

活かそう！地域資源

つながり！農商工連携

何でもそやけど、自分流で生きんといかんぜよ！

―菊水流、夢実現の法則―

独立行政法人中小企業基盤整備機構 四国地域活性化支援事務局

PM 奥谷 敦子

●常に進化する伝統の技 若手経営者の挑戦

「うちの会社は、おもちゃ箱なんです。目の前にいる人、全て包み込むような大きな体で嬉しそうに、そしてちよつと誇らしげに話し始めた菊水酒造の春田部長（なんと8人兄弟のご長男、35歳）。正直、江戸時代から続く伝統ある酒造メーカーのイメージとは全く違う。柔軟さやしなやかさを持ち合わせ、警戒心や猜疑心など微塵もない。だからこそ、常に新しいことに挑戦できるのだろう。」

事実、菊水酒造は国の施策である異分野連携新事業分野開拓事業（以下、新連携事業）、地域資源活用プログラム（以

下 地域資源）、そして高知県の経営革新計画を取得されている。驚くのは、認定商品全てのストーリーが製品の原材料からスタートしていることだ。商品ごとの原材料の良いところをとことん研究され、それを商品に生かしているのだ。新連携事業のはちみつを使ったお酒「ミード」、地域資源の黒砂糖を活用したジャパニーズラム「黒糖酒」、経営革新では環境に優しいペットボトルのお酒。どの商品も飲んでみると「うーん」と唸るほど伝統は生きており、常に進化している事が感じられる。

今回の農商工連携事業についても「次はこの商品に挑戦しようと思ってるんですよ」と試作品を見せていただいたとこ

ろから始まった。地域資源のフォローアップで伺ったときに小さいボトルを持ってこられたのだ。「何ですか、これ？」という私に「お酢ですよ。サトウキビで作ったお酢！」一瞬？マークが飛び交った。酒造メーカーがお酢。しかし、春田部長は、またもやそのお酢の原点、つまり原材料から語り始めたのだ。

「昔は高知で黒砂糖がたくさん作られていたんです。そう、サトウキビ畑もたくさんあったし。実際昭和25年には、高知県は日本一のサトウキビ生産地であったが、現在では精製糖に押されて生産量は年々減少してきていた。その現状を何とかしたいという春田部長の熱意は「もの作り、商品開発の基本は高知の特産物で全部賄いたいし、高知はそれだけの素材が揃っている」という郷土愛から来ているのだ。しかも「サトウキビはイネ科の作物で沖縄では3年程度で植替えが必要ですが、高知県では10年程度収穫に耐えることができるんですよ！データも出ています。けれど、収穫にすぐく手間がかかるんで高齢者はもちろん、誰もやりたがらないんです。しかも価格競争で手間がかかるサトウキビは負けてし



自信作とニッコリ。春田部長

まい、最終的には耕作放棄地の拡大が進んでいる状況なんですよ。」と一気に熱を増したのだ。

●正直、「しんどかった！」けど、今回経験した忍耐は商品作りに似ています

新連携事業、地域資源の二つの事業計画書を経験していたものの農商工連携事業の事業計画書も一筋縄ではいかない。具体的な事業性はもちろんのこと、試作品としての物がなくてはならない事、連携先である大方製糖組合との経営資源の確認や事業者全体の財務計画や経営計画を連携参加企業分の作成、更に販売予定価格からなる売上げ根拠など一つ一つの精査と根拠が求められる。「今だから言いますけど、本当に忍耐という意味がわかったような気がします。」と苦笑いで言われる。

何度も何度も立ちふさがる壁に「正直、通常業務中でも気が気でなかったですよ。携帯電話が鳴るたびに、ドキッとしましたから」と言われるくらいだった。新法案と言うことで、解釈の違いに奔放することも多く、「これでよし」と作成した事業計画書が、1時間後の機構内会議では「やっぱり修正、訂正」となったりして、本当にどこが着地点なのかもわからなくなっていた時がありました。「担当マネージャーである私と春田部長の携帯電話はまるでホットラインのように、一日に



これがサトウキビ酢だ

何度も何度もメールや電話をし、その都度、修正、訂正を繰り返した。そんな苦労も「やっぱ、この認定を取りたい！」と春田部長の思いが理解できていたからこそ意地になって遣り通した。担当マネージャーとして、「春田さん、ごめんね。意地悪で言ってるんじゃないからね」「そんなこと思ってないですから」と言い合いながら、とにかく法律の要件を満たしているかと判断されるまで、追ってくる締め切りギリギリまで申請書に取り組んだ。

そんな時間が約2カ月続き、申請書受付ギリギリで提出できたときには「提出後、思わず胃を壊してしまいました。けど、ダイエツトになるから良いかも」と春田部長は笑いながらおっしゃっていたが、実は、まだまだ終わりではなかったのだ。提出後に行われる評価委員会でのプレゼンテーションを終えてから、初めて採択かどうかの結果がでるのだ。プレゼンテーションを終え、評価委員会の次の日、やっと採択されたという結果を聞いた春田部長は、「本当ですか？もう駄目だと思いましたよ。それにしても、長かったですねー。こんな経験初めてですよ」とまた、倒れそうになったとか。

●見逃せない！ 夢の千夜一夜物語が、今、高知から始まる

どの認定事業もそうであるように、認定を取れたからといって、その事業が終了したわけではない。今回、農商工連携事業計画で「高知県産サトウキビを活用したサトウキビ酢の商品開発及び販路開拓」事業が採択されたのだが、事業としてはスタートを切ったに過ぎない。そも



サトウキビ。旬は1年に一度の勝負だ。

そもサトウキビは3月から5月に植えつけを行い、12月から1月に収穫する作物である。機械やプロダクト商品とは違い、農作物には旬がある。この旬をいかに商品に活かすかが、商品開発の一大イベントといっても良い。また、商品開発で忘れてならないのは、「売れる商品を作っても、売れない商品は何にもならない。」「売れない商品を作るといふのは、仕事ではなく、趣味ですよ」と春田部長は言い切る。だからこそ、モニタリングやマーケティング、テスト販売など「誰に？何を？どこで？いくらで購入してもらうのか？」という商売の基本を持ちながら、九つの酒類免許を切り札として、ありとあらゆる場面で勝負が出来るのだ。即ち「モノ商品」は簡単には売れないというのを、菊水酒造は知っている。しかし、菊水酒造も初めからそのような戦略が得意だったわけではない。日本酒売上げが低迷し、焼酎、リキュール酒が消費者に受け入れられた時にも、常に消費者ニーズを掴む為にアンテナを張り、

消費者が望む商品作りを行ってきた。けれど「自社でゼロから新商品を作った提案しても『ここを直したら』』『もう少し軽いほうが』』という個人の好みで取引が決定してしまう事に疑問を感じていたんです。単なる御用聞きではなく、相手のニーズに合わせて商品開発をしていく方がマーケティングもわかるし、売り方も勉強させてもらえる。この法則が菊水酒造の伝統と技に融合できたからこそ、へんな圧迫感がないのだろう。現在では大手コンビニエンスストア、量販店のPB商品の開発販売で順調に売上げを伸ばしている。更に、昨年からは、もともと消費者ニーズを探ろうと、2カ月に1回20代以上の女性を集めて「女性モニター会議」を開催している。「モノを買うのは、女心がわからなければ」という女性社員の提案から始まったのだが、今までは菊水酒造の事を知らなかった人も、たくさんいることがわかった。また、「このお酒、菊水さんがつくったよ。また、この方がいいと思う」などいろんな意見を頂き、次に挑戦するステージを探しているのだ。

今年6月、「サトウキビ酢」の第一弾テスト販売を行う予定にしているが、その量40000とまだまだ少ない。これから菊水酒造がどんな景色を見れるのかは、誰にもわからない。けれど、決して怠けず、諦めず、「開け！ゴマ」の呪文と共に更なる飛躍をすることだろう。私も未知なる扉の前で菊水酒造と一緒に呪文を唱えて、いい景色を見たいと思う。アラビアンナイトは始まったばかりなのだ。



春田誠郎社長



菊水酒造

会社概要	
企業名	菊水酒造株式会社
住所	高知県安芸市本町4-6-25
電話番号	0887-35001
FAX	0887-35003
設立	昭和23年11月
代表者	代表取締役 春田 誠郎
資本金	4500万円
年商	13億円
従業員数	60名
認定日	平成20年9月19日
(農商工連携)	