

# チャレンジ・ザ・ドリーム

Challenge the Dream

～群馬の明日をひらく～

令和3年12月2日（第105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、沼田市の卸売会社、株式会社マルキホームズ 石澤雄一郎社長、50歳です。マルキホームズは明治27年創業で、石澤社長が五代目という100年企業で、日用品や化粧品の卸売りをしています。近年問屋の数が減少している中、石澤社長は20代で家業を引き継ぎ、7億円弱だった年商を30億円以上に拡大させました。石澤社長に挑戦の様子を伺っていきます。番組後半は、リンパ浮腫という病気のために布製の吸収シートを開発、販売を開始した行政書士の男性を紹介します。

## 【プログラム】

### ■トップインタビュー

株式会社マルキホームズ

石澤雄一郎 代表取締役社長

### ■保証協会からのお知らせ

年末 特別金融・経営相談について

### ■チャレンジ企業紹介コーナー

山田俊介さん (nunology)

◎アナウンサー 奈良のりえ

## トップインタビュー

### 株式会社マルキホームズ

#### 石澤雄一郎 代表取締役社長

——沼田市の卸売会社、株式会社マルキホームズの石澤雄一郎社長にFM GUNMAのスタジオにお越しいただいています。今日はどうぞよろしくお願いいたします。

石澤社長：はい、よろしくお願いいたします。



【収録風景：FM GUNMAスタジオにて】

### 【家業を継ぐまでの道のり】

——マルキホームズは石澤社長で五代目の老舗だそうですね。

石澤社長：はい、ありがとうございます。おかげさまで、今年でちょうど創業130年を迎えます。

——おめでとうございます。

**石澤社長：**ありがとうございます。当時は、養蚕が栄えていて、養蚕用具が非常に売れておりましたが、時代とともに消費者ニーズは生活用品などへ移り、洗剤や紙製品、化粧品などが中心となりました。近年はどちらかというと介護用品を中心に販売しております。私が子どものころは、あまりこういう商売は嫌だなと思っていたのですが、行商というのでしょうか、休みの日に父が営業に出るときに、一緒に助手で付いていきまして、お店屋さん回りをするわけですよ。そうすると、知らず知らずの間に、子どものころから、「ああ、将来はやらなきゃいけないのかな」という部分が芽生えてですね。その後、大学を卒業しまして、一旦、勤めはしましたけれども、いずれは帰ってくるという気持ちは頭に入っておりました。

——その大学卒業後というのは、後々につながるような職種に就かれたのですか。

**石澤社長：**もともと父からは、いずれは経営者になるので、どんな業種でもいいから他人の釜の飯を食べて、そしてまた従業員の気持ちもわからなきゃいかんということで、どんなところでもいいから行けということだったので、たまたま当時、祖母の介護が結構大変だったこともあって、介護の業界に多少興味を持っていました。群馬県にも工場がありますが、衛生材料メーカーの白十字さんに就職して、東京で4年間、介護のいろはを教えてください、今日に至ったというような感じです。

#### 【父が築き上げたもの】

——東京から戻られて、お父様のお仕事を引き継がれたのですよね。

**石澤社長：**はい。父が遺してくれた、いいものは継承しながら、新しいことにどんどん変えていこうと思いました。私は、サラリーマン時代に学んだ、東京の営業スタイルをいち早く取り入れたり、パソコン一つにしても、若い発想でちょっと変えていきました。当時は父親世代の方もいて、衝突もありましたが、でも、何とかね、うまくバランスを取りながら、そういう先輩たちを立てて、「今、これからこういう時代になるから、ぜひ理解して協力してほしい」ということを伝えました。苦労したか、してないかと言えば、大変でした（笑）。

——大変でしたか。

**石澤社長：**ええ。ただ、父親の顔を思い浮かべると、「よし」と、「泣き言を言ってもらえん」ということで、逆に「父親にいいところを見せてやるんだ」という思いで、やってきました。ところが、実はですね、営業的なことはでき

るのですが、特に大変な経理の部分は、引き継ぎがない中でやってきたので困惑しました。ただ、面白いものとして、やっぱり父が基盤をつくってくれていたのが、当時は25歳でしたから、逆にいろんな方から教えていただけるのですよ。私も、どちらかというところ知ったかぶらないので、もうわからないことはわからない。「教えてください」という感じです。

——素直に。

**石澤社長：**はい、そうするとね、いろいろ教えていただいて、かえてそういう意味では非常に環境に恵まれていたなと思っています。

#### 【ピンチをチャンスに】

——環境に恵まれているとおっしゃりつつも、やはり急な事業承継って、ご苦労があったのではないですか。

**石澤社長：**はい。まず、その25年ぐらい前までは、中間流通の卸売業が持っている小売業に変化がありました。例えば酒屋はコンビニエンスストアになるとか、ドラッグストアはいろいろ統合、合併したりなど、業態変更の中だったのでですね。ですから、常に壁にぶち当たるのですが、ただそうなると、ハードルと同じで、そこで諦めたら飛び越えられないけれども、考えながら飛び越えると、次、同じ高さの問題が来ても軽く飛び越えられるのです。例えば、先ほどもお話ししましたが、介護用品のノウハウに関しては、結構自信を持っていましたので、まずは業務用を扱う病院や施設などから入っていったのですよ。そうすると、小売店ですと、当社が納めた商品を消費者が100パーセント買うかわからないですが、病院や施設などでしたら、絶対に使いますよね。

——そうですね。

**石澤社長：**ですから、そういう意味では当社が代理店で扱っている商品と同業他社との違いを説明して、それで品質もよく、トータル的にコストが下がりますという提案の中で採用していただいて、まずは、群馬県からどんどん広げていったという感じですね。それと、沼田市は人口が少ないですが、交流人口は多いです。周りには温泉地や旅館もあります。豊富で多様な観光資源もあります。そういうところに、首都圏から人が来てくれます。そういうところで消費されるような商品を選別して、売っていく。つまり、ピンチがチャンスで、変化に対応していったと言うのですかね。親がいたり、恵まれた環境だと、そういう発想はもうすぐ諦めてしまうのですが、逆に、じゃあこれが駄目ならこっちに変えようと変化に対応していったような感じでしょうかね。

——変わらざるを得なかったというところが……。

石澤社長：はい、そうです。

——今振り返ると逆によかったのではないかと。

石澤社長：ええ、本当にそう思います。ここまで頑張れたのは、やはり一緒にいる、3つ下の弟のお陰もあります。彼も大学を出てから1年勤めないうちに、私の背中を見て大変だと思い、東京から帰ってきてくれました。ですから、そういった意味では彼のことを裏切れないし、やはり身内は、応援してくれるのですよ。毎日朝早く出勤して、夜はもう、信号が点滅する頃まで働く、そういう生活でしたが、苦しいというよりも、やりがいを感じていました。

——もう無我夢中だった……。

石澤社長：ええ。

#### 【悔しさを力に変える】

——この時期こそ、ご自身としては、生きている実感がわくような（笑）。

石澤社長：ええ、ありましたよ。だから、当時ね、あまりこういうことをラジオで言っているのかわかりませんが、同世代でも、親のすねをかじって高級車に乗ったり、遊ぶ人間は多かったですけど、私には余裕がありませんでした。だけど、逆にそれがエネルギーになって、「よし、今に見てろ」って、モチベーションに変えていました。今は、小さい軽自動車に乗っているけど、いつかは大きい車に乗るんだとか、服だって、もうちょっといいのを着てやろうとか、そういう思いでやりました。だから、悔しさをプラスのエネルギーに変えて、無我夢中でやってきましたね。

——悔しさをエネルギーに変えた。

石澤社長：はい。

——今ちょっと大変だなという方にとって、今のメッセージは大きかったと思います。なんか、やる気がぐっとわきますよ。

石澤社長：特に地方の卸ですと、大手の卸さんと比較したときに、仕入れ値の条件が違うのですよ。たくさん仕入れるところは安く、当社のような地方のところは高かった。じゃあ、そういう大手さんよりも3倍働けばいいのだろうと考えました。つまり、少ない利益でも、体は元気だから、本当に親に感謝しているのですが、3倍働けば、お店に喜んでもらえて、また、更にそこらいい仕事を積み重ねて、注文をいただくというサイクルを

確立していきました。今はなかなか大量販売、大量消費という時代じゃないかもしれませんが、当時は薄利多売という形で、とにかく安く、クルクル、クルクル商品を回転させました。地方の卸でも売れるようになると、今度はメーカーさんが逆に、「ああ、マルキさん、こんなに売れるなら、こういう条件を出すよ」と言ってくれるのですよ。むしろ大手の間屋さんですと無理な要求をしますが、当社はそういうことを一切言わずに、当社が企業努力で少ない利益の中でも動いて、量を売るようになったら、今度は逆に、メーカーさんから、「今度、マルキさん、売ってください」って、いい条件を持って来てくれるようになりましたね。ですから、必ずしも母体が大きいから勝つのではなくて、ダーウィンの進化論ではないですが、変化に対応するところは残ると、そんな持論でやってまいりました。

#### 【飛躍的な成長の裏には】

——そうした中であって、マルキホームズは売上を伸ばし、事業を引き継いだときに7億円弱だった年商を、30億円以上に伸ばしたそうですね。これは、どのようにして事業を拡大したのですか。

石澤社長：いろいろありますけど、やはり海外展開に少しシフトしていきました。日本は、残念ながら人口減少の傾向にあります。そうすると、これからどんどん海外進出が増える中で、少し日本のいい商品を海外に売っていかうと、いうことになりました。私の強みを挙げるなら、友人が多いということかもしれません。例えば、九州の友人から声をかけられたときの話で、「石澤君、こういうの用意できんかな。関東にないかな」って言われると、「ああ、何とかするよ」と、商品を集めて、「それ、じゃあどこで売の？」と訊ねると「韓国に売りますよ」とか、「中国に売りますよ」というようなことになるわけです。このコロナ禍でも、当社の場合は、同業他社が行うことと決定的な違いがあります。それは、お客さま都合で動くことです。つまり、日本の企業って、どちらかというと自分都合で動くじゃないですか。そうすると、商売がうまくいかないのですよ。お客さま都合に合わせてあげると、おのずと注文が次々にきて、いい仕事をすると、またそこから、「群馬にマルキホームズという会社があって、ここが何とかしてくれるよ」という口コミが広がります。東京や大阪などから、いろんなところからお問い合わせをいただくようになります。そこでもう倍々ゲームが増えていくわけですが、その中で、一つ残念なのは、日本の商慣習ですかね。例えば、ブランドを海外に出したくないだとか、あるいはキャラクターで販

権があるとか、様々な障壁がありますよね。

———そうですね。

**石澤社長**：いろいろ壁はありましたが、2012年に自社ブランドを立ち上げて、じゃあ売っていきこうとなりました。

———矢継ぎ早ですね。

**石澤社長**：ええ。ですから、もう何度も言うように、ピンチがチャンスで、その変化という壁にぶつかっていると、できない理由を考えるよりも、できるほうを考えようということで、当社のできるレベルを必死に模索します。これはできないけれども、これだったらできるとかです。やっぱり大手さんになると、全部自分のところでやろうって思うのですが、当社の場合は、例えば、私がこういうノウハウを持ってなければ、ノウハウを持っている人間と組んでやるのですよ。

———コラボですね。

**石澤社長**：はい。野球も、4番バッターが9人では勝てないですよ。

———確かにそうですね（笑）。

**石澤社長**：1番は1番の役割、2番は2番の、それぞれの役割をつなげていくということと、その役割をうまく分担して、適材適所の組織づくりを行ってきました。すると売上が見る見るうちに増えていったのですよ。

#### 【ビジネスに必要な行動力】

———石澤社長、今お話を聞いていると、全国にお仲間がいるというイメージなのですが、お仲間ってどうやって増やしていったのですか。

**石澤社長**：いろいろな講演会に出席したり、異業種交流会があれば、自ら足を運びました。私も地元の沼田に帰ってきたときは、青年会議所や、商工会議所など、いろいろと所属しました。商工会議所に出向きますと、関東とか全国に仲間が増えたりしますよね。そこでビジネスの話もするわけですよ。あるいは異業種交流会に行ったときに、相手がね、当社の商品を求めている。逆にその相手は当社にないものを持っているとなれば、そこでもうビジネスマッチングが広がるわけですよ。ですから待っているのではなくて、自分からそういうチャンスがある所に、どんどん顔を出すことが大事ですね。だから当時、1年間で消費する名刺の数って結構多かったと思いますよ。

———バイタリティですね。

**石澤社長**：いえいえ、とにかく動いているとチャンスが

あるのですよ。

———動いていると。

**石澤社長**：はい。だから、待っていても駄目なのです。

———そのあたりのチャンス、そして挑戦の様子なども、1曲挟んでまたお聞きしたいと思います。

**石澤社長**：はい。

———さて、選んでいただいた曲なのですが、テンポのいい曲ですよ。

**石澤社長**：まあこれを聞いてですね、気持ちを奮い立たせていきますね。「イソップ！」って言いながらね（笑）。

———あ、ラグビーの番組？

**石澤社長**：はい、そうですね。

———ありましたよね。ではお届けしましょう。麻倉未稀で『ヒーロー』。



【アジアゴールドデンスターアワードにて  
最優秀誠信企業大賞を受賞】

#### 【失敗から学んだもの】

———卸売りの傍ら、自社ブランドの商品もつくって、先ほどメーカーにもなりましたなんてお話が出ましたけれども、どのような商品があるのですか。

**石澤社長**：いや、いっぱいありました。もちろん失敗したものもあるのですけれども、まず先に失敗した例を言いましょうかね。

———ええ。

**石澤社長**：私はカフェオレが大好きなのです。それで、当時、とあるメーカーさんと、「まずい、もう一杯」ってやっている青汁がありましたよね。

——ありましたね（笑）。

**石澤社長：**じゃあそれをもう少しね、飲みやすくしようということで、青汁オレという商品をつくりました。

——カフェオレと青汁を？

**石澤社長：**はい。その当時はね、そういうものがなかったのですよ。だから、何もないものを、「こんなものがあたらいいな」という発想でつくのですが、これはもう失敗しました（笑）。勢いだけでつくってしまいましたね。そこから、同じ過ちはしないということで、必ず消費されるものをつくろうという考えにシフトチェンジしましてね、消臭ビーズから始めて、あとは暑い時期に水でぬらすとひんやりするボディタオルなどを商品化しました。

——ええ。

**石澤社長：**これはずいぶんつくって販売しました。とにかく海外に行ってきた、ものを見つけて、それを日本で安く売るといふうに当時はやっていたのですよ。ですが、インバウンドやアウトバウンドが始まってからは、メイドインジャパンに特化していこうということで、もう全部日本製に変えていったのですね。トイレットリーと言われる商品の中で、シャンプーとか、ボディソープとか、化粧品の原料は全て日本製にこだわって、商品づくりをしています。特に、今、力を入れているのは、この冬場の時期に乾燥をする方にいい馬油シャンプーなどですね。あとは洗顔フォームをつくったりなど、いろいろ手がけましたね。

——本当に幅広いですね（笑）。

**石澤社長：**ええ。とにかく「こんなもの、あたらいいな」と。普通の大手さんですと、開発から商品化までに、もう何年も要するのですよ。小さい我々の会社は、もう即、こういうもので困ったら、それを商品化しちゃう。ですから、早いものは、2週間ぐらいで商品化したものもあるのですよ。

——そのノウハウってどうやって（笑）。

**石澤社長：**それはやはり、販売先の要望に迅速な対応をしたいとの思いがあって、自分が「よし、いこう」って決断して、即実行に移す決断力が大事ですね。

——これ、つくるのは、自社でつくっているわけでは……。

**石澤社長：**ええ、弊社で工場を構えるわけではなくて、OEMの依頼先があります。

——なるほど。

**石澤社長：**商品企画や、販売戦略、デザインなどは、もちろん当社で考えますけれども、例えば商品の容器は当社で調達して、シャンプーだったら中身を充填してくれる工場があったりなど、そのような形態でやっています。

——それでいろんな商品が作れるのですね。

**石澤社長：**そうです。

——では、そのつくってもらって先って、どのようにして探すのですか。

**石澤社長：**東京や大阪など、あちこちで展示会がございますよね。私は常に飛び回っていますので、この企業は「いいな」っていうご縁を感じたら、もうそこへお願いしていますね。

——このコロナの時期ってなかなか展示会がありませんが、今までの掘り起こしで結構、「あ、この会社とコラボしようか」なんていうのがあったかもしれませんね。

**石澤社長：**そうですね。逆にね、そういう資材メーカーさんからいろいろ調べてくるのですよね。昔は自分から足を運んでいたのが、「マルキさん、当社はこういうものを扱えるのだけど、うちを使ってください」っていうような感じで来ますよね。

——そんな売り込みが来ていると。

**石澤社長：**はい、ありました。ありがたいですね。

——ヒット商品はありますか？

**石澤社長：**そうですね、ヒット商品というか、安定して出ているものですが、まずは、日本の流通に乗せることです。まず国内でどンドン売って行って、実績をついたら海外へと販路を移す戦略で、自社ブランドに関しては今やっております。比較的日本で売れると大体アジアは売れるのですよ。

#### 【海外展開で大事なこと】

——お話に出てきました海外についても少し伺ってみたいと思います。

**石澤社長：**はい。

——海外とも取引していらっしゃるそうですけれども、現在のどのぐらいの国に販路を持っていらっしゃるのですか。

**石澤社長：**今、直接はないのですが、流通的にはそういう業者を1回経由して海外に出す、2つの方法がございます。まずは越境ECという、保税倉庫を持っている方と、正規通関、一般貿易というやり方があります。当社のもある程度代理店さんを国々で決めまして、今、流通

をさせています。この前までは、海外の展示会があれば、もう自ら足を運んでいましたけど、この2年ぐらいは、日本にいたので、「あれ、石澤さん、珍しいね、日本にいるんだね」って言われるのですが、本当にいろんな国々で取引していて、今は大体20カ国弱ぐらありますかね。

———その中でも主要な取引があるところは。

**石澤社長**：出荷量が多いのは、今は、ベトナム、ロシア、中国ですかね。中国も、一時はすごかったのですが、法改正などがあるとガラッと変わりますね。

———ああ、そうですか。

**石澤社長**：ええ。でも、一般貿易で安定して輸出している商品に関しては、注文も安定しています。

———ベトナム、中国、ロシア……。

**石澤社長**：ロシアが多いですね。

———海外への戦略というか進出は、いつごろに参入するって、こうやっぱり時期って大事ですか。

**石澤社長**：正直言うと、もともと15年ぐらい前でしょうかね、日本は子どもの人口が減っているけれども、特にアジアは子どもが増えると見込まれている中で、まず、子ども用おむつとか、粉ミルクとか、そういう生活品からスタートしました。途中から化粧品などになり、雑貨になりというような感じで消費者ニーズが変化していきました。アジアが日本のライフスタイルを見まねてくると、どんどん日本のものが売れるという感じですね。例えば、トイレ事情でも、中国だと水洗トイレ、当時は少なかったですけど、インバウンドで日本に中国の方が来ると、炊飯器を買っていったり、ウォッシュレットのトイレを買っていったりするんですね。ですから、生活様式が日本に近づくと、日本で使っているものを欲しがるといような、サイクルで流れていきましたね。

———じゃあ、どの国に進出するってというのは、どういうふうに変換していくのですか。

**石澤社長**：これはですね、やはりご縁だと思います。越境会という会に入っております。

———越境会？

**石澤社長**：はい。これはですね、国を超えて、日本のビジネスを海外に展開していくって思いのある人間の集まりなのです。例えばね、アフリカの南スーダンに行ったり、アゼルバイジャンに行ったりとか、JETROでも行ってないところに我々がいきますから。そうすると、我々が出向くと、向こうは大臣級の方が出迎えてくれて、「日本の企業さん、この国で土地はタダであげるから、ぜひ、工場をつくりませんか」とか、そういうこと

をお願いされるんですね。

———逆にこう、ウェルカムにこられすぎても、ちょっと怖い部分とかがないですか。

**石澤社長**：ええ。まあ、どうですかね、私の発想がおかしいのかわかりませんが……。

———いえいえ。

**石澤社長**：でもやはり最終的には、相手の求めていることを理解して、合わせてあげることがビジネスは友好的にいくのかなと。やはり国々も、自分都合でやるから戦争が起きますよね。

———そうですね。

**石澤社長**：でも、相手さま都合でいろいろ物事を考えたりすると、結構友好的な関係になりますよね。商売はやはり、稲盛和夫さんじゃないですけど、利他の精神ですよ。

———利他の精神ですか。

**石澤社長**：ええ。そういうスタンスでいると、結構うまくいくのかなという感じがしますね。

———利他の精神、無私の心で……。

**石澤社長**：ええ。

———もうお客さまのために。

**石澤社長**：はい、そうですね。

———今後注目していきたい国というのは、どんな国がありますか？

**石澤社長**：まあ、スイスとか、やってみたいなと思っています。

———スイスのどんなところに注目していますか。

**石澤社長**：ちょっと、これは笑われちゃうんですけど、実は私が、行ったことがないからなのです（笑）。

———ああ（笑）。

**石澤社長**：だから、これは社員には言えないんですけどね。

———でも放送で言ってしまった（笑）。

**石澤社長**：言ってしまいました（笑）。ですから、誰もが知っているところをやっても、全然、意味がないので、ライバルがいらないところに行きたいというのがあります。まあそれだけです。賢い経営者は、いけすに、お魚がいっぱいいるところに行ったら効率いいよという人もいれば、でも私の考え方は、もちろんそれもあるのですが、誰もやってないところをやったほうがかえっ

ていいのかなと、最初にやったほうがいいのかなという感じですね。

——なるほど。

**石澤社長：**チャンスがあればそちらのほうも行きたいなとも思っています。で、また、そのスイスの周りにもいろいろな国々があって、そこをハブにすれば手取り早いなと思っているのですよ。

——楽しみが広がって。

**石澤社長：**ハブの一つとして、中国の素晴らしく、すごいところは、一帯一路と言いまして、そこから全部の国、ロシアからみんな行けちゃうのですよ。

——ああ……。

**石澤社長：**ですから、それをハブにを使って、中国のEC関係を伸ばしていくというのがあると思うのですが、逆にスイスの周りに国々があるし、そこから出せればやれるのじゃないかなと思ってですね、ちょっとそんなことを今は考えていますね。

——わくわくしますね、今後が。

**石澤社長：**ええ。だから物事は、何でもわくわくしないと駄目なのですよ。

——ああ、そうかも。

**石澤社長：**ええ。それで、ちょっと違ったら、少しずつ修正しながらやっていけばいいと思うのですよね。

——あまり石橋をたたき過ぎちゃうと、チャンスを逃してしまうよと。

**石澤社長：**はい。そう思います。

——わくわくしたところに行ってみるって大事ですよな。

**石澤社長：**はい。

#### 【地域を大切にしたい】

——ところで、品物を流通させるためには、沼田市という立地というのは、どうかな、不利なこととかないかな、なんて思うのですけど、あまりそういうのを考えたことはありませんか？

**石澤社長：**うーん、まあ正直言うと、物流費に関しては、今これだけガソリンが値上がりして、それは不利なのですが、一つ例を出すと、当社の倉庫は800坪二階建ての大きいプラットフォームなのですが、そこに全部の商品を集めて、一括で出荷できますから、逆にそういった意味では、陸送に関してはちょっと優位な部分はあります。

倉庫に全ての商品を集約して一括で出せるという点は強みですね。

——扱う商品というのは、全てマルキホームズさんの倉庫に一回持ってくるのですか。

**石澤社長：**一応2つパターンがあります。自社倉庫以外に、ある程度の量をOEMの依頼先の工場に保管してもらっているものもあります。

——ああ、ええ。

**石澤社長：**基本的なルールとして、つくったものは全部倉庫に保管しています。あとは、流通的には、ある程度ロットがまとまれば、生産してくれる資材メーカーの工場からダイレクトに送るということもできます。

——いろんな手法をうまく、使いながら。

**石澤社長：**はい。手法を使いながら。例えば、工場が埼玉にあって、いったん群馬に行って、またお客さまが埼玉だから戻ってくるのでは、エコではないですよな。

——そうですね。うーん、おっしゃるとおり。

**石澤社長：**ええ。ですから、その辺はうまく考えながらやっています。

——そうすると、沼田市であるということにデメリットなんて、ほんとないてことですね。

**石澤社長：**関係ないと思います。ですから、当社が沼田で頑張ることで、地域の雇用も増やしたいなと思います。実際に、テレビショッピングの佐世保のジャパネットたかたさんは、そこでスタジオをつくって発信しているじゃないですか。

——やってらっしゃいますね。ええ。

**石澤社長：**量が増えれば物流費も安くなるし、やり方だと思いますよ。立地は関係ない。

——これからますますそうなるかもしれないですね。

**石澤社長：**そうですね。立地条件を考えるときには、まず、社員を雇用する立場として、社員が働きやすいか、安全か、それを考えなきゃいけませんし、しいて言えば沼田が大変だというのは雪が多いことぐらいですかね。

——確かに（笑）。

**石澤社長：**ええ。でも本当に雪が1メートル積もるっていうのは、10年に一度ぐらいしかないので、そう考えると非常に住みやすいところなのです。ですから、リモートでできるような商売をやっている方は、ぜひ沼田で商売をしてほしいなと思います。

——ワーケーションなんかね、今ずいぶん注目され

ていますから、そういう意味では沼田市は、ストレスのない、ストレスフリーの場所かもしれません。

石澤社長：はい。



【マルキホームズ本社】

#### 【癒しを求めて】

——さて、仕事を離れて趣味のお話もお伺いしたいと思います。

石澤社長：はい。

——すごく体がしっかりしていらっしゃいますよね。

石澤社長：はい。

——何かボディビルでもやってらっしゃるのですか。

石澤社長：いや、そんなことはやってないですが、最近ハマっているのは、温泉とスポーツジムで足踏みすることですね。

——え、足踏み？

石澤社長：ええ。ちょっとね、マニアックなのですが、2時間やってます。

——2時間？

石澤社長：汚い話になっちゃいますが、汗だくになってですね、向こうのトレーナーからは、「あのおじさん、気持ち悪いな」と思われているかもしれませんが、そのときだけは仕事を頭から切り離して無心になれるのですよ。それが趣味というか、自分の気持ちをリセットする方法です。また、最近は友人を通して、ヨガをちょっとやっています。

——ヨガですか。

石澤社長：はい。ヨガ、非常にいいですよ。30分ぐらい、

Zoomでしてもらっているのですが、おかげさまでそれをやると頭がすっきりして、疲れも残らないのですよ。

——いやあ。

石澤社長：だから、寝る前にやると、すうっと寝ちゃいますよね。

——ずいぶん癒やし系の趣味に包まれていますね。

石澤社長：ええ。そんな感じで、趣味といいますかね。あとは、同級生が経営している行きつけの居酒屋がありましてね、夜は一人で、そのカウンターに座って、世間話をしながら食べるって、これが趣味ですかね。ルーティンになっていますよね。

——ああ、そうですか。

石澤社長：私も家庭がありますが、海外とかあちこち飛び回っていたのに、コロナ禍で家にいるものですから、家内が逆に、「また子どもが1人増えたようで嫌だわ」なんて言うのですよ（笑）。

——そうなのですね（笑）。

石澤社長：居場所がなくなりまして（笑）。

——で、同級生のお店に行って。

石澤社長：そうですね。カウンターで一緒にね、こう、飲んでいるというか、それが今、私の唯一、息抜きできるところですかね。

#### 【地域貢献を忘れない】

——マルキホームズの今後の目標をあらためてお聞かせください。

石澤社長：はい。そうですね。当社はこれからも商品開発をどんどん進めて、当社の商品を使っていただいて、人々がプチ幸せになれるものを起点に商品づくりをしていきたいと思っています。そしてまた、この地域ですね、群馬県はもとより、特に利根沼田地区にある当社がよくなる、大きくなることで、地元の雇用を増やしていきたいと思っていますし、それが地域貢献につながると思っています。

——「沼田から世界へ」の展開ですね。

石澤社長：はい。

#### 【新規事業へ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。新しいことに挑戦するときに、石澤社長、大切なことは何だと思いますか。

**石澤社長：**はい。とにかく大変という言葉は皆さん、言いますが、大変という字は大きく変わると書きます。

———おお。

**石澤社長：**ですので、やはり若い人には、1回や2回の挫折で諦めないで、続けることをして欲しいと思います。やはり成功する人は、諦めずに最後まで挑戦する人だと思っています。まあやっていくうちに、いろいろよきご縁があり、またいい道もあると思いますので、まずは1回や2回の失敗じゃ諦めずに、挑戦してほしいなと思います。

———石澤社長が諦めないでやってきたとき、つらいときて、どういうふうになって乗り越えてきたのですか。

**石澤社長：**やはりですね、人のため、つまり家族や社員のため。自分のためでやっちゃうと挫折しますが、人のためと思うと頑張れるのですよね。

———利他の心？ 社長がおっしゃった。

**石澤社長：**まさにそのとおりです。ですから、こんなことを言うのも変な話ですけどね、ちょうど上の子は、高校を今年卒業して来年大学生ですけども、その子が生まれたときに、上の子はトモヨってんですけど、家内がトモヨが書いた〇ってのをね、お弁当箱に入れてくれたのですよ。そのとき、仕事、きつかったですけど、それ見たらね、頑張らなきゃなっていうエネルギーをもらうんですよ。

———家族のために頑張らなきゃ。

**石澤社長：**はい。ですから、やはりそういう意味では、誰かのためと思うと頑張れる。それと、やはり、応援してくれる社員や仲間を裏切れないってということで、やってきました。ですから、みんな行き詰まる時はあるけれども、行き詰まる人ってというのは、やはり自分中心で動いている人が行き詰まるのですよ。そういう人って成長ないのかなと。相手のことを思い、そして常に素直に謙虚に、感謝の気持ちを持っていると、大抵のことはうまくいきます。あとは、私もプチ幸せというのがありましてね、例えば駐車場に車を止めるときに、そこが空かないかなと念じると、車が1台だけ抜けて止まれることがあるのですよ。そういうときに、「あっ、プチ幸せだな。感謝、感謝」、そう思うのですよね。だから、常に前向きに、利他の精神を持っていると、大概はうまくいくよな気がしますね。

———行き詰まったときは、もう一度ちょっと立ち止まって、自分にとって大切な人のために何かできないか、

なんて考えてみるといいかもしれませんね。ありがとうございます。

**石澤社長：**はい。

———今日のトップインタビューは、沼田市の卸売会社、株式会社マルキホームズの石澤雄一郎社長に伺いました。それではもう1曲お届けしましょう。またしっとりとしたナンバーですね。

**石澤社長：**はい。

———これはどうしてですか。

**石澤社長：**まあ、疲れたときに、やんわり聞くのがいいのかなということで挙げさせていただきました。

———はい。では、皆さん、ちょっと疲れを癒やす、そんなお気持ちでお聞きください。

**石澤社長：**はい。

———玉置浩二で『メロディー』、ありがとうございます。

**石澤社長：**はい、ありがとうございます。

## 保証協会からのお知らせ

### 年末 特別金融・経営相談会について

——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、年末 特別金融・経営相談会について、群馬県信用保証協会の磯さんにお話を伺います。磯さん、よろしくお願いします。

**磯：**こちらこそよろしくお願いします。

——保証協会では、経営上の課題や資金繰りなどに関するご相談をいつでも受けていただけるのですよね。

**磯：**はい、保証協会の保証課では、午前9時から午後5時10分までの営業時間内であれば、いつでも中小企業・小規模事業者の皆さまからのご相談を承っております。

——さて、今回ご紹介する、年末 特別金融・経営相談会はどのような相談会ですか。

**磯：**年末は、一般的に事業活動が活発になり、事業者の皆さまの資金需要が高まる時期となります。こうした時期には、中小企業・小規模事業者の皆さまの資金繰りなどに関する相談ニーズが高まるため、相談業務の体制を拡充して、午後8時までご相談を承ります。

——仕事が忙しく、普段はご相談ができない経営者の方でもご相談していただけるように、午後8時まで対応しているのですよね。相談会の開催日や具体的な会場はどちらになりますか。

**磯：**相談会の開催日は令和3年12月6日の月曜日から12月10日の金曜日までの5日間となります。会場は、前橋市大手町の保証協会の本店となります。

——保証協会では、創業支援に力を入れていて、普段から創業希望者のご相談も受けていますよね。今回の、年末 特別金融・経営相談会は創業希望者のご相談にも対応していただけるのですか。

**磯：**はい、相談会では創業に関するご相談も承ります。また、創業を希望する女性の方は、女性創業応援チーム「シルキークレイン」のメンバーで対応することができますので、ご希望される方はお気軽にお申し出ください。

——普段はお勤めをされていて、通常の営業時間内ではご相談に行くことができない創業希望者も、この相談会で対応していただけるのですよね。では、最後にもう一度、年末 特別金融・経営相談会の内容を教えてください。

**磯：**年末 特別金融・経営相談会は、令和3年12月6日から12月10日まで保証協会の本店で開催いたします。時間は、午前9時から午後8時までです。なお、この相談会は、原則として事前予約制とさせていただきます。

す。相談会での相談をご希望される方は、経営支援課までご連絡ください。電話番号は 027 219 6003 です。相談に関する費用は一切いただきませんので、安心して、お気軽にお問い合わせください。

——経営上の課題や資金繰り、創業に関するお悩みは、ぜひ、群馬県信用保証協会へご相談ください。磯さん、今日はありがとうございました。

**磯：**ありがとうございました。

## チャレンジ企業紹介コーナー

### 山田俊介さん (nunology)

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、リンパ浮腫という病気のために布製の吸収シートを開発、販売を開始した前橋市の行政書士、山田俊介さん、48歳です。行政書士の山田さんがシートの開発に取り組んだのは、亡くなった妻の病気がきっかけでした。妻の死後、製品を完成させ、「とりこっとん」と名付けて販売を開始しました。製造を委託しているNPO法人Mam's Styleを訪問し、開発、販売の実現に向けた活動の様子などを山田さんに伺いました。——山田さん、今日はどうぞよろしくお願いいたします。

**山田さん：**よろしくお願いいたします。



【収録風景：NPO法人Mam's Styleにて】

——とりこっとんは、リンパ浮腫対応のためのシートと伺っていますが、このリンパ浮腫というのはどのような病気ですか。

**山田さん：**はい。要するにむくみなんですけれども、が

んの後遺症とか合併症のうちの症状の一つで、リンパ液の流れが悪くなったときに、手や足が2倍、3倍に膨れ上がるような、極端なむくみのことをリンパ浮腫と言います。むくみがひどくなると、皮膚の表面からリンパ液がしみ出てくるようになります。そのしみ出た液を吸わせるために、専用のシートが欲しいなと思って開発したのが、今回のとりこっとなです。

——このとりこっとなのですけれども、大きさがはがきを少し縦長に大きくしたぐらいのサイズです。布のシートで、厚さが5ミリぐらいでしょうか。表は花柄など、いろんなデザインがあるということです。そして裏側は、ガーゼのような白い柔らかい布素材になっています。中は少し厚みがあるので、何層かになっているのですか。

**山田さん：**全部で4層の構造になっていて、1層目が肌に直接触れる面で、2層目がネル材という綿素材を使った吸収体になっています。3層目は撥水材を使いまして、水分は通さないけど、通気性は確保されています。4層目の表面はカラフルな柄のデザインとなっており、トータルで4層構造になっています。

——全体は綿の素材ということですか。

**山田さん：**そうですね。

——このとりこっとなの開発のきっかけは、亡くなった奥さまの病気が、このリンパ浮腫だったと聞いていますが……。

**山田さん：**そうですね。妻にがんが見つかりまして、闘病のために群馬に移住をしまして、がんの合併症というか、後遺症というかで、そのリンパ浮腫という症状にも悩まされまして。そのしみ出てきたリンパ液というのを吸わせるために病院で勧められたのが、ベット用のトイレシートで、「これ、使ってみな」と出されたときに、説明できないもやもやとした感情があって。

——はい。

**山田さん：**ある時、SNSで偶然に布ナプキンに関する投稿を見て、これだと思ったのですよね。その当時は使い捨ての生理用ナプキンを足に巻いていたものですが、紙ナプキンにできることは布ナプキンにもできそうだなと思って、妻のために特注品をオーダーしたのですよ。

——はい。

**山田さん：**サプライズでプレゼントできたらなんて思ったわけなのですが、その完成を見る前に亡くなってしまいました。

——そうでしたか。

**山田さん：**はい。お葬式が終わって何週間かたって、写真の整理などをしているときに、何かやり残した感じがするなと思って、妻からもらった宿題というのですかね。で、同じような症状に悩まされたという家族の方と病院で行き会う機会なんかもあったので、お話を聞いてみると、「いや、うちは姉がそうだったけど、やっぱりあれはないですね。嫌ですよ」みたいな、「あ、僕と同じような気持ちになる人もいるんだな」というのもわかって、こんなのも試してみたいなというものが何となく見えていました。あらためてその布ナプキンをつくっている人たちに相談したら、「いやあ、もう完成品ができるころまでいってしましましょうよ」と協力を快諾してくれて、活動がスタートしました。僕たちの活動自体にも注目してもらわないと駄目だから、団体としての名前が欲しいよねということで、扱うものは布なので、「布で優しさを科学する」という合言葉で、nunology（ヌノロジー）という団体の名称を最初に決めました。

——その開発というのは、その後、どのように進めていったのですか。

**山田さん：**はい。ビジネスプランコンテストで、「僕たち、こんな活動をしたいと思っているんです」というお話をしたときに。

——群馬県が主催？

**山田さん：**はい。群馬県が主催したビジネスプランコンテストですね。そこで初めて人前でお話をしたときに、客席にいらした、群馬県産業支援機構の方が、県の研究所を紹介してございまして、素材の開発から、もうゼロからのスタートでしたので、「ものづくりの経験がないので教えてください」というところから始まりました。

——どんなところをご苦労されましたか。

**山田さん：**はい。使ってくれるのは病気の人なので、抗菌性がどうか。リンパ液は無味無臭じゃないので、防臭性がどうか。吸水のスピードや、その絶対量に関しては、1回吸ったらキャッチしっ放しで、がっちり保っててもらわないと駄目だとか。「あれも要りますよね」「これも要りますよね」といってどんどん欲張ると、同時に実現するというのが大変でしたが、研究機関の方は、その無理難題をととても楽しそうにというか……。

——ああ、そうですね。

**山田さん：**「いやあ、ずいぶん無茶をおっしゃいますね。困ったなあ」と言いながら、「どうしてやろうかな」みたいな、そういうのを楽しく感じてくださる研究者の方がいらしてですね、めちゃめちゃ助かりました（笑）。

——開発費とかがっていうのもやはりかかるのですか。

山田さん：はい。最初は自分の蓄えの中からとっていましたが、もう少しかかりそうだったので、開発の初期費用を、クラウドファンディングで集めてみようかと考えました。

——皆さんから、寄付を。

山田さん：そうですね。僕たちの活動そのものを知ってもらいたいというのもあるし、実際に資金が集まるのなら、それはそれでありがたいことですからね。群馬県が主催したビジネスプランコンテストの副賞みたいなものに、クラウドファンディング挑戦権というのが付いていたので、それを行使した格好ですね。

——いつ完成されたのですか。

山田さん：令和3年9月ですね。



【商品化された「とりこっとな」】

——販売はどのようにスタートさせたのでしょうか。

山田さん：はい。まずインスタグラム上にオンラインショップを開設しました。初めてのお客さまは中部地方からの注文でした。そのあとに九州からも注文が入りました。

——ああ、ええ。

山田さん：リピートの注文をいただいた際は、もう少し形状の違うものが欲しいという依頼もいただいたので、そこはオーダーメイドの対応をさせてもらいました。

——どのような価格帯で販売していらっしゃるのですか。

山田さん：はい。2枚1組、4,400円で販売をスタートしました。

——大体どのくらい使えるのですかね。

山田さん：はい。50回の洗濯テストに耐え得るだけの耐久性を備えることができました。

——1カ月に1回、買い替えるぐらいで、もつということですか。

山田さん：そうですね。1カ月に1回程度の頻度で、定期便でお届けできればなというふうに考えています。オンライン販売と並行して、イベントに出店して、対面販売も行う予定です。つい先日ですけれども、初めて病院の敷地内でイベントに出店させてもらって、実際に販売することもOKしてもらいました。

——そうですか。

山田さん：一般の方の目にも触れることって大事だなと思って、イベント出店を、これからはちょくちょく進めていこうかなと思っているところです。

——そのイベントというのは、医療とか病院とかっていうのではなく、もっとう、幅広く？

山田さん：そうですね。〇〇マルシェとか、〇〇マーケットとかって名前が付いているような、ハンドメイド雑貨とか、革小物などを出店していらっしゃる方に交じって出店してみようかなと思っています。

——はい。未経験の分野での取り組みで、いろんなご苦労もあったと思うのですが、ここまでやってこられた理由は、山田さん、何だと思えますか。

山田さん：理由、そうですね。「僕はこういうことがやりたいんです」というのを、まず最初に人前で言ってしまったことについて、思いのほか反響が大きくて、応援とか支援をしてくれる人が多かったことです。「でき上がったらぜひ買いたい」とか、「ほかにもこんなのがあったらと思うんですね」って、その声が集まってくるので、やるしかないっていうか、何ていうんでしょうかね、もう後に引けなくなったというか。うーん、僕しかないなというか、使命感ですかね、一言で言うと。

——使命感。

山田さん：僕が気づいちゃったから、僕しかやる人がいないかなという、そんな思いですかね。はい。

——最後に今後の夢をお聞かせください。

山田さん：はい。僕はリンパ浮腫というところに焦点を当てて、その製品開発を進めてきましたけれども、ほかにもがんの合併症、後遺症って、いっぱい症状があるのですよね。例えば抗がん剤治療っていうのを始めると、髪の毛が抜けます。そういう方から「ケア帽子をつくってくれませんか」とか。

——ああ……。

**山田さん**：また、乳がんの手術をされた方は、乳房に大きな傷があるわけですがけれども、その状態で温泉へ行くのははばかれると。そういう方のために、温泉着っていいのですかね、入浴着みたいなものがある、「そういうのをあなたたちがつくったら、私、買いたいと思っているんだよね」という声がちらほら届きます。がんのほかの症状で苦しんでいる人たちにも、布でくるむとか、包むといった製品を届けるということで、リンパ浮腫の人だけじゃない、ほかの症状の人にも、何がしか心の助けになるというか、そういうような商品を数多く世に出していきたいなと思っています。

——今日は、とりこっとなの話を中心に聞いてきましたけれども、山田さんは、行政書士としても、もちろん活動をしていらっしゃいます。この行政書士との兼ね合いというのは、今後どのようにお考えですか。

**山田さん**：はい。第二創業としてのとりこっとななので、両方メインですね。完全に二足のわらじを履きたいと思っていて、行政書士がメインで、とりこっとなはサブですよという扱いにはしたくないというか、それで終わりたくないという思いはあるのですよね。とりこっとなは単独でビジネスとして成立させたいなと思っています。

——今日はリンパ浮腫の対応のために、布製の吸収シートを開発、販売を開始した、前橋市の行政書士、山田俊介さんにお話を伺いました。ありがとうございました。

**山田さん**：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、卸売会社を継ぎ、自社ブランド商品の開発や海外との取引で売上を伸ばしてきた株式会社マルキホームズの石澤雄一郎社長のトップインタビュー、そして後半は、リンパ浮腫という病気のために布製の吸収シートを開発、販売を開始した前橋市の行政書士、山田俊介さんを紹介しました。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。

「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～  
【2月の放送のお知らせ】  
令和4年2月3日（木）12:00～12:55  
再放送 2月5日（土）8:00～ 8:55  
ぜひお聞きください！