



第8回カンファレンス開催レポート

日時：2019年11月22日（金）16:30～21:00
場所：いいオフィス広島
参加者：報道関係者、経営者、学生 約70名

世界遺産・スポーツなどのコンテンツを活用したビジネスで地域の魅力を発信 中小企業の採用・後継者育成を応援するカンファレンス全国ツアー 第8弾

ちさんちさい
地産地採

「Charming Chairman's Club TOUR 2019 in 広島」 (チャーミング・チェアマンズ・クラブ・ツアー) ～令和の愛されるリーダーとは～

主催：  **社長チップス** メディアパートナー： **Forbes JAPAN** 後援：  **中国新聞社**

おやつエンタテインメント製造会社、株式会社ESSPRIDE（所在地：東京都渋谷区、代表取締役CEO：西川 世一）は、「Forbes JAPAN」（リンクタイズ株式会社、取締役社長：角田勇太郎）をメディアパートナー、後援に株式会社中国新聞社（代表取締役社長：岡島鉄也）を迎え、2019年11月22日（金）、全国各地で行う社長と学生のカンファレンス「Charming Chairman's Club TOUR 2019（チャーミング・チェアマンズ・クラブ・ツアー2019）」を広島で開催しました。

カンファレンスではメインテーマである「令和の愛されるリーダーとは」を軸に、株式会社広島ドラゴンフライズの浦伸嘉社長が「GRIT for the moments.」をテーマに講演。また、トークセッションでは「インバウンド需要を追い風にした観光施策とイノベーション」や「地域活性化を見据えたビジネス展望とリーダーシップ」、「学生が語る、求めるリーダー像とは」などのテーマのもと、広島で活躍する社長と学生によるトークセッションが行われました。

トークセッションでは、地元のスポートチームを応援する文化のある広島は地元愛が強いと指摘する社長が多く、また社長からも学生からも、企業や団体の垣根を越えて同じ目的を持った人々が連携・協力してビジネスを生み出すエピソードが多く語られ、地域に根差した活動を互いに応援するムードが感じられました。世界遺産などの強いコンテンツを活用しつつ、次世代のコンテンツを育て、世界に向けて広島の魅力を発信しようという意気込みも共通していました。地元を愛する社長・学生が集まった広島開催の様子をご報告します。



■ Charming Chairman's Club TOUR 2019 とは

全国の中小企業の採用ブランディングや後継者育成に効果的な発信を社長に呼びかけ、社長の学び、ビジネスマッチング、学生との交流の機会を創出したいとの強い思いのもと「社長チップス」が企画しました。

カンファレンスとして社長や学生が参加し、各地域の社長によるプレゼンテーション、「令和の愛されるリーダーとは」をテーマに掲げた時代を牽引するリーダーによる講演やトークセッション、懇親会などの内容で行うもので、7月に開催した東京・銀座のカンファレンスを皮切りに、福岡、仙台、福井、大阪、名古屋、札幌と続き、今回広島の後も年内に埼玉、沖縄、千葉、そして最後のファイナルを東京で展開。地域で活躍する社長を学生と繋ぎ、その地域で育ち学んだ地域に縁ある学生の積極的な採用「地産地採(ちさんちさい)」を応援します。

またメディアパートナーとして Forbes JAPAN を迎え、誌面掲載などを通して広くアプローチするとともに、エリアパートナーとして各地の新聞社を迎え、若い世代と社長同士の交流を促進することで地域活性化の実現を目指します。

■ Charming Chairman's Club TOUR 2019 in 広島 開催レポート

日時：2019年11月22日（金）16:30～21:00

場所：いいオフィス広島（広島県広島市中区東千田町1丁目1番地61 hitoto 広島ナレッジスクエア 1F）

参加者：報道関係者、経営者、学生 約70名

■主催者挨拶



株式会社 ESSPRIDE 代表取締役 CEO 西川世一

「私たちは『Charming Chairman's Club TOUR』と題し、全国を廻りながら魅力的な経営者を発掘、今回は広島を訪れ、より多くの人に知っていただく取り組みを行っています。この TOUR をはじめた経緯をお話ししますと、僕は会社を設立して 15 期目ですが、元々は父のダンボール紙器の会社の跡継ぎから始まりました。当時は現在のような事業を展開しているわけではなく、社員が 1~2 名、パートが 3~4 名の小規模な会社。優秀な若者は集まらないし、このまま経営していてもほとんどの人に知ってもらえないのではないかと感じていました。その時のもどかしい気持ちから、全国の中小企業の社長自身が熱い想いを届けられるサービスを生み出し貢献したい！と考えたのが『社長チップス』です。全国には多くの人に紹介したい素晴らしい会社、面白い会社があるのに、若者は知るチャンスがありません。僕たちはこのプロジェクトを通じて未来を創っていく若者に、魅力溢れる経営者をどんどん紹介したいと思っています。様々な地域で後継者不足による黒字廃業がたくさんある中で、このカンファレンス TOUR を通して、社長と若い世代を繋げ、より多くの会社とその社長の声を多くの学生に伝え、少しでも課題解決に繋がるよう取り組んでいきたいと考えております。」

■後援：中国新聞社挨拶



株式会社中国新聞社 地域ビジネス局 営業部次長 三宅貴之 氏

本日の会場となっているこの地は、来年 8 月に『hitoto 広島』という複合施設が完成します。“学び・体験”と“出会い・交流”を結び付けた一つの街となり、今後の広島のシンボリックな地に変貌しようとしております。本日この場所で、今の広島を引っ張ってくださっている経営者の皆さまと、次の広島を引っ張っていく学生の皆さまとの出会いの場を設けていただいたことに、非常に感謝しております。

この出会いが次世代の広島を引っ張っていく原動力になればと思っております。そして本日のイベントから次世代の広島のシンボリックな動きが生まれることを期待しております。

<Keynote>

1 部

テーマ「GRIT for the moment.」

株式会社広島ドラゴンフライズ 代表取締役社長 浦伸嘉 氏

「私が思うビジネスの鉄則が 3 つあります。1 つ目は『スピード』。スピードが命だと思っています。この 100 年で文化と技術がものすごいスピードで進化してきましたが、これから先はもっと早く、環境の変化、状況の変化、ビジネスモデルの変化が起こるでしょう。それを予測して、決断力、判断力、反応力、全てにおいてスピードが重要だと思っています。

2 つ目は『強み×強み』で勝負していくこと。自然界では水の流れるような攻めが一番強いです。水は障害物を避け、最も摩擦の少ない所を通ります。それが一番早いからです。例えばバスケットでは、こちらの強みであるエースで攻めていく時に、相手のエースとマッチアップしたら、摩擦が強まりますよね。ボールを動かしながら最も摩擦が少ないところ、勝ちやすいところを強みとして攻めていくのが、勝負のセオリーだと思っています。ビジネスにおいても自分たちの強みは何か、それは摩擦の少ない強みなのか、ということを現在・未来において分析して、強み×強みで攻めていくことが勝利の鉄則かなと思っています。

3 つ目は『対価以上の価値の提供』。これはリーダーを作る鉄則です。付加価値を高める、商品力を高めるなど、方法はいろいろあると思います。

僕は、企業がビジネス展開を考える上で、若者のアイデアが絶対に必要だと思っています。

偉大な先人の、世の中が震撼するようなイノベティブなアイデアって、若い時に考えたものがほとんどなんですよ。若さゆえの荒削りさもあると思いますが、斬新なアイデアや固定概念にとらわれない考えって、若いからこそ出てくるものだと思いますから。会場にいる学生の皆さんも、そういうところを磨いてほしいなと思います。

この会のテーマ、リーダーシップについてですが、リーダーとして人をまとめていく時に一番大事なことは、自分の核となる部分を話すことだと僕は思います。会社が『何を』やっているかは外から見てもわかると思いますが、『なぜ』やっているのかはきっとわからないと思います。それを理解してもらうために経営者は自分の哲学、生き方というものを表現するべきだと思うのです。その会社のトップがどういう生き方をしているのかが見えないと会社の哲学は伝わりません。自分と、自らが率いる組織の哲学を強く発信するのがリーダーの役目だと思います。

今日の講演テーマの『GRIT for the moment.』は、実は会社の理念なんです。GRIT とは、やり抜く力とか粘り強さ。私はこの言葉が大好きで、自分の人生も粘り強く諦めずにやり続けて、『無理だ』って言われたことを叶えてきました。今の仕事もそうです。簡単なことでもいいので、自分で決めたことを絶対やり抜くということ、学生の方々はじめ、皆さんにぜひやっていただきたいです。いきなりハードル高いことをやろうとするのはよくないです。自分にとって難しいことを目標にしたために続かない、これを繰り返すと、人間の脳と体に途中でやめてもいいってことを覚えさせてしまって、本当に達成しなかったはずのこともやめちゃうんです。だから、確実にできることをやる。やり抜くって習慣さえつけられれば、ハードルの高いことでも、自分で決めたらやらないと気持ちが悪くて、達成する確率が上がるんですね。やり抜く思考と習慣が成り立っていれば、いろんな可能性が広



がっていくと思います。若いときはいろんな習慣づけができるチャンスだと思いますので頑張ってください。」

<Talk Session>

1部

テーマ「インバウンド需要を追い風にした観光施策とイノベーション」

登壇者：株式会社 Moopon Corporation 代表取締役 住田進氏

株式会社 晃祐堂 取締役社長 土屋武美氏

株式会社 okeiko Japan 代表取締役 橋口栄氏



外国人旅行者向けホテルを続々建設し広島へのインバウンド誘致の受け皿を担う住田社長、伝統に縛られず、時代の流れに合わせて熊野筆にイノベーションを起こす土屋社長、日本文化だけでなく心からのおもてなしを体験してほしいと努力するスタッフを束ねる橋口社長の3人に、広島のインバウンドの現状とチャンスをもにするために必要な心構えなどをお話いただきました。



株式会社 Moopon Corporation (広島) 代表取締役 住田進氏

「広島には宮島と平和記念公園という二つの世界遺産をはじめ、インバウンドのいいコンテンツがたくさんあるにもかかわらず宿泊施設が足りていません。弊社、Moopon Corporation の『Moopon』は“ムービー・クーポン”の略で、インバウンド向けの動画クーポン事業をやろうと思って立ち上げた会社です。5か国語に翻訳した動画を2年間で5000本制作した頃、アクセスも売上もぐっと上がって、ついに俺たちの時代がきた！なんて言っていたら、キャンセル数も急増して。なぜならホテルが取れず、お客様の広島観光自体がキャンセルになってしまったから。ホテルが足りないという状況を知り、Moopon事業を休止して、今は受け皿となるホテル建設を急ピッチでやっている次第です。弊社はスタッフも外国人が多く、国籍、宗教、ものの考え方がすごく違うメンバーが集まっています。その中で、私がスタッフに常に言っていることが3つあります。1つ目は『インバウンドで広島を盛り上げるというミッションに共感してほしい』ということ。2つ目は『一人ひとりの能力も、国籍も宗教も違うけれど、それぞれのベストを尽くそう』ということ。3つ目は『一緒に働いてる人と仲良くして、お互いにモチベーションを上げる環境をみんなで協力して作ろう』ということです。様々な国出身の人同士が仲良くするために大事なのは、お互いを尊重することですね。お互いの存在をリスペクトして、感謝の気持ちを忘れないという当たり前のことが大事だと思います。

令和の愛されるリーダーについて思うことは、世界を視野に入れて動くのが大事かなと思います。日本の人口は1億人ですが、世界の人口は77億人です。その大きな市場に向けてやっていきたいなと私は思っています。」



株式会社 晃祐堂 (広島) 取締役社長 土屋武美氏

「熊野筆はもともと書道筆が主流でしたが、少子化の影響で書道筆がどんどん売れなくなって化粧筆に積極的に取り組み始め、今は化粧筆が世界的に有名になっています。世界に発信する中で感じるのは、海外の方がモノに対してストーリー性を重視するということです。熊野筆の歴史や物語的なことが、すぐ受けていると思います。今は世界中の筆マニアが、特注の筆を作ってほしいと電車とバスを乗り継いで山あいの熊野野を訪れています。十数年前、弊社がハート形の化粧筆を最初に作った時は100社ほどある熊野筆の組合に激震が走りました。伝統工芸なのになぜ個性的なものを作るのかという批判がありました。しかし僕は、伝統に縛られたら衰退するのみだと思うんです。日本には232の伝統工芸品がありますが、その中で商業的に成り立っているものは実は少ないんです。熊野筆がまあやっていけているのは化粧筆という新しい売り物に挑戦したからなんですよ。だからこそ伝統に縛られすぎずにやろうと思っています。

僕は福島県の会津出身で、広島のイメージって平和記念公園しかなかったのですが20年住む間にたくさんの魅力を知りました。広島に住んでいる僕らが連携して、発信して、日本中、世界中に魅力を伝えていきたいですね。一緒に働きたい学生像は、『ある目標に向かって、一緒に戦っていける仲間、戦友』ですね。同じ目標に向かってついて来てくれる人たちがいればすごくうれしいと思うので、そういうリーダーであってほしいなと思っています。」



株式会社 okeiko Japan (広島) 代表取締役 橋口栄氏

「私は宮島にあるお寺をリノベーションして、インバウンド向けの日本文化体験施設を運営しております。広島全般そうだと思いますが、欧・米・豪のお客様が多いです。日本文化をずいぶん勉強して来られる方も多く、質問も多岐にわたるので、おもてなしスタッフも常に勉強です。お互いにサポートし合うようなチームが出来上がっています。okeiko Japan は最初、お稽古の先生に講師をしていただいていたのですが、文化の歴史をきちんと伝えたい講師の先生方との思いと、私たちが思う気軽な“観光体験サービス”としてのあり方がマッチしなかったんです。そんな時にスタッフが書道や茶道は自分たちも嗜みがあるし、自分たちが講師をやります！と言ってきて、そこからスタッフたちのすさまじい努力が始まりました。私たちが最高のおもてなしをするんだと、必死に勉強して、プロダクトを創り上げました。そして今、お客様レビューでは日本文化が素晴らしいという感想とともに、『おもてなしが素晴らしい』『日本人ってすごい、日本人が大好き』というコメントがいっぱい入ってきます。本当にスタッフの努力のたまものです。広島、とくに宮島は観光客の滞在時間が短い傾向があります。3~4時間見てすぐ宿泊地の大阪・京都へ行ってしまうので、私たちのサービスも時間がなくてなかなか体験してもらえない実情があります。旅行前に知ってもらえたら計画に入れてもらえるので旅行前のプロモーションが重要ですが、海外に向けての宣伝はお金と時間がかかります。一事業者だけでは難しいので同業者や行政と連携して、スピーディーに実行しなきゃいけないと思っています。具体的に何をどうしたらいいか知恵を絞って、早急に実行しないと他県に負けてしまいます。私はリーダーというのは、思っていること、考えていること、目指していることを、きちんと言葉にして伝えるということが大事だと思います。夫婦でもそうですよね。黙って俺について来い、なんていうのはナンセンス。組織のリーダーとしても同じことだと思っています。」

<Talk Session>

2部

テーマ「学生が語る、求めるリーダー像」

登壇者： 広島大学 教育学部 4年 勝部知早野さん
広島大学大学院 情報工学専攻 M2 林祥平さん
広島経済大学 経済学部 2年 西谷知佳さん



大学生として学生団体やプロジェクトリーダーを務めるみなさんに、どんな社長や企業に魅力を感じるかや、若い力を必要としている社長が優秀な学生にアプローチするにはどんな働きかけや姿勢が求められているのか語っていただきました。



広島大学 教育学部 4年 勝部知早野さん
災害ボランティア団体 元代表

「昨年の西日本豪雨災害の際に知り合いの NPO 法人の方からの呼びかけで復興支援ボランティアをしたことをきっかけに、現在の団体の活動をしています。たくさんの団体の方とつながりができ、活動が広がっています。大人の皆さんにはよく、大学生は子どもとお年寄りとも接することができるのが強みだと言っていただけます。社会に貢献できてるなという気持ちになれることがすごくやりがいを感じます。

私はリーダーというと、ぐいぐい引っ張っていかれるとか、統率してくれるっていうイメージを持っていたのですが、さまざまな大人の方と一緒に活動していく中で、私たちの気持ちや意見をしっかり聞いて、共感して、信頼して、任せてくださる。でも何かあったときには助けてくれるというような、周囲の人が活躍できる環境を作ってくださいような方が、リーダーとしてすごく素敵だなと思いました。

私自身は来年から小学校教員になるので就職活動をしていませんが、周りの様子を見ると、休学して留学したり長期のインターンシップに行ったりする学生も多かったです。ベンチャー企業、ソーシャルビジネス、海外など、選択の幅が広がってるのかなと感じています。

地元学生への発信として、広島地域の課題に対して学生がやりがいがありそうだ、やってみたいと思えることが重要だと思います。まずどういう課題があって、社長さんがどのようなアプローチをされていて、どういう風になっていけばいいのか、そのために何ができるのかというのを具体的に発信していただけたら学生が共感できそうだと思います。」



広島大学大学院 情報工学専攻 M2 林祥平さん
アカベラサークル 企画

「大学院では AI 技術を使った画像処理の研究をしているのですが、この技術がどう生かされて、誰にどんな価値を生むのかということを実感したい、就職活動を前にエンジニアとして働くことを肌で感じたいと思い、ベンチャー企業でインターンを始めました。僕の研究分野を使って水産業にどんな価値あるものを作れるのかということに任せて、研究でやってきたことをプロダクトに生かす経験ができていることにやりがいを感じています。

リーダーと部下という上下関係に関わらず、同じ目線でものを考えてくれる方は、技術的にも気持的にも安心感を感じます。リーダーが支えてくれるから、自分も頑張ろうという気持ちにさせてくれるようなリーダーを尊敬します。

広島とか地方に比べると東京の方が最新のモダンな情報に触れる機会がすごく多いと思います。学生は自分のスキルを伸ばしたいという気持ちを強く持っている人が多いので、東京に行く人が多くなると思います。じゃあ広島に縁のある人間にどうやって U ターンしてきてもらうのか、ということになりますが、広島の企業をよく知らないまま東京へ行くこととする学生に知ってもらい一番いい機会はインターンだと思います。社内の雰囲気も分かるし、その会社が何をしたいかというのダイレクトに伝わってきて、それを自分が技術的に解決するという体験も得られるので、もし東京に行ったらまた広島に帰って来たいなと思ったときに、その経験とか、広島でつながりを持った企業の方が頭に浮かぶと思うんですね。会社の業務に携わりながら、その人たちがやりたいことを肌で触れて感じてもらうっていう経験が、すごく大事になって僕は思います。」



広島経済大学 経済学部 2年 西谷知佳さん
興動館プロジェクト 武田山まちづくりプロジェクト メンバー

「私は田舎の育ちで、地域の方との距離感がすごく近いような環境だったのですが、中学から市内の学校に通い始めたら、都会の、地域の方とのつながりがない寂しさを感じました。大学で、何か町づくりや地域の方との交流に関わりたいと思い、今の『武田山まちづくりプロジェクト』という、山の資源を使いながら町づくりをしていこうというプロジェクトで活動しています。

5年前の土砂災害の際に当時の先輩方がボランティアをしたのをきっかけに鎮魂イベントが始まり、毎年続いています。私も1年生から携わっていて昨年のイベントでは主担当をさせてもらったのですが、その時に5年前ご家族を亡くされた方が『続けてくれて、ありがとう』と言ってくれたことが、すごくモチベーションになりました。

私は多くの学生さんとは逆に地方のほうに興味があって、ゼミでも地方の町おこしなどを研究していて、現地の方にお話をうかがったりするような活動をしています。ゼミのメンバーでも地方に本当に興味がある人はそんなにいないんです。でも活動の中でその地域の知られてない良いところを知れたりして、帰ったらみんな、また行きたい、戻りたいってなります。地域の方と交流できたり良いところを知れたりするイベントや活動があれば、もっと地元を好きになる、地元愛が強い学生ができるんじゃないかなって思います。」

<Talk Session>

3部

テーマ「地域活性化を見据えたビジネス展望とリーダーシップ」

登壇者：株式会社エムネス 代表取締役社長 北村直幸氏
Design Home Sora 株式会社 代表取締役 楠勝也氏
ヴィクトワール広島 監督兼ゼネラルマネージャー/
CYCLE LIFE 株式会社 代表取締役 中山卓士氏



実は無医地区の多い広島県の人手不足対策に AI 技術開発に取り組む北村社長、地元で長く愛されるため、地域性に合わせて特化したビジネス展開が重要とする楠社長、企業や団体と協力し、広島から世界に誇るロードレースチームを育てることを目指す中山社長の 3 人に、広島という土地の特性と、地域活性化のために取り組んでいることなどをお聞きました。



株式会社エムネス（広島） 代表取締役社長 北村直幸氏

「広島県は無医地区が全国で 2 番目に多いです。加えて、医療施設はあってもわれわれのような画像診断医がない施設がたくさんあります。全国的にそうなのですが、広島もご多分に漏れず医師不足という状況です。医師が免許を取ってから皆さんの信頼を得て診療できるようになるまで、大体 10 年ぐらいかかります。しかし毎年新たに医療現場に入る医師は残念ながら少なく、特に画像診断の領域では、広島大学からも年に 1 人か 2 人ぐらいです。となると、10 年先の画像を診る医師が育たない。少子化、人手不足がどんどん深刻になっていく中、10 年先の医療をどうするかということで、我々は 4 年ほど前から AI の活用を積極的にやっています。日本は欧米に比べ医療の中で AI は遅れています。待っていても仕方がないので、私が運営するクリニックで、いろんなところと共同研究という形で AI を利用して、医師不足を補えるような AI の研究開発に取り組んでいます。さらに広島にいる我々だからその展開として、プロ・アマ問わず、広島はスポーツがすごく盛んですから、スポーツ業界向けに画像診断データ提供サービスを始めようとしています。例えば選手が遠征先で怪我をしても、遠隔でチームドクターがすぐに画像を見られる、といったものです。若い方たちの目が、大企業、東京、大阪に向くのは仕方ないことだとも思います。やはり興味を持っていただけるような魅力ある会社がないといけませんね。広島発で日本に、世界に向けて何が出来るかということ明確に謳えるリーダーや企業がどんどん出てくると、学生さんを広島に留めることができるのかなと思います。」



Design Home Sora 株式会社（広島） 代表取締役 楠勝也氏

「広島の地域性として、熱しやすく冷めやすいということが言われています。大手のブランドが広島市内の一等地に出店しても、数年後には撤退するってことがよくありますよね。一方でこだわりを持ったおじさんがやっている店がいろんな年齢層から支持を得て長く続いているケースもたくさんあります。地域に根差したビジネスとして、そういう長く愛される店や会社になりたいと思って『特化』することを目指しています。例えば不動産では災害に強い町づくりをしたいと思っていますし、自分がチョイスしている北欧家具やアイテムは持続可能性のあるものにこだわっていて、良いものを長く使いたいって思っていたらいいような発信を心がけています。未来のリーダーシップに向けては、若い人の経験や意見を集めるようにしています。ゲストハウスのスタッフは平均年齢 23 歳から 24 歳です。その子たちが現場でどういうことが起きて、自分はどう思ったとか、どのように対応したかっていうのを集めて、次の後輩たちのためにマニュアル化するようにしています。マニュアル化は時代の流れに逆行しているかもしれませんが、基本的なサービス品質を均一にすること、自発的に能力を伸ばすことに役立つと思っています。私はある学校でデザインの講師をすることもありますが、そこで受講した生徒さん達がうちに入社することもあります。企業と学生が関わる場をもっと広げることによって、地元採用につなげることは可能だと実感しています。先程学生さん達が言っていたように、インターンシップなどを今後も積極的に取り入れていきたいと思っています。」



ヴィクトワール広島 監督兼ゼネラルマネージャー/
CYCLE LIFE 株式会社（広島） 代表取締役 中山卓士氏

「私は埼玉県出身なのですが、いまヴィクトワール広島という自転車のロードレースチームを運営しています。選手時代に全日本選手権の広島大会で上位になったりして広島とは縁があるなと思っていました。自転車はヨーロッパではメジャー競技ですが日本では実力も認知度もまだまだ。日本の文化として根付かせたいという想いでやっています。東日本には宇都宮ブリッツェンというチームがあって栃木では知らない人がいないぐらいのチームになっています。西日本はヴィクトワール、というチームにしたいな、と思っています。幸いなことに広島は、野球、サッカー、バスケット、スポーツチーム運営のお手本となる良き先輩方がいらして、お父さんみたいな関係でご相談をさせてもらったりもするので、良いものを作っていくやすい、良い地域だなと思っています。広島でロードレース文化を根付かせていくために行政と一緒に大会を誘致することもありますし、子どもたちの自転車安全教室をしたりもしています。また、自転車を使った町おこしとして、例えば太田川の河川敷にサイクルスタンドを置いて自転車で行きやすい地域を作ろう、というようなことを率先して活動しています。行政、団体、企業、学生さんでも、地元の皆さんとコラボしていきたいと思っています。私は広島ほど地元のことを愛している地域はないと思っています。そして、人ひとりの力ってとても偉大だと思います。私は熱意のある人が大好きで、ダメでも失敗を繰り返して、継続していくって今後の可能性があると思っています。そんな広島の若い人たちとたくさん出会いがあるように頑張っていきたいと思っていますね。」

■今後の Charming Chairman's Club TOUR 2019 開催スケジュール
【東京 FINAL】：12月13日（金）16:00～21:00 恵比寿ガーデンルーム

（東京都渋谷区恵比寿 4-20）

※その他の詳細は Charming Chairman's Club TOUR 公式サイトにてお知らせさせていただきます。



<Charming Chairman's Club TOUR 2019 公式サイト>

<http://charming-chairmans-club.com/tour2019/>

Charming Chairman's Club TOUR 開催にあたり、経済産業省 大臣官房 商務・サービスグループ参事官 佐々木啓介氏から
激励のお言葉をいただきました。

<経済産業省 大臣官房 商務・サービスグループ参事官 佐々木啓介氏 激励のご祝辞>

（2019年7月23日開催、第1回 Charming Chairman's Club TOUR 2019 東京・銀座カンファレンスにて）



社長のみなさんは肌で感じていることと思いますが、日本経済と企業活動を取り巻く環境は日々ものすごいスピードで大きく変わっています。

現在は労働生産性向上が大きなテーマですが、アメリカでも日本でも、勢いのある新規上場企業と比べて既存上場企業の国全体の生産性向上への貢献が大きいことがわかっています。

つまり既存企業であっても従来のやり方や考え方にとらわれずに挑戦する気持ちがあれば、まだまだ変化や成長ができるということです。例えばこれからの消費・経済を担う若者と意見を交わし、変化していくということは、企業経営者にとっては挑戦でもあるかもしれませんが重要なことです。

企業経営者の方々が発信し、傾聴し、「世の中を大きく変えるんだ！」という若者のハートを捕まえて、大きく成長していただく。これが、令和の時代の新しい成長モデルなのではないかと、私は確信しております。

Charming Chairman's Club の取り組みは本当に素晴らしく、これから TOUR として全国で地域に密着した取り組みを行っていくことも大変意義深いです。やはり地域が元気にならないと日本も元気にならない、日本が元気でないと世界も元気になりません。地域の元気な、Charming な CEO の方々にますますご活躍いただき、この取り組みを応援したいと思います。

■ Charming Chairman's Club (チャーミング・チェアマンズ・クラブ) とは

激動の日本経済を支える、数多くの中小企業。

そこには、必ず情熱に溢れた社長たちのストーリーがあります。

Charming Chairman's Club (CCC)は、全国 47 都道府県から魅力ある経営者を発掘し、

事業の功績や人柄を広く世に伝えるとともに、イベントなどを通して社長同士、社長と未来を担う学生とのインタラクティブなコミュニケーションの場を創出し、更なる飛躍を応援しています。

今年 4 月 10 日に初開催したアワード “Charming Chairman's Club CHAMPIONSHIP 2019”（チャーミング・チェアマンズ・クラブ・チャンピオンシップ 2019）では、全国の社長の中からチャーミングな社長 No.1 を大学生が選び、この社長と一緒に働きたいという観点で BEST100、FINALIST5、そして CHAMPION 社長が選出されました。

<<http://charming-chairmans-club.com/championship2019/>>

来年 2020 年 4 月 10 日（金）には第 2 回の CHAMPIONSHIP 開催が決定しています。



■ 主催「社長チップス」とは

「社長チップス」は、全国の社長が所属する社長プロダクションを目指しています。

社長をカード付きポテトチップスにしたり、社長の人柄や人生が伝わる詳細な情報を WEB 掲載することにより社長のファンを増やす様々な取り組みを企画しています。

「社長」×「ポテトチップス」という異色の組み合わせから注目を集め、これまでに 500 以上のメディアに登場。発売開始から約 3 年で 350 名以上の社長が参画しています。

全国の社長を支援することによる地域経済活性化を目指し、社長や学生の交流会、イベントの開催、メディアコンテンツ制作など、社長のプレゼンテーションプラットフォームとしても様々なコンテンツを提供しています。

チップスの種類は 2016 年 4 月に発売した「汗と涙の CEO（塩）味」からはじまり、

2019 年 2 月「激辛人生スパイ CEO（シーイーオー）味」、5 月「このインパクトがクセになる 柚子こ CEO（ゆずこしょう）味」と続き、9 月に「B.LEAGUE 9CLUB 社長チップス～バスケットにたい CEO 抱け（大志を抱け）味～」を発売。12 月 12 日（木）には新味「輝かしい未来へ突き進む勝利のコン CEO ム（コンショム）味」を新発売しています。



社長チップス公式サイト <http://shacho-chips.com/>

■会社概要

社名 : 株式会社 ESSPRIDE (エスプライド)
所在地 : 〒151-0051 東京都渋谷区千駄ヶ谷 3丁目 17-11
代表者 : 代表取締役 CEO 西川 世一
設立年月日 : 2005年4月25日
資本金 : 77,500,000円
事業内容 : おやつエンタテインメント製造業、社長プロダクション運営
HP : <http://esspride.com/>



●ESSPRIDEの事業「おやつエンタテインメント製造業」とは

「おやつエンタテインメント」とは、ESSPRIDEが世の中に発信している独自の概念。

まるで“おやつ”のように人々をハッピーにし、心を喜びで満たすエンタテインメントを様々な形で生み出していきます。

“おやつ”とは食べるお菓子ではなく、音楽やスポーツ、仕事、趣味、ちょっとした息抜きなどの際に心に躍動感や充実感を与えてくれるものすべて。

嬉しい、楽しい、ワクワクする、愛、幸せ、やすらぎ・・・

人々を惹きつけ互いに手を繋ぎたくなるような「おやつエンタテインメント」となる空間、商品、サービスなどを製造することで、ESSPRIDEは人と人、人と企業、学生と企業、企業と企業、そして企業と地域を繋げ、世の中に新しい価値を提供できるよう挑戦を続けていきます。