

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6月6日（第75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、即席麺のプラントメーカー 富士製作所の櫻澤誠社長、55歳です。藤岡市にある富士製作所は、従業員100人弱の会社ですが、国内はもちろんのこと、世界46カ国に即席麺をつくるプラントを輸出していて、世界シェアのおよそ50%を占めています。ニッチ分野において高い世界シェアがある優れた中堅・中小企業を経済産業省が検定したグローバルニッチトップ企業100選にも選ばれています。櫻澤社長にグローバルニッチトップである方法などを伺っていきます。番組後半は訪問インタビュー。弦楽器の製作・修理を行う藤岡市の山猫バイオリン工房を紹介します。

【プログラム】

■トップインタビュー

株式会社富士製作所

櫻澤誠 代表取締役社長

■保証協会からのお知らせ

創立70周年記念保証「Gリポートプラス保証」について

■チャレンジ企業紹介コーナー

山猫バイオリン工房

◎アナウンサー 奈良のりえ

トップインタビュー

株式会社富士製作所

櫻澤誠 代表取締役社長

——株式会社富士製作所の櫻澤誠社長に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。

櫻澤社長：よろしくお願いいたします。



【収録風景：FM GUNMA スタジオにて】

【即席麺製造機メーカーとなったきっかけ】

——世界46カ国に輸出をしているそうですが、例えばどんな国に輸出しているんですか。

櫻澤社長：はい。世界地図を日本を中心にして見ていただくと、右のほうからアメリカ・カナダ等の北米、それ

からメキシコなどの中米、またブラジル・ペルーなどの南米、それからニュージーランド・オーストラリア、あるいはパプアニューギニア等のオセアニア、それから台湾・中国などの東アジア、ASEAN諸国、そしてインド等の南西アジア、それからアフリカ・中東と、全域に輸出をしております。

——5大陸すべてを制覇してるということでしょうか、社長？

櫻澤社長：そういうことになりますね。

——世界的な規模でビジネス展開をされている、まさにグローバル企業でいらっしゃるわけですが、ということは、販売や設置などで海外出張も、櫻澤社長、多いですか。

櫻澤社長：私自身も、お客さまへのあいさつですとか、同行営業で出向きますけれども、ほかにもエンジニアや営業マン、それから設計者等が、お客さまとの打ち合わせや設置等で常に出張しているというような状況が続いております。

——そんな富士製作所ですが、櫻澤社長のおじいさまが創業したそうですね。

櫻澤社長：はい。戦後、祖父が戦地から引き揚げてまいりまして、1947年に高崎で創業をいたしました。

——その高崎でスタートしたところというのは、どういうことをやってらしたんですか。

櫻澤社長：近所、近隣の工場ですとか、事業所の設備の修理ですとか、あるいはちょっとしたものをつくって納めるとか、そんなことをしていたようです。

——それが、なぜ即席麺づくりのプラントを手掛け始めたんでしょう。

櫻澤社長：当社は1963年にはじめて即席麺の機械を手掛けたんですけれども、そのころは今よりもだいぶ多くの即席麺を手掛けている食品会社がありました。祖父の戦友であった方が新たに即席麺の製造を始められまして、その生産現場で人手が足りすぎる、あるいは危険な作業があるということで、それを何とか機械で自動化できないかという相談をいただいて、そこで取り組んだのが始めです。

——どういう機械だったんですか。

櫻澤社長：即席麺の製造工程の中に、「油で揚げる」とい

う部分があるんですね。で、そこを何とか機械化できないだろうかと思いついたのが、自動式のフライヤー、油で揚げる機械のことですけども、それが最初の即席麺用の機械ですね。

——ということは、結構業界の中では先駆けだったのではないですか。

櫻澤社長：どちらかというの後発だったというふうに聞いております。既に同じようなことをやっている会社が当時はあったようですね。

——そうですか。

櫻澤社長：父と祖父が当時一緒に仕事をしていたわけですが、現会長である父から聞いている話では、当初は他社の下請けのような形で仕事をしていたそうなのですが、仕事を出してくれる会社さんの要求や中身に理論的、あるいは技術的にちょっと無理なところもあるというところで、そこから自社で開発、製作を進めていきました。それがだんだんと守備範囲も広がって、お客さまから評価もしていただけるようになったのではないかとこのように思います。

——藤岡に移転をなさったんですね。

櫻澤社長：はい。

——このときは、社長はお幾つぐらいになってたんですか。

櫻澤社長：私が6歳くらいのころです。

——そうですか。そのころのことは何となく覚えていらっしゃる？

櫻澤社長：ええ、そのころのことはよく覚えております。

——ああ、そうですか。どんな雰囲気でした？

櫻澤社長：工場の片隅に事務所と住まいがあるような、全部が一つの建物でした。

——ああ、そうですか。

櫻澤社長：はい。で、働く人たちもだんだん増えていって、まさに今の基になってきた時期だと思います。で、自社だけでやるようになってから、そのフライヤーの上流、それから下流も開発・設計・製作していきまして、やがて一番頭から一番終わりまで自社で設計・製作をするようになりました。

——その上流から下流というのは、麺からということ

でいいんですか。

櫻澤社長：そうですね、麺の素となる生地……。

——生地を？

櫻澤社長：はい、生地は小麦粉と水、それから幾つかの添加物、これらを混ぜ合わせてつくるわけですが、その生地をつくって、麺をつくって、そして最後、1食分になった麺を包装する手前までを自社で設計、製作をするようになりました。

【海外展開への第一歩】

——海外進出というのは、いつごろから始めたんですか。

櫻澤社長：1970年が1号機の輸出だというふうに認識しております。

——これはどういうタイミングだったんでしょう。

櫻澤社長：日本で生まれた即席麺ですけれども、海外にも普及していきました。その当時は東南アジアでも盛んに即席麺をつくるようになりはじめたころだというふうに思います。で、海外からお話をいただいて、それに応えてというふうなことです。

——何やら社員募集の看板には、かなりグローバルティなお話を書かれて募集をかけたと聞いてますが（笑）。

櫻澤社長：私の小さなころの記憶に結構強く残っているんですけれども、あるとき、当時私は小学生でしたが、学校から帰ってきて家に近づいてきたらですね、会社の塀にポスターが貼ってあることに気が付きました、何のポスターだろうと思って見てみたら、社員募集のポスターだったんです。大きく飛行機の写真がそこにあってですね、「あなたも海外に仕事で行ってみませんか」というコピーが書いてありました。輸出もだんだん増えてきて、社員もどんどん募集しなければ、というような状況だったのではないかとこのように思います。

——そうしますと、会社の状態もずいぶんこのあたりから変わっていったんでしょうね。

櫻澤社長：そうですね。私が二十歳くらいまで会社の敷地内に住まいがあったんですけども、当時はもう昼夜を問わず、エンジニアを中心に社員が入り出していました。出張に行く人が、そして帰ってくる人が、今のよう

間だけというようなことはなくてですね、ほんとに毎日、昼でも夜でも人が会社に入出入りしているというような状況だったのをよく覚えています。

——本当にそのころから海外展開が相当活発だったということですね。

櫻澤社長：そうですね。海外展開といいますが、お客さまからの引き合いですとか、仕事にできていた結果、そういうふうになっていたというような状況なんですけれども。

【入社から社長就任までの様子】

——櫻澤社長ご自身の入社は何年になりますか。

櫻澤社長：これは1986年です。

——大学をご卒業されて、すぐということですか？

櫻澤社長：はい、そうですね。

——これ、やっぱり社長は技術系ですか、お父さまの跡を継いで……。

櫻澤社長：いえ。まあそこがですね、父にしてみれば全くふがいないところだと思います。私は技術系がまるっきり駄目で、結局大学は文系に進みました。技術系では使いものにならないので、営業をやらせようということで、入社をいたしました。

——ということは、いろんな日本の企業さんを回ったというものが、まずスタートになったんですか。

櫻澤社長：輸出も当時それなりに、もう半分近くあったものですから、ある程度英語も使えないと駄目だろうということで、半年弱くらい、ちょっとアメリカのほうに語学研修で行ってまいりました……。

——ああ、そうですか。

櫻澤社長：はい。その後は、すぐ会社に戻らずにですね、取引先の商社さんで4年半くらい勉強させていただいて、それから会社に戻ってまいりました。

——そこでの下積みというか、修業の時代、そしてアメリカでの語学研修などで、これが今にもすごくつながってよかったななんていうご経験、思い出されることはありますか。

櫻澤社長：そうですね、いろいろあるんですけど、例えばアメリカに限らず、海外に行くことですね、世界の言

語のマジョリティはやはり英語でして、どこの国に行っても、割と普通に皆さん、英語でコミュニケーションを取ってる。これはアメリカ、イギリス、あるいはオーストラリアに限らず、アジア諸国などでも普通にこう、使っているところが多いものですから、やはり英語は話せないと仕事にならない、というのはちょっとオーバーかもしれないけれども、やはり話せるに越したことはないというのは実感としてありますね。

——そうですね。そして現在は、富士製作所はグローバルニッチトップとして注目されているわけですが、当時、櫻澤社長は会社の業態をどのように感じていましたか。

櫻澤社長：私が入社した当時は、輸出も半分近くあって、今も国内、そして海外、半々くらいなんですけど、いずれにしても今後、海外向けの商売は少しずつ増えていくんだろうという予想とですね、それから、当時も今も変わりませんが、海外からお話を、どんなに遠いところでもお話をいただいたら、まずはそれに真摯に取り組むというようなことは、しっかり続けていかなければというふうに感じておりました。

——社長就任の時期というのは？

櫻澤社長：2003年ですので、40歳ですね。

——そのころの抱負など、覚えていらしたら、是非ともお聞かせください。

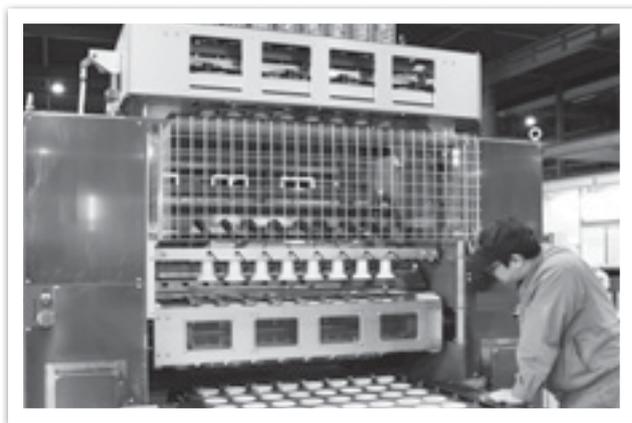
櫻澤社長：現在でも同じですけども、お客さまのですね、ご要望をしっかりと満たすところが基本になると思うんですけども、まだそういう意味では、問題や課題もありますので、まずはそういったところを克服していかなければというふうに考えております。

——そのお客さまの要望を満たしているからこそグローバルニッチトップでいらっしゃると思うんですけど、その方法などについて、この後、たっぷり伺っていきたいと思います。その前に1曲お届けしましょう。選んでいただいた曲ですが、ジョン・クーガーですね。現在のジョン・メレンキャンプということですが、これは櫻澤社長がよくお聴きになっていた曲ですか。

櫻澤社長：はい。取引先の商社で修業をさせていただいていたころなんですけど、その会社の独身寮に当時住んでおりました。週末はよく、仕事が終わると実家に帰っていたんですけど、金曜日の夜中に車の中でよくこのテー

プをかけて聴いておりましたね、そのころを思い出すような感じ、印象があります。

——ではお届けします。ジョン・クーガーで『ジャック・アンド・ダイアン』。



【カップ麺製造ライン】

【業界でトップランナーになるために必要なこと】

——櫻澤社長、ニッチ産業とはいえ、競争はもちろんあるわけですね。

櫻澤社長：はい。あまり会社の数は多くないですけども、熾烈な競争は、やはりこの業界にもあります。

——その中で、やっぱりトップに立っていただける強みってというのはどんなところなのでしょう。

櫻澤社長：我々自身で認識しているのは、比較的技術的な柔軟性があるんじゃないかと。絶対的な技術力というよりは、とにかくお客さまから何かご要望があったら、たとえ初めてのことで、少し複雑なことでも、まずは取り組んでみようという、昔からこの姿勢が社員一人一人にあるというふうに考えております。即席麺は、大きく分けるとですね、袋に入っているものと、それからカップに入っているカップ麺、それからさらに麺そのものが油で揚げているものと、それから揚げていない、いわゆるノンフライといわれるものがあります。それらの機器をすべてやってるのは、業界では富士製作所だけです。

——柔軟に対応できるということですね。

櫻澤社長：そうですね、一通り何でもお応えできるとい

うふうになっております。

——やっぱりこう、積み重ねた技術力、そしてノウハウがあるからこそなのでしょうね。どのようにしたら、そのような技術力というのは付けられるんでしょう。

櫻澤社長：やはり何かお話をいただいたら、まずは取りかかってみるということが一つだというふうに思います。あとは、現会長が技術屋でアイデアマンであったということもあって、いろんな新しいものに積極的に取り組むという姿勢をずっと持ってきたものですから、自然と会社全体が、社員一人一人がそのような気質を身に付けているのではないかとこのように思っております。

——とはいいいながらも大変な注文もありますでしょうか？

櫻澤社長：程度の差はあれ、大変な注文は日常的にあるんだと思うんですけども……。

——具体的にどのようなものが最近は？

櫻澤社長：大変さでいきますと、もう6～7年前くらいになると思いますが、ある日本のお客さまからご注文をいただいた機械がありまして、その機械は、お客さまが、ちょっと大げさに言うと、社運をかけて発売されるような新製品ののための機械だったんですけども、非常に技術的にも難しいところもあり、さらに、非常に納期が厳しかったんですね。

——短かった……。

櫻澤社長：短かったです。お客さまのほうとしては、もう発売時期を決めているわけですね。で、それに間に合わせるには納期的には相当厳しい。発売時期が決まっているならば、納期を余裕を持って取ればいいじゃないかというふうに単純には思えるんですが……。

——そのとおり、思います。

櫻澤社長：ところが、やはり新製品でもあり、その新製品に使う機械もまたちょっと新しいものでもあるものですから、やはり進めていくと、変更したり、足したり引いたり、いろいろ気付かなかったところが見えてくるというのもありまして。それで、非常に大変な思いをして、機械が完成してですね、うちの技術者がお客さまの工場に設置に行くわけですけども、まあそこでほんとに工場に泊まり込みでやるような状況でしたが、何とか形になりまして、で、結果としてそのお客さまの製品は大ブレー

クして……。

——えー。

櫻澤社長：あの、ちょっとこれ、製品名を申し上げるわけにはいかないですけども……。

——ヒントでも欲しいです。食べたことがありますね、私たちもきっと。

櫻澤社長：おそらくあると思います。そのころは業界では一大ブームが巻き起こりまして、普段、即席麺というのは、主婦の方ですとか、若い方が中心に買われてるんだと思うんですけども、その当時はお父さんが奥さんに、「〇〇のこれ、買ってきて」というふうに言うくらい一大ブームになって大ヒットした製品になりました。

——その陰には、富士製作所の方々の……。

櫻澤社長：はい、社員の努力があって、何とか形にすることができたというふうに思います。

——技術開発の仕方についても伺わせていただきたいと思えます。例えば食品メーカーさんから「こういう麺をつくれるようにしてほしい」という要望が来たとしてまずよね。この場合って、機械を開発するんですか。

櫻澤社長：機械に行く前に、どういう機械にするかということを検討しなければいけないわけですけども、そのどういう機械にするかということを検討するのにあたっては、その麺がどんな麺かということ进行分析したり、あるいは試作もしてみないといけませんので、そこからスタートするわけですね。

——分析というのは、どういう分析をするんですか。

櫻澤社長：まずはですね、そのターゲットになるような製品を試食をしてみて、うちも専門家がおりますので、どんな小麦粉を使っているとか、どの程度蒸しているとか、油で揚げているとかってというのが大体わかるものですから。そこから自分たちでそれを基に試作をして、で、そのターゲットに近づけていくということを繰り返してやっていくわけですね。

——そうすると、何か相手の方、お客さまから「こんなものが欲しいんだよ」というような、「こんなもの」というのがまず届いて、それを分析していくんですか。

櫻澤社長：そうですね。お客さまからですね、「こういう麺が欲しい」と言われる場合もありますし、あるいは我々が「このような麺であれば、つくるのにあたって効率が

よい」とか、あるいは「麺という製品として質もよい」というようなご提案を差し上げることもあります。

——これは、そういうことができるような施設があるということですか。

櫻澤社長：はい、我々、業界ではパイロットプラントとか、テストプラントと言われておりますが、試作用の一連の機械が社内にありますので、それを使って、そういった作業をしております。

——ということはですよ、櫻澤社長、富士製作所で、実はカップラーメン、つくれてしまうということですか。

櫻澤社長：つくれます。ただ、スープはできませんので、スープはどこかから持ってこない。麺はできます。

——例えばそちらのほうに、ちょっと食品メーカーに近いような形でやろうかな、なんていうことはなかったんですか、今まで。

櫻澤社長：食堂とか、町のパン屋さんであればですね、そのくらいのことは、やろうと思えばできるかもしれませんが、即席麺は大量生産の工業製品ですので、たぶんそんなことはみんな考えたこともないと思いますね。

——ないんですね。それは失礼いたしました（笑）。

櫻澤社長：もちろんお客さまの手前というのものもあるかもしれませんが、そもそも商売として、そういったことは考えたことはないんじゃないかと思えますけれども。

——そんな欲張りなことを言ってないで、目の前のことに集中していらっしゃると。

櫻澤社長：そうですね。

——失礼しました（笑）。これまでに世界46カ国にプラントを輸出しているそうですけれども、海外へのセールスというのは、主に櫻澤社長がやっていたらっしゃるんですか。

櫻澤社長：私も同行営業で行くこともありますけれども、営業部の海外担当の部隊がおりまして、そちらの者が海外に対する営業活動を行っております。

——どのように行っているんですか。

櫻澤社長：輸出商社さんから仕事の話をいただくこともありますし、実際のユーザーさんから直接連絡をいただくこともあります。あとは、海外の展示会に出展して、そこで営業活動を行ったり、あるいは声をかけていただ

いたりというようなこともあります。ホームページも今はありますので、そういったもので簡単にチェックはしていただけるというふうに思いますが。

——海外でのビジネスですから、日本との違いというものもあると思うんですが、そういったことを感じることはありますか？

櫻澤社長：表現といいますか、説明が難しいんですけども、日本のお客さまはですね、お互い日本人なので、呼吸がわかっているということもあると思うんですが、技術的な面に関しても、確認に確認を重ねてというようなやり方をしなくても、そんなに問題にならないという面があります。しかし、海外ですと、特に他意はなくとも、技術的なことだとか、いろんなことをしっかりとお互いに確認しないと、トラブルのもとになるというようなことはあると思います。

——結構きめ細やかなフォローなどもね、必要なのではないかなと感じるんですけども、グローバルニッチトップでいられるゆえんって何だと思えます？

櫻澤社長：やはりお客さまのリクエストにひたすら応えていくということではないでしょうか。

——それはどの業界でもほんとに言えますよね、トップを目指すには、もう言葉にすると簡単なんだけれども、ほんとにたくさんやらなくてはいけない。

櫻澤社長：そうですね。やるのはなかなか難しいんじゃないかと思えますけれども。

——そして、グローバルな事業展開の中で大切なことというのは、櫻澤社長、何だと思えますか。

櫻澤社長：例えば輸出をしていない企業さんが、もし何かを輸出するというお話があったとしたら、怖がらずに飛び込んでいくということではないかと思えます。海外であっても、国内であっても、需要があると思えますので、その需要があるということは、それに応えればそこでビジネスが成り立つということになると思えますので、まずは取り掛かってみるということが非常に大事なんじゃないかというふうに思います。

——なるほど。話がある、イコール、もう需要なんだよと。

櫻澤社長：そのとおりですね。何もなければ話はありませんので。

———ですよね。是非とも果敢にチャレンジしてほしいですね。

櫻澤社長：はい。



【海外の顧客との打ち合わせ】

【趣味について】

———仕事を離れたお話もお聞きしたいんですけども、櫻澤社長、趣味は何ですか。

櫻澤社長：趣味と言えるほど高尚なものはないんですけども、強いて言うと、オートバイが好きでして、高校生のころからずっと今に至るまで、ちょっと時間があれば、オートバイに乗っております。

———ツーリングとか？

櫻澤社長：はい、そうですね。

———そのほか、やはり即席麵に関わっていらっしゃるからこそなんですけど、食べ物とかも、やっぱり興味ありますか？ 趣味かどうか別としても。

櫻澤社長：国内でもそうですし、海外でもそうですが、出張でその土地に行くとやはり、その土地にそれぞれおいしいものもありますので、そういったものを試せるというのは非常にうれしいことだというふうに思います。

———最近行った海外出張の中で、「これ、おいしかった」とか、新しい発見とか？

櫻澤社長：お客さまは世界中のいろんなところにあるんですけども、営業その他で行く機会が多いのはやっぱりアジア諸国なんです。アジア諸国はそれぞれの土地に、

やはりおいしいものもありますし、あとは華僑の方が広く住んでいらっしゃるのので、どこへ行ってもおいしい中華料理があります。ただおいしいだけではなくて、「これ、どうやってつくったんだろうな」、あるいは「こういう料理だけど、何でこういう発想になるんだろうか」。使う材料、それから調理の仕方、もちろん料理以外の分野でもすごいとは思いますが、中華料理を食べるたびに、中国人は天才じゃないかと、本当にいつも思います。

———そうですか。それはじゃあ、アジア圏内であればどこでも中国料理は華僑の方がいらっしゃるって……。

櫻澤社長：そうですね。おいしいところは、ほんとにおいしい。

———心に残ってるのは、どこの国ですか？

櫻澤社長：いや、どこ行ってもですなえ、おいしいので……。

———飛び込んで行っちゃっていいんですか、なんかオススメにって。

櫻澤社長：それがですね、自分たちで飛び込むと、当たり外れがありまして、やっぱり地元のお客さまに連れて行っていただくようなところは、高いとか安いとか、高級とかそうでもないとか、そういうことではなくて、ほぼ100%おいしい。当然、地元ですから、おいしいところを知ってるわけですよ。

———まさに穴場を知っていらっしゃるわけですよね。

櫻澤社長：穴場なんです。その穴場がたくさんあるんですね。レベルも高いですし、日本では見られないような材料もありますし。例えばアジアですから、ちょっと暖かいので、野菜やフルーツもたくさんあるし、あとはシーフードも、養殖も含めてたくさんありますので、ほんとにそのときだけは幸せな気分になります。

———あと、やっぱり麺って興味があって、結構食べたりするんですか。

櫻澤社長：ええ、若いころはラーメンがそんなに好きではなかったんですけど、中年以降、外にいてもラーメンを食べる機会が結構あるんですが、やはりあちこちにいろんな麺料理があるんですけども、小麦粉でつくったラーメン、まあラーメンは小麦粉ですけども、東南アジアなどですと、米粉でつくった、ビーフンですとか、あるいはちょっと幅の広い、またちょっと製法が違うんで

すけども、米の粉でつくった麺などが結構ありますし。

——フォーとかですか。

櫻澤社長：はい、そうですね。フォーとかですね、あとはクエティアオなどという名称で呼ばれているんですが、そういったものもすごくおいしいですよ。

【今後の目標について】

——さて、おいしい話はちょっと置いておいて、仕事の話に戻りたいと思います。富士製作所の今後の目標を教えてください。

櫻澤社長：はい。我々も業界ではある程度の位置にというふうに認識はしておりますけれども、まだまだ課題を抱えております。それは何かといいますと、品質の安定化ですとか、あるいは自社内における技能や技術の伝承、そういったものはしっかりと今後、取り組んでいかないといけないというふうに考えております。

——大変謙虚におっしゃっておられますけど、世界シェア50%、半分ですよ。

櫻澤社長：はい。半分なんですけれども、じゃあ出来がいいのかどうかといいますと、また話は別でして、やはり仕事におけるミスも、まだ少なからずありますし、それから技能も、技術の伝承も、そんなにスムーズには進んでおりません。したがって、その辺をしっかりと強化するべく取り組んでいかないと、やはりまずいというふうに思います。

——トップでいても、なおかつまだまだだと。

櫻澤社長：なおかつといいますか、まだ途上だということですね。

——ほんとですか。

櫻澤社長：はい、途上も途上です。

——極めていくと。もうミスは一つもあってはならないというような境地でしょうか。

櫻澤社長：そうですね。当然そうなんですけど、なかなかそこまでは。自分自身もしっかりと言わなければいけないんですが、社員全員で一生懸命取り組んでいかないといけないというふうに思います。

【新規事業に取り組む方へのメッセージ】

——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しただければと思うのですが、新規事業に取り組む中で大切なことは何だと思えますか。

櫻澤社長：先ほどからも話の中でも言わせていただいたんですが、そこに需要があるということは仕事になるということですから、やはり何かあったら、断ったり、あきらめたりしないで、まずは取り組んでみる、取り掛かってみるということが大事なんではないでしょうか。

——そして、社長がおっしゃっていたように、なるべく「ノー」と言わない。

櫻澤社長：そうですね。当社の経営理念の中に「簡単にNOと言わない」という項目があるんですけども、まさにそれが現在の富士製作所をつくってきた基になっております。これはどこの業界や、どこの世界でも言えることだと思えますので、大変大事なことだというふうに思います。

——今何かちょっとお話があって、どうしようかなって悩んでる方は、まずはその失敗を恐れずに、やっぱり一歩踏み出す勇気って本当に大事ですね。

櫻澤社長：そうですね。確かに失敗は怖いことでしょうし、仕事の上で、あるいは事業の上で失敗をするということは、それは確かに致命的なものになる場合もありますので、確かにそれは慎重にならざるを得ないんだと思うんですけども、何ていうか、「えいや」で、ギャンブル的に失敗を恐れずに行けというのではなくて、とにかく取り組んでみて、一つ一つああでもない、こうでもないとひっくり返しながらいじっていくと、だんだん見えてくるものがあると思うんですね。ちょっと抽象的な表現で申し訳ないんですけども。そういうことをやっていけば、だんだん糸口がつかめてくるんじゃないかというふうに思いますけども。

——まずは取り組んでみようよ。

櫻澤社長：そうですね。どこかでちょっと見掛けたフレーズなんですけども、英語で「better than never doing it」という言葉がありまして、おそらく意味合いとしては、「やらないよりは、やったほうがまし」という程度のことなんだと思うんですけども、これが非常に大事なことでないかと。何かあったら、まずはちょっとやって

みる。やろうかやらないか迷っているんだったら、取りあえずやってみる。そのあたりは非常に重要だというふうに思います。

——はい。今日のトップインタビューは、株式会社富士製作所の櫻澤誠社長に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、それではもう1曲、リクエスト曲をいただきましたので、お届けしたいと思います。群馬のインディーズバンド「タコライス」。このタコライスと社長とは、どういうご関係ですか。

櫻澤社長：私は十数年前まで、高崎青年会議所というところに所属しておりまして、そのときに取り組んだ事業の中に、高崎の野外音楽フェスティバルというものがありました。そこにお招きして来ていただいたバンドの中の一つがタコライスさんで、今日選ばせていただいた曲は、若い方や、いろんな目標を持ってがむしゃらに取り組んでいる方にふさわしい、元気を出せるような曲だと思ひまして、ちょっと選ばせていただきました。

——はい、それではお届けします。タコライスで『テンダー』。櫻澤社長、今日はどうもありがとうございます。

櫻澤社長：ありがとうございます。

保証協会からのお知らせ

創立70周年記念保証「Gリピートプラス保証」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、群馬県信用保証協会の創立70周年を記念した保証制度について、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、よろしくお祈いします。

鈴木課長代理：こちらこそよろしくお祈いします。

——群馬県信用保証協会は、今年、創立70周年を迎えるのですよね。

鈴木課長代理：はい、私も群馬県信用保証協会は、本年10月に創立70周年を迎えます。中小企業・小規模事業者の皆さまや、関係機関の皆さまのおかげで、70周年を迎えることができます。この場を借りて感謝申し上げます。

——保証協会は創立以来70年間、県内の中小企業に寄り添って歩んできたということですね。さて、今回は創立70周年を記念した保証制度についてのご紹介という事ですが、どのような保証制度ですか。

鈴木課長代理：新しい保証制度は、創立70周年記念保証「Gリピートプラス保証」です。昨年9月に取り扱いを開始した短期継続型保証「Gリピート保証」が好評を得て大変活発にご利用いただいています。このたび、私どもの創立70周年を記念して、「Gリピート保証」を拡充する形で、12月27日まで、7か月間の期間限定で「Gリピートプラス保証」を取り扱います。

——「Gリピート保証」は、お客さまから大変な反響があったと伺っています。その「Gリピート保証」を拡充した保証制度「Gリピートプラス保証」の特徴はどのようなものですか。

鈴木課長代理：大きな特徴は、お客さまに負担していただく信用保証料率を、一般保証で適用する料率から0.1%引き下げていますので、利用しやすい保証制度となっています。ご利用限度額は7千万円となりますが、保証協会をご利用されているお客さまの場合は、既にご利用されている金額と、本制度のご利用予定金額の合計が1億5千万円以内での取り扱いとなります。また、お客さまの直近の決算に基づく1か月の平均売上高の2倍の金額が7千万円に満たない場合は、1か月の平均売上高の2倍の金額が限度となります。なお、「Gリピート保証」をご利用されているお客さまは、「Gリピート保証」のご利用金額と「Gリピートプラス保証」のご利用予定金額の合計がお客さまの直近の決算に基づく1か月の平均売上高の2倍以内での取り扱いとさせていただきます。

——事業の規模が大きく、売上の多い事業者の方にとってはとても頼もしい保証制度ですね。では、詳しい内容について知りたい場合やご利用に関するお問い合わせ先はどちらになりますか。

鈴木課長代理：ご利用にあたっては今回ご案内した内容のほかに一定の要件がございます。詳しい内容をお知りになりたい方は、当協会の保証統括部 保証推進課 又は営業部・各支店の保証課までご連絡をお願いいたします。なお、各窓口の連絡先は当協会のホームページでご確認ください。また、当協会のホームページで「Gリピートプラス保証」のチラシを掲載しております。ぜひご覧ください。

ださい。

——今日は、「Gリピートプラス保証」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

山猫バイオリン工房

「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、バイオリンなどの弦楽器の製作や修理を行っている藤岡市浄法寺の山猫バイオリン工房です。埼玉県出身の金子齊一郎さんが、おとしし4月に31歳の若さで創業しました。藤岡市の工房を訪問し、楽器の製作・修理という専門的な分野での起業の様子などをうかがってきました。



【収録風景：藤岡市のバイオリン工房にて】

——私は今、藤岡市浄法寺にある山猫バイオリン工房に来ています。民家をリノベーションして工房として利用しているんですが、工房内にはたくさんのバイオリンが下がっています。このバイオリンは、金子さん、つくっているんですか、それとも修理をしているんでしょうか。

金子さん：つくったものもあれば、修理をしているものもあります。

——ご自身のつくったバイオリンも、もちろんあるわけですね、今。

金子さん：はい、そうですね、こちらになります。

——是非とも音を出してもらってよろしいでしょうか。

金子さん：はい。

——うわー、なんかこう、柔らかみがあって、それでいて広がりがある、さらにはすごく鮮明で明るい音ですね。

金子さん：ありがとうございます。

——金子さん、演奏もなさるんですか。

金子さん：演奏は、修理を始めてから始めました。

——ということは、もともと演奏家ではなかったけれども、この世界に入ってきたと。

金子さん：そうですね。

——この山猫バイオリン工房では、弦楽器の製作や修理などを行っているということなんですが、弦楽器、例えばバイオリンって、どのようにつくっていくんですか。

金子さん：はい、ここにヨーロッパ産の材料があるんですけども……。

——材料というのは、木の板ということでよろしいですね。

金子さん：そうですね、こちらをバイオリンの形に切り出します。で、アーチをつかって、厚みを出して、それを組み立ててつくっていきます。

——道具はどのようなものを使うんですか。

金子さん：かわいいものだと、ここに小さい、親指サイズぐらいのカンナがあります。

——うわー、この親指サイズのカンナで、どういう作業をするんですか。

金子さん：これは主にアーチを削っていく作業になります。

——形を整える作業ってということですか。

金子さん：カーブを出していきます。

——いやあ、細かい作業がたくさんありそうですね。

金子さん：はい。

——どのぐらいの種類があるのか、ちょっと教えてもらってもいいですか。

金子さん：カンナ、ノミ、あと、仕上げで磨きますスクレーパーという工具もあります。あと、花ヤスリ、はい。

——ずいぶん引き出しの中にいろんな道具が入ってますけれど、何種類ぐらいあるんですか。

金子さん：ノミだけで少なくとも20本以上はあると思います。

——全部手づくり、機械は使わない、当たり前？

金子さん：機械はほとんど使わないですね。

——ほとんど使わない？

金子さん：はい。

——まさに職人技……。

金子さん：そうですね。昔の方も300年前なんかは、もちろん電動機械はありませんので。

——そのつくり方自体は変わってないってことですか。

金子さん：ほとんど変わってないですね。

——それが作り手の方にとっては魅力的なのかしら。

金子さん：作り手側としては一番面白い部分ではあります。

——大体1つのバイオリンをつくるのに、どのぐらい期間はかかるんでしょう。

金子さん：大体、白木で1カ月で、その後に塗装が1カ月、約2カ月ぐらい見ていただいて……。

——2カ月ぐらいかかるということですね。

金子さん：もちろん仕上げの細かさで全然時間が変わってきますので、そのあたりを省いてしまえば早くつくことはできますけれども。

——で、今は修理などもずいぶん行っているということなんですけれども、修理というのはどのように行いますか。

金子さん：そうですね、一番多い修理だと、弓に馬の毛

が張ってあるんですけれども、そちらを替えるっていう修理が一番多くなります。あとは、音の調整だったり……。

——音の調整？

金子さん：はい。木でできているものなので、季節によってもいろいろと具合が変わってきます。あとは運んでいるときに、バイオリンの中に入っている棒、魂柱というんですけども、そういうものや、上に立ってるブリッジ、それも接着をしてないので、そういうものが動いたりしますので、そういうところの微調整をしたりします。

——付いてる部品というのは、接着してないんですか。

金子さん：そうですね。

——ちなみにですが、すごく大変だったなっていう、高度な修理はどんなものがありますか。

金子さん：そうですね、楽器の上に乗っちゃってしまって、真二つに破損してしまったっていうケースがありましたね。

——金子さん、それは修理不可能に近いんじゃないですか。

金子さん：いえいえ。そういったものでも修理できます。欠損した場合でも、新しい木を足して修復をするっていうこともありますね。



【バイオリン製作の様子】

——なんで、楽器づくり、しかもバイオリンづくりを

目指そうと思ったんでしょう。

金子さん：もともと、つくることがとても好きだったんですけども、木工などが……。

——ああ、そうですか。

金子さん：はい。大学のころに、たまたま偶然道で弾いてる方がいらっしやいまして、その音にほれて、つくってみたいと思いました。

——で、どのように製作や修理を学んでいったんでしょう。

金子さん：はい、僕の場合は東京にあった専門学校に2年通いまして、卒業した後に個人の工房で修業をして、その後、大手の会社に勤めました。

——会社員になったということなんですけれども、将来的には、やっぱり独立するっていうのが、もう決まっていた？

金子さん：会社ですと、基本的に修理の仕事しかないので、製作をしたいなっていうことがありましたので。

——おとし、31歳で山猫バイオリン工房をスタートさせたそうですけれども、これは予定どおりの時期だったんですか。

金子さん：予定よりは早いです。

——どういったいきさつで独立したんですか。

金子さん：たまたま前の会社に勤めていたときに体調を崩しまして、で、知り合いの方がこちらの藤岡市にいましたので、そこでちょっと療養させてもらっていました。そのときに、休んでいるときも製作をしたかったので、そこでちょっと始めたのがきっかけでした。

——もともとここでスタートしたわけではないんですか。

金子さん：そうですね、もっと山のほうの三波川っていうところでやらせていただいていた。

——ああ、そうですか。その2年前、独立に対する不安はなかったんですか。

金子さん：不安はありましたけれども、この仕事をやりたいていうことは決まっていたので、後先考えずに(笑)。まずやってみようということで、やってみました。

——この工房は成り立つなっていう、何か確信があっ

たんですか。

金子さん：そうですね、群馬の音楽が盛んな環境と、あと、周りに専門店が少ないっていうことがわかりましたので、やり方次第ではできるのかなと思いました。

——独立して、まず初めに行ったことは何でしょう。

金子さん：そうですね、近くのオーケストラだとか、学校さんのほうに営業をかけました。

——中身としては、「製作します」ということですか。どのような内容を折り込んでいったんですか。

金子さん：需要としては、やっぱり修理や、あと販売が多いので、そういったことをメインに、で、その下に製作のほうも書かせていただきました。

——販売というのは？

金子さん：つくったものだと、ちょっと高額になりすぎる場合がありますので、既存の初心者用のセットとかを仕入れまして、そういったものを販売しております。

——そういった中で、どういう方がお客さまになってくださったんですか。

金子さん：音楽教室の先生だとか、生徒さん、あとはオーケストラの学校さん、あと群響の先生なんかも使っただいております。あと、去年やおとしは、オーストリアのほうの工房のほうで、勉強しながら仕事をしてきました。

——では、スタートしてからも、まだまだ学び続けるというか、技術を研鑽されてると。

金子さん：そうですね、とても広い分野なので、常に勉強はしています。

——こちらに今年4月に引っ越しをされたっていうことですね。その理由というのは、あらためてどんなところだったんでしょう、一番は。

金子さん：お客さまのアクセスが少しでもよくなるようにということと、前のところが少し寒すぎる場所があったので……。

——寒かったですか。

金子さん：はい。

——冬場が大変……。

金子さん：はい、接着に「にかわ」というものを使いますので、寒いとちょっと、仕事のほうがよくないところもありますので。

——それで場所を移転して、そしてこちらで今やっていらっしゃるということですが、仕事の割合としては、修理と製作というのはどのくらいの割合ですか。

金子さん：そうですね、やっぱり修理のほうが多いので、大体8：2ぐらいで修理のほうが多くなっています。

——そうですか。今後としては、どういうふうになっていきたいという目標とか夢はありますか？

金子さん：はい、もう少し製作のほうの仕事が増えていきますようにやっていきたいです。

——金子さんのように、ご自分の好きなこと、得意なことで起業できたらいいなって思ってる方、多いと思うんですが、どうしたら一歩踏み出せますかね。

金子さん：やっぱり仕事なので、お金の部分はきちんと考えなければいけないと思うんですけども、僕も小さいころは、やりたいことじゃなくて、サラリーマンとして普通にやっていこうかな、ということも考えたんですけども、やっぱりどうしてもやりたいことがあったので、そちらに。自分自身がそのやりたいことをやっているときのほうが、なんか自然体でいられたというか、そういうことです。やりたいことをやるにはどうしようかって、仕事のことでもそうですけれども、どうすればそこに行けるのかっていうことを、ずっと考えながらやってました。

——今後さらに上に向かってご活躍されますことをお祈りしております。藤岡市にある山猫バイオリン工房金子齊一郎さんにお話を伺いました。金子さん、今日はどうもありがとうございました。

金子さん：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、即席麺のプラントメーカー 富士製作所の櫻澤誠社長のトップインタビュー、そして後半は、藤岡市の山猫バイオリン工房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～
【8月の放送のお知らせ】
令和元年8月1日（木）12:00～12:55
再放送 8月3日（土）8:00～ 8:55
ぜひお聞きください！