

特集 復興とともに歩む経営者たち

## 第3章

# 里山の「風景の提供」を 事業の軸に

——福島県石川郡 有限会社仲田種苗園



鈴木 七世  
東京都中小企業診断士協会

会社名：有限会社仲田種苗園  
代表者：代表取締役 仲田 茂司  
資本金：1,000万円  
従業員：9名  
所在地：福島県石川郡石川町大字中野寺内  
15-5  
連絡先：0247-26-7880  
URL：<https://www.eco-plants.net/New/>

太平洋側と日本海側、および北系と南系の4つの植生が交差し、多様な植物が自生する福島県。有限会社仲田種苗園は、この豊かな里山の自然を活用し、在来種植物の生産販売事業と造園事業を営む会社である。

2代目となる仲田茂司代表取締役は、「風景を提供する」という思いを胸に、モミジなどの樹木の育成や、独自技術で埋め込まれた福島の四季折々の草花が咲くフローラル・マットなどの開発を手がけてきた。



仲田種苗園の仲田社長

造園事業では温泉旅館の庭園づくりや都心のビル屋上の緑化を実施。里山の風景を多様に表現し、人が居心地の良い空間をデザインする。「自然」と「人々の豊かさ」を生み出すその姿は、「環境と幸福の種まき業」という同社の経営理念そのものである。

東日本大震災と東京電力福島第一原子力発電所事故から11年。長期化する風評の影響に苦しむ企業は少なくない。同社も売上に大きな影響を受けたが、現在は震災前に近い水準にまで会社を再建した。苦境から再起を果たすためのヒントを、震災当時から現在までの同社の歩みの中に探った（本稿の同社関連画像は有限会社仲田種苗園提供）。

## 1. 福島の里山にこだわり続けたい

### (1) 被災した農園

同社は、福島県の中南部に位置する矢吹町・鮫川村・石川町の3つの町村に農園を保有する。中でも地震による大きな被害を受けたのが矢吹町だった。

農園の地下には、灌水用の水道管が格子状に敷設されている。総距離約1kmのこの水道管が、縦揺れによりずたずたに切り裂かれ全壊。修復には約3ヵ月を要し、その間矢吹町の農園は停止した。

「地盤が硬い石川町と鮫川村の被害は軽微でした。異なる地域に農園を保有していたことが救いでした」と当時を振り返る仲田社長

の言葉は、BCPの代表例である「分散化」の有用性を物語っている。単なる地域の分散ではなく、地盤の強さといった土地の特性をも考慮した「分散化」が功を奏したのだ。

## (2) 避けられる福島

物理的な被害よりもはるかに影響が大きかったのが風評だった。

同社は創業当時より、福島の里山にこだわった商品を取り扱う。また、仲田社長が開発したフローラル・マットも福島の里山植物を凝縮した商品である。福島県産を懸念する声は、同社の売上に直結する。

売上高は震災前の半額まで減少した。さらに、事業持続のための借入増などにより、もともと5割を超えていた自己資本比率も3割程度にまで低下。財務体質も悪化した。また、新規の取組みとして商談を進めていた中国向けのモミジ輸出もキャンセルとなった。



仲田社長が手がけたフローラル・マット

## (3) 終わらない懸念

風評の影響はなかなかなくならなかった。

「福島のものダメだとは決して言われません。ただ、大丈夫かなという声や、心配だねというささやきが、テーブルの端から聞こえました」

震災数年後のとある会議の様子を語る仲田社長の顔には、切なさや悔しさが垣間見える。

都心部のビル屋上へフローラル・マットを設置できないかとの打診を受けて始まった商談だったが、自然と話が立ち消えた。

それでも福島へのこだわりは捨てなかった。仲田社長が子ども時代を過ごした原風景を提供し続けたかったからだ。

震災を機に付き合いが途絶えたままの取引先も少なくない。「一番の苦労は顧客の確保」と、仲田社長は11年間に回想する。

## 2. 新たなファンの獲得に奔走した11年

### (1) 地元地域に目を向けて

同社の顧客層はもともと首都圏が中心だったが、震災を機に地元地域に目が向いた。菓子製造業者や温泉旅館など地元地域の異業種からの申し出に積極的に応じた。地元地域の復興のためにスタートした取組みだったが、これが大きな連携の輪をつくる。

宿泊客の長期滞在を目的として、温泉旅館の庭の制作協力を依頼された際には、庭だけでなく、範囲を施設外にも広げ、宿泊客が心地よく過ごせる散歩コースやサイクリングコースの開発にまで発展。その取組みが話題となり、千葉大学園芸学部との協業に至った。

千葉大学とは、その後も里山全体の活用計画を題材とした講義や、留学生向けの里山ワークショップへの協力依頼を受けるなど関係性を構築することができている。

これらの取組みは波紋のように拡大。東京や京都の設計事務所にもまで伝わり、最終的には同社の新規ビジネスにつながった。

「自社事業だけでは大学との連携には至らなかったと思います。地域おこしや街づくりという大きな目的のある活動だからこそ実現しました」と仲田社長は考察する。

異業種との連携が地域にまたがる取組みを生み出す。それが社会性を追求する企業や大学を呼び込む。こうして同社の関係人口は増加し、新規顧客を獲得していった。

## (2) 風景の名所をつくる

2013年春、同社の敷地内に「野の花ガーデン fukushima」を開設。フローラル・マットを活用し、里山の風景を再現したモデルガーデンだ。来訪者は里山の風景を五感で体感できる。植物の生産のみを実施してきた同社の農園を、人々が集まる空間とすることで「風景の名所」としたのだ。名所で育った植物、という新たな付加価値も狙った。

ガーデンのデザインは、英国園芸研究家の吉谷桂子氏に協力を依頼した。オープン後は吉谷氏のファンをはじめ、首都圏からの来訪者も増加。また、同社に興味を持つ人々との双方向のコミュニケーションも生まれた。

会社を応援してくださる方や、同社の商品に魅力を感じる人々とつながることで、新たなファンを少しずつ増やしていった。

「自社の農園も、モミジやさくらの名所として整備しました。その結果、サイクリストが今はいっぱい来てくれるのです」と仲田社長は笑顔で語る。



「野の花ガーデン fukushima」の様子

## (3) 里山に人を呼び込む

「野の花ガーデン fukushima」をきっかけに、都心の住人を里山に呼ぶ活動も開始。里山ワークショップの開催や、仲田社長の実家の民泊化などに取り組んだ。これらは、仲田社長自らが代表を務める「特定非営利活動法人ふくしま風景塾」（以下、風景塾）と連携している。

種苗園とNPO法人との二輪体制が、社会

貢献や地域貢献にアンテナを張る学生や事業者とのつながりを生んでいる。

2022年3月、昭和女子大学附属昭和こども園に里山園庭を設置した。過去に民泊施設を利用し、里山を体験した京都の設計事務所が、こども園の設計を担当していたからだ。

また、福島県いわき市の認定こども園向けに里山園庭を設置する新たな話もある。里山ワークショップに参加したある夫婦とのつながりがきっかけだという。里山での実体験が「子どもには自然の中で創意工夫して遊ばせたい」との思いを育てたのだ。

人々と双方向の交流機会が、同社や里山のファンを育成する。それが新規案件の獲得につながっている。

## (4) 言行一致がもたらすもの

「風景の名所」をつくる取組みは、同社の企業イメージも変化させた。

震災から数年間は「風評に負けずに頑張る企業」というストーリーで、メディアに取り上げられた。「野の花ガーデン fukushima」のオープン時も、風評に負けない、福島は負けない、といったタイトルが多かった。これが近年、「風景を都市の人たちとともに楽しむ企業」や「風景を提供する企業」に変わってきた。

顧客やファンとの双方向の交流を通じて仲田社長のビジョン（風景を提供する）が発信される。その内容は行動（風景の名所をつくる）と一致する。結果、同社の企業イメージは、苦境をばねに頑張る被災企業から、仲田社長が本来目指す「風景を提供する」企業へと変化。人々の共感を集めている。

「在りたい姿」と「取組事業」に一貫性があることが同社のブランド力を高め、風評に影響を受けない売上確保に貢献している。

## 3. 自社だけでは乗り越えられない災害

### (1) 在りたい姿を明確に

仲田社長の「在りたい姿」の言語化は、震

災前にさかのぼる。2009年に福島県内の中小企業診断士に経営の相談をする機会が数回あった。その際、同社のSWOT分析とともに、何をを目指したいかも整理できたという。

災害という外部環境が大きく変化する荒波の中で企業がどちらに舵を切ればよいのか、その方向性を明確にすることが大事である。中小企業診断士にはこの羅針盤の役割が求められる。

#### (2) 地域交流が企業を救う

関係人口増に貢献した地域交流は、BCPの機能も果たした。震災後、自社のみではどうにもならないようなことが多かったが、地域内での助け合いに救われた。助け合いの精神でコロナ禍を乗り越えた地域の企業もあるという。

地域交流で積み上げられた信頼関係が、この助け合いの精神を育む。民間企業のみならず、自治体や青年会議所、地域住民などさまざまな地域のステークホルダーとの交流が重要である。

地域交流を促進するプラットフォームとして、仲田社長は5年ほど前から「人馬ウォークラリー」を開催。人と馬とがともに約7kmの里山を歩くもので、イベントには100名近くの地域住民が集まる。

これだけの人と馬が一緒に歩くと、それだけで地域に活気が出る。直近はコロナ禍により開催を取りやめていたが、再開を望む声も多い。2022年秋からの再開を予定している。



「人馬ウォークラリー」の様子

## 4. 未来も里山とともに

### (1) 長かった低空飛行

同社の11年間の歩みはずっと上り調子だったわけではない。さまざまな活動に取り組んだが、すぐに売上につながるものばかりではなかった。それでも会社一丸となり、絶え間なく努力を続けた。結果、徐々に取組みの効果が現れた。売上は、2019年頃に震災前の水準近くまで回復。直近の自己資本比率は約7割と財務体質も改善した。同社は再成長に向けたスタートラインに立っている。

### (2) 一方通行ではなく循環させる

同社のビジネスモデルは少しずつ変化している。商品を首都圏に提供する「一方通行」の事業から、里山と都市で価値を「循環」させる事業に軸を移し始めた。

福島の里山の自然資源を活用し、「風景を提供する」同社にとって、里山を守ることは重要な使命である。都市との循環は、里山の持続可能な在り方の1つだ。それは、地方衰退という日本の社会課題を解決する糸口にもなり得る。現状、都市の人々の里山への呼び込みは、まだまだ線が細い。同社は、地域の異業種とスクラムを組み、同社と風景塾の両輪で、この流れの拡張を目指す。

「美しい里山の自然の中で、皆が笑顔で戯れている。30年後にはそんな景色を眺めたいのです」と語る仲田社長。福島の里山を大切にしながら、風景を提供し続ける同社は、これからも未来へと歩み続ける。

### 鈴木 七世

(すずき ななせ)

早稲田大学卒業後、総合社に勤務。資源領域の事業開発を担当。現在は街づくり事業などに従事。「デザイン経営で中小企業発展に貢献すること」を目指す。2022年中小企業診断士登録。

