

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8月13日（第89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、前橋市のシステムインテグレーター、株式会社ナブアシストの望月明夫社長、66歳です。ナブアシストは45年前に現在の会長が30歳で会社を設立。望月社長は創業5年目の会社に入社して、事業拡大に尽力し、売上60億円に迫る会社に育てました。望月社長に挑戦の軌跡などを伺っていきます。番組後半は、高崎市のまちなかにあるブルワリー（ビールの醸造所）、シンキチ醸造所を紹介します。

【プログラム】

■トップインタビュー

株式会社ナブアシスト

望月明夫 代表取締役社長

■保証協会からのお知らせ

保証協会の新型コロナウイルス感染症対応について

■チャレンジ企業紹介コーナー

シンキチ醸造所

◎アナウンサー 奈良のりえ

トップインタビュー

株式会社ナブアシスト

望月明夫 代表取締役社長

——株式会社ナブアシストの望月明夫社長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただきました。どうぞ今日はよろしく願いいたします。

望月社長：こちらこそ、よろしく願いいたします。



【収録風景：FM GUNMA スタジオにて】

【システムインテグレーターとは】

——早速ですが「システムインテグレーター」と「ソフト制作会社」はどのような違いがあるのですか。

望月社長：そうですね、システムインテグレーター企業というのは簡単に表現すると「かかりつけのお医者さん」というイメージですね。ですから、お客さまが当社のシステムをお使いいただいている間というのは、どんなトラブルや相談も全てナブアシストにお任せください、という感じでお客さま対応をさせていただきます。一方、ソフト制作会社というのは、自社でシステムを開発したり、また、お客さまからある一部のソフトを作成してほしいというような仕事を請け負って、開発が終わるとそれでおしまいという形で、定常的なお客さまはいらっしゃいません。かつては、「この会社はシステムインテグレーターだ」と経済産業省が認定した企業だけが、このシステムインテグレーターという称号を名乗れるようにしようということで、例えば過去5年間の決算が赤字になっていないですとか、国の情報処理資格を持った人間が10名以上いるですとか、いくつかのハードルをクリアしたこういう企業であれば安心ですよということをお客さまに言うために、この称号をつくったのです。ですが、日本全国の2万数千社というIT企業が、こぞって「システムインテグレーター」という名前を名乗ってしまったために、国もどうすることもできなくなってしまって、途中で中止したといういきさつがございます。当社は国から認定を受けた企業でございます。

——そんなナブアシストですが、江口会長が1975年に30歳で設立したと伺いました。望月社長はそのころの様子についてお聞きしていますか？

望月社長：当社の会長はですね、大型コンピュータを導入して、全国のお客さまの計算センターとしてのビジネスを立ち上げたということは聞いておりますが、その当時は私自身が入社していませんでしたので、細かいところはわかりません。

——望月社長は、設立から5年後の1980年に入社をされたそうですね。そのころはお幾つでいらしたんですか。

望月社長：私は27歳でした。

——転職をしたということですか。

望月社長：そうです。それまでは東京の大手IT企業のシステムエンジニアという職種で頑張っていました。それで、どうしても群馬に来なくてははいけないという事情がありまして、ナブアシストを紹介されて就職したというのが、入社のおいきさつなんです。

——いよいよ群馬に来られると。

望月社長：ええ、来られると思ったのですが、実は面接してから3日後に、ナブアシストの東京支店で勤務してほしいというような辞令が出ました。2年間でいいからちょっとやってくれないかという話をされて、説得をされてしまったのですが、結果としては10年間でした。

——東京支店での10年間は、どんな仕事をされていたのですか。

望月社長：大手のIT企業さんというのはたくさんありまして、そうした会社さんから私がシステム一式に関する仕事を請けて、設計から開発、納品、検収まで、当社が一括で請け負って、全てつくったら元請けの会社さんにお渡しするような形でやっていました。

——1980年からおよそ10年間は東京支店でお勤めされていたということは、バブルの時も東京支店にいらしたのですか。

望月社長：そうですね。世の中の景気がよくて、元請けの会社さんなどは、日本のどこへ行くにもタクシーで行っていましたね。例えば秋田までとかね。

——えっ？本当ですか？（笑）。

望月社長：本当の話ですよ。そういうような時代でしたから、「ああ、これは長く続かないだろうな」と、私は思っていました。

【ニッチな市場で勝ち抜く】

——さあ、そして10年後、いよいよ群馬での生活になるわけですが、時代的にはバブルが崩壊するタイミングということになるのでしょうか。

望月社長：ええ、そうですね。バブルがはじけたことで、当社の東京支店での10年間で積み上げた元請けの会社さんルートの仕事が全部なくなってしまって、当社に全く仕事が回ってこなくなりました。その時、下請けの仕事を何年やっても、結果として仕事がなくなってしまうということが身に染みてわかりました。なおかつ、下請けというのはどんな業種でもこなす「何でも屋さん」なのですね。大手の会社さんから「やってくれないか？」と言われると、「はい」「はい」って、「わかったよ」「わかった」と二つ返事で言われたとおりにやっていたのです。なので担当した企業様の方々が持っている業

種知識ですとか、その業界の知識ですね、そういったものが我々下請けの会社の社員には全く身に付かないのです。実際には多種多様なことをやっています。例えば食品製造業ですとか、組立製造業ですとか、リネンサプライですとか、金融業、卸売業、もっと言えば宇宙開発もやりました。

——ええっ。

望月社長：ええ、気象衛星ひまわり、ゆりの姿勢制御なんかもやりました。

——幅広い。

望月社長：そうですね。一見すると「ずいぶん広い分野の仕事がたくさんしているね」って思われるんですが……。

——そうですね、強みに聞こえます、「何でもできます」と。

望月社長：ですよ。実はそれは何もできないことの裏返しなのです。結局「こんなことをやっても駄目だな」というふうに考えて、当社は業種を絞ってスペシャリストを育てるのだと。そして、群馬県内の市場だけではない、全国の市場に向けてビジネスをする必要があると私自身は思い始めたのです。ピーター・ドラッカーは、厳しい経営環境の中で、勝ち組に残る方法というのはただ一つ、強みの分野を選択しなさいと、そこに経営資源を全部投入するのだ、ということを常々言っていますね。ですから、広く浅くよりも、もう本当に狭く深くという、そういう流れを徹底しなさいと。これは企業の大小は関係ないと、そういうことをドラッカーは書いているんですね。

——これ、ニッチなところを選択して集中するということですね。

望月社長：そうです。それで今おっしゃられたように、ニッチなところって、まさしくそのとおりですね。それから、フィリップ・コトラーというアメリカの経営学者の本には、世界の企業というのは4つの分類があり、その一つがリーダー、次がチャレンジャー、フォロワー、ニッチャーということが書かれています。

——ニッチャー？

望月社長：ええ。ニッチャーです。小さいながらも特定の市場で独自の地位を築いていくと。扱う商品、販売チャ

ネルを限定して、専門化している企業ですね。ですから非常に狭いところで戦うので、大手が絶対に入り込めないニッチなところにポイントを置きなさいと。そこで戦って勝てるだけの専門性を持ちなさいというのが、ニッチャー企業という定義なのですね。当社がこれから進むのは、ドラッガーやコトラーの言うような小さい企業であるということは間違いないので、小さい企業がどう戦えるのかというヒントをお二人にいただいたということなんですね。

——望月社長、そのニッチな分野で攻めるということですが、具体的にはどの分野に集中しようというふうに業種をお考えになられたのですか。

望月社長：流通業のスーパーマーケットでニッチなところを探したり、または流通業をやっていたことによって、商品を運んだり、納品したりする物流で何かもっとニッチなところはないかっていうのを、一生懸命探し始めました。

【商品を改良するための「気付き」】

——そういった流れの中、新たなチャレンジを望月社長がなされたということですが、これはどのようなチャレンジでしょうか。

望月社長：全国で勝負できることが何かないかということで考えたところ、当社の「一芸シリーズ」というパッケージ商品を考え始めました。

——そのパッケージの商品化の前の段階では、どのようなものお客さまに提供していたのですか。

望月社長：例えば、入力する画面が10種類ありますと。で、帳票は大体50種類あるので、こういった形のものをつくってほしいというお客さまのご要望にお応えするという動き方でやっていました。

——そうすると、毎回そのお客さまのご要望に合わせてつくっていたのですか。

望月社長：そうですね。合わせてその都度つくっていました。

——それを、ある程度パッケージにしたということですか。

望月社長：そうですね。この業界のこの業種の方たちであれば、こういう画面やこういう帳票が必要だろうとい

う想定で我々のほうで独自でつくっておいて、で、つくり上がった一芸でお客様の要望に80%は応えることができたが、残り20%は、個別に対応するような場合には、お客様にパッケージをご利用いただきます。一方、当社がつくっておいたシステムで、半分は使えるけど半分は使えないねというような場合はパッケージを適用しません。そのような形でどんどんパッケージの適用率を70%、80%、90%というように上げていきました。そして、その残りの10%、20%の部分であるお客様ごとのオリジナル性の部分について当社の気が付かなかったノウハウがあるのであれば、逆に、タダでやらせてくださいとお客様にお願いしました。タダでやる代わりに、うちのパッケージの基本になるところに御社の考えを入れさせてくださいというような形で進めていきました。

——アップデートするような感じですか。

望月社長：おっしゃるとおり、アップデートですね。

——そうして、お客様と一緒にパッケージ商品をつくり上げていった感じですね。

望月社長：そうなのです。いろいろな同じ業種のお客様に対応させていただくと、お客様が持っているノウハウを当社にいただくことができますし、それをパッケージの内容に反映させていくという良い循環になっていきます。当社は、社員を業種単位のスペシャリストに育てているので、お客様がこうしてほしいという要望に対して、担当SE、担当営業に関しては、そこに気が付きがあるのですよね。「あ、うちに持っていないいいノウハウをもらった」って。「これを商売にしたいな」っていうふうに必ず気が付きがあるのです。

——社長、それは言い方を変えると、例えばお客様からのクレームだったとしても、クレームを、「ああ、いい気が付いたな」というふうに視点を変えて対応していけるということですか。

望月社長：いいですね、そうです。それは社員を常にそういう視点で育てていけば、社員のほうが自らクレームをクレームとしてとらえるのではなく、素晴らしい商材をいただいたというふうな思考になっていくのです。

——「気付くヒントをもらった」というふうに思うわけですね。

望月社長：ええ、そうです。そこで大きなポイントがあるのです。結果として導入していただいたお客様とい

うのは北海道から九州・沖縄まで、いろいろな業種の「一芸シリーズ」を提供しています。もう全国三千数百社というお客様の数に広がっています。一方で、群馬の前橋から、遠地のお客様に対して営業マンが飛ぶとか、エンジニアが飛ぶという対応がなかなかできません。そうすると、お客様から「ナブアシストはサポートが悪いな」というふうに思われてしまったのは困るので、そこで私はサービスに対してお金をいただくという仕組みに変えたのです。日本で言うと、その当時はサービスというのはタダだという認識が割とあったのです。レストランへ行って「お水を1杯ちょうだい」って言えば、「はい、わかりました」ってすぐお持ちいただけるわけですが、私はサービスであるその1杯の水でお金をいただきたいという仕組みに変えました。

——サービスの有償化ですか？

望月社長：そのとおりです。有償化です。

——お客様はどんな反応でした？

望月社長：いやいや、初めの頃は「何を言っているんだ」みたいな反応でしたが、ナブアシストがちゃんとお客様をお守りしていますよという姿を見せるためには、毎月請求書を出させていただいているのです。

——そのサービスっておっしゃる部分というのは、どのようなことですか。

望月社長：お客様が運用していてオペレーションでわからないことへのサポートや、コーヒーをコンピュータにこぼしてしまったことですか、そういったものは当然のこととして当社で対応して直してあげるという形のものやっていくのですが、最初にスタートしたころというのは、その当時、マイクロソフト社からExcelやWordといったものが出て皆さんが使い始めた頃でした。今では皆さんが当たり前に使えていると思いますが、当時は使い方がわからないという問い合わせがたくさんあり、当社はその問合せを全て受けようということでも指示しました。そのような形でお客様の満足度を探し続けるんだ、ということをやっていたんです。

——手厚いサービスですね。使い方から、故障だけではないと。幅広いサポートですね。

望月社長：そうなのです。ですが、社員からは大クレームがきましたよ。「こんなことをやったら、普段の仕事ができないでしょ」と。

——ほかの仕事ができないと（笑）。

望月社長：そうです。そうなのですが、今、お客さまが困っているのだから、しっかりと対応することで信用をいただいて、お客さまの懐に入るのだと。当社は一過性で仕事をいただくということではなく、既存のお客さまを守り続けるということを重要視しています。

——さあ、それではここで1曲、お届けしましょう。これはどのような思い出の曲でしょうか。

望月社長：まあ、ちょうど私が22歳のときに、とてもはやった歌です。

——まだナブアシストに入社する前ですね。

望月社長：そうです、入社前です。で、私は、社会人になったら、もう青春ではなくて、大人として頑張るんだというふうに思っていましたから、それが「さらば青春」という言葉とぴったり一致していたものですから、私の心の中にしっかり残った歌でした。

——それでは、思い出の1曲でございます。お届けしましょう。小椋佳で『さらば青春』。



【ナブアシスト システム技術センター社屋】

【お客さまに信用される企業体質になる】

——望月社長は2005年に51歳で社長に就任されました。社長に就任してどのような方向を目指そうとお考えになりましたか。

望月社長：江口会長にはですね、当社の基盤をなす方針が4つほどありました。「挑戦」、「創造」、「信用」、「和」という、この4つです。挑戦というのは、この群馬という

地方から、日本全国、世界に羽ばたこうという挑戦という言葉です。そして創造というのは、価値を創造しているということ。信用というのは、継続する力、サービスすることができる力をきちんと信用として養っているということ。和というのは、力の結集、協業、グループでの和だということを、常々言われてきたわけです。ナブアシストが弱体な企業では、お客さまが当社に安心して基幹業務の開発を任せることができないと。託していただくためには、当社を絶対に潰れない盤石な企業体質にすることがまず先決だというふうに言われまして、県内でも屈指の企業体質をつくらうということで、会長はずっと邁進してきたわけでございます。

——そのために、望月社長はどんなことをやろうと思われましたか？

望月社長：売上も利益も常に増収増益でいきたいというのは、毎日のように考えていました。

——プレッシャーですねえ。

望月社長：ええ、プレッシャーですけど、そのプレッシャーが私にはとても心地いいのです。

——心地いい？

望月社長：ええ、心地いいのです。毎年、毎年が挑戦ですよ。今年は売上が上がった、落ちた、上がった、落ちたっていうことでは、会社としては絶対に駄目なのです。持続的に、少しずつでもいいから右肩上がりになっていくことが重要なのです。なぜ重要かといいますと、日本全国にいるお客さまは、群馬県の前橋にある一企業、ナブアシストという会社のことを全然知らないわけです、そうなってくると、お客さまは、必ずナブアシストってどんな会社なのかというのを、民間の調査会社で調べます。で、「ああ、この会社は中小企業なのに、すごくいい点数だな」というふうに見ていただければ、「じゃあ話を聞いてやろう」というふうになるのです。

——それが信用につながる。

望月社長：そうですね。

【大変革時代に対応するために】

——今までのお話の中でも、幾つかキーワードは出てきましたが、あらためまして望月社長、会社を経営する中で大切にしていることは何ですか。

望月社長：マネジメントは一般教養、リベラルアーツだという考え方です。

——一般教養ですか。

望月社長：そうです。通常はマネジメントというと、役員さん、部長さん、課長さんだけが知っていればいいということになるのですが、それは一切しません。部長や役員に言っていることと同じことを新入社員まで伝えます。そういう形でこまめに社員たちとコミュニケーションを取ることによって、お互いが信用できるという状況になってきますから、よくなったと思います。それから、もう一つは、「巧遅は拙速に如かず」という言葉があるのですが。

——巧遅は拙速に如かず？

望月社長：ええ。これは、条件が整ってから決断するのではなくて、決断が先だということです。

——「石橋をたたいて渡る」の真逆ですね。まさに挑戦ですね。

望月社長：挑戦です。会社というのは、スピードがものすごく重要なのです。一生懸命、丁寧に企画を立ててみたところで、一步踏み出さないと新しいことは見えません。先に一步踏み出して、見えたとこから、どう環境にするかということを考えればいわけですから、まず一步踏み出そうよ。それが当社の大きな方針になっています。

——ああ、これはやっぱりIT業界というのはスピードが命ということですかね。業界によってですか。

望月社長：そう思います。IT業界は特にそうだと思います。

——IT、情報技術や、ICT、情報通信技術はもちろんですが、最近ではデジタルトランスフォーメーションというキーワードが出てきたりしていて、コンピュータ、デジタル処理は一段と大きな役割を担っていくことになりそうですよね。今後の業界の展望というのをどういうふうに見ますか。

望月社長：今ですね、我々IT業界というのは、百年に一度の大変革の時代に突入したというふうに言われています。また、DXレポートが経済産業省から出まして、その中には、2025年の崖というものがある、「2025年の崖を回避せよ」という大号令が国から我々に出ています。

——あと5年後ですけど、このままいったらどんな崖があるのですか。

望月社長：日本の全産業がもっとデジタルトランスフォーメーションという技術を利用しないと、世界から大きく後れを取ることになってしまうぞ、ということの警鐘を鳴らしているのです。

——それはあらゆる業種ですか？

望月社長：あらゆる業種です。世の中のIT企業って大体2万社とか2万3,000社とか言われていますが、その会社さまがいろいろつくってきたシステム、ソフトウェアというのは全部、俗に言うレガシーシステムという……。

——レガシーということは遺産？

望月社長：遺産なのですね。

——これまでの既存の技術を使ってつくってきたということですか。

望月社長：何十年も同じことを繰り返してやってきても、日本は新しい技術が身に付かないということで、そのレガシーシステムにDX技術というもので風穴を開けると。そういうビジネスを国に要求されているのです。例えば、店舗を持たないで販売が可能なネット通販のビジネスが拡大していると思いますが、これは小売業界に大きな地殻変動を起こしているのです。それはどういうことかと言いますと、家電を購入したいと思えば、家電屋さんに行って、実物を見て、「あ、これ、いいな」と決めたら、自宅に帰ってネット通販で買ってしまおうという。

——確かにそうですね（笑）。

望月社長：そういうことが定着しつつあるということになると、小売店さんは、今後どうなっていくのだろうと。ただ実物の商品を見せるだけでは商売になりません。そういう状態が今、大きくクローズアップされているということですね。ですから、小売店が商売の方法を変えていかないと、全部ネットワーク、DXに取って代わられてしまうという時代がきているということなのですね。

——で、これをナブアシストに置き換えると、どのようなことを手がけて、戦略を練って、どのような商品を出していられるのですか。

望月社長：当社は富士通グループで一生懸命仕事をさせていただいていますですが、富士通グループって全国に

約800社あるのです。その800社ある中でDX部門の賞を2年連続で獲得いたしました。

———そうですか、おめでとうございます。こういったところが評価されたのですか。

望月社長：一つはですね、点呼システムという、あまり聞き慣れないものかと思いますが、運送業者さまの運転手さんが、これから「どこどこに長距離のトラックを出します」というときに、運転手さんの体調はどうか、熱はないのか、血圧は大丈夫か、アルコールは検出されないかということを確認した上で、OKだったら運行管理責任者の方が運転手さん一人一人に鍵を渡すと。それを当社はロボットと人工知能を使って、自動でできるようにしています。運転手さんが夜中の1時、2時、3時に出勤するなんてことは普通にありますから、そのたびに運行管理責任者が出勤していたのではとても効率が悪いですね。

———でも、そういうやり方だったわけですね。

望月社長：そうです。それをロボットに置き換えて、きちんとやったというデジタルなデータとして残せれば、実績として残ると。そういうシステムをつくったらどうかということで、つくったシステムで最優秀賞をいただきました。

———これがまさにデジタルトランスフォーメーションですか？

望月社長：そうなのです。

———ところで、お話を伺っていると、望月社長はずっと走り続けてきたんだらうなというふうに想像できますが、その走り続ける原動力って何ですか。

望月社長：まあ原動力と言いましょか、私が群馬の生活を始めてから夢中で仕事をしているというのは、単純かもしれませんが、やはり家族を守るということですかね。私は自分が小さいころに父親を亡くしているものですから、母親が子ども3人、私は末っ子ですけども、子ども3人を育てくれたという環境でしたので、やはり家族を守るというすごさっていうのは、母親から学んでいますので。当社の社員にも、奥さんもいるし、お子さんたちもいますから、みんな、家族たちをしっかりと守れよと。みんなで守りきろうぜという、そういう意識がものすごい原動力になっています。

———ちなみにですけども、転職したきっかけとして、群馬に来なければいけなかった事情があるとおっしゃっていましたが、もしかして、その事情とは奥さまとのご結婚のことですか？

望月社長：そうです（笑）。

———あ、なるほど（笑）。



【ロボット点呼】

【趣味について】

———少し仕事の話から離れて、プライベートにも迫っていいですか、社長？

望月社長：ええ、まあ私は仕事が趣味なのですが（笑）。

———とおっしゃらずに。ご趣味は何でしょう（笑）。

望月社長：妻と小旅行に出かけるというのは、本当に好きですね。

———ああ、そうですか。例えば？

望月社長：ただ私は知らない地に冒険するというのはあまり好きではないので、今まで行ったことがあるような場所に2回、3回と足を運んで、一泊二日ぐらいで行ければいいかなというくらいですね。妻の話をするのは申し訳ないですが……。

———いえいえ、たくさん話してください。

望月社長：いやいや、一緒にいると本当に気持ちが落ち着くのですよね。

———奥さまと？

望月社長：ええ。そうです。

——ちなみにどんどころに行かれるんですか。

望月社長：飛騨高山の方です。私は隣の古川というところが大好きなんです。それから上高地ですとか、松本ですとか、そちらの方面ですね。

——ああ、そうですか。

望月社長：ええ。非常に自然が豊かで空気がおいしいというか、そういう気持ちで常に行くんですが。

——それから、先ほどお話を聞いていて本もお好きなのかなと思ったのですが、趣味というわけではないですか？

望月社長：ではないです。本を読むのはやはり仕事だと思っちゃいますからね。まあ趣味として見れば、もう一つは、ゴルフが好きですね。

——あ、ゴルフですか。よく行かれますか。

望月社長：ええ。ただ、帰るときの車の中では、常に下を向いていますね。「ああ、駄目だ」という、その繰り返しですけれども。

——あえて勝ち過ぎないようにしていらっしゃるのか。

望月社長：いやいや、今度こそ、今度こそという感じで、燃えてきちゃうのですね。

——ええ、チャレンジャーの血が（笑）。

望月社長：ああ、そうですね。

【今後の目標】

——そういったプライベートに支えられての仕事かと思いますが、あらためましてお仕事の話に戻ります。ナプアシストの今後の目標を教えてください。

望月社長：これからはDXビジネスが当社の大きなウエイトを占めていくような方向に何とか道筋をつくっていきなと考えています。今までの当社のやってきた45年間のレガシーシステム、遺産のシステムというのはたくさんあるのですが、それは基本的にどういうコンセプトでそういうシステムをつくるかっていうと、これはどこのIT企業さんも同じですが、お客さんの日々の事業運営の中でコンピュータを使って省力化していくという、

俗に言う「TCO」という、Total Cost of Ownershipという、そういう概念でシステムってつくられているわけです。これからのDXビジネスというのは全然違ってですね、その企業さまのビジネスの拡大とか、利益の拡大のために、どういったツールをつくれればいいのかという考えになります。そうした視点で、我々のDXシステムがお客さまの役に立つのかという、そういうポイントで我々は考えていかななくちゃいけないことなので、大きく様変わりしていくことになります。我々は間違いなくそこに取り組まなければいけないということは、信じて疑わないですね。

【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、若い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。望月社長、新規事業に取り組む中で大切なことって何だと思えますか。

望月社長：まあ非常に抽象的な言葉ですが、好奇心を持つということですね。

——好奇心ですね。

望月社長：ええ。好奇心を持って、人と接触すると、思ってもみないところに気付きがあるのですね。そして好奇心は継続してずっと持ち続けてほしいと思います。で、もう一つは、情熱を絶対捨てない。一步踏み出す勇気ですね。そういうことを若い人たちにはもう何がなんでも言いたいですね。私も自分が社長になったときに、私は「社長」じゃない「リーダーだ」と。リーダーの定義というのは、またこれは本からの受け売りになるかもしれませんが、とにかく高い目標を、自分の首を絞めるような高い目標を常に持つ。それがリーダーの役割なのだ。リーダーというのは人のまとめ役みたいな形でリーダーと言われることが多いかもしれませんが、リーダーは常に高い目標に向かってみんなと一緒に動くということなので、それを常々考えてやっています。

——先ほどのお話にあった、一步踏み出す勇気なのですが、ちょっとこの時期に、なかなか踏み出しにくいなんて思っている、私も含めて……。

望月社長：ええ、そうですね。

——こういう時期にはどうやって踏み出したらいいか、

教えてもらってもいいですか。

望月社長：当社の場合ですが、「攻めと守り」ということを言っています。今までやってきた事業がきちんとあるから、新しいことへの挑戦ができています。当社の社内的な言い方をすれば、ブレーキとバックギアと言っていますが、この時期だからこそ今までやってきた45年間のビジネススタイルを一度停止してみようと。止まって、なおかつ、バックギアで何年前にさかのぼって、もう一度開発手法を棚卸しようと。今までのシステムの在り方というものを、考え方というものを、まずいところは全部改善していこうと。もっといいものを探し出そうと。それができているからこそ、新しいDXビジネスにチャレンジできるのだよということを常々言っています。

——なるほど。これ、地固めをしている感じですね。

望月社長：そうです。

——次に向かっていく準備をする時期でもあるかもしれないですね。

望月社長：そうですね。

——たくさんのヒントを今日はありがとうございます。今日のトップインタビューは、株式会社ナブアシストの望月明夫社長でした。それではここでもう1曲、お届けしたいと思います。いただいたリクエスト曲が『孫』という曲ですが、もうお孫さんがいらっしゃるのですか？

望月社長：ええ。おかげさまで一人います。本当に宝物ですね。

——お孫さんはお幾つですか。

望月社長：4歳になったところです。

——4歳。男の子ですか。

望月社長：はい、男の子です。

——かわいいですね。

望月社長：かわいいですね。私のような仕事人間が、孫がどうのこうのっていうのは思わなかったんですが、孫が生まれてからというもの、もう本当に孫が原動力みたいなものですね。そのぐらいに変わりましたね。

——それではお届けしましょう。大泉逸郎で『孫』。今日はどうもありがとうございました。

望月社長：ありがとうございました。

保証協会からのお知らせ

保証協会の新型コロナウイルス感染症対応について

——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しを伺います。磯さん、よろしくお願いします。

磯調査役：こちらこそよろしくお願いします。

——新型コロナウイルス感染症の影響により事業活動に支障が生じている中小企業・小規模事業者の方が依然として数多くいらっしゃいますよね。

磯調査役：新型コロナウイルスの感染拡大を防止する各種の要請は段階的に緩和されていますが、経済活動が以前の状態には戻っていませんので、中小企業・小規模事業者の皆さまの経営環境は厳しい状態が続いています。

——保証協会では、新型コロナウイルス感染症の影響を受けてしまった事業者の方への支援を実施していますよね。

磯調査役：わたくしども保証協会は、公的な機関として事業者のみなさまの経営をサポートするために「金融・資金繰り相談」を実施しています。また、事業に必要な資金を金融機関からお借入れされる際に「信用保証」を行うことで、事業者のみなさまの事業資金の調達をサポートします。

——経営や資金繰りに関する相談と、「信用保証」による資金繰り支援が保証協会の支援の柱ということですね。では、経営や資金繰りに関する相談の窓口について教えてくださいませんか。

磯調査役：保証協会の営業部・各支店の保証課及び保証統括部 保証推進課に「新型コロナウイルスに関する経営相談窓口」を開設して相談に対応しています。相談窓口の開設時間は、平日の午前9時から午後5時10分です。今般の感染症の影響を受けた事業者の方の経営に関する相談や資金繰りの相談を承ります。

——経営相談や資金繰り相談に乗っていただけるのはとても心強いですね。では、資金繰り支援についても教えてくださいませんか。

磯調査役：国の保証制度である「危機関連保証」・「セーフティネット保証」と「群馬県新型コロナウイルス感染症対応資金」を活用して事業者のみなさまの資金繰りを

支援しています。とりわけ、「群馬県新型コロナウイルス感染症対応資金」は、通常、事業者のみなさまにご負担いただく「金利」と「信用保証料」を国と群馬県が補助するため、少ない負担でお借入れすることができ、活発にご利用いただいています。

——公的機関である保証協会の「信用保証」で、事業資金に関する借入をサポートしていただけるのは、とても安心できますね。事業者のみなさんは、保証協会の各種支援を活用してこの難局を乗り切っていただけるとうれいそうですね。

磯調査役：はい、経営や資金繰りに関するお悩みがございましたら、どんなことでも保証協会にご相談ください。連絡先や保証制度の情報については、保証協会のホームページをご覧ください。

——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

シンキチ醸造所

「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、高崎市のまちなかにあるブルワリー（ビールの醸造所）、シンキチ醸造所です。いわゆる地ビールの醸造所で、バーが併設されたブルーパブになっています。オーナーの堀澤宏之さんは47歳。もともとは和食の料理人ですが、ビールづくりにチャレンジし、3年前にシンキチ醸造所をスタートさせました。高崎市若松町のシンキチ醸造所にお邪魔して挑戦の様子を伺ってきました。

——今、シンキチ醸造所の前にいます。ここは高崎市役所から400メートルぐらい離れた住宅街の中です。本当にここにビールの醸造所があるのでしょうか。中に入ってみましょう。堀澤さん、今日はどうぞよろしくお願いいたします。

堀澤さん：よろしくお願ひします。



【収録風景：高崎市内の醸造所にて】

——堀澤さん、ここはリノベーションをなさったのですか。

堀澤さん：そうですね。もともとは理髪屋さん、床屋さんで、三軒長屋になっていまして、建物自体も相当古いと思います。

——ここでどのぐらいのビールをつくっているのですか。

堀澤さん：1回の仕込みが150リットルぐらいになります。

——150リットルというのは、大体どのぐらいですか？

堀澤さん：例えばビール1杯が300ccぐらいだとすると、500杯分ぐらいですね。

——そうですね。タンクは3つありますけど、何種類もあるんですか。

堀澤さん：定番ビールというのも一応設けているのですが、違うビールもどンドンつくっているんで、始めてから今までの仕込みの数が、大体180回ぐらいになっています。これまでに、だいたい60～70種類ぐらいはつくっていると思います。

——あ、すごい。ところで、そもそもの話で恐縮ですが、ビールってどうやってつくるのですか。

堀澤さん：材料としては、まずお水、それから麦芽、ホップ、酵母、基本的にはこの4種類になります。で、まずはお水を温めまして、あったかいお湯になったところで、麦芽を入れます。麦芽というのは麦が芽をはやしたもの

ですが、その芽に酵素がいて、お湯の中に麦芽を入れると甘い麦の汁ができます。で、その甘い麦の汁にホップを加えて、ちょっと煮込めと、ホップの香りの付いた甘い麦の汁ができて、そこに酵母を加えて発酵させます。簡単に言うとそういう工程になります。

———これ、大体どのぐらいの時間がかかるのですか、でき上がるまで。

堀澤さん：そうですね、最初の発酵を主発酵と言って、いわゆるアルコールを出す発酵なのですが、それ自体は早ければ2〜3日ということもありますけれども、うちは大体2週間ぐらいですね。

———2週間ぐらい。

堀澤さん：はい、最初の発酵でかかります。

———1回目の発酵があるということは、その後、もう1回、もしくは数回発酵させるということですか。

堀澤さん：そうですね、最初の発酵が終わりましたら、容器を移して二次発酵というのをやります。二次発酵ではアルコールが新たに出るということではなくて、炭酸ガスをビールの中に溶け込ませていくための発酵になります。それが同じく2週間です。ですので、できたてのビールになるまで1カ月かかるのがうちのビールですね。

———で、でき上がったものというのは、保存はどれくらい効くものなのですか。

堀澤さん：これもいろいろなのですが、賞味期限を設けなければいけないので、大体半年ぐらいというところが多いと思います。

———クラフトビールは半年ぐらいですか。

堀澤さん：そうですね。ただ、うちの場合は、はたしてどれくらいもつのかとか、どう変化していくのか見ているのですが、ちょうど1年半前ぐらいのビールがあって、飲んでみると、むしろ良くなっていたりする部分もあるので、2〜3年は大丈夫ではないかなという感じでおります。

———そうですか。ワインの熟成と、ちょっと似た感じですね。

堀澤さん：そうですね。

———販売方法としては、こちらのお店で皆さんに飲ん

でいただくというのがもちろんメインでしょうけれども。

堀澤さん：そうですね。

———そのほかは、どのようにされていますか？

堀澤さん：現在は、高崎市内の飲食店さん7店舗ほどで生ビールとして提供させていただいています。それから、最近では瓶詰で取り扱いをしてくださるスーパーさんですとか、酒屋さんが少しある感じですね。

———そうですか。そんな堀澤さんですが、もともとは和食の料理人だったそうですね。というか、今ももちろんそうでいらっしゃるようですが。

堀澤さん：そうですね。

———和食の料理人としてスタートしたと。

堀澤さん：そうです。20年以上、和食の板前をやってきましたね。

———伊勢崎でお店を持っていたのですか。

堀澤さん：そうですね、最初は伊勢崎で15年くらいやっていたのですが、6年前に高崎に移りました。

———で、その和食の板前の堀澤さんが、どうしてビールづくりに挑戦しようと思ったのですか？

堀澤さん：食中酒としてのビールを、いつのころからか考えるようになりまして、食中酒として飲むビールってないなと思っていたのですね。

———あ、ビールって確かに「乾杯のビール」と言うぐらいですから、食前というか、どちらかという、料理スタート時に飲むものですよ。

堀澤さん：そうですね。それはもちろんおいしくて、私も大好きです。料理を意識してつくっているなという、その料理に寄り添っていくワイン、日本酒はありますよね。なので、ビールもあっていいんじゃないかなと思ったのがきっかけですかね。

———そこからどういうふう具体的に手を付けていったのでしょうか。

堀澤さん：ビールづくりのノウハウがあったわけではないので、ちょっと研修に行かせていただいて、そこからですね。

———クラフトビールの研修ですか。

堀澤さん：はい。うちと同じぐらいの小さな醸造所に2カ月ぐらいお世話になりまして、で、仕込みの工程ですとか、酒税とか、免許の申請の仕方とかですね、そういうのを学びました。

——そこではいろんな学びもあったと思いますが、こういったことに一番刺激を受けましたか？

堀澤さん：そうですね、やはり全国から人が集まってくるので、そういう人達の中にいると、「やりたいな」という気持ちがどんどん大きくなりました。

——ええ。まあ研修、修行に行ったときには、ご自身としては、まだ気持ちがそれほど固まっていなかった部分もあったのですか。

堀澤さん：正直言うと固まっていなかったです。そのときにやっていたお店がビルの工事で2カ月ぐらい休むことになって、「じゃあこの休みの期間に何をしようか」というところで、どのぐらいその可能性があるのかなとか、そんな気持ちで行ったものですから、固まっていたわけではないですね。で、戻ってきて、準備を始めたわけですね。免許を取るのに最低でも半年かかります。で、それを始めると、途中でやめられなくなりますよね。今までやっていた時間は何だったろうかみたいなことで(笑)。

——そうですね、積み重ねれば重ねるほど。

堀澤さん：で、それをやっていったら、1年後に形になったという感じですね。あとはそのときに、お店と一緒にやっていた人が、お店を守ってくれているようなところもあって、後に引けないなという感じでしょうか。

——そして、いよいよ2017年からビールづくりが始まったのですが、どうでしたか、順調にスタートしました？

堀澤さん：いや、お世辞にも順調とは言える感じではなかったです。要するに、何がわからないか、わからなかったのです。なので、わからないことを潰していきました。今でも覚えているのですが、あと10個の課題を潰せばできるという状態になったのが、最初の仕込みをするちょうど1週間ぐらい前でした。で、そんなことで仕込みをしてみて、自分でやってみて、順調にいくのかどうかもわからないっていう中でのスタートでした。

——うわあ。見えないゴールに向かって進んでいると

きというのは、こういったことを原動力にチャレンジを続けていったのですか。

堀澤さん：私は四十半ばを過ぎましたが、わからないことがわからない時間って、この年になってくると少なくなる気がするのです。若いころって当たり前のようにあると思いますが。そこが苦しかったですね。で、この年でそれを経験していることに「自分自身が誇りを持って」って思いました。そういう気持ちを持った状態でビールや料理をつくったり接客するのと、「もう大人ですから」みたいな状態とは、やはり伝わるものもきっと違うなというのは、うまくいかないときに考えたことがありましたね。

——ああ……。でも周りの方の支えがあったり……。

堀澤さん：本当にそうですね。この3年にしても、当たり前のことですけど、飲んでくださる方がいるから仕込みができるんですよね。とにかくそこは忘れちゃいけないと思いますね。

——あらためて、ビールづくりは面白いですか。

堀澤さん：やっとな面白く思えるようになってきたところですかね。「ビールづくりって面白いな」と感じる時はですね、料理のほうで扱う食材、扱う仕込みの数とかは圧倒的に多いです。でも、最初に説明したように、ビールって材料からしてシンプルじゃないですか。

——そうですね。

堀澤さん：シンプルだから故に、1個1個掘り下げるようになるのです。水はどうだと、その1度の違いとか、麦芽のこの配合についても、酵母の違いと。そうするとそれが面白いもので、料理にも反映されて、この年になって料理をずいぶん掘り下げるようになりましたね。

——あ、そうですか。

堀澤さん：自分で言うのもなんですけども、料理が良くなってきているという、これは面白いなと。

——相乗効果ですね。

堀澤さん：相乗効果がありますね。

——ビールに対してでもいいですし、お店全体でもいいのですが、次にチャレンジしたいこととかありますか。

堀澤さん：例えば、ワインに限りなく近いようなビールというか、発泡酒。あるいは、日本酒に限りなく近いもの、

要するにブドウを原料にしてもいいし、米を原料にしてもいいですが、そういうのをやってみたいというのがありますかね。好奇心で。

——なるほど。

堀澤さん：サーバーからね、ワインが出てきたら楽しいじゃないですか。ピアホの（笑）。

——楽しいですね（笑）。

堀澤さん：なんか妄想はしますけれども、でもまずは日々のこの仕込みですね、やっぱりそこを丁寧にやっていくということですかね。

——今日はシンキチ醸造所の堀澤宏之さんにお話を伺いました。ありがとうございました。

堀澤さん：ありがとうございました。



【高崎市内の醸造所の前にて】

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、前橋市のシステムインテグレーター、株式会社ナブアシストの望月明夫社長のトップインタビュー、そして後半は、高崎市のまちなかにあるブルワリー（ビールの醸造所）、シンキチ醸造所を紹介しました。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～」、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～

【10月の放送のお知らせ】

令和2年10月1日（木）12:00～12:55

再放送 10月3日（土）8:00～8:55

ぜひお聞きください！