

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] 「女性視点」での商品開発・

女性をターゲットにした商品開発

vol.20



2 ショップ探訪 グラスムーン (福井市)



チタンジュエリーには 鯖江の技術が つままっている!

アクセサリーブティック、グラスムーンのオーナー、玉邑園栄さんのところには、他店で購入したアクセサリーも含め、全国からたくさんの修理依頼が来ている。「プレゼントされたものなど思い出が詰まったアクセサリーは、修理しても長く使いたいと思う女性が多いです。他店で修理を断られて諦めていたお客様の喜ぶ顔を見るのがとても嬉しいですね」と話します。

「自分と同じように、金属アレルギーであったり、女性には自分の好きなものを身に付けておしゃれを楽しんで輝いてほしい。そんなお手伝いがこれからのしたいと思います。」

店内には、素敵なアクセサリーがたくさん。玉邑さん自身が作られたものもたくさんある。

武内さんが見る 女性視点ポイント

- 1 思い出の詰まったアクセサリーの修理や金属アレルギーの女性向けチタンジュエリーの製品化など女性だから気付く、女性のニーズを汲み取りビジネスに

シーンに合わせてオーダーメイドも 行っています。

他店との すみわけも できていますね。



SHOP INFO

福井市北四ツ居2丁目2-9
☎0776-53-6360
🕒11:00~19:00
📅毎週土曜日・第2日曜日

「デザイナーさんと行く! 売れ筋商品に見る 女性視点 ショップ探訪」

“女性視点”を取り入れた商品やサービスって、たとえばどんなものがあるんだろう? 実は、巷の身近な商品やサービスには、“女性視点”が活かされた商品がたくさんあるんです! そんな商品を探しに、デザイナーの武内展子さんとショップ探訪に出掛けてきました!



敦賀市のリカーショップ「ケセラセラ」

3 ショップ探訪 ケセラセラみやもと (敦賀市)



「みやもと」で売れ筋商品となっているのが、オリジナル商品「914東浦みかんビール」。淡いタッチで描かれた地元特産の東浦みかんのイラストパッケージと、みかんの風味が感じられるさわやかなテイストが特徴です。「東浦みかんを白い薄皮付きのまま熟をせず手搾りすることで、東浦みかんの持つ酸味とうまみをビールの味に引き合わせました。ビールも果汁ブレンドだからといって軽いテイストのものではなく、苦みも感じられる、麦芽100%の品質にこだわりました。みかんの果汁とビールの苦みのベストバランスを見つかるまでに、納得いくまで何度も試作品を作り、妥協をしなかったそうです。

「果汁を加えたビールですが、ターゲットを女性に絞っていたわけではないんです。でも、結果的に「ビールが苦手だったがこれは飲める」「いろんな料理に合わせて楽しめる」と、女性から好評いただくと、女性からご好評いただくことが多いです」と開発を担当した宮本佳奈さん。「価格が500円と高めですが、おいしさを評価していただいで、リピートして下さっている方が多いです。女性もいろんな場所に出ていく機会が増えたので、好みの幅が広がっているのだと思います。」



ワインや地酒、クラフトビールからチーズ・生ハムまでなんでもそろそろ。

武内さんが見る 女性視点ポイント

- 1 女性だからと“甘め”“軽め”にしない。品質にこだわった本格派がヒットの要因
- 2 女性には“見た目”が大事。女性に好まれるやさしいパッケージデザイン

「914」は、敦賀の郵便番号の最初の3ケタと、地元の野坂岳の標高914メートルが由来なんですよ。

914東浦みかんビール



SHOP INFO

敦賀市奥竹町1丁目40-17
☎0770-22-0537
🕒10:00~20:00 (日・祝は~19:00)
📅第3火曜日



3 ショップ探訪 ataW (アタウ) (越前市)



時間は計れないが、泡が出来る姿とポコポコと響く泡の音を聞きながら時間を忘れ、時間を楽しむための道具、Awaglass。女性に売れている商品だそう。

2015年11月、株式会社関坂漆器の直営する小売喫茶店の「与十郎」が、セレクトショップ「ataW (アタウ)」としてリニューアルオープン。これを機に、30~40代の若い層、特に女性を中心に取込みたいと、内装デザインと商品セレクトを刷新したと話す、株式会社関坂漆器の次男で、デザイナーの関坂達弘さん。「お店のターゲットとして、女性に視点を置いたのも、様々な商品に興味を持つのは女性だからという理由があります。そのため、たびたび来ていただいても女性にとって楽しく居心地の良い空間を作ることが重要だと考えました。店内に置かれている商品は、漆器だけでなく、国内外の作家がデザインした食器や洋服、靴、アクセサリー、生活雑貨など、どれも個性豊かな商品ばかり。見ているだけでも十分楽しむことができます。そのほか置かれている商品は女性向けのものだけでなく夫婦やカップルで楽しめるペアグラスや、ユニセックスで着られる服など、女性が男性と楽しめる商品を置くなどの工夫もされています。」

お店の運営は、達弘さんのほか、店長を務める妹さんお母様のご家族3人で意見を交わしながら行っているそうです。

女性のお客様が増えました。

見ていて楽しい商品セレクトですね。

武内さんが見る 女性視点ポイント

- 1 女性が見て楽しんで、何度も足を運んでもらえる商品セレクト。毎回小さな驚きを見せる楽しさが続くような仕掛けづくり
- 2 隠れ家的な立地とミュージアムのような雰囲気、女性が居心地の良い空間に



SHOP INFO

越前市赤坂町3-22-1
☎0778-43-0009
🕒11:00~18:00
📅水曜日・木曜日(祝日は営業)

CONTENTS

01 特集 「女性視点」での商品開発・女性をターゲットにした商品開発

- ・イントロダクション
- ・デザイナーさんと行く! 女性視点ショップ探訪
- ・対談企画
- デザイナー事務所 [GOOD MORNING]
- 三田村敦 氏 × 真田悦子 氏 夫妻
- ・企業事例
- ㈱エコーファームみかた / 福井トヨペット㈱
- ㈱ファム・ベルシエ
- ・完成への道のり(特別版) 越前女紙倶楽部
- ・津田 均会長にインタビュー

13 表紙の女性視点商品のご紹介

14 今月の社説

15 「第3の目」の使い方~コンサルティング活用のススメ~

17 脱! ITオンチ経営

18 福井のスゴ技! 探訪 snowcave

19 飛躍する経営者たち 浦谷兵剛 氏 梶兵左衛門

20 グッドデザインシンキング

GOOD MORNING

夫婦で語る“女性視点”

“女性視点”って、
いったい
何なんだろう



三田村 敦氏 × 真田 悦子氏

夫婦でデザイン事務所「GOOD MORNING」を営む三田村敦氏と真田悦子氏。パッケージデザインやロゴデザインを得意とし、個人経営の店舗から、大手企業、行政まで、幅広い顧客を抱えています。ユニークなのは、夫婦+女性デザイナー1名、計3名のそれぞれが自らのデザイン案を出し合い、クライアントに提案するという社内コンペの様な独特のスタイル。デザインのプロセスの中で、どのように“女性視点”が活かされているのでしょうか。お二人に伺ってきました。

「普段どのようにデザインのお仕事を進められているのでしょうか。」

三田村 案件ごとに、誰が中心となってプロジェクトを進めるかを決めていますが、これまでの経験によってお互い得意な分野が違っているので、得意不得意を補い合いながら、チームで仕事をしています。

真田 デザインプロジェクトの進行については、私の方が先回りして段取りを考えるのが得意だと思っているので、長期的なプロジェクトは私が担当。逆に短期的なものや、瞬発力が必要なプロジェクトは三田村が担当する方が上手く行きますね。

これはデザインの仕事に関わらずですが、男性って、一つのことに集中しがちです。女性にはマルチタスク型ですね。同時に二つのことができるというのか、家事や育児にしてもそうです。

「普段、デザインのお仕事の中で、“女性”を意識してデザインをされることはありますか？」

三田村 商品パッケージのデザインを考えると、ど

売り場に足を運ぶことも女性の方が
多いよね。



ここでどう売られるか、商品のターゲットが誰かということが大事です。クライアントから女性が必要なターゲットだと言われればもちろん女性を意識してデザインしますが、むしろ「男の人がターゲットです」という商品は少ないかもしれません。

真田 実際、売り場に足を運ぶことは女性の方が多いですからね。家計の財布の紐もたいてい女性が握っていますし、どんな商品にしても、基本は女性に買われることを意識しています。食品パッケージなんかは特にそうですね。

三田村 例えば、このみりんのボトル（写真①左）はまさに女性に手に取ってもらうことを意識してデザインを考えました。

真田 お店でみりんを選ぶのは、ほぼ女の人ですからね。それにこのみりんは、とても原料や品質にこだわって

いて調理用ではなく「飲む」みりんとして作られた商品で、例えば、牛乳と割ってカクテルとして飲むこともできるんです。一般的なみりんと違った高級感を、デザインで表現したいと思いました。

三田村 20代後半から30代の女性にとって受け入れてもらえるものにしたかった。このときも3人で10パターンぐらい案を出し合いました（下の写真）。高級感と差別化を出しつつ「みりん」らしさをどの程度残すかが難しかったですね。文字だ



けでもかなり印象が変わります。この「mirin」（右下）なんか、差別化はできてるけど、見てすぐみりんと分かるにくい（笑）。

真田 最終的に選ばれたものは「上品な女性らしさ」が一番よく表されていますよね。こんな風に、ターゲットが女性だと言っても、どのあたりの女性をターゲットとするのか、いろいろな振り幅を持たせられるのがデザインの持つ強みですね。

三田村 真田はクライアントの現場に行くと、「一人の女性消費者としてこの商品どう思いますか。」と意見を求められることも多いん

商品のターゲットが誰かを意識することがとても大事だね。



女性視点ポイント

- 新商品のデザインを考える際には、常に売り場をイメージすることが重要。来店頻度が高く財布の紐を握っている女性の好みを意識する必要がある
- 男性の思う、女性向けのイメージは女性の本音とは違う場合も多い。女性の好みをつかむためには、女性の声を取り入れていくことが大事

「夫婦でやっていてよかったと思うことはありますか？」

三田村 パッケージデザインをするときは実際の売り場リサーチがかなり大事なんです。やはり、一人で女性用商品の売り場リサーチに行くには勇気がいられます。デザインに対して女性としてリアルな意見をもらせるのでありがたいですね。

真田 やはり、実際に使っている女性じゃないとわからないこともありますね。

のやりとりの上での話ですけど、男性よりも女性の方がやわらかく物事を伝えられますよね。だから、言いにくいこととか、クライアントに対して違うんじゃないかと思っただけは、「あとでこれ（クライアントに）言っといて」とってお願います。これもあります（笑）。

真田 「もうちょっと気を遣って言わないとだめだよ」とって思うこと、しょっちゅうある（笑）。それ、そのままストレートに伝えちゃダメでしょ、って（笑）。

さまざまな商品のデザインをされている「GOOD MORNING」さんの作品をいくつかご紹介いたします。①対談の中で登場したみりんのお酒「蜜醃酒」(左)とめがね米(右)②大手飲料メーカーの緑茶パッケージデザイン③2016年5月に開催された鯖江市めがねフェスのポスターデザイン④ロックで飲む専用の日本酒「SAKURA ROCK」のパッケージデザイン



株式会社エコファームみかた
 http://www.ecofarm.jp/
 所在地：三方上中郡若狭町鳥浜59-13-1
 電話番号：0770-45-3100
 代表者：新屋明氏
 資本金：8,030万円
 従業員数：6名
 事業内容：梅園栽培、梅加工品製造・販売

写真の商品説明：(左手より) ルージュエクラ：ローズエキス入りでほんのりとした紅色が美しいボトルに、梅模様が浮かび上がるおしゃれなデザイン。従来の梅酒とは違った女性ならではの視点が活かされている。/ BENICHUシリーズ：樽熟成19°、微糖の20°、無糖の38°。ラベルやネーミングも含めて男女が一緒に飲むことを意識した商品構成。男性を想定した甘くない38°は意外にも女性にヒットしているそう。/ 紅姫：若狭路女将の会わかさ会会員の旅館やホテルで食前酒として提供されている商品。カラーゲン入りで女性客に人気。



客室乗務員と梅酒のテイスティングについて打ち合わせする様子



女性客室乗務員とコラボし「ワイン調」梅酒を開発

株式会社エコファームみかた

本県の名産である『福井梅』の栽培や、加工品製造・販売を手掛ける、株式会社エコファームみかた。同社は先ごろ、ワインにヒントを得た梅酒を発表し、本格的に販売をスタートさせました。全日空の女性客室乗務員（CA）と共同開発したという同商品。約半年の開発プロジェクトを通じて感じた「女性ならではの視点」について、代表取締役の新屋明氏に伺いました。

梅酒愛飲者の9割は女性「女性視点は不可欠」

2000年、若狭町内の水田保全を目的として水稲事業からスタートした同社。梅酒を手掛けるようになったのは設立2年目ごろで、他社から製造設備を譲り受ける形で事業が始まりました。

以来、大都市に本拠を置く複数の酒販店と共同開発したプライベートブランド（PB）商品、若者のアルコール離れを逆手に取った梅果汁入り清涼飲料「大人のぜいたく果汁」、男性からの「梅酒は甘くて苦手」という声を基にした甘くない梅酒「BENICHU H U」など立て続けに商品を発表。「BENICHU」では、地元商工会を介して知り合った本県出身のソムリエ/トータル飲料コーディネーター・友田晶子氏の助言を受けるなど、徐々に女性視点を意識した商品開発を進めるようになりました。

新屋氏は「梅酒は愛飲者の9割が女性というアルコール飲料で、梅酒の付加価値づくりに女性視点は欠かせません。もともと、女性だから甘

味の方向性を決めていったそうです。

ソムリエ資格も持つCAの意見を基に、ローズエキスでロゼワイン風に色付けしたり、カナダ産はちみつで甘みを加えたりと「こだわりの味わい」に。商品名もCAの意見を基に、フランス語で「輝く紅色」を意味する「ルージュ・エクラ」と命名し、優しいタッチで描かれたイラストや流麗な書体でラベルデザインをまとめました。

い酒を好むとは一概に言えず、無糖の「BENICHU 38°」と微糖の「BENICHU 20°」では、「38°」の方に女性ファンが多いんですよ」と明かします。

CAとの共同開発梅酒発表会で高い評価獲得

では、今年3月にお目見えした「ルージュ・エクラ」に話題を移しましょう。同商品の開発は昨年6月ごろ、福井県観光営業部から同町を通じ、「県の特産品を生かして全日空と共同で商品開発を行いたい」という相談が持ち込まれたのがきっかけでした。

プロジェクトには、全日空の社内公募に応じたワイン通のCA2人が参加。7月に初めてのミーティングを行い、「BENICHU 38°」と比較的甘めの「梅丈」という2銘柄を試飲してもらったことからスタートしました。CAからの「ワインと同等のアルコール度数で、ワインに代わる飲み方ができる梅酒を」との希望を受け、アルコール分12%の「梅丈」をベースに

都内で行われた発表会では、開発に関わったCAがイメージ通りの味わいとデザインで大満足。「自信を持って友人に紹介できる商品でクチコミでも広めたい」と話し、一般来場の女性客からは「キャッチコピーの通り、ロゼワインのよう」「どんな食事にも合いそうなので食中酒で楽しんでみたい」「プレゼントにしたくなるすてきなパッケージ」などの感想が寄せられたとのこと。全日空の通販サイトでの販売も始まり、認知度をじわじわと高めています。

アジア圏の女性に向けた高級志向売りに展開も

今年2月には、嶺南地域にある旅館・ホテルの女将などをつくる団体「若狭路女将の会わかさ会」とのPB商品「紅姫」も発表しました。同商品は、女将たち自らが昨シーズンに収穫した福井梅を材料に1000本限定で製造。女将たちの「若狭のおいしいものを知ってほしい」という思いを具現化するべく、

「美」を想起させるカラーゲンを配合したり、女将がデザインしたキャラクターをパッケージに配するなどして特徴を際立たせました。

「ルージュ・エクラ」や「紅姫」の開発を通じて、女性のアイデアは男性と全く違うのだと感心しました。飲むシーンや合わせる料理にまで考えをめぐらせる、豊かな発想力がすばらしいです。当社では従来、外部の男性デザイナーとともにターゲットニングやパッケージデザインなどを考えてきましたが、こうした商品は男性の発想だけではできなかったでしょうね」と新屋氏。

今後、中国やシンガポールなどアジア圏の女性をターゲットに、高級志向を売りにした展開も進めたいとも。「酒に関する最新情報を持つ専門家とのつながりを深めたり、酒販店さんとのコラボレーションを重ねたりと、やるべきことはまだまだたくさんあります。」と表情を引き締めます。



ラベルのデザインは、CAの意見でワインボトルのデザインを参考に、紅映梅畑をイメージさせるおしゃれな雰囲気。書体もデザイナーと何度もやり取りをするなど、こだわりポイントがたくさん反映されている。



新屋明氏

株式会社ファミ・ベルシェ



谷崎 由美子氏

女性の本音を活かしたマーケティング事業
女性消費者の声を企業にフィードバック

2004年、共働きの多い福井の女性が笑顔になれて、かつ、役に立つ情報を提供することで、頑張っている女性を応援したいと創刊した月刊「Fam(ファミ)」。そんな同誌を発行する株式会社ファミ・ベルシェの女性視点を他社に提供するユニークなサービスについて、代表取締役社長の谷崎由美子氏に伺いました。

「たとえば、クライアアントが美容室だとして、3千円までしか出さない人に、客単価5千円を設定している店舗に行ってもらってもリアルな意見が得られないので意味がないんです。こちらでちゃんとクライアアント企業のモニター像にあった会員をあらかじめ選定する必要があります」。

同社のマーケティング事業の特徴は、「Bona(ポーナ)」。*会員のデータから、クライアアント企業のモニター像に当てはまる方をスタッフがしっかりと選定し、店舗に行ってもらうという点です。

「たまたま、クライアアントが美容室だとして、3千円までしか出さない人に、客単価5千円を設定している店舗に行ってもらってもリアルな意見が得られないので意味がないんです。こちらでちゃんとクライアアント企業のモニター像にあった会員をあらかじめ選定する必要があります」。

読者会員を活かしたマーケティング事業

さらに、会員に店舗に行ってもらう前には必ずファミ・ベルシェ本社に一度集まってもらい、どういうところを見てきてほしいか、事前打ち合わせを行って、今回のモニターの目的を意識したうえで店舗に行ってもらうとのこと。もちろん店舗の方では調査を依頼した社長以外、覆面調査が入っていることは知りません。

「ぐりんば」は結成されて今年で6年目。活動の効果もじわじわと感じるようになってきたそうです。

女性の本音は企業のサービス・商品改善のカギ

「ぐりんば」の活動をサポートする川端課長も女性の力は企業に必要だと語ります。「車の営業でも、昔はお客様の接待でお酒やゴルフなど当たり前のようにありましたが、今はプライベートなどろには入ってこれたくないと、今はお客様が多くなりまして、ですから、お客様と対面している時や、電話で対応する

「ぐりんば」の今後の目標を尋ねたところ、女性向けの車のトラブルマニュアルを作成することだそう。「他県のトヨペットで、急にエンジンがかからなかった時はどうしたらいい？」車の警告音が止まらなかつたらどうしたらいい？など本場に初歩的なことをまとめた冊子を作られたところがあります。男性にとっては当たり前のようにわかることであっても、女性には知らないことってたくさんあるんです。そうした女性しか気づかない、わからないことをまとめた冊子ができれば、と考えています」と、今後も女性視点でのサービス向上に意欲的に取り組んでいかれる様子です。

「ぐりんば」の今後の目標を尋ねたところ、女性向けの車のトラブルマニュアルを作成することだそう。「他県のトヨペットで、急にエンジンがかからなかった時はどうしたらいい？」車の警告音が止まらなかつたらどうしたらいい？など本場に初歩的なことをまとめた冊子を作られたところがあります。男性にとっては当たり前のようにわかることであっても、女性には知らないことってたくさんあるんです。そうした女性しか気づかない、わからないことをまとめた冊子ができれば、と考えています」と、今後も女性視点でのサービス向上に意欲的に取り組んでいかれる様子です。

「ぐりんば」の今後の目標を尋ねたところ、女性向けの車のトラブルマニュアルを作成することだそう。「他県のトヨペットで、急にエンジンがかからなかった時はどうしたらいい？」車の警告音が止まらなかつたらどうしたらいい？など本場に初歩的なことをまとめた冊子を作られたところがあります。男性にとっては当たり前のようにわかることであっても、女性には知らないことってたくさんあるんです。そうした女性しか気づかない、わからないことをまとめた冊子ができれば、と考えています」と、今後も女性視点でのサービス向上に意欲的に取り組んでいかれる様子です。

株式会社ファミ・ベルシェ
http://www.famverce.jp/
所在地：福井市高木中央2丁目3406 フリージア高木1F
電話番号：0776-52-7600
代表者：谷崎 由美子氏
資本金：500万円
従業員数：4名
事業内容：女性向けフリーペーパーの発行、広告制作等

※[Bona(ポーナ)]ファミ・ベルシェ読者で作られる会員制クラブで、現在の会員数は約730名。主に、県内在住の30~40代のアクティブな女性が多く、家庭と仕事を両立させ、自ら魅力的な情報を採り出す、パワーを持った女性達で構成されています。会員になると、メンバー限定のイベントに参加することができたり、無料の新品モニター体験、ヘアカットモデル体験をすることができます。



本音が飛び交う調査報告の様子

福井トヨペット株式会社



三谷 絵理氏

女性ならではの視点からサービス改善
女性の能力を積極的に活かす環境づくり

福井トヨペット株式会社では、各店舗から営業や事務の女性スタッフが集まり、女性だけのチーム「ぐりんば」*を組織、女性視点でのサービス向上活動をされています。「ぐりんば」チームリーダーの三谷絵理氏に、活動内容と活動を通して見えてきた、女性視点の大切さについて伺いました。

女性視点での店舗づくり、イベントの企画

「ぐりんば」結成のきっかけは、2010年に全国のトヨペットで発足した「奥さまのミカタプロジェクト」。男性視点とは違う「女性目線・母親目線」で女性のお客様も利用しやすいお店づくりを目指すプロジェクトです。「ぐりんば」の活動として特徴的なのが、女性視点での店舗巡回。巡回の日にちを定め、各店を一日かけてメンバー全員で巡回します。トイレには備品がきちんと配置されているか、お子様連れでも退屈しないようにキッズスペースは工夫されているか、授乳室は機能できる状態になっているか、店舗に季節感のある装飾がされているか、など男性では気づきにくい、女性のお客様目線で見ると、居心地のよい店舗の雰囲気づくりができていないかを厳しくチェックします。こうした地道な活動を継続することがとても大事だといえます。

女性ならではの視点、特性を活かしたサービスが求められる時代

「ぐりんば」は結成されて今年で6年目。活動の効果もじわじわと感じるようになってきたそうです。「ぐりんば」の活動をサポートする川端課長も女性の力は企業に必要だと語ります。「車の営業でも、昔はお客様の接待でお酒やゴルフなど当たり前のようにありましたが、今はプライベートなどろには入ってこれたくないと、今はお客様が多くなりまして、ですから、お客様と対面している時や、電話で対応する

「ぐりんば」の今後の目標を尋ねたところ、女性向けの車のトラブルマニュアルを作成することだそう。「他県のトヨペットで、急にエンジンがかからなかった時はどうしたらいい？」車の警告音が止まらなかつたらどうしたらいい？など本場に初歩的なことをまとめた冊子を作られたところがあります。男性にとっては当たり前のようにわかることであっても、女性には知らないことってたくさんあるんです。そうした女性しか気づかない、わからないことをまとめた冊子ができれば、と考えています」と、今後も女性視点でのサービス向上に意欲的に取り組んでいかれる様子です。

福井トヨペット株式会社
http://fukuitp.com/
所在地：福井市幾代2丁目1424-1(本社)
電話番号：0776-21-1010(代表)
代表者：浮田 啓三氏
資本金：5,000万円
従業員数：220名
事業内容：トヨタ系自動車ディーラー

※「ぐりんば」って何？名前の由来は？福井トヨペットの女性活動チームの愛称で、グリーンパーティーの略。会社のイメージカラーの「グリーン」と、ワイワイが集まる感じの「パーティー」という言葉を組み合わせ「ぐりんば」になったそうです。



店舗巡回後のミーティング風景



川端 浩喜氏

特別版

完成への道のり

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します。

女性視点のものづくりで、越前和紙の良さを伝える

越前女紙倶楽部



石川 靖代氏

ゆるいクラブ活動感覚 協力し無理なく続ける

午後7時半、越前女紙倶楽部の会合に参加するべく、メンバーたちが越前和紙の里パピルス館の一室に続々と集まってきました。

「みなさん昼間は越前和紙に関わる仕事をしていて、結婚していたりお子さんがいた



夜、女紙倶楽部メンバーで集まり、企画会議

りする方もいます」と言う石川氏。公私共に多忙なメンバーの負担にならないよう、会合は不定期に開催。「仕事を終えた後、夕ごはんの片付けを済ませてから来られるように」と、集合時間も遅めに設定しています。取材に伺った日は、次に出すオリジナル商品やワークショップの企画をテーマに話し合いが進みまし



メンバーが自社の和紙など持ち寄り、試作品づくり

た。「おやつを食べながら、近況などいろんなことをおしゃべりして、その日のテーマに入る。ゆるいクラブ活動みたいな感覚ですね」と微笑みます。



福井市内に向いてワークショップ

ます。その一方、ものづくりやワークショップを行うときは、「そのとき行ける人が参加し、行けない人は別の機会に来てもらう。その人の状況にあわせて無理せずみんなで協力しあえるよう、あえてゆるめにはしています」と、女性ならではの心遣いを語りま



子供向け和紙での風車づくり体験

得意分野を持ち寄った女性視点のものづくり

女性の視点を生かしたオリジナル商品の企画・開発・製造から、ワークショップや講習会、多様なプロジェクトへ

の対応など、同倶楽部の活動は柔軟かつ多彩です。「メンバーが働く会社の越前和紙は、手漉きもあれば機械漉きのももある。だからこそ、それぞれ出てくるアイデアや得意とすることが違って

て、可能性が広がります」と強みを語ります。なかでも試行錯誤して作りあげたオリジナル商品には、「女性ならではの視点やアイデアが息づいている」と胸を張る石川氏。「例えば、



1 メンバーが所属する15社が製造する色や風合いの異なる越前和紙を用いた、オリジナル手帖『越前和紙めぐり』。糸で製本し、かわいらしい民芸風に仕上げて。2 歌手・白井貴子さんの依頼で、『愛の花を咲かそう』のCDジャケットを越前和紙でハンドメイド。リボンは、地元・越前市の企業のものを使用しています。3 当初、結婚式の引き出物として制作したものを商品化した、オリジナルカレンダー『紙(し)あわせ曆』。各社の和紙の特徴を活かし、試行錯誤しながら完成させました。

各社とも半端な和紙の在庫があるものですが、それを見て女性はずもったいなさから何かできないかな?と思う。そうした和紙を使って商品化したのが、越前和紙の手帖『越前和紙めぐり』です。一枚一枚風合いが異なる手帖には濃い色合いの和紙もあり、試作の段階では男性から「文字を書いて読めない」という意見が出たのだそう。「でも、女性は、シールや写真、雑誌の切り抜きを貼るページとして楽しんでらおう」と考案。そこは全然違うところですね。他にも、男性だとデザイン重視になるところを、使い勝手を大事にした作りになっています。すなわち自分たちが欲しい物を作っているのです」。

次の世代へとつなげるさらなる活動を模索中

同倶楽部は、地元の小学校への出張教室をはじめ、越前和紙を使ったラッピング講座やクラフトワークショップなども行っています。子どもだけでなく同伴する保護者にもものづくりを楽しんでもらえるよう、ワークショップでは今年から大人向けに「越前和紙を使ったミニミニ行灯づくり」をスタート。他にも、自然災害の復興支援といったボランティアにも参加しています。

今後は、「こちらにいられた方をご案内できるように、1500年の伝統が息づく和紙産地の歴史や文化の奥深さを知る勉強会をしていきたい」と語ります。これは以前、地元で開かれた全国規模の和紙文化研究会で、史跡や名所を案内するボランティアを依頼されたとき、「意外に知らないことがあり、質問にきちんとお答えできなかった」ことがきっかけだそう。「それ自分たちが地元を知ること、子どもにも故郷の歴史や誇りを伝えることができると思うんです」と、後継者育成も視野に入れます。

同倶楽部は、「ひとつのものを、みんなで作る楽しさがある。しかも、おやつ付(笑)。一番楽しい場所ですね」と笑う石川氏。充実した笑顔が集まって、越前和紙の未来を明るく照らしています。



株式会社Full Cast Win（フルキャストウィン）の瓶詰されたドライフルーツ

ニーズを感じ取り、聞き取って伝える女性の能力が活かされています。福井では「女将の会」も立ち上がっていて、聞く力と伝える力に加えて発信力もあります。そういう意味では福井は全国的に一歩飛び抜けているとも言えます。さらに言えば、**本音の意見を聞き出し、本当のニーズを探る能力も女性ならではの強み**です。男性は、顧客の声を聞くと思うとアンケート調査をすることが多く、データを見て、確かなことを伝えることが重要とされています。「100人が言ったから、こう言える」というように。しかし残念ながら、アンケートは本音ではないことが多いのです。反対に女性は、自らお客さんのところに直接出向き本当の声を聞きに行きます。聞くことで建前ではない本音が聞き出せるし、掘り下げたところまで見えてきます。女性で商品開発チームを作って、自らお客さんの所に出向いて意見を聞いているところもあるぐらいです。そのあたりが本当のニーズにあった商品・サービスを作り出す上でとても重要ですね。

女性ならではの視点を活かしたサービス・商品開発を進めるためには、**企業はどのようなことをすれば良いですか。**いろいろな企業を見ていると、「女性視点」が活かされている会社は、人事に女性が入っている企業が多いですね。今盛んに育児休業、介護休業について世間で言われていますが、**女性が働きやすい環境が整っている会社**が女性の能力を活かす会社です。中小零細企業だと、「まずは明日の売り上げ」が優先されがちですが、社長は1週間後、1か月後、1年後の長期的な視点でものごとを見ないといけません。そのような意味で、女性にとって働きやすい環境を作っていくことは、最初は苦労しても今から始めないといけない重要なことです。もともとの土台ができていなければ、せっかく能力を持った女性がいても、力を十

福井県中小企業診断士協会 津田均会長にインタビュー

女性視点の強みと 事業展開への活かし方

さまざまな業種で活かされている女性視点

女性視点を取り入れることで業績が良くなったという声を企業さんから聞くことはありますか。

自動車販売の業界は、まさに「女性視点」を活かしている業界です。車を購入するのは旦那さんであっても、最終的に決めるのは奥さんだというケースが6割を占めるといいます。車一台買うのにも、旦那さんの情報はもちろん、子供の情報、祖父母の情報などいろいろな要素が絡み合っていて、家族の同意が得られれば買いやすくなります。そ

ういった情報をうまく集めてくる能力に女性は長けています。聞き上手であり、ほめ上手。会話が上手い。そんな女性にはつつい情報をもらしてしまふのです。また、生活と財布のバランス感覚と決断を促す力にも女性は長けていて、そんな女性の能力をうまく活用しているといえるでしょう。

商品開発の面でも女性ならではの視点が活かされているといえます。一般的に、男性は機能面を重視するのに対して、女性は**生活を楽しむことや、便利さを重視**します。例えば、鯖江の河和田の漆器（木工品）や越前焼などでも女性作家による女性の感性が活かされたかわいらしい楽しい商品が増えています。ま

た、鯖江市のHacoa（ハコア）で有名な有限会社山口芸では、首都圏などで店舗の数が増えています。同時に本社の女性従業員が増えています。雑貨や生活用品の企画は女性ならではの視点が重要だということで、会社と



Hacoa（ハコア）（南山口芸）の木から掘り出した蝶ネクタイ

しても女性の活用を意識しているようです。もう一つ企業を紹介すると、福井市の株式会社Full Cast Win（フルキャストウィン）（ここは主に、ドライフルーツを瓶詰め、袋詰めにしたものを販売していますが、この企業の商品の大きな特徴は見栄えが全く違うことです。瓶詰めにした状態で美しさをいかに引き出すか、ドライフルーツの色と形をどう見せるか、いかに配置するかに力をいれていて、フリーズドライ（冷結乾燥）してもらう業者にも注文をつける程のこだわりがあります。女性経営者自身が花など綺麗なものが好きで、生活を楽しむ**女性ならではの感性**をビジネスにして成功した例ですね。

女性視点を活かすには、女性、社員にとって働きやすい環境づくりが重要

女性ならではの視点を活かしたサービス・商品開発を進めるためには、企業はどのようなことをすれば良いですか。

いろいろな企業を見ていると、「女性視点」が活かされている会社は、人事に女性が入っている企業が多いですね。今盛んに育児休業、介護休業について世間で言われていますが、女性が働きやすい環境が整っている会社が女性の能力を活かす会社です。中小零細企業だと、「まずは明日の売り上げ」が優先されがちですが、社長は1週間後、1か月後、1年後の長期的な視点でものごとを見ないといけません。そのような意味で、女性にとって働きやすい環境を作っていくことは、最初は苦労しても今から始めないといけない重要なことです。もともとの土台ができていなければ、せっかく能力を持った女性がいても、力を十

顧客の本音を聞きだすのは女性の強み

一世の中では、女性視点の強みは、注目されているのでしようか。女性視点の強みについて、何だと思えますか。（男性とちがうところなど）

全国的に、「女性視点」、女性の意見を重視する傾向は高まっていますね。それは福井においても確実に見られます。「女性視点」の強みは、顧客に訴えるポイントが何かをわかってしっかり伝えることができる、**聞く能力と伝える能力**ですね。たとえば、ホテルや旅館などのサービス業では、まさにお客様を観察して、

が、単に働いていることに意義があると思っている女性は多いように感じます。仕事を持っているというだけで満足してしまっています。女性自身も能力を活かそうという意志を持たないといけない。自分の能力を高められる仕事環境にしていくことに女性自身も努力することが必要です。女性にはこれからも前向きに、何かを突き詰めてどこまでできるのかチャレンジしていったほうがいいです。



profile



津田均

（一社）福井県中小企業診断士協会会長
株式会社リテイルサポート代表取締役
流通系企業に勤務後、独立し、県内企業を中心にコンサルティングの第一線で活躍中。

当支援センター総合相談窓口で、創業・新事業コーディネータとして無料で相談にも応じています。同窓口には女性コーディネータも在籍しており、女性をターゲットとした商品開発等の相談もお受けしています。
※曜日によりコーディネータが異なりますので事前にお問い合わせください。
TEL. 0776-67-7400

No.09

今月の社是

「初心忘るべからず」

取材先で編集者の目に留まった「社是」「社訓」「社訓」「経営理念」をご紹介するコーナー。そこからは企業の考えはもちろん、その会社の「色」や「空気感」まで伝わってくるがあります。

＜ 社 是 ＞

初 心 忘 る べ か ら ず

＜ 経 営 理 念 ＞

公益的電気の工事を営む企業として、また一員として「自覚」と「誇り」を常にもって技術の研鑽、技能の向上、安全の確保、緊急出動への対応に努め、社会における 電気工事人としての 責務を果たせる企業への発展を目指す

＜ 品質保証の基本方針 ＞

1. お客様の要求品質を的確にとらえ、適正な品質の確保を図る
2. 品質向上策について情報収集や改善活動を積極的に行う
3. 品質と安全は同じく第一と考え全社員一丸となって取り組む

平成14年7月17日

旭電設株式会社
取締役社長 竹内 由男

配電線や送電線などの電気工業及び電気通信工業に携わる旭電設株式会社。地上数十メートルの高圧鉄塔に登っての作業など、危険と隣り合わせの現場もしばしばで、「ちょっとやそつとの根性では続かない仕事」と会長の竹内由男氏は話します。厳しさを理由に若手が何人も辞めていく時期もあったとのこと。

そんな状況を打破すべく掲げた社是が、この「初心忘るべからず」。会長の父であり創業者、茂男氏が大切にしていた言葉でした。「誰しも『この仕事でがんばろう』と入社してきます。くじけそうになった時、そのとき抱いた『志』を思い出してもらいたい」と由男氏。

県内でも早い段階からインターンシップ制度を導入してきた同社。仕事の厳しさをしっかりと見せた上で、「それでも」と使命感と志を備えた若者を採用し、一人前に育てていくことを自らの役目と捉えています。

ハッピーフラワー(福井市)

ボトルフラワー



誕生日やプロポーズ、結婚式で使用したウェディングブーケといった、思い出のつまった大切な花を、そのまま立体的にブーケ保存することで、思い出を美しいままカタチに残すことができます。お花の保存方法は、ドーム型やボックス型のガラス容器に入れたボトルフラワーや、押し花型など置く場所のスペースや予算に応じて対応可能となっています。

<http://happy-flower.jp.net/>
所在地：福井市宝永1-24-1-701
TEL・FAX：050-3760-7787

婚姻届工房KUKURI(鯖江市)

オリジナル婚姻届



越前和紙に多彩なデザインをあしらった婚姻届を行政書士監修のもとで制作。提出、保存、予備用の3枚1セットで販売しており、結婚式・披露宴のアルバムと一緒に保管したり、結婚が決まった友人にプレゼントしたりと用途はさまざまです。和紙を使った婚姻届は日本初。1,000年以上の歴史を持つ越前和紙に掛けて、「夫婦仲も末永く続くように」と願いが込められています。

<http://konintodoke.jp/>
所在地：鯖江市新横江1-5-29
TEL：0778-67-3274 FAX：0778-67-1772

表紙で登場した “女性視点”商品の ご紹介

今回の特集テーマのキーワードは“女性視点”ということで、表紙には特集のなかで登場した商品のほか、県内企業が生みだした女性をターゲットに作られた商品の数々を散りばめました。越前和紙や越前漆器といった伝統工芸の技を活かした商品など、どれも女性ならではのこだわりや思い入れを叶える素敵な商品ばかりです。

ユープラン(鯖江市)

漆器の和風ウェルカムボード「華」



福井県の伝統工芸品、越前漆器を用いたウェルカムボード。円形のプレートに桜やバラなどを描き、着物を連想されるデザイン。直径30センチのやや大きめのプレートには全面印刷を施しているため優雅でありながら、華やかな存在感を放ちます。好きなメッセージを印刷でき、挙式当日を彩る「ウェルカムボード」として活躍した後は、家庭に飾ってもらえるようになっています。

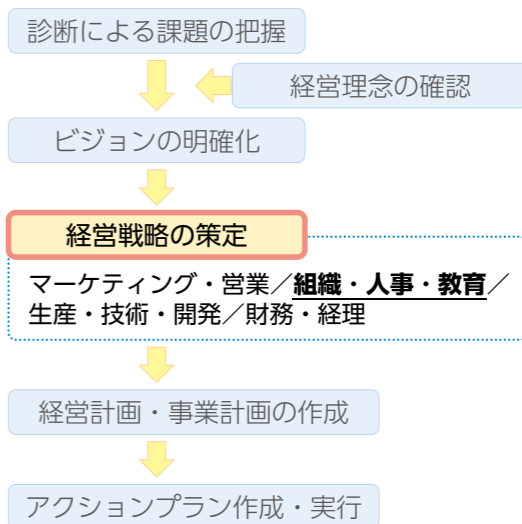
<http://www.uplan.biz/>
所在地：福井県鯖江市西袋町541
TEL：0778-65-2717 FAX：0778-65-3717

「第3の目」の使い方 ～コンサルティング活用のススメ～

経営の改善・見直しについて、必要性を感じながらも、その実行には二の足を踏む経営者が少なくないのではないのでしょうか。このコーナーでは当支援センターによる実際の企業コンサルの事例を交え、第三者の専門家による企業コンサルティングのエッセンスをお伝えします。

第3回：経営戦略の策定・具体化（組織・人事戦略編）

経営見直しの流れ



創業100周年を迎えたケイター株式会社から織・編物の事業部門として独立したケイター・テクシーノ株式会社は、改めて経営理念を確認し、10年ビジョンを作成、そこに至る全社戦略をまとめました。10年ビジョンにより目指したのは一言で言えば「さすがはケイターさん」と言われること。さすが！と言われる「会社」「技術・製品」「社員」であることです。新会社として立ち上がるに際し、営業などのマーケティング面や

生産・技術開発などの事業戦略もまとめていきましたが、中でも真っ先に力を入れて戦略を具体化し、大きな変革のアクションを進めたのは「組織・人事」戦略でした。そこには、激しいグローバル競争の中、斜陽産業とも言われた繊維産業で次の100年も生き残り、成長していくためのキーワードは「自立」であるとの滝川社長の想いがあります。「自立」した会社になること。「自分たちの技術」「自分たちの製品」で世の中と勝

負していくという事業内容の自立が必要ですが、それを生み出すのは「自立」した社員であると強く考えていたからです。

営業や生産などの戦略の具体化はそれぞれの実務を預かる経営幹部によりある程度進めていくことが可能でしたが、会社という枠組の骨格となる組織・人事面は、専門的な知識・ノウハウが必要であること、デリケートな側面があること等から外部の専門家の支援を受けるのが適切と判断されました。そこで当支援センターの中小企業診断士がプロジェクトマネージャー的立場で議論の進行や取りまとめとともに、制度・仕組の設定を務めていきました。具体的には、滝川社長が総責任者となり、取締役クラスを部門リーダーとし、関係社員を選抜したプロジェクトチームを編成しました。名付けて「ケイター・ランク・アップ・プロジェクト（通称：KRUP）」。KRUPは、自立した会社・自立した社員に



生産部門向け現場改善講座の様子

創業者100周年を迎えたケイター株式会社から織・編物の事業部門として独立したケイター・テクシーノ株式会社は、改めて経営理念を確認し、10年ビジョンを作成、そこに至る全社戦略をまとめました。10年ビジョンにより目指したのは一言で言えば「さすがはケイターさん」と言われること。さすが！と言われる「会社」「技術・製品」「社員」であることです。新会社として立ち上がるに際し、営業などのマーケティング面や

生産・技術開発などの事業戦略もまとめていきましたが、中でも真っ先に力を入れて戦略を具体化し、大きな変革のアクションを進めたのは「組織・人事」戦略でした。そこには、激しいグローバル競争の中、斜陽産業とも言われた繊維産業で次の100年も生き残り、成長していくためのキーワードは「自立」であるとの滝川社長の想いがあります。「自立」した会社になること。「自分たちの技術」「自分たちの製品」で世の中と勝

負していくという事業内容の自立が必要ですが、それを生み出すのは「自立」した社員であると強く考えていたからです。

（※）CSR：企業の社会的責任。

「社風」づくりのテーマは「人材も世界ブランド」になること。そのために、社員の意識改革のための項目をピックアップし、具体的なアクションまで落とし込んでいきました。当社は勝山という街と共に生きてきたことに一つのアイデンティティがありま

「自立」した会社・自立した社員に

負していくという事業内容の自立が必要ですが、それを生み出すのは「自立」した社員であると強く考えていたからです。

与テーブル、部門別・階級別の評価基準、評価表や評価方法などを作成し、ある程度出来上がった段階で旧賃金制度からの移行をシミュレーションし、課題を調整して仕上げるというアクションを進めたのです。さらに、段階的に新人事制度への移行を行いました。「出る杭をつくるために新人事制度を導入」という人事戦略を実行に移したのです。そしてこの人事制度は自ら学習する人材を評価するものであり、「教育制度」と連動する設計になっています。「教育制度」のテーマは「世界レベル」の人材の輩出。そのステップとして、部門や階級ごとに求めたい知識・ノウハウを明確にすること、それを身に着けるためのサポートの仕組みをつくることです。「求められるスキルをガラス張りにする、それを学ばせる用意する」のが教育戦略です。具体的には、全社員に学んで欲しい内容をまとめる、部門毎に求められるスキルや資格を洗い出す、社内研修のカリキュラムを作成する、社外研修や資格試験の支援制度を設ける、などのアクションを進



「ケイター・テクシーノ株式会社 滝川克己社長が語る「第3の目」活用ポイント」

改革にはリーダーの強い意志が必要です。しかし、リーダーの主張が出過ぎると、「出る杭」としての人材が育たないことが多く、チーム意識が薄くなる危険性がありました。そこで「第3の目」の活用により、客観性と、役職や年齢の序列の枠を超えた、意見が出しやすい空気づくりを重視しました。その結果、全社員の当事者意識が芽生え、身近な問題に対し、他人事・お任せといった悪しき社風の改善にも役立ったように思います。



勝山市白山平泉寺清掃活動の様子

ケイター・テクシーノ株式会社
http://www.kaytay.co.jp/
所在地：勝山市昭和町1-10-18
電話番号：0779-88-1152
代表者：滝川克己氏
資本金：1,000万円
従業員数：100名
事業内容：合織編物製造／スポーツ衣料、ユニフォーム、産業資材

その3
福井のスゴ技探訪

福井の基幹産業を支えている「ものづくり技術」。伝統工芸の熟練の技、こだわりを追求した技など、さまざまなジャンルから福井の「スゴ技」をご紹介します。県内のものづくりの心意気を感じてください。

「シフォンケーキづくり」 Snowcafe
http://snowcafe.natureside.org

手軽に家庭で手作りされることも多いシフォンケーキ。これを極限までこだわり抜き、ふわふわの溶けるような淡い食感を実現させ、全国から注文を受ける越前町のSnowcafe。工学博士でもある代表の渡邊洋氏が、愚直に7年間研究を重ね完成させたシフォンケーキは、まさに、素材の特性を合理的に活かし導き出した“最適解”です。柔らかいシフォンケーキを綺麗に型抜きできるように、地元の工業デザイナー大久保裕生氏、越前打刃物の研師戸次祐次氏と共同で、専用のナイフも開発。「美しいシフォンケーキ」の一翼を担っています。

スゴ技



一般的なヘラで抜き出したシフォンケーキ。焦げ目を傷つけ売り物になりません。



「型抜き」

自立できないほど柔らかな食感を追求したSnowcafeのシフォンケーキは、焦げ付いた外殻部を型から綺麗に抜き出すことが重要課題。さらに、内部のふわふわシフォン生地量をより多く確保するために選んだ型は、通常より大きな直径23センチ。この大きな型からシフォンケーキを抜き出す作業はとて難しく、経験と良い道具が必須となります。この度開発された専用ナイフ「Chiffon21」を使って抜き出したシフォンケーキと、一般家庭で使われる刃の付いていないヘラで抜き出した2台。表面の仕上がりの違いをご覧ください。

スゴ技の様子を動画で公開中！

F-ACTのHP(www.fisc.jp) から
または、こちらのQRコードからご覧ください



Snowcafe代表
渡邊 洋氏



ネットでの販売が主ですが、不定期で移動販売をすることも。

専用ナイフ「Chiffon21」



販売価格15,000円(税抜)。Snowcafe他、タケフナイフビレッジ、ふくい南青山291で販売しています。

シフォンケーキの型抜きを徹底的に研究し、古来より受け継がれた越前打刃物の技術を使って生み出したこのナイフ。刃の部分は型に沿って均一に当たるようにまっすぐな形状になっているのが特徴。大きさも女性が扱いやすいサイズで開発しました。大久保氏の立ち上げたブランド「CLASIMONs」の第一弾商品として販売中です。

Snowcafe 電話：090-9769-5222 e-mail：info@snowcafe.natureside.org/

苦手意識克服！
脱ITオンチ経営

分かっているつもりで分からないことの多いIT。経営に不可欠なITを毎回違った切り口で紹介、解説します。今回のテーマは、「インターネット動画活用」です。

SNSでも
動画プレゼンテーションが
増えてきました



執筆者：
(公財)ふくい産業支援センター
創業マネージャー 岸 徹氏

会社の広報・PRにフェイブックやツイッターなどのSNSを利用していらっしゃる方も多いと思います。スマートフォンがシニアの方々にも広く普及しつつある今、多くの企業が広報メディアとしてのSNSに注目しています。それは良質なコンテンツを発表すれば、それを見たユーザーが勝手に友人や知人に広めてくれるからです。バズマーケティングと呼ばれるこの口コミ手法、かつては「つぶやき」によるホームページへの誘導が主流でしたが、今は動画コンテンツの拡散によるアクセス増を狙ったものが多くなりました。昨年話題となった中堅ハウスメーカー・タマホーム

の動画は、数億円規模の媒体効果があつたとされています。

まずは動画に慣れるべし

「動画を活用したいが、予算が…」そんな悲鳴が聞こえてきそうですが、それこそ時代遅れの発想なのです。もちろん予算をかけた映像が目される事例が多いことは確かですが、世界中で評判になる動画の多くは、アマチュアの方の投稿動画なのです。家庭用ビデオカメラやスマホで撮影した動画を、パソコンに取り込んで編集したものが主流です。器用な人はスマホだけで作ってしまえます。

動画制作自体はそれほど難しくありません。高度な撮影や編集加工が簡単にできる無料アプリもたくさん出回っています。上達のコツは「習うより、慣れる」とにかく自分で触ってみることをお勧めします。

動画制作のルール

動画の内容は自由ですが、制作する際には、「他人に見てもらおうんだ」という謙虚な気持ちで企画し、撮影し、編

集することが大事です。その気持ちがあれば、タイトルひとつ付けるにしても読みやすい工夫をするでしょう。また、聞きやすいインタビュー、わかりやすい展開、丁寧な撮影など、見やすい動画をつくることにつながります。動画は特別なものではなく、会話と同じように相手の反応を待つて次に進むコミュニケーション手法の一つなのだと思います。

それともう一つ。ネット上に拡散した映像は消すことができませぬ。決して人を不快にするような過激な表現、映像は作らないこと。そして著作権や肖像権の扱いには十分注意してください。以上のルールさえ守れば、あとは作り手の熱意とアイデア次第。予算をかけなくても、世界中の人々の共感を得る動画を作ることは可能です。

産業支援センターでは、
企業の動画活用を支援します

とはいえ、「動画に関してはいく素人です」という方も多くいます。当支援センターでは、そういったことから動画を活用してみたいと

動画研修や無料相談のお問い合わせ先

(公財)ふくい産業支援センター
創業・Eビジネス支援グループ
TEL 0776-67-7411



<関連ホームページ>

- 動画制作研修について <http://www.fisc.jp/pckouza/>
- マルチメディアサポートセンター <http://www.fisc.jp/msc/>

いう方を対象にした動画制作研修(有料)を開催しているほか、動画活用について無料で相談に対応するなど各種支援事業を実施しています。また、3階の福井県マルチメディアサポートセンターには、最先端の4K映像編集機器やクロマキー合成撮影、インターネットへのライブ配信といった、より高度な動画活用を可能にする設備を常備しています。積極的に活用ください。



2015 年度グッドデザイン賞受賞

レターオープナー [リコルネ LR01]
／株式会社 龍泉刃物

龍泉刃物は 700 年の歴史を誇る越前打刃物の伝統の技術を有し、その独自の鍛造技術は、硬質材と軟質材を重ね合わせたダマスカス鋼を鍛え、磨き上げることで鋭い切れ味を生み出す。その象徴として「龍泉輪」と呼ばれる美しい模様が現れ、龍泉刃物のアイデンティティーとして認知されている。そんな龍泉刃物が新たにレターオープナーを開発。その始まりは、デザイナーが打刃物職人が刃の仕上がり確認に紙を切る所作を見た事から。しかし、使用時の切れ味の追求、使用時・収納時の安全性の追求という相矛盾した課題に直面。難航したが、新規開発された専用工具と職人の高い技術により、刃を極限まで鋭くする一方で、刃が指に触れることなくレターを開封できる形、構造にたどり着いた。既存概念に拘らず、理想の追求と矛盾する課題を解決することが新しい形の創出に繋がり、快適にレターの封を開ける道具が出来た。今後、切れ味と安全性の両立を追求したレターオープナーのスタンダードデザインとなるのではないだろうか。

DATA

- 受賞対象名 レターオープナー [リコルネ LR01]
- 受賞企業 株式会社 龍泉刃物
- 受賞番号 15G010059
- プロデューサー 株式会社 龍泉刃物 増谷 浩司
- プロデューサー 株式会社 龍泉刃物 増谷 泰治
- デザイナー 株式会社ブレイン 渡辺 弘明
- 価格 アルミモデル：18,360円 黒檀モデル：31,320円 漆モデル：41,040円

審査委員の評価

担当審査委員 |
松田 明春 遠山 正道 廣田 尚子 安西 葉子
柳原 照弘 Hrridaysh Deshpande

龍泉刃物の鋭い切れ味を、刃に触れることなく安全に使用できるよう工夫を凝らした設計を評価。刃の交換が容易な点も丁寧に設計されている。



第20回

飛躍する経営者たち

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。

浦谷 兵剛 氏

●株式会社兵左衛門 代表取締役会長

サミット首脳に若狭塗箸をプレゼント 箸の文化を世界へ発信

1921（大正10）年から若狭塗箸の製造を続け、産地小浜を支える株式会社兵左衛門。今年5月26・27日に三重県で開催された主要国首脳会議（伊勢志摩サミット）の席に、外務省を通じ記念の携帯用若狭塗箸を贈り、参加した各国首脳ら12名の手に渡りました。日本の箸文化の素晴らしさや重要性を広く伝えたいと、積極的な取り組みを続ける浦谷氏に、お箸と事業への熱い思いを伺いました。

株式会社兵左衛門

HP：http://www.hyozaemon.co.jp/
所在地：小浜市甲ヶ崎31-14
電話番号：0770-52-0193

資本金：6,000万円

従業員数：70名

事業内容：塗箸および漆工芸品の製造販売等

「折れたパットをリサイクルした箸「かっとばし!!」をはじめ、さまざまな塗箸を手掛ける同社。この度、全国からあまたの応募があった中から、G7への記念品に同社の携帯箸が選ばれました。高度な加工技術と厳選された黒檀を使用した同社の自信作の一つを、サミット専用に使立てた逸品です。「G7 is eshima Summit」の文字と各国首脳の名前が刻印され、ケースにもサミットのロゴがあしらわれており、「世界が箸で一つに」と願いが込められています。

浦谷氏は今回の採用を、これまでの箸づくりの姿勢を評価されていることと話します。すべての商品で天然木にこだわりの、直接口に入れる箸先には人体に無害な天然漆を重ね仕上げを徹底。多少コストが掛かることも「正しく作り、正しく売る」ことを愚直に続けてきました。「漆塗職人だった父の背中を見て育ったことが大きいのもかもしれません。良い材料で丁寧な仕事を

正直な箸作りが評価されサミット首脳らの手に

を顧客に認められるととても喜ぶ人でした。無言の家庭の教育だったと今では思っています」

文化の土台作りが世界に繋がりを始める

箸づくりの一方で「箸をきちんと持つことの大切さを伝えたい」との思いから、同社は全国へ向けたお箸知育教室を開催しています。箸の持ち方を練習し、折れたパットから切り出した材料でmy箸作りを体験してもらおうというメニューの出張教室で、楽しく箸を学んでもらおうという取り組みです。1998年から続ける活動で、延べ12万人が体験してきました。「何気ないことですが、箸使いは食生活の基本であり日本人の躰の基本です。ですから、お子さんはもちろんのこと、これから子育てをする若い女性にも体験してもらいたい。世の中の乱れも、因果を辿れば『食』に行きつくと考えられる同氏は、箸の躰の重要性を今後も伝えていきたいと話します。

「文化事業を周囲からは『回り道だ』と馬鹿にされたこと



サミット贈呈品のレプリカは同社ウェブショップから購入できます

もありましたが、それでも文化の広まりや認知を中心に据えた経営を信じ、貫いてきました。『経済は文化の下辺』という言葉があるように、文化が高まり理解されないと、産地や産業が認められない」と、自社や産地の先々を見据えての事業と強調します。最近では取り組みへの後押しの声が全国から届いており、手ごたえを実感しているようです。

2008年には浦谷氏が中心となり、NPO国際箸文化協会を設立。箸文化の世界文化遺産への登録を目指しています。オリンピックイヤーである2020年には創業100周年を迎える同社。箸の素晴らしい文化を世界に伝えるチャンスと捉え意気込む浦谷氏です。

本誌「F-ACT(ファクト)」を活用して会社を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)を毎月実施いたします。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) ※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。	16,800円

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 (公財)ふくい産業支援センター 総務部 F-ACT編集室
TEL: 0776-67-7414 e-mail: kouhou-g@fisc.jp

ビジネス支援拠点の利用者募集のお知らせ

県では、「ふくい南青山291」にある1坪ブースの入居企業を募集しています。首都圏における事業展開や販路開拓等にご活用下さい。

区分	貸しブース
利用料金	月額 26,000円
備考	電話・FAX・インターネット、コピーの利用に係る経費は、別途実費負担が必要です。インターネット接続に必要な手続きは、入居者での対応が必要です。ミーティングスペースとして、応接室が利用できます。

- 利用期間: 原則1年間(3年間まで更新可能)
- 保証料: 利用料金の3ヶ月分に相当する額(入居時にお支払いいただき退去時に返還します)
- 利用時間: 原則、月～金の9時～18時まで(お盆、年末年始を除く)

※詳細については、下記までお問合せください。



【お申込み・お問合せ先】
福井県産業労働部 商業振興・金融課 県産品消費拡大グループ
☎ 0776-20-0369 ✉ mail: syogyokinyu@pref.fukui.lg.jp

本誌に関するお問い合わせは

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:0776-67-7419/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 (福井県産産情報センタービル内)

皆様の声をお聞かせ下さい!

「〇〇が面白かった、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

今号は、“女性視点”に焦点をあてて特集を組ませていただきました。さまざまな企業の方にお話しを伺うなかで、筆者が感じたのは、“女性視点”にはさまざまなカタチ、取り入れ方があり、どれが正解ということはないということ。女性の感性が活かされていたり、女性の気持ちに寄り添った商品やサービスの開発、改善が今後も重要になってきそうです。

また、今号では、デザイナーの武内展子さんにご協力をいただき、「ショップ探訪企画」を掲載いたしました。写真やコメントなどを多用することで、読者の皆様に視覚的に、イメージをわかりやすく伝えられるようにしたつもりですがいかがでしたか? 武内さんには、企画の段階から熱心にアドバイスをいただき、取材にもお忙しい中、何度も足を運んでいただきました。この場をお借りしまして、改めて深く御礼を申し上げます。

今後も、読者の皆様にとって、読んでおもしろかった、ためになった、なるほど! と思っていただけるような企画を立てていきたいと思っております。

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28年6月1日～28年7月31日
■収集対象: 福井新聞、日刊県民福井、日本経済新聞、朝日新聞、毎日新聞、読売新聞
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。

【食料品・飲料】	
福井市殿下地区に伝わる大豆を使った伝統料理「呉汁」を手軽に楽しんでもらおうと、フリーズドライの味噌や大豆粉が入ったハート形のもなかに、お湯を注いで食べる即席呉汁「恋する呉汁 味噌フラボンぽん」を発売。	ごーる堂 (福井市)
水に漬けておくだけで本格的なダシがとれる「天然だし入門セット」を商品化。火にかける必要がなく、手軽で失敗しないが売り。子育て中の母親等に手間を省く商品として販売していく。	中西昆布 (福井市)
【繊維/衣服】	
県工業技術センターの協力を得て、ICチップを埋め込んだRFIDタグ向けの糸を開発。柔らかく織物にすることができ、洗濯しても機能が維持されるため、ユニホームなどの利用を見込む。	ウラセ (鯖江市)
48時間ハワイの草原で風当て、密閉ボトルに詰められた男性用のボクサー型パンツ「デオエスト・ハワイアンブリーズ」を100枚限定で販売。介護用品を想定して開発した下着ブランド「デオエスト」の関連商品で、夏のキャンペーンとして企画した。	セーレン (福井市)
【機械・金属】	
金属光造形に切削加工を組み合わせた大型3Dプリンターを発表。世界最大の高さ50センチ、縦横60センチの部品を短期製造でき、航空機部品、自動車部品を中心とした需要を見込む。	松浦機械製作所 (福井市)
【眼鏡】	
福井赤十字病院(福井市)と共同で、腹腔鏡手術で使う糸を形状記憶合金の輪に引っかけて体外に取り出す医療器具を開発。注射針と同程度の小さな穴をあけるだけで済むため、患者の負担を軽減できるのが特徴。	シャルマン (鯖江市)
【伝統工芸】	
手漉き越前和紙の紙端を利用した名刺「越前和紙 一線」を発売。ふすま紙や工芸紙の紙端を利用、2枚の耳を手仕事で張り合わせ、あさだ屋(福井市)が圧力と熱を加えて箔を転写する特殊印刷を施して作製。	装飾日和 (越前市)
5月に開催された伊勢志摩サミットの参加首脳らに携帯用の若狭塗箸を贈ったと発表。黒檀の木地に漆を塗り重ねた塗箸と専用ケース、箸置きとのセットで、それぞれの首脳の名前、サミット名、伊勢志摩サミットのロゴマーク付き。	兵左衛門 (小浜市)
盆栽の水耕栽培や小魚の飼育ができる水槽型インテリアを開発。フィルター製造・販売のサイトコムウェア(愛知県)との共同開発で、国内外の宿泊施設や飲食店などへの販売を見込む。	山久漆工 (鯖江市)
【その他の製造業】	
傷んだ窓枠を簡単にリフォームできる樹脂製「居室窓枠カバー」を開発。従来の修繕方法より費用や時間がかからず、賃貸住宅の入居者入れ替え時などに対応する商品として、工務店等を中心に販売していく考え。	フクビ化学工業 (福井市)
輸入壁紙を比較し購入できる施設「インテリアライブラリ」を福井市郊外に開設。5,000種類以上を取りそろえ、実際に施設内の壁に貼り付ける体験もできる。DIY愛好者や個人事業主らの利用を見込む。	プロモート・S (福井市)
【商業/サービス/飲食】	
高層タワーマンション向けにクリーニングの宅配サービスを開始。マンションの受付などコンシェルジュサービスを手掛けるJBS(東京都)と提携し、東京や神奈川など首都圏の5棟から始める。	ジャパン (福井市)
保管しているテキスタイルの在庫情報を顧客ごとに写真付きで提供する独自システムを開発。顧客企業はスマートフォン等を使って、商談の場で在庫確認や色・柄を相手先に示すことができ、売り込みをサポートする。	福栄倉庫 (福井市)
越前漆器にカラー印刷を施した和風仕立てのウェディングボード「和の華ボード」を開発。円形のプレートに桜やバラなどを描き、着物を連想させる柄が特徴で、結婚式場のウェルカムボードや両親への感謝状としての用途を想定する。	UPLAN (鯖江市)
20～30代の働く母親向け新メニューの宅配を「Lovyu(ラビュ)」のブランド名で開始。大手料理教室の創設者にプロデュースを依頼し、栄養バランスとおしゃれさを両立したのが特徴。	ヨシケイ福井 (鯖江市)
女性活躍推進企業を後押しする協同融資制度「La・Motion(ラ・モーション)」を開始。融資だけでなく、事業計画の達成や経営管理の支援も行う。	福井信用金庫(福井市) 日本政策金融公庫福井支店(福井市) 日本政策金融公庫武生支店(越前市)
【情報産業】	
企業の採用活動において内定者と社員との交流等ができるアプリ「Chaku2 NEXT」を開発。SNSのように社員や内定者が写真と文を投稿、スタンプやコメントで反応できる。社内関係者限定で利用できるのが特徴。	サーフボード (福井市)
住宅の内部を疑似体験できるシステムを開発。建築CADソフトと仮想現実(VR)を連動させ、現実に近い感覚で部屋の大きさや位置関係が分かる。モデルルームなどで活用し、要望により近い設計を可能にするのが狙い。	福井コンピュータホールディングス (福井市)

THE HISTORY OF THE CALENDAR IS A HISTORY OF THE MY COMPANY

N I S H I B A T A

URL <http://www.nishibata.net>

カレンダーの歴史は にしばたの歴史です。

明治参年の創業以来、多くの皆さまとともに
140年以上の歴史を歩んできました。

部屋の片隅で、今日という日の意味を告げ続けるカレンダー。

その歴史は、私たち「にしばた」の足跡そのものです。

約140年の歩みを振り返ると、辿り着くのは江戸時代。

当時の暦は日付とともに吉兆を示すものとして

藩の管理下に置かれていました。

中でも伊勢暦は江戸時代の代表的な暦として

人々の信頼を集めました。西端家はこの伊勢暦の出版を

福井藩主 松平家から託されたのです。

大工として松平家に入り出りを許されていた西端家が、

「にしばた」としてカレンダー業の幕を開けた瞬間でした。

それから長い時を経て業界トップシェアを占めるに至った今も、

創業時の精神は変わりません。

大切なのは、お客様の「信頼」に応えるため、

責任を持って暦を作り続けること。

その意志は、企画・開発から、製造・販売・物流まで

一括管理する独自のシステムにも表れています。

 (株) にしばた

福井市灯明寺3丁目210番地 TEL(0776)22-3444

遙か昔、
人々は月の満ち欠けを知ることによって、
暦を数えていました。
そして、今。