

前向きに挑戦する福井の企業を応援します

F-FACT

ファクト > Fukui advanced companies' try



〔特集〕 首都圏へ売り込め

若手のチカラ。シニアのチカラ。

Vol. 1

福井では人気なのに東京では売れない。一方で、首都圏で着実に成長を遂げている企業やブランドもあります。その違いはどこにあるのでしょうか。東京に進出し業績を伸ばしている企業の“首都圏への売り込み術”と、食の首都圏販路拡大を支援するために今年度からスタートした福井県の取り組みを紹介します。

東京進出で『Hacoa』ブランドが成長を遂げる

有限会社山口工業

3月下旬、JR東京駅前に『KITTE丸』がオープンしました。全国各地のご当地銘品や人気雑貨セレクトショップが98店並ぶ大型商業施設です。ここに、有限会社山口工業（鯖江市）が『Hacoa DIRECT STORE KITTE丸の内店』を出店しました。「Hacoa」は、根強い人気を誇る木工雑貨の同社オリジナルブランド。ものづくりの理念を徹底し、首都圏の市場特性に合わせた戦略を展開、世界に通用するブランドへと成長を遂げています。飛躍への道のりを市橋人士社長に伺いました。

感動を与えるものづくりで 景気に左右されない強い企業に

『KITTE丸の内店』には、ユニークな発想と高い精度の技術で作られた木工雑貨が並べられています。スマートフォン用カバーやUSBハブ、名刺入れ、鍋敷など、様々な生活シーンで楽しみを与える个性的で斬新な商品を前に、人だかりは絶えません。人気の秘訣とHacoaのものづくり哲学について、市橋氏に尋ねました。

「お客様は感動すれば必ず購入していただける。それが私達の想い。感動を与える商品づくりに徹しています。だから、日ごろから多くのお客様とコミュニケーションをと

り、スタッフ全員でその情報を共有しています」

消費が低迷し低価格志向が進む今、高価格帯商品が中心の同社の売れ行きは極めて好調。しかし、2008年のリーマンショックでは打撃を受けたとあります。

「ゼネコンの下請で、東京の外資系ホテルで使う調度品や備品も手掛けていたので、リーマンで仕事がゼロになりました。稼ぎ頭だっただけに大きな危機感を覚えたのと同じ時に、景気に左右されない強い会社になろうと方向転換しました」

これを機に、心機一転、ユーザーに感動を与えるものづくりに取り組むことに。ブランドディングをより強化し、



越前漆器と高岡銅器のコラボによる商品。



代表取締役 市橋人士氏

2010年、JRが御徒町に作ったものづくりをコンセプトにした店舗兼アトリエスペース『2k540』に、東京初出店となる店舗をオープンしました。

波が波を呼ぶ 可能性あふれる首都圏マーケット

同社の『ハコア』立ち上げは2001年。最初の商品はキーボードでした。ブランドの認知度向上に向け商品にロゴを刻印し、強いインパクトを与えるため『木ーボード』と銘打ち、ネットショップで売り出しました。

「現在のように最新の機械ではない当時は手作業も多く、売値を26万円に設定。価格とネーミングを揶揄する声が入り協力業者も現れ、関心を持つ方が多いことを実感しました」

商品に触れる場を設けることで首都圏の方にさらに興味を持ってもらえると考えた市橋氏は、次に、県のアンテナショップ『ふくい南青山291』に『木ーボード展』を持ちかけます。会期前は自分達で291周辺の店舗にDM

を持ち歩き、結果は大盛況。当時の291スタッフからも、店舗に多くの若者を集めるきっかけになったと喜んでいただけそうです。

ここからチャンスが舞い込んできます。外資系ホテルの仕事も『2k540』出店も、このイベントに注目した方の提案で実現したものでした。『2k540』出店を最初に提案したのは芸術大学の学生だったとか。学生の推薦を受けたJRから正式に出店要請があり同店をオープン。それに着目したデベロッパーが『ダイバーシティ店』（期間限定契約につき現在閉店）を、その実績を目にした別の業者が『KITTE丸の内店』の話を持ちかけてきました。

「波が来た時に波に乗れる準備を常に整えています。首都圏では、話題性があるところから成果を出せば、次につながる話が飛び込んでくるので、話題性やインパクトを与える取り組みが大切です」

魅力を感じてもらおうものづくりで 若手人材の確保と育成を目指す

同社の東京進出のきっかけは『ハコア』立ち上げの2年

前。1999年にさかのぼります。同社の本業は越前漆器製造。ここで技術を身に付けた2代目の市橋氏が木工製品への進出を決め、可能性を探りに毎月のように上京しました。ITを活用する企業が少ない当時の営業スタイルは専ら飛び込み型。商品をバッグに入れ、南青山周辺中心に都内を歩き回ったそうです。

「何をすればいいかわからないので手探りで動きました。でも、これは地方から出てきた方と同じ。手探りで模索し勉強し東京スタイルに合わせようと努めています」

経験を重ね、ピンチをチャンスに変えてきた中で辿りついたのが、漆器技術を駆使した小物雑貨です。スタッフは本社で越前漆器の研修を受け知識を習得。店内では動画や

パネルで職人技を紹介しています。また、伝統工芸界で課題の後継者問題をよく知る市橋氏は、若手人材の確保にも注力します。

「当社の仕事は一人でするものではないので、まずは人が集まる環境づくり。自ら作った商品と開拓したマーケットは自らの手で大きくして、多くの若者にハコアの魅力を知ってもらうことを意識しています」

「やる気と才能がある若手にはチャンスが訪れます。当社では、頼もしいスタッフが育っています。スタッフの力でハコアは成長しました。素晴らしいスタッフ達です。誇りに思っています」

最後は、胸を打つ言葉で締められました。



上…キーボード、マウスパッド、マウス
下左…USBハブ / 下右…銅敷

有限会社山口工業 <http://www.hacoa.com/>

所在地：鯖江市西袋町503 電話：0778-65-3112
代表者：市橋人士氏 資本金：300万円 従業員数：34人
事業内容：越前漆器製造・販売、木工雑貨製造・販売

Hacoa DIRECT STORE

KITTE丸の内店：東京都千代田区丸の内2-7-2 JPタワー4F
2k540店：東京都台東区上野5-9-23
福井店：鯖江市西袋町503

CONTENTS

- 01 特集I 首都圏へ売り込め
南山口工業 / 樹木工房蔵 / 食の国 福井館 / 株式会社久漆工
- 09 特集II 若手のチカラ。シニアのチカラ。
株式会社 ALL CONNECT / 武生特殊鋼材株式会社
- 11 完成への道のり
株式会社 ファインモード
- 15 【短期連載】 事業承継のススメ 第1回
- 17 アジアを攻める！ 第1回
- 18 飛躍する経営者たち
- 19 読者のひろば 第1回 グッドデザイン
インフォメーション 他

株式会社木工房蔵 <http://www.mokkouboukura.jp/>
 所在地: 越前市瓜生町2-5 電話: 0778-25-0018
 代表者: 竹内良介氏 資本金: 1,000万円 従業員数: 60人(パート含む)
 事業内容: プライダル向け木工製品、家具の製造・販売

『木の暮らし』(販売&手作り教室) <http://www.kinokurashi.com/>

福井店: 越前市瓜生町2-5
 銀座店: 東京都中央区銀座2-9-13 B1F~2F
 横浜店: 神奈川県横浜市中区元町1-26
 大阪店: 大阪府大阪市西区南堀江1-9-1 1F~2F



デザイナー、三木愛氏が10の物語をデザインした『MIKI』シリーズの一つ。



世界に一つの手作り品で、一つの木目で大切な人たちをつなぐ。そんな思いが込められた『三連時計』は、『toki-musubi』としてブランド展開中。「木目を形成した木製時計」というアイデアで特許も取得済みです。

東京進出を足がかりに 「両親プレゼント日本一」を目指す

株式会社木工房蔵

両親への贈り物として時計を3つ作ってほしい——。2010年秋株式会社木工房蔵(越前市)に、結婚式を控えるカップルから注文が入りました。短い納期に間に合わせるため、1枚の板を3分割するというシンプルな方法で製作した時計は、形も大きさも異なるもの。しかし、一つの木目でつながっていることが「3家族の絆を感じさせてくれる」と、すぐにお礼の電話がかかってきました。これをきっかけに同社は「3連時計」を商品化し、2012年夏には東京へ初出店。全国展開も視野に入れて活動中です。早速、代表の竹内良介氏に、首都圏での活動状況や今後の展開について話を伺いました。

サブライズ演出で 新たな価値を生み出す

冒頭で紹介した出来事から間もない2011年1月、『3連時計』の販売がスタートしました。同社にとって、新商品を新しい市場に投入するという初めての試み。プライダル関連の展示会に参加することから始まりましたが、認知度が上がるまでには時間を費やしたそうです。

「多くのプライダル業者から商品を評価していただけたものの、一向に商売に結びつかない。新しいものを寄せつけない業界特有の慣行があったようです。でも、あきらめ

ずに出展を続けることで成果も表れました。転機と言える良き出会いがあったんです」

それは、ウェディング業界大手の目に留まったこと。たちまち『3連時計』は「業界慣行」となり、注目の的となりました。そんな中、2人でオリジナル時計を製作したいというお客様からの声を耳にし、越前市の工房で手作り教室をスタート。そこに新たな気づきがあったと竹内氏は言います。

「作業風景を撮影して写真や動画を差し上げるサービスも始めたところ、お客さんがまた増えていきました。どうやら、披露宴で作業風景を公



銀座店内の1階。



代表取締役 竹内良介氏

開いたがついているんです。両親に内緒で演出したいという思いのほうがり手作り作業以上に強く、教室を利用する本当の目的はそこにあるということが分かりました」

ニーズの高まりを受け 東京へ初出店

結婚情報誌『ゼクシィ』への広告掲載も始まりました。全地域の誌面に毎月掲載することで、県外から越前市の教室まで足を運ぶカップルも増えていきます。そこに、全国的なニーズがあると気づいた竹内氏は、東京進出を決めました。『3連時計』でプライダル業界の全国地位を確立しようと目標を立て、まずは、手作り教室『木の暮らし』を、ニーズが期待できる東京へ出店することにしました」

出店先はプライダル業者が密集する銀座。集客が見込め、卸売などの営業展開がしやすい地域を選びました。今、土日を中心に手作り教室

は予約が一杯だそうです。人気の理由を福井と比較して話してもらいました。

「首都圏は親との同居率が低いので、離れて暮らすことになる両家との絆を重視する方が多いと感じています。新郎の実家に同居する場合は、その家族で一つ、新婦側の家族で一つの『2連時計』という需要が福井にあるのですが、東京にはないですね。また、価格の面では、例えば、当社では高級感を演出したクリスタル入りの『3連時計』も扱っていますが、通常の時計より一桁高い値段でも、福井の方以上に購入いただいています」

銀座店での取組みには、『新分野展開スタートアップ支援事業』(ふくい産業支援センター実施)を活用。設備投資について助成を受けました。『ゼクシィ』への広告掲載に銀座出店と、攻めの姿勢で積極的な投資を行うことで、しっかりと成果に結びついています。

課題を乗り越え 全国展開に本腰入れる

2013年4月には大阪と

横浜にも出店しました。特に横浜店は、同じ首都圏でも銀座店とは違った特徴があるようです。

「東京は銀座以外の地域にもプライダル業者が分散していますが、横浜は、店舗がある元町に集中していますので、地元で消費する傾向が東京よりも高いですね」

一方で、事業拡大に伴い、従業員の管理や教育の難しさを感じるようになったと言えます。

『3連時計』を始める前は妻と私の2名体制でしたが、今はスタッフ全員で60人。当社の役員がスタッフの管理と教育に力を入れまわめてくれています。今後は、研修制

度なども取り入れながら、人が育つ教育にさらに努めていかなければならないと感じています」

今後の展開として、名古屋への出店が8月に控えているほか、本格的な全国展開に向けた新たな取り組みを、来年度にスタートする予定です。「結婚式での両親への贈り物のうち、手作り品というのはニッチな分野。まだまだ可能性があると信じ、そのトップに立てるよう励んでいます」

事務所の壁に掲げられている「目指せ 両親プレゼント日本一」。早くその日が訪れることを期待しています。



手作り教室の一コマ。木のカットや文字入れなどができるほか、好きなデザインのデータ転写も可能です。

食の國 福井館

東京都中央区銀座1-3-3 銀座西ビル1F TEL: 03-5524-0291
営業時間: 月～土…10:30～20:00 日・祝日…10:30～19:00 (年中無休)

ふくい南青山291

東京都港区南青山5丁目4-41 グラッセリア青山内 TEL: 03-5778-0291
営業時間: 10:00～19:00 (お盆・年末年始を除き無休)

■詳細はホームページをご覧ください <http://fukui.291ma.jp/> (両館共通)



「ふくい南青山291」館長 井上 義信 氏

たのは、焼き鯖寿司やお魚弁当など、福井の食をふんだんに使った弁当が充実していることでした。これは、サラリーマンのランチ需要に応えた品ぞろえです。主たるターゲットはOL。品ぞろえや売り場づくりはOL目線で考えたと言います。

「ランチ需要はもろいんですが、アフターファイブにも着目しました。OLの方々が帰路に就く途中に、ふらっと立ち寄って福井の食を軽く味わっていただく。例えば、スイーツや、キッチンで調理した揚げ立ての若狭牛コロッケとか里芋コロッケ、あるいは、新鮮な海の幸などを肴に福井の地酒を楽しんでもらう。仕事の疲れを癒やして楽しいひと時を過ごし、出来立てをお買い求めいただきたい、そんな思いを込め、イートインコーナーを設けました」

また、近隣にお住まいの方の需要に応えるため、食べきり(飲みきり)サイズの商品も多く取りそろえました。

このように、気軽に立ち寄り、作りたての福井の食をその場で味わい、自宅でも楽しめる便利で身近なお店、言い

福井ブランドの魅力発信強化に向け『食の國 福井館』がオープン!

人通りの多い銀座に出店 集客増に期待かかる

4月18日、福井の「食」を専門的に扱うアンテナショップ「食の國 福井館」(以下、「食の國」)が、東京にオープンしました。県のアンテナショップは「ふくい南青山291」(以下、「291」)に続く2店舗目です。それぞれがどのような機能を持ち、どのように福井ブランドの魅力を発信していくのでしょうか。食の國を訪れ、井上義信291館長にお話を伺いました。

沖縄、高知に広島、山形、茨城など、周囲を見渡せばアンテナショップが一堂に会する銀座一丁目。「顧客目線で考えるとアンテナショップは競合しないので仲が良い。しかし、お互いが切磋琢磨する関係が大切」との井上氏の主張どおり、出店を祝うポスターが近隣のアンテナショップに貼られるなどの歓迎を受けた福井館。オープンの目的をお聞きしました。

「福井の魅力は何と云っても『食』。海の幸・山の幸に恵まれている美味しい食材の宝庫です。291との2店体制で、『食』を柱に、福井ブランドをより強力に発信していこうと福井館をオープンしました」

うと福井館をオープンしました」

福井館で並ぶ商品も県産品です。291と同じものもたくさんあります。しかし、店舗立地が変われば客層もニーズも異なるため、銀座という商圏に合わせた、291とは異なる店舗展開や商品戦略が求められます。

「291は閑静でおしゃれなエリアにあつて、大通りから離れた場所に立地しているので、目立ちにくいというハンデがあります。それに比べ、291に隣接する京橋・銀座は企業の密集地。集客を期待しています」

OL視線の工夫を施す 目指すは質の高いコンビニ

福井館に入って最初に感じ

換えれば「上質なコンビニ」店舗を目指していると期待を込める井上氏。平日と週末で品揃えに変化を加え、多くのアンテナショップファンを獲得していこうとしています。

この夏に周辺人口増加見通し イベント加え福井ファンを増やす

食の國は好調な出足となっているようです。今後の展開について尋ねました。

「オープンして間もないので、売れ筋やマーケットの特徴を正確に把握することは現時点では難しく、ある程度把握できるようになる6月以降、じっくりと戦略を練っていきます。イートインの機能を活用したイベントはどんどん手掛けていきたいですね」

最近では、近隣で大型の複合ビルが竣工し、オフィスへの入居が進むことで、今年

秋以降、周辺の昼間人口が1万5千人以上、一気に増加するとの試算も出ており、新しい集客が期待できる好材料もあります。

「アンテナショップの役割は、①その県のことを知っていただくこと、②お客様のニーズや売れ筋などの首都圏マーケットの特徴・変化を県にフィードバックすること。③その県の商品を購入していただくこと、この3つです。291でこれらの活動を地道に続け、固定客を獲得してきました。それを発展させ、銀座でも新しい福井ファンを獲得していきたいですね」

291と福井館の今後に期待しています。



伝統と新技術の融合を首都圏から発信

首都圏で頑張る企業として井上館長から推薦があった山久漆工株式会社を取り組みを紹介します。南青山にある越前漆器製品のショールームを訪れ、代表の山本泰三氏に話を伺いました。

客と会いセンスを磨く

山本氏は元銀行マン。東京での勤務経験から、首都圏という一大消費地の重要性を悟り、同社入社後も東京に活動の軸を置いてきました。291にある『ビジネスサポーターセンター』の貸しブースに入居して3年後、2009年に『南青山ショールーム』を開設。今に至ります。

「一歩先をゆくものづくりを実現するには、市場に近いところでお客様の声を聞きな



南青山ショールーム

がら、製・販の両方においてセンスを磨き、力をつけたいですね」といいます。

東京での活動理由を話す山本氏。現在、個人客からの修理のオーダーのほか、法人客からは高付加価値製品の相談を受けています。普段は、外回りの仕事が大半を占めていますが、291を活用してセールを実施することも。こうして客との接触を増やすうちに、ショールームを訪れる客も増えてきました。

「会話だけで終わるお客様もいらつしゃいますが、求めようとしてなくても情報が入ってきます。様々な業界の方々とお会いするので、トレンドな情報など、役に立つヒントを見出すことができます。だから、情報が溢れているとはいえ、何をすべきか整理しやすいですね」

山久漆工株式会社

売る側・買う側の視点で価格設定

東京での活動で課題としていたのは、価格設定だと言います。

「今でも苦労しています。東京に限ったことではありませんが、良いものを作っても売れに見合うと考えた価格を提示しても購入いただけないことはよくある話。東京は市場規模が大きく客層も幅広いので、売れる価格帯をより慎重に見極めないとはいけません。そのため、アンケート調査を実施したり販売業者とのつながりを強くして、買う側・売る側双方の視点で価格を捉えるよう努めています」

現在、同社では「Kasane」（かさね）というブランドを展開しています。これは、従来の伝統技術に新技術や異業種、異素材、デザイナーとも融合しながら、



ガラスと漆器を接合したコラボ製品「JAPAN Glass」。金箔仕上げのシャンパングラスは、食の専門誌「料理王国」が主催する「100選」のテーブルウェア部門に選ばれました。

これからの漆器をお客様に直接分かりやすく伝える取組みで、山本氏は、「産地の作り手とのパイプ役」として奮闘する日々を過ごしています。「福井の消費者と比べると、金銭的、時間的に余裕がある方が多く、相対的に消費意欲も高いと感じます。でも、逃げ足は福井よりも早く、リーダーになりにくいという難点もあります。常に、満足していただける価値を提供する努力を怠ってはいけませんね」

代表取締役 山本泰三氏

「福井の逸品」を「エントリーショップ」に!

福井県アンテナショップ『食の國 福井館』と『ふくい南青山291』では、商品エントリーシステム等により、ショップを通じて県内企業の首都圏における販路拡大を支援しています。

エントリーの対象となる商品(「食品」「工芸その他」の2種類※)

※ただし、「食の國 福井館」は「食品」のみの扱い

アンテナショップ店頭での陳列・販売を希望する新商品、改良商品
アンテナショップホームページオンラインショップ、楽天店の各WEBショップでの販売を希望する商品
アンテナショップとの打合せの結果選定された(改良された)「セレクト商品」

アンテナショップでの陳列・販売エントリーは、ホームページ <http://fukui.291ma.jp/business/entry.html> から。

提出締切	エントリーシート：見分け会の3日前 サンプル：見分け会の前日(291に届けていただきます)
------	--

アンテナショップでは毎月1回、第2水曜日に見分け会を実施し、エントリーされた商品をテスト販売するかどうかを判断します。そして、テスト販売を行うこととなった場合、『ふくい南青山291』または『食の國 福井館』で約1か月間テスト販売を実施し、その結果を見た上で、お取り扱いの最終判断を行います。なお、テスト販売や店頭販売に至らなかった場合、商品やパッケージ等に対するアドバイスを添えてご連絡します。そのほか、年に2回程度、嶺北・嶺南地方で情報交換会を開催します。情報交換会では、アンテナショップの活用方

法や求められる商品の説明のほか、実際に出品されている商品の企業プレゼン、個別相談を実施します。第1回目は6月4日、5日に開催済みです。第2回目は秋頃に実施する予定で、開催時期近くにホームページで情報を公開します。

商品に求められるもの

- 『食の國 福井館』では、「ちょうどイイ」サイズ(OLや一人暮らしの方向けに、食べきりサイズ、バッグに入れてもかさ張らないサイズ)の商品や弁当を求めています。
- 商品のこだわりやセールスポイント、提案の仕方など、どんどんPRしてください。

『ふくい南青山291』内のビジネスサポートセンター(貸ブース)入居者を募集中!

対象	東京での販路開拓等に関する具体的な計画を有する県内中小企業等	利用期間	原則1年間
募集企業	2社	申込方法	所定の利用申込書を提出(面接審査あり)
ブース企画	約1坪(机、椅子、電話・FAX等の設備あり)	申込期間	～7月10日(水)
利用料金	25,000円/月	問合せ先	県産業政策課 TEL 0776-20-0366 福井県アンテナショップ情報 http://fukui.291ma.jp/
保証料	75,000円(入居時に前納、退去時に返還)		

「食の國 福井館」



所在地・連絡先
〒104-0061
東京都中央区銀座1-3-3銀座西ビル1F
TEL03-5524-0291

営業時間・定休日
10:30～20:00(日・祝は19:00閉店)
無休(年末年始を除く)

アクセス
JR 有楽町駅京橋口 徒歩3分
東京メトロ
有楽町線「銀座一丁目」3番出口 徒歩1分
銀座線・丸ノ内線「銀座駅」C8出口 徒歩5分

「ふくい南青山291」



所在地
〒107-0062
東京都港区南青山5丁目4-41ガラスシア青山内
TEL03-5778-0291
HP <http://fukui.291ma.jp/>

営業時間・定休日
10:00～19:00
無休(お盆・年末年始を除く)

アクセス
東京メトロ千代田線・銀座線・半蔵門線
「表参道駅」B3出口より徒歩5分

若手のパワーでチャレンジを続ける会社、ベテラン社員の熟練の技が光る会社、若手とシニアの連携で新規事業に取り組む会社等々、“社員力”から成長企業の元気の源を探ります。

株式会社 ALL CONNECT



「楽しんで」で社員一人ひとりの力を引き出す

楽しさの仕組みを作り 成長のスピードを促す

同社が主力としている「ウェブ販売代行」とは、言い換えると「オンラインショップの営業部」をアウトソーシングで受託する業態です。クライアントは、インターネットで物販やサービスの提供を考える企業。ウェブサイト（オンラインショップ）の構築だけでなく、サイト流入チャネルの最適化、コールセンターのような顧客サポートなどをワンストップで引き受け、成果報酬型での取引を行っています。

同社ではこうした業態を「営業会社」と表現、「世界最高の販売ソリューションを目指す」をスローガンに積極的な営業活動を続けています。採用活動にも勢いがあり、2013年度新卒採用は26人、来年度には50人の新卒採用を見込んでいるそうです。「営業会社のいちばんの資産であり、投資先でもあるのは

「人」。人のパワーを引き出すものは「楽しさ」に尽きますし、仕事を楽しくなる仕組みを作れば成長のスピードも速くなります。せっかく社会に出て40年働くのですから、少しでも楽しい方がいいと思いませんか？「仕事とは本来楽しいもの。好きなことをたくさん考える時間があれば、つらくても乗り越えていける」と熱い口調で岩井氏は訴えかけます。

課題解決力を鍛える ゲーム仕立ての内定式

岩井氏の信念といえる「仕事に楽しさ」を象徴する最近の出来事として挙げられるのが、2013年度採用内定者向けに実施したゲーム仕立ての内定式。昨年10月に行われたこのイベントは、えちぜん鉄道沿線を舞台に、グループごとに出されるクイズに答えながら内定証書授与式の会場を目指すというものでした。この数年、ビジネスキ

ワードとして注目されている「ゲーミフィケーション」（＝課題解決や顧客忠誠度向上を目的に取り入れるゲーム的手法）型の内定式です。「当社の『ブランディングコ



前列左から、岩井宏太さん、荒木史唯奈さん
後列左から、前田知也さん、橋雄大さん、大連達揮さん



代表取締役 岩井宏太氏

コミュニケーション室」が主体となつて企画しました。いくつかのメディアにも取り上げていただいたことで、学生同士の口コミも広がり『オールコネクトは面白いことをやっている会社だ』という評判が確立しつつあると感じています。

もつとも、ただ楽しいだけのイベントではありません。内定証書をもらうというミッションを通じ、プロジェクトの起承転結を経験することで得られる成功体験や地頭力の訓練につなげているねらいもあります。

「新卒の同期が30人近くいると、ふつうは同期がいくつかのグループに分かれて行動してしまいがちです。内定式には、横つながりの人間関係を

不透明な時代だから 個の「実力」に力点を

形成するという目的もありました。今後、部署の壁をこえてプロジェクトを進めていくうえで、このとき結ばれた絆がプラスに働くと期待しています。

岐阜県出身の岩井氏が同社を設立したのは、福井工業大学を卒業してすぐの2005年4月。大学で経営学やITを学んだ経験を生かし起業した経緯もあって、設立当初は社員に無理を強いたこともあったと振り返ります。

「自分で会社も作るし、営業もするしウェブサイトも作るしと、一人で何役もこなしてきた自負があったので、社員

にもそうあることを求めてしまっていました。へ社員に経営者の視点を求める」という考えですね。でもそれでは企業は伸びていきません。へ企業の成長は社員の成長から」といわれるように、社員一人ひとりの成長基盤を整えることこそ、経営者の努めだと気づかされたのです。盤石を誇るとされた大企業の経営難を見聞きすることも少なくない。岩井氏も、不透明な時代で信頼できるものは、技術や知識、人脈など、自らの成長で身につけた実力しかないと言いつつ切ります。

「誰かの人生にプラスをもたらすことができるって素敵なことですよ。そのうれしさが、この仕事を続ける大きな原動力になっているんです」

株式会社 ALL CONNECT

http://www.all-connect.jp/
所在地：福井市大和田町60-4-11
電話：0776-31-2100
代表者：岩井 宏太氏
資本金：4,700万円
従業員数：240人
事業内容：ウェブ販売代行事業、ITソリューション事業、OEM事業、パートナー事業、メディア事業

コンタクトセクション
取扱商品の説明・受注だけでなく、お客の反応から見た改善点や戦略のヒントをプロジェクトマネージャーや、同チーム内に提案する役割も担います。



研修の一コマ。活発なワークショップも行われます。



ブランディング・コミュニケーション室
プロジェクトリーダー 吉田有美香氏

社員の声

大連達揮さん 人事担当	「楽しく仕事できる環境作りをする立場ですばやい判断が求められますが、マイナスの疲れ方をすることはありませんね。学生時代にベンチャー企業への就職を考えていたので、このスピード感が心地いいのだと思います」
荒木史唯奈さん コールセンター担当	「入社2年目です。入社を志望したのは、就職説明会で先輩の話聞いたのがきっかけでした。計3社から説明を受けたのですが、その中でいちばん熱心だったのが弊社でした。先輩の言葉から「自分の仕事に誇りを持っている」姿がすごく伝わってきました」
橋雄大さん デザイン担当	「県内外のセミナーに参加させてくれることはもとより、その知識を社内でアウトプットする場を設けてくれる雰囲気うれしいです。誰かにものを教えることは自分の知識の棚卸しや、本当の意味で効果のあるデザインを追求していくことにもつながりますから」
前田知也さん システム開発担当	「社長がよく言う言葉に「物事は成功すれば120点、失敗しても100点、何もなかったら0点」というのがあります。社員にとって、その言葉はすごく大きな支えになりますね。失敗を恐れずまっすぐやってみよう、という前向きな気持ちで仕事に取り組みます」

武生特殊鋼材株式会社

武生特殊鋼材株式会社
 http://www.e-tokko.com/
 所在地：越前市四郎丸町21-2-1
 電話：0778-24-3666
 代表者：河野通亜氏
 資本金：5,000万円
 従業員数：45人
 事業内容：クラッドメタル(異種金属接合材)の製造・販売等



文部科学大臣表彰受賞の 技術力を次世代へ継承

越前打刃物の里として知られる越前市。武生特殊鋼材株式会社はクラッドメタル(異種金属接合材)の製法特許を基に、1954年にこの地に創業。刃物用鋼材メーカーとして金属複合材料を手がけ、独創的な製品を開発してきました。その優れた技術力は、「平成25年度科学技術分野の文部科学大臣表彰」において、科学技術賞(技術部門)と創意工夫功労者賞を受賞。受賞に至ったベテラン技術者の取り組みや技術継承への思いと、培ってきたものづくりの技と心を受け継ぐ若手社員の意気込みを伺いました。

**失敗を繰り返しながら
歳月を経て花開く技術**

文部科学大臣表彰の科学技術賞に選ばれた、山本氏と神門氏。強靱性と錆びにくさ、耐摩耗性に優れた刃物素材を生み出す一組の組織のステンス刃物鋼の開発が、高く評価されての受賞となりました。

「硬さと粘りという二律背反する要素を兼ね備えた材料はできないか、というのが出発点。従来の溶解法ではなく、一旦溶かしたものを粉末化する。ことで均一組織のステンレス刃物鋼を実現しました」
 営業の神門氏と二人三脚で技術を錬磨してきた山本氏は、開発の道のりをそう振り返ります。

「この技術研究は約30年かかって目の目を見たもの。当社にはそうした技術が常に何

種類があり、時間をかけて花開いていく感じ。千回やっつて、成功するのは三回程。開発は常に失敗の繰り返しなんですよ」
 そう語る神門氏は、今年で80歳。現在は監査役として若手の活躍を見守っています。

一方、田中氏は、文部科学大臣表彰で創意工夫功労者賞を受賞。従来は1枚ずつ切断していた鋼材を15枚重ねて一度に切断し、乾燥、積み込みまで行う自動装置の考案が評価されました。

「この装置で、コストや時間、労力を大幅に削減することができました。ものづくりにあたっては、常に+aの工夫を考えながら作業するようにしています」

**ドクター制度を創設し
ベテランの経験を伝授**

当社は、10数年前に高齢

者雇用制度の一環として独自のドクター制度を設置し、定年を迎えたベテラン社員が、若手や途中入社社員の技術レベルを高めつつ、メンタル面でのサポートも行っています。長年にわたり様々なオリジナル設備の開発に携わってきた田中氏は定年後、熟練技能を評価されてドクターに就任し、後輩の指導にあたっています。

高いレベルを維持する開発力の秘訣は、そうした教育面での積極的な取り組みと、同社のキーワードである『限り無くオリジナリティ、限り無く本物志向』にあると河野社長は語ります。

「創業以来、変わらず鋼材の技術開発に専念し、社員がそれに没頭できたからこそ今があると思っています。また、顧客である鍛冶屋にダイレクトに接しているから、市場のニーズを的確にキャッチし、製品づくりに反映することができたという利点もありますね」

現在、同社は刃物用クラッドメタルで国内シェア60%を確保。アジアを中心に海外販売も好調で、売上高の25%を

海外向けが占めるまでになっています。グローバル化が進む中で、若手社員はベテラン社員の活躍と後継者育成への取り組みをどのように受け止めているのでしょうか。

**『温故知新』を大切に
若い世代が技術を継承**

国内外の営業全般を管轄する河野専務は、現在35歳。技術継承について、このような持論を語ってくれました。
 「技術というのは、継承しにくいもの。先輩方から知識や経験に潜むコツのようなものを伝えていただき、自分なりの感性で噛み砕いていくのが大事だと思います」
 そんな河野専務のブレインとして、設備保全や知的財産権の管理などを担当する大久保氏にも話を伺いました。大久保氏は31歳。部署にはジュニアドクターの田中氏が所属し、チーム全体で業務の向上を図っています。

「長年のキャリアを誇る先輩方から様々な話を聞くことで、間接的な経験を増やし、自分も成長していきたいです」
 工程検査に加え、3年前か

ら営業を兼務する坪川氏は、まだ29歳。顧客のニーズを肌で実感する日々の中、ものづくりに対してこんな思いを抱いています。
 『温故知新』を大切にしたい。先輩方の話からインプットしたものを新しいカタチにアウトプットして、新旧の発想をミックスしていけたらと考えています」
 同社の標語は、「会社はファミリー、企業は活力」。その言葉通り、ものづくりの技術と精神は、親から子へと受け継がれるDNAのように次の世代へと確かに継承されているようでした。



山本氏や田中氏から、素材や溶接作業、工作機械について指導を受けています。



文部科学大臣表彰受賞者
 科学技術賞：監査役 神門桐郎氏(左)
 取締役副社長 山本工氏(中央)
 創意工夫功労者賞：田中道行氏(右)



代表取締役社長 河野通亜氏



企画設計部次長 大久保博之氏(左)
 取締役専務 河野通郎氏(中央)
 技術部技術課課長 坪川 翼氏(右)

商品はどのようなプロセスで完成されていくのか。
企業によるアイデアの創出から新商品誕生までの
開発ストーリーを紹介します。

市場ニーズすくいあげ

辛口の評価を受けた
男性向け製品が端緒

大手メーカーの生産拠点が海外にシフトするなど国内製造業の事情が激変する中、自社製品開発に取り組む中小のメーカーが県内でも増えています。ここで紹介する株式会社ファインモードもその一つ。「OEMで培った技術で自社製品を」と社外ブレンとのコラボレーションで女性向けレギンスを開発、このほど「i+f」のブランドで販売を始めました。「レギンスの選択肢は多くない」という市場の現状を背景に企画がスタートした同商品。発売までのエピソードを、代表取締役の上坂達朗氏に伺いました。

自社製品の開発を、と話が持ち上がったのは4年前のこと。最初に手がけたのは、編み立てレギンスの技術を活用した男性向けインナーウェアでした。

もともと、当初は通常業務の合間を縫って年間2回ほどの試作を行っていた程度。地元商工会議所の紹介で参加した「SoCo CoCo（地域産品販路開拓機会提供支援事業）」（※）にて、首都圏の百貨店バイヤーやインテリアデザイナーにプレゼンをしたもののへ商品としての完成度の観点から、辛口の評価も受けたそうです。

ところが、何が幸いするか分からないもので、その男性

テーマは「柔らかな菊の花びら」。優しさと愛情、気品、美しさを表しています。



女性向けレギンスを開発

「話が来たらすぐ動ける」
普段の体制作りが大切

今年4月下旬から、福田氏の故郷である広島県のセレクトショップで「i+f」のテスト

「図面と実際にはいたとときは、模様の見え方にずいぶん差があるんです。最初に試作したフクロウ柄は、実際にはくと柄が伸びて」となりのトロ「みたいでした」。納得のいく見栄えになるまで、それぞれの柄について3〜4回は試作を重ねたのだそうです。

ト販売がスタート。初回出荷の100枚は早々に在庫切れとなり、取材時（5月上旬）には追加オーダーに対応している真っ最中でした。好調な滑り出しの背景を、上坂氏はこのように説明してくださいました。

「ブラウスやスカート、靴に関しては非常に多くの選択肢があります。でも、レギンスは必ずしもそうではない。1着数万円の服を着ている人も、ファストファッションでコーディネートしている人も、一様に1本1000円〜2000円程度のレギンスをはいているという現状があるのです」

鮮やかな発色、そして同社

用インナーに注目した一人の女性がいました。それが、「i+f」の企画に深く関わることとなる、ブランドینگプロデューサーの福田真弓氏です。
「東京にいる福田さんから『商品に興味がある』と、ある日突然電話がありました。それで福田さんのことをネットで調べたら『丹南産業フェア』に講師としてくることわかったんです。商工会議所の方のご紹介でお会いすることができて、それをきっかけに女性用レギンスの開発が始まりました。昨年の6月ごろの話です」

プロジェクトにはほどなく、ふくい産業支援センターデザイン振興部が実施する「デザイナー派遣事業」から、テキスタイルデザイナーの三木あい氏（越前市在住）も参加。海外大手アパレルメーカーのデザイナーとしても活躍する三木氏の手により、雪の結晶やフクロウ、ハスの花などへ秘密にしたい福井のパワースポットをテーマにした5つのデザインができました。

商品化にあたりいちばん苦

の巻き縫いの技術を応用した縫い目の目立たないリバーシブル仕様。しかもそれを1本8000円という価格で提供する——コストやロットの面で大手が参入しづらい現状に風穴をあける存在「それが「i+f」というわけです」。

「福田さんと出会って1年足らずで「i+f」を世に送り出したのは、支えてくださる方とご縁、タイミングが重なったからだと感じています。商品はいきなりできるものはありません。チャンスが訪れたときすぐ動けるよう、自分たちが持つ技術で、少しずつ動いていたのがよかったのでしよう」

当面の目標は、出展審査が厳しいとされるファッション業界の合同展示会「ROMS」（年2回東京都内で開催）でのデビューだそうで、それを突破口に首都圏のセレクトショップや百貨店に打って出たいと上坂氏は意気込んでいます。

（※）中小企業庁による事業。「全国各地の中小企業が開発した商品を、全国に広める機会をより多く設ける」をテーマに、全国主要都市の百貨店で「SoCo CoCo」というブースを設け3カ月〜6カ月展示する。



アイロン掛けや梱包作業まで、一貫した縫製作業を行っています。



パッケージ、パンフレットも完成しました。



代表取締役 上坂達朗氏

株式会社ファインモード
http://www.finemode.net/
所在地：越前市行松町17-3-2
電話：0778-22-8034
代表者：上坂 達朗氏
資本金：300万円
従業員数：20人

事業承継の ススメ

第1回

どうすればいい？事業承継

読者の皆さん、こんにちは。中小機構北陸 事業承継コーディネーターの竹川です。皆さんは「事業承継」と聞いて何を連想するでしょうか。会社の株式対策のことでしょうか。それとも後継者の問題についてでしょうか。事業承継と一言で言っても幅も広く問題の深さも深く、100人の経営者がいれば100通りの事業承継の問題があります。本連載は3回シリーズですが、第1回目は、「事業承継問題」の現状や早期の取り組みの必要性について解説するとともに、事業承継の具体策についてお話ししたいと思います。

1 事業承継問題の現状と事業承継対策の必要性

① 事業承継問題の実態

まずは、図1をご覧ください。帝国データバンクの「全国社長分析」です。小規模企業の代表者の平均年齢が年々上昇していることがわかります。中小企業経営者の高齢化が進行している実態が浮き彫りになっていきます。

事業承継対策を怠ったために、経営者の急死など相続紛争に発展し会社の業績が悪化してしまつたケースも存在します。中小企業にとって事業承継はとても重要な課題であり、円滑な事業承継のためには事前の準備が必要なのです。

② 事業承継対策をしないとどうなるのか(ケース)
 (1) 経営権の委譲が進まず、メインバンクからの信頼を失う。
 (2) 事業承継の準備を軽視し、そのうちに現経営者の判断能力が低下してしまう。
 (3) 経営者が高齢であるために、取引先・従業員からの不安感が高まる。
 (4) 事業承継対策しないまま経営者が亡くなり、お家騒動に発展する。
 (5) 株式が分散し、経営権が第三者に脅かされる。

③ 早めの取り組みが重要
 前項でみたように、対策を行わず大きな問題に発展するケースが多く見られます。早めの取り組みを行うことに

2 事業承継の具体的な対策とは？

① 何を承継するのか

図2をご覧ください。上段は分かりやすいので省略しますが、下段の「目に見えにくい経営資源の承継(知的資産)」は「？」と思われる方が多いのではないのでしょうか。「知的資産」は、貸借対照表に記載されない無形の資産であり、企業における競争力の源泉である人材・技術・技能・知的財産権・組織力・経営理

念・顧客とのネットワークなど、「目に見えにくい」経営資源の総称です。この知的資産の承継がいかに大事であるか、知的資産経営については第3回で詳しく解説することとします。

② 事業承継のパターン
 事業承継は、大きく(1)親族内承継、(2)従業員等承継、(3)第三者承継の3つのパターンに分けられます。

(1) 親族内承継
 親族内承継は、事業承継全体の6割を占めており中心的な位置づけにあります。後継者教育や相続などがポイントになります。

(2) 従業員等承継
 従業員等への事業承継は親族内承継に比べて課題が多

た、事業承継対策の必要性について普及活動を行っています。さらに、全国各地の支援事例やノウハウを収集したり、地域の支援機関・金融機関とのネットワークを形成したりしています。

② 中小機構の「経営後継者研修」について
 中小機構では、事業承継に関する支援メニューとして「経営後継者研修」を用意しています。これは、将来の後継者を対象とした10ヶ月間・全日制の育成プログラム

で、経営後継者に必要な基本的能力や知識を実践的に習得するとともに「本気で経営者になろう」と気持ちが変わる本格的研修です。これまでに690名以上の卒業生を輩出し、30年以上の歴史と実績に裏打ちされています。業種・業界・地域をこえた全国の後継者と共に学びあうことは、研修後もお互いに刺激しあいができます。ぜひご利用ください。

く、資産の承継や個人保証・担保の処理に問題が発生します。

(3) 第三者承継
 第三者への承継は後継者候補がない場合に検討されるパターンであり、外部人材の招聘、M&Aにより事業や株式の譲渡を行います。事業の引継先との関係性や会社の価値などがポイントです。

3 どうで相談したらいいの？

① ふくい産業支援センター等の支援機関など

ここまでお読みになって、事業承継対策をすぐにでも始めないと、と思われた読者の方もいらっしゃるのではないかと思います。では、どこで相談したらよいのでしょうか。

まずは、ふくい産業支援センターなどの公的支援機関へ相談してみたいかがでしょうか。顧問税理士への相談を考えると、考えられる方も多いでしょうが、株価対策や相続対策などが、専門分野に偏る傾向があり、次のステップでも良いと思いません。第一に会社の問題点を

分析し、事業承継に向けた課題を整理し、事業のDNAである「知的資産」を後継者にバトンタッチするための準備が何より大事です。支援機関には企業へ専門家を派遣する支援制度もあり、事業承継の課題整理にも活用できます。

② 地域の金融機関
 平成24年11月に金融庁が発表した、「中小・地域金融機関向けの総合的な監督指針」によると、「顧客企業に対するコンサルティング機能の発揮」と謳い地域金融機関による主体的な経営支援への取り組みが求められています。つまり、金融機関が企業のライフステージに沿った経営支援に取り組んでいるのです。ほとんどの地域金融機関が、昨年8月に施行された「中小企業経営力強化支援法」に基づく「経営革新等支援機関」に認定されており、各金融機関では顧客企業からの経営相談体制を整えています。

4 事業承継コーディネーターの活動

① 地域の支援機関・金融機関をバックアップ

図1：資本金規模別の代表者の平均年齢推移



出典：「全国社長分析」株式会社帝国データバンク

図2：承継するものは、人、物、金、知的資産



いかがでしたか。今回は、「事業承継も“計画”が大事」と題し、事業承継計画の具体的な中身や作成方法、事業承継にかかる国の支援施策について解説します。お楽しみに。



執筆者 竹川 充氏

独立行政法人中小企業基盤整備機構 北陸本部 事業承継コーディネーター
 2012年度に「事業承継コーディネーター」に登録。中小企業の事業承継に関する相談への対応・助言、支援機関等への研修講師等の活動を行う。また、経営コンサルタント会社、MITコンサルティング(株)の代表取締役を務める傍ら、ふくい産業支援センターの「新事業コーディネータ」として、経営戦略や財務戦略、事業承継を中心に、中小企業の課題解決に取り組んでいる。中小企業診断士。

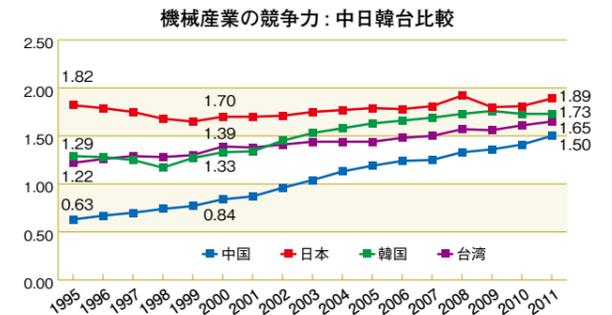
アジアを攻める!

中国や東南アジア地域における最新の経済情勢やビジネス動向を、福井県立大学地域経済研究所の専門家に解説していただきます。

1 中国の「ものづくり」の実力



中山のキャンオン



執筆者 丸屋 豊二郎氏

1951年生まれ。特殊法人 アジア経済研究所、独立行政法人 日本貿易振興機構アジア経済研究所を経て、現在、福井県立大学地域経済研究所 教授。中国・アジア経済、産業集積、アジア国際分業を専門に、産業集積のイノベーションや中国を核とするアジア国際分業などに関する研究、日本企業のアジア展開支援に資する政策研究を行っている。

調査をもとに、産業集積を形成する外資系・中国系部品メーカーの勢力図をまとめてみた。それによると、まず中国では部品は機能、技術の両面から3つに分類される。

- A・・・「安全」に関わる基幹部品
- B・・・技術水準がある程度高い部品
- C・・・耐久性が短い交換すれば使えるような部品

これら3種類の部品シェアは、自動車の場合で、それぞれ30%、20%、50%程度を占める。競争力の視点で捉えると、Aは日系企業が圧倒的に強く、Bは日系、台湾系、韓国系、それに中国系を含めて競争が激しくなる分野、Cは中国企業に太刀打ちできない分野に分けられる。つまり、進出日系企業がこれから中国で生き残れる分野は「AまたはBに属する企業」と、高技術を擁する「素材企業」と「すり合せ技術」を持った企業であるというのが大方の見方である。

しかし、高品質製品の分野で日本企業は圧倒的な競争力を持つといっても、中国のものづくりでは必ずしもすべての製品が完璧な品質を求められるとは限らない。「ローカル化」と呼ばれる現地の需要に見合った製品レベルが求められているのも忘れてはならない。

(注) RCI指数Ⅱ(当該国の機械産業の輸出シェア)÷(世界の機械産業の輸出シェア)

中

国の経済発展には目を見張るものがある。改革開放から今日までの33年間、中国は年平均10%のGDP成長率を記録し、2012年には1人あたりのGDPは6400ドルに達した。その結果、中国はGDP規模では世界第二位、輸出(貿易)、対内直接投資、外貨準備額では世界のトップに躍り出た。これらの指標から分かるように、中国は世界の企業を誘致し、中国で製造した製品を世界各国に輸出し、国富を蓄えてきた。このため、中国のものづくりは著しい発展を見せている。そこで中国のものづくりの実力について考えてみたい。

まず、中国のものづくりの実力を競争力の観点から見よう。中国機械産業の国際競争力はどの程度なのかを、「RCA指数(顕示された比較優位指数)」を用いて日本、韓国、台湾と比較して見た。RCA指数は1を超えた場合にはその国の機械産業は比較優位(競争力)があるとみなし、1を下回った場合には比較優位(競争力)がないものと判断する。図を見ると、中国の指数は1995年以降右肩上がりで見られ、2003年に競争力を有する境界線である1を超え、2011年には1.50まで上昇している。つまり中国の機械産業は2003年になって国際競争力を持ち始め、その後

も競争力を強化し、今日では日本、韓国、台湾に迫っている。中でも「一般機械」や「電機機械」では、中国は既に日本、韓国、台湾を凌駕している。しかし、中国のものづくりの現場を見ると、その担い手は日系、欧米系、韓国系、台湾系などの外資系企業である。それを象徴するのが、広東省の外資を中心とした電機・電子、自動車などの一大産業集積である。珠江デルタ地域には、キャンオン、トヨタなど外資セツトメーカーの進出に追随し、外資系部品メーカーも多数進出している。ものづくりの実力はすそ野の広い部品メーカーの存在にかかっている。そこで広東省での日系部品メーカーの実態

飛躍する経営者たち

第1回

福井県ゆかりのアグレッシブな経営者取材。企業を成長へと導く秘訣に迫ります。

細川 正人氏 株式会社ソーホーズインターナショナル 代表取締役

拡大戦略で見せる 慎重姿勢とぶれない経営

今年8月に創業10周年を迎えるソーホーズインターナショナル。創業時の「1年持たない」との周囲の声とは裏腹に、「ナナイロ」や『晴れる家』などの飲食店を14店舗展開し、繁盛店を作り上げてきました。飛躍の秘訣を、代表の細川正人氏に伺いました。

株式会社ソーホーズインターナショナル
所在地: 福井市高木中央2-4007
TEL: 0776-58-2282
資本金: 3,500万円(グループ合計)



細川 正人氏

経営理念貫き成長求める多店舗展開

「条件を整えば県内外問わず出店する」と細川氏。2011年12月、県外初となる『晴れる家』を東京・銀座に、今年4月には、坂井市三国町に料理旅館『はれや旅館』をオープンしました。旅館業への進出は同社初。銀座店は1年近く経過してようやく軌道に乗り、オープン間もない旅館の運営には苦労を伴っているようです。飲食店や旅館の淘汰が進む中、ここまでしてなぜ事業拡大を進めるのでしょうか。

「企業は成長するしか道がない。多くの方のニーズに添えていくために事業拡大を進めています」
学生時代から音楽関連のイベントを主催し、驚きや感動を与えることに興味を抱いた細川氏。究極のサービスを目指す意識が高く、それは、「満足を感じさせるサービスの提供」という同社の経営理念につながっています。

コアから離れず体力にあった出店

『晴れる家』では、完全業務委託のFC展開を進めています。同社が運営し、FCオーナーは物件を手配するのみ。売上高ではなく営業利益に対する一定割合の報酬をFC店から得ます。

通常のFCに比べオーナーの負担は少なく、同社にとっても管理しやすい仕組みですが、利益が出なければ同社もリスクを負います。しかし、「それができるくらい、晴れる家ブランドには勝機がある」と自信を持っています。とはいえ、何にでも飛びつくわけにはありません。「フードビジネスというコア事業からはぶれません」と細川氏は真剣な表情。飲食とは無縁の世界に挑戦し、「見事に失敗した」経験から得られた教訓です。また、無理な投資もしません。本当は「石橋をたたいても渡らないタイプ」と自身を分析しており、現在の体力で乗り越えられるか否かを精査し出店を判断。特に、初期投資を抑えた展開に心がけており、実際、既存の店舗・旅館は全て居抜き物件を賃借して活用しています。ただし、サービスや人に対する投資は厭いません。即戦力を養成するための社員教育や福利厚生を充実し、やる気と可能性が認められれば、社員の独立も応援。事実、のれん分けにより元社員が経営している店舗もあります。

現在の課題は料理旅館。高級で利用しにくいというイメージを払拭し、顧客の関心を広げリピーターを増やす策を練っています。目指すは「10年先まで記憶に残る旅館」と胸を張って宣言してくれました。

チャレンジ発注推進事業募集のご案内

福井県では、新しい事業分野を開拓しようとするベンチャー企業や経営革新を目指す中小企業者等が開発した新商品や新役務を認定し、その中から県の各機関が必要とするものを随意契約により購入し、信用力を高めることで、企業の販路開拓を支援しています。現在、認定を希望する事業者を募集していますので、ぜひチャレンジしてください。

○対象となる方

県内に主たる事務所を有する中小企業者、県内で新たに法人を設立しようとする者、企業組合・協業組合・事業協同組合・商工組合・NPO等の個人または法人で、新商品の生産や新役務の提供により新たな事業分野の開拓を実施しようとする方

○対象となる新商品や新役務

以下の新規性と有用性の要件の両方に該当するものです。
新規性(以下のいずれかに該当するもの)
 ・これまでに企業化されている商品や役務とは別のものであること。
 ・これまでに企業化されている商品や役務と同一のものであっても、著しく異なる使用価値があり、実質的に別の商品や役務に属するもの。
 ※企業化＝研究開発段階を終えて、製造や販売を開始すること。

有用性

・事業活動に係る技術の高度化、経営の効率化または住民生活の利便性の向上に寄与するもの。

◆手続き等のフロー



(注)認定自体が新商品や新役務の購入を担保するものではありません。

○受付期間

平成25年5月31日(金)～平成25年7月1日(月)(郵送の場合、当日消印有効)

○申請方法

所定の認定申請書に必要書類(実施計画、法人の場合定款の写し、決算書、その他商品・役務に関する資料)を添付して、福井県産業政策課に提出

福井県産業労働部産業政策課新事業支援グループ

お問い合わせ先 申請先
 〒910-8580 福井市大手3丁目17番1号 TEL.0776-20-0366 FAX.0776-20-0645
 E-mail sansei@pref.fukui.lg.jp URL http://www.pref.fukui.jp/doc/sansei/
 ※ホームページから実施要綱、申請書等のダウンロードができます。

福井発! ビジネスプランコンテスト2013 産学官連携で、あなたの夢を育てます ～ビジネス・アイデア募集中!～

【主催】 福井市・福井発! ビジネスプランコンテスト2013 実行委員会

福井を元気にするようなビジネスのアイデアを募集!

身近な課題を解決したり、あなたの夢を叶えるアイデアを求めています。
 アイデアやプランの提出者の方々には、支援団体・企業からのアドバイスや可能性を見極め、事業化に向けた支援を受けることが可能になります。

【応募方法】

まずは、ビジネス・アイデアシートをご提出ください。
 平成25年9月20日(金)までにビジネス・アイデアシートに記入のうえ、FAX、メール、郵送、または直接持参にて事務局までご提出ください。
 ビジネス・アイデアシートの様式は、以下のホームページから、ダウンロードできます。
<http://www.city.fukui.lg.jp/d260/syoukou/busicon/busicon13.html>
 その後、ビジネス・アイデアシートを提出して頂いた方には、ビジネス・プランシートを作成、提出頂きます。ビジネス・プランシートの作成要領等については、ビジネス・アイデアシートを提出して頂いた方に個別に連絡をさせていただきます。



福井発! ビジネスプランコンテスト2013
 【ビジネス・アイデアシートの提出締切】
 平成25年9月20日(金)
 【ビジネス・プランシートの提出締切】
 平成25年10月31日(木)

特定非営利活動法人アントレセンター「福井発! ビジネスプランコンテスト2013」事務局

応募・お問い合わせ先
 〒910-0019 福井市春山1丁目1-14 福井新聞さくら通りビル1F
 TEL:050-3540-8506 FAX:0776-28-0782 E-mail: bpcentre@eyasaka.jp

読者のひろば

マエダ木工製スツール

1 グッドデザイン

毎回、一つのテーマについて読者の皆様に問いかけ、いただいた声をピックアップして紹介するコーナーです。第1回目のテーマは「グッドデザイン」。今回は初回ということもあり、本誌編集室が独自に募集し選定しました。



代表
前田 智之氏

マエダ木工 <http://maeda-mokko.com/>
 所在地: 福井市細坂町18-6-2
 事業内容: オリジナル家具、オーダー家具の製造



住宅施工主のオーダーにより製作されたもの。建築家の荒谷省午氏(兵庫県)がデザイン・設計を手掛け、前田氏が3脚製作しました。住宅は町屋通りにあり、凹凸のある土間で使用することを考慮。安定性を維持するために3本脚としました。パーツは、足、天板、ジョイント部分のみの簡単な構造ですが、強度や天板部の積層には苦勞を

伴ったようです。また、優しい曲線で角に丸みを与え温かみのある形状を作り出しています。そして、スタッキング(積み重ね)する際に美しいオブジェのような表情を見せるデザインに仕上げられています。家族や友人が楽しく囲らんする風景が思い浮かべ、量産品にはない温かみやこだわりが全面に出ている作品です。

杉を使った家具開発に注力している前田氏が、樹齢100年の県産杉を贅沢に使ったスツール。年輪がくっきり分かるため、シンブルなデザインながらも格式高いスツールに仕上がっています。『金津創作の森』のクラフト展や名古屋の展示会に出展し、好評を得ているようです。

置かれていただけで大きな存在感があり、シンブルな形状ですが、前田氏の繊細なバランス感覚がうかがえます。これからは使い続けていく間、経年変化で面白い味が出てくるのではないのでしょうか。



「町屋仕様」の
 オーダースツール

オリジナルの
 木塊スツール

ご意見・ご提案を求めます

VOL.2のテーマは、**あなたのお奨めの本**

ご提出先: F-ACT 編集室 締切: 7月5日(金)

刺激を受けた、感動した、モチベーションアップにつながった、何度も読み返している、など、大切なことを教えてくれた愛読書・推薦書を募集します。理由を明記のうえ、e-mail、FAX、郵送のいずれかでご提案願います。(連絡先: P22に掲載)

本誌「F-ACT(ファクト)」活用して会社をPRしよう！

企業情報メール便

販路開拓のチャンス！
本誌にチラシを同封できます

本誌では、企業情報メール便（チラシ同封サービス）を毎号実施いたします。配送先は、県内事業所約2,200社です。この機会に、貴社の商品・サービスを幅広く紹介しませんか？



■料金

同封するチラシ・パンフレットのサイズ	料金(税込)
A4判以下のチラシ	8,400円
A4判超～A3判以下のチラシ (二つ折にしてA4判以下のサイズにすること)	12,600円
A4判以下のパンフレット(10ページ程度まで)	16,800円

※チラシ・パンフレット1種類当たり1回分の同封料金です。

ご利用を検討の方は、事前に、電話または電子メールにてご連絡ください。
1号につき約10社まで受け付けます。
なお、申込状況および掲載内容によりお断りする場合があります。

【お問い合わせ先】 下記まで

『ふくいの逸品創造ファンド助成金』利用者募集のお知らせ

当センターでは、地域資源（農林水産物、鉱工業品またはその技術、観光資源等）の特長を活かし、従来とは違った形で付加価値の高い商品やサービスを生み出す新たな取組みを支援する『ふくいの逸品創造ファンド助成金』の事業計画を募集しています。

【助成期間】 平成25年10月（交付決定日）～平成26年9月30日まで

【事業概要】 新商品開発・販路開拓を行うための以下の事業が対象

事業名	助成率・助成限度額
【地域資源を活用した新商品開発・販路開拓支援事業】 (一般枠) 県内の特色ある地域資源を活用	1/2以内・500万円 (販路開拓のみ200万円)
【地域資源を活用した新商品開発・販路開拓支援事業】 (小規模企業連携枠) 小規模企業同士が2社以上連携し、県内の特色ある地域資源を活用	2/3以内・300万円
【農商工連携による新事業創出支援事業】 商工業者・農林水産業者の連携	2/3以内・600万円
【企業連携による繊維産地競争力強化モデル事業】 繊維関連企業の連携	
【小売店との連携による福井ブランドめがね販売モデル事業】 眼鏡関連企業と小売店との連携	

※詳しくは <http://www.fisc.jp> をご覧ください。

お問い合わせ先 | ふるさと産業支援部
電話：0776-67-7406 / FAX：0776-67-7429 / E-mail：i-fund@fisc.jp

お問い合わせは

fisc 公益財団法人 ふくい産業支援センター <http://www.fisc.jp/>

総務部 TEL：0776-67-7414 FAX：0776-67-7401 e-mail：kouhou-g@fisc.jp
〒910-0296 福井県坂井市丸岡町熊堂第3号7番地1-16 (福井県産業情報センタービル内)

皆様の声を
お聞かせください！

「○○が面白かった、ためになった」、「△△をもう少し□□にしたらどうか」、「●●のテーマについて紹介して欲しい」、「▲▲会社がやっている■について取り上げて欲しい」など、本誌を読んだ感想や、要望など、皆様のご意見をお待ちしております。

編集後記

◆昨年度まで発行していた『FLOM』から、新しい情報誌『F-ACT』に生まれ変わり、無事、創刊号を発行することができました。これまで以上に身近でタイムリーな話題を選定するとともに、ページ数を増やし、新分野への挑戦や経営課題への解決など、積極的にがんばっている企業を豊富に紹介していきます。ご愛読、どうぞよろしくお願いいたします。◆創刊号の今回は、事例として県内企業6社取材しました。東京に拠点を置く山口工芸と山久漆工は共に漆器業者。メイン事業は異なっても、伝統技術を守りながら新しい感性や技術をコラボした商品展開を行っています。武生特殊鋼材では、熟練の技術者の方々が文部科学大臣から受賞を受け、若い世代へと引き継がれようとしています。…となると、伝統の技を巧みに駆使するベテランと、先端的な技術を持つ若手が、チームを組み商品開発に結び付けている事例というのも、今後、本誌で紹介できれば。取材で今後の企画のヒントを得た感じです。もちろん、オールコネクトのような若手の総結集も魅力があります。岩井社長の「仕事に楽しさを」という信念。それを、全社員が共有できる社風には、もの凄いパワーを感じました。(編集室)

新聞記事から集めた
県内企業の
新商品・新規事業

■ 収集期間：平成25年3月1日～5月31日
■ 収集対象：福井新聞、日刊県民福井、日本経済新聞、毎日新聞、朝日新聞
当支援センターが収集している新聞記事の中から、県内企業の新商品・新規事業に関する記事をピックアップしました。
ここで掲載した情報は、ホームページでもいち早く確認できます。— <http://www.fisc.jp/newspaper/>

【食料品・飲料】	
自社ブランドでの菓子製造に乗り出し、第1弾として県産のコシヒカリ、ナツメ、若狭梅、ラッキョウ等を使った菓子「クーベルチュール」を開発へ。	横井商店(福井市)
県産コシヒカリをつなぎに用いた、さつま揚げ「ライスボール」を商品化。県内ハーツ各店や学校給食、病院食、贈答向けなど県外への展開狙う。	むぎや蒲鉾(福井市)
西武福井店地下に総菜専門店をオープン。50グラムからの少量販売に対応し、安全、健康に配慮したメニューを約30種類を販売するのが特徴。	デリアテール(福井市)
セルフサービスフローズンヨーグルト専門店「パーティランド」(大阪府)のFC店「福井空港道路店」がオープン。同チェーン初の路面店で中部初進出。	ユトリPK(福井市)
眼鏡フレームをかたどった菓子「眼鏡堅麺(パン)」を開発。全国的眼鏡店に販売促進として売り込むほか4月下旬から県内JR主要駅等で販売。	越前夢工房、ヨーロッパパンキムラヤ(鯖江市)
地元特産の香りの良い紅映梅を使った梅酒「UMECHU38」を開発。「甘くない男の梅酒」をうたい、ブームの外にいた男性に訴える。	エコファームみかた(若狭町)
県産の六条大麦を使ったレトルトカレーとシチューの販売を開始。小麦アレルギーでも安心して食べられ、食物繊維も豊富。常連客の要望でレトルト化。	福井大麦倶楽部(福井市)
日本酒をベースに「木田ちそ」を使ったリキュールを産学連携で開発。アレルギー軽減等に効果が期待されるロスマリン酸を多く含むのが特徴。	舟木酒造、西岡河村酒造(福井市)、 県食品加工研究所(坂井市)、 県立大学(永平寺町)
サバのへしこを使った「越前鯖へしこバター」と「越前鯖へしこチーズ」を商品化。パスタの隠し味やパンにつけて洋風を楽しむなどの用途も。	初味寿司本店(福井市)
三方五湖の1つ、水月湖(若狭町)の湖底堆積物のしほ模様の「年縞」をイメージしたスイーツを開発。年縞を広く知ってもらおうと町の依頼がきっかけ。	岡本善七製菓(若狭町)
昆布リキュール「昆布海道ふくい 薄曳」を開発。奥井海生堂(敦賀市)の最高級リ尻昆布を、畠山酒造(南越前町)の純米酒に漬け込み製造。	ウタ、奥井海生堂(敦賀市)、 畠山酒造(南越前町)
アラブ男性の伝統的なスカーフ「カフィーヤ」で瓶を包んだユニークな地酒を限定販売。日本酒やワインにはないエスニックな外観が特徴。	わかさ富士(小浜市)
無農薬無化学肥料の「コウノトリ呼び戻す農法米」を使ったギフト商品「HUG米(ハグまい)」を企画。米を卵の容器に入れ、出産・結婚の祝い返し用に。	トライアド(越前市)
【繊維/衣服】	
化学製品メーカーなどと共同で、筒状炭素分子のカーボンナノチューブを織り込んだ繊維で融雪装置を開発。従来型と比べ消費電力を2割抑制。	松文産業(勝山市)
福井大学医学部と連携して、研修医向けに手術などの際の縫合を練習できるキットを開発。研修医向けテキストを発行する出版社と組んでセットで販売。	ホソダSHC(福井市)、福井大学(福井市)
燃料の水素を貯蔵する高圧タンクの開発を本格化。精製した水素をガソリンスタンドの代わりに「水素ステーション」まで搬送する際の樹脂タンクが用途。	丸八(坂井市)
初の自社ブランドとなる女性用リバーシブルレギンス「i+F(イフ)」を広島市のセレクトショップでテスト販売。プリントではなく編みで表現したのが特徴。	ファインモード(越前市)
抗菌や消臭効果のある銀ナノ粒子を高密度で付着させたマスクを開発。染色加工の技術を生かし、綿ガーゼの生地特殊処理する。	ウエマツ(福井市)
【金属/機械】	
業界最高水準の対衝撃性能を持つ引き戸「シャトルドア匠G85」を開発。上吊り式にしたことで900グラムの方で開く操作性が特徴。	山金工業(福井市)
2014年春、金属を原料とする人工歯根(インプラント)用の極小粒子の量産を発表。今後、化粧品や染色といった分野の素材開発にも取り組む。	ナノリサーチ(福井市)
【眼鏡】	
高性能カメラやマイク搭載眼鏡「viewっとめがね」を開発。NTTネオメイト(大阪市)が販売を開始。災害現場の状況把握や機器保守の遠隔支援などを想定。	三工光学(鯖江市)
【商業/サービス】	
坂井市三国町橋に料理旅館「はれや旅館」がオープン。飲食店を展開するソーホーズインターナショナル(福井市)が宿泊業を営むのは初。	ソーホーズインターナショナル(福井市)
インターネットで注文を受け付けて夕食食材を宅配する新事業「夕食.net」に乗り出す。ネットを日常的に利用する若年層を中心とした顧客の要望に対応。	ヨシケイ福井(鯖江市)
歌手の森昌子さんがプロデュースした「サイモの煮っ転がし」を商品化。新曲をPRするコラボ企画として売り出す。	大津屋(福井市)
タブレット端末でガス機器の説明や省エネ対策、保安点検を可能にした会員向けアプリを開発。消費者への訪問時などで利用を開始。	福井県ルビーガス協会(福井市)
JR東京駅前の商業施設「KITTE(キッテ)」に山口工芸(鯖江市)、金子眼鏡(鯖江市)の2社が出店。	山口工芸、金子眼鏡(鯖江市)
北陸3県のネットショップコンテストで、応募192サイトの中から、個人向けカメラ修理サービスのサイトがグランプリを受賞。	フクイカメラサービス(福井市)
2012年8月に廃止したポイントカード制度を全店舗で再開。低価格路線は変更せず、ポイントとの両立を図る。	ゲンキー(坂井市)
「BAPE KIDS」を展開するノーウェア(東京都)から、漆塗り箸と越前和紙のカチューシャを発売。箸は土直漆器(鯖江市)、和紙は瀧(越前市)が提供。	ジュエラ(鯖江市)、 土直漆器(鯖江市)、瀧(越前市)
通販サイト「ゼクシィStore」が扱う「両親贈呈ギフト」に、ブライダル用手作り木製時計「3連時計」が紹介される。	木工房蔵(越前市)
【情報産業】	
異業種の人達がオフィス空間をレンタルで共有する「コワーキング」用のスペース「さばえのまど」を、同社が入居するビル内にオープン。	エムディエス(鯖江市)
人材コンサルティング会社ピーバイエス(東京都)と連携し、経営ゲームを使った就職活動イベントの展開を開始。	双申(南越前町)
福井県内の釣り情報を提供するスマートフォン版サイト「FishingFUKUI」を立ち上げ。釣果情報や釣り方の詳細などを掲載。	メディアリンクス(福井市)
電子書籍の出版事業に乗り出す。誰でも原稿を持ち込めば有料で電子書籍化し、希望者には出版社本専用のHP製作等PR活動も別料金で請け負う。	ドゥ・カンパニー(福井市)
スマートフォンで壊れたパソコンの遠隔修復を行うシステムを開発。本社で一括して保守管理ができることから、大企業など向けに販売見込む。	SBシステム(福井市)
取引相手に良い印象を残し、仕事の効率を高める電子メールの書き方に関するDVD教材を発売。	ウォンツ(鯖江市)
来店者のスマートフォンに文字情報を送り、無料クーポンやポイントを付与できる販促システムを開発。短時間で多くの顧客にデータ配信できるのが特徴。	システムデザイン(福井市)
楽天市場「ショップ・オブ・ジ・エリア2012北陸・甲信越エリア」に、ゲンキー(坂井市)・エクセレントメディカル(福井市)・越前前に職人甲羅組(敦賀市)の3店舗が選出される。	楽天市場ゲンキー(坂井市)、 エクセレントメディカル(福井市)、 越前前に職人甲羅組(敦賀市)

あなたの夢を応援します！

ふくしん

新事業（創業）

支援資金

福井信用金庫

《商品概要》

- ご利用いただける方

当金庫の営業地区内で新たな事業を6ヶ月以内に開始するか、または開始してから3年以内の法人または個人事業者
- お使いみち

運転資金、設備資金
- ご融資限度額

500万円以内（設備資金は当該所要資金の100%まで）
- ご融資期間

運転資金（7年以内）、設備資金（10年以内）
- ご融資形式

証書貸付
- ご返済方法

毎月元金均等返済または毎月元金均等返済（元金据置2年以内）
- ご融資利率

2.925%
変動金利（当金庫新長期プライムレートに連動する即時変動金利型）ご融資利率の見直し基準日は新長期プライムレートの変更日とし、前回基準日（借入後最初の変更の場合は借入日）における基準金利と変更日の基準金利の変動幅と同じ幅でご融資利率を変動します。
- 保証人

経営者以外の第三者保証人は原則として不要です。

 - ・法人の場合・・・代表取締役
 - ・個人事業者の場合・・・共同経営者の方は保証人となっていただきます。
- 担保

原則不要です。但し、申込内容により必要となる場合があります。
- 手数料

・契約締結時手数料 10,500円
・繰上完済および一部繰上返済 5,250円
・条件変更 31,500円
- その他

*お申込みに際しては、所定の審査をさせていただきます。結果によっては、ご希望に沿えない場合もございますので、あらかじめご了承下さい。
*現在の融資利率やご返済の試算につきましては、当金庫の本支店までお問い合わせ下さい。

（平成25年4月1日現在）

店頭で説明書をご用意しております。

