

元来日本の神様に祀るため地元の神聖な山々から神を採ってきていた。採るときも、捧げる時も、お祓いの時も、感謝の心を持って神棚や神事に神を使っていたということ。海外の方々はその神道の御心が理解していただけるでしょうか？ 神というものはやはり日本人の手で日本人の心で神様へ祀るものであるべきだと私は考えます。

度でも国産神を買われたお客様は品質の良さに7割以上がリピーターとして購入されています。  
●市場のニーズ（問題・課題）  
日本には沢山の神道信者がいます。そのほかに会社経営者・農家・漁師など数多くの方が神を必要としています。しかしながらその生産地や販売流通を知る人はほとんどおりません。神は見た目には国産と外国産の違いは分かりにくく、また食品でないため特別な表示規制もありません。海外からの船便は製造から販売店での陳列までに約30日間間で特に夏季の劣化は激しく傷みます。  
国内製造は販売店陳列まで約3日間。私たちは国産天然神を取り扱います。生花製品は鮮度が命、消費者であるお客様は特にその違いを感じ

が中国産。国内で消費される神のほとんどが中国をはじめとする海外で生産されているのが現状です。  
●この部分で収益を上げるの  
神だけではなく、地域の山林産物を活かして販売アイテム、販路を拡大していきます。その一つには「地鎮祭での薬物などです。神社関係者、建設業、工務店は、地鎮祭などで使用する竹、神、注連縄などを用意するのが容易なことではありません。私たちは埼玉県の豊かな自然と土地柄を最大限に活かして地域の活性化につなげます。  
また東京都という国内最大の神消費地に作業所を設け、より新鮮で良質な製品をいち早くお届けいたします。  
このような今までの神事業にはない全く新しい製品アイテムや販売ル

いたただけるはず。また、これからは、消費者に対して国産品と外国産品の表示を明確に提示していくことも生産者である私たちにとても重要な課題ととらえます。  
●新規性について  
国産の神事業は新規性という点では特別なものはございません。神の風習は日本古来2千年余りにわたる神道文化の一環であり私たちがその精神や伝統の継承が重要であると考えます。  
●独創性について  
私たちの独創性としてはまず地域の向上を考えていることです。  
1. 地域の雇用創出

2. 荒廃が進む人工林の再生  
3. 地元企業や地権者保有の有価樹木の買い取り  
4. 地元の障がい者施設への業務委託または雇用推進  
●私たちのセールスポイントやオリジナルリティ  
同業種との比較として挙げられる事は「神の葉」を機械洗浄していることです。山で伐採された枝葉は全て1枚1枚神浄機で洗っています。それにより他社に劣らない光沢のある綺麗な製品に仕上げられます。私たちは現在、地元企業や団体組合のご協力とともに事業を推進しております。広域にわたる神伐採契約を地元の鉄道会社様といただいております。  
●シキミ・ユーカー

本神等の苗木の植林育成では近年中に当社との出荷生産計画があり地元森林組合様の植樹から圃場提供まで多大な協力を頂戴しております。  
この地元協賛型生産形態は互いにメリットがあり、経済的物質的な利益が発生します。

1ト、流通システムを構築し、より多くのお客様のご要望に添えていきます。  
●アウトソーシングなどの生産に関する状況  
現状のアウトソーシングなどの生産については、委託生産先が2件、人員4人。  
現在の利益率では自社生産よりもアウトソーシング生産が高利率。これからはアウトソーシングなどの生産を増加させていく。

なかつた。こういったことをやっていきたいのか、あらためてお聞きしたい（本間正義審査員）。  
佐藤 当社の主力は作り神だが、実はこれほどの神屋でも手がけている商品だったりする。そのため、今後は葬儀需要を念頭に置いた商品に注力していきたい。また先日、全国で8万社ある神社に対してDMを送った。注文翌日配送ができる旨を記したところ、かなり注文をいただけたようになった。神社であり、葬儀社といったところに直接取れることをしていきたいと思う。  
●競合相手との違いはどのようなものか（宮治勇輔審査員）。  
佐藤 神生産者が集う「国産神の会」という組織があるが、集まったのはわずか20人にすぎない。その意味では、競合するほど人数がおらず、一緒にやっていかなければならないと考えているが、あえていうならば顧客の声を聞いて商品を開発できる点だろうか。他の神屋さんは生産して卸すだけなので、末端のお客様の声を聞ける環境にないが当社は異なる。また、創価学会の葬儀で用いられるシキミやフラワーアレンジ等に使用されるユーカーなど、幅広く生産している点も違いといえる。

若者らしいアツイプレゼンテーションとパフォーマンス、そして国産神がないことを単に憂うだけでなく実際に行動を始めている佐藤氏の姿に心を動かされた審査委員が多かった。神社や葬儀社などの作業手間を省く商品開発をしているのも高評価。もともと中国産神の市場を奪い取るには彼単独の頑張りでは不可能。国内に点在する産地の生産者と連携していく必要があるだろう。  
坂上隆審査員からひとこと  
柳原さんのプランと甲乙つけがたく、審査でも大議論になりました。それだけいいビジネスプランです。惜しくもA-1グランプリ2012と100万円獲得はなりませんでしたが、里山管理や地方経済、高齢者や障がい者の雇用といった、今の日本が抱える様々な問題を解決する素晴らしいプランだと思っています。審査委員一同、期待しています。今後、私も佐藤さんと一緒にビジネスをやっていければと思っています。ぜひいっぱい儲けましょう（笑）。

