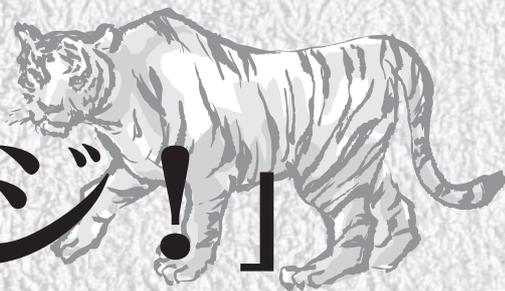


challenge

新春特別企画

「チャレンジ！」



県内の中小企業を取り巻く環境は、「円高」や「デフレ」等、景気回復への新たな懸念材料も出るなど、依然として厳しい状況が続いております。このような中で、現状の打開に向けた新たな挑戦は、自らの活路を切り開くだけでなく、多くの中小企業者に勇気を与えます。

そこで、本会の会員組合の組合員等を対象に、「チャレンジ！」をテーマに、現在チャレンジしていることなどについてお話を伺いました。



有限会社栗久（大館市）
伝統工芸士
伊藤 朋子 氏
（大館曲ワッパ協同組合）

—伊藤さんにとってのチャレンジは何ですか？

師匠から伝統工芸士になってみたらと言われたのがきっかけで、1年前に曲げワッパの伝統工芸士試験に挑戦しました。この試験は11年ぶりに実施されましたが、現在は機械化されている工程を、手作業で習得する必要がありました。そのため、仕事が終わってから師匠の元に通い、一から手作業の技術を学び、ついに合格することができました。

—女性として初の伝統工芸士となったそうですが。

試験を受けるときは、「女性初」といったようなことは全く意識していませんでした。逆に、新聞等で報道されて初めて女性初であることに気づきました。しかし、小さい頃から負けず嫌いで、「女性だから」と言われるのは嫌いでした。そのため今でも「女

性初」と言われることがあまり好きではありません。—伝統工芸士となって変わったことはありますか。

最近、首都圏での実演販売を初めて経験させていただきました。また、小学校を訪問し、生徒たちへ曲げワッパの制作体験指導も行いました。実演を行うことで、多くの人と触れ合い、様々な感想や意見を直接聞くことができるので、大変刺激になっています。

—今後の目標は何ですか。

不景気の影響で弁当が見直されており、首都圏を中心に曲げワッパの弁当箱の売れ行きが良くなっています。今は与えられた仕事をやることに精一杯ですが、将来的には自分の感性を活かし、好きなデザインで曲げワッパづくりにも挑戦していきたいと思っています。

また、実演等を通してより多くの人に曲げワッパの魅力を伝えていきたいと思っています。



山本合名会社（八峰町）
常務 栽培醸造家
山本 友文 氏
（秋田県酒造協同組合）

—現在チャレンジしていることは何ですか。

日本酒の原料である酒米の品質は、味に大きく影響を与えます。そのため、酒米の栽培から酒造りの全工程にこだわった理想の酒を目指し、平成18年から棚田を利用した酒米作りに挑戦しており、その約半分を無農薬・無化学肥料栽培で行っています。

なお、米の栽培から杜氏（醸造）まで全てを行っていますので、自らの肩書きを「栽培醸造家」としました。

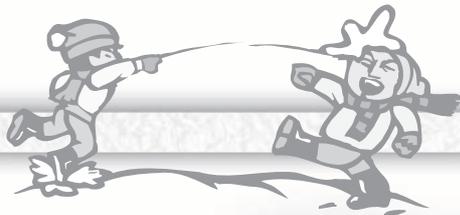
—酒造りに関して大事にしていることは何ですか。

市場の“隙間”を常に意識しながら仕事をするようにしています。そこから生まれてきた商品の一つが、活性純米にごり酒「ど」です。どぶろくの頭文字である「ど」というネーミングに加え、透明なラベルを使ったことで、見た目のインパクトが大きく、ヒットにつながりました。その後、桜の咲く季節には、赤色酵母を使用してイチゴミルクのようなピン

ク色に仕上げた「ど Pink」を販売し、夏には青い瓶を使用して爽快さを演出した「Summer ど」を販売しました。これらの売上もあり、蔵全体としての売上は、私が杜氏を始めた3年前と比較し、約4割伸びました。また、これまで業界にはなかった商品構成で従来とは違う客層にも“白瀑”の存在を知ってもらうことができました。

一 既成観念にとらわれない発想力の源は何ですか。

高校卒業後、アメリカの大学に留学した後、ふとしたきっかけから、島唄の THE BOOM やボッサノバの小野リサらが所属する東京の音楽事務所に就職が決まり、主にマーケティングの仕事をしていました。消費者が何を求め、どのように売れば一番効果的かということ学べたことが、今に役立っていると思います。



一 今後の目標は何ですか？

良いお酒は日本全国を見渡せばいくらでもあります。その中できりと輝くお酒を生み出すには、蔵としての個性を磨いていくことも大事だと思っています。その点、当蔵では世界遺産である白神山地の麓から60年以上かけて湧き出ていると言われる天然水を山の傾斜を利用して当蔵まで直接引き込み、濾過せずに酒造りの全工程に使っています。また、米作りにもこの天然水を100%利用していますが、仕込水で酒米を栽培している酒造メーカーは全国的にも前例がないようです。

恵まれた環境に感謝しながら蔵としての個性を磨き、消費者に支持される酒を造り続けていくことが、一生涯の目標です。



「ど Pink」



平和軒（鹿角市）
代表
駒木洋武氏
（鹿角市花輪大町商店街振興組合）

一 現在チャレンジしていることは何ですか？

レトルトパックの「花輪ハヤシ」の売上拡大に挑戦中です。

「花輪ハヤシ」は、6年前に私が商工会青年部長を務めていたときに、青年部として開発した商品です。地元のキュウリやトマトといった地元の特産品を利用して、外に向けて販売していけるものということで開発に取り組み、誕生したのがこのハヤシライスのレトルトです。

その後、6年間青年部として販売していましたが、事業再編ということで、今年の春から商工会から卒業する形で、発案者である私が事業を引き継いでいます。

一 「花輪ハヤシ」はどこで販売されていますか。

地域限定の商品ですので、地元の道の駅や当店、高速道路のサービスエリアの他、県のアンテナショップやネット通販でも販売しています。その中で最も売上が大きいのは、今年の5月から取引が始まった高速道路のサービスエリアです。以前からサービスエリアへ販売を交渉しておりましたが、販売手数料の面で折り合いが付き、取引には至っていませんでした。しかし、その後折り合いが付き、今年の5月から販売が始まりました。これにより、

「花輪ハヤシ」の売上高が大きく伸びました。

また、今年の始めに青年会議所の事業として、やくみつる氏に「花輪ハヤシ」を試食してもらう機会があり、その時の写真とコメントを宣伝用に使わせてもらいました。これが大変効果的で、売上アップに大きく役立っています。その後、2009年11月からはサービスエリアの食堂でもメニューとして販売が始まり、評判も上々です。

一 「花輪ハヤシ」の開発から販売を通して感じたことは何ですか。

人口がどんどん減少していく中で、待っている商売には限界があり、外に向けて販売していける商品の必要性を強く感じました。具体的に行動し、途中で止めないことが大変重要であると感じております。また、活用できるメディア等を上手に活用させてもらうことも重要だと思います。

一 今後の目標は何ですか。

当面はパッケージの改良を行っていくつもりですが、デザイン案については、秋田県中小企業団体中央会の地域力連携拠点事業を活用して、専門家から良いデザインを提供してもらったので、これを活用していきたいです。また、ハヤシとは別に、米粉を99%以上利用した麺の開発にも取り組んでおり、ぜひ商品化させたいと思います。



1袋 600円（税込）



株式会社進藤水産（秋田市）
代表取締役
進藤 政弘 氏
（協同組合秋田市民市場・
秋田県中小企業青年中央会 会長）

一現在チャレンジしていることは何ですか。

景気の低迷によりお客さんの購買意欲が低迷しています。また、人口も減っているため、リピーターをいかに増やしていくかが、最重要課題と考えています。そのため、自社のPB商品を作ったり、当社でしか買えない商品を多数置いているほか、品揃えの豊富さも重視しています。

また、「食育」も同時並行で進めていく必要があると考えています。

一具体的にはどのようなことですか。

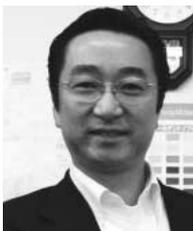
日本人の平均寿命は世界一と言われていますが、健康な人の割合で見れば、決して高くはないようです。また、人間の味覚は10歳までに決まると言われますから、本物の味にめぐり合わずに大人になることは不幸なことです。そこで必要になってくるの

が食育ですが、幸い、当組合では食育の一環として、小学生等を対象に市場の旬の食材を使った食育（料理）教室を開催しています。教室では、先生が生徒に「買い物メモ」を渡し、グループごとに買い物をしてもらうことで、たくさんの旬の食材を見ることができます。また、買い物が終わったら、指導に従って、自分達で料理してもらい、最後にみんなで料理を食べます。これらの体験を通して、生徒達は多くの発見ができるようになっていきます。

食育活動をより積極的に支援していくことが、市場全体のお客さんづくりでもあり、当社のお客さんづくりにもつながっていくと考えています。

一今後の目標を教えてください。

こういった厳しい時こそ基本に返ることが重要だと感じています。つまり、当たり前なのがどれだけできているか再点検することです。そのため、当社では、挨拶や笑顔を基本に、お客さんとの会話を最重要視しています。お客様は当組合や当社を選んで来てくれているわけですので、最高のおもてなしで対応していきたいと思っています。



スズキテント有限公司
（秋田市）
代表取締役
鈴木 雅人 氏
（秋田県中小企業青年中央会 理事）

一現在チャレンジしていることは何ですか。

高齢者の入浴中の事故を防ぐ補助器具の開発に挑戦しています。秋田大学の副学長である吉岡尚文教授が補助器具の試作品開発を探る中で、あきた企業活性化センターが当社を紹介してくれたことがきっかけで、この取り組みが始まりました。

当社は主に店舗のテントや物の保護、保管用シートなどを取り扱っていますが、業界では、出店数の減少や使用期間の長期化等、景気の低迷による影響を受けております。そのため、これまでにない新たな取り組みにより、需要を掘り起こしていく必要がありましたので、グッドタイミングでした。

一具体的にはどのような器具ですか。

この補助器具は、健常な高齢者が入浴中に溺死する事例が、秋田県内で年間180人もいることから試作されました。お風呂に入る前の寒さで血管が収縮し血圧が上がりますが、その後お風呂に入ると急速に血圧が下がり、失神して溺死してしまうケース

が多いのです。これを予防するため、入浴時に首にはめて使う枕のような製品を作りました。製品の中身には、東北化成工業(株)の提供による、直径2ミリほどの粒状の発泡スチロールを入れることで浮力を持たせると同時にフィット感も実現しました。

一開発を通して感じたことはありますか。

高齢化がどんどん進んでいる中、高齢者を対象とした分野に関わったことで、新たな需要開拓の可能性が広がってきました。また、別の商品開発のアイデアも生まれるなど、今後に大きな影響を与えていると思います。

一今後の課題は何ですか。

まずは試作品をしっかりと商品化し、販売していくことが第一です。販売先としては、複数の高齢者を同時に入浴させることのある介護系施設や健常な個人です。そのためには、必要性を理解してもらい、積極的に装着してもらうしかけが重要ですので、しっかりと検討し、商品化したと思います。



開発した補助器具