

チャレンジ・ザ・ドリーム

Challenge the Dream

～群馬の明日をひらく～

令和2年6月4日（第87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。

プロフィール

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、板倉町の農業機械メーカー、株式会社タイガーカワシマの川島昭光社長、64歳です。扱っているのは米の選別機や種もみをお湯で消毒する機械など、農業に携わる人でなければわからないようなニッチな分野ですが、全国シェアの5割を占めるニッチトップ企業で、東南アジアにも進出しています。祖父が創業し、父が全国展開に成功。川島社長が海外進出を果たしました。川島社長に挑戦の様子を伺っていきます。番組後半は、妊婦向けスープでアジア進出を始めた前橋市の株式会社ベジタルを紹介します。

【プログラム】

■トップインタビュー

株式会社タイガーカワシマ

川島昭光 代表取締役社長

■保証協会からのお知らせ

群馬県新型コロナウイルス感染症対応資金について

■チャレンジ企業紹介コーナー

株式会社ベジタル

◎アナウンサー 奈良のりえ

トップインタビュー

株式会社タイガーカワシマ
川島昭光 代表取締役社長

——株式会社タイガーカワシマの川島昭光社長に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たします。

川島社長：よろしくお願いたします。



【収録風景：FM GUNMAスタジオにて】

【地域や時代のニーズに合わせた製品づくり】

——お取り扱いしている農業機械とはどのようなものなのか、そのあたりからお話を伺ってみたいと思います。主力商品の一つは、『パックメイト』という機械で、米の選別機だそうですけれども、これはこういった機械

ですか。

川島社長：はい。お米を生産している農家の皆さまは、最終的に収穫した後に、お米を選別して、紙袋に入れて出荷するという作業があります。当社がつくっております『バックメイト』は、お米の選別と計量の作業を一つにした機械です。

——機能についても簡単に教えてもらえますか。

川島社長：はい。選別メッシュというものが機械の本体に入っております、お米が下から上に上がりながら小さなお米と大きなお米をより分けることができます。小さなお米は取り除かないと品質が下がりますので、まず小さなお米を取り除いて、いいお米だけをタンクに入れて、その後、出荷時の規定重量である30キロ500グラムにぴったり自動的に計量するというシステムになっています。

——お米の大きさは、どのように見分けるのですか。

川島社長：お米は粒の厚みというか、太さですね。長さではなくて太さで大きさが決まります。日本の場合には都道府県ごとに基準が決まっております、ここ群馬県ですと、1.80mmで玄米を選別することになっています。お隣の栃木県は1.85mm、で、福島県は1.90mm、北海道は2.00mmというように、100分の5ミリずつ、地域によって違いがあります。私どもの『バックメイト』は、地域の規格に合わせて選別できる仕様で出荷しております。

——これ、シェアはどのくらいなのでしょう。

川島社長：一応全国シェアは約50%を持っております。

——おおよそ半分ということですね。

川島社長：はい。

——それから、この『バックメイト』はお米の収穫後に使う機械ですけれども、逆に、種まきの前に使うもので、種もみをお湯で消毒する機械もあるそうですね。

川島社長：はい。種もみはカビや細菌などで汚染されている場合がありますので、農家の皆さまは種まき前の種もみを農薬に浸して消毒する作業を従来はやっていました。しかし、最近はですね、農薬の廃液問題や減農薬ブームということで、なるべく農薬を使わない方法はないかという声が高まりまして、60℃のお湯に10分間通すことによりまして、ほぼ農薬と同じような消毒効果が得られるという製品を当社で出しました。実は、60℃のお湯で消毒する方法は、先進的な農家さんは昔から自宅でボイラーなどを使って実際やっていたのですね。ただ、なか

なか一定の温度を維持するのが難しいので、一般には普及していなかったのです。今の技術で一定の温度を保って、誰がやっても安心して使えるという機械をつくれば、必ず売れると思っていましたし、また時代背景も減農薬ブームが来ましたので、タイミングもちょうど合ったのかなあとと思います。

——こちらは、シェアでいくとどのくらいでしょう。

川島社長：これは、ほぼ100%でございます。

【創業当時・入社当時の様子】

——さて、そんなタイガーカワシマですが、1940年（昭和15年）に社長のおじいさまが創業したそうですね。創業のころのお話は聞いたことがございますか。

川島社長：はい。私の曾祖父は栃木県藤岡町で金物屋をやっていたそうです。そして、祖父は金物屋を手伝う傍らですね、機械いじりが好きだったので、農機具をつくり始めたと聞いております。

——もう農機具をつくってしまったわけですね（笑）。

川島社長：まあ簡単な農具だと思いますけど、そういうことから始めて、だんだん数人の工員を入れて、金物屋から農機具をつくる工場にシフトしていったと聞いております。

——子どものころの会社の様子というのは覚えていらっしゃいますか？

川島社長：はい。子どものころはですね、福島県とか東北から、中学校を卒業して住み込みで働いている方が5〜6人いました。その方たちと一緒に共同生活をしていたことを覚えております。

——家業を継ぐというのは、いつ頃から考えるようになっていったのですか。

川島社長：私はどちらかという、新聞記者になりたいという夢がありました。

——ああ、そうですね。

川島社長：取材などで全国を飛び歩いていろいろなところへ行きたいな、という夢はあったのですが、私が大学生のときにですね、おやじが本当に真面目な顔で、ちょっと話があると。何とか一緒に仕事をやろうということで、本当におやじの気持ちがズバッと伝わってきて、まあこれはおやじと一緒にやろうかなというように考えが変わって、家業を継ぐという形になりました。

——決心したのですね。

川島社長：はい。

——そうすると、大学を卒業なさって、すぐタイガーカワシマに入られたのですか。

川島社長：そうですね。

——まずはどのような業務に携わりましたか？

川島社長：まずは1年間、工場のほうでプレスとか、製品の組み立てなどをやっておりました。その後はですね、営業のほうに回りまして、最初は秋田県と青森県を担当しました。1回出張に行くと、2週間ぐらいずっとお客様のところを回っておりました。

——それは、本当に新規で飛び込みのような形ですか？

川島社長：代理店はあったのですが、やはりまだまだお客様は少なかったので、新規開拓を半分ぐらいはやりながら、お客様を増やしていきました。

——どのように販路拡大をしていったのですか。

川島社長：やはり最初は営業の経験も全くありませんでしたので、製品の話ばかり一生懸命するのですが、そうすると……。

——この製品はこういうふうがいい製品ですよということ……。

川島社長：はい、そうです。そうすると、話しの種がだんだんなくなってきて、もう相手も話を聞いてくれなくなるので、だんだん自分自身を売りこまなくてはいけないというふうに変りました。やはりお客様と信頼関係ができないと機械は売れないということにたどり着きまして、そういう気持ちでお客様と接するようになりました。もちろん機械の説明も大事なのですが、やはり基本的には信頼関係があって買っていただくということになります。そういったことに気が付まして、なるべくコミュニケーションを大切にして営業をやるようにしました。

——東北で営業をされた後は、どうされましたか？

川島社長：秋田・青森の担当を3年ぐらいやって、その後、福島、新潟、関西地区、四国、九州を担当してと、だんだん西日本に担当地区を広げていきました。これはなぜかと言いますと、東日本はある程度のお客様がいましたが、西日本が弱かったので、どちらかというと西日本の新規開拓のほうに進んでいったというような状況です。ただ、九州辺りですと「栃木県から来た」と言うだけで

取引をするにも、何かあったときのサービスを受けるのにも遠いので、なかなか話が進まないということを感じました。全国展開をするためには、地域に営業所をつくって、地域密着じゃないとやはりお客様は増えないというふうに変りまして、それから北海道から九州まで営業所を全国8カ所につくって、営業の方を現地で採用して、地域密着の営業とサービスができるように体制を変えました。それから西日本のお客様がどんどん増えていって、全体的にシェアが上がってきたというような状況です。

——さあ、そして1999年にいよいよ社長就任というふうになっていくわけなのですが、社長就任後のお話もこの後、伺っていききたいと思います。その前に1曲お届けしましょう。リクエスト曲ですが、どのような思い出の曲でしょう。

川島社長：これは父が大好きな曲です。父は日曜日に自宅でカラオケをよく歌っておりまして、父が最初に覚えた曲がこの曲で、この曲を聞きますとね、父を思い出するという歌でございます。

——では、お父さまの思い出とともに、社長にも一緒にお聞きいただきたいと思います。千昌夫で『北国の春』。



【自動選別計量機「パックメイト」XRシリーズ】

【異分野への進出のきっかけ】

——1999年、社長に就任したときは43歳だったそうですね。

川島社長：はい、そうですね。

——このときはどのような方向を目指そうと考えていたのですか。

川島社長：まだまだ全国の販売ルートが完璧に仕上がっていませんでしたので、国内の販売体制をしっかり上げるというのを、第一に考えていました。

——事業展開としては、農業の分野で勝負しようという思いでしたか。

川島社長：そうですね。その当時の当社は農業の分野しかありませんでしたので。ただですね、将来を見据えますと、その当時から農業人口の減少ということがある程度出ていましたので、やはり今後は農業プラス、異業種って言うのでしょうかね、農業以外の分野、あとはやはり海外展開もやっていかなければならないかなということも考えておりました。

——他分野への挑戦というのは、どのように行いましたか。

川島社長：その当時、私どもはお米に関する機械しかなかったのですよ。で、私が社長に就任した後すぐにですね、私が四国の営業を担当していた時のライバル会社にいた営業マンが、私のところにメールを送って来ました。その内容は、そのライバル会社を辞めて、今は野菜に関連する機械の設計と営業をしている会社にいるというものでした。で、自分は野菜に関連する機械をつくる技術を持っているので、私の会社で自分を採用してくれないかということでした。まあ私も彼の顔は知っていたので、お会いしようとなりました。その後ですね、やはり考えてみると関東はお米だけではなく、野菜地帯なので、「あ、これはもしかしたら面白いな」と思いまして、彼を採用して、技術のほうに入れて、そして野菜の機械の分野に進出していったということです。主に長ネギ用の機械ですね、ネギの皮むき機とか、ネギの根切り機とか、ネギの長さをそろえる機械とか、それから栃木県はニラの生産が多いので、ニラの洗浄機とか、そういうもろもろの野菜に関連した機械をどんどん出していきました。野菜は全国に産地がありますので、北海道から九州まで、入社したその社員が自分で機械をつくって、なおかつ営業もその道はとともよく知っていますので自分で動いてと。彼が来たおかげで、タイガーカワシマはお米だけじゃな

くて、野菜の分野でもお客さんに入り込むことができるようになりました。

——これはまた一つ、強みが増えそうな……。

川島社長：まあそういうご縁があったということで、今思うと、本当にありがたく思っています。

——野菜の機械というのは、今、主力製品の一つに成長しているのですよね。

川島社長：はい。今は年間1,000台で、売上は大体2億円ぐらいになっておりますので、もう本当に一つの柱になってきました。

——食品機械にも進出したそうですね。

川島社長：はい、そうですね。温湯消毒機という種もみをお湯で消毒する大型の全自動の機械がありました。それを改良すれば野菜も洗えるのではないかと、野菜の分野に使えるのではないかとというアイデアがわいてきました。

——応用できるというわけですね（笑）。

川島社長：はい。それで、食品業界にいる私の知人を当社で採用しまして、その機械に改良を加えて、野菜の洗浄機を開発して、発売しました。

——食品機械分野というのは、市場としては魅力があるのですか。

川島社長：かなり大きな市場で、食品加工では最後には必ず洗浄工程があります。結構大事な分野なのです。

——そうですね。

川島社長：はい。日本国内では大変大きなマーケットがあります。もちろん競争も激しいのですが、人間がいる限りは、食品機械の需要は必ずあるということで、食品分野に進出をしました。製品をつくるのはもちろん大事ですけれども、一番大事なのは、販売ルートですね。

——そうですね。

川島社長：食品機械に関しては代理店がございませんので、最初はダイレクト販売でした。要するに展示会で食品関連の企業の方から直接名刺をいただいて、それで売り込んで契約していくというところからのスタートでした。

——新しい会社を一つつくるぐらいの感じですね。

川島社長：まあ、そうですね。新しい分野に出るとするのは、海外進出も同じですが、ゼロから、要するに創業者と同じですね。

——そうですね。

川島社長：ゼロから販売ルートを築いていく。これは、意外と大事なところですね。

——そして2012年に板倉町に本社を移転して、群馬の企業になったということなのですから。

川島社長：以前、私どもの会社は東武日光線の藤岡駅の近くにありました。昔は周りが畑だったのですが、時が経つにつれて、当社の周りに住宅、アパートがたくさんできました。会社の売上も伸びて工場などの規模を大きくしようにも、周辺環境が変わっていたので土地的には大きくできないという状況になっていました。そこで、地元の藤岡町のほうに移転できる工業用地がないかをお願いはしていたのですが、藤岡町にはなかったのですよ。そんな時、お隣の板倉町にあった工場が撤退するという話を、たまたま耳にしたので、早速その場所を見に行ったら、抜群の環境だったで、これはもうここに決めないと、条件の良い移転先は当然見つからないだろうということで、移転することを決めました。

【将来を見据えて海外展開】

——そして、2014年にタイに現地法人をつくって海外進出を果たしました。

川島社長：はい。

——どのようにして海外に出ていったのですか。

川島社長：その当時は、国内の農業人口もだいぶ減ってきて、これはやはり海外をある程度視野に入れないと将来的には当社の事業が成り立たないと感じていました。最初は中国への進出も考えたのですが、中国に進出した他の会社のお話を聞きますと、結構難しい様子でした。中国で機械をつくるとなると、コピーもすぐ出てくる。で、販売するとなると、やはり価格的にローカルメーカーが安く出てくるので、中国で機械をつかって販売するのはなかなか難しいということも聞きました。そこで、私は東南アジアのお米の中心地であるタイに行けば、そこからASEAN全体も視野に入ると考え、まずタイに場所を絞り込みました。

——そして、絞り込んでタイに進出するわけですが、そんなに簡単にいきませんよね。

川島社長：簡単ではないですね。それでまず現地に出張して、どういう機械が売れるかという調査のためにマーケティングをしました。で、そのときに群馬銀行さんに支援していただきました。群馬銀行さんはバンコクに駐

在員事務所がありますので、そこで基本的な情報を教えていただきました。通訳を入れてタイの東北部を回って、タイの国立の農業試験場に飛び込みで入りました。そこでいろいろ話を聞いたらですね、種もみの選別機は、タイでは良い機械がないということでした。で、私どもは選別機メーカーだということをしていたら、話がとんとん拍子で展開しまして、じゃあそれでは共同開発しようとなりました。

——あら、すごい。

川島社長：それから、当社の技術者をまず1カ月ほどタイに派遣して、その後も何回も行きましたけど、1年ちょっとかけまして、製品ができました。で、その機械をつくったのは、東北部の農業試験場なのですが、その機械をバンコクの本部の担当の方が見て、これは大変いいということで、本部のほうに話が上がりまして。タイ国内に24カ所、国立農業試験場がありますが、その農業試験場の全部に当社の機械を入れていただきました。その後、タイの国の補助金を活用して数百台を購入していただき、タイの農家グループに当社の機械を使っていたくように配慮していただきました。それである程度めどがついたので、タイで工場を見つけようかということで、具体的に工場を見つけに動きました。

——とんとん拍子ですね（笑）。

川島社長：やはりタイミングが合ったということだと思いますけど、そこでうまくつながったということですかね。で、いろいろ調べると、タイは進出のハードルがとても低くて、レンタル工場というのがありまして……。

——レンタル工場ってどういうのですか。

川島社長：3年契約で、工場と事務所が付いて、月々、例えば30万円とか50万円で貸してくれるのですよ。ですから、そこを借りれば、初期費用が抑えられますよね。で、3年契約なので、そこで打ち切れれば、それでやめることもできるので。

——ああ、そうですね。

川島社長：軌道に乗ったら土地を購入して工場も建てることもできますので、最初はやはり投資の少ないレンタル工場を見つけて、そこで生産を始めました。ですから、今思うとね、やはりタイはそういう面ではとても進出しやすかったなと思っています。

——現在はいかがですか。

川島社長：おかげさまで現在は、タイ国内はもちろん、

インドネシア、ベトナム、ミャンマーなどの周辺国にもタイからその選別機を輸出しています。黒字化にはもうちょっとというところまでできて、おおよそのめどがついたので、やはりタイに進出してよかったなあというふうに思っております。

——ところで、製品のネーミングがほんとにユニークですよ。

川島社長：そうですね、はい。

——例えばネギー一つとっても、「ネギむくべえ」、「長さそろえんべえ」といった感じの……。

川島社長：「そろえんべえ」とか、そうですね。当社の製品は、昔は名無しの権兵衛って言うのですかね、名前のない製品もあったのですよね。ただ、私は名前がなくて絶対売れないと思っていましたので、全ての製品になるべく覚えてもらいやすいような名前を付けようということで、名前には結構こだわりを持っておりました。

——ネーミングは社長が決めるのですか。

川島社長：最初は私が決めていましたが、私がいつまでやってもしょうがないので、今は社内で公募をして、いい名前を出して、その中から投票して決めるようにしております。当社の看板商品『バックメイト』の名前ですが、実はこれ、ほかの会社が登録商標を持っていたのです。『バックメイト』って名前がすごくいいなっていうことで、その会社から譲り受けて、この名前を付けました。実際に『バックメイト』という名前を使ってなかったようでしたので譲り受けることができました。そうしたらこの機械が大ヒットしました。ですからやはり名前というのは、とても大切だなと思っております。



【食品洗浄機「アクアウォッシュ・マスター」】

【趣味について】

——さて、仕事の話を離れますが、社長のご趣味は何ですか。

川島社長：私は4歳のときからジョギングを始めて、今でも続けていますが、マラソン大会に出たり、また43歳のときからはトライアスロンを始めまして、これも現在もやっています。

——あら。

川島社長：ですから、まあどちらかというと体を動かして汗をかくのが大好きです。

——どうして4歳のときに始めたのですか？

川島社長：始めたきっかけは、出張で東京に行って、階段を上ったときに息切れをして、階段の上で止まったことがあったのですよ。まだ40歳なのに息切れをすると。そんなことを、たまたま友達に話したら、「川島、少しジョギングしたほうがいいよ」ということで、少しジョギングを始めてみました。そうしたら、友達が3カ月後の地元藤岡町の10キロマラソンに勝手に申し込んでしまったのですよ。その大会で私と友達は初めて10キロを歩かずに走りきって、10キロを57分で完走できました。それから、10キロを完走できたってことが、なんかこう自信になりまして、前向きにジョギングをするようになって……。

——楽しくなって。

川島社長：そうですね。楽しくなって。で、その年の秋の群馬県民マラソン、これはハーフマラソンで21キロですが、これも完走できました。

——すごい……。

川島社長：もうそれから完全にランナーズハイっていうのですかね、ジョギングすると汗が出て、すごい気持ちよくなるっていうのを覚えて、それからずっとジョギングをするようになりました。

——その後、トライアスロンまで挑戦するのですか？

川島社長：そのトライアスロンも、これまた、そのマラソンを勧めた友達がトライアスロンをやるようになったのですよ。で、佐野のトライアスロンの大会がありまして、また友達が申し込んでくれたわけですよ。でも、その当時、私は25メートルの半分も泳げなかったのですよ。ただ、佐野のトライアスロンは流れるプールを周回するので、何回でも立てるのですよ。「川島、泳げなくても大丈夫だ」

と。「回るから、自然に流れていくよ」ということで、トライしてみたらですね、完走できちゃったのですよ。完走はしましたが、これじゃちょっと物足りないなということで、スポーツジムに行って、水泳をしっかり教えていただきました。泳げるようになったので少しチャレンジしてみようということで、今度は海の遠泳大会、沖縄の久米島の遠泳大会5キロに出ました。そうしたら、海で5キロを泳げたのですよ。そうすると、これから海で泳ぐトライアスロンもOKということで、トライアスロンも本格的にやるようになりました。

——それはお仕事にもやはり活かされたりとかしているのでしょうかね。

川島社長：そうですね。仕事も同じですが、やはり毎日コツコツとジョギングをしないと、大会ではいい結果が出ませんので、手帳に今日は何キロ走ったというのを毎日付けておまして、仕事が終わったらジョギングをする。出張には必ずランニングシューズを持って行って、朝、ジョギングするとか、そういうふうな習慣になりますので、体調管理という点でもいいことではないかと思えますね。

【今後の目標】

——あらためて仕事の話に戻りますけれども、タイガーカワシマの今後の目標を教えてください。

川島社長：はい。現在は日本で農業機械の事業をやっておりますけど、やはり毎年新製品を出して、もっともっと販売を強化していきたいと思っています。また、異業種であります食品機械も早く会社の柱になるように育てていきたいなと思っております。タイの工場もアジアのメイン工場になるようにね、早く態勢を整えていきたいなと、このように思っております。あと、長期的な目標として、現在はお米に関する機械で主にアジアのほうに攻めていますけど、将来はやはりヨーロッパのフランス辺りに工場をつくってですね、ヨーロッパの主食のパンの原料である小麦の選別機、これを出して欧米のほうに攻めていきたいというのが夢です。

——うわあ、もう目標を決めたからには走るしかないという。

川島社長：はい。5年前にはフランスの展示会に行って、小麦の選別機も5～6社の製品を実際に見てきました。

——ああ、そうですか。

川島社長：はい。そういう機械も見てきましたけど、当社の技術があればもっといいのができるという自信を持ちましたので、一気にヨーロッパは行けませんけど、まずはアジアでしっかり土台ができましたら、次なるステップはヨーロッパというふうに思っています。

【新規事業に取り組む方や若者へのメッセージ】

——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います。新規事業に取り組む中で大切なことは、川島社長、何だと思えますか。

川島社長：はい。人生は1回勝負です。レッツ・ビギン。

——もうこれに尽きる。

川島社長：はい。

——まあこういう時期ですからね、いろいろと大変なこともあると思いますけれども、とにかく始めよう。

川島社長：そうですね。まず実行する。実行しないと何も始まらないと。これはもう間違いないです。で、人生は2回ございません。誰の人生も平等に1回しかございませんので、やはりチャレンジ、生きることもチャレンジですけど、やはり新しいことにチャレンジする、これがやはり大切じゃないかと思えます。

——うまくいかないこともあると思いますが、そういうとき、何を支えにしたらいいのか。また、こうチャレンジしていくというモチベーションを保つために、どんなことを大切にしたらいいのでしょうかね？

川島社長：私もケガをして2年間、全く運動ができないときもありました。そんなとき、やはりそこでやめてしまうのではなく、治るのを待つことも大事かと思えます。ただ、そのモチベーションを保つためには、夢を持つことが大事だと思います。例えばトライアスロンですと、私は日本で最も長い距離の佐渡の国際トライアスロンを最終的にはゴールしたいということで目標を定めてやっておりました。そして50歳のときに、水泳3.8キロ、佐渡島1周自転車190キロ、その後、フルマラソン42キロという距離を完走しました。やはりこの夢、夢なのです。始めた当時はね、できるわけがないぐらいの高いレベルなのですが、大きな夢を持ってコツコツ、コツコツやっていると、やはり人間の体はできるようになるのですよ。ですからやはりコツコツ積み重ねれば夢は実現できるということですよ。私自身が身をもって体験したことです。

——夢を諦めない、見失わないようにするということが大事ということですね。

川島社長：はい。それから、自分のチャレンジを人に言うことです。次はこの大会に出ると。まず宣言をしようことです。そうすることによって、やらないわけにはいかない状況を自分でつくるのが大切ではないかと思えます。自分を追い込む。追い込んでいかないと、人間ってものぐさなところもありますので、そういうことも大切なあとと思えますね。

——まさにこう、ビジネスも全く同じですね。

川島社長：全く同じです。

——そうですね。ヨーロッパに進出するって言ってしまった。

川島社長：まずは夢を持つこと。そこまで到達するかどうかはわかりませんが、マーケティングも実際しましたので、そこに市場があるというのはわかっております。ただ、現状ではすぐに行けないのもわかっています。ですから、そういう大きな目標に向かってコツコツとやっていくというのが大切かと思えます。

——はい、ありがとうございます。皆さん、レッツ・ビギンです。今日のトップインタビューは、株式会社タイガーカワシマの川島昭光社長にお話を伺いました。さあ、それではもう1曲、お届けしたいと思います。川島社長、これは何か思い出の曲ですか。

川島社長：これは私が高校生のころ、フォークソングブームで、私もフォークソングをやりまして、友達とよくこの歌を一緒に歌って、ギターを弾いておりました。

——はい、それではお届けします。ジローズで『戦争を知らない子供たち』。今日はどうもありがとうございました。

川島社長：ありがとうございました。

保証協会からのお知らせ

群馬県新型コロナウイルス感染症対応資金について

——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磯調査役にお話を伺います。磯さん、よろしくお願ひします。

磯調査役：こちらこそよろしくお願ひします。

——さて、新型コロナウイルス感染症の影響によって事業活動に支障が生じている中小企業・小規模事業者の方を力強く支援する群馬県の新しい制度資金が出来たのですよね。

磯調査役：はい、新型コロナウイルス感染症によって事業活動に影響を受けた皆さまの資金繰りをサポートするため、群馬県の新しい制度資金「新型コロナウイルス感染症対応資金」が出来ました。

——この「新型コロナウイルス感染症対応資金」はどのような特徴があるのですか。

磯調査役：はい、特徴は大きくふたつあります。ひとつは、通常、お客さまが負担する「利子」と「信用保証料」を国と群馬県が補助をすることで、借入に関する費用の負担が軽減されることです。それから、もうひとつが、元金のご返済を最長5年間猶予して、返済の負担を軽減することで、資金繰りへの不安をやわらげて、経営の立て直しに専念していただけます。

——この感染症の影響で、苦境にありつつも、これから頑張ろうとしている中小企業・小規模事業者の方にとっては、とても頼りになる制度資金ですね。では、この制度資金を利用できるのはどのような方ですか。

磯調査役：この制度資金をご利用いただける方は、「セーフティネット保証4号」、「セーフティネット保証5号のうち、売上高等の減少を要件とするもの」、「危機関連保証」のいずれかの認定を受けた方になります。

——感染症の影響で、売上げが大きく落ち込んでしまった事業者が対象になる、ということですね。それから、大きな特徴の一つでもある、「利子」と「信用保証料」の補助の内容について詳しく教えてください。

磯調査役：まず「利子」の補助ですが、売上高等が15%以上減少した方もしくは個人事業主で小規模な事業を営んでいる方を対象に、当初の7年分の利子が補助されます。つぎに「信用保証料」の補助ですが、売上高等が15%以上減少した方もしくは個人事業主で小規模な事業を営んでいる方を対象に、当初の信用保証料が全額補助されます。また、売上高等が5%以上15%未満減少した方を対象に、当初の信用保証料の2分の1が補助されます。

——国と群馬県による、これまでにない手厚いサポートで、事業を行う方々の資金繰りを支援していただけるのはとても心強いですね。さて、この「新型コロナウイ

ルス感染症対応資金」をご利用したいという方はどうすれば良いですか。

磯調査役:ご利用に関するご相談は、保証協会の営業部・各支店の保証課 または お取引のある金融機関までお願いします。制度資金に関する詳しい情報は、当協会のホームページ または群馬県のホームページをご確認ください。

——磯さん、今日はありがとうございました。

磯調査役:ありがとうございました。

チャレンジ企業紹介コーナー

株式会社ベジタル

「チャレンジ・ザ・ドリーム～群馬の明日をひらく～」次に紹介するのは、自社開発した妊婦向けスープでアジア進出を始めた前橋市の食品企画販売会社、株式会社ベジタルです。社長の宮川修一さんは40歳。5年前にサラリーマンを辞めて起業。苦しい時期もあったそうですが、現在はアジアに進出するまでになり、新たな商品を開発し、子会社もつくる予定です。宮川さんに挑戦の様子を伺いました。

——宮川社長、今日はどうぞよろしくお願ひします。

宮川社長: はい、よろしくお願ひいたします。



【収録風景：前橋市内の事務所にて】

——起業する前はどんなお仕事をしていたのですか。

宮川社長: はい。大学を卒業してから、最初に就職した

のが外食産業でした。そこで商品の開発や製造をやっておりました。その後、2回転職しているのですが、2社目は環境分析の仕事をしておりまして、3社目は合成樹脂の開発研究をしておりました。

——いつか起業しようというお考えがあったのですか。

宮川社長: そうですね。30歳を節目に今後のことを考えて、何をしようかなと考え始めたときに、その選択肢の一つとして起業するというのがありました。

——どうして起業というふうに思ったのでしょうか。

宮川社長: 自分がつくった商品や開発した商品が、誰に届いているのかという、お客さまの顔が全く見えなかったというのが一番の要因ですね。

——お客さまの喜びであったり、反応が実際に見えたらいいなというふうに思ったのですか。

宮川社長: そうですね。お客さんの顔、喜ぶ笑顔が見たかったというのが一番です。

——そのためには自分で何かを始めようと思ったのですか。

宮川社長: はい、そうです。

——それで起業という選択肢ですか？

宮川社長: そうですね。ただ、最初からいきなり起業したのではなく、サラリーマンをしながらの副業という形でやっておりました。

——どんな副業でしょう？

宮川社長: はい。野外のイベントでスープを販売する事業をやっておりました。空島キッチンという野外で……。

——そらじま？空の島と書く？

宮川社長: そうです、はい。

——これ、どうしてスープを商材にしたのですか。

宮川社長: もともと大学が農学部出身ということもあって、規格外の野菜を使って何かできないかなというふうに考えたときに、スープであれば、刻んだり、煮込まれているので、形を気にすることなく野菜が使えるというふうに考えました。

——そして、およそ4年後、2015年10月にベジタルを創業したそうですね、何が踏み切るきっかけになったのでしょうか？

宮川社長：私の妻が2人目を妊娠中に貧血で倒れてしまいました。妻はサプリメントがちょっと苦手だったので、食品で栄養は取れないかなと思って、インターネットで調べてみたのですが、そういったものが全く出てこなかったのです。そういう商品がないということがわかったのですが、どうしてないのだろうという疑問がわいてきたので、高崎にあります産婦人科の佐藤病院さんに行きいろいろとご相談したところ、ぜひつくってほしいということで、それを商品化しようと思いついて、そのまま起業したという感じです。

——しかし、お子さんが生まれるタイミングでお仕事を辞める、サラリーマンを辞めて起業することになるわけですね。

宮川社長：そうですね。

——奥さまの反応はいかがでした？

宮川社長：「応援はするけれども、巻き込まないでね」って言われました（笑）。

——会社をつくって商品を販売するとなると、今まではイベントで売っていたという形とは全くフェーズが変わってきますよね。

宮川社長：はい、そうですね。

——そのあたりはどういったところが一番大変でしたか。

宮川社長：そうですね、まず商品をつくるにあたって、製造工場を見つけなくてはいけないのですが、協力をお願いしても、その当時サラリーマンだったので、まず門前払いでした。取り合ってくれなかったですね。なので、その信用をどうやってつくるかというところが一番大変でした。50社以上を営業して、ようやく見つけて、製造のめどが合ったタイミングで起業したという感じでした。私がまだサラリーマンのときに取り合ってくれた今の工場には非常に感謝しています。

——どうやってパートナーって探すのですか。

宮川社長：まずは電話です。電話で「こういうものを、商品をつくりたいのですけれども」という話をして。はい。で、あとは直接会いにいきました。

——で、宮川社長、でき上がったのはどういうスープですか。

宮川社長：はい。妊娠中に必要な葉酸、鉄分、カルシウム、あとビタミン類、食物繊維が手軽に取れるような粉末状

のスープです。お湯に溶かして、すぐ食べられるようになっています。

——どんな味があるのですか？

宮川社長：今は4種類の味がありまして、一番人気は、トウモロコシと豆乳のポタージュです。



【マタニティスープ】

——販売のほうはどうでしょう。うまくいきましたか。

宮川社長：最初はうまくいくと思っていたのですが……。

——うまくいくと思っていた（笑）。

宮川社長：全然うまくいかなかったです。

——あら。

宮川社長：はい。やはり妊婦さん用の食品というカテゴリーが今までなかったので、どういうふうに使えばいいかという前例がやはりなかったのですね。

——確かに。

宮川社長：なので、最初はサプリメントと同じような形で販売していたのですが、うまくいきませんでした。それがなぜ駄目なのか、ターゲットが誰なのかということの研究をして2年から3年ぐらいかけてようやくわかって、売上が上がってきたという感じです。

——ああ、そうですね。ターゲット、いわゆるチャネルはどこにあるのかというのを、どうやって探し当てたのですか。

宮川社長：いろんなターゲットに向けて情報を配信しま

した。

——顧客の発掘って大変ですよ。

宮川社長：大変ですね。

——そして、どういう形で販売するのが一番御社に合っているというふうに踏み切っていくのですか。

宮川社長：そうですね。今、店頭では、西松屋さんとかイオンさん、そういうところで販売させていただいておりまして、あとはインターネットの通販がメインとなっています。

——主力は通販なのですね。

宮川社長：はい、そうです。

——ところで最近ではアジアの進出も狙っているそうですね。

宮川社長：はい。展示会に出たときに、中国のバイヤーさんとかがいらっしゃって……。

——それは日本の展示会ですか。

宮川社長：はい、そうです。非常に興味を持っていらっしゃったので、じゃあ一度中国の展示会に出てみようと思って3年前に出たところ、非常に反応がよくて、好評価をいただいたということもあって。あとは、中国だけではなくて、世界のどこにも妊婦用の食品というのがほとんどないということがわかったので、アジアだけではなく、海外、世界中で販売ができるのではないかとというふうに考えています。

——世界で1社なのですね。

宮川社長：はい、そうらしいです。

——うわあ、オンリーワン。

宮川社長：オンリーワンらしいです。

——では、2～3年前から中国進出は考えていたのですか。

宮川社長：はい、そうです。

——実際にはもうやっていたらっしゃるのですか。

宮川社長：現在は、ベトナムとウズベキスタンに出荷はしております。

——そうですね。反応はいかがでしょうか。

宮川社長：反応は非常にいいです。

——本当に販路開拓、チャンスって自分でつかんでいくものなのですね。

宮川社長：そうですね。本当にわからないからこそ一歩踏み出してやってみて、そこで反応を見て勉強して、というふうにやらないと、やはり新規開拓はできないなっているのは非常に感じました。

——そうですね。海外進出の壁というのはどうですか。

宮川社長：非常に高いです。言葉の壁が一番ですね。自分がしゃべれないということ。あとは、商売の文化が全然違うので、その国によってどういう商売をしているかというのを学ばないといけませんので、やはりパートナーをいかに探すかというのが一番重要だなというふうに思っています。

——パートナーというのは、現地のパートナー？

宮川社長：そうですね。現地も含めて、中国とか海外のことがよくわかっているパートナーですね。

——ああ、なるほど。

宮川社長：あとはJETROさんのご協力をいただきながら進めているという感じです。

——ところで、なんと新商品も開発して、さらには子会社もつくるというふうに伺っています。新商品はどのようなものですか。

宮川社長：はい。災害用の栄養補助スープになります。長期間、5年間保存できる栄養補助のできる粉末のスープです。産官学連携で、前橋市と、前橋工科大学との共同研究で、6月に商品化できます。

——どういった災害を想定してつくろうと思ったのですか。

宮川社長：そうですね。例えば地震や台風によって避難所での生活になったときに、短期間であれば、お米とか、かんぱんとか、いろいろな炭水化物系のもはあるのですが、それが4日以上、フェーズ2と言うのですが、続いた場合、栄養失調問題が非常に大きくなっています。だから災害の直接的な被害よりも、間接的な二次被害のほうが実は死者数が多かったりするので、そこに対応できる商品の必要性を感じました。サプリメントなどはあるのですが、要配慮者と言われる妊産婦、乳幼児、高齢者、障害者などの方に向けた商品というのは実は全くないというのがわかったので、つくってみようということで開発しました。

——それにしても、今、お一人でやっているわけですよ。

宮川社長：はい、そうです。

——にもかかわらず、子会社までつくるとするのは、気が早いように感じるのですけれども、このタイミングである理由というのは何かあるのですか。

宮川社長：はい、そうですね。子会社の役割としては、販売をメインとしてやっていくのですけども、もう一つは、障害者の雇用を目的としております。なので、あえて我が社とは別で会社をつくって、別の役割として設立を考えています。自分はやはり開発肌の人間なので、その強みを生かした企業にしていきたいと。

——開発者の視点と経営者の視点というのは違っていましたか？

宮川社長：違いますね。お金の使い方が全然違うということがわかりました。

——お金の使い方。

宮川社長：はい。なので、最初はすごく苦労しました。集中してしまうという……。

——集中して研究開発に使っていた？

宮川社長：はい、そうです。これなら大丈夫というような思い込みだったりとかもありました。

——それでは最後に、将来の夢をお聞かせください。

宮川社長：そうですね。まずは、食というカテゴリーで新しい価値観を生み出していきたいなど。それで、世界でオンリーワンの企業になりたいなというふうに思っています。

——新しい価値観ってどういうものですか。

宮川社長：そうですね。お客さんの頭の中には実はないけれども、お客さんの目の前に出されたときに、初めて、「あ、こういうものが欲しかったんだよね」というようなものです。例えばスマートフォンもそうですし、そういう新しいものを生み出していくっていう発想、そういうものを後世の人たちや、自分の子どもに残したいというのがあります。

——はい。今日は前橋市の株式会社ベジタル、宮川修一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。

宮川社長：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」。前半は、板倉町の農業機械メーカー、株式会社タイガーカワシマの川島昭光社長のトップインタビュー、そして後半は、妊婦向けスープでアジア進出を始めた前橋市の株式会社ベジタルを紹介しました。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～
【8月の放送のお知らせ】
令和2年8月13日（木）12:00～12:55
再放送 8月15日（土）8:00～8:55
ぜひお聞きください！