

この3日間を活かして今後の展望や具体的に取り組んでいきたいことなど教えてください



請閑

今年立ち上げた商社会社の事業を育てていきたい。食品卸というまだざっくりとした状態だが、**自社にしかできないビジネスモデル**を模索して形にしていきたい。今後は**外部との繋がり創り**にも積極的にトライしていきたい。3日間を終えて方向性は絞れたが、会社の動きとして具体的にどうしていくかは固められていないので、検討を続けていきたい。

今村



安永(翔)

【既に開始】  
事業計画作成。コラボしたい人、近い想いを持つ人と繋がりを持つ。話す。事業のターゲットとなり得る人にヒアリング。デザイナーさんに会う。  
【これから】  
**来年のアトツギ甲子園に参加**人口減が進む中で新たな力を取り込んでいくためにも**自社ブランディング**というものを考えていきたい。

石田



乗富

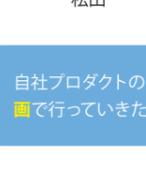
今回のネットワークを生かして九州・アウトドアをキーワードに新たな事業(活動)を構想してみたい。ツイッターをはじめたメンバーと**「九州アトツギクラスタ」化**。メディア露出狙っている(笑)。

岡部

「やりたい事リスト」を社長に提出する予定。新事業としては、農業・食・宇宙に絡めた情報収集を続けていく。



松田

つながったアトツギの事業や取り組みを自社に落とし込み取り組んでいきたい。基本的には、取り組んでいる様々な**変革の仕掛けを形**にすることに注力する。

野口

自社プロダクトの**企画、製造、販売までを1年計画**で行ってきたい。

島田

**ミッション・ビジョンの再確定**、事業戦略と組織戦略をより高い解像度で進めていきたい。

安永(周)

将来のビジネスモデルに必要な技術者、資格者の採用。**事業のスケール**に耐えうるバックオフィス業務強化。

金森

自社と他社の強みが溶けて交じり合うことで、新たな可能性が誕生することを**「融和点」**と考えることとした。この「融和点」という言葉をキーワードにし、**社会課題解決のために自社と他社が協業できる可能性**を常に模索していきたい。

白石

**デザインシートの深堀**、それに対する**アクションプラン**を思考し実践したい。アトツギとの共創で、何かを生み出したい。

島

九州という地域や会社が一体となって日本や世界とビジネスをしていく。自社だけの価値観だけでなく、地域として観ていく必要があると感じた。個人的には、農業・林業など、**九州の根幹産業に革命**を持ち込み、地域貢献をテーマに取り組みを行ってきたい。

金子

**夢・目標を語る**。常に新事業を考える頭を持つ。実行するための協力者を社内に作っていく。

一般社団法人ベンチャー型事業承継事務局長 大上 博行

全国的での後継者支援の取り組みをおこなっておりますが、参加者の皆様の圧倒的な熱量に感銘を受けました。全て自分事として、切磋琢磨し繋がりを作るアトツギたちをみて、九州の未来は明るい、と本気で感じました!

ツギノ九州 アトツギ インタビュー



## 未来航路株式会社 代表取締役 河原 良平さん

### 現場の困りごとに耳を傾けながら、 社会の変化に合わせてずっと続く企業へ

#### 父と売り込みに奔走するも、製品を使ってもらえない苦しみ。

日本各地でウォーターフロント開発が脚光を浴び始めていた1987年、それまで都市開発や公園の設計をしていた父が「未来航路株式会社」を立ち上げました。視察で訪れた米国の港には「海を感じさせるもの」が必ずあり、日本とは全く違う景色に感動したそうです。港のロケーションを大切に設計や製品作りへの思いが強くなり、起業を決意したといいます。当時、私は小学生でした。中学、高校時代から家業を手伝っていたので、いずれ自分が後を継ぐと自然に考えるようになりました。

私が入社した99年は、当社が本格的に港湾・漁港用の車止めの開発を手掛けるようになった時期でした。当時、社員は私を含めて4人。父と営業に回り、何とか仕事をいただき設置現場へ、帰ってきたら2人で製品を塗装し、梱包して出荷する…といった日々でした。工場は一つだけ、フォークリフトもなく荷を手積みして、全て自分たちでやっていました。

案件があると九州のさまざまな港に売り込みに行くのですが、公共事業での実績が乏しいために製品を使ってもらえず、大変な苦しみを味わいました。

#### 会社がばかにされるだけだ。泣いて電話した忘れられない日。

今も忘れられないことがあります。新人時代、ある県庁の漁港課に営業へ行きました。製品カタログなどなく、車止めの模型を撮影した写真と実物をカットしたサンプルを持って、いかに優れた製品かを説明しました。私たちの鉄製の車止めを見た職員たちから「さびるし、重い鉄をなぜ使うのか」と質問された時、入社したばかりの私は「いいものだ

から」と答えるだけで精いっぱい。きちんと伝えきれず、相手にしてもらえませんでした。駐車場に戻った私は、泣きながら父に電話をしました。「自分が営業したら、会社がばかにされるだけだ。もうやりたくない」。父の返事は一言、「よか」。「ばかにされていいけん、頑張って営業してこい」と背中を押されました。

気を取り直し、今度は港湾課へ向かうと、課長さんが快く話を聞いてくださった上、「コーヒーを飲んで帰り」と。「兄ちゃん、よう頑張つとうね。これからもしっかりやれよ」という温かい言葉が心に染みしました。厳しい状況でも認めてくれる方たちがいて、次第に製品も評価され、実績が積み上がっていきました。何より自信となったのが、お客さまからの「この車止めじゃないとだめだ」という声でした。

#### 現場を大事にする文化が強み。 港へ足を運び、アイデアを考え出す。

私たちのモットーは「現場主義」です。各地の港へ足を運び、さまざまな現場の声に耳を傾けることがアイデアのヒントとなります。港によって、入ってくる船もさまざまです。港湾に携わるいろいろな立場の人たちの課題を解決する製品の開発、改良に取り組んでいます。



機能、メンテナンス、施工性に優れた新発想の車止め



建設現場の課題を解決する「スラッシュカット工法」を開発

車止めを移動する必要があるれば可動式の製品を、港にフォークリフトがなければ人力で動かせるキャスター付き可動式に。二つの場所で使いたいというニーズには、回転移動できる開閉式など、現場の困り事に対応した付加価値のある製品を開発してきました。

お客さまの喜びは、社員の達成感や自信となります。安全性の向上、課題の解決に向けた「現場を大事にする文化」、それが当社の強みです。

2005年に福岡県西方沖地震、11年に東日本大震災が発生し、多くの港が甚大な被害を受けましたが、当社の車止めが評価される機会にもなりました。他社と違い、当社の製品は再利用ができる利点があり、価格は一番高いのですが、自然災害などが起こった場合の復旧費用などを考慮すると、結果的にコストを削減できます。こうしたことから、博多港や東北各地の港湾の復旧工事には当社の車止めが採用されました。

#### 経験のない分野からの依頼。子どもたちの笑顔で挑戦を決意。

12年のある日、米国人の親子が当社を訪ねてきました。発達障害の子どもたちがトレーニングで使用する感覚統合療育用遊具を販売・製造をする工房を運営されていて、「『トランポリン』のフレーム部分を作ってほしい」との依頼でした。経験のない分野ながら、父の「困っているなら作ってあげよう」という一声で4年ほど受託していましたが、諸事情からその工房が破産してしまっただけです。

製造を続けるか、やめるのか。「これからどうしようか」。社員と話し合い、遊具を納品している特別支援学校へ行ってみることにしました。そこには、遊具で楽しそうに飛び跳ねる子どもたちの姿が。社員たちは「やり続けましょう」と言ってくれました。港湾の仕事を終えた方から、遊具のある施設を探して「困りことはないですか」と営業に行くと、山のように課題がありました。クレームを持ち帰っては、みんなで改善案を出し合いました。難しい挑戦でしたが、港湾の現場で培った改善の習慣があったからこそ乗り越えられました。社員一人一人が「お客さまに納得してもらえるにはどうしたらいいか」と考えられるようになっていて、大きな成長を感じました。

つり遊具「スウィング」の開発では、それまで溶接の仕事をしていた社員が縫製を手掛け、才能を開花させています。長く使い続けていただくためには、定期的な点検やメンテナンスが不可欠です。20年に安心、



子どもたちの笑顔を引き出す感覚統合療育の遊具

安全な感覚統合療育遊具を企画、製造するS-I事業部を充足させ、顧客管理を徹底し、お客さまの満足を追求しています。

※「トランポリン」はセノ一株式会社登録商標です。当権利者の許可を得て使用しています。



### 河原 良平

Ryohai Kawahara

1977年、福岡生まれ。99年に大阪芸術大学 芸術学部環境計画学科を卒業し同年入社。主に営業を担当し事業を拡大。社員が増えるにつれ育成に力を入れ、離職ゼロを実現した。2018年に代表取締役に就任。新たなビジョンを策定し、S-I事業部を立ち上げるなどより明るい未来への舵取りにまい進。高校時代のラグビー経験は企業経営に生き、22年は「ディフェンス」に注力し、質の向上を高めて新たなアタック（挑戦）を可能にする強さを身に付ける」と位置付ける。

#### 後継者ならではの見え方を大切に、 意思を持ち、自分を信じて進めば 良い方向へいける。

社長に就任してまだ4年なのであまり偉そうなことは言えませんが、自分の思いを持ち、自身を信じるのが大切なのではないのでしょうか。「なるようにしかならない」とも思っています。その中で、強い意思を持って行動すれば、会社は良い方向へ変わっていくはず。自分がだめだと思ったら終わりですから。後を継ぐ人は、先代とは違う見方ができます。その特別な部分を大切にしてい、自信を持って会社を継いでほしいです。

#### 守りと攻めを使い分けて。必要とされる会社であり続けたい。

入社以来、さまざまな経験と出会いの中で「ものを作り、販売する会社として成長させていきたい」という思いを膨らませてきました。創業者の父とは、しょっちゅうぶつかりました。私は社員とその家族の幸せを守る責任がありますから、会社の継続に重点を置いています。社会の変化に合わせて変わっていくのは、相当のパワーを必要とすることでもあるからです。一方、父は「とにかく新しいものをつくれ」という志向。この方向性の違いが、一番大変だったかもしれません。何度も議論を繰り返しました。



全社員がアイデアを共有する「全共会」を月1回開催

私が18年に代表取締役に就任する際、私の軸となる思いを経営ビジョンとして、「企業とは人」「企業の情熱」「企業の力」「企業の責任」の四つに込めました。社員がここで働いてくれるから事業が成り立ちます。企業を成長させるのは人です。だからこそ大切に人を育て、みんなで知恵を出し合い、必要とされる会社であり続けたいです。

現在、社員は24人。私は高校時代、ラグビーに打ち込んでいました。その経験から、自分の目が行き届く理想的な人数だと思っています。ラグビーはディフェンス（守り）が強いチームが勝ちます。会社も一緒に、アタック（攻め）だけだと疲れてしまう。社会の状況を見ながら、守りと攻めをたくみに使い分けることが重要です。

今後は、港湾の事業で世界市場への進出を目指しています。遊具は療育用だけでなく、一般向けのトランポリンの製作と販売も手掛けていきたいですね。将来は、自分たちが作る遊具を備えた施設を開園して、子どもたちの療育に貢献するのが夢です。



#### 会社概要

港湾・漁港用製品の製造販売、独自工法による車止め撤去等工事、感覚統合療育遊具の製造販売  
未来航路株式会社

福岡県糸島市志摩松隈297-5

<https://www.miraikouro.co.jp/>

1987年、父・隆一氏が起業。当初10年間ほどは港湾設計業務を主とし、その後車止めなどの開発、製造、販売に軸足を移す。99年に車止め「コラムストッパー」がグッドデザイン賞を受賞。発光ダイオード（LED）表示灯、ラジコン式ゴミ回収船、感覚統合療育遊具など事業を拡大。お客さまの困り事に真摯に対応する企業風土が強み。



## 丸秀醤油株式会社

代表取締役 **秀島 健介**さん

### 120年以上続く醤油蔵、 今も続く天然醸造の醤油造り!

#### 祖父の言葉で家業を引継ぐ決意、父が元気なうちに家業を引継ぎ

当社は、1901年に創業して以来、全国でも数少ない伝統的な天然醸造の醤油造りをおこなっています。



工場前での社員の集合写真

私は、長男であり家業を継ぐものとして育ってきましたが、高校生のころに「家で醤油を造っていることが格好悪い」と思い、家業を継ぎたくないと考え、進路に迷いがありました。先々代である祖父は私の迷いに気づいていたようで、祖父が病気で亡くなる前に、私の手を力強く握り「会社を頼むぞ」と言いました。その言葉で腹をくくり、私はこの家業を継ぐことを決意しました。東京農業大学醸造学科に進学した私は、醤油造りの基礎となる「麹菌」について学び、就職した大手食品メーカーでは、営業やマーケティングのノウハウを学びました。父が元気なうちに家業を継ぎたいと考え、父が60歳の時、私は専務として30歳で入社しました。そこは、祖父の職場であり、父の職場であり、先代たちの想いがたくさん詰まっていた。

入社後は、製造や営業を含めた全ての業務を経験しました。2017年に父の健康面も考えて、37歳で代表取締役役に就任し、家業を継ぎました。私が専務をしていた時は、父はなんでこんなやり方をするのだら

#### 社長としての責任

う、などとわかり合えない部分がありました。しかし、父に代わり社長になったとき、父の気持ちがわかってきました。専務時代より、あらゆる面で決断を下すことが増えてきましたから。社長になってからのほうが、父と仲良くなりました(笑)。社長になって最初にしたことは、会社が前向きに進めるように力を注げる体制作りを行うことです。具体的には、それまで製造、営業のトップは50代、60代でしたが、組織を見直し、若い30代にし、世代交代を行いました。

今も変わらず天然醸造の醤油造りをしている蔵は、佐賀県では当社だけです。先代が守り続けてきた「天然醸造の醤油造り」。これを、当社の「強み」として正しく情報発信をすること。「家で醤油を造っていることが格好悪い」と思っていた私だからこそ、正しく情報発信をしていくために、ブランディングに取り組み、会社の方針を大きく変えていくことにしました。

#### 伝統的な醤油を広めたい

醤油は毎日食卓にならぶ調味料なのに、それがどうやってできているか知らないから、198円で売られている醤油と、その3倍くらいする

丸秀醤油の看板商品となる2年熟成の「自然一醤油」



丸秀醤油の看板商品となる2年熟成の「自然一醤油」

当社の醤油の値段の違いが分からない。醤油造りの一連の流れをみてもらって、醤油ができるまで2年かかる、これが本来の醤油の作り方。一方で、198円の醤油は、単に、これとこれをまぜてできあがりますと目の前で違いを見せて、当社の作り方を認知してもらい、それを分かったうえで、選んでもらう。時間をかけて作られたものは、3倍値段もするけど、良いものと納得したうえで買ってもらおう。

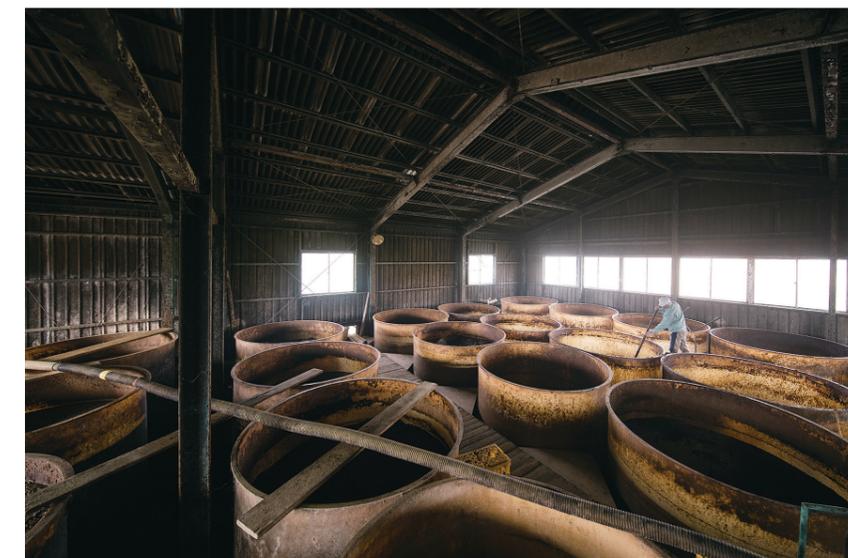
当社が43年前に現在の場所に引っ越ししてきたときに、それまでは木桶で、醤油や味噌を発酵させていたが、プラスチックのタンクでの仕込みに変えました。小さいサイズの木桶だと、時間もかかるし、衛生的でもない作り方よりも、大きな容量で、大量生産、効率的なつくりかたの方が当時の時代にあっていました。木桶をやめても、作り方自体は変わってなくて、それまで同様に天然醸造で作っていました。

私が2017年に社長になった年に、木桶を新調して、木桶仕込みを復活させました。その時は、奈良県の吉野杉を使っていましたが、佐賀県産の杉での木桶造りを目指し、木桶の職人の方々と何度も脊振山に通い確認したところ、温暖な気候の佐賀で育った杉は、油分、樹脂が多くて、液漏れがしにくいことが分かりました。それからは、佐賀県産の杉で毎年1つ木桶を造ることを目標にしています。このように他社が真似できない醤油づくりをしていきたいと思っています。

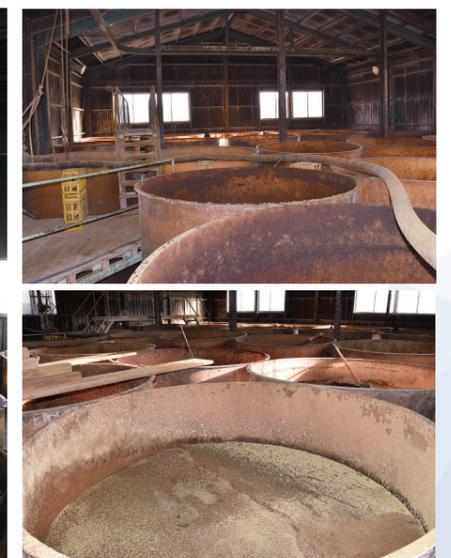
#### 発酵には未知の可能性がある

醤油を造る工程の中で、一番大事な工程が麹造りです。その技術を応用して、素材に新たな価値を見出す取り組みにチャレンジしています。

例えば、大豆や小麦アレルギーの方は、大豆や小麦を原料としている



菌の息遣いを感じる醤油蔵



天然醸造で発酵中の醤油



#### 秀島 健介

Kenji Hideshima

1979年生まれ。佐賀県佐賀市出身。東京農業大学で発酵技術を学び、卒業後は大手食品メーカーに7年勤務。2010年に丸秀醤油株式会社に入社し、2017年に社長に就任。地元小学校や県外に出向いて醤油・味噌作りのワークショップの開催や、佐賀のものづくりの文化と伝統を世界に向けて発信するため、県内11社で協同組合「SAGA COLLECTIVE」を立ち上げるなど、情報発信や販路拡大に積極的に取り組む。



#### 会社概要

醤油・味噌その他食品の製造販売業

**丸秀醤油株式会社**

佐賀県佐賀市高木瀬西6丁目11番9号

<http://shizen1.com>

1901年に初代 秀島内蔵吉が佐賀市で醤油製造業「秀島商店」を創業。1978年に現在の工場を新設し、同時に株式会社へ改組。2017年に6代目健介が代表取締役へ就任。昔ながらの天然醸造による醤油造りを守り続ける。醤油のほかに、味噌、たれ、ドレッシングなどの製造販売を行う。従業員数13人。

#### 事業を引き継がないのはもったいない

中小企業の社長は、人より大変かもしれないけど、自分がやりたいこと、自分がこうなりたいと思っ描いている未来を、自分でつくることができます。苦労することもあります。中小企業の社長でよかったと思います。普通じゃ経験できないようなことを経験させてもらっていますよ。会社の経営は、判断することの連続です。また、社員の数だけ、苦労も楽しみもあります。だからこそ、普通の人以上に濃い人生を送れると思っています。

「中小企業の社長は面白いですよ！」

醤油や味噌は食べることはできません。そこで、キヌアという穀物を麹菌によって発酵した食品を取り入れることにより、健康的な課題を解決していくこと。

また、商品価値がなく、捨てられていた有明海のノリを発酵食品に替え、食べられるものに替えていき、環境問題を解決する手助けを行うこと。その他には、生で食べられない素材を麹菌によって、食べられるようになるなど、麹菌には解毒作用があることがわかってきました。発酵という未知の可能性を麹以外にもっと広げて、いろんな課題を解決する力が麹にはあると思っています。



## 西海陶器株式会社 代表取締役 児玉 賢太郎さん

### 波佐見の伝統を未来へ紡ぐ。 3代目アトツギが描く町のカタチ。

#### 先人たちへの感謝を胸に、会社を守り続けることがアトツギの使命。

幼い頃から家業はとても身近な存在でした。幼稚園のアルバムには「将来の夢、西海陶器社長」と書いていたくらいで。その気持ちに何の迷いも生じなかったのは、いつも楽しそうに仕事をする父の姿があったからかもしれません。

ここ波佐見の地に陶器の技法が伝わったのは400年前。ただ、長い歴史がある一方、つい20年ほど前まで「波佐見焼」という名は存在していませんでした。この地でつくられる焼き物は「有田焼」として流通していたからです。ところが、2000年頃。産地表記の基準が厳しくなり、「有田焼」として出荷ができなくなってしまい、「波佐見焼」としての新たな道を歩んでいくことになりました。今の「おしゃれで可愛い」世界で知られる「波佐見焼」ブランドは、先代たちの挑戦と誇りの賜物なのです。

戦後、祖父がリヤカーで焼き物の行商を始めて75年。今では従業員100名を超え、アメリカ・中国・ヨーロッパなど複数の支社をもつまでに成長しました。種をまいてくれた祖父。育ててくれた父。土壌を守り続けてくれた社員たち。その感謝を胸に、明るい展望と共に次世代まで会社を守り続けることが、私の使命。先人たちへの恩返しです。

#### 若い感性で掴んだ新たなビジネスチャンス。 「HASAMI PORCELAIN」

父が築いてくれた西海陶器グループ。父はカリスマ社長で、海外支社に対して「自分たちの売上は自分たちの力とってこい」というスタイルで。国によって、取り扱う商品も違えば、方針も違う。グループとして統一できていませんでした。そこで、承継に向けて、グループとして

の「総合力」を足していきたいと思います。始めたのは、グローバルデザインによる自社ブランドの構築です。戦略をもってブランド開発できれば、西海陶器グループとして確固たる地位を築くことができます。

自社ブランドの1つに「HASAMI PORCELAIN」というシリーズがあります。アメリカで活躍するデザイナーと共同でデザインし、生産は波佐見のメーカー数社に関わってもらって誕生させたものです。

波佐見焼は、工程毎に分業でつくられるので、昔から町の多くの人が窯業に携わり、団結心が根付いています。当社のブランド開発も、気づけば町をあげた大プロジェクトになっていました。

このシリーズ、カラーやデザインに敢えて装飾性を持たせていません。これまでの「おしゃれで可愛い」波佐見焼のイメージとは真逆だったので、試作品を見た父は「こんなもの食器じゃない!」と言っています。



「HASAMI PORCELAIN」のテーブルウェア

したね。が、ふたを開けてみると、逆にその自然な佇まいがどの国でも「クール」だと、増産体制を組まなくてはならないほど人気商品になったのです。



アメリカのアップルストア本店とアップル・スタジアムの2店限定販売

さらに、アップルのロゴを施した「HASAMI PORCELAIN」製アップル社用のマグカップも製作することになりました。

父は、その時私への代替わりを決心したようです。「若い感性で時代

のニーズをキャッチして、新たなビジネスチャンスを掴んでほしい」という言葉と共に、「バトン」を繋いでくれました。

#### 産地の魅力を最大限引き出し、心に響くモノづくりを。

当社には創業から「地域・業界の発展が、ひいては自社の発展に」という理念があります。父からも「事業をどれだけ大きくしても、波佐見から軸をずらすなよ」と言われました。先人たちの思いでもあります。

その思いは、最近始めた自社メディア「Hasami Life」にも通じます。当社の商品だけでなく、文化、人、自然…波佐見に関する色々なコンテンツを発信しています。

社員には「商品を売っていかないと」と言う先輩もいたのですが、私はそれよりも産地のコトを伝えたかった。歴史の重みや先人たちの試行錯誤、焼き物・地元に対する誇り。これら物語が、波佐見焼の価値を高めていくのです。大切にしたいのは、モノの売買取だけでは得られない、心に響くモノづくりです。

#### 未来の波佐見をデザインする。 新しい町のカタチが次世代への「バトン」

波佐見では「クラフト(窯業)・ツーリズム(観光事業)」という新しい挑戦が始まっています。地域資源を活かし、この地でしかできない体験を通して、世界中に波佐見のファンを増やしていく取り組みです。人気観光スポット「西の原」も、父がそのために、製陶所だった古い建物を手直しし、アーティストや作家など若者の活動の場として再生させました。

今、波佐見は大きく変わろうとしているのです。

ただ、この町を未来へ繋いでいくには、これまでもそうだったように、これか



西花(西海陶器ブランド)

らもサスティナブルでなくてはなりません。私の夢は、そんな「波佐見」をサスティナブルな町・世界の「HASAMI」へブランドを築くこと。

そのためにも、私たちはより深くこの地のアイデンティティを追求していかなくてはなりません。20年前、自分たちの焼き物のアイデンティティを探し、世界の「波佐見焼」ブランドへと成長させた父たちの歩みと同じように。私たちの歩みもまた、波佐見の歴史に刻まれていくのです。

焼き物を通して遠い昔や未来、世界と繋がれる、この小さな町の可能性は無限大。これから描いていく波佐見の新しい町のカタチ、私が繋ぐ次世代への「バトン」です。



「西の原」ホムダリング施設



ヒト・モノ・コトが集う波佐見の文化発信地「西の原」



#### 児玉 賢太郎

Kentaro Kodama

1983年長崎県東彼杵郡波佐見町生まれ。大学卒業後、アメリカ留学を経て2009年入社。中国支社、自社ブランドの企画・開発を行う東京西海を立ち上げ、2016年社長に就任。代々受け継ぐ「創業魂」と「豊かな感性」で、波佐見の伝統を繋ぐ活動、将来を見据えた豊かな町づくりに精力的に取り組む。



#### 会社概要

陶磁器製品の元卸、加工業、輸出入業  
西海陶器株式会社

長崎県東彼杵郡波佐見町折敷瀬郷2124  
<https://www.saikaitoki.com/>

1946年創業者・児玉薫氏がリヤカーで陶磁器の卸売をはじめ、1957年肥前地区一帯の焼き物商社として「西海陶器」を設立。社名には、創業当時近隣に架けられた西海橋のように、「ヒトとモノの架け橋となり人々の暮らしを豊かにしたい」という思いが込められている。シンガポール進出を皮切りに、アメリカ、中国、ヨーロッパへと海外拠点を設け、世界へ波佐見焼のテーブルウェアを届ける。



株式会社 新原産業  
 専務取締役 新原 崇弘さん 常務取締役 新原 成道さん

地域とともに歩んだ両親の思いをツナグ  
 兄弟が社員と創る未来

畜産農家のお悩みを解消したい… 父が事業をスタート

父は若い頃、建築資材を取り扱う会社に勤務していました。南九州は畜産業が盛んな地であり、畜産農家も数多い。仕事をする中で、畜産農家には様々な悩み・ニーズがあることを知ります。

例えば、熱中症予防のための畜舎(鶏小屋)細霧冷房システム。畜舎の環境は家畜の生育を大きく左右します。しかし大手メーカーは、「畜舎」を作って終わり。当時、現場の細かなニーズをフォローするサービスは地元にはありませんでした。父はそこにビジネスチャンスを見だし会社を設立したのです。

畜舎用細霧冷房システム以外にも、農家の方が補給しやすく、豚が食べやすい形状を工夫した「えさ箱」、快適な畜舎環境を作る「空調システム」、非常に手のかかる餌付け時の紙の取り替えが不要になる「ひよこロール」など。父は農家の方のお悩みに徹底的に耳を傾け、困ったことを解消するためにとことん知恵を絞っていました。そのアイデアは後に多くの知的財産権を取得しています。



手掛けた畜舎(外観)

父の農家の方への思いが強すぎて、無茶な注文を取ってきて製造現場や経理と揉めたこともありましたね。特に母(副社長)とはケンカもたくさんしていたし、時には火花が散ることも(笑)。

でも、しばらく時間が

経つと不思議と仲直り(笑)。細かいことを気にせず後ろを振り返らない父、胆力があって少々なことでは動じない母。何より、「何とか困っている地域の農家さんの力になりたい!」その姿勢は二人とも、どんな時も揺らぐことはなかったと思います。幼い頃からそんな両親の姿を見ている私たち兄弟が高校卒業後、家業を継ぐべく会社に入るのには必然でした。

「承継」を意識しながら進める社内改革

父や母の苦勞や活躍をずっとそばで見してきました。両親の「思い」も「事業」もきちんと承継して新しい体制を築いていきたい。父が本当はやりたかったけどできなかったこと、私たちが今できることは何だろう?ずっと考えていました。

地域に生まれ、父は一代でこの会社を築き上げました。いわゆるワマン経営者でもあります。父の行動力・突破力が無ければ、弊社の今はありません。しかし従業員も50名近くになり、経営者一人だけが推進役を担う、経営者の一言で何でも決まるというのは、会社の将来を考えると少し違うのかなとも感じます。当たり前ですが、私たち兄弟は、父とは性格も資質も異なるのです。



5S事業①(中小機構ハンズオン支援事業)



5S事業②(グッズジョブ隊)

そこで私たちは今、社内体制の改革に手がけています。目指しているのは「ワンチーム。社員一丸となった組織」です。

現在、九州経済産業局のアドバイスや、中小企業基盤整備機構九州支部の「ハンズオン支援事業」を活用して、自社のノウハウの明



加工現場

確化、業務の標準化、時代に合った多様なニーズに対応できる開発体制づくりなど、社員一人一人が自ら考え、自ら行動する組織になるための議論を多くの社員が参加してやっています。

皆が口を揃えて言うのは「新原産業をより良くしていきたい」という思い。議論の中で、社員の意外な個性、能力、魅力に気づかされたのも大きな発見であり喜びです。社員が自発的に、前向きに、生き活きと会社の将来と地域の将来を語っているのを見るのって本当に嬉しいことなんですよ。

「仕事の見える化」。これまで意外にシンプルなことができていなかったと気づかされることも多いです。体制づくりに時間と手間はかかるけれど、社員一丸となって取り組んでいきます。

将来の夢 二人で一つ 二人は一つ

社長である父からは「創意工夫の芽を育て続けること」、「お客様のニーズに耳を傾け続けること」、「従業員を大切にしながら、仕事の楽しさ、厳しさを共有し、やりがいのある会社」との言葉をいただいています。副社長の母からは「専務(長男)は、自分にも他人にも優しい。常務(次男)は、自分にも他人にも厳しい。性格はあべこべだけど、それがいいところ。あなたたちは二人で一つなの。どちらかが欠けてもダメ。ずっと二人で協力してがんばりなさいね」。

父と母、どちらかが欠けても、この会社の今は無かったと思います。私たちに向けられた言葉はそのまま父と母に向けられた言葉でもあると感じています。

父からは、「体制構築を新しくした後は、社訓を今の時代に合わせて新しく作り直したら」と言われています。

でも、私は変えたくないんですよ。じっくり考えた結果、やっぱり変えたくないんです。いつの時代でも通じる新原産業らしい立派な社訓だと思っています。

父は仕事を通じて喜びの中、夢の中にいたんだと思います。

私たちの夢も、社員に仕事を通じて喜びを感じてもらおうこと、そして地域とともに成長することです。



右・崇弘専務  
左・成道常務

新原 崇弘 Takahiro Nihara

1980年、2月生まれ。地元の高校を卒業後、1998年に入社。入社後、各部門を経て主に営業を担当。現在は専務取締役に加え、2004年に開設した東日本営業所で営業を担当しており、社内外で新原産業の屋台骨を支えている。

新原 成道 Masamichi Nihara

1981年、7月生まれ。地元の高校卒業後、2006年に入社。入社後、各部門を経て主に営業を担当。現在は常務取締役として、本社で主に営業担当をしながら、社長、副社長を近くでサポートしている。

ともに成長し、  
地域を盛り上げていきましょう。

立場や役割が自分たちを成長させてくれています。見えてくる光景が変わってきます。社員が生き生き働いている光景を見るのが、今私たちの喜びなのです。一緒に地域を盛り上げていきましょう。



2019年「はばたく300社」  
経済産業大臣賞受賞



取得した知的財産の数々



ロゴマーク

社訓

- 一、お客様に使いこなしてもらえらる仕事と努力 それは喜び
- 一、大いなる夢、発想の転換の繰り返し それは喜び
- 一、あく事なき意欲、行動 それは喜び
- 一、遅滞として、進まぬ計画障害に不屈の闘志で耐えて練る それは喜び
- 一、意見を戦わせ、力を合わせる それは喜び
- 一、一つづつ積み上げる一つづつの大きな結果 それは喜び

株式会社 新原産業  
 代表取締役 新原弘二



会社概要

畜舎建築の設計・施工、畜舎用カーテン加工、畜産設備資材、機器等の製造、加工、輸入販売および施工等

株式会社新原産業

宮崎県北諸県郡三股町蓼池4450

<http://www.nihara.co.jp/>

1976年、現社長・新原弘二氏が創業。畜舎用カーテン及び畜産資材の販売を開始。1986年、「株式会社新原産業」設立。畜舎建築の設計・施工、畜舎用カーテン加工、畜産設備資材や機器の製造、加工、輸入販売等、畜産農家のあらゆるニーズにきめ細かくトータルに対応できるのが強み。南九州にとどまらず、全国各地の顧客から支持されている。



## 株式会社下園薩男商店

代表取締役社長 **下園 正博**さん

### 自分にしかできないことが人生の意義。 先代の事業にさらなる革新を

#### IT長者になり30歳でリタイアして遊んで暮らそうと思っていた。

私が生まれ育った阿久根市は、昔からイワシの丸干し作りが盛んで、今も丸干しを専門とした店が10軒ほど残る全国でも珍しい地域です。1939年に初代・下園薩男が創業した当社も、私が入社するまで商品のほぼ全てがイワシの丸干しでした。

父が2代目となり、幼かった私は家の仕事を何となく理解していましたが、長男として「自分が家業を継ぐ」とは全く思わずに成長しました。父からも常々「おまえは継ぐな。いい大学に行って、公務員になれ」と言い聞かされていました。自身が経験した苦勞を子どもにはさせたくないとの親心が隠されていたのでしょうか。

ただ、同級生と比べるとゆとりのある暮らしをさせてもらっている実感はあったので、商売自体には良い印象を持っていました。

高校卒業後は、興味のあったITを学ぶため、父の反対を押し切って福岡の情報系の大学へ進学。ゆくゆくはITで起業し、30歳くらいまでに億万長者になって、仕事を辞めて遊んで暮らそうともくろんでいました。しかしある時、いくら億万長者になっても、自分のやりたいことや目標がなければ、つまらない人生ではないかと気付いたのです。人生を楽しむのは、自分が生まれてきた意義を求め、自分にしかできないことをすることではないか。祖父や父が積み上げてきたものを継ぐ、それこそが私の使命だと感じ、大学2年の時に家業の承継を決心しました。

#### 危機感を持って鹿児島へ帰郷。 新規事業に取り組み、社内改革も進める。

大学を卒業し、東京のIT関連企業を経て、水産品の商社で5年間営業

職に就きました。鹿児島へ帰郷したのは2010年、30歳の時でした。商社時代からイワシの丸干しの消費量がだいぶ減っていると危機感があったので、帰ってきてすぐに、丸干しを未来に残すための新たな対策を考えていました。

ちょうどそのタイミングで、サバの干物会社の業務を引き継ぎ、新規事業を手掛けることに。私ともう一人の社員がみりん干しの作り方を学ぶところから始め、開発した商品は日本で一番大きい生協への納入が決まり、順調な滑り出しとなりました。

社内の作業効率化も進めました。当時、在庫管理は全てノートに手書きで、事務員がページをめくって調べて、担当者が探し回るといった無駄な作業が発生していました。私が得意な分野でもありますので、パソコンを導入し、エクセルで在庫管理できるようにして社員に使い方をレクチャー。1年もすると、みんなメールを使いこなせて、効率がぐん



干物の新たな魅力を伝える「旅する丸干し」。4本セット(3456円)

と向上しました。父がワンマン経営だったのが幸いして、「右腕の幹部」といった存在もなく、改革がやりやすく、社員にも喜んでもらえたのが良かったです。

#### 干物売り場に若い人は来ない。おしゃれな「旅する丸干し」を開発。

10年に開発したサバ商品の特産品コンクールに出品したものの、全く評価してもらえませんでした。その悔しさが、丸干しを使った新商品開発の原動力となりました。さまざまな本を読んで勉強したり、鹿児島県主催の若手経営者が対象のセミナー「郷中塾」など各種セミナーに参加したり。郷中塾の実践講座でプランナーやフードコーディネーターの方と出会い、アドバイスを受けながら新しい商品を作ることになりました。

私がまず考えたコンセプトは、洋風の丸干しです。そもそも量販店の干物売り場に若い人がいません。若い人が集まる雑貨店やアパレル店などに置いて、手にとってもらえる商品にしようと、ワインを飲んでいる30代くらいのおしゃれな女性をターゲットに想定しました。ネーミングやパッケージも考え抜き、2年の歳月をかけて13年に誕生したのが、イワシの丸干しをオイルに漬けた「旅する丸干し」(阿久根ブレーン、プロヴァンス風、南イタリア風、マドラス風)です。おかげさまで大ヒットし、「2013かごしまの新特産品コンクール」で最高賞の県知事賞、「平成26年(第53回)度農林水産祭」で最高位の天皇杯に選んでいただけました。

#### ある日突然、父がビルを買った。 ユニークな「イワシビル」オープンへ。

「旅する丸干し」を置く自分たちのお店が必要だと思っていたところ、ある日、父が「3階建てのビルが安かったから買ったぞ！お前、そこで何かやってみろ」と。実は、スタッフと「店を作るなら、海が見える丘の上で、おしゃれなレストランを併設して…」と理想を語り合っていたのですが、父が購入したビルは市内のど真ん中。思い描いていた立地とは少々違いましたが、1階にカフェと雑貨店、2階に水産加工工場、3階に Hostel を備えた「イワシビル」を17年にオープンしました。

父は事業に対して「時代に合わせて変えていかなければいけない」という認識があったようです。私のすることに反対もせず、「新商品は初めはあまり売れないのが常だから、気落ちすることはないぞ。無理をするな」と見守ってくれていました。

常識にとらわれない商品作りをしたいとの私の思いに賛同してくれる、熱意ある仲間にも恵まれています。個性豊かな社員と、焼き芝エビの干物をオイルに漬けた「旅する焼きエビ」シリーズ、クラフトコーラ、ジビエを使ったソーセージなどさまざまな商品を誕生させました。22年には鹿児島県枕崎市に野菜を中心としたピクルスなどを製造販売する「山猫蒔話研究所」をオープンする予定です。イワシの丸干



下園 正博

Masahiro Shimozono

1980年生まれ。鹿児島県阿久根市出身。福岡工業大学卒業後、都内のIT関連企業で2年間、ウェブディレクターを務める。その後、家業を継ぐための修業として東京・築地にある水産品の商社で5年間、営業職を経験。2010年に株式会社下園薩男商店に入社。日本の伝統食、干物の魅力を未来につなぐ「旅する丸干し」の開発や枕崎市での新プロジェクトの立ち上げなど、「今あるコトに一手間加えそれを誇り楽しみ人生を豊かにする」を理念に、食をベースにした多角的な事業展開を目指す。

#### アトツギへのMessage

#### 自分でリスクを負う覚悟を持つ！ 先代と異なる方向性のものをつくり出そう。

既存の事業があるのは良い事ですが、時代の変化に合わせて自分たちならではの事業に変えていかないとジリ貧になるのは目に見えています。同じ事業を続けていけば衰退は避けられませんが、現状維持では先がありません。自身の特徴を生かしながら、先代の蓄積を活用し、全く違う方向性のものをつくり上げていくことが鍵になります。

親を説得するのは簡単なことではありません。しかし失敗したら自分のせいだという覚悟を持ち、リスクを負って、親の反対を押し切ってでも実行する必要があると思います。

しもさらなる輸出、直販の拡大を目指します。

イワシの漁獲量は安定せず、徐々に減っています。リスクを分散させるためにも、食をベースにあらゆる事業を企画していく必要があります。私としては、自分が住みたい街をつくるために、「楽しいからやっている」という感覚です。地方のこれからの課題は人手不足です。働く人がいなくなるのが一番の問題。若い人が「ここで働いてみたい」と思える事業を生み出し、「阿久根っていいよね」と人々が集まってくる街づくりをしていきたいです。



水産以外の商品開発やジビエの食肉加工事業などもスタート



カフェや工場、ホステルが入る珍しい形態の「イワシビル」



#### 会社概要

水産物加工販売業  
**株式会社 下園薩男商店**  
鹿児島県阿久根市大川154  
<https://marusatsu.jp>

1939年に祖父・薩男氏が18歳で創業。サバの火ばかしの製造販売からスタートし、その後ウルメイワシの丸干しを主力商品とし鹿児島県内をはじめ、福岡、大阪、東京、海外へと販路を広げる。その志を父・満氏が受け継ぎ、さらに事業を拡大した。3代目・正博氏は「旅する丸干し」などさまざまな新商品の製造販売に尽力し、17年からイワシビルを運営。従業員数約80人。