

## 「いろどり」

### はっぴが年商2億5千万円に

#### 「いろどり」はこうして誕生した

##### ●この地域で何ができるか……

「株式会社いろどり」は、木の葉を商品として販売している。同社の立地する徳島県上勝町は、町土の約9割が山林、至る所が峡谷というまさに秘境と言うに相応しい地域である。人口はわずか2,200人、高齢化率は約44%である。上勝町を訪れる人は口を揃えて「よくもまあ、このような地域でビジネスを起こそうと思ったね」と言うそうだ。

事業を立ち上げたのは横石知二さん、「寂れていく地域を何とか良くしたい」という並々ならぬ想いがあった。農協職員として仕事をする傍ら、典型的な過疎地域である上勝町だからこそできる取り組みを探し求めた。まさに逆転の発想である。

起業のきっかけは突然訪れた。ある日、寿司屋で食事をしているときに、寿司を彩る妻物に目がとまり、その瞬間、「これこそ、上勝町が有する資源を活かせるビジネスだ！」とひらめいたのである。

##### ●全く売れない日々

横石さんをはじめとする立ち上げメンバーは、山に入っては木の葉を摘み、パック詰めを行い市場に持ち込んだ。ところが、期待とは裏腹に「こんなもの持ってくるな！」と突き返されてしまう始末。「市場がダメなら直接旅館や料亭に直接売り込もう」と営業に出たものの結果は同じである。「妻物は多くの店で使われているのに、なぜ売れないのだろうか」、いくら悩んでも解決策は浮かんでこなかった。

##### ●木の葉が売れた！

売れずに悩む日々を過ごすなか、横石さんは大切なことに気がついた。「今まで自分が行ってきた営業には何の提案もない。木の葉を集めてパック詰めしたものを、一方的に押し付けただけではないか」。妻物を料理と一緒に楽しむのは旅館や料亭などのお客さんである。しかしながら、今までの営業においては売る側の都合でしか考えていなかった。旅館や料亭のお客さんの視点に立って妻物を捉え、その上で木の葉を売らないと全く商売にならないと悟った。

それから1年間、横石さんは自らの給料をつぎ込み、客として料亭や旅館に通い続けた。費やしたお金は数百万円、横石さんは「妻の理解がなければ絶対にできなかった」と当時を振り返る。客として通い続けているうちに、各店の料理や盛り付ける皿の種類や特徴、お客さんの反応、板前さんの料理に対する姿勢などが手にとるように分かってきた。横石さんは、「あの料理とこの皿だったら赤の紅葉が似合うな」という具合に常にメモをとり続けた。さらには、色彩に関して勉強することで妻物に関する認識を深めていったのである。

1年後、横石さんは、開業後わずかでは立ち行かなくなった木の葉の販売に再び挑んだ。今度は、木の葉の単なる押し付けではなく、料理と皿にマッチした妻物の提案である。すると、「こんなものにお金は払えない」と真っ向から拒否された店から「2パックお願いするよ」と注文が舞い込むようになったのである。営業活動を重ねるうちに受注数の数も増えていき、商品として確立されていった。横石さんは、妻物は料理を彩るものであることから、「彩」というブランド名をつけた。

### 「いろどり」の事業と特徴

#### ●あらゆる植物資源が商品に

「彩」の商品は、素材の種類、サイズ（大、中、小）など合わせて約 200 種類、木の葉をはじめ、花、ひょうたん、ほおずきといったものまである。それだけではない。先にあげたものはいずれも素材型の商品である。「彩」では、木の葉を折り込んで舟や桶をつくるなど加工型の商品も扱っている。さらには、七夕の季節に笹の葉を短冊とセットにして提供するなど、イベント性を持たせた商品づくりにも力を注いでいる。加工型の商品は素材型のものより数倍の値がつくので大きな収益源となっている。

### 「彩」における主な商品

葉	花	その他
南天	白梅	ひょうたん
紅葉	あじさい	ほおずき
柿葉	柚子	
山いも葉	つつじ	
さつまいも葉	プリムラ	
椿葉	カーネーション	
桜葉	パンジー	
山ぶどう葉	金魚草	
笹葉	スイトピー	
松葉	トレニア	
栗葉	すいせん	
銀杏葉		
柊葉		
蓮葉		
葛葉		
アサガオ葉		
鳶葉		
よもぎ葉		
タンポポ葉		
クローバ		

#### ●地域の高齢者が大活躍

「いろどり」の事業を支えているのは地域の高齢者である。現在、190名が契約生産者として登録しており、毎日のように山に入っては木の葉を採って来る。中には、自宅の庭で栽培している人もいる。上勝町の高齢者は非常に元気である。契約生産者の中には月に100万円以上稼ぐ人もいる。高齢者の巡回訪問をする役場の職員が逆に元気づけられて帰ってくることもしばしばである。

契約生産者も横石さんと同様、料理や色彩の勉強を定期的に行い、妻物に関する認識を高める努力をしている。ここが、「いろどり」の事業における最大のノウハウとなる。

#### ●ITをうまく活用する

「いろどり」の事業を運営するにあたって、欠かせないのがIT（情報技術）である。契約生産者の自宅にはパソコンがあり、高齢者とは思えないほどスムーズに操作する。但し、

普通のマウスだとクリックできない人も多いため、大きくクリックしやすいものを特注したのだそうだ。「高齢者は IT とは無縁」と言われがちなか、なぜパソコンを使いこなすのであろうか。実は、「株式会社いろどり」の事務所と契約生産者の自宅とは地域のイントラネットにつながっており、さまざまな情報が収集できるようになっている。販売報告（自分の採った葉っぱがいくらで取引されたか）、各月の需要予測（いつ、どの葉が売れるか）と加工型商品（葉っぱでつくる桶や舟）の作り方、さらには契約生産者における売上順位表などである。つまり、パソコンを使うことで、お金儲けができ、かつ契約生産者間の競争がなされるような仕組みがつくられているのである。

## まとめ

### ● 商売の原点がここにある

商品売るためにはやはり提案が必要である。それは単なる思い付きのアイデアではなく、本質を突いたものである。横石さんは約1年間、客として料亭や旅館に通い続けることで、その重要性を身に染み込ませた。木の葉という素材そのものは変化していないものの、提案の有無によりゴミになったり商品になったりもする。これはモノを売ることにおける原点そのものではなかろうか。

株式会社いろどり

〒771-4501

徳島県勝浦郡上勝町大字福原字下横峯 3-1

年商：2億5千万円

代表者：笠松 和市

開業年月：平成11年4月