

チャレンジ・ザ・ドリーム

Challenge the Dream

～群馬の明日をひらく～

令和元年5月9日（第74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、川場村の道の駅の運営などを手がける株式会社田園プラザ川場の永井彰一社長、55歳です。道の駅川場田園プラザは、年間180万人が訪れ、観光庁長官表彰をはじめ多くの賞を受賞している大人気の施設ですが、実は十数年前、赤字に転落していました。そんな中、立て直しのために手腕を買われたのが、地元の造り酒屋 永井酒造の5代目で、日本酒の海外輸出に道筋を付けていた永井社長です。挑戦の様子などを伺っていきます。番組後半は訪問インタビュー。桐生市の帽子屋さん コンポジションを紹介します

【プログラム】

■トップインタビュー

株式会社田園プラザ川場

永井彰一 代表取締役社長

■保証協会からのお知らせ

群馬県信用保証協会のホームページについて

■チャレンジ企業紹介コーナー

コンポジション

◎アナウンサー 奈良のりえ

トップインタビュー

株式会社田園プラザ川場

永井彰一 代表取締役社長

——株式会社田園プラザ川場の永井彰一社長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただきました。永井社長、今日はどうぞよろしく願いいたします。

永井社長：よろしく願いします。



【収録風景：FM GUNMA スタジオにて】

【海外での経験】

——さて、道の駅川場田園プラザは年間180万人が訪れるそうですね。

永井社長：はい。今年は大体180～190万人で推移をし

ております。

——県内外のお客さまの比率という、どのような感じでしょう。

永井社長：県内の方が約3割、県外の方が7割でございます。

——道の駅といいますと、どこか目的地に行くまでの通過点で利用していたお客さまが多いと思うんですが、その常識を覆すような、そんな道の駅ですよ。

永井社長：そう言っていただくとすごくうれしいんですけども、一応広さ的には6ヘクタール、東京ドームの大体1.5倍の大きさの中に施設が点在しています。

——ちなみに、今の売れ筋商品って、どういうものがあるんですか。

永井社長：やはり、以前から圧倒的に人気のある飲むヨーグルト、あと今人気なのはパンですかね。

——あ、パンですか。

永井社長：米粉を使ったふわとろ食パンというのが絶大な人気だと思います。

——列をなしていますもんね。

永井社長：そうですね。去年の秋に、ちょっとある番組で放映された後に、今でもそのブームは続いています。わざわざ四国から買いに来たというお客さまがいらっしゃいました。

——すごい。そのようにですね、幾つもの驚きが、本当にお話を聞くたびにあるんですけども、今日はどのようにして人気の道の駅にしていっていったのか、そのあたりをお聞かせいただければと思います。初めに、もともとのお仕事、酒造会社のことから伺っていきます。永井社長は永井酒造では5代目社長を務め、現在は会長職ということなんですが、子どものころから家業を手伝っていたんですか。

永井社長：非常に厳しい親に育てられたものですから、物心ついたときから酒造りは手伝わされました。

——例えば子どもがどんなお手伝いをするんでしょう。

永井社長：例えば発酵するときに、タンクってあるんですけども、その權入れ作業といって、かき混ぜる作業ですとか、あとは酒米を蒸した後に、それを運ぶ作業だとか。

今からもう50年近く前ですけれども、全て人海戦術だったものですから、非常に貴重な労働力として、小学生の1～2年生ぐらいから手伝わされました。

——その幼心に酒造りというのはどう映っていましたか？

永井社長：いや、本当に嫌だと思っていました。

——はっきり言いますね、社長（笑）。

永井社長：はい（笑）。

——でも、その気持ちがやはりどこかで少しずつ変わっていくというか。

永井社長：いや、変わっていかずに、ずっと大学まで行ってですね。

——ええ（笑）。東京の大学を卒業後、カナダに渡ったそうですね。

永井社長：はい。

——これはどのような目標があって行ったんでしょう？

永井社長：なぜカナダを選んだかという、そのころ、ワーキングホリデーというビザが始まったばかりだったんですね。バブル最盛期で、スキー場の開発だとか、リゾート開発が本当にピークになる直前だったものだから、ぜひ本場のスキーリゾートを中心に、そんなところを見たい。で、スキー場の、できればランドスケープ、要は設計をしてみたいという一心で行きました。

——で、具体的にはどのようなことをなさいましたか。

永井社長：まずは語学スクールに4カ月通って英語を習ってから、仕事を探しに今度はウィスラーというスキー場に行って。

——それはご縁がある方が？

永井社長：いやいや、全然。

——え？

永井社長：飛び込みで行ってですね、まずは探すわけですよ。どうやったらタダでスキー場のリフトのチケットをもらえるかと。

——ああ、まずは……。

永井社長：そうなんです。要するに自分でスキーをしないとわからないものですから。コースガイドをやるのに

は国家試験を受けなさいと言われて、すぐに国家試験を受けて、一応パスをしてスキーのガイド会社に入りました。そこで、日本人じゃなくて、外国人のお金持ちの方たちのコースガイドをしていました。

——でも、家業を継いでもらいたいと思っていたお父さまにとって、この決断というのはどう映ったんでしょうね。

永井社長：いや、ですから搜索願が出て……。

——搜索（笑）。

永井社長：帰ってこいって言われまして、泣き落としで、後ろ髪を引かれる思いで帰ってきましたけど。

——どのぐらいのご滞在期間というか、留学期間？

永井社長：1年ちょっといましたかね。ビザの件もあったので、帰らないとまずいかなと。

——そうですか。今少しお話にあったんですが、その1年の間で、いろんな勉強があったようですけども、今でも例えばお仕事をしていく中で、「あ、これが役に立ったな」ということはありますか。

永井社長：ありますね。20代の前半に異文化というか、私は初めてアメリカとカナダに訪れて住んだわけです。そのときの衝撃って今でもやはり非常に強く、私の今まで生きてきた中、仕事の中に結構反映されていると思います。忘れもしませんが、全米で一番最初のアウトレットがLL.Beanだったんですね。アウトレットができたのは確か88年だと思います。それは素晴らしかったですよね。ですから帰国して、ある会社にアウトレットショップをつくりませんか提案をしたんですけども。

——はっ！

永井社長：「永井さん、何を言っているんだよ。今、バブルの絶頂で、高いものじゃないと売れないんだよ」って言われて、ちょっと具体名は言いませんけど、大手デベロッパーにけんもほろろに断られました。

——そうですか。

永井社長：資料も全部つくって持っていったんですけども。

——その後、今のアウトレット市場の状況を見ると、時代を先取りし過ぎた。

永井社長：ええ。だから、あんまり先に行っても駄目な

んでしょうね。半歩先ぐらいじゃないと。だから、2歩先に出ちゃうと早すぎる。で、半歩遅かったら、もう勝負になりませんし。

——タイミングって難しいですね。

永井社長：大事ですね。

【酒造りから道の駅へ】

——というふうに、その1年の中でさまざまなものを見て学んだ永井社長なんですけれども、搜索願が出て1年で帰国ということなんですが、その当時の永井酒造の様子というのはいかがでした？

永井社長：今でこそ、「水芭蕉」というお酒が県内でも多く販売していただいて……。

——「水芭蕉」、そうですね。

永井社長：で、群馬県だけじゃなくて、全国に売れるようになったんですけど、そのころはですね、地元の利根沼田を中心に商売をしている会社だったんですね。

——ということは、海外から帰ってきた、帰国した永井社長にしてみると、ちょっとビジネスとしては……。

永井社長：はい、泣く思いでした。

——そこで自分をどう軌道修正して入っていったんでしょう。

永井社長：早くつぶれないかなと思ったんですよ。

——ええっ。本当ですか。

永井社長：本当に思っていました。早くつぶれば、アメリカに戻れると思っていたので。どうやったらつぶれるか色々と考えたんですけど、考えが変わる転機をつくってくれたのが、「水芭蕉」だったんですね。

——それは、どういうことですか。

永井社長：高級酒って、今でこそ吟醸酒って当たり前ですけども、今から30年前は、たぶん群馬県内で、大吟醸はつくっていても、吟醸酒をつくっている蔵ってほとんどゼロだったと思うんですね。

——あ、そこに目を付けた。

永井社長：はい。で、私は酒造りって、かじったぐらいですから。でも本気でちょっとやってみれば、やはりそれはそれなりに楽しくて、よその蔵に行って、全国の酒

蔵を20カ所ぐらい回りました。

——そんなに回って。

永井社長：はい。そうすると、若いんで、何でも教えてください。こちらは何を質問しても恥ずかしくないですし。

——懐に入っていく感じで。

永井社長：もう失うものは何もないんで、結構教えてください。で、うちのその当時の酒造りの責任者、杉浦という杜氏なんですけれども、その方、結構優秀だったんですよ。「米があれば、おれだっつくれるよ」って言うから、「じゃあおれ、米買ってやるよ」みたいな話から……。

——へえー。

永井社長：1992年に「水芭蕉」を初めて発売したのかな。

——ああ、そうですか。

永井社長：で、売れるようになってきて、品物が足りなくなるわけですよ。これが楽しくて。あんなに嫌だった酒造りが、こんなに楽しいのかと思って、ついに蔵をつくってしまったんですね。

——海外への輸出を始めたのはどうしてですか。

永井社長：恵比寿にタブローズっていうレストランがあって、今でもあると思うんですけど、和と洋のフュージョン料理で売っていた店で、そこを見た瞬間に、これ、絶対海外でも日本酒が売れるって、私は自分なりに思ったんですよ。

——それで日本酒を海外に売っていきこうと。

永井社長：そうですね、それが25年前ぐらいですかね。

——それっていうのは、時期として、先ほど時期は大事と言っていましたか……。

永井社長：いや、全然早すぎました。だから1回撤退しています。

——でも、その後また、タイミングを見て、日本ブームに合わせて……。

永井社長：はい、あとはいろんな人との出会いですかね。やはり1人では何もできませんから。今もそうですし。やはり人って大事だになってすごく思います。

——そうですね。人とのご縁からつながっていくとか、

そこから見えてくるマーケットもあったりしますものね。

永井社長：そうですね。

——そうした中、2007年に道の駅の運営を行う田園プラザ川場の社長に就任されたわけですけども、これはどういったいきさつですか。

永井社長：その当時は開業して10年たってないんですかね。

——道の駅がですね。

永井社長：道の駅が。で、開業当初はいろんな要因があって、順調に推移をしていったんですけども、赤字体質で経営危機を迎えたわけですよ。

——第三セクターとして道の駅をやっていく中で。

永井社長：はい。で、このままいくと先行きが非常に危うくなっていたので、その当時の村長さんから経営の立て直しをしてくれないか、社長に就任してくれないかっていう要請を受けて、再三お断りしたんですけども、じゃあ3年間っていう期限付きで経営の立て直しをしましょうということでお受けしました。

——その赤字になってから引き受けるというのは、相当の覚悟が要る……。

永井社長：いや、でもですね、そうでもなかったんですよ（笑）。

——ええっ、そうなんですか。

永井社長：やりようによってはとっていましたので。

——うーん、なるほど。では、その具体的なやりよう、改革の様子は、この後にたっぷり伺ってきたいと思います。

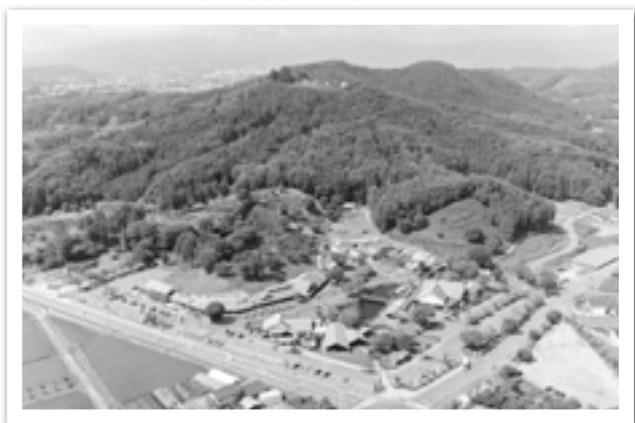
永井社長：はい。

——その前に1曲お届けしましょう。やはり海外の生活が長い永井社長にとっては、どちらかという日本の曲よりは？

永井社長：いや、そんなことはないんですけど、これはやはり大学生のときからのすごい強い思いがある曲で、『トップガン』という映画の中でトム・クルーズが女性を口説くときの歌。で、私はそれから好きになって、はい。

——え、社長も口説くときにこの歌で？

永井社長：いやあ、そんなことはないですけどね（笑）。
——ということにしておきましょう（笑）。ではお届けします。ライチャス・ブラザーズで『ふられた気持』。



【道の駅 川場田園プラザ全景】

【川場田園プラザの改革】

——さて、ここからは道の駅川場田園プラザの具体的な改革の様子を伺っていきます。まず、永井社長、初めにどこから手を付けましたか。

永井社長：3つありまして、1つ目は社員の意識改革。2つ目はサービスとか商品とかの全ての見直し。3つ目は心構えとか、お客さまや、仕入れ先、納品をしてくださる方に対する考え方を少し変えたりしました。第三セクターの、私は悪いところだと思うんですけど、官民両方の悪いところの集合体だから、改革は意外と簡単だったと私は思います。

——あ、意外と簡単でしたか。

永井社長：はい。ざっくり言うんですけど、どこに穴が開いているか、一瞬でわかる会社だったので、穴をふさいでいくと水がたまるかなというのがあつという間に見えたもんですから、意外と簡単でした。

——例えば社員の方の意識改革はどのように手を付けていきましたか？

永井社長：「今日から私が社長だから、今までどおりに賞与を払えないから、嫌だったら辞めてください」。

——あら、結構厳しいですね。

永井社長：決意表明をさせていただきました。あえて厳しい言い方をして、「このままですと、皆さん、賞与はないと思ってください。賞与って、もらえて当たり前じゃなくて、利益が出て初めて渡すお金だから、改革ができなければ賞与を払いません」って言って、「お辞めになる方は2週間以内に辞表を持ってきてください」という話をしましたけど。

——実際にどうでしたか。

永井社長：いや、辞める方がゼロだったものですから、じゃあ皆さん、納得していただいたので、事業部ごとに何をしていた、どんな作業効率なのかっていう細かいところを3日間かけて聞いていきました。

——サービスの見直しと先ほどおっしゃっておられましたけれども、どういうところの見直しを？

永井社長：例えば「ごみをまたぐ田園プラザの社員」、「あいさつをしない田園プラザの社員」って有名でしたから。

——ええっ、そうなんですか。

永井社長：はい。

——今では考えられないですね。

永井社長：考えられないですね。今は必ずごあいさつするようにしていますし、ごみ拾いは、ある程度徹底をしています。

——ああ、そうですね。そしてお客さま、また取引先の方への心構えということでは、どんなことを社員の方に？

永井社長：要するに感謝っていうか、「来ていただいてありがとうございます」「納品していただいてありがとうございます」が全くなかったものから、「買ってやっている」、「売ってやっている」っていう意識がすごく強かったんで、その調整をしました。

——いつぐらいから手応えを感じましたか。

永井社長：就任して2カ月でもう（笑）。

——2カ月。

永井社長：はい。みるみる変わるんですよ、やはり。現場の雰囲気は2カ月でみるみる変わっていくんで。

——あ、そうですね。

永井社長：これは何とかなるかなっていうふうに、2カ

月で思いましたかね。で、初年度に1年間かけて、赤字体質じゃなくて、黒字決算に持っていき。ですから、賞与をお支払いしました。

——ああ、そうですか。

永井社長：その年の冬に払わなかったことはなかったです。ちゃんとお支払いができましたから。

——そういったサービスはもちろんなんですけれども、やはり商品そのものに魅力がないと、なかなかこれも難しいと思うんですけれども……。

永井社長：そうですね。

——商品開発は、これもやはり永井社長がやっていらっしゃるんですか。

永井社長：現場からの声を聞きながらやりますけど、直営店に関しては、最終的に私の試食でGoサインが出ないと、パン1個でも発売しません。

——その判断基準ってどこですか。

永井社長：口に入る商品に関しては、まずおいしいか、まずいか、これは当たり前なんですよね。誰もまずいものを売ろうなんて思っていませんけども、それが今の時代とか消費者ニーズに合っているか、合っていないか。自己満足の商品って絶対売れないんですよ。一つの例でいくと、地産地消ってよく言いますよね。地産地消っていい意味で使っているときはいいんですけど、地域の方がおいしいって自慢する特産品があるじゃないですか。

——あります。

永井社長：「水芭蕉」を売っているときに、47都道府県全部に行ったのですが、意外と地元で愛されている食べ物って、私が食べるとまずいものが8割なんです。

——合わない（笑）。

永井社長：合わない（笑）。その地域の方はおいしいかもしれないんですけど。で、意外とそれを皆さん、ウリにしちゃうんですよ。地産地消の勘違いだと思いますね。ですから、焼きまんじゅうは、うちは売ってないんですよ。

——あ、そう言われてみれば。

永井社長：焼きまんじゅうは群馬の名産品で、群馬県の方はすごく自慢なさる。

——ええ。

永井社長：私も群馬県人で、基本的にあの香りが好きなんですけど、焼きまんじゅうを消費者に押し付けたら絶対買わないですね。で、特に私どもは、7割から8割が県外からいらっしゃるお客さまですから、「焼きまんじゅう、召し上がりますか」って聞くと、「ああ、あのスカスカのパンにみそを塗ったやつね」という具合に、あまり評価が高くないんですよ。

——うわー、その言い方からも何となく、そうですねえ。

永井社長：はい。それから、例えばけんちん汁ですとか。

——ええ。

永井社長：これ、群馬県のあるところで講演をさせてもらったときにお聞きしたんですけども、県内のけんちん汁の大体6割から7割ぐらいが、お豆腐をつぶして、濁っているおつゆなんです。

——ええ、そうですね。

永井社長：で、あれをたぶん群馬県以外の方に「召し上がりますか」と聞くと、絶対見た目で食べないです。商品開発はそこだと私は思っていますから。地元の人だけで回っている事業形態ならそれでもいいんでしょうけども、そこはすごい大事だと思いますね。これ、例えばヨーロッパの人に食べさせても、おいしいって思うか、思わないかとかですね、アメリカ人がこれを食べたときに「何、これ？」って思うかっていうのもすごい大事だと私は思っていますけど。

——では、もう商品開発の段階で、全国でなく、グローバルスタンダードになるかどうか。

永井社長：というのも加味してあります。あとは価格ですとか、顧客満足ってよく言うじゃないですか、CS、カスタマー・サティスファクションって。

——言いますね。

永井社長：私はただのCSじゃなくて、払った対価に対しての顧客満足度だと言っていきます。例えば200円のパンだったら200円で、「え、これ、200円で買えるの？」っていうのと、「このパン、200円もするの？」っていうのでは、行って帰ってくるほど違うわけですね。

——そうですね。200円で安いわねと思わせるか……。

永井社長：そこが大事のような気がしますね。

——成功のポイントというのは、やはり顧客満足の考え方ですか。

永井社長：はい。それと、あとはやはりお客さまの笑顔が見える商売というか、サービスにしても、商品提供にしても、食事提供にしても、これが大事だと思っています。要するにお客さまって、まずクレームを言わない。サイレントマジョリティーって私は社員に言っているんですけども、必ずさっと引いて、もう二度と来なくなるだけ。それがわかるかわからないか、判断ができるかできないかが大事だっていう話は、社員にいつもしています。

——どうやって見極めるんですか。

永井社長：現場に全部答えがありますから。お客さまがお帰りになるときの顔、食べ終わった後の顔だとか……。

——笑顔かうつむくか。

永井社長：そうそう、笑顔。それと、どのぐらい食事の量が残っているのかだとか。

——残っている量。

永井社長：これはまずくて残したのか、量が多すぎたのか、っていうような分析をやはり日々していくことが大事だと思いますけど。

——では、社長がもしかして、現場にそれだけ入り込んでいるということですか。

永井社長：一応、普段は、特に土日はどこかの現場に入っています。ラーメン屋でラーメンをつくっていたり、そば屋で食器洗いをしているか、パン屋に行ってトレーを拭いているとか、ソフトクリーム屋さんで列の整理をしていたりだとか。一番面白いのはごみ箱の整理してみると、大体何を捨てているのかとか、ごみの量もわかります。あとは、たまにトイレ掃除をしてみたり。

——想像ができない。そうですか。

永井社長：でもね、現場で情報を集めることは大事だと思います。例えばうちでは、おやき隊っていうのをつくっておやきを売っていたんです。3,000万円くらい売っていて、いい商品だったのですが、ある女性のグループの方たちがですね、「おやきって、ちょっと重いよね。ほかのものが食べられない」って一言おっしゃって、「あ、そういうことなのか」と思って、一気にやめたんですよ。

——ええっ、その人気商品をですか。

永井社長：はい。その翌月にすぐやめたんですよ。

——たったその一グループの一言で？

永井社長：それで、いろんな意見を聞いたんですね。リサーチ会社に頼んでリサーチをしてもらうと、やはりおやきって、ずっしりくるって意見が多数だったんで、「これ、やめようよ」って言って。じゃあ同じ具材、例えばナスのみそ炒めにしたのとか、あるわけですよ。それをパンに入れて、おばあちゃん焼きっていうパンにして発売してみたら、もう爆発的にヒットしました。同じ具材を、おやきに使うのか、パンに入れるのかによって、全く消費者の見た目が違うのかなっていうのは、非常に勉強になった成功例の一つです。これはうちの会社の中で、もう常に言い続けていることなんですけれども、「シナリオのない商品は駄目だ」って言っているんですね。思いつきは駄目。全部シナリオがあって、ストーリー性がないと、商品化もサービス化もしません。私どもは今、年間180~190万人がお越しになっていて、7割がリピーターなんですよ。で、年に6回以上来る方が40~45%いらっちゃって、この方たちが、いつ来ても楽しいとか、やはりまた来たいって思わせる仕掛けづくりって、私はすごい大事だと思っているんですね。

——新しいものをどんどん生み出すということですか。

永井社長：まあ、新しいものもそうですし、リニューアルもそうですし。ですから大体3年先まで、もうやることは決まっています。今年はちなみに、うどん屋さんを本格パスタに変えましたし、フレッシュチーズの製造を始めました。まだちょっと詳しくは言えませんが、もう3年先まで大体やるのが決まっています。しかもそれを予算をかけずにやる方法と、予算をかける方法の両方を考えています。毎年は投資ができないものですから。

——予算をかけるものとかけないものの線引きってどこですか。

永井社長：いや、新規の事業で製造を始めるのには、どうしても設備投資が必要なので……。

——ああ、かかりますよね。

永井社長：その設備投資でお金がかかりますけれども、

お金をかけなくても新しいことってできると私は思っていますので。例えばベンチの一つにしても、去年すごく喜ばれたのが、ソフトクリーム屋さんの前のベンチをパステルカラーに、ただ6色に塗り替えたんですけど、すごい人気でした。

——やはりそれは現地にいて、まさに現場にいないと、なかなか思い浮かばないですねえ。

永井社長：そうですね。あともう一つ、私は朝令暮改を当たり前で言っているんですね。駄目ならすぐやめます。

——その判断基準は？

永井社長：いや、もう売れるか売れないか。お客さんの顔が幸せか幸せでないか。思っているとりの売上にいくかないか。で、駄目だったらすぐやめます。

——粘らないんですか。

永井社長：粘らないです。粘って赤字が膨らむよりも、業態変更したり、新しいものをつくります。で、そのやめるときにはもう、次に打つ手を考えてあるので。これが駄目だったときに、ここをどうやってイノベーションするのかを考えながら設備投資をしています。

【ぐんまちゃん家の運営】

——ところで、去年から東京銀座のぐんま総合情報センター ぐんまちゃん家の物販、そして飲食部門の運営も始めました。なぜ新規事業に取り組んだんでしょうか。

永井社長：銀座って非常に特殊な地域ですが、そこで田園プラザで試してきたノウハウですとか、マーケティングの手法が、私は通じると思っていて、まあ少しでも群馬県のPRに参画できればという思いでプロポーザルを出したところ、群馬県に決定をいただいたものから、今、運営をしております。

——一番大切にしているものというのは、どんなところでしょう。

永井社長：群馬県の付加価値を高めたいというのを一番大事に思っています。

——はい。ただ、先ほどのお話で社長がおっしゃっていた、なかなか中にいると、自分がこれがいいという強みだと思っていたものが、外に出ると違うよっていう、こう、ありますよね。

永井社長：ありますね。

——何となく、こう……。

永井社長：はい。これ、場所によると思うんですね。

——銀座という場所……。

永井社長：銀座だったら、やはり銀座に合うパッケージですとか、デザインだとか。いいモノは日本中にたくさんあると思うんですね。

——そうですね。

永井社長：ただ、それが銀座の価値観に合うかどうか。群馬県の方にお伝えしたいところなんですけれども、あそこにサラリーマンはあまり来ないんですよ。7丁目っていう場所に会社帰りのOLさんが寄るかとか。それは確かにデパートとかは寄るでしょうけれども、あの1本裏通りに来るかっていうと、なかなか来ないかなと思うんですね。ですから、ちょっとその辺は考えた上で商品を提供するようにしています。「晴れの日買い」ってわかりますかね。

——わかります。

永井社長：ちょっとこう、お金を、これはかけたいとか。

——ご褒美、自分への。

永井社長：そうそう、自分でもいいでしょう。家族でもいいですし、友人でもいいですけど。というものが意外と売れるかなと思います。

——ああ。具体的に言うと、価格設定は、銀座ですから少し高めにする。

永井社長：はい、ちょっと高め。あとはですね、意外と驚いたのが、だるまが売れるんですよ。

——ええっ。

永井社長：だるまが売れます。

——本当ですか。

永井社長：だるまはインバウンドのお客さんにとっても人気です。これは不思議なんですけど、インバウンドのお客さんは夜になるといなくなるんですよ。ただ、朝から夕方までにかけては、結構インバウンドのお客さんがいらっしゃるんで、だるまが思った以上に売れます。

——ええっ、そうですか。

永井社長：非常に面白いですね、銀座は銀座で。

——なるほど。ということは社長、こちらのほうも現在の手応えはかなりいい感じですか。

永井社長：そうですね、目標値までもう少しです。

——うーん、楽しみですですね。



【新ぐんまちゃん家 オープニングセレモニー】

【仕事に通じる趣味】

——さて、海外に出かけていることが多いと伺っていますが、1年のうちに永井社長、どのぐらい海外に出かけていますか。

永井社長：100~120日。

——3分の1。

永井社長：3分の1強ですかね。8年前からロサンゼルスに住んでいるものですから。

——その海外っていうのは、やはりビジネスで？

永井社長：もともとアメリカに販社を持っていて、パートナーと2人でお酒を販売していました。で、2年前に、その会社はパートナーにお渡しをしました。今は簡単に言うとアメリカバージョンの道の駅のようなものを、ロサンゼルスとニューヨークにつくろうかなと思って、ずっと仕事をしています。

——では、川場で作っているクラフトビールとかも？

永井社長：はい。今でも川場で作っているビールの約半分は、アメリカで売っていますから。

——それだけアメリカで人気があるということですか。

か。

永井社長：はい。結構いい勢いで売れています。

——じゃあ、そんなお忙しい永井社長、趣味のお時間は、やはりちょっと難しい、取れない、もしくはビジネスが趣味とか。

永井社長：いや、そんなことはないですよ。趣味はですね、前はスキーが好きでしたが、今はスキーをやらなくなりました。あと、一時期ゴルフにはまったこともありますけど、田園プラザの仕事をするようになって、ゴルフもほぼしてないですかね。

——その時間を、もう削って注力していらっしゃる……。

永井社長：削ってというか、今は本を読むのと、料理が趣味ですかね。

——お料理も趣味なんですか。

永井社長：そう、料理はすごい好きです。

もっと料理のための時間が欲しいぐらいですね。

——料理は家族のためにつくるんですか。

永井社長：家族のためにもつくりますし、アメリカへ行くと、ほとんど私は料理をしていますかね。夜の会合がないんで、アメリカっていうか、海外にいます。あまり人と食事するってことがないんで、料理を結構していますかね。あと、お客さんを家に呼んだりもします。

——あっ、そうなんですか。どんなお料理をつくるんですか。

永井社長：何でもつくります。ただ、分量を量らないとつukれないケーキですとかパンとかは、不得意なんです。ほぼ目分量でやっていますから。で、ちょっと特技があってですね、1回食べると、大体何が入っていて、これ、どういう料理方法なのか、大体わかるんですよ。

——すごい、魔法の舌をお持ちですね。

永井社長：勘っていうか。で、あまり私、レシピ本も読まないし。だから、「これ、こうやってつくるのかな」って考えます。あと、外食時にはよくカウンターで見えていますから、「あ、こうやって魚っておろすんだ」とか。

——料理に没頭していると、やはりなんか集中できるので、ほかのことが一切シャットアウトできる？

永井社長：いや、そうじゃなくて、料理をしながら全く別のことを考えています。仕事のことだとか、頭の中を整理したり。あと一番楽しいのは、例えば誰かのために食事をつくるとかってときに、何をつくろうかなって考えたり、そのプロセスがすごい楽しいですかね。

——プロデュースが、やはりお好きなんでしょうか、社長は。

永井社長：ものを考えて、プロデュースというか、マーケティングというか、酒屋をやっているときって、マーケティングの対象が非常に狭いわねなんですよね。日本酒を飲む方で、しかも高級酒となると、非常に対象者が少ないんですけども、今の仕事って、もう極端なことを言えば、赤ちゃんからお年寄りまでが全部マーケットの対象なので、すごい楽しいです。

——ああ。ごめんなさい、趣味のお話を聞いていたんですけど、つつい仕事の話に戻っておりました。

【田園プラザ川場に学ぶ、地方創生】

——あらためまして、田園プラザ川場の今後の目標もお聞かせください。

永井社長：そうですね、今、おかげさまで年間180万人から190万人の方にお越しいただいて、これから中期計画でやりたいこともあります。ただ、敷地的にも規模的にもこれ以上大きくはなかなかできないものですから、チーズや、ミルク、ビールなどの、製造業を強くしていきたいと思っています。あとはやはり、いつまでたっても、「あそこ行くと楽しいよね」とか、「あそこへ行ったらこういう思い出ができたよ」と言われるような施設を目指すこと。田園プラザは、期待値がすごい上がっていると思っているんですね。「なんだ、田園プラザって関東で一番だとか、やれ日本一だとか言われている割に、行ったら大したことないじゃん」と言われるのが一番心苦しいし、残念なんです。その期待にどうやって応えられるかということを、真剣に考えておく。施設だとするとゴールはあるんですけど、エンターテインメントって考えると、ゴールはないと思っているので、常に進化し続けるし、常に考え続けるってことを、今後も続けていかなければならないと思っていますか。

——ええ。あともう一つお伺いしたいのが、地方創生に大切なことって何ですか。

永井社長：私には荷が重すぎて答えられないと思いますけれども。

——いえ、いえ、もう。

永井社長：やはり経済がうまく回ってないと、地方創生ってうまく成り立たないと思うんですね。川場村の例でいくと、お年寄りが本当に元気なんです。これはなぜかっていうと、ファーマーズマーケットで日銭を稼いでいる方も結構いらっしゃいますから。

——なるほど。

永井社長：今、川場村で、シャネルとディオールブームですよ、納品者の方たちが。

——納品者の方たち（笑）。

永井社長：シャネルかディオールの口紅っていう話をしている方たちもいらっしゃるそうです、現実的に。

——ああ、そうですか。それはまた楽しい。

永井社長：こんなの、10年前はなかったですから。地方創生って、経済がうまく循環することと、あとはやはり元気で幸せな、笑顔があるってことが大切だと思うんですね。やはり人が集まったり、話題に欠かなかったりして、見ている側じゃなくて、見られる側になると、地方創生ってうまくいくのかなと思いますね。

——見られる側ですね。

永井社長：はい。

——なるほど、やはり見られているんだっていうところで、もっとう、頑張ろうとか、チャレンジングになっていきますよね。

永井社長：はい。ですから川場の女性を褒めてほしいと思っています。川場の女性の皆さんがどんどんきれいになっていますよ。

——シャネルにディオールに、口紅を塗って（笑）。

永井社長：そうそう。それだけじゃなくて。

——ああ、見られることによって内面からきれいになっている。

永井社長：本当に、すごくそう思います。納品者の方を見ていると。

——ああ、そうですか。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答えいただければと思います。新規事業に取り組む中で、永井社長、大切なことは、あらためて何だと思えますか。

永井社長：一つは、絶対こうと決めたら諦めないことですよね。絶対に何かしらの打開策はありますから、こうと決めた事業は絶対諦めない。あとは新規事業とか、いろんなことをやる上では、できるだけ情報を取って、その時代に合っているかどうか、消費者ニーズに合っているかどうか考える。やはり現場に全部答えがあると思うので、現場を見ながら、この指針づくり。家を建てるときって、みんな、設計図を描くじゃないですか。

——はい、描きますね。

永井社長：意外と設計図を描かない方が多いと思っています。私は私なりに新事業をするときに、まずリサーチします。次に図面を描くときにどうしたらいいか、事業の設計図をまず描いて、社員と共有して、もう一回つくり直すんですよ、最後に。だから、最初に言ったことと違うじゃないかというのが結構あります。「社長、最初と違うじゃない」「それには理由があるんだよ。前に話したこれじゃあ間違ってると思うから」って。

——その見直しが大事……。

永井社長：そこは大事かもしれないですね。あとは先進国もいいんでしょうけど、後進国に行くと、子どもの笑顔を見れるようなボランティア活動に参加するのがいいと思います。この間もマニラに行って、フィリピンの原住民のアイタ族ってところのボランティアに行ってきたんですけども、澄んだ瞳の中にある笑顔っていうのが、日本は失われつつあるような気がするんで、そういうのを若い皆さん、特に大学生時代にそういうことも経験していただくと、自分がいかに幸せかという再認識ができるかなっていうふうに思っています。

——はい。今日のトップインタビューは株式会社田園プラザ川場の永井彰一社長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただき、お話を伺いました。さあ、最後にもう1曲、リクエスト曲をお届けしたいと思います。選んでいただいた曲、レディー・ガガですか。

永井社長：はい。

——これはどうしてでしょう、社長？

永井社長：誰もがスーパースターになれる、誰もが夢を追って夢を諦めないでっていう歌詞が大好きなんですよね。特に元気のないとき、自分が失敗したときに、励ましの意味で聞いています。

——リスナーの皆さんにも永井社長の元気をお届けしたいと思います。レディー・ガガで『Born This Way』。今日はどうもありがとうございました。

永井社長：ありがとうございました。

保証協会からのお知らせ

群馬県信用保証協会のホームページについて

——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、群馬県信用保証協会のホームページについて、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。

——保証協会のホームページは最近リニューアルしたのですよね。

鈴木課長代理：はい、今年の3月にホームページを全面的に刷新しました。できる限りシンプルに、中小企業の皆さま、金融機関の皆さまにわかりやすく情報が提供できるよう心がけてリニューアルしました。

——私も拝見しましたが、明るいデザインで見やすいつくりになっていますね。さて、ホームページで発信している情報はどのようなものがありますか。

鈴木課長代理：目的に合わせた保証制度やおすすめの保証制度のご案内、保証協会を初めてご利用いただく方へのご案内や中小企業の皆さまへ向けたお知らせなどを掲載しています。また、ホームページのリニューアルに合わせて、保証料のシミュレーションが出来るようになりました。信用保証付きの借入をするときの保証料を概算ですがご確認いただけます。

——お客さまが保証協会を利用するための情報を見つけやすく工夫されていて、とても便利ですね。そのほか

にも発信している情報はありますか。

鈴木課長代理：当協会が発行しているガイドブックやリーフレットなどを掲載しています。創業を志す方には、「創業計画サポートガイド」をぜひご覧いただきたいと思います。また、経営者の方には「ぐんまグッドサポートガイド」をご覧いただきたいと思います。トップページの「書式・パンフレットダウンロード」ボタンを押してガイドブックやリーフレットをご覧になってください。ガイドブックやリーフレットでご不明な点や、創業・経営に関するご相談がありましたら、ぜひ当協会の窓口へご相談ください。

——保証協会の支援情報など、創業者や経営者にとって役立つ情報がたくさんあって、とても頼もしいですね。それから、ホームページではこの番組の情報も発信しているのですよね。

鈴木課長代理：はい、チャレンジ・ザ・ドリームの放送日の案内や、過去の放送内容をホームページで発信しています。これまでの6年間の番組の軌跡を掲載していますので、とても読みごたえがあると思います。トップページの「チャレンジ・ザ・ドリーム」のバナーからご覧ください。

——ぜひ、番組のページもご覧いただきたいですね。今日は、群馬県信用保証協会のホームページ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した。鈴木さん、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

コンポジション

「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、桐生市にある、国の重要伝統的建造物群保存地区にお店を構える帽子屋さん、コンポジションです。日本製品にこだわり、オリジナル製品の制作・販売や、OEM生産などを行っています。代表の齋藤良之さんは48歳。もともとは洋服の製造で独立を考えていたものの、途中で帽子に

軌道修正したそうです。コンポジションを訪問し、齋藤さんに創業の様子などを伺ってきました。

——私は今、桐生市本町にあるコンポジションのお店の前に来ています。道路に面した古い建物のお店、昔ながらの木の枠に板ガラスをはめ込んだガラス張りの引き戸です。店内が本当によく見えるんです。ミシンで作業をしている職人さんの姿も見えます。それでは早速お邪魔してみましょう。こんにちは。齋藤さんですか。

齋藤代表：はい、齋藤です。

——今日はどうぞよろしくお願いたします。

齋藤代表：よろしくお願いたします。



【収録風景：コンポジション店舗にて】

——コンポジションは2010年の開業で、このお店は去年、2018年にオープンされたと伺っています。もう何十年も前からあったのではないかなという、古い、何となく懐かしさを感じるたたずまいですね。

齋藤代表：この建物は昭和初期に建築をして、その建物をリノベーションして使用させていただいています。

——それから、私が店内を拝見してすごく印象に残っているのがですね、古いミシン、これがまた素敵ですね。

齋藤代表：ありがとうございます。ブレードミシンって言うんですけど、帽子専用のミシンで、昭和50年に製造中止になってしまっていて、もうメンテナンスとかもできないので、うちの職人の大山が整備等をやってくれています。

——あ、そうなんですね。ということは、このコンポ

ジションは、職人の、帽子づくりをしている大山さんと、そして代表を務める齋藤さんとの二人三脚。

齋藤代表：はい。2人で一生懸命やっています。

——帽子づくりというのは、どうやって行っていくものなんですか。

齋藤代表：はい。5ミリぐらいのひもを……。

——はい……リボンのような？

齋藤代表：長いリボンですね。それを頭のとっぺんの部分から円形状にぐるぐる、ぐるぐる縫って、大体一つの帽子ができるのに、60メートルから70メートル使ってます。

——あ、それであの麦わら帽子のような形に、くるくる、くるくと巻いていってなっていくと。

齋藤代表：そうですね、はい。

——ああ。その細いリボンがブレードっていうんですっけ？

齋藤代表：ブレードって言います、はい。

——なるほど。

齋藤代表：縫い終わったら、のり入れをします。

——のり入れ？

齋藤代表：はい。チョコレートのコーティング剤なんですけど、それで固めてます。そして固めて、その固めたのを木の型に入れて、蒸気で成型していきます。それが一連の作業です。

——一つつくるのに結構時間がかかりそう。

齋藤代表：そうですね、一つつくるのに、3日ぐらいかかってしまいます。

——そもそも、なぜこの建物にお店を出そうと思ったんでしょう？

齋藤代表：はい。ここから歩いて30秒ぐらいのところには石蔵がありまして、そこを工場としてやっていたんですけど、周りの人から「お店を出したほうがいいんじゃないか」という風に言っていて、たまたまちょうどリノベーションしている最中の建物が近くにあったので、ここでやることになりました。製造をしているところを、

通りかかった方などに見てもらえるということが一番の利点だと考えています。やはりうそのない帽子づくりをしているということを見てもらいたくて、ガラス張りのところでやっています。

——齋藤さんは埼玉県旧浦和市のご出身で、足利市内で洋服屋さんを開いたこともあるそうですね。

齋藤代表：はい。

——これはお幾つぐらいのときでした？

齋藤代表：24歳から32歳までやっていました。

——じゃあ結構長くやっていたんですね。

齋藤代表：そうですね。

——それがどうして製造する側になろうと思っていたんですか。

齋藤代表：待っているのが向いてないんですよ、私。

——ああ、お客さまを待っているという。

齋藤代表：そうですね。自分で営業したほうが私には向いていたので、工場とか、卸すほうをやっていききたいというのが一番強かったですよね。

——なるほど。いったん足利でされていた洋服屋さんを閉めて、どういう会社にお勤めになったんですか。

齋藤代表：はい。縫製工場と、ニット工場と、あと刺繍工場に勤めました。

——ああ、それはその後のご自分の起業のために？

齋藤代表：そうですね。やはり現場を経験しないと、どうやって指示していいかわからないので、働かせていただきながら、仕事のやり方を覚えたりとか、そういうことで、5年間働いていました。

——製造業を始めるための準備としては、まずどんなことからスタートしていったんですか。

齋藤代表：実際のところ、準備なく始めちゃったんですよ。

——え？ 本当ですか。

齋藤代表：はい。働いていたときにお世話になっていた刺繍会社の専務さんが、「そろそろ独立したほうがいいよ」って言ってきて、まあちょっとした飲み会とか開いていただいて、いろんな会社の社長を集めていただい

て、それで、「社長さん達が協力してくれるから、まあ、やってみろ」ということで動き始めたっていうのははじまりです。

——迷いはなかったですか。

齋藤代表：ずっとやりたいと思っていたので。

——さあ、そして2010年にいよいよ独立されたわけですがけれども、まずはどういうところから手がけていきましたか。

齋藤代表：一番最初は営業ですよ。取引会社が1社もないんで、片っ端から電話して、人と会ってという感じで。

——そのときは洋服屋さんをしようと思っていた？

齋藤代表：そうですね、洋服の刺繍の営業をやっていると思っていました。

——洋服の刺繍の部分の営業ということですよ。

齋藤代表：そうですね、はい。

——で、最初はなかなか順調にいかなかったんですか。

齋藤代表：ちょうどそのぐらいに景気が悪くなってきて、やはり営業に行っても、なかなか使ってもらえなかったですね。

——そういう中で、どうして帽子のほうにかじを切ったのでしょうか？

齋藤代表：営業した会社がたまたま帽子を専門でやっている会社で、その会社のデザイナーさんが気に入ってくれて……。

——ええ、その刺繍を気に入ってくれて？

齋藤代表：刺繍を気に入ってくれて、やることになったのが一番最初なんですよ。

——そのときというのは、齋藤さんにしてみれば、洋服の刺繍というところを目がけていたと思うんですけども、「えっ、帽子？」というような、何かご自身の中ではありませんでした？

齋藤代表：これが不思議で、高校生ぐらいから、帽子とかハットとかがすごい好きだったんですよ。

——抵抗はなかったと。

齋藤代表：なかったんですよ。

——で、実際に帽子の製造にかじを切っていくわけですよ。

齋藤代表：はい。

——これ、刺繍だけでなく。

齋藤代表：はい。

——これはどういういきさつからですか。

齋藤代表：デザイナーさんなんかと打ち合わせをしていたら、だんだんこういう「ニット帽できない？」とか依頼されるわけですよ。

——刺繍だけでなくって？

齋藤代表：なくてですね……。

——帽子そのものをつくれませんか？

齋藤代表：はい。そういうことを言っていたら、それをどうにかやって、こなしていくうちに、だんだん帽子専門になってきたという感じですね。

——その中で一番ご苦労されたのはどんなところですか。

齋藤代表：まあ、ニット帽とかだと、割と工場がまだ残っているんですけど、帽子の型物の会社というのがなかなか見つからなくて。

——型物？

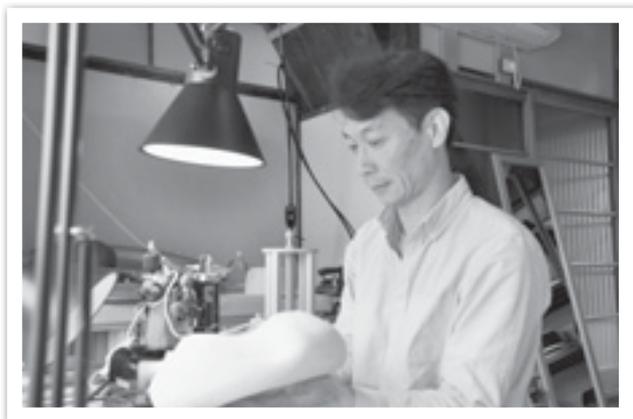
齋藤代表：型物っていうのは、ハットですね。ハットの会社が見つからなくて。せっかく見つけても、やはり歴史が長いので、私みたいな小さな業者は相手にしてくれないんですよ。それで、有名な型物の産地っていうのが岡山県とか、埼玉だと春日部にあるんですけど、その中の1つの会社に依頼したところ、そこにうちで働いている大山が働いていたと。

——職人の大山さんが働いて。あ、それがお二人の出会いというか……。

齋藤代表：出会いですね。

——ビジネスパートナーとなったスタートなんですよ。

齋藤代表：はい、そうですね。



【職人大山さんのお仕事】

——— どうしてオリジナルブランドを立ち上げたんですか。

齋藤代表：当初はブランドさんのOEMっていう、相手先の商品をつくるっていうのが主だったんですけど、やはり景気が悪くなって、ブランドさんが調子悪くなると、うちまで悪くなってしまっ。そこをちょっと変えていきたいなと思ひまして、オリジナルを少しずつやり始めて。

——— つくり手がわかっているという意味では、お客さまがメンテナンスとかでね、また持ってきたりなんていう方も多いのかななんて思ひますが。

齋藤代表：ああ、そうですね。うちの商品をご購入してくれた方には、メンテナンスを無料でやっています。

——— 最後に、今後のコンポジションの目標をお聞かせください。

齋藤代表：はい。桐生が帽子の産地という感じで有名になってくれればいいなと思うのと、あと、ブレードの職人さんをこの地で増やせていけたらいいなと思ひております。

——— 大山さんの弟子が今後増えるといいなと（笑）。

齋藤代表：そうですね、はい。

——— はい。今日は桐生市のコンポジションの齋藤良之さんにお話を伺ひました。どうもありがとうございました。

齋藤代表：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、川場村の道の駅の運営などを手がける株式会社田園プラザ川場の永井彰一社長のトップインタビュー、そして後半は、桐生市のコンポジション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～」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】
令和元年7月4日（木）12:00～12:55
再放送 7月6日（土）8:00～ 8:55
ぜひお聞きください！