PHILOSOPHY
01
LOCAL PHILOSOPHY 01

真っ直ぐ、生きる

バリュー（価値） VALUE

八方よしの精神で、志事（しごと）をする。

八方よしとは、生産者・お客様・従業員・地方自治体・お取引先・業界・環境・未来の承継者の皆様が相互に発展し、持続可能な世の中をつくり続けることです。
八方よしの実現を目指すことを、私たちは「志事（しごと）」と定義しています。
八方よしの志事（しごと）観こそが、豊かな人生をつくります。

行動原則 ACTION PRINCIPLE

01 人生・仕事の結果＝考え方×熱意×能力

02 全ては大義名分から考える

03 常に改善、常に前進

04 Professionalism（プロフェッショナリズム）の徹底

05 高め合うチーム

06 仮説→実行→検証→仕組化

07 顧客満足の最大化

08 スピード!!スピード!!スピード!!

企業理念 CORPORATE PHILOSOPHY

真っ直ぐ、生きる。

ミッション（使命） MISSION

全従業員・生産者とともに、
無限の可能性を追求し、
地方から日本を元気にする。

私たちは、「日本を元気にしたい」という思いのもと、活動しています。
そのためには、「地方が元気になること」が必要だと考えています。
世の中の、すべてののヒト・モノ・地方には、一般論では想像もつかない「無限の可能性」があります。今この瞬間の、一歩の挑戦・一歩の改善の積み重ねが、無限の可能性を実現します。

ビジョン（将来像） VISION

ローカルイノベーション

不易流行の精神で守るべきものを守りながら、地方の課題を解決していくことが私たちローカルの役割です。地方に眠っている無限の可能性を追求し、これまでの常識にとらわれないイノベーションを起こし続けることを目指します。

もくじ

はじめに …… 001
フィロソフィの定義 …… 008
企業理念 …… 014
ローカルの使命（ミッション） …… 044
ローカルが目指す将来像（ビジョン） …… 064
ローカルの強み（バリュー） …… 080
行動原則 …… 098
行動原則1 人生・仕事の結果＝考え方×熱意×能力 …… 099
行動原則2 すべては大義名分から考える …… 105
行動原則3 常に改善、常に前進 …… 109
行動原則4 Professionalism（プロフェッショナリズム）の徹底 …… 139
行動原則5 高め合うチーム …… 159
行動原則6 仮説→実行→検証→仕組化 …… 187
行動原則7 顧客満足の最大化 …… 241
行動原則8 スピード!! スピード!! スピード!! …… 257
おわりに …… 270
フィロソフィ実践のための取り組み …… 276
言葉の定義集 …… 288
年表 …… 294
フィロソフィ実践チェックリスト／文献 …… 308

はじめに

2008年の創業から、早いもので10年以上が経ちました。その間、多くの出逢いがあり、様々な出来事がありました。時には大きな壁にぶつかることもありました。しかし、それでも挑戦し、挑戦し、挑戦し続けてきたからこそ、今のローカルがあります。困難な出来事に直面しても、決して諦めず、ともに挑戦し続けてきてくれた仲間には、心から感謝しています。しかし、ここがゴールではありません。常に改善、常に前進し続けるローカルにとって、毎日がスタートラインです。

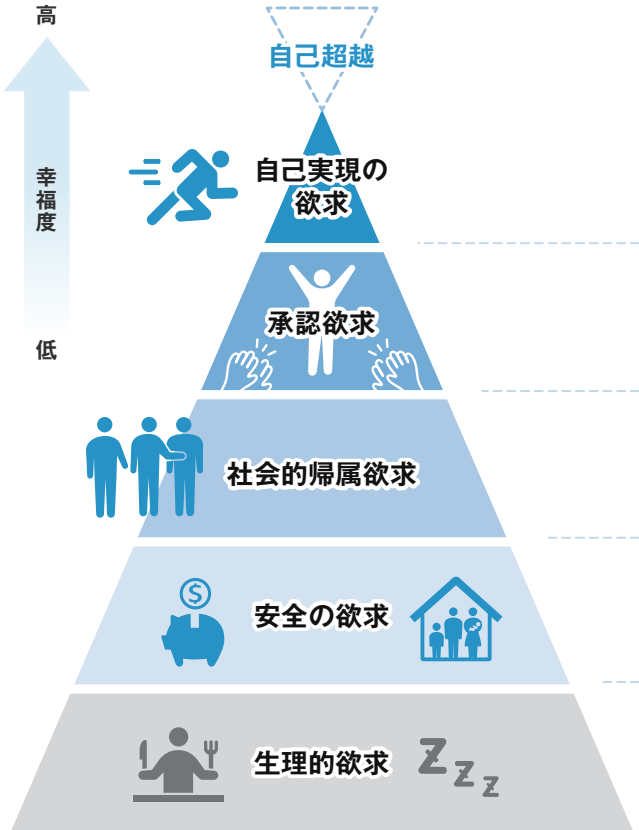
僕たちには、成し遂げたいミッションがあります。全従業員・生産者の皆さまとともに、無限の可能性を追求し、地方から日本を元気にするという使命です。この使命を果たすために、これから先も、僕たちの原点である熊本を離れることはありませんが、九州全域、四国、関東、東北など全国各地に展開をしていきたいと考えています。その先駆けとして、2021年3月、福岡にサテライトオフィスを設置しました。伴い、積極的に採用活動も行っていきます。

一方で、ここ数年、会社が成長するにつれて、少しずつ従業員の皆さんに「情報」や「想い」「熱意」を伝達することの難しさを感じる場面が増えてきました。それらを、今いる皆さんにお伝えすることももちろんですが、これから全国展開に向けて新しく入社してくる方にも伝えていかなければなりません。

僕が皆さんにお伝えしたいのは「生産者・消費者の方に向き合った『真っ直ぐな志事（しごと）』をしていただきたい」ということです。言い換えると、社会的帰属欲求や、目の前の承認欲求に捉われ、社長である僕だけを見て仕事をして欲しくないということです。僕を見るのではなく、会社が果たすべきミッション、会社が目指すビジョンを見て欲しいと考えています。

そのために、まずは「ミッション」や「ビジョン」、その根本にある考え方を具体的に言語化して、皆さんにお伝えする責任が僕自身にあると感じました。思い立ったら即行動をするスピードが大切です。早速、時間を作り、二度の合宿を行い「企業理念」「ミッション」「ビジョン」「バリュー」そして「行動原則」の策定を行いました。

マズローの欲求5段階説



「マズローの欲求五段階説」は、人間の欲求は5段階のピラミッドのように構成されているとする心理学理論の一つです。

自己実現の欲求
個人の可能性を最大限に発揮し、実現して生きることを求める欲求。
理想の実現に向けて高い目標を設定して努力し、成し遂げることを追求する。

承認欲求
自分が上司や同僚、友人から価値ある存在と認められ、
尊敬されることを求める欲求。

社会的帰属欲求
会社や組織に必要とされたいという欲求。

安全の欲求
安全な環境にいたいという欲求。

生理的欲求
生命維持のために、睡眠や食事を欲する根源的な欲求。

フィロソフィを策定する中で、改めて感じたことは「僕らは、楽天とともに歩み、楽天とともに成長させていただいてきた」ということです。おこがましい様ですが、僕たちが大切にしている考え方は、楽天の考え方に非常に近いものがあります。そのため、今回フィロソフィを策定するにあたり、楽天の『成功のコンセプト』や三木谷氏の著書である『成功の法則92ヶ条』から、多くの言葉をお借りしています。この場を借りて、お礼申し上げます。

最後に「企業理念」「ミッション」「ビジョン」「バリュー」「行動原則」これらはすべて、策定して掲げることが目的ではなく、実践することを目的としています。少しでも、日々の皆さんの仕事に繋げていただけるようにと思い、詳細説明や図解、具体的事例を入れ、フィロソフィBOOKという形にまとめ、製本しました。巻末に補足資料として、「フィロソフィ実践のための取り組み」「言葉の定義集」「年表」「フィロソフィ実践チェックリスト」をつけているので、ぜひ積極的に活用してみてください。

フィロソフィの定義

DEFINITION OF PHILOSOPHY

「フィロソフィ」と聞くと、堅苦しく感じるかもしれませんが、言い換えると「考え方」「価値観」のことです。「企業理念」「ミッション」「ビジョン」「バリュー」「行動原則」まで含め、すべての考え方を「フィロソフィ」と呼びます。社長の考え方＝会社のフィロソフィとなり、会社の風土をつくるので、社長は常に考え方を磨き続けていく必要があります。

その中でも「企業理念」は最も重要な考え方です。すべてのフィロソフィの軸になります。簡単にはブレない、**人生・仕事の指標となる考え方**です。企業理念を軸に、日々の判断・決断を行います。

「ミッション」は、**会社の使命**であり、**大義名分**です。

「ビジョン」は、**会社が目指す将来像**です。
これら「ミッション」「ビジョン」を登る山と考えると、この山が低ければ、それに伴い日々の道のりも平坦で楽な道になります。反対に登る山が高ければ、その頂上に至

るまでの日々の道のりは険しいけれど、その分達成感も格別になります。

「バリュー」は、**会社の存在価値**です。言い換えると、他社との差別化ポイントであり、ローカルならではの**強み**です。この強みがあってはじめて、ミッション・ビジョンを達成することができます。

最後に「行動原則」は言葉の通り、**行動の原点となる考え方です。日々の行動は、結局のところ、考え方（＝フィロソフィ）の表れです。考え方が変われば、日々の行動も自ずと変わります。**

これらの定義を頭に入れていただいた上で、この後の章を読み進めていただければと思います。

フィロソフィ全体像

優先順位1位は企業理念

優先順位

1 軸にある
企業理念

企業理念は
すべての判断・決断の軸になる

2 **ミッション**
会社の使命（大義名分）

3 **ビジョン**
会社が目指す将来像

4 **バリュー**
会社の存在価値（強み）

5 **行動原則**
行動の原点となる考え方

登る山（ミッション・ビジョン）が
高ければ高いほど、
日々の仕事において
より多くの行動量、より早い行動スピード
より高い仕事の質が求められます。

人生・仕事における日々の行動

企業理念

CORPORATE PHILOSOPHY

日々、仕事をしていると、きっと楽しいことばかりではないと思う。
困難なことや判断に迷うこともきっとある。
そんな時、この企業理念に立ち返って考えて欲しい。
自分自身にも、自分の仕事の先にいるすべての人にも、
恥じない生き方をしよう。

KEYWORD

真っ直ぐ・誠意・責任感・信頼関係・素直・覚悟と執念
東京で起業・ローカルの創業・天草のデコポン農家さん

株式会社ローカル

ロゴに込められた想い

真っ直ぐ・軸 ——— 直線的でしっかりした線

縁・繋ぐ ——— 糸のように文字を繋いでいる

無限の可能性 ——— 無限の「∞」マークは普通ですが
私たちは普通では考えられないことに挑戦
するため、円が3つ繋がったトリプルの無限
となっています

八方よし ——— 無限のマークの中には8も含まれています

真空色
晴天の澄んだ空のような鮮やかな青色

**このロゴを見た時に「私たちの目指すもの」を感じてほしい。
という想いが込められています。**

企業理念

真っ直ぐ、生きる。

人として正しいことをしましょう。周りの人に誠実に向き合いましょう。嘘をついてはいけません。自分の失敗は素直に認めましょう。子供の頃に、誰もが聞いたことのある教えだと思います。

当たり前のように聞こえるかもしれないけれど、案外「真っ直ぐ、生きる。」ことは難しい。それでも僕らは、どんな時もこの企業理念に立ち返って、仕事をし、人生を送りたい。

企業理念は、全従業員に最も大切にしてもらいたい基本的な考え方です。挑戦し続ける中で、時には判断・決断に迷うこともあります。そんな時は、この企業理念を軸に考えて欲しいと思うのです。ローカルは、決して自分たちの利益を上げるためだけに存在している企業ではありません。生産者さんに対しても、真っ直ぐ。お客様に対しても、真っ直ぐ。ともに働くスタッフに対しても、真っ直ぐ。僕らは、誰かを騙したり、おとしめたり、ごまかしたりするのではなく、ただ「真っ直ぐ」に仕事をしたい。企業理念には、そんな想いを込めています。

「真っ直ぐ」をひらがなの「まっすぐ」ではなく、漢字にしたことにも意味があります。

「真」には、以下の意味があります。
- まこと
- 嘘偽りがない
- 自然のまま
- 純粋
- 生まれたまま
- 偽り飾らない情
- 真心
- 誠意

「直」には、以下の意味があります。
- 正しい
- 素直（すなお）
- 直す（なおす）
- 直ちに（ただちに）
- 直に（じかに）
- 値する（価値がある）
- 元の状態になる

Live,straight.

真っ直ぐ、生きる。

・まこと
・嘘偽りがない
・自然のまま
・純粋
・生まれたまま
・偽り飾らない情
・真心
・誠意

・正しい
・素直（すなお）
・直す（なおす）
・直ちに（ただちに）
・直に（じかに）
・値する（価値がある）
・元の状態になる

これまで何度も、会社の考え方や方向性を言葉にしようと考えてきたけれど、何かしっくりきませんでした。今回、理念を策定するために丸2日間缶詰で合宿をして、やっと「これだ！」という言葉をつくることができました。この企業理念に至るまでに、自分自身の人生を深く、深く、掘り下げてみました。思い返すと、ローカルを創業する前も、創業してからも、楽しいこともあれば、苦しいこともありました。そういったすべての経験のおかげで、今の僕とローカルがあると実感しています。

創業前の話は、恐らくこれまで一度もスタッフの皆さんにお話ししたことがなかったと思います。それは、「僕が考えていることや過去の経験を言葉にせずとも、背中を見てついてきて欲しい」と思っていたからです。だけど、今は「言葉にすることから僕自身が逃げていたのかもしれないな」と感じています。従業員数も増え、拠点も増えたこれからは、そうも言っていられないでしょう。ですから、このフィロソフィBOOKには、創業前の話も含め、洗いざらい僕の想いを書いてみようと思います。

熊本で育ち、高卒で串揚げ屋に就職

1978年1月に熊本に生まれ、幼少期は熊本で育ちました。昔から、ゲームよりも近所の川で魚釣をするのが好きな子供で、熊本の自然に育ててもらいました。そんなこともあって、子供の頃から食に関心があったし、料理もよくやっていました。小学4年生からは、サッカーに夢中。小学6年生の時にはサッカー部副キャプテンを務め、県大会に出場し、2位になりました。

中学生になってからは、悪めの学校だったこともあり遊びに夢中に。中3の1学期に進路指導で「お前が行ける高校はない」と言われ、一念発起して塾に通い出しました。猛勉強した結果、熊本商業高校に入学することができました。

しかし、高校ではまた遊び呆け、その時知りあった串揚げ屋の社長に誘われ、アルバイトを始めました。その後、特にやりたいこともなかったので、そのまま串揚げ屋に就職。社長としては、元々僕を社員にするつもりでアルバイトに誘ってくれたのだと思います。

19歳で店長としてお店を任せてもらい、売上を伸ばすことができました。15坪

の小さな世界。毎日、毎日、同じお店に行き、仕込みをして、掃除をして、お客様が来るのを待つ。お客様が帰られたら、掃除をして、レジを締めて、翌日の準備をして、また家に帰る。「ずっとこんな生活を繰り返していたら、気づいた時には50代、60代のおじちゃんになっているのかな」とふと思うことがありました。そんな、箱に籠ってルーティンワークを繰り返すことが退屈になり、もっと別の世界を見たい、と退社。せっかくだったら営業職をやり、広い世界を知りたいと思って、携帯販売会社に。0円で100台、200台の携帯を配って回る仕事でした。突き抜けてはなかったけれど、それなりに結果を出せていたと思います。

親友に誘われ、東京で起業

2000年、23歳の時、中学校のサッカー部で一緒だった親友に誘われ、東京で起業しました。親友と起業の話をしたのは、東京の中井駅の近く。

「熊本って、その中に小さな世界がある。でも、東京は広い。だけど、東京も世界から

みたら小さい。このまま自分は小さく収まっていていいのか……」そんな思いに駆られました。

親友は非常に優秀で、論理的。熊本でも1・2を争う偏差値の高い高校から、中央大学の法学部に入学。弁護士になりたかったようですが、司法試験に2回失敗した時に起業を思い立ち、ネットオークションで自転車を仕入れて売るなど、色々やっていたようです。ウェブに明るく、プログラムも自分で組むことができました。そんな彼に乗っかり、ウェブサイト制作・システム開発会社としてスタート。高田馬場に7畳一間のオフィスを借りました。家を借りるのももったいなかったので、僕はそこに住んでいました。創業当初の僕は、パソコンを使ったこともなかったので、本を読んで勉強をしながら自分自身でも制作をしてみたけれど、結局その彼におんぶにだっこの状態でした。フラッシュを使い、リアルタイムに動画配信をするテレビ会議システムのようなものを作って資金集めをしました。お金がどんどんなくなっていく。だから、必死で働きました。

ただ、今思うと違和感もありました。僕は毎日ペペロンチーノの生活が続く中、彼の着ている服は少しずつ良くなってきて。「彼女に買ってもらった」と言っていたけれど、後々聞いたら、その当時５０００万くらいお金が入っていたようです。そして、お客様に言った言葉に責任を取れないことも起こるようになりました。彼は２４、２５歳だけれど頭が良くて弁が立ち、経験豊富なベテランの社長を言いくるめられるし、気に入られることができる。最初は彼も、僕やお客様を騙そうなんてつもりはなかったと思います。本当に彼に頼り切りだったので、一番苦労していたのは彼だとも思う。僕はその親友が大好きだった。だから、彼を信じすぎてしまった。

そんな中で「一緒にやっていくのが難しいんじゃないか」と思う決定打になったのは、親友の兄貴の存在でした。その兄貴がどうしようもない人で、お金を貸してくれと土下座までされました。年下の僕らに、断れるはずもなく、かなりの金額を貸しました。貸したお金はいつまで経っても返ってくる気配がありませんでした。

二度目の起業（３人で共同経営）

２００４年、その親友以外の一緒にやっていた３人で、新たに会社を作りました。ウェブサイト制作・システム開発の会社を改めて作り直しました。３人全員取締役ではありましたが、一番の年長者に社長になってもらいました。

創業２年で従業員数５０人、売上５億円を超え、軌道に載ってきたタイミングで、１億３０００万円の資金調達をしました。

異変が起こったのはそこからでした。社長があまり仕事をしなくなり、金遣いも荒くなりました。**「何のために、僕らは仕事をするのか」という理念がなかったのが問題だったと思います。**それなりに満足はしていましたが、ずっと違和感がありました。投資してもらった分のお金は『結果』で返さなければいけないはずなのに、そこに対する責任感が全く感じられませんでした。僕がベンチャーキャピタルの窓口をしていて、事業計画を作っていたのですが、その計画通りに目標が進まないことがとてもストレスでした。だけど、その時の社長はそうは思っていないようでした。元々「３人の会社」

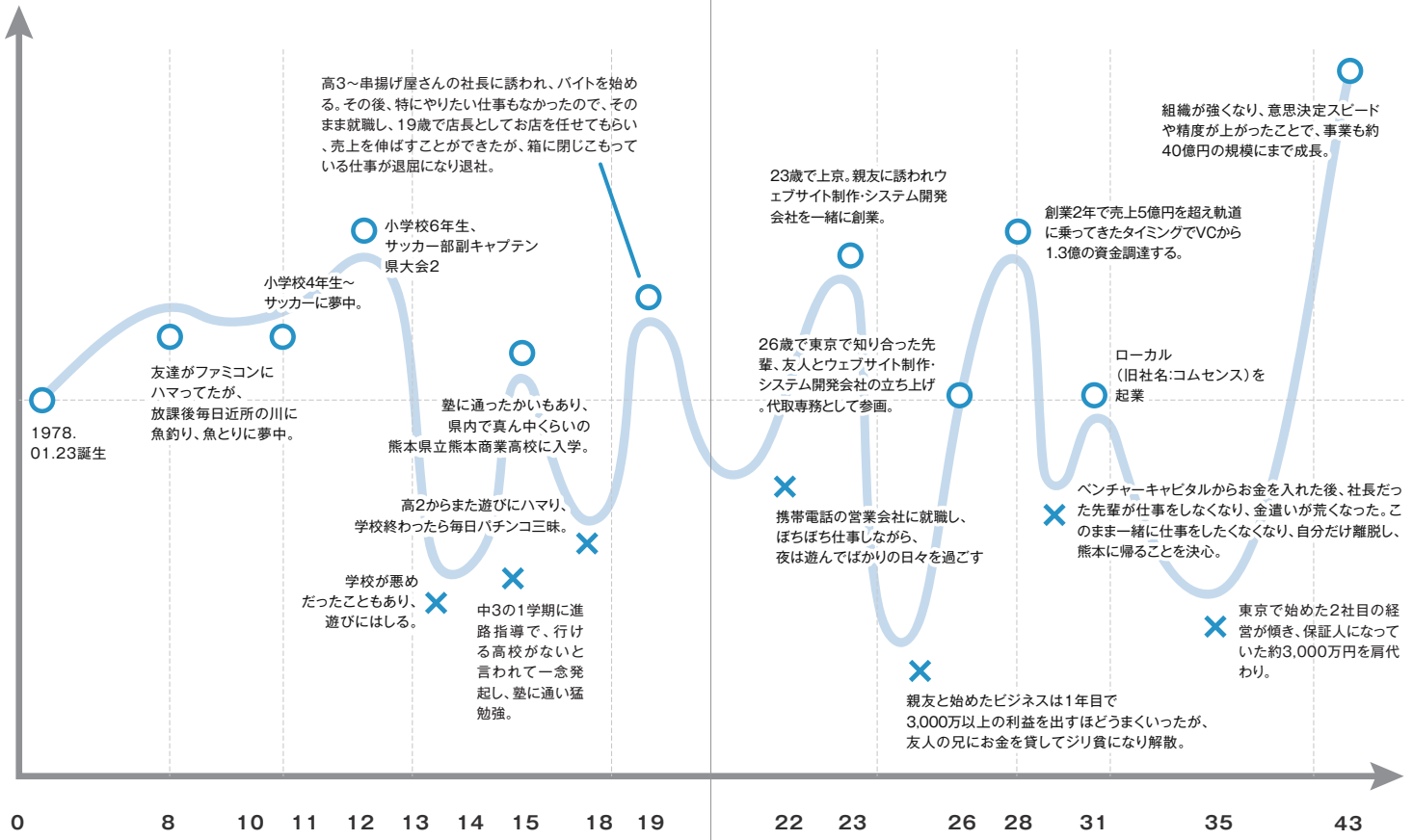
としてスタートしましたが、次第に一緒にやる意味を感じなくなり、僕だけが熊本に帰ることを決めました。

その後、最終的にはローカルを起業した後の話になるのですが、この2回目に起業した会社の経営が傾き、保証人になっていた約3000万円を僕が肩代わりすることになりました。

どうしようもないですよね。僕も子供だったなと思います。今はようやく「その経験があったので、今の自分がある」と思えています。だけど、当時はキツかった。**「誠実」「責任感」「言葉を超えた、信頼関係」そういうものを大切にしながら、一時凌ぎではなく「継続的に積み重ねる」仕事をしたいと思いました。**

吉永安宏 ライフライン

○ … うれしかった出来事、感動した出来事
× … 悲しかった出来事、ショックだった出来事



熊本に戻り、ローカルを創業

2008年、熊本に戻り、ローカル（旧社名：コムセンス）を創業。道半ばで熊本に戻ることに挫折感もあったけれど、東京にいる意味もさほどないなと思いました。東京に出てきて、思うような理想の仕事をできず、傷ついていたというのもあると思います。ただ、いい会社、誠実な会社を作りたい一心でした。一歩ずつでも、お客様の役に立てる会社にしたいと思いました。そのために、やっぱり信頼できる人と仕事がしたいと思いました。言い方は悪いですが、「人に迷惑をかけてお金を稼ぐような企業に後戻りしたくないな」という感覚がありました。

7月に熊本に帰ってきて、最初のうちは東京にいた時のお客様から仕事をもらいながら、サイト制作の受託業務や、リスティング業務で動くことが多かったです。しかし、当時の熊本は、東京と比べて全くIT化が進んでおらず、名刺に誰もメールアドレスを入れていないような時代でした。市場はあったはずだけれど、中途半端だったんです。東京では200から300万円かけてホームページを作るのが普通だったんですが、熊本には「10万円でホームページを作りますよ」という企業がザラにありました。

天草のデコポン農家さんがきっかけでEC事業をスタート

そんな中で、ネットショップのページを制作してほしいという依頼が多く寄せられるようになりました。しかし、当時はネットショップ運営の経験がなかったため、自信のないままお客様に商品を納品することに不安を覚えました。せっかくやるなら熊本の名産品を販売したくて、ふと僕の親戚が、熊本南部の天草市でデコポンを育てていることに思い当たりました。デコポンってネットで売れないかなぁと思い、Googleで検索して、リスティング広告の出稿状況を調べて、結構いけそうだなと思っていたタイミングで、実際にその親戚に会う機会がありました。そして「作ったものがどう流れていくんだろう?」と話を聞いていく中で、「売れるのは、大体八割くらいかなぁ」と言われました。しかも、自分自身で値段を決められないという話でした。

デコポンやみかんの収穫は、全部手作業です。本当に重労働。ところが一生懸命作っても、少し見た目が悪かったり、規定のサイズから外れたりすると、市場に出回ることもなく、大半が二束三文で取引されているのが実態です。でも、味は全く変わらなくて、美味しいんです。地元のスーパーとか道の駅では売られています。それでも

買い手が付かない分は、加工用として使われたりもしています。しかし、そういった用途での消費量も限られていますから、最終的に行き場のないみかんは廃棄されてしまいます。僕たちは、そんな、見た目が少し悪いだけで美味しい柑橘を『訳あり』として販売させていただくことにしました。本当は『訳なんてない』と思っているくらいです。

天草の人は本当に真っ直ぐでいい人ばかりです。一生懸命に農業をされている。「自分が作ったものが、本当に美味しかったかどうか分からない」とも話してくれました。それは、実際のお客様の声が、農家さんまで届く仕組みがないためです。真面目に作っている人ほど、お客様の声を聞きたいという想いがあるだろうなと思いました。

「本当に美味しい柑橘を売る」という意味でも、「お客様の声を農家さんに届ける」という意味でも、ネットショップは最適な方法だと感じました。しかし、当時の見積もりでいくと、普通にネットショップを制作しようと思うと60万円ほどかかります。一人の個人農家さんにとってみると、それなりに大きな金額です。それに、売れなければ意味がありません。農家さんはパソコンもあまり使えないし、問い合わせも受けられないだろう、だけどお金をいただくのであれば、「あなたに頼んで良かったよ」と言ってもらいたい。そこで、制作費は半額の30万円、その代わりに商品が売れたらレベニューシェアで15%をいただく約束でスタートしました。

その結果、10月に話を始めて、12月にはネットにあげて、通常の3倍の売値で商品を売ることができました。手応えがありました。農家さんも喜んでくれて、「これはいけるな」と思いました。

写真左：天草のデコポン農家の坂上勉さん

楽天ショップ・オブ・ザ・イヤー初受賞

楽天ショップ・オブ・ザ・イヤーを初めて受賞した時は、まるで夢を見ているようでした。売上・注文数・お客様評価の総合点で評価をしていただくのですが、実は初受賞した年よりも売上が良い年は以前からあったんです。しかし、その時ショップ・オブ・ザ・イヤーになれなかったのは、きっとお客様に寄り添ったサービスができていなかったから。お客様評価の点数は、レビューの高さ・投票数で集計されるのですが、楽天本部に直接クレームが入っている場合は、その分減点評価になっているそうです。恐らく、その当時の僕らは、生産者さんと売上に目が行き過ぎていたので、ショップ・オブ・ザ・イヤーを受賞することができなかったのだと思います。

2016年、島田さん（くまもと風土・店長）は、楽天ショップ・オブ・ザ・イヤーの授賞式で、とうとうみかん色の袴を着ました。本当に、嬉しかった。特に島田さんにとって、楽天ショップ・オブ・ザ・イヤーは、ずっと目指していた目標だったんです。

彼と初めて出逢った面接の日、僕は仕入れから帰ってきたところでした。自分でトラックを運転して農家さんに会いに行くので、Tシャツにジーパン姿で服には泥がついていて。そんな格好で「社長です」とフランクに部屋に入って行ったものだから、「当時は本当に驚いた」と島田さんは言っていました。飾らない姿だったからこそ「こんな社長がいらっしゃるんだ。ここで働きたい！」と思ってくれたそうです。

彼が以前いた会社も、1998年の楽天ショップ・オブ・ザ・イヤーを受賞していて、カンファレンスではそこの社長さんと会ったりもしていました。その度に彼は「色々あったので、どうしても見返したい。自分たちも楽天ショップ・オブ・ザ・イヤーをいただきたい」と僕にずっと話していました。それが実現したから、飛び跳ねてしまうくらい嬉しかったんだと思います。そして、僕と同じように、今は昔のことに感謝できるようになったと言ってくれることが、嬉しいんです。

僕は、楽天の「エンパワーメント」という考え方が好きで。僕がやってきたこと、やりたいことって、まさにそういうこと。商品を売ることで、地方の生産者さんを元気にしたい、それが僕らの使命だと考えてきました。そして、今はさらにその先の多くの人も見ています。例えば、楽天ショップ・オブ・ザ・イヤーを目指していた島田さんのように目標を持った従業員を応援できる会社でありたい。そして、さらにその先の、お客様・

地方自治体・お取引先・業界・環境・未来の承継者の皆様が相互に発展し、持続可能な世の中をつくり続けることに貢献していきたいと考えています。そのように「八方よし」の実現を目指すことを、僕たちは「志事」と定義しています。これについては、後ほど「バリュー」の章で触れますが、八方よしの志事観こそが、豊かな人生をつくります。

覚悟と執念（ＪＡ熊本市との取引開始）

僕らは元々制作会社だったので、綺麗なウェブページを作ってみかんを売ることは得意でした。しかし、僕らが特定の時期に市場からみかんを買い過ぎたことで、みかんの相場が上がってしまいました。「これは良くない、自分たちのせいで市場の価格を上下させてしまっている。ネットではそんなに価格を上下させることはできない」と気づきました。そして、直接農家さんやＪＡの方と契約を結んで、商品を卸していただかなければならない、と考えました。

熊本市は、市街地から１０分程車を走らせると一面にみかん畑が広がるような、みかんの産地です。全国でもみかんの生産量で４位に入ります。そこで、まずはＪＡ熊本市に営業に行くことにしました。電話でアポイントをいただき、僕とスタッフで訪問をしました。しかし、「売買契約を結ぶなんてとんでもない。仮に売るにしても、お金を払ったらその分だけ入れるよ」と取り付く島もありませんでした。正直、悔しい思いはありましたが、「何かあればいつでもお声がけください」とお伝えして、その日を終えることしかできませんでした。

ある時ＪＡ熊本市から突然電話がかかってきました。なんでも、みかんの相場が大暴落した影響で大量に余り、売り先がなくなったという話でした。二つ返事で「すぐ売ります」と答えました。量を聞いて、驚きました。その量、１５トン。売る分にはすぐに販売の目途が付いたのですが、問題は出荷です。当時は選果機もなかったので、手選果するしかありませんでした。

時間が経つと、どんどん物が腐っていく。せっかく農家さんが丹精込めて育てられたみかんが、ダメになっていきます。人海戦術しか手がありませんでした。僕の妻、スタッフの奥様やご兄弟の手を借りても、毎日出荷が終わらず、一番遅い時で、朝の４時、５時まで選果をしていたこともありました。深夜に両手いっぱいにほか弁を買って来て、「夜食を食べて、やろう！」と声をかけながら、必死でした。そこまでしたことで、無事目標としていた以上を売り切り、出荷することができ、ＪＡ熊本市からは「やっぱり販売力があるんだね」とやっと認めてもらえました。実績を作ることができたので、信頼をいただき、売買契約を結ぶことができました。ＪＡ熊本市は熊本県内のＪＡの中でみかん産地としては一番大きかったので、「熊本市と契約しています」という実績を話すと、他のＪＡとの契約はスムーズに進めることができました。「１５トンの出

荷なんて不可能だ」と諦めるのではなく、執念を燃やし、苦労してやっておいたからこその結果だと思います。

当然、ベンチャーなので、大変な思い出はこれだけではありません。昔は、月商8万円で食べていけないような時もありました。それでも、決して諦めなかった。そういう**覚悟、執念（諦めない心）も「真っ直ぐさ」だと思っています。**