとうございました。

松井社長：ありがとうございました。

保証協会からのお知らせ

「次世代サポート保証」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、「次世代サポート保証」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、よろしくお祈りします。

鈴木課長代理：こちらこそよろしくお祈りします。

——「次世代サポート保証」は、以前にもこの番組でお知らせしたことがありますが、改めて「次世代サポート保証」について教えてください。

鈴木課長代理：「次世代サポート保証」は、先代から事業を引き継いでから間もない経営者の方をサポートするための保証制度です。大きな特徴は、保証料率が通常の保証に比べて0.2%低いところです。事業を引き継いだ経営者が、新たな事業にチャレンジする場合など、事業承継を契機に更なる飛躍を目指す中小企業をサポートするために割安な保証料率を設定しています。

——第二創業によるイノベーションなどで会社を成長させる役割を担う「次世代の経営者をサポートするための保証」で「次世代サポート保証」ということですね。ご利用の要件などをもう少し詳しく教えてください。

鈴木課長代理：「次世代サポート保証」の対象となる方は、先代から事業を引き継いでから3年未満の経営者が経営する中小企業です。事業の引き継ぎとは、法人の経営者交代だけでなく、個人から個人への事業の引き継ぎも含まれますので、多くの事業承継に対応できる制度となっています。保証の対象となる事業資金は、新規事業の立ち上げや事業・業態を転換するための資金、事業に必要な資産の取得資金、事業の引き継ぎによって一時的に売上が減少したことで必要となる運転資金となります。このほか、事業の引き継ぎ後の経営を安定させるための資金であれば原則として対象となります。

——事業の引き継ぎから3年未満の中小企業であれば、多くの場合で利用できそうですね。さて、事業の引き継ぎというと、親から子へのバトンタッチというイメージを持ちますが、ご家族以外の方が事業を引き継ぐケースも増えていますよね。

鈴木課長代理：はい、ご家族以外の方が事業を引き継ぐ場合も、一つの事業承継のかたちです。「次世代サポート保証」は従業員の方や、事業にかかわっていない第三者が事業を引き継いだ場合でもご利用いただけます。

——様々な事業承継のかたちにも対応していて、とても利便性の高い制度ですね。お申し込みの際に注意することはありますか。

鈴木課長代理：「次世代サポート保証」は事業の引き継ぎから3年未満の中小企業が1回に限りご利用いただけます。また、お申し込みの際には、事業を引き継いだ時期が特定できる資料や、所定の事業計画書をご提出していただきますが、計画書の作成は、当協会をサポートいたします。「次世代サポート保証」にご興味がありましたら、ぜひ当協会までお問い合わせください。

——「三つの支援」と事業承継支援でがんばるあなたを応援します群馬県信用保証協会の「次世代サポート保証」。ぜひ、ご活用ください。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。



【収録風景：AZM BASEにて】

——ここは市街地近くにある吾妻山のふもとなんですけれども、近くには動物園、遊園地などもありまして、とても閑静な住宅街の一角にあります。そして、お店がガラス張りなんで、とても日差しが心地よいですね。

上久保さん：そうですね。

——それからですね、私がぜひくだなと思ったのは、これ、建物の横にかなり広い庭のスペースが取られていますけれども。

上久保さん：これは、まあアウトドア体験というか、テントを張ってバーベキューしたり、ピクニックしたりできるように、あえて広めの土地を選んで。はい、ここでお店を開くことにしました。

——このAZM BASEなんですけれども、あらためて、どのような施設ですか。

上久保さん：すぐそこに吾妻山があるんですね、481mの。まあ、その吾妻山の登山の行き帰りに寄っていただけるように、コーヒーとかも出せるようなキッチンスペースもあるので、ほんとに休憩スペースがてらにPRIRETの山ストールとかも見てもらえたらなって思って、ここにお店を構えました。

——今、山ストールって上久保さん、おっしゃってましたけれども、その人気の山ストール、今日は実際に見せていただければと思います。

上久保さん：はい、是非。

チャレンジ企業紹介コーナー

PRIRET/プライレット

「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。今回の訪問先は、アウトドア用ストールの製造販売などを手がける桐生市のPRIRETです。代表の上久保匡人さんは40歳。織物のまち桐生で、アウトドアでの利用を想定したユニークなストール「山ストール」を開発して人気を得ています。そして去年12月には、桐生市の市街地近くの山、吾妻山のふもとに、山ストールの販売店とアウトドア体験を合わせた「AZM BASE (アズマベース)」をオープンさせました。桐生市宮本町のAZM BASEを訪問し、ユニークな挑戦をしている上久保さんにお話を伺ってきました。

——私は今、桐生市宮本町のAZM BASEにきています。上久保さん、今日はどうぞよろしくお願いたします。

上久保さん：よろしくお願します。

——はい。一番の人気はどの商品ですか。

上久保さん：はい、等高線の柄が入ってる、素材はシルクとコットンで、で、織り方がですね、「風が通る」織りで風通織り^{ふうつう}っていう、まあ桐生の伝統織りで、形的には、2枚の生地が折り重なってチューブ状なので、乾きもいいし、あとは、手繰り寄せて輪っかにしてもらって、ネックウォーマーみたいな使い方もできるし、伸ばしてタオル、手ぬぐいですね、それが人気の商品になってます。で、風通織り自体は縫い合わせじゃないので、織りで二重なので、ほつれの心配もないですし、あと縫い合わせの部分がなくて肌触りもいい。量産はなかなかできないんですけども、まあほかでは織れない織り方っていうことで、あえてそこを取って、風通織りにこだわってます。

——そういうストールって、ほかにはあまり販売されていない、見たことがないような気がしますけれども。

上久保さん：そうですね、山で使えるストール、タオル兼用のストールっていうのだと、たぶんほかにはないと思います。

——この山ストールの開発の様子をもう少し詳しく伺ってみたいんですけども、まあ桐生で繊維の商品の開発ということで、私はね、機屋さんの息子さんなのかと、上久保さんのことを勝手に想像していたんですけど、実はそうではないと。

上久保さん：そうですね、うちは全然、機屋でも何でもなかったですね。まあ、もともとうちの父親の仕事、まあ電子基板の製造みたいな感じの、ちょっと手伝ったりはしてたんですけども、山が好きで、地元が桐生っていうだけで、地元の技術、織物の技術で何かつくれないかなっていうところから始めたので、全くのど素人ですね。

——実家の家業を継ごうというお気持ちは、あまりなかったんですか。

上久保さん：そうですね、仕事も減ってきてはいたので。だったら自分の好きな面白いことができるといいかなというので、それでまあ、今に至るんですけども。で、アウトドアと桐生で何かできないかなと思ったときに、そのアウトドアウェアを、洋服というか、ジャケットだっ

たり、パンツだったりをつくろうかなとも思ったんですよ。地元の生地を使って、地元の縫製だったりっていうので。ただ、なにぶんそういった、洋裁学校に行ってるわけでもなく、またS・M・Lだの、メンズ・レディースってなると、これ、資金も知識も足らなすぎるなと思って。それで機屋さんに一応相談には行ったんですけど、「やっぱりアパレルとかだと、ちょっとね、資金が大変だよ。」なんて話から、「うちはストールもつくれるよ。」っていう話で、まあでもストールって聞いたときに、僕、使ったことがなかったんで、どうなのかなと思って、それで「取りあえず使ってみて。」ってもらったストールをですね、友達に差し上げたんですよ。女の子だったんですけど。そしたらその子が頭に巻いてくれて。で、「あ、ストールって頭に巻いてもいいの。」っていうところで、まあタオル、手ぬぐい、山に行くとき頭に巻くみたいな、じゃあおしゃれな、タオル、手ぬぐいに代わるストールがあってもいいのかなっていうところから、ちょっと開発を始めた感じですね。

——そうだったんですね。で、それからまずはどういったことを手掛けていったんですか。

上久保さん：素材選びだったりとか、シルクはもともと使おうとは思ってたんですよ。で、まあシルクについてお話を聞いたらやっぱり、かなりアウトドアに適した機能があるので、紫外線を吸収したりとか、汗のにおいを抑えたりとか。なのでシルクは絶対使おうと思って。ただ、やっぱりシルク100%だと、摩擦に弱かったりするし、値段も一気に上がっちゃうので、綿と合わせることで値段も抑えつつ、耐久性もあるようにという形で。で、あとはデザインですね。色決めだったりっていうので、それでいろいろと形になってきましたね。

——そして、販売はどのように行っていったんですか。

上久保さん：はい、販売自体は、取りあえず、ネットで。ホームページをつくって、ネット販売。ネット販売じゃあもちろん、全然そんなすぐには売れないので、土日を使ってイベント出店ですね。テントを持って行って、その下で商品の販売みたいな形で。まあそんな感じで取りあえず、毎週末はいろんなイベントに出掛けて販売してって感じですね。

——そうなってくると、上久保さん、せっかくだから

土日だけでなく、店舗も持ちたいなってこう、思いだしません？

上久保さん：でも、そこまでなんか、まあ若かったせいもあるのか、ずっとお店にいるのも嫌だになって、ちょっと思ってた部分はありました。

——逆にこう、土日の出店とかで……。

上久保さん：そうですね。あとはもう山登りしている間にネットでたくさん注文が入ってればいいなみたいな。

——ご自身も山登りに行くから……。

上久保さん：そうですね。あとはネットにお任せして、販売がネットでいっぱいできればいいなとは思ってたんですけど、やっぱりそうはいかないですね。



【AZM BASE外観】

——まあそういった中で、昨年12月に、この場所、AZM BASEをオープンさせたわけですけども、そういうふうに縛られるのは嫌だなと思っていた上久保さんが、どうしてあらためて施設をつくらうと思ったんですか。

上久保さん：このAZM BASEをつくる前に、2年間だけちょっとお店をやってたんですね。

——そうですか。

上久保さん：そう、でもそのお店も、やろうと思って始めたわけじゃなくて、たまたま事務所として使ってる方が、その事務所のスペース、ちょっと空いてるスペース

があるから、まあ週に何日間でもいいけど、取りあえず商品並べて販売していいよっていうお話をいただいて。じゃあ取りあえず商品だけ置いて、好きな時間にやろうと思っていたら、その方が事務所を移転されて、結局その事務所が丸々空いちゃったんですね。だから、僕も、せっかくだから、取りあえず借りて、どんなもんかお店でやってみようかなっていきっかけで、それで2年間、やったんですね。そうしたらやっぱり結構お客さんも来てくれて、それで「ああ、お店って、ああ、いいな。」と思って。で、結局2年でその契約が切れたんで、ほかの土地、ちょっと探してみようかなと思って、それでまあ、ここにAZM BASEを始めた感じですね。

——目標を掲げてそこに行ったのではないのに、店舗もお持ちになるってね、不思議ですね。

上久保さん：何かね、そうなんです。僕はこういう性格なので、結構緩いんですけど、周りが結構いろいろとPRIRETをいい感じで転がしてくれて、いい方向になんか持って行ってくれるんで、だから、めちゃくちゃついてます。

——今までにない山ストールという商品を皆さんに提供するにあたって、どのように周りの人に理解してもらうようにご努力をされたんですか。

上久保さん：やっぱりちょっと値段が、山ストールはするので……。

——どのぐらいでしょうか。

上久保さん：大体値段的には、今人気の一番ある等高線柄のツートンカラーの商品は、税込みの1万1,000円なんですね。置いてるだけだと、「これ、何でこんなに高いんだろう。」という部分で、じゃあ手ぬぐいでいいか、タオルでいいかみたいなことになっちゃうんですね。なので、山ストールがどうやってつくられて、どういう工程を踏んでるかっていうのを映像でお伝えするために、お客さんに「価値ある商品なんですよ。」っていうのを知っていただくために動画をつくりましたね。

——その動画をつくったことによって、お客さまの反応はどうか。

上久保さん：織物の機械自体はやっぱり見る機会がないと思うので、「ああ、こういう機械なんだ。」とかって言

う方もいるし、反応はやっぱりいいですね。今まで値段でちょっと、「え、これ、高いな。」って思ってたけど、その映像を見て、「いや、これ、すごいですね。これください。」という人はやっぱり多いですね。

——やっぱりつくる過程にこれだけ時間もかかってるし、手間もかかっているというストーリーを見せるって、大切なものかもしれないですね。

上久保さん：そうですね。

——これまで順調に来られたわけですがけれども、うまくやってこられた秘訣っていうのは何だと思えますか。

上久保さん：何ですかね、あまりこだわらないのかな。どうなんだろう。まあ常にこう、基本的にはニュートラルでいようっていうスタンスはあります。なんかあまりこっちに偏りすぎずに、スタンス的には、人の助言を取りあえず聞いて、自分に合ってるかどうか、楽しいか楽しくないかっていうか、ワクワクするかしないかみたいな、自由スタイルですね。

——自由スタイル（笑）。最後に、PRIRETの今後の目標をお聞かせください。

上久保さん：生地自体がですね、昔の織物の機械を使って、職人さんも高齢化してきているので、まあその部分でいうと、やっぱり生地が今後なかなか手に入らない状況がきつちゃうかなと思ってるので、自分自身でも織物の機械を手に入れて、織れるようにというか、そういうふうにしていかないと、ちょっと今後は……。

——もう自分でつくっちゃうと、すごい。

上久保さん：そうですね、もうそれぐらいしないと、たぶん山ストール、続かないと思うんで。まあ、でもこう言ってくれば、またたぶん、誰かがどうにかしてくれると思います。

——（笑）。これからも上久保さんのたくさんの夢がかなっていくことを願っております。山ストールの製造販売を手掛けるPRIRETの上久保匡人代表にお話を伺いました。ありがとうございました。

上久保さん：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、結婚式場 ヴィラ・デ・マリアージュなどを運営するプリオホールディングス株式会社の松井研三社長のトップインタビュー、そして後半は、アウトドア用ストールの製造販売などを手がける桐生市のPRIRET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～

【3月の放送のお知らせ】

平成31年3月7日（木）12:00～12:55

再放送 3月9日（土）8:00～8:55

ぜひお聞きください！