

Y M F G の地方創生



山口フィナンシャルグループは、山口県・広島県・北九州市という広域な主要営業エリアを持つ地域金融機関です。当社ではこの広域エリアを『Y M F G Z O N E』と位置づけ、3つの銀行（山口銀行・もみじ銀行・北九州銀行）を中心に、地域の諸問題に真っ向から向き合います。お客さまとお客さま、地域と地域、それぞれ点であったものを、繋ぎ合わせながら、全く新しい大きな面を創っていく。Y M F G の考える地方創生です。

Y M F G の地方創生

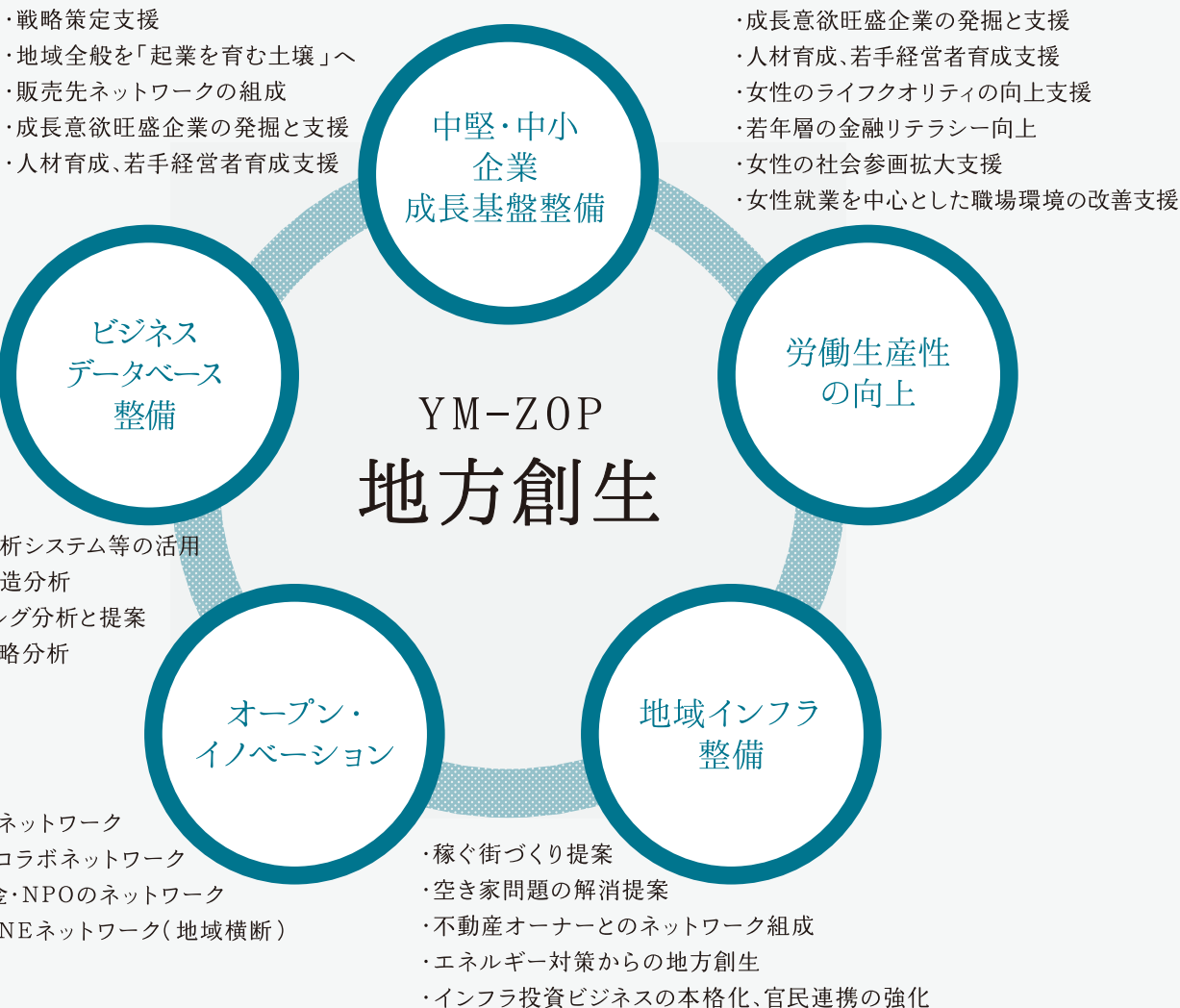
- P 3 山口フィナンシャルグループ Y M I Z O P 設立
- P 4 山口銀行
 - 女性創業応援やまぐち株式会社
 - 山口ソーシャルファイナンス株式会社
- P 6 もみじ銀行 ひろしま産業振興機構
- P 8 北九州銀行 北九州食の新ブランド「北九いと」
- P 10 海外ネットワーク 山口銀行香港駐在員事務所
- P 12 (公財)やまぎん地域企業助成基金主催
「地方創生記念講演会」レポート
〈対談〉
 - 株式会社G H I B L I 代表取締役 坪内 知佳氏
 - 山口フィナンシャルグループ代表取締役社長 福田 浩一
〈特別講演〉
 - 旭酒造株式会社 代表取締役 櫻井 博志氏

新会社 YMFG ZONE PLANNING 設立



山口フィナンシャルグループは、全く新しい地方創生専門の新会社「株式会社YMFG ZONEプランニング（略称YM-ZOP）」を設立しました。YMFGの広域営業エリア（YMFG ZONE）を活かした、民間中心の力で新しい風を巻き起こします。山口銀行・もみじ銀行・北九州銀行を中心としたグループ会社それぞれが持つ地域とのリレーション・ノウハウ・グループネットワークを繋ぎ合わせ、『点』での解決ではなく、「地域・経済レイアウト・事業環境」など『面』の解決を行っていきます。

事業の5つの柱



FROM 山口

山口での 起業を応援!



帰りたい町、働ける町に

政府が「地方創生」を最重要課題として位置付けるなか、転出超過の山口県では特に若年層の女性の転出が目立っています。そこで、若者や女性が地元・山口に帰って創業し、生き生きと働くことができる環境を整えることを目指して、山口銀行と山口県は「地方創生に係る包括連携協定」を締結しました。また、山口銀行は、山口大学、MOI総合研究所とも連携を行い、新たな産業を育む取り組みを行っています。

これを機に、山口県の村岡知事は、「創業支援日本一を実現したい」、山口銀行の福田頭取は「首都圏にいた女性が山口に帰り、日々を面白く、生き生きと働けるようになれば」と、それぞれに「起業による地方創生」に期待を膨らませています。

女性創業応援やまぐち株式会社 (WISSやまぐち)

山口県との包括連携協定の取組み第一弾として、県と当行、民間企業などの共同出資により、「女性創業応援やまぐち株式会社 (WISSやまぐち)」を設立しました。WISSやまぐちは、創業を目指す女性に対し、事業資金の提供、経営ノウハウ等のコンサルティングを行い、円滑な創業と、その後の安定した経営を支援します。平成27年6月に採択された6件のビジネスプランをご紹介します。



女性創業応援
やまぐち株式会社
代表取締役社長
杉山氏

田楽米錦

「日本一の酒づくりプロジェクト」

株式会社 Archis (アーキス) 松浦 奈津子さん (山口市)
日本一の価格で販売されている「有機農法・減農薬・自然乾燥」という特別栽培で育てた「田楽米」。新たに「田楽米錦」という新しい酒米を植え、高級ワインのように海外のパーティーにも持参できる日本酒を作り、世界に発信します。

平成27年8月事業開始予定

ファッションの力で意識改革を

田村 絵里子さん (山口市)
それぞれの個性を活かしたファッションアドバイスをを行う「パーソナルスタイリスト」として、人々の自信や勇気につなげる応援をしたいと考えています。

平成27年8月事業開始予定

地域の皆さまに愛される美容室

松富 玲子さん (下関市)
子どもから高齢の方まで、どなたでも来店しやすい美容室をつくることも、なかなか美容室に行くことができない方への出張サービスを行い、地域の皆さまのニーズにお応えします。

平成27年9月事業開始予定

アンガーマネジメントを広めたい

小林 洋子さん (山口市)
アンガーマネジメントとは、人間関係で感じるストレスや子育て中のイライラをコントロールできる方法です。いじめや家庭内暴力などさまざまな社会問題解決の一助となるべく、セミナー等を通じてアンガーマネジメントを広めていきます。

平成27年8月事業開始予定

鍼灸治療でだるまさん効果!

大坪 皆江さん (山口市)
鍼灸治療を軸に、体調を崩してもすぐに治すことができる身体づくり(だるまさん効果)や、不妊症治療や美容鍼灸など、これからの鍼灸の可能性を切り拓いていきます。

平成27年7月17日より営業

交流の場から地域資源を発信

株式会社おはな 江藤 マミさん (山口市)
地域交流拠点とすべくオープンする「café KOTI」。北欧デザインをベースにした交流の場で、喫茶、食事、雑貨の販売などを通じ、地元の人々や観光客などの交流を活性化させていきます。

平成27年7月18日より営業



写真右:山口ソーシャルファイナンス株式会社代表取締役社長の木村氏と
写真左:女性創業応援やまぐち株式会社・山口ソーシャルファイナンス株式会社設立合同会見

レノファ山口
応援ファンド
株式会社レノファ山口(山口市)
山口県内唯一のプロ
スポーツクラブとし
て、現在J3で好調
をキープ!J2昇格
に向け、チームの士
気も高まっていま
す。ぜひ皆さまの応
援をお願いします!



取扱いは今後は追加予定です!

あなたの投資でニッポンを 「開花-KAIKA-」!

そんな思いを込め、山口ソーシャルファイナ
ンスが運営するクラウドファンディングの名称
を、「開花-KAIKA-」としました。

投資型クラウドファンディング
「開花-KAIKA-」をやってみよう!
口座開設は簡単!

- 1 「開花-KAIKA-」のHP
(<https://www.kaika-cf.jp>)より
新規登録
- 2 会員登録の各項目を入力し、
仮登録のメールを確認
- 3 口座開設の各項目を入力し、
本人確認資料を送付
- 4 マイページへログイン後、
投資用資金を入金し投資を開始!

みんなで、山口から発信する元気を
応援しよう!



山口ソーシャル ファイナンス株式会社

今年4月、当行、山口キャピタル、MOT総合研究所、山口
県内企業の出資により、「山口ソーシャルファイナンス株式
会社」を設立しました。資金募集の方法は、近年注目されて
いる「クラウドファンディング」。新たな資金調達手段を提
供し、起業家のサポートを行います。また、WISやまぐ
ちとも連携を行い、女性起業家を資金面で支援します。

朝7時からの
動物病院ファンド
出勤前に預けて、
仕事中に検査や治療が
受けられるので安心!
西京の森どうぶつ病院(山口市)
山口県初となる朝7時から
の動物病院を開設!日中、仕
事を行っている間に治療や検
査を行い、共働き世帯を応援
します!



「ひと」と「まち」を
元気にするTシャツで
ニッポンを元気に!
LOVE COLOR
ファンド
共栄安全有限会社(下関市)
ボランティアを通じて地域を
活性化させる人々のお手伝い
をしたい。オリジナルTシャ
ツで後押しを行います!



FROM 広島

一つひとつの
つながりを生み、
育てる



企業と企業を結びつけるために

もみじ銀行の地元である広島には、自動車部品製造業をはじめ、造船業、一般産業用機械、鉄鋼業、電機等ものづくりの企業が多く存在します。「ひろしま産業振興機構 経営基盤強化支援センター」は、昭和40年代から、ものづくり企業が持つ技術資料や図面を抱えて企業を回り、企業同士の取引促進をお手伝いしてきました。当初は地場企業の情報が伝わりにくい環境でしたが、情報化が進み、企業同士のマッチングの機会やその手法も増えてきました。ここでは、企業同士のつながりを日々生み出す、ひろしま産業振興機構 経営基盤強化支援センター 常務理事 三好秀忠氏と、もみじ銀行から当機構に出席中の小林明弘氏にお話を伺いました。

広島のものづくり企業の営業マン

ひろしま産業振興機構



ひろしま産業振興機構
経営基盤強化支援センター
常務理事 三好 秀忠 氏

広島には、素晴らしい技術や経営資源を持つ企業が多くありますが、販路拡大や営業力の強化を課題とする企業も多いのが現状。そこで、全国各地の発注企業とのマッチングの場を提供し、企業同士のつながりを創出しています。いわば「ものづくり企業」の営業マンとして、企業がもつ技術をPRする役割を担っているのです。

たとえば、広島県内のみならず、関東・関西・九州地区で、定期的に取り引商談会を開催するなど、全国の発注企業と広島県内の受注企業を結びつけるきっかけ作りもそのひとつです。ちなみに、今年5月に、広島市で広域取引商談会を行った際は、全国各地から発注企業59社、広島県内の受注企業109社が参加し、約400件の商談を行いました。実際に取引につながるには年単位の時間を要することが多く、この商談会をきっかけとして、最近では2年越しで九州の企業と広

島県内の自動車部品製造業者の取引が軌道に乗ったという例もあるほど。つながりを生み出すためには、地道な取組みが重要であると改めて実感しています。

また、支援は商談会だけではありません。もみじ銀行から出向中の小林行員が担当した、福山市にある鉄道車両ブレーキ部品や産業機械精密部品の製造企業では、当機構から約1年間専門家を派遣し、鉄道ブレーキ部品最大手メーカーからの受注開始に結びつけることができました。

このように、もみじ銀行をはじめとした金融機関との連携をよりいっそう深めることで、当機構の取組みを利用したことがない企業にも知っていただき、支援の輪を広げていきたいと考えています。地域を元気にするには技術力や企業同士のつながりはもちろん大切ですが、やはり「人」が一番重要です。社長をはじめとした従業員の方々が熱心に仕事に取り組み、汗をかき、取引を拡大していこうという覚悟をもつ。そんな企業の連鎖が、地域活性化の原点だと考えています。

その一方で、私たちは、企業の代わりに営業を行うだけでなく、営業のノウハウそのものを伝えることで、各企業の自立を促すことにも尽力しています。企業同士が相互に依存し過ぎず、それぞれが「自立」をめざすこと。このような心意気や連携こそが、地域の未来を切り拓いていくと信じているからです。





経営基盤強化支援センターは、一体となって企業の皆さまのサポートをします。(左から3番目が小林行員)

もみじ銀行トピックス

三次市アンテナショップ 〜三次市PRイベントin広島〜

平成27年4月、もみじ銀行は、地方創生の取り組みにおける「地域産業の競争力強化」および、広島県内中山間地域の農業生産者等の販路開拓の拡大などを目的として、広島県三次市と連携し、「三次市アンテナショップ」を広島市内で開催しました。

当日は、「平田観光農園」「三次ワイナリー」「君田温泉 森の泉」「三次フードセンター」の

皆さまにご出展いただき、三次地区の特産品販売のほか、ワインの試飲即売会や三次市の観光パンフレットを配布しました。地元自治体の皆さまと連携して行う産直市イベントは、初めての試みでしたが大盛況のうちに幕を閉じました。

もみじ銀行は今後も、地方創生や六次産業化につながる取組みを積極的に実施し、地域経済の活性化に貢献してまいります。



- | | | |
|------------|-----------------|---------------|
| ◎平田観光農園 | 三次市上田町 1740-3 | ☎0824-69-2346 |
| ◎三次ワイナリー | 三次市東酒屋町 445-3 | ☎0824-64-0200 |
| ◎君田温泉 森の泉 | 三次市君田町泉吉田 311-3 | ☎0824-53-7021 |
| ◎三次フードセンター | 三次市南畑敷町484 | ☎0824-63-5301 |

FROM 北九州

「ここにしかない」
価値を
新ブランドに!

北九州銀行

「北九いいと」とは

北九州銀行では、北九州市と連携しさまざまな取組みを行っています。その中の一つが、北九州市の新ブランド「北九いいと」。北九州の方言「いと」（良い）と英語の「イト」（食べる）を掛け合わせ、「北九州の良い食を広めていく」という意味が込められています。新商品の開発等に意欲的な地域の中小企業を、北九州市が企画、開発から試作、製造、販売、PRまで一貫して支援する地域活性化の取組みです。

「北九いいと」のあゆみ

平成24年度よりスタートした「北九州食品ブランド化プロジェクト」では、第一弾の参加企業6社と、北九州の特徴を活かした商品作りを実施し、約2年間かけて「北九いいと」の6商品が誕生

地元中小企業の挑戦を市がバックアップ

北九いいと



北九州市産業経済局 食の魅力創造・発信室
食品ビジネス担当係長 菊地 公平
(北九州銀行より出向)

「北九いいと」は、北九州ならではの食品を全国へアピールしたい企業をサポートする中小企業支援施策です。特に、デザイン・マーケティング・営業手法といった中小企業の不得手な面を、経営コンサルタントを通じてブラッシュアップを図り、ブランド化を目指しています。一連の支援を通じて、中小企業自らが時代の流れを読み、次々と新しい商品を生み出せる土壌を育てています。第一弾の支援企業には、左の6社が選ばれました。企業の選定基準は、なぜ北九州で、その企業が、その商品を販売するのかというストーリーを重視しています。北九州の「ここにしかない」価値こそがブランドを生み出すと考えています。

昨年は商品化したものをどのように売るのかという販売面の取組みを重視。それぞれの企業で営業、販路拡大の支援をしつつ、「北九いいと」というグループとして井筒屋とコラボしてブランド化を

目指しました。
最近では「北九いいと」の認知度も上がってきており、お土産としての売れ行きも好調です。



北九いいと
【問合せ先】
北九州市産業経済局 食の魅力創造・発信室
☎093・582・2080

「北九いいと」はここでGET!

●ネット通販サイト

◎「北九州よかもん市場」
(<http://kitakyu.yokamon.jp/>)

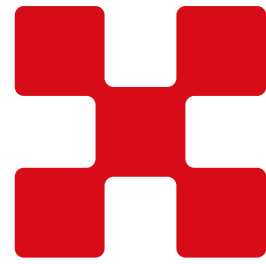
●店舗

- ◎井筒屋のギフトコーナー
- ◎JR・北九州空港等のお土産売り場
- ◎イオン九州や博多阪急での催事

((NEW))

商品パンフレット発行!

「北九いいと」各売り場に
設置しています。



KITAKYU
いいと

「北九いいと」はお中元としても好評です。

生しました。平成26年8月より販売を開始し、今年6月の新規公募では更に1社が加わりました。これから続々と新商品が誕生予定です。
「北九いいと」を手がける北九州市産業経済局食の魅力創造・発信室へ、北九州銀行から出向している菊地公平行員にお話を伺いました。



Benlyみそ

大正時代から続く老舗醤油屋さんが、昔ながらの製法にこだわった古式みそと、北九州の旬野菜「トマト」、「ねぎ」、「しょうが」、「とうがらし」、「バジル」をそれぞれミックスした古くて新しいおかずみそを作りました。ご飯に、パンに、パスタにと、いろいろ使える美味しい小瓶です。

株式会社ごとう醤油
<http://goto-shoyu.com/>



旨み醤油の種

大正14年創業の株式会社オクは、毎日削りたてのかつお節を地元料亭やうどん店に届けてきた、知る人ぞ知る北九州のダシの巨匠です。そんなオクが個人向けのダシ醤油の素を開発しました。ダシが最も出やすい職人こだわりの厚削りかつお節に、普段のお醤油を入れればあなたのお宅も料亭仕様!!

株式会社オク
<http://www.oku1925.co.jp>



金平糖deおめでとう

北九州は長崎から江戸へ続く「シュガーロード」上に位置し、古くから金平糖の文化が開きました。明治になると、糖分補給として八幡製鐵所の労働者にも愛された金平糖。本品は黒糖、金箔、ココア味を、紅白の箱に詰め込み、金の水引をあしらったおめでたい金平糖です。

入江製菓株式会社
<http://www.irie-seika.co.jp>



シェフカレー

新鮮野菜の直売施設「リエゾンマート」のお惣菜として大人気のカレーが、北九州の新ブランドとしてレトルトカレーになりました。京都の料亭で評判の合馬たけのこの食感を活かしたバリエーション豊かな5つの味。ビーフ、野菜、あさり、エビ、あかもく（海草）、あなたはどれを選びますか？

株式会社リエゾン
☎093-923-0388



ぬかみそ茶漬

北九州の郷土料理であるぬか炊き（ぬかみそ炊き、じんだ煮）の専門店「ふじた」が、もっと簡単に食べられるぬか炊きを目指して開発したぬか炊きフレークです。ご飯に振り掛け、熱いお茶を注げばふんわりと香るぬか炊きの香り。思わずおかわりしたくなる最高のご飯のお供ができました。

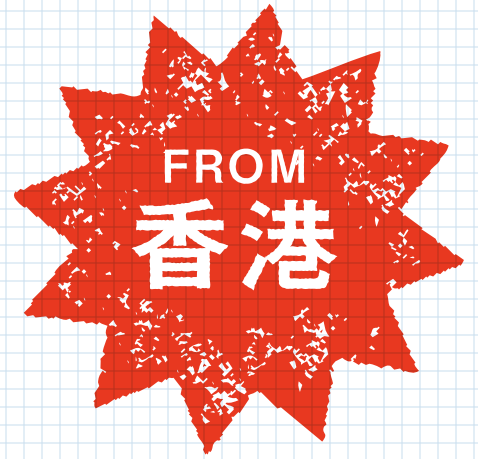
株式会社ふじた
<http://nukamisodaki.com/>



北九州味あられ

「おいしいで笑顔をつくる」がモットーの老舗お菓子メーカーしんこうが、門司港焼きカレー、小倉焼きうどん、戸畑チャンポン、八幡ぎょうざ、若松トマトと、北九州の旧5市の名物にちなんで楽しいあられを作りました。北九州のお土産にすれば、楽しい話題に話が弾むこと間違いなし!?

株式会社しんこう
<http://www.petit-shinko.co.jp>



ちの地方創生

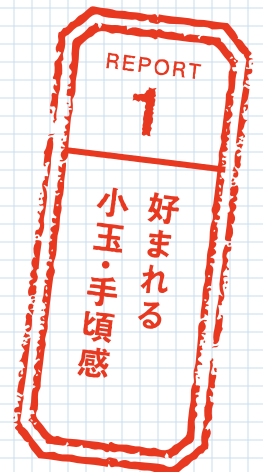
REPORT: 香港での果物の輸入

山口銀行香港駐在員事務所では、香港市場へ進出をお考えの皆さまのお手伝いを行っております。「日本の果物は美味しくて、安全・安心」。とりわけ香港での人気の高さには定評がありますが、高価なため「贈答用の高級品」という認識が一般的です。しかし、最近香港の市場では、ある変化が起こっています。そんな香港における果物の輸入についてレポートします。



1. 活気あふれる香港の市場 2. 小玉・手頃感のある佐賀産みかん
3. 小玉のスイカ

日本の果物は、昨年までは贈答用のニーズに対応した個別包装や、箱詰めされた豪華な見栄えのものが多く、「高品質」「大玉」「高価格」といった印象が定番でした。しかし、今回の市場調査で、ある変化に気が付きました。今年には「小玉」「手頃な価格」の商品が日本から多く持ち込まれていたことです。例として



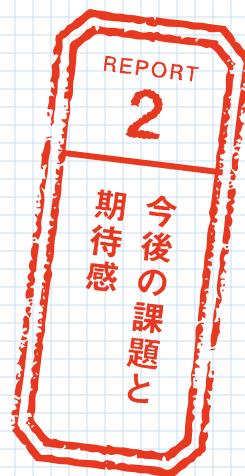
は佐賀産の「みかん」。このみかんは、直径4センチ程度とかなり小さいもので、6個パックが80香港ドル（約1,200円）で販売されています。一方、山梨産の「桃」も、昨年は大玉のものが1個当たり95香港ドル（約1,425円）程度で販売されていましたが、今回調査した店舗では、かなり小玉のもの（直径8センチ程度）が34香港ドル（約510円）で販売されていました。これは、日本の果物は美味しくて安全・安心だけでなく「買えない」という敷居の高さを解消しようとする各産地の試験的な取組みが反映されているのだと思います。



世界に広がる山口フィナンシャルグループの海外ネットワーク

「アジア」に強いネットワークでお客さまの海外進出をサポート！

アジアで花開く私た



実は日本の果物は、各種類別の取扱量で見れば香港の市場全体のおよそ1〜3%程度に過ぎません。この市場シェアの低さは、店頭価格が高いことが大きな要因です。これは、航空便を利用した高額の物流コストによるものです。さらに近年では、品質が向上してきた割安の韓国産や台湾産の果物が人気を集め、自宅用はもちろん、これまで日本産が得意としてきた贈答用商品までシェアを奪ってきています。

また、香港の購入者の多くは、例えば桃の場合、山梨産や岡山産といった日本の産地へのこだわりは少なく、特に贈答



高品質・大玉・高価格の桃(2014年調査)



小玉・手頃感のある価格の桃(2015年調査)

用ともなれば「日本産であれば良い。あとは価格次第」と考えているようです。いちごの「あまおう」などは、商品名がブランド母として香港人の間でも確立されているため別格ですが、香港での果物輸入においては、日本の産地のブランド力は、現状それほど重要でないと言っよいでしょう。

もちろん、日本産＝高品質(美味しい、安全・安心)というブランドイメージは定着しているので、要となるのは、品質と価格のバランスです。贈答用以外に、品質と価格のバランスが取れた商品が自宅用としていかに売っていくかが今後、日本の各産地が取り組むべき課題と言えます。実際、香港のバイヤーに、そのビジネスチャンスについて確認したところ、「十分にある」との回答を得ました。加えて、バイヤーは、「サンプルがあれば具体的な商談も可能」との好反応を見せているのです。これからは、

YMF Gのネットワークを活用のうえ、海外に販路拡大を求める事業者のニーズを探り、マッチングの機会を提供していこうと考えています。

以下は私見ですが、域内で瀬戸内や関門といった広域の取組みができれば、物量増加による物流コストの削減、各産地の収穫時期の違いを利用した供給量と価格の安定化、さらには、海上ルート利用に向けた保存技術の研究開発(地域企業や大学とのコラボなど)、さらなる相乗効果が生まれるものと期待しています。

山口銀行香港駐在員事務所では、香港市場において皆さまのビジネスの端緒となる情報を発信すべく努めて参ります。香港市場への販路拡大等をご検討の際には、ぜひYMF Gグループの窓口へ声をお掛けください。

香港でお待ちしております！



今回のリポーター！

香港駐在員事務所 左:黄艶紅(ウォン イムホン) 右:所長 松本 好弘



(公財)やまぎん地域企業助成基金主催

「地方創生記念講演会」レポート

対談

山口・萩から、

水産業の可能性を拓く

ふるさとの海の恵みを、全国区のブランドへ。

今、注目を集める「萩大島船団丸」を率いる坪内知佳さんと、YMF代表取締役社長・福田浩一の対談の模様をご紹介します。

**福田から萩へ。
家業から企業へ。**

福田 山口県・萩市大島は、漁船が船団を組み、「まき網漁」が盛んな島ですね。坪内さんは、若くして全く知見のなかった漁業の世界へ飛び込み、六次産業化※を実現して、萩の魚の価値を高め、新市場を拓かれました。きっかけは、何だったのですか？

坪内 私は福井県の出身で、結婚を機に萩へ移り住み、翻訳とコンサルティ

ングの仕事をしていました。そこへ、地元の漁師から「六次産業化の申請に必要な書類を作成してほしい」と依頼されたのが始まりでした。燃料費の高騰や取引値の低迷により、地元の漁業は切羽詰まった状況でした。具体的に問わるうちに、「片手間ではできない」と本業を辞め、そこに専念したのです。

坪内 私たちの行う「中型まき網漁」に

は、決まりや条件が多く、獲れる魚種や漁ができる期間も限られています。鮮度、品質など「いかに付加価値をつけて高く売るか」が命題だったのです。価格は1箱(約5kg)で1万円です。市場価格の2倍近くですから、高級料亭などが顧客の中心です。

**でも、だけど、
だって禁句！**

福田 首都圏や関西へ販路を広げているとか。どう開拓していったのですか？

坪内 ゼロからのスタートです。漁協には「販路が未開拓のところへ売る」条件で許可を得たので、県外が必須でした。そこで私は、長男を月に一度、24時間保育に預けて動くしかなかった。「マーケット規模があり、24時間以内に戻れる場所」と考えると、大阪しかない。新地などの料理店から、飛び込みで営業しました。

福田 社員の勉強になるように、ノウハウを教えてください。



去る5月13日、地域のリーダーとして期待される「(公財)やまぎん地域企業助成基金」受賞者の方々をお招きし、「地方創生記念講演会」を開催しました。すばらしいアイデアとチャレンジで地域の未来を切り拓いているゲストとの対談と、講演会の模様をレポートします。



Koichi Fukuda
福田 浩一

【プロフィール】
株式会社 山口フィナンシャルグループ代表取締役社長／株式会社 山口銀行 取締役頭取。国内・海外にわたるグループネットワークの強みを生かして、「新たな価値の創造」および「地元経済の活性化」「地域の発展」に向けた取組みに邁進。



Chika Tsubouchi
坪内 知佳

【プロフィール】
株式会社GHIBLI(萩大島船団丸)代表取締役。平成24年、山口県・萩市大島の約60人の漁業者とともに、農林水産省が推進する「六次産業化」を実現。自家出荷による販路拡大やブランディングを通して地方創生に尽力。

坪内 客として行くのです。「ココが美味しい」と伝え、「魚に詳しいですね」と会話が生まれたら、名刺を出して「実は、魚屋です。サンプルを送るので食べてください」と一言。「萩の魚の魅力」に「漁師による直送」、「水産業の六次産業化で稼働一例目」という珍しさも後押しして、契約につながっていきました。

福田 素晴らしい行動力ですね。我々の各支店でも、知恵を絞りアイデアを出す日々です。ただ、ここまで険しい道のりだったでしょう。

坪内 よそのもので、女性であることによる反発もありました。「挑戦したい」というのに、漁師にはこだわりがあるようで、「でも、だから、だけど、だっては禁句！」と宣言したことも(笑)。今でも喧嘩しますが、その「熱さ」も地方の魅力かなと思います。

鍵は「地方の良さ」を生かすこと

福田 「地方創生」については、どうお考えですか？ 地方間の競争だと言われる一方で、交通インフラなど、どのまちも条件は同じではありません。「武器を与えて欲しい」という行政への地域の声もあります。
坪内 難しい問題ですね。ただ、私は世の中すべて、良いも悪いも「50%、50%

％」と考えています。一人ひとりが、地方の良さを生かし、楽しみながら気長に取り組むことが、成功の鍵ではないでしょうか。

福田 我々も地域の皆さまへの「武器」として、起業支援や産業振興のための地域企業助成基金、ビジネスマッチングなどサポートの充実を図っています。しかし、一次産業に対しては「農地を担保にできない」など融資に関する制約があるのが現状です。業界全体で、規制緩和に向けた働きかけを行っています。

坪内 現場としては、知識不足が一番の問題だと思っています。戦後から続く慣習により、生活用品を買うにも現金でなくツケで払う、獲ってきた魚で相殺される…。そこに、変化に対応する発想や数字の意識は育ちません。金融機関の方々に、積極的ににお知恵をいただけると、地方創生は早く成し遂げられると思います。

地方の未来に、1ミリの変化を

福田 貴重なご意見をありがとうございます。今後の夢について、聞かせてください。

坪内 今まで、自家出荷や直販が許されなかった漁業者が、「自分たちで鮮魚を詰めて売る」ことで新たな一歩を踏み出しました。ここから、日本の水産業

や一次産業、地方の未来を1ミリでも変えられるなら、地方の取組みとして十分だと考えています。実際に、「天候不良や禁漁期間のために年間約60日しか稼働できない漁師が変化できなかったのなら、私たちにもできるはず」と、全国の一次産業の方々に「1ミリの変化を起こす」意識や取組みが広がっています。日本では「船団丸さん」、海外では社名である「GHIBLI」の名で広がり、将来ひとつになれば嬉しいですね。「GHIBLI」は「陸から海へ吹く熱い風」という意味で、私たちの夢を込めました。

福田 山口県・萩市から始まった水産業の六次産業化。二番手、三番手…を輩出して、50年後、100年後に「今の水産業をつくった」といわれる日が来ると素晴らしいですね。

坪内 初めて山口に来た時に、自然があふれ、古き良きものが残る街を見て、なんて豊かな土地だろうと思いました。維新発祥の地として、日本の礎を築いてくださった方も多く、継いでいくものがたくさんあります。先人に感謝しながら地方の良さを守り、全国各地で手を取り合っていけるといいですね。
(敬称略)

※六次産業化：一次産業の振興や地域活性化を目的とした取組み。生産・加工・販売の一体化、地域資源を活用した新たな産業の創出を促進するため、平成22年12月に法制化。

はチャンス!

山奥の小さな酒蔵だからこそできたもの

旭酒造株式会社
代表取締役

櫻井博志



業界は40年間に売上1/3
 旭酒造
 直前10年、1/3の売上に下落
 高度経済成長終焉
 その後、30年間で数量16倍

特別講演

ピンチはチャンス!

山口の山奥の小さな酒蔵

だからこそできたもの

旭酒造株式会社 代表取締役 櫻井博志氏

発売以来、破竹の勢いで市場を席巻し、日本酒の革命といわれる純米大吟醸「獺祭」。
 業界の常識をことごとく覆して、山口の酒蔵の名を全国・海外に広め、成功へと導いたのは、
 とん底から生き残りをかけた「地方の経営者の挑戦」でした。

講演には、地方創生を考えるうえでのたくさんのヒントが散りばめられています。
 ここに一部をご紹介します。

**圧倒的な
 負け組からスタート**

昭和59年に、父が急逝して34歳で会社を継いだ時、私どもの酒蔵の売り上げは前年比85%、販売量はその10年前（昭和49年）の1/3にまで落ち込んでいました。高度経済成長が終わり、「真

面目にやれば伸びていた時代」から競争の時代へ移って、完全な「負け組」になっていたのです。知恵も技術も劣るうえ、岩国市周東町瀬越にある酒蔵の半径5kmは人口約240人、小学校の全校生徒8名という山奥の過疎地にあつて、売り上げは岩国管内で下位。販売手法も昔ながらの旧式で、酒屋さんに通い、倉庫の整理や品出し、配達までして最後には「顔をみるのがつらいから、も

う来なくていい」といわれる有り様でした。安い新商品や値引きで頑張っても、前年比101%とまさに「焼け石に水」です。
 しかし、実はからこそチャンスでした。「負け組」だったから、大胆に改革ができて、右肩下がりの日本酒業界のなかで、30年後に生産数量で16倍、売り上げは約60倍に成長することができました。

お客さまの満足を 追求する

初めの大きな改革は、3つありました。まず、「酒造りに口を出す蔵元になったこと」。普通の酒では売れないから、純米大吟醸に挑戦したのですが、杜氏がうまく造れなかったのです。山口県の産業技術センターに紹介していただいた優秀な但馬杜氏も「吟醸酒は造ったことがない」というので、業界誌でみつけた河村傳兵衛先生の麹づくりや醸造指導のレポートをはじめ、情報をみずから収集し、「この通りにやろう」と生産を始めました。

次に、「国内最大市場として東京に出たこと」。宅急便の出現で10本、20本単位で商品を発送する力を持ち、コピー機やワープロの普及で情報発信ができるようになったことも、追い風でした。

そして最後に、「方向性を「大量販売の論理」から「幸せの追求」へ転換したこと」。昭和30年代には、大工さんの日当で2級酒が1本買えるのが日本酒の相場でしたが、日当で20本位買える時代となって、飲み過ぎの弊害が問題化したのです。たくさん飲めばいい、たくさん売ればいい、ではなく「美味しい」というところで満足していただくこと、品質の向上に力を入れまし

た。そうして「獺祭」が生まれ、看板商品の「磨き二割三分」が話題に。社長就任から15年目で年商は9,700万円から2億円まで伸びて、会社の危機を回避したのです。

一切妥協のない 生産への道

そして、子どもの最大の改革が、杜氏に頼らない最高の酒造りの確立です。企業活動の永続には、若手の育成が課題でした。しかし冬場に酒造り、夏場は地元に戻る従来の杜氏制では、人が集まりません。折しも「地ビールブーム」の全盛期でした。「夏場はビールで解決だ」と、広島国税局に申請して、地ビールレストランの経営という条件で免許を得たのですが、これが大失敗。ずさんなコンサルタントに振り回され、オープン3カ月で閉館したのです。投資額は年収分に上り、経営危機説も流れました。そして、あの優秀な但馬杜氏が辞めました。しかし、ピンチはチャンスです。数日悩んで、私は杜氏を探すのをやめました。ここまでできたら、思うままに挑戦しようと思ったのです。努力や根性ではなく、データや数字から絶対に良い酒ができるノウハウとシステムをつくり、大手が90%の過程を機械化するなか、洗米、精米、麹室…と人の手で、昔ながらに時間をかけて造ることで、一

切妥協のない味を目指しました。さらに酒蔵内を年中摂氏5度に保持して、四季醸造を行うことで、生産能力は2倍になり、一番熟成状態のいいものを一番いいタイミングでお客さまにお届けして、酒造りにゆかりのない経済学部や法学部出身の若手社員が活躍・成長できる蔵元をつくったのです。

地方の豊かな実りを 世界へ、そして未来へ

おかげさまで、現在、子どものお酒は欧米を中心に世界でも高い評価をいただいています。

ただ売るのではなく文化も伝えたいと、パリの商工会議所の持つ料理学校では「獺祭」のセミナーも行いました。日本酒の歴史を紐解いてみると、室町時代には製造方法が完成しています。が、当時の文献の通りに造ってみても、今の日本酒にはなりません。つまり、日本酒の伝統は手法ではなく、米と水と麹だけで作るのに、果物のような香りを生むような、人間の「工夫」と「改善」にあるのだらうと思います。振り返れば「一番良い米で、一番良い酒を造る」というのはじまりにおいても、多くの酒蔵が地元の酒造組合を通して、地元の経済連や全農から米を買うなかで、私どもは「負け組」であったために、みずから全国各地を飛び回り、仕入れを確

保してきました。昨年は、山田錦の全国生産量全体の1割超を購入しています。そして、同時に農業支援に取り組み、地方や農業の発展にも尽力しています。どうぞ、獺祭を味わい、地方が生んだ豊かな実りを楽しんでいただけたら嬉しく思います。

Hiroshi Sakurai 櫻井 博志

【プロフィール】
旭酒造株式会社 代表取締役。
昭和59年に三代目の社長に就任して、数々の改革を実践。平成2年に生んだ銘酒「獺祭」は純米大吟醸の販売量で日本一となり、世界24の国と地域への輸出拡大を果たしている。地方の農業支援にも尽力。

