

# 自然資本の真庭経済

変化  
らしさ  
SDGs  
マーケット  
人財  
未来  
挑戦  
課題  
価値  
資源



MANIWA BUSINESS JOURNAL 03  
【掲載事業者】 山陽精機・HAPPY FARM plus R・辻本店 | 落酒造場・きよとろファーム・真庭木材市売・蒜山線専門店 廖・わんこあん・中山石灰工業

MANIWA  
BUSINESS  
JOURNAL

「田舎には、何も無い」のか？  
LOCAL CAPITAL PEOPLE

MANIWA LOCAL COMPANY

発行 真庭市  
デザイン 鈴木宏平 / nottuo株式会社  
文・写真 藤田和俊 / 合同会社僕ら

お問い合わせ  
この冊子に関するお問い合わせは真庭市 産業政策課までお願いします  
Tel : 0867-42-1033

2022年12月発行



MBJ ホームページ WEB サイト  
<https://maniwa-business.info>

# 自然資本の真庭経済

「田舎には、何もない」と皆が言う。大人たちが言うから、子供たちはそれを信じて育ち、若者たちは都会へと「何か」を求めて飛び出してゆく。大きな世界に挑戦することはとても良いことでそれを止めたいというわけでもなく、次世代を担う彼、彼女らの学びや成長はとても喜ばしいことだ。しかし、だ。「何もない」と思ったままだと少し寂しくないか。本当に何もないのだろうか。

この地域には、さまざまな資源がある。資源とは、人の生活や産業に利用できるすべてのものを表している。それは自然が生み出す気候であったり、当たり前のように流れている美味しい水であったり、温泉であったり、本当に多種多様である。ある人は、ここにいる人の人間性も資源だと言った。真庭にある資源を使い、この地で経済活動の一端を担っている9事業者を取材した。

MANIWA  
LOCAL  
COMPANY

- 山陽精機
- HAPPY FARM plus R
- 辻本店 | 落酒造場
- きょうとうファーム
- 真庭木材市売
- 蒜山鯉専門店 蓼
- わんこあん
- 中山石灰工業

## 「田舎には、何もない」のか？



真庭は、広い。北は水が豊富な蒜山高原から、石灰岩地質の北房までであるのだから、自然環境も当然違えば採れる食材も違う。だからこそ、多様な仕事や生業が生まれてきた。ここからできたことがある。ここでするから意味があることがある。ここにあるからこそ価値があるものがある。昔ながらにそれを受け継いで守ってきた企業もあれば、その土地が持つ資源に惚れて移住して新たな挑戦をする人もいる。真庭らしさは、その幅の広さでもある。

見ようとしなければ見られるはずがない。そこに居るのに気づくはずがない。「ない」のではなく、見えていないのかもしれない。だとするならば、見ようとしてみないか。この資源が豊富な真庭で、どんなビジネスが生まれ、そこにどんな人の営みや挑戦や生き様があるのか。それは、どこかの誰かの話ではなく、この真庭にある本当のこと。「ある」と信じた人たちの話。それは未来の、あなたの話かもしれない。

10の質問テーマ

10 THEMES

変化  
らしさ  
SDGs  
マーケット  
人財  
未来  
挑戦  
課題  
価値  
資源



農家の生まれでもなく、もともとは農業が近くにあったわけでもなかった。でも、今、その農業で何が出来るだろう、どんな未来が描けるだろうかと考える。「今は20代も5人いるし、14人中11人が女性で、それぞれが持ち場で働きやすい環境を作れたらいいと思っています。農業でやれることは案外多い。他にも、まだまだやりたいことはたくさんある」。奥村は、楽しそうに話す。

農業とのつながりは、十字屋でメタン発酵消化液(バイオマス)の担当を任されたのがきっかけだった。生ゴミなど一般廃棄物を昔ながらの発酵技術で液肥に変えるのだが、その普及で農業に参入するようになり、次第に見方が変わっていった。ひとえに農業といっても、生産から流通、そして消費者が食べるところまで考えると社会に関わることが多い分野で、ビジネスとしての可能性も感じた。

2019年に起業し、直後にコロナ禍に直面した。「葉ネギをやると思っていたら販売先も変わってしまい、1、2年は事業の方向性もなかなか定まらなかったが、信念を持ってその時期を耐えた。「液肥は稲作に使い、肥料としては年間3000t使用。液肥で育てたレタスは野菜ソムリエ銀賞を3度獲得したほど、やっぱり良い効果をもたらします。うちでは、現在も圃場の一部に使っているほか、鶏糞を肥料として使ったり、牡蠣殻の石灰を入れたりしながら化学肥料は通常の半分以下しか使いません」。現在は8haで路地栽培。天満屋ストアとの付き合いは年々大きくなっているなど、丁寧に育てられた野菜が徐々に人気を集め始めている。✓

# 農業を通して、 みんながハッピーに なれたらええな。



手ごたえを感じさせているのは、事業の成長だけではない。「農業の会社に働きに来てくれる人なんておらんと思っていたのに、意外と来てくれるんですよ。収穫してそのまま出荷したり、野菜をカットする作業よりも袋詰め野菜は器用で丁寧な仕事ができる人が多い方がいい」と、女性の方が多く職場となった。奥村が創業時に立てた誓いがある。一つ目は、農業を一つの産業にすること。二つ目は、若い世代につなぐこと。三つ目は、女性が輝く職場作り、であり、スタッフが生き生きと働く姿も印象的だった。

「それと、限界集落にある農地では、たとえ住んでいなくても若いスタッフたちが畑で仕事をするだけで地域の人も喜んでくれるんです。地域のために、農業ができることがもっとあるのではないかと考えると、やりたいこともどんどん見つかってきました」

その一つが、農福(農業と福祉)の連携だ。「障がい者雇用を考えています。働いているのになかなか工賃がよくなる現状を知り、ちょっとでも助けてあげられないかと考えるようになりました」。福祉側の視点からではなく、農業側の視点から利益が出る方法を考えられるのは強みで、「暑い寒いはあるけど、自然の中で体を動かして汗をかくことは健康にもいいでしょう」と期待する。

そして、「どっから風穴を開けないといけない」と見ているのが教育分野。今も県外からの農業体験を受け入れているが、農業をやるうちに次世代に継承していくことの重要性を感じるようになったからだ。

「先進国で農業の教育がないのは日本だけ。農業は食に最も近いもの。中学生くらいまでに農業は楽しいということを知ってもらい、やってみたい人を増やしたいですね。高校と連携した6次化や生産者の増加に繋がれば、それもまたビジネスになる。そうやって地域と農業が循環していくのがいいですね。農業は人のつながりを作るのが大事ですから」福祉のこと…。農業のことを考えはじめ、その先に、この地域のことが見えてきた。同社のテーマは「野菜×作る」+「届ける」+「食べる」=HAPPY。農業を通して幸せを届けたいという信念。その種は、この真庭に少しずつ芽を出している。



## THEME 「未来」



## THEME 「マーケット」

# 遠くにいるからこそ、 見えるものがきつとある。

何も不自由のないところに、工夫は生まれにくい。マイナスがあるからこそ、プラスに変える力が生まれる。「工夫しなくてもいい環境よりも、厳しい環境だからこそ人は少しずつ、少しずつ工夫していく。その毎日の積み上げをやっていけば、はるかに良いものができる」。行本の言葉は、力強かった。地元で金型の会社を起して41年。今や大手メーカーの自動車の金型を製作し、取引相手は世界中に存在する。

「この辺りは7時や8時になると真っ暗でしょう。若い頃、そんな田舎が嫌で逃げように大阪に出たのに、長男だから戻ることになってね」。26歳でUターン。公務員や農協、木材会社などが主な働き先だった頃、大阪時代に培った金型業で勝負しようと決めた。高速道路も開通して近くなった関西圏に営業に出向き、大手メーカーの電化製品の金型を請け負うように。そこから業績を伸ばしたが、最初から全てが順調だったわけではない。

まず、真庭市の気候は、精密な機械加工を行うには難しい環境だった。「一日の気温差が20度もある季節もある。製品を作る機械自体が暑ければ伸びるし、寒ければ収縮する。そんなので精密なものなんて作れやしない」。工場全体を外気から遮断することを考え、機械のモーターが放つ熱を夏はうまく外に逃し、冬は暖房として活用。2011年にはセンサーを導入して自動化を進め、温度管理を徹底した。環境面から細かく整えることは、ものづくりの細部までこだわることにもつながっていったという。

「物事を解決するには、不安定要素を一つずつ潰していけばいい」。事業拡大の大きな転機となった海外進出の時もそうだった。製造技術が認められ、20数年前に大手商社から声がかかって米大陸に進出した。「アメリカに行って事業をやろうとした同業が失敗したのをみてきた。向こうでも、営業、設計、加工、組み立ての仕事がある。そこそこの設備がないとできないが、人員を確保するのも経費がかかること。そこを解決したかった」。ここでも、行本は頭をひねった。✓



製造工場というのは、何かあったらすぐに駆けつけられるよう、プログラマーがいる本社と工場がすぐ近くにあることが普通だ。だが、その常識を覆した。同じ敷地内にあった工場と本社を、事業規模拡大に合わせて、わざわざ4km離れた場所に分けることを決断。「海外の仕事はどうするかも考えていた。4km離れたところでできるなら、地球の裏側でもできるだろう、と。不利な状況があるからこそ、人は成長する。少しの設計ミスで現場の機械が使えなくなると数百万円ロスが出てしまうから、さらに緻密な仕事をするようになる。これだけレベルの高いプログラマーは国内でもそうはいない」。社員のことを話すとき、一段と誇らしい顔になった。

「うちはあるものを売っているわけじゃなく、お客さんが困っているのを聞いて、それを作る。イメージは注文住宅みたいなもの。市場を調査し、そこで求められるものを売ればちゃんと価値がつけられる。お客さんがいる都心部や海外から離れた真庭だからわかることがある。洗濯機が回っている外にいて、その渦を見ればいい。遠くからこそ見えるものがある」

本社の玄関口に、一枚の書が飾ってある。「寧静至遠(ねいせいちえん)」。中国の諺で、心静かに物事を見つめたら大きな目標に辿り着ける、という意味がある。環境や状況の不利、そして課題を工夫によって解決していく姿勢は、常に山陽精機が目指すもの。コロナ禍だった2021年は、過去最高の売り上げを記録した。

「3日後から40日間かな、海外出張でアメリカ、メキシコ、ブラジル…と回ってきます」

真庭から世界を見つめるその目は、鋭く光っていた。



## 山陽精機

代表取締役  
行本充宏

# 変化することは、前に進むこと。

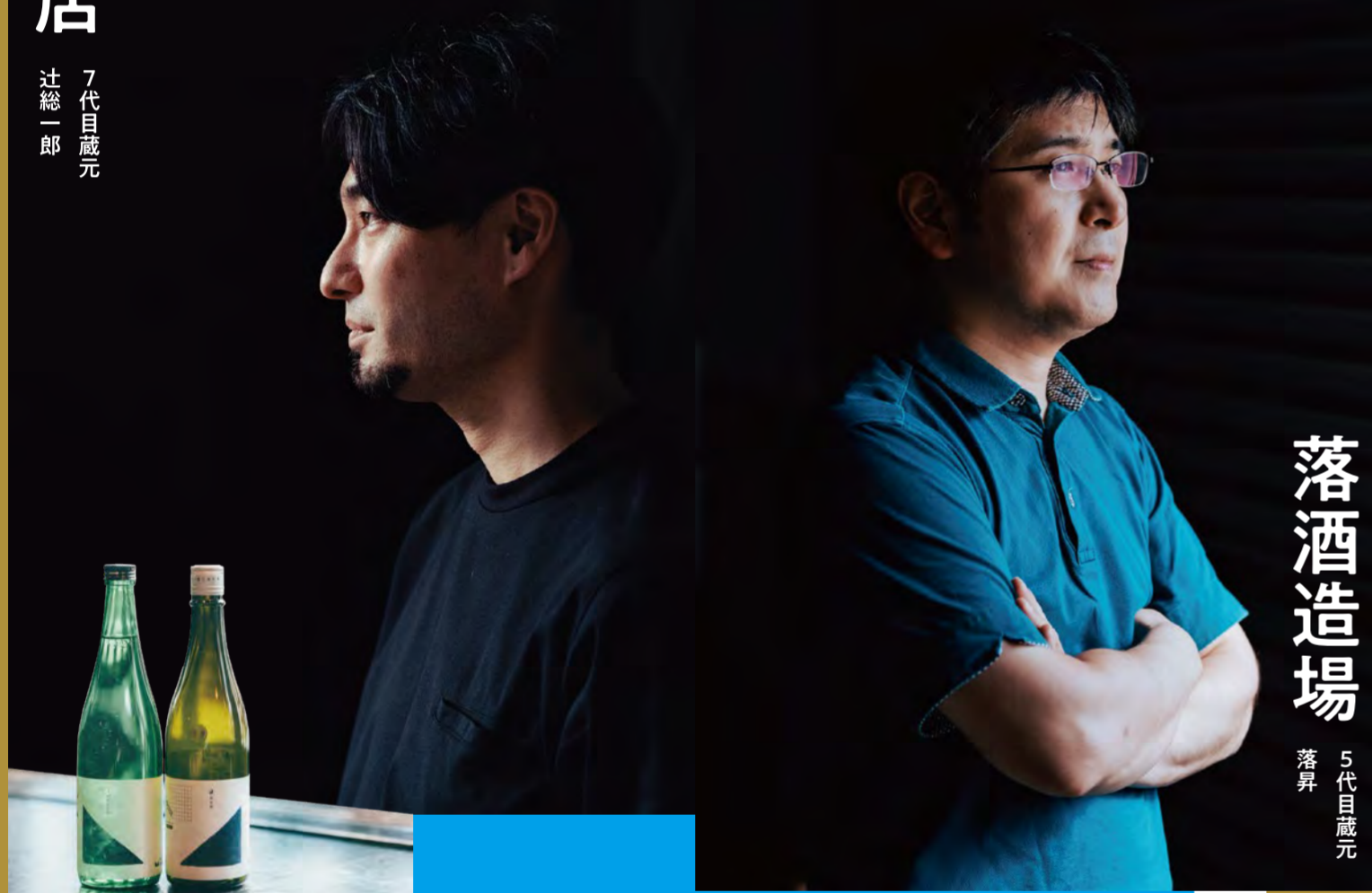
「どん底の時代でしたから、本当に」。2003年にUターンして実家に戻ったとき、世の中は焼酎ブームの真っ盛り。不遇の時代を目の当たりにしてきた辻は苦々しく当時を振り返る。「造っているもの自体は悪くないのに、美味しい日本酒を飲むシーンが若い人のライフスタイルに存在していなかった」。伝統ある酒蔵の後継として危機感はあるものだった。

きっかけとなったのは、蔵元になった2012年。発酵食品を扱う真庭市内の7社が協力し、新たな魅力を生み出そうと「まにわ発酵's」を結成した。「今まであまり地元の企業や落酒造場さんとも話したことがなかったけど、日本酒とチーズを掛け合わせてみようとかいろんなアイデアが出てきました」。これは面白い表現ができる。直感があった。

辻は、思い切った提案を落につけた。「仕込み水を交換して酒を造ってみませんか?」。酒蔵が大切にしている仕込み水を交換するのはなかなかなく、ましてや両者の味は正反対。辻本店は旭川の軟水を使ってまろやかな味わいが特徴で、落酒造場は高梁川の硬水を使って辛口のキリッとした味だ。「軟水の方が使う水量が多くなり、硬水の方が微生物ノ

## 辻本店

7代目蔵元  
辻総一郎



## 落酒造場

5代目蔵元  
落昇

の動きが活発になる。水を変えるのは未知の世界。通常ではあり得ないけど、仕込みの時に向いて技術や知識を教えられました」。新しい御前酒(辻本店)と大正の鶴(落酒造場)の味が生まれた。

「親の世代はそんなことは絶対にしなかった。でも、変わらないといけなかった」。覚悟を決めると、進むべき道も見えた。日本一古い原生種である岡山ブランド・雄町米をもっと活かそうと、2019年に全量を雄町米で造ると宣言。製法も、最も古くから伝わる菩提元造りに挑戦し、今では6割が菩提元造りの酒になった。

「どうせならとことん好きなことをやろう、と。その場所ではないものとか、失われていた造り方とか、そこに答えがあるんじゃないかと。本物を求めつつ、ライフスタイルに取り入れてもらうためにファッション誌にプレスリリースもした。少しずつですが、風が変わってきた気がしています」

218年。1804年の創業から辻本店が見つないできた年月だ。その伝統を重んじながら変化を厭わない。7代目蔵元は、まっすぐ前を見つめる。(辻本店 辻総一郎)



https://www.gozemhu.co.jp

# 受け継ぐものと変わるもの。

## THEME 「変化」

## きよとうファーム

代表取締役  
平泉繁



葡萄の出荷シーズンの真っ只中、きよとう果樹園は活気に溢れ、採れたての葡萄を箱詰りする社員たちの姿があった。「まだできて2年目の会社ですが、「社員のこんなことやりたい!」ということにチャレンジしていきたい。日々忙しい中で、そのアイデアも貯めていかないと」。張りのある声と笑顔。昨年、販売部門に特化して法人化した「きよとうファーム」代表の平泉も、忙しそうに作業場を動いていた。

石灰質な北房エリアで、梨、桃、葡萄の生産を行うきよとう果樹園。地域の有志が集まって出資した農事組合法人「清藤」が1993年に発足。販売はJAだけに頼らず、直売で運営することを目指した挑戦だった。きよとうファームでは、葡萄16種類、桃12種類、梨10種類を生産。果樹の盛んな岡山県内でも差別化を図ろうと、さまざまな品種に付加価値をつけ、果樹園にある直売所の新鮮さを売りに人気を博している。

5年前には新しい顧客層を獲得すべく、敷地内にカフェをスタート。「多角化したのはいいけど、組織の整備が追いついていなかった。生産は生産の立場、販売は販売の立場があり、意思決定のやり方も模索しながらだった」と悩ましい問題も抱えていた。長年積み上げてきたものから、新しい挑戦を始めるのは簡単ではない。どうしてもそれまでのやり方や根付いた思考、文化のようなものがあるからだ。それは平泉自身もよく知っている。

大阪でエンジニアとして働いていた平泉は、25年前に真庭市に移住。「アウトドアが好きで田舎暮らしに憧れていて、田舎の仕事は農業と思いついてこの世界に飛び込んだ。田舎にはいろいろな宝物がある。それをどう世の中に広めていこうかと考えていたが、日々の忙しさとでなかなか目の前の仕事でいっぱいになってしまった」。生産現場に長年いて、清藤の代表を8年も務めた。忙しい日常に染まっていた自分を反省し、未来に向けて動き始めた。✓

# 未来を見つめると、目の前の仕事も楽しくなる。

生産は農事組合法人「清藤」に託し、若い感性と価値観を尊重できる組織づくりを目指し、販売部門を別会社化。平泉は、20代から40代のスタッフが揃う若いメンバーを率い、販売の舵取りを担った。「僕ら年配者も時代に合わせて意識改革が必要なこともある。僕ら世代から見たらこうだと思っても、若い人から見たら違ってたりする。やっぱり人があっての会社。若い人が挑戦しようと思える環境づくりが大切だと思っています」。プレーヤーからこの1年で経営者としての楽しさを感じるようになったという。

カフェ事業は外部パートナーが運営し、季節感のあるメニューが好評で良い変化も感じている。「お客さんの年齢層もずいぶん若くなった。カフェを知って来る新しいお客さんが、スイーツに使われている葡萄をここで売っているんだと知ってもらえる。いい相乗効果が出ています」。若手の販売スタッフが、果樹生産がピークの農繁期は生産現場に応援に行き、そこで得た果樹の知識をまたお客さんに還元できるという。

これからの話も、社員同士ですることが増えた。その時に平泉が意識しているのは、若手たちの「やりたい」という気持ちを大事にすること。すると、自分自身も変わってきたのを感じている。

「みんなで挑戦しようぜと、視点を変えてみたら、大変だけどこれがまた楽しい。仕事となるとビリビリするのが普通かもしれないけど、楽しむことも大事。次はあれがしてみたい、これがしてみたいってアイデアを出し合ってね。これだけ大変なら、終わった後にすごく美味しいお酒が飲めるなとみんなで言っているんです」

毎日忙しいことには変わらない。だが、今、しっかりと未来を見ている。



## THEME 「挑戦」

THEME 「らじや」

どうぞ、と差し出されたガラスコップに入った水。一口いだと、すっと口の中になじむように入ってきた。「いわゆる美味しい水というよりは、普通なんだけどきれいな味なんですよ、この水は」と、朋子。自然体で、それでいて心地よいもの。それは、二人が惹かれた中和という地域の魅力そのままで。

東京生まれ、東京育ちのご夫婦が移住してきたのは2020年の4月。夫の蓼は中目黒にミシュランガイドで星を貰う鰻専門店を構え、妻の朋子は医師として働いていたが、どこかで理想の暮らしを求めている自分たちがいた。

「二人とも自然がある場所が好きだったんです。東京で店をやる中で忙しい毎日移住なんて考える暇もなかったけど、ふと鳥取に移住したパン屋さんの本を読んで、移住って自分が選んだらできるんだなあって。そう思った時に思い浮かんだのが、中和の風景でした」

以前から、店で扱う蔵元をめぐるために毎年山陰地方を訪れていた二人。店の調理に自然栽培の野菜を使っていたことから、友人の紹介で真庭市の蒜山耕藝を訪ねたことが中和を知るきっかけだった。「僕は、大学の頃にニューヨークで山の暮らしをしてすごい経験をした場所があって、その空気感に似ていた。わ、ここだ！と思いました」。すぐに妻に相談し、即決した。

すると、まるで導かれているかのような偶然も重なった。まずは住む家を探すことから始めると、たまたま1軒の空き家が見つかった。そこは蛇口を捻ると、28度の温泉水が出る家。中和で温泉水を引いているわずか3軒のうちの1軒だったという。

「生業として今できることは鰻屋だし、まあできることをやろうと思っていたので、鰻を泳がせる生け簀があるか、川から水を引けるかがチェックポイントでした。実は、鰻の養殖池で28度くらいに加熱しているんですが、まさにその温度の温泉水が出る家だなんて、こんな偶然もあるんだなあと」

人も、水も、空気も、あるがままで素晴らしい。

真庭木材市売

代表取締役  
山下 薫



市売で働く醍醐味の一つが、市場に集まってきた木材を分別して10日に一度開かれる競りだ。その場を取り仕切る競り子ができるようになって市場の人間として初めて一人前と言われ、競り子の技量ひとつで値段を左右する。市売では社員20人のうち山下も含めて8人の競り子がいる。「10のものが5になることも、15にも20にもなることもある。流れるように喋って、お客さんと駆け引きをせんといかん。雰囲気を見ながらね。預かっている木を高く売って感謝されるのは一番の面白みなんですわ」と、勝負師の顔を覗かせた。

市売を引っ張るリーダーは、市場を開いている使命感や責任感を言葉の端々ににじませる。真庭市内にある30もの製材所の特徴も、時代の変化とともに変わってきた。

「昔はどこも小さいのから大きいまでのいろいろな木を引いていたが、今は分業が進んでそれに合わせて分別している。全国でもこれだけ細かく分別するのは真庭くらいじゃないか。それも直材なら直材だけきちっと揃える。ガバツと良いのも悪いのもまとめたら楽だけど、それじゃ信頼は長続きしませんから」

すでに決まっているものでもなければ、勝手につくものでもなく、価値は作るもの。夕暮れが迫り、美しい光の中、山々を背に積まれた木材が並ぶ。市売のいつもの風景は、圧巻だった。



「山が一番の資源です」。開口一番、山下は言った。それは、真庭市の一大産業を木材市場として長年支えてきた誇りを表すかのようだった。真庭木材市売(以下、市売)の年間取扱量は8万m<sup>3</sup>。岡山県内の総量の4分の1に当たり、4tトラックで数えると1万6千台にもなる。原木市場は、山主の木を林家が伐採して集まってくる場であり、製材業者が目当ての木材を買い求める場。「山と製材所をつなぐ扇の要のようなもの。だから、うちだけが儲かったらいけない。山主も買い手もどちらにも良い具合にしていけない」。その一心で、山の価値を作ってきた。

機械化が進み、若い人でも林業で起業する人が増えたという。その若手林家たちにとっても、市売は頼れる存在だ。「この山ならなんぼくらいで買ったらいいよとか、一緒に見に行ってアドバイスしてあげる。若い人は積極的な人が多くてどんどん聞いてきますよ」と、嬉しそうだ。時代の変化に合わせて、市売もやり方を柔軟に変えている。

「5、6年前からはうちも山を買ってきました。昔は100%委託で木を持ってきてくれたけど、待っているだけでは木が集まらないことも出てきた。私たちとしても安定的に材を確保することが信頼にもつながりますから。その伐採を若手業者に委託すれば、そこにも仕事生まれるでしょう」

真庭の木の価値をつくる一端を担ってきた。節がある木や丸太といった並材の値段は大抵決まっているが、大径木は使い方によって価値が決まるという。「例えば、4mに切るか、8mに切るかでも違う。そういうのがわかるのも製材所とのつながりがある私たちだからできることで、製材所のニーズは全部頭に入っている。木の価値を最大限に出せるように持っていくのが仕事です」。6年前からは、バイオマス発電所向けにチップの生産と販売を始めた。「低質材でもそれなりの価値が生まれる。そうすると木も捨てるどころがないでしょう」と、月400tほど出荷している。

THEME 「価値」



市場じゃなくて、業界が盛り上がることで、それが木の価値になる。



# 地球からの贈り物で、

# THEME 「資源」

# 暮らしの土台を

# 支えています。

「さ、着きました」。社長の中山と、業務部長の坂本に連れられて到着した場所には、テレビドラマか映画の世界で見るとなような壮大な光景が広がっていた。そこら中を走るのは、人の身長よりも大きなタイヤをつけた作業車たち。採掘や運搬の作業を行う姿は、とても迫力があつた。現場は何段にも高さが分かれて石灰を掘って、帰る際に道を間違えてしまうほどの広さ。ここが、中山石灰工業が持つ鉱山だ。

1959年の創業。元々は関西で商社をやっていた祖父が高梁市中井町で始め、10年後に北房に移った。鉱山の規模もそれまでより大きくなり、輸送も貨物鉄道からトラック輸送に切り替わっていく頃で、北房は交通の利便性も良かったという。世は、高度成長期。「石灰は鉄の純度を高めるのにも使われます。製鉄業が忙しくなればなるほど出荷量が増えていった時代ですね。孫の代まで100年は持つと言われた本社の裏にある鉱山は40年で掘り終えた。それほどの需要があり、右肩上がりの日本を支えてきた。(現在は、本社から2km離れたところの新しい鉱山で採掘をしている)

石灰といえば、一般的によく知られるのが運動会のライン引きに使われる消石灰だが、鋼鉄業や化学工業の原料、漆喰などの壁材に使われる建築材料、食品や医薬品など、実は社会のいたるところに使われている。鉱山から削り出した「石灰石」、それを焼いてできる「生石灰」、それに水をかけてできる「消石灰」と、大きく分けると3分類される。「時代の変化とともに、ニーズが細分化され、その都度商品を増やしていった。昔はポリウム(量)を求められたが、今は品質を求められる」。それに応えていくための柔軟性や加工技術を備えてきた。✓

## 中山石灰工業

代表取締役  
中山尚啓



全国に石灰を扱う会社は70~80社あるが、採掘できる鉱山ごとにエリアが分かれて事業を行なっている。「同業者はライバルであり、困ったことがあったら助け合ったりする仲間でもあります。お互いの商圏も決まっていますし、地元に着した産業なんです」と話す中山の横で、坂本が「こうやって自分が働くことは当時想像していなかったですけど、私も子供の頃から中山石灰の大きな工場を遠目に見ながら育った一人です」と笑った。

「石灰が一番安いアルカリ資源。なくなるといような分野でコストが上がってくるし、急になくなることはない」と自負しながらも、一方で課題もないわけではないという。「どうしても石灰を作る工程で、エネルギーを大量に消費する産業。CO2の問題もある。環境問題が叫ばれる世の中でそこへんは非常に難しい」と話す。

もう一つが、社員採用だという。現在47人の社員を抱えるが「地元に残る若者が少なく、採用には苦戦しています。石灰という言葉聞いたことはあるけど、何に使われているかわからない。社会になくはならない産業だし、実際に働いてみると、1日に作れる量も決まっているから時間がきっちりしていて、働きやすさもあるんですけどね。売り手市場の中、仕事のやりがいや労働環境がうまく伝わりにくいもどかしさもある。

「豊富な資源に、安定した供給先があるだけに、保守的な業界界だと思います。ただ、だからと言って何もせずにもられない。社員の制服を新しくし、できることから意識改革を行なっています。やはり、時代の変化、社会の変化にあった会社していかなければならない」

24時間、365日。加工工場は火を絶やすことなく、今日も稼働中。北房の不夜城は、見えないうところで、私たちの暮らしを支えている。

# 選ばれない努力が、 選ばれる価値になる。



「コロナ禍で2カ月休業したんですね。そういう時って沈みがちで、つまらないじゃないですか。サービス業は黒髪イメージだけど、髪の色でも変えようと思えば自由にしたら、わんこと同じ色にする子もいて。スタッフが楽しく生き生きと働いている宿だと思っていただきたいです」

サービス内容やスタッフを含めた宿としての在り方は、どんどんオリジナルなものになっていった。価格帯も1人3万円くらいから週末時は2倍近くに単価をあげ、顧客層はどんどん絞られている。

「さまざま宿もあり、情報も溢れているし、お客さんもすぐ選ぶようになっている。その時代に大事なことは『選ばれない努力』。それは、お客様と宿側の思いのミスマッチがないように、宿のこだわりを保ち、それを伝えていくこと。そうすることで、誰にでも選ばれる宿ではなく、思いを共感してくださる方にちゃんと選ばれるようになっていきます」。昨年にはドッグランも新設し、今後はドッグカフェも開く計画もある。「前に来た時より変わったねと言ってももらいたいし、常に上昇していきたいです」と意気込む。

「うちの子も結構暴れん坊だから(笑)。旅行に行ったらもう大変なんです。そういうわんちゃんでも、わんこあんだから落ち着ける。安心できると思っていたらいいなあ。そうしたらわんちゃん好きな人たちの旅行へのハードルを下げられるんじゃないかなと思っています」

旭川に面した自然の景観が美しい場所で、飼い主もわんちゃんも本当に楽しい時間を過ごせる宿。大事なことは、自分たちも自分たちらしく楽しむこと。その気持ちが、どんどん未来を広げてゆく。

## わんこあん

代表取締役  
太田摩紀

湯原温泉では約10年ぶりの新規開業で、特色のあるサービスを提供する宿が話題を呼んでいる。2017年にオープンしたのが、「わんこわんこの家族のための宿」をテーマにした「わんこあん」。「雇用も生まれ、地元食材も使えるのが旅館。自分が好きなことで、この地域に貢献したいという思いがあって、旅館らしくないやり方でいろいろと新しい挑戦をしています」と快活に話すのは、パッと明るいオレンジの髪色が似合う太田。固定概念を突き破り、伝統ある温泉街に新たな風を吹かしている。

湯原の旅館生まれの旅館育ち。実家の旅館で働いていたが、ある時、新しい旅館をしてみなかと声がかかって挑戦を決めた。「高級路線とかもあるけど、見合う接客、料理の提供はなかなか難しい。ふと自分がどういうお客様に来ていただけたら嬉しかったかを考えた時に、わんちゃん連れのお客様だったんです。自身も犬を飼う太田だけに、犬連れでも安心して楽しめる宿を思いついた。

「主役は、わんちゃん」。そのサービスは徹底している。食事は犬が留守番しないようにと、テーブルには一緒に食べられるように専用椅子も設置。大浴場がなく、すべての部屋に露天風呂をつけたのは、その時間に留守番させないためという。「飼い主がお風呂に入っているのを見に来て『いない間にこんなことしてたかな?』って目で見てくるんですね。わんちゃんをずっといられることって普段なかなかできないこと。ここでは、ゆっくりその時間を過ごしていただきたいんです」。そのひとときを満喫してもらうため、最初はOKにしていた子供の宿泊をNGにしたという徹底ぶりだ。

だからこそ、いろいろな性格の犬に対して親しみを持てるように、6人いるスタッフは全員犬を飼ったことのある犬好き。平均年齢は20代中盤と若い。「若い人にとっても働きたいと思われ旅館でありたいと思つたし、迎賓館的な高級な宿というよりも温かみのある良い宿にしたかったので、接客経験がなくてもわんちゃんが好きな人に来てもらいたかった」。中には、市外から犬と一緒に引っ越しして働くケースも。雇用面でも、思いが共有できるスタッフが集まってくるといふ。



## THEME 「挑戦」