

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4月4日（第73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。新年度がスタートしました。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送りしているこの番組「チャレンジ・ザ・ドリーム」は、今月で7年目に入りました。新年度の初回を飾る今回の放送は、群馬県出身でメガネ業界で躍進を続ける株式会社ジinzの田中仁社長と、去年、JR高崎駅の駅ビルに開所したジェトロ（日本貿易振興機構）群馬貿易情報センターの柴原友範所長のお二人をゲストに迎え、「群馬から世界へ」をキーワードにお話を伺っていきます。世界への扉を開く鍵が見つかる放送になればと思います。

【プログラム】

■特別対談

株式会社ジinz

田中仁 代表取締役 CEO

日本貿易振興機構（ジェトロ）群馬貿易情報センター

柴原友範 所長

◎アナウンサー 奈良のりえ

特別対談

株式会社ジinz

田中仁 代表取締役 CEO

日本貿易振興機構（ジェトロ）

群馬貿易情報センター

柴原友範 所長

——株式会社ジinzの田中仁社長とジェトロ群馬貿易情報センターの柴原友範所長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただいています。今日は「群馬から世界へ」をキーワードにお話を伺っていきます。どうぞよろしくお願いいたします。

田中社長：よろしくお願いいたします。

柴原所長：よろしくお願いいたします。



【収録風景：FM GUNMAスタジオにて】

【ふたりのプロフィール】

——それでは初めに、お二人のプロフィールをご紹介します。田中社長は前橋市出身の56歳。24歳で起業し、当初は服飾雑貨製造卸でスタートしました。その後、メガネ業界に進出して成功を収めています。アメリカ、中国、台湾、香港、フィリピンにも進出しています。まさに群馬から世界へといったところですが、田中社長、現在お店は何店舗ぐらいありますか。

田中社長：はい、今現在で、全体で約550店舗。日本国内で約370店舗、海外で約180店舗になります。(3月末)

——はい。皆さんのお住まいのお近くにも、きっとジーンズはあるのでないかなというふうに思います。そして、柴原所長、東京都出身の44歳でいらっしゃいます。去年の7月、JR高崎駅の駅ビルに開所したジェトロの群馬貿易情報センターの初代所長に就任されました。ジェトロというのはどのような存在でしょうか。

柴原所長：はい、経済産業省の管轄の独立行政法人という国の機関になるのですけれども、国内に約50カ所、それから海外には54カ国に74カ所の拠点がありまして、そのネットワークを活用して、日本の中堅中小企業の輸出、それから海外進出を支援する機関になります。

——7月に開所して、これまでの反応はいかがですか。

柴原所長：はい、そうですね、7月の開所以来、非常に多くの相談をいただいています。その相談対応のほかにも、輸出に向けたセミナーや、ワークショップを開催したり、あるいは海外からバイヤーを呼んできて商談会や展示会をしたりと。さらには、専門家と一緒に個別の企業さんの戦略づくりから商談の同行をするという形での支援も行っています。

——幅広いですね。柴原所長は、実はアメリカでの勤務経験もおありだと聞いています。

柴原所長：はい。2007~2012年の5年間なのですけれども、アメリカ中西部のシカゴのほうに駐在しておりました。現地では主に自動車産業やロボット産業などの製造業を担当していたのですけれども、それ以外に日本酒や農産品の輸出を現地側でお手伝いなどもしていました。

——柴原所長のネットワークで、いろいろシカゴと群

馬がつながるなんていうことも？

柴原所長：そうですね。実はですね、昨年12月に、シカゴとデトロイトから、私が当時一緒に仕事をした自動車の関係者の方々を高崎と太田に呼んで、最新の米国の自動車産業セミナーを開催しました。当時のメンバーが群馬で実は再集結したといったことも早速起きています。

——そうですね。

田中社長：素晴らしいですね。

——そういったところからね、新たな化学反応でビジネスが展開していきそうですものね。

柴原所長：はい。そうですね。

【一步踏み出す勇気を持つこと】

——さて、そんなお二人に「群馬から世界へ」をキーワードに今日はお話を伺っていきますが、まず、田中社長に起業した頃のことをお聞きしていきたいと思います。

田中社長：はい。

——田中社長は服飾雑貨製造卸の仕事で、中国との取引もあり、そんな中、韓国で見た格安メガネ店にヒントを得て、メガネ業界に進出したと聞いています。中国との取引というのはどのように始めたのですか。

田中社長：服飾雑貨のときに中国との取引を始めたのもう30年近く前になります。90年代半ばですね。当時は円高がどんどん進行して、国内製造品が価格競争でどんどん競争力を落としていきました。我々も、日本で製品をつくっていたのですけど、だんだんコストが合わなくなったので、じゃあ中国へ行こうと。でもネットワークがありませんでした。そこで、どうしようかと思っていたところですね、広州交易会のツアーがありました。英語も中国語もしゃべれないのに、1人で広州交易会に行って、展示会場の中を見ていたら、ある人が声をかけてきたのです。

——社長に？

田中社長：ええ。ワンさんという女性の社長でした。「何探しているの？」と聞かれたので「私はこういう、ナイ

ロン製のバッグをつくりたいのです」と説明しました。ワンさんの会社は、かごのバッグをつくっている会社で、ナイロンのバッグはつくっていませんでしたが、「協力しよう」と言ってくださって。それで工場を開拓するために翌月から青島に行って、本当に毎月、多いときには月3回は行きましたね。自分たちが望む生地、それから部品や、縫製のクオリティというものをどんどん、どんどんブラッシュアップというか、工場を教育しながらつくっていったという感じですね。

——本当にゼロからのスタート……。

田中社長：ええ、本当に偶然の出会いですね。

——で、またそのワンさんでしたっけ？ どうして社長に話しかけてきたのですか？

田中社長：ワンさんは日本語が上手な方で、「なんであんなとき声をかけたのですか？」と聞いたら、「何となくあなたは成功しそうだった」と言われました。

——すごい。先見の明がおありでしたね、ワンさん。

田中社長：不思議ですね。

——いや、すごいですね。全く人脈がないところでも、やはり行ってみるとするのは大切なのですね。

田中社長：まずは行動することですね。海外に臆していて、一歩踏み出すことができなかつたら、たぶんワンさんとの出会いもないし……。

——うんうん、確かに。

田中社長：となると、中国との出会いもないし、韓国のメガネとの出会いもないわけですよ。

——そうですね。全てはその出会いから始まったと言っても、言い過ぎではないかもしれませんよね。

田中社長：そうですね。でも周りを見ていると、そういう人は多いですよ。

——例えばどういうふうなのですか。

田中社長：何かしら行動して、偶然の出会いからビジネスが広がっていったという話は多いですね。

柴原所長：多いですね。

田中社長：ええ。

柴原所長：やはり日本で考えられる事って限界があるので、行ってみると全然違うビジネスチャンスだったり、全然違う使い方だったり、そういったものが現れてですね、そこでまた全然思い描いていたのとは違うような展開が待っているという話を、私もいろんな社長からよく聞きます。



【JINS 上海环球金融中心店】

【ジェトロの中小企業海外進出支援】

——そういったところでも、やはり皆さんには恐れないうで、まずはいろんなところを見てみるっていうようなことも大事なのかなと思っていますが。さて、柴原所長。

柴原所長：はい。

——ジェトロでは中小企業の海外展開を支援していますけれども、かつての田中社長のような、今お話を聞いたようなケースというのは、支援の対象になっているのですか。

柴原所長：はい、もちろんなります。かつてのジェトロというのは、海外でいろんな情報を集めて、それをレポートにしたり、セミナーで情報提供をしたり、相談にいらしたときにお答えをしたり、あるいは海外事務所で現地での最新事情をお伝えしたりというのが中心だったのですね。

——なるほど。

柴原所長：ただですね、この6～7年ぐらいは、もう

ちょっと突っ込んで、国内にいるうちから個別の企業さんの戦略づくりだったりとか、そういったところから一緒になって寄り添ってお手伝いして、それで一緒に海外に出ていくという形ですね、少しずつ個別企業支援のほうに力が入ってきているという感じになっています。

——海外展開のハードルとしては、どうなのでしょうね。

柴原所長：そうですね。最近の動きとしては、やはり海外側で、いわゆるジャパブランドのブームがあったり、和食のブームがあったりという形で、海外でのチャンスというのは広がってきています。それから、物流面であったり、金融面であったり、さまざまな選択肢も出てきているという意味で、外部環境的には昔よりは少しハードルが下がってきているのかなと。また、国内においてもジェトロだけではなくて、いろいろなところが海外のセミナーをしていますので、情報にアクセスしやすくなってきています。サポートする機関、金融機関を含めて、充実してきているという意味では、海外に行くということのハードルが昔よりは下がってきているのかなと思います。一方で、ハードルが下がっているということはみんな行けるようになってきているので、競争もだんだん激しくなっているという実情はあるのかなと思います。

——そういう中で、大きな会社でなくても、海外展開というのは可能性はありますか。

柴原所長：はい、あります。かつては日本のグローバル化というと、大企業中心だったと思いますが、現在では大企業の海外進出も一巡してしまっていて、これからの日本のグローバル化の主演は、中堅企業、それから中小企業さんに移ってきています。例えば、私が群馬に来る前に支援していた企業さんで、宮崎県で、3人ぐらいでやっている焼酎の酒蔵がありました。そちらは焼酎を地元のためにつくっている100年以上歴史のある会社でしたが、これからはそれだけじゃもたないということで、海外に出るための支援をスタートしました。商品の絞り込みからブランディング、それから新しいブランドを立ち上げて、ボトルデザインを変えて、アメリカのピバリーヒルズを中心としたセレクト向けのジンジャー、ショウガの焼

酎を新しく開発して、去年輸出に成功したなんていう事例もありました。大企業に比べると、中小企業さんはリソースという意味では劣りますが、一方で有利な面もありまして、企業が大きいといわれる組織慣性と言われる動きがあります。どういうことかということ、今までどおりにやりたい、今までのやり方をあまり変えたくないという動きがありまして、それが企業規模が大きいほど、また歴史が長いほど、この力って大きく働きます。なので、海外展開をしようっていうような、一種の変革をしようとしたときには、実はそれが阻害要因になったりしてしまいます。一方で、中小企業さんの場合には、ある程度、やるぞと決めたら意外とそのまま勢いでやっていけるという面があって、スピーディに行動ができるということです。おそらくかつての田中社長がそうだったように(笑)。

田中社長：たしかに。本当に気合ですよね。

柴原所長：そうですね、はい。

田中社長：私の友人の、川場村の永井酒造さんも、日本酒を……。

——世界に、紹介していらっちゃって。

田中社長：世界にどんどん紹介して、輸出が増えているじゃないですか。

——増えているようですね。

田中社長：やはりやる気ですよね。

柴原所長：そうですね。素晴らしいですよ。

——でも、そういうときって、もちろんリスクもあるし、日本のビジネスとは変えなくてはいけないというところでの怖さってないのですか。

田中社長：いや、みんなあるのですよ。だから、怖いからこそ慎重になるわけです。

——ああ、うーん、そうですね。

田中社長：でも、進むと決めたら、もうあとは乗り越えるだけです。しかし、初めに進まないでいると、何も変わらないのです。

——さて、お話はまだまだ続きますけれども、ここで1曲お送りしたいと思います。まずは柴原所長からリクエストをいただきます。

柴原所長：はい。クイーンが好きで、去年から今年にかけて、かなりまた盛り上がっていますよね。

——盛り上がっていますね。

柴原所長：なので私も最近クイーンばかり聞いているのですけれども。

——映画をご覧になったのですか。

柴原所長：はい。

——田中社長も何度か？

田中社長：私も3回見ました。

——3回（笑）。ずいぶん見ましたね。

田中社長：いいですよ。

柴原所長：いいですね。

——フレディ・マーキュリーの生き方を見て、奮い立たされているアントレプレナーも多いのかもしれないですね。

田中社長：そうですね。あの映画はビジネスに通ずるものを感じましたよ。

柴原所長：そうですね。イノベーションって感じがしますね、音楽界のイノベーションっていう。

——ちなみに、田中社長、どういうところがビジネスにつながると思ったのですか。

田中社長：音楽でも何でも、やはり本人の魂から出てくる言葉とか旋律っていうのは、共感する人がいると思います。ビジネスも同じように、その会社、あるいはその社長が何をやりたいかという本気の思いがこもった製品やサービスというのは、必ず共感するお客さまがいます。でもこれが表面的なものだと、どうしてもやはりうまくいかない。それは音楽もビジネスも一緒ではないかなと思いましたね。

——ということで、クイーンで『ボヘミアン・ラプソディー』。



【ジェトロ群馬貿易情報センター スタッフのみなさま】

【海外進出に必要なこと】

——さあ、次はいよいよ「群馬から世界へ」といったお話を伺っていきたいと思います。田中社長のジーンズは、メガネ業界におきまして、アメリカ、中国、台湾、香港、そしてフィリピンに進出していて、まさにもう「群馬から世界へ」を体現されているわけなのですけれども、田中社長、なぜ海外展開をしようと思ったのですか。

田中社長：初めは全然考えてはいませんでした。

——ああ、そうですか。

田中社長：ただ、漠然と、いつかは海外展開したいと思っていました。中国に進出したのは2010年でした。2009年の1月だったと思いますが、ヤマダ電機さんの創業者の山田昇会長のところに新年のごあいさつに伺ったときに、「うちが池袋と同じような業態を中国の瀋陽に出すので、御社も一緒にどうだ？」と言われました。

——ああ、誘われたわけですね。

田中社長：ええ。でも、「まだそこまで体制が整っていません」と断ったのですけれども、「駄目だったらやめればいいんだよ」というふうに、おっしゃっていただいですね、確かにそれはそうだなというふうに思って、どんどん準備を進めていったという感じですね。

——ああ、そうだったのですか。社内の反応っていかがでした？

田中社長：社内ではまだまだ日本国内で足腰もしっかり

していない中で、中国進出というのはリスクがあるのではないかというような懸念の声もありました。でもやってみようということで、割とそんなに悩むことなく動き始めましたね。

———どういふステップで進めていったのですか。

田中社長：ステップとしては、中国国内のメガネ販売におけるレギュレーションがどうなっているのかですかね、あとは、もちろんジェトロさんにもご相談しましたし、中国に先行して出ている企業さんの話を聞いたりですね、初めはやはり下調べですよ。

———海外進出にあたっての準備について、今のステップを聞いていて、いかがでしょうか、柴原所長。

柴原所長：そうですね。やはり海外になると、日本とはちょっと事情が違ったり、一番大きいのはルールですよ、規制だとか。

田中社長：そうですね。

柴原所長：ビジネスとしての基本はたぶん変わらないと思いますが、日本のやり方で通用しなかった場合に、後でそこは結構痛い目に遭ったりするので、その辺は綿密に調べた上で、現地に合わせていくということですね。そこを同時にやられているというのは、王道かなというふうに思います。

———国によってルールが違うわけですね。

田中社長：そうです。さらに、製品クオリティの基準も違ってですね、面白かったのが、瀋陽に行くと、冬場の気温はマイナス30度、40度になります。です、日本では何ら問題のない眼鏡のフレームが折れてしまうのですよ。

———そんなこと、考えられなかった、ねえ。

田中社長：本当にびっくりしました。だから、あのときにですね、マイナス30度、40度の中に、先行して単身で乗り込んだ当社のスタッフはよく頑張りましたよね。やはりいろいろなことがあります、一番は人ですよ。

———人？

田中社長：ええ。やはり海外に出るといふときに、社長自ら出ることができれば良いのですが、誰かに任せなければいけないとなったときには、本当に信頼できる右腕

が、現地ですっきりやれるかどうかですよ。

———やはり人は大事ですか、そういう人材。

柴原所長：大事ですね。やはり人材が肝になりますね。中小企業の場合ですと、英語がしゃべれたりとか、海外経験があるっていう人はなかなかいないので、そういう意味では社長が最初はやる場合もありますが、社長一人で最初から最後まで全部はできないので、誰かを育てながら、徐々に任せていくということが、中長期的な視点では必要になってきますね。

田中社長：そうですね。

———現在の手応えとしてはいかがですか、田中社長？

田中社長：日本で磨いてきたビジネスモデルが、海外でも通用するなというのは感じています。

———ああ、例えばどういう部分ですか。

田中社長：やはりクオリティですよ。このクオリティというのは、製品クオリティだけではなくて、接客などもですね。

———あ、なるほど。

田中社長：その他もろもろですね。直接の商売とは関係ないですけど、例えばコンプライアンスとか、ガバナンスというところの視点も、日本企業は、割ときちんとしているほうですよ。

柴原所長：そうですね。真面目ですよ。本当にそこは譲れないというところがあって、そこは日本企業の良さでもありますよね。

【群馬県のポテンシャル】

———柴原所長、ジェトロは企業の海外展開を支援していますが、群馬県のポテンシャルというのはどうですか。

柴原所長：はい。群馬県は、ものづくりにしても、あるいは農畜産物にしてもですね、非常にレベルが高い企業が多くありまして、高いポテンシャルがある県だといふふうに思っています。群馬県には実際にモノや作物などをつくる現場があるということと、その現場において情熱とこだわりを持った人がたくさんいます。なので、そういう意味では現場と人があるってのは群馬の強み

かなというふうに思っています。ただですね、群馬県は恵まれているので、結構現状に満足されている方が多くてですね、海外と比較をしたことがない場合が多いですね。世界の中における自分たちの、あるいは自分の企業の商品の価値というものにあまり気付いていない。そういった企業が多いのが、ちょっと残念なところではあるかなというふうに感じます。また、群馬県は、東京も近いということもあるので、今現在、そんなに困っているわけではなくて、それなりにビジネスが回っていますし、いい車に乗って、家族も幸せで、おいしいものを食べられて。なので、先ほどの組織慣性じゃないですけども、これを変える必要があるのかとか、変えないとまずいというような危機感は、他県に比べると薄いのかなという感じはしますね。

田中社長：恵まれていますよね。

柴原所長：恵まれています。

——その恵まれているというのが、逆にチャレンジングなところではどうなのかなと。

柴原所長：そうですね。これがですね、外部環境が変わる、100年に一度の変革期になったときには、成功体験が長い企業のほうが変革しにくいという面があるので、逆にそれが不利になってしまうという面もあるのかなと思います。

田中社長：そうなるよ、まさしく今ですね。

柴原所長：そのとおりです。

田中社長：デジタル化社会に向けて、県内企業がどう変わるかというのはありますよね。

柴原所長：そうですね。ここで変革する手段として言われているのは幾つかありますが、その一つが、自ら変わるってことが難しいので、そこで利用するのはやはり外部の声です。外部の声を使って、それで変革をしていくっていうのは学術的にも証明されていますが、我々ジェトロがこのタイミングで群馬にできたというのは、我々はそういう意味では外部の声になろうと。そういった刺激を与えて、変革を促していくような存在になれればいいかなというふうに思っています。

——例えば海外に展開するのにあたって、向いている企業と、そうでない企業というのは、柴原所長、あるの

ですか。

柴原所長：そうですね。実はですね、業種でいくと、もういまや、あらゆる産業で海外展開をしまして、全国の中で見ると、例えばまちのラーメン屋さんとか、クレープ屋さんだったり、ネイルサロンだったり、2~3人の企業なんかも、どんどん海外に出ています。そういう意味では、あらゆる産業にチャンスがあるというふうに思います。ただですね、群馬県の場合には、これからチャレンジするという企業が多いので、圧倒的に後発になってしまいます。

——そうですねえ。

柴原所長：いまやですね、海外のバイヤーは日本のものにすごく詳しいです。日本人よりも詳しいです。なので、先行している商品と、どこが差別化できて、どこが強みかっていうところを整理して、かつ、相手に端的にバンと説明できるような準備が必要になっていくのかなと思います。

【文明の創造】

——田中社長はいろいろな企業の経営者の方々ともお友達でいらっしゃると思いますが、どういう人が向いていますか。

田中社長：やはり新しいマーケットを開拓しようとか、差別化を図りたいなど、意欲ある社長ですよ。

——ああ。現状に満足していたら後退ですね、この時代？

田中社長：そうですね。

——そういう意味では、今が順調だからといって、ずっと続くと思っていたら、もうその段階で……。

柴原所長：そうですね。日本の場合、一つだけ確実なのは、この状況が続かないということです。人口が減っていく中で、今の状況は続かないということは確実です。そうなるよやはり変えていかなきゃいけないというのは必然になります。

田中社長：この間、面白かったなと思うのが、今、デジタル化社会と言われていてはいませんか。人によっては第四次産業革命とか言いますが、中国では、「我々は今、

文明を創造している」と言っていました。

柴原所長：ああ……。

——文明を……。

田中社長：「このデジタル化は、文明創造と一緒だ」と言うのです。「黄河文明の次の、文明創造だ」と。

——革命どころじゃなく、もう文明ですか。

田中社長：ええ。ですから、そのぐらい社会が変革することなのではないですかね。

——すごい時代に私たち、生きていますね。

柴原所長：そう思います。

田中社長：楽しいですよ。そんな変化、ないですよ。

柴原所長：ないですよ。

——ワクワクですか。

田中社長：ええ。ワクワクしますよね。

【グローバルスタートアップ】

——続いては、「一步踏み出す」をテーマにお二人のご意見を伺っていきます。田中社長は、起業家発掘プロジェクト『群馬イノベーションアワード（GIA）』を開催するなど、起業や新規事業への挑戦に一步踏み出そうとしている人の背中を押していますけれども、これはどんな思いで応援しているのですか。

田中社長：これはですね、今の若い人はほとんど教育の中で努力を強いられていますよね。

——努力を強いられている？

田中社長：ええ。親や先生から「勉強を一生懸命して、いい高校・大学へ行って、大企業へ入りなさい」というような教育ではないですか。それはそれですてきなことですけれど、でも人間は夢中になれることって、みんな違いますよね。

——そうですね。

田中社長：ええ。ですから、ビジネスだけではないですが、自分が夢中になれることを一生懸命やって、それによって一步、自分の人生を切り開いてほしいという思いを込めて始めました。

——その群馬イノベーションアワードですが、柴原所長もご覧になったと聞いておりますけれども、どんな印象をお持ちになりました？

柴原所長：はい。正直ですね、もう想像以上の大イベントで、びっくりしました。チャレンジする高校生、大学生から、またそれを応援する中堅の社長の皆さん、そして群馬県の重鎮方。まさに世代を超えていますね。さらにですね、その前後には、群馬イノベーションスクールであったり、あるいは中高生のプログラミングのコンテストだったりという形で、全体として一体感のあるエコシステムができて上がっているという、これにびっくりしまして、本当に群馬の強みだなというふうに感じました。

——もうね、それを何年も前から種まきをして……。

柴原所長：そうですね、すごいですよね。

田中社長：私がこれを提唱したのは7年前ですが、当時イノベーションという言葉は、あまり一般的ではなかったですね。「よくわからないな」という感じでした。世の中の方々の印象は。

——ああ、世の中全体が手探りだった。

田中社長：ええ。「なんか田中ってというのが、また変なことを始めたぞ」みたいな、そんな感じでしたよ。

柴原所長：うーん（笑）。

——起業って、楽しいとか、たぶん選択肢として起業が増えましたよね？

田中社長：はい、本当に増えました。今、政府がどんどん起業をバックアップしていますよね。

柴原所長：そうです。もうそういう時代にだんだんできてきていますね。私がGIAに参加して、一つ感じたのは、ビジネスプラン自体は非常に面白くて良いプランがたくさんあったのですが、まだ国内市場を前提としたビジネスモデルっていうのが多いなというふうに感じました。

——ああ、なるほど。

田中社長：はい、そうですね。

柴原所長：最初からもっとグローバルな市場を視野に入れた形でビジネスプランをつくれれば、もうちょっと大きな絵も描けるし、お金も集まりやすいかもしれないというふうに感じました。海外展開という意味では、先ほ

どの話にもありましたが、スタートアップ企業って、長い歴史がある企業よりも、組織慣性がありません。ゼロからなので、実は海外展開が一番しやすいのです。なので、最初からグローバル化していくという流れになっていて、海外では、いわゆるグローバルスタートアップだとか、あるいはボーン・グローバルみたいな形で言われていまして、群馬のビジネスプランも、ぜひその海外という形を視野に入れていただきたいと思うし、その部分では我々もですね、何かお手伝いできるところがあるのではないかなというふうに感じました。

田中社長：そうですね。

———ジェットロでも、イノベーションとかスタートアップの支援というのは行っているのですか。

柴原所長：そうですね。ジェットロもですね、この4月から新しい中期計画が始まりますが、一つの柱として、スタートアップ支援とイノベーションというのを取り組むことになっています。具体的にはですね、シリコンバレーだけではなくて、世界の主要なスタートアップ支援のエコシステムがある都市ですね。例えば深圳だったり、上海だったり、あるいはシンガポール、ベルリン、パリ、ロンドン、ドバイ、ヘルシンキ、テルアビブ、そういった世界中の10都市にグローバル・アクセラレーション・ハブというのをつくりまして、現地のアクセラレーターやメンターとネットワークを今つくっています。現地のそういった機能とネットワークを使って日本のスタートアップを支援していこうという形になっています。

———ずいぶん、広がりが変わってきますよね。

柴原所長：そうですね。場合によっては現地からアクセラレーターやメンターを呼んできて、例えば海外でピッチとかミートアップのイベントとかベンチャーキャピタルへのプレゼンテーションをする。その数カ月前から、ブートキャンプみたいな形で、そのビジネスモデルのブラッシュアップをしたりだとか、あるいは4分間のピッチの SCRIPT を一緒につくったりだとか海外とウェブ会議をやりながら、それをブラッシュアップしていった準備をした上で現地に行ってもらおうというふうですね、そんなプログラムがスタートしています。実はGIAの受賞企業さんでもそれを使って、海外に展開しています。

田中社長：そうですね。お世話になります。

柴原所長：こちらこそありがとうございます。

———でも、いざ海外展開ということになりますと、なかなか一歩踏み出せないというのが実情かもしれませんが、柴原所長は、海外展開を支援している中で、相手の方が不安を感じたりとか、躊躇する場面というのに出くわした事などは、どうですか、ありますか。

柴原所長：はい、そうですね。やはり中小企業のメリットは、国内ですと、社長がある程度、即断即決できるというところだと思いますが、海外となった途端にですね、突然、言葉だったり、文化だったり、あるいは先ほどのルール・規制などが国内とは違い、ある意味ノイズが入るので、なかなか勘が利かなくなります。「たぶんこうだと思うけど」って自信がないので、やはり躊躇してしまうところはあります。なので、我々の役割としてはですね、そういったノイズとか、不安だとか、そういったものを一つひとつ特定して、それを一つひとつクリアにしてあげるといことですね。そこがクリアになると、社長は「あ、それならできるじゃん」とかですね、「あ、それならやってみよう」とかですね、「あ、それは危ない」とかですね、意思決定がスムーズにできるようになります。

———田中社長、いかがですか。やはり海外展開という意味では？

田中社長：海外展開に限らず、やはり人間はいつも不安ですよね。

———新しいことを始めるときはね。

田中社長：新しいことを始めるときは特に。ですからそれを振り切る勇気が出るのは、やはり最終的には、やりたいか、やりたくないか。

———うーん、確かに。

田中社長：やらない後悔と、やった後悔、どっちを選ぶかという感じですね。

柴原所長：うーん。

田中社長：やって後悔するかどうか、わからないですけど。

———迷ったときは本当に、原点に戻るではないですけど

れども、田中社長がおっしゃったように、やりたいか、やりたくないかというところに戻ってみると、結構答えはすんなり出てくるかもしれない。

柴原所長：やはりそこがないと、海外って本当に予想外のこととか、トラブルが必ず起きるので、そのときに、本当にそれでもやるのか、やらないのかっていうですね、やはりそこがブレちゃうと、そうしたときに萎えてしまいますよね。

田中社長：そうですね。



【GIA 2018 フィナーレ】

【ピンチは成長のチャンス】

——柴原所長、せっかくですから、今日はですね、起業家、経営者の田中社長に、何か聞いてみたいことなどがありましたら、ぜひとも。

柴原所長：よろしいでしょうか。

田中社長：いや、怖いですね。

柴原所長：いやいや。

——何でも（笑）。

柴原所長：非常にシンプルなのですが、やはり海外っていうふう考えた場合に、田中社長が海外展開をこれまでしてきた中で、一番の大きな壁だったり、一番苦労したところって何だったのかなというのを、ぜひ伺いたいなと思います。

田中社長：やはり一番は人ですね。もうそこに尽きてしまいます。

柴原所長：なるほど。

田中社長：海外に進出するとき、信頼して任せられる人がいるかどうかというのは、まず大きいではないですか。それと海外に行ったときに、日本人だけでうまくいくはずはないので、どうしても現地の方と一緒にやらなきゃいけないわけですよ。そうすると、その現地の方、ここも人なのですよ。

柴原所長：そうですね。大きいですね。

田中社長：結局は、物事は人と人の関係でつくられていくのですよね。

——任せられる人と、そうでない人の違いって、区切りって、どこですか、社長？

田中社長：信頼できるか、できないか。相手がオネストであるかどうか。誠実、正直かどうかってところですよ。たぶんこれが、人間としての信頼関係の礎じゃないかなと思います。

柴原所長：なるほど。

——ちなみに、大きな壁にぶち当たった場合というのは、どういうふうに乗って乗り越えていらっしゃるのですか、田中社長？

田中社長：初めのころは、おびえていましたね。

——壁に？

田中社長：壁に。でも、何回も経験してくると、「あ、また成長のチャンスがきた」って思うってしまうのです。これ、面白いですね。

柴原所長：ああ……。

——楽しんで……。

田中社長：今までを振り返って、ピンチがないときに大きく成長したときはありませんでした。必ずピンチの後に大きな成長があります。

柴原所長：うーん、なるほど。

——うーん。ピンチ、ウェルカム（笑）。

田中社長：はい、だんだんそんな感じになってきてしま

いましたね（笑）。

——柴原所長、悩んでいらっしゃる経営者の方々、海外進出に対して、やはりピンチを恐れていると思うけれども、今のお話って、なんかすごく勇気をもらいますね。

柴原所長：そうですね。もらいますね。

——ええ。

柴原所長：確かに、海外進出を本当にやるんだっていう思いを持ってやる社長って、やはりそういうところはあって、例えば最初に行った視察先でですね、いきなり強盗に遭ったりだとか……。

——ああ、トラブル……。

柴原所長：とって、それで意気消沈してホテルに戻ったら大地震が起きてとか、もう散々で帰ってきて、「社長、どうでした？」って聞いたらですね、そんな災害とか、強盗のこと、全然話になくてですね、「いやあ、あそこはチャンスがあるよ」ってですね、ニコニコしながら話していて、そういったトラブルとかクレームをものともせず、それよりも、成功の芽を見つけたというところのほうが、よっぽどテンションが上がるっていう感じですね。そこは先ほど田中社長がおっしゃられた思いだとか、やるんだという気持ちがあると、小さなトラブルとかも、ものともしないですね。本質が見えてくるのかなと思いますね。

——ところで、一歩踏み出すといいますと、田中社長のジズは、今年7月に持ち株会社体制に移行して、社名をジズホールディングスに変更するそうですね。まさに新たな一歩を踏み出すわけですが、これはどのような方向を目指して歩き出すということですか。

田中社長：はい。これはですね、今現在、既に各国に会社があります。その会社には責任者、現地の社長がいますけど、日本も、ジズのみならず、今、いろいろなサービスが始まっています。そういったものをですね、全部このホールディングスの傘下として、一人一人経営者として育ててほしいという責任の明確化というものもありますが、人を育てるといって、そういう側面もありますね。

——経営者を育てるといって。ああ、そうですね。今後のジズさんが、どのような展開になっていくのか

というのも楽しみにしております。それではここで1曲お届けしたいと思います。さて、1曲目はクイーンの曲でしたけれども、今日はクイーン祭りですか、田中社長（笑）？

田中社長：そうですね。私もね、クイーンがいいなと思って。

——3回映画を見に行ったのですか。

田中社長：はい。では私はですね、『We Are the Champions』で。

柴原所長：いいですねえ。

——またここでクイーン談義が続きそうですね（笑）。それではお届けしましょう。クイーンで『We Are the Champions』。

【海外から群馬に呼び込む】

——柴原所長、これまでのところ、企業が海外に進出する、輸出するといった、群馬から海外へ出ていくというお話を伺ってきましたが、これ、逆に、海外から人や企業を呼び込むということも考えられますか。

柴原所長：はい。実はジェットロはそちらのほうにも取り組んでいまして、まず企業のほうなのですが、実は群馬県というのは、外資系の企業さんにとって、全国で一番人気がある県ですね。

——それはどうしてですか。

柴原所長：はい。これは幾つか理由がありますが、もちろん顧客に近い、東京の市場に近いということもありますし、あと何といても災害が少ないということですね。そして先ほどから話が出ている人ですね。やはり現場を支える人もいいということで、非常に人気が高いです。これは立地件数、面積ともにですね、全国トップレベル、全国1位です。そういった意味で、例えば名だたる外資系企業ですね、ダノンさんだったり、ケロッグさんだったり、ハーゲンダッツさんだったり、P&Gさんだったり、これ、もう全部群馬にありますよね。私が群馬に来てからもですね、海外の企業が実際に来ていて、私もご案内したりということもしています。次に人ですが、海外から呼び込むというのは、インバウンドですね、こちらに

ついてもジェットロのほうでも取り組んでいまして、今です、一つ考えている企画としてはですね、いわゆるヴィーガンと言われている、一番ベジタリアンの中で厳格な人たちですね。

——絶対菜食主義みたいな。

柴原所長：そうですね。「ヴィーガンの人たちにも優しい群馬県」というブランディングができないのかなと思っています。というのはですね、「群馬県で何が一番名産品ですか」というと、なかなか挙げられないと皆さんおっしゃいます。これを逆手に取ってですね、いろんな種類のレベルの高いものが揃っています。どんな方が来ても高いレベルで対応できる、そういった食の多様性にも優しい群馬県というブランディングで呼び込めないかなと。おそらく2020年のオリンピックのときにはたくさん富裕層の人たちが外国から来ます。そのうち、1割近くはヴィーガンの方もいらっしゃるかなと思っています。そういう人たちは東京じゃなくて、むしろ群馬に泊まってもらったり、あるいはオリンピックが終わった後にですね、「なんか群馬に面白いヴィーガン料理があるみたいだよ」とかですね、「コンニャクって知ってる？」みたいなですね、そういった形で呼び込んでくる。そんな仕掛けができないかなとということで、海外からヴィーガンのシェフを呼んできて、新しいメニューをつくらせたりとか、ヴィーガン料理の提供ができる旅館とか、レストランとか、そういったものを増やして行ってですね、海外からのヴィーガンとか、ベジタリアンとか、いろんな方々を呼んでくるっていう、そんな仕掛けができないかなと、今、実は考えています。

田中社長：素晴らしいですね。いいですね。

——田中社長もいろいろと海外とのご縁がたくさんありますし、そういう意味では、今のお話、どうですか。すごく刺激的だったのではないですか。

田中社長：そうですね。まちを構成するという意味でも、まず、住む人がいますよね。次に、働く人がいる。そして、そこにやってくる、訪問者がいるという意味では、海外ととどんとつながることによって、その地域の経済は間違いなく活性化されるわけですね。なんかすごくジェットロさんの活動、面白そうですね。

——面白そうですね。田中社長は前橋市で民間によるまちづくりを進めていますけれども、まちづくりや地方創生という観点から、ジェットロの活動で関心を引かれることってというのはありますか。

田中社長：やはり海外から人を呼んでいただけるというのは、地域にとっては非常にありがたいですね。

——そうですね。まちづくりのヒントとかもいろいろ、今のお話からありそうですね。

田中社長：はい、あると思います。たぶん自分たちでは気付いてないけれども、外の人から見るといいものとか、いいことってたくさんあるではないですか。

柴原所長：そうですね。

田中社長：一方で、自分たちがいいと思っているものが、外から見ると、全然よくないこともあります。

柴原所長：はい。

田中社長：それを、ジョハリの窓と、どこかの先生が言っていましたけれども、そういったことをちゃんと識別するのは、外から人が来るというのはありがたいですね。

柴原所長：そうですね。群馬県はそういった意味でも有利な面があって、昔から群馬県っていろんなところから人が集まってきて、例えば新潟だったり、長野だったりとか、そういった外から来た方々を受け入れる、土壌が結構ありますよね。さらには外国人の方もたくさんいらっしゃいますよね。

——そうですね。

柴原所長：なので、外国人だったり、外から来る方に対する数居というのは結構低くて、その土壌ができているので、有利なところになるのかなというふうにも思っています。

田中社長：そうですね。



【海外のヴィーガンシェフを日本の梅農家に案内する様子】

【熱い思いで言葉の壁を乗り越える】

——あとは、海外からお客さまがお見えになったり、企業が来たりという中で、一つ、言葉の壁というのはどうなのでしょうかね。

柴原所長：はい。もちろん言葉の壁というのではないわけではないのですが、そこまで重要じゃないというか。それよりも、先ほどおっしゃられたみたいに、情熱だとかですね、熱い思いが大切ですね。海外のバイヤーにしてもですね、外国人、ビジネスパートナーにしても、日本人から流ちょうな英語が聞きたいというようなパートナーはいません。

田中社長：そうですね。

柴原所長：流ちょうな英語を期待しているわけではなく、むしろ中身ですよ。その英語の発音を勉強する前に、その中身を磨いて、中身を聞かせて欲しいという事ですよ。だから言葉は、優先順位としてはそんなに高くなくて、本当に込み入った商談であれば、通訳を使えばいいわけですよ。

——なるほど、なるほど。

柴原所長：翻訳については、いずれAIとかもできてきます。今はですね、商談に関するeメールなんかは、Google翻訳を使って、全然英語がしゃべれなくても輸出している方がいらっやいますので。

——田中社長、中国に進出したときに、行かれた店長さんは、英語も中国語も話せた？

田中社長：全然話せなかったですね。英語、中国語、話せなくて。だけど、ジンズの1号店の店長で、マインドだけは持っている。熱い思いがあると。これで単身乗り込んで、地域のスタッフを巻き込んで、今に至っているわけです。

柴原所長：ああ。

——お話を聞いていると、言葉の壁って、あまり考えなくていい？

田中社長：いや、もう全然必要ない。必要ないと言うと、ちょっと語弊がありますね。でも、それ以上のものがあるということですね。

柴原所長：そうですね。

——情熱が大事だと。

田中社長：ええ。

【海外進出を志す方へのメッセージ】

——「群馬から世界へ」をキーワードにお話を伺ってきましたけれども、そろそろお別れの時間となります。最後に、海外への進出や情報発信などに挑戦する人へのメッセージをいただければと思います。まずは柴原所長からお願いします。

柴原所長：私は、群馬県は非常に高いポテンシャルがあるというふうに思っています。まずは自分自身、あるいは自社の強みを見つめ直していただいて、その上で、具体的に世界で活躍するような夢を描いていただいてですね、しっかりと準備をした上で、どんどんチャレンジしてほしいというふうに思います。まさにチャレンジ・ザ・ドリームですかね（笑）。

——ありがとうございます（笑）。

柴原所長：もちろん我々ジェトロも、皆さんと一緒に、夢を描いたりだとか、戦略を立てたりとかですね、そういったお手伝いをしていきたいというふうに思っていますので、気軽にお声掛けいただきたいというふうに思っています。

——田中社長、お願いいたします。

田中社長：私はもう、本当に海外ということだけに限らず、まずやはり好きか、嫌いか。その次に、やるか、やらないか。もうこれだけだと思います。だから海外進出、それが好きなのか、嫌いなのか。好きだったら、あとはやるか、やらないか。もうそれだけです。

——格好いい。武士のような。潔い（笑）。初めての対談でしたけれども、お互いの印象はいかがでしたか、柴原所長。

柴原所長：非常に楽しかったですね。実は、今日の対談を楽しみにしていたのですけれども、本当に想像以上に楽しかったです。

田中社長：柴原所長のお話、勉強になりますね。私も本当にいろいろ気付きをいただきました。

——本当にこの出会いが、また群馬から世界につながってってくれるといいなというふうに思います。株式会社ジinzの田中仁社長と、ジェトロ群馬貿易情報センターの柴原友範所長にお話を伺いました。お二人のますますのご活躍を期待しております。今日はどうもありがとうございました。

田中社長・柴原所長：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」。新年度1回目の放送の今日は、メガネ業界で躍進を続ける株式会社ジinzの田中仁社長と、ジェトロ群馬貿易情報センターの柴原友範所長にお話を伺いました。お二人の話を聞いていると、世界はそれほど遠くないという気持ちにさせられましたが、皆さんはいかがでしたでしょうか。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～

【6月の放送のお知らせ】

令和元年6月6日（木）12:00～12:55

再放送 6月8日（土）8:00～ 8:55

ぜひお聞きください！