

特集：魔法の習慣10

第3章

いつもマッシュルームとともに 株式会社ワキュウトレーディング 代表取締役社長 高橋 和久さん



高岸 浩文

東京都中小企業診断士協会三多摩支部／神奈川県中小企業診断協会

「マッシュルームは、単体でも、すごくおいしいし、香りも良い。しかも、ほかの食材と合わさったときには、そのうま味を3倍にも5倍にも引き上げる縁の下の力持ちなのです」

株式会社ワキュウトレーディングの社長である高橋和久さんは笑顔で話す。

同社は、国内で唯一、「マッシュルーム専門商社」というユニークな業態で、社員数8名と小規模経営ながら、2018年7月期の17期は年商19.8億円（前年比118%）と右肩上がりに成長している。

「高品質・安定供給をしてくれる生産者を第一に考え、一人でも多くの消費者にマッシュルームのおいしさを伝え、笑顔を広めたい」



ギガマッシュ（直径12cm超）を手に、マッシュルームの形をした眼鏡をかけて笑顔の高橋さん

生産者には、種菌と設備などの販売および技術指導を行い、生産者が生産したマッシュルームは同社が販売するとともに消費の拡大に取り組んでいる。そこには、開拓者としての「即断即決即行動」、「一意専心」な情熱、そして魔法の習慣があった。

1. 一口食べて電流が走った衝撃

マッシュルームは、タンパク質、ビタミンB群を多く含むなど栄養価が高く、繊維質でなおかつ低カロリーである。適切な生産管理が行われていれば、サラダで生食もでき、スープ、煮物、炒め物にも合う万能な食材だ。

しかし、高橋さんが創業した1995年当時の日本では、シイタケをはじめ、ほかのキノコ類に隠れて、マッシュルームの存在感は薄かった。マッシュルーム本来の味と香りを生み出すには、高度な技術・栽培管理が必要だが、日本では大きく遅れていて、国内の生産量自体も非常に少なかったのである。

高橋さんがマッシュルームと運命的に出会ったのは、1987年にある大手外食チェーンの食材調達会社で、マッシュルームの仕入れ担当となったときだ。

ある日、カナダのバンクーバーからマッシュルームの第1便が入荷した。成田空港で検品のため、サンプル箱を開けてみると、ものすごく甘いフルーツのような香りがした。一口食べてみると、その感触やおいしさで、体

に電流が走ったような衝撃を受けた。「こんな出会いがあるのか!」と思ったと、つい最近の出来事のように高橋さんは振り返る。

以降、高橋さんはその虜になり、いつしか社内一のマッシュルーム通になっていた。

2. 中国で生産技術習得、そして独立へ

一方、中国遼寧省大連の郊外には、日系と韓国系のカナダ人の投資によって、マッシュルーム農場が建設されていた。その農場から輸入を始めたが、うまくいかず、高橋さんが勤務する会社がその農場を買収することになった。マッシュルームをカナダから輸入するよりも、中国で生産・輸入したほうが安く買えるからだ。

そして、その農場に責任者として高橋さんが派遣されることになった。中国人社員200名、言葉もわからない中、日本人一人で飛び込んだ。26歳のときだった。辞書を引きつつ、買い物やマッシュルーム農場で使う単語を覚えながら働いた。また、カナダからマッシュルームのプロの先生に来てもらい、高品質で安定的な供給を可能にする栽培への取組み方や生産技術など、マッシュルームに関する全工程をみっちり学んだ4年間だった。

あるとき、大手商社の人から「近くに来てから見せてほしい」と電話があった。本社の規定もあり、断ったが、会話の中で故郷・高知の先輩ともわかり、会ってはみることにした。意気投合し、「日本に帰ったら連絡をくれ」とも言われる関係になった。

そうした中、大連市郊外が開発地区となり、マッシュルーム農場の閉鎖が決定。1995年の年明けに、高橋氏は4年間の駐在を終え、帰国した。新規の仕事は、マッシュルームの仕入れ担当ではなかった。モチベーションが上がらない姿を見て、妻から「それほど好きだったら独立し、もう一度、マッシュルームでがんばってみたら」と言われた。妻の後押しもあり、のめり込んだマッシュルームを手がけようと退職願を出した。

翌日、大手商社に勤める同郷の先輩を思い出し、朝電話すると「今からすぐに来なさい」と言われ、午後には先輩のオフィスに。その翌日、退職から3日後には、岩手県の農場に飛んでいた。高橋さんが大切にしている「即断即決即行動」そのものだ。

高橋さんは、創意工夫して改善に改善を加え、岩手の農場の年間生産量80トン、2年足らずで160トンに倍増させることに成功した。そして、これが評判を呼び、北海道をはじめ全国各地の生産者から技術指導の依頼が舞い込むこととなる。



マッシュルーム栽培の部屋

3. 即断即決即行動で販路・市場開拓

関連農場の生産量が上がり、売り先の課題が浮上してきた。「私がやります」と高橋さんは、販路開拓に情熱を燃やした。

タイミングよく、以前、勤務した大手外食チェーンから依頼が舞い込んできた。その緊急オーダー（午後3～4時頃に受注し、6時頃までにパック詰め出荷準備。1日に1,000～5,000パックの変動に対応）を千葉県芳源マッシュルーム株式会社が快諾してくれた。この出会いが、また、高橋さんの運命を変えることにもなる。

「これだけ細やかな対応ができれば、スーパーマーケットにも売れるはずだ」と高橋さんは確信を持った。思い立ったらすぐに、オフィスのある東京都町田市近郊のまったくコネクションもないスーパーマーケットに、突撃アプローチを敢行。

電話をして、10分後には現地に行き、打ち合わせをした。

「大手外食チェーンでこれだけ売れているから、スーパーマーケットでも売れると思う。今がチャンスです。これから私がどんどん企画を立てます。増産してもらいますから、全店でやりませんか」と説明した。

すると、共感してくれた仕入れ担当部長が、仕入れを即断、1週間後には全店からオーダーが入った。2001年のこの取引を契機に有限会社ワキユウトレーディングを設立し、前述のスーパーマーケット指定の食品卸会社と取引契約を締結した。

高橋さんは、棚割り、POP、試食販売を自分で企画した。自らコックの衣装を着て、ホットプレートでのバター焼きの試食販売を行った。子どもがパクッと食べ、「おいしい」と喜び、「うちの子がキノコを食べた」とお母さんも喜んだ。

当初1日に10パックだったのが、800パックも売れる日も出るなど、「潮目が大きく変わった」と高橋さんは実感する。これらの実績が功を奏し、同社の販路は、年々拡大した。

「お客様のおいしいという笑顔、マッシュルームのおいしさの衝撃をいっそう広げるとともに、売場の活気、生産者と販売店のWin-Winの関係も上げていきたい」

高橋さんは、マッシュルームの普及拡大のために、生産者には、欧米の生産設備・資材、フランスの種菌の輸入販売や技術指導を行っている。

一方、消費者には、レシピ本、マッシュルームの手ぬぐいなど、数々のグッズを提供。デザインは社内の女性スタッフが行っている。ほかにも、歌手・嘉門タツオさんによるオリジナルソング「マッシュルーム・ラブ」のCDの製作、日本記念日協会認定の「マッシュルームの日」(8月11日)の制定、日本初のマッシュルーム料理専門店「MUSHROOM TOKYO」のオープン(2014年東京・表参道)も手がけている。



左は『大好き! 美味しい! マッシュルームレシピ』(MUSHROOM TOKYO 著、鈴木淑之監修、KK ロングセラーズ)、右は歌手・嘉門タツオさんによるオリジナルソング「マッシュルーム・ラブ」のCD。



表参道の「MUSHROOM TOKYO」

4. マッシュルームに「一意専心」

「パーティーやバーベキューに行くときには、必ずマッシュルームを持って行きます」

バーベキューのときには無料で提供し、おいしい焼き方を教える。食べた人は、ファンになったり、インスタグラムにアップしてくれたり、マッシュルーム専門店の話もしてくれたりする。

このようにマッシュルームのファン作りのために、「いつもマッシュルームとともに歩き、すべての行動が『マッシュルームとともに』ということで習慣化されている」と高橋さんは笑顔で言う。これが、魔法の習慣である。

また、高橋さんは毎日、さまざまなアイデアを考え、アンテナを高く張り、受信、発信するようにしている。たとえば、マッシュルームの粉をラーメンの麺に練り込んだら、マ

ッシュルームの粉末スープ、フレーバーを付けたらどうなるか、エキスを美肌効果・消臭効果に活用できないか、繊維質から生地ができないか、など食材以外のアイデアも含め、常に考えている。「一意専心」である。

さらに、社員にも普段からマッシュルームのことを考える習慣につながる仕組みを取り入れている。それは、毎月1万円の「食追求手当」の支給と、6ヵ月に1回出してもらうその活用報告書だ。たとえば、食器を買う、普段は買うことのできない調味料を買う、気になるお店に食べに行く、などへの活用である。

これにより、社員の感度、センスが向上し、高橋さんのように普段から自然とマッシュルームのことを考え、それを周囲に伝えるようになってくれることを狙っている。マッシュルームに関する良いレポートも出てくるそうだ。

「いつもマッシュルームとともに」という習慣が社内にも根づいてきている。

5. 世界平和を目指す経営者に

高橋さんは、社員にも、生産者にも、講演でも、「マッシュルームで世界平和を」と伝えている。

「マッシュルームから広がる料理、料理のグレードアップ法などのヒントを提供し、『料理がうまくなった』と豊かな気持ちにさせたい。『すごくおいしい』と子どもたちが喜んでる姿を想像すると楽しいですね」

これが、高橋さんが「マッシュルームで世界平和を」と考えた原点である。

「マッシュルームを食べると健康に良い。おいしさで笑顔になる。今後、このような精神を子どもたちにも発信して、教育にも広げていきたい」と社会貢献も考えている。

生産面においても、藁⇒厩肥⇒培地⇒栽培⇒収穫⇒培地を殺菌⇒有機肥料として販売していくという循環型農業を確立した。

有限会社設立時は年商7,400万円だったのが、17年間で27倍の約20億円となっている。「10

年後には、今の10倍の200億円を目指したい」と高橋さんは言う。

また、芳源マッシュルームが、ベトナムに生産拠点を作った。現地販売は、ワキュウトレーディングが顧問という立場でノウハウを伝授しつつ、一緒に取り組んでいる。加工拠点とレストランは、ワキュウトレーディングが作り上げていくべく推進中である。

そのほかにも、笑顔あふれる、健康・平和も発信できるマッシュルームビルディングの建設も構想している。地下でマッシュルーム栽培、加工品開発ができ、低層階ではレストラン&バーベキュー広場、キノコの展示・販売、体験授業・食育も行え、オフィス階層もあり、屋上には公園があるビルである。

このように、高橋氏は「即断即決即行動」、「一意専心」を胸に、「マッシュルームとともに」という魔法の習慣を続けている。これからも、新商品開発を続け、需要の拡大、アジアへの進出などで年商200億円の実現はもちろんのこと、マッシュルーム事業を超えたトータルプロデューサーとして、笑顔あふれる世界平和を目指す経営を実現していくことだろう。

高橋 和久

(たかはし かずひさ)

1962年高知県出身。1995年個人事業主として栽培技術指導を手がける。2001年に有限会社ワキュウトレーディング設立。2011年株式会社に改組。2017年第15回「勇気ある経営大賞」特別賞を受賞。



高岸 浩文

(たかぎし ひろふみ)

1959年佐賀県出身。広島大学卒業後、松下電器産業株式会社(現・パナソニック)で勤務。早期退職後、2018年5月に独立開業。2017年中小企業診断士登録。食の6次産業化プロデューサー(レベル3)、VEリーダー、多摩BSCコーディネーターとしても活動中。

