

農業

有機抹茶をKAWANEから世界へ

KAWANE 抹茶株式会社

所在地 島田市川根町家山2339
代表者名 大橋 一輝
創業 平成27年11月
資本金 25,000千円
従業員数 10人
事業内容 茶の生産・加工・販売
電話 0547-53-3085
FAX 0547-53-3086
URL <http://www.kawanematcha.jp/index.html>



家族経営からグループ経営へ

従来、お茶農家の多くは家族単位での経営が主流であったが、都市部への人口流出による地域の過疎化に伴い、それが難しい状況となっている。そこでKAWANE 抹茶株式会社は、グループ企業である農業生産法人東邦農園とともに、各農家と協力した茶園の管理に取り組んだ。これにより、摘採時の人手不足の課題を解決するとともに、耕作放棄茶園の解消にも役立っている。

現在では、参画農家は約70、管理茶園は約60ヘクタールという、全国的に見ても大規模な有機茶園へと成長を遂げた。



▲ 雄大な自然に広がる茶畑。全て同社が管理している。

てんちゃ

碾茶と海外展開

同社が製造を行う碾茶とは、揉まずに乾燥させたお茶のことであり、抹茶の原料となるものである。旨み成分であるテアニンが豊富に含まれている点が特徴的であり、製造工程においては、一般的なお茶である煎茶とは異なるノウハウが必要となる。



▲ 抹茶とその素となる碾茶。

また、抹茶は海外での需要も伸びてきている。同社は、付加価値の高さや、今後の更なる需要増を見込んで、碾茶を核とした事業を展開している。製造した碾茶（抹茶）のおよそ7割を欧米に輸出しており、将来的には海外にも拠点を広げていくことを目指している。

環境循環型農業への取り組み

同社が所在する島田市川根町は、全国有数のお茶の産地であり、大井川や南アルプスなどの広大な自然により育まれた茶葉は、その香りや旨み特徴的である。

同社は、この地で放棄された茶園を再生・活用し、有機茶園の拡大や世界農業遺産である「茶草場農法」を実施するなど、環境循環型農業による碾茶製造にも取り組んでいる。

代表取締役である大橋一輝氏は、新しい川根の抹茶をブランド化していきたいという思いがある一方で、昔ながらの川根茶の良さを有機農法で残していきたいとも考えている。同氏は、大手食品会社で勤務していた経歴を持ち、そこで培った加工・販売等のノウハウと、小さい頃から茶農家として育った経験を活かし、生産から販売まで一貫した経営を行っている。



▲ レンガ式の碾茶炉。全ての工程で有機の認証を取得している。

川根茶を残していくために

川根茶といえば全国的にも有名で、全国茶品評会等数々のコンテストで好成績を収めているが、最近では過疎化に伴って後継者不足が問題となっている。このため、有機農法による川根茶のブランド化や、過疎化等により放棄された茶園の再生・活用、島田市緑茶化計画に参加し、産学官連携で商品を開発・販売するなど、川根茶の魅力をPRして、川根地域の活性化に取り組んでいる。



▲ 産学官連携で開発した抹茶アイス。

有機農法によるブランド化や、環境に配慮した取り組みを実施しながら川根茶の文化を未来へ継承していく同社の取組に、今後も注目していきたい。

（文責：新産業集積課）

「農業」から「脳業」へ

株式会社村上農園大井川生産センター

所在地 焼津市中新田202
 代表者名 村上 清貴
 創業 昭和53年1月
 資本金 10,000千円
 従業員数 430人
 主要製品 豆苗（とうみょう）、スプラウト類の生産・販売、新野菜の企画・開発・販売等
 電話 082-923-6080（本社：広島県）
 F A X 082-923-3688
 U R L <http://www.murakamifarm.com>



高成分野菜「ブロッコリースーパースプラウト」

株式会社村上農園は、創業当時、広島県で刺身のツマに使用する紅たでを生産。その後、昭和53年に水耕栽培による「かいわれ大根」の生産を開始した。順調に生産していた「かいわれ大根」だが、平成8年の堺市で発生したO157による集団食中毒で、「かいわれ大根」が原因食材として疑われたことにより、その売上げは70%も激減した。

しかし、これを機に「豆苗」を全国販売したところ売上げは急拡大。約1年半で経営を立て直すことが可能となった。平成11年には、ブロッコリーの新芽に「スルフォラ



▲村上社長

ファン」という癌抑制効果が期待できる成分が含まれることを発見した米国ジョンス・ホプキンス大学のポール・タラレー博士と日本国内独占ライセンス契約を締結し、平成13年に「ブロッコリースーパースプラウト」の生産を開始した。

平成19年に村上清貴社長が就任後には、山梨県及び沖縄県にも生産拠点を拡大。全国9か所の生産センターを稼働させ、豆苗、ブロッコリースーパースプラウトをはじめ、オンリーワンの野菜

を開発、生産し続けている。平成21年には、スプラウト業界で初めて国際規格ISO22000の正式認証を取得し、今期の売上高は100億円、商品数も30種類を超える程の企業に成長した。

大井川生産センター

昭和63年、水量及び水質が安定している静岡県焼津市の土地に同センターを開設した。同センターは、日本で唯一の「ブロッコリースーパースプラウト」専用の生産施設。特別な栽培装置を使い、環境条件をコンピューターが自動制御している。



▲大井川生産センター内

「ブロッコリースーパースプラウト」は、吸水させた種子を栽培装置に入れ、回転させながら水・光・酸素を苗に行き渡らせ、数日で収穫可能となる。生産工程は全てモニターカメラにより確認しており、栽培装置を監視する夜間異常警報システムを備え、ハイテク設備を活用し、品質を保持している。

科学的検証に基づく高品質商品



▲同センター内での栽培管理

同社が生産する「ブロッコリースプラウト」には成熟ブロッコリーの約7倍、「ブロッコリースーパースプラウト」には約20倍の「スルフォラファン」が含まれており、体の抗酸化力、解毒力を高める作用が報告されている。

また、ライセンス契約を締結した米国ジョンス・ホプキンス大学に定期的にサンプルを送付。自社検査とあわせ同商品のスルフォラファン含有量を定期的にダブルチェックし、商品の品質を管理。個人の勘に頼る「農業」から、科学的データを取り入れた「脳業」を実施している。

安心安全な商品を確実に届ける

村上農園の主要商品は出荷当日の受注制で、均一な品質を維持しながら、全国に供給している。それを可能にしている同社の強みが、全国9か所の生産拠点、4か所の営業拠点及び2か所の物流センターである。さらなる安定供給と品質改善により、17年後には、1,000億円の世界一の施設野菜メーカーを目指していく。



▲同社の代表的な商品

(文責：地域産業課)

日本の伝統の塩の味を守り続けて

あらしお株式会社

所在地 静岡市駿河区広野2308
代表者名 川島 康孝
創業 昭和38年8月
資本金 3,000千円
主要製品 平釜塩「あらしお」(登録商標)の製造
電話 054-259-3118
FAX 054-257-2246



「昔ながらの塩」を求める声に応じて

あらしお株式会社は、江戸時代の徳川家康公も重視した久能浜の塩造りをルーツに、昔ながらの製法による伝統の日本の塩の味を、今も大切に守り続けている。同社の製品である「あらしお」(商標登録)は、地元静岡をはじめ、日本全国で半世紀以上にわたって愛され続けている。

同社がある静岡市は、自然条件や地理的条件に恵まれ、昔から良い塩が採れることで知られていたが、工業の近代化に伴い、効率よく塩を大量生産する技術が開発され、昔ながらの塩田は廃止となった。ところが、料亭の料理人や家庭の主婦たちから、以前のような塩が欲しいという声があがり、そこで、日本専売公社が、古くから塩づくりに携わってきた同社に委託し、伝統の技法を用いた「平釜塩」の製造が、昭和38年より再開されることとなった。この種の塩では、日本で最も古い歴史があり、日本の伝統の塩の味を大切に守り続け日本の食文化を支えてきた。

丹念に仕上げた平釜塩

スーパーなどで販売されている多くの塩は、イオン交換膜と真空蒸発缶により、効率よく大量生産されたものがほとんどで、これらは立方体の結晶をしている。一方、平釜で炊き上げた「あらしお」の塩は、複雑なフレーク状の結晶となり、しっとりとした水分を含むため、素材へのなじみが良く、丸みのある味に仕上がるという。天日塩を水で溶



▲ 平釜で炊きあげた「あらしお」

かし、濃い海水にしたものを、平釜により直火で炊き上げ、時間をかけてゆっくりと寝かせることで、昔ながらの伝統の日本の塩の味になるという。

静岡市民の自慢の逸品

こうした伝統の技法を守りながらも、工夫を重ね、料理人やお客様のニーズに応え続けてきたことで、信頼できるブランドとして地元でも広く愛されてきた。

平成 29 年に、静岡市民が投票により「100 年先まで大切に残していきたい商品」を選ぶ『しずおか葵プレミアム・アワード 2017』に認定。選ばれた理由として、「いつも使っている」、「静岡で作られる商品である」、「親の代から使い親しみがある」などの声が多くあげられている。

広告や CM などは派手に行わず、良い塩を適正な価格で販売し続けるなどの誠実な仕事ぶりも、愛される理由の一つであろう。



▲ 馴染み深い親しみある商品

今日もより良い塩作りに専念

塩は、生きていく上で欠かせない必需品であるが、近年、塩を取り巻く環境は、食のスタイルの変化などにより、大きく変わってきているという。家庭で料理をする機会の減少に加え、世帯数の減少、単身世帯の増加などから、家庭の塩の消費量が減少している。また、減塩傾向や調理の最後のみ少し加えるなど、使い方も変化してきており、こうした時代の変化に対応し、お客様のニーズに応えるため、「あらしお」を炒って使いやすい仕上げた「やきしお」や、駿河湾深層水を 100%原料にした「深い海の塩 あらしお」など、様々な新商品の開発に取り組んでいる。また、2 年前には、デザイナーとコラボしてバスソルトを開発するなど、別の角度からも精力的にチャレンジしている。

お客様のニーズに寄り添う商品の開発を進めながらも、塩作りへのこだわりは変わらず、半世紀を越え、良い塩を求める人々の期待に応え続けてきた信頼のブランドとして、これからも、時代に流されることなく、ぶれずに良い塩作りに専念していきたいとの社長の想いに、今後も注目していきたい。

(文責：地域産業課)



▲ 「あらしお」を使ったバスソルト

ピカイチの野菜でヘルスケアに貢献

株式会社一粒万倍

所在地	田方郡函南町間宮 897-1
代表者名	國末 優子
創業	平成11年10月
資本金	3,000千円
従業員数	46人
主要製品	スロージェューサー、冷凍ジュース、 常温ジュース、無農薬にんじん
電話	055-977-7830
FAX	055-977-783
URL	http://www.ichiryumanbai.co.jp



一年を通して日本中から野菜を確保

株式会社一粒万倍は、函南町に本社がある、にんじんジュースと、ジュースを販売する元気な企業。最初の一歩は小さくても、あきらめずに続けていけば、やがて大きく広がる。そんな願いを込めて社名を「一粒万倍」とした。

「健康は新鮮な野菜などの食べ物から」という考えのもとに、有機野菜を仕入れて、インターネットで販売をするとともに、低速回転することで摩擦熱による野菜や果物の破壊を抑え、空気に触れにくくして酸化を防ぐスロージェューサーの販売にも力を入れている。首都圏の主要駅や百貨店等にあるジューススタンドに数多くの数量を卸しており、知る人ぞ知る企業である。

同社は、野菜には大変なこだわりがある。ジュースの原料となる野菜は北海道から九州までの農家と契約し、年間を通じて新鮮な有機野菜を仕入れて販売している。

しかしながら、近年、有機野菜の購入者はジュースにして飲む方が多く、自分で絞るのが大変という声を受け、ジュースの生産も開始した。他社にジュースの生産を委託していたが、より新鮮なジュース作りを目指して自社での生産にシフトし、現在はパックと瓶詰めのジュースを生産している。



▲形が揃わない有機野菜を手作業で選別・裁断



▲ジュースの菌検査を実施



▲手作業によるラベル貼り。愛情を込めて生産。

同社の新鮮な有機野菜ジュースを求め、全国から多くの注文があり、主に通信販売を行っているが、最近では、地元のスーパー等に卸すことも始めた。

愛情を込めて生産した商品を身近で販売することについて、「地元へ貢献できることが嬉しい。」と社員は笑顔で語る。

野菜作りに挑戦



▲手作業で畑を耕す社員

同社では、より安定した供給体制の構築や、おいしいジュースが出来る品種、ジュースを搾りやすい品種の選定を目的に、平成29年に農産部を設置し、自社で野菜作りも始めた。

土作りから雑草の除去まで手作業で実施している。大変な手間のかかる作業であるが、農薬を使用した野菜より育ちにくく、野菜作りへの参入は簡単ではないが、同社の野菜への愛情をさらに感じることができた。

社員が会社の財産



▲野菜の鮮度を保持するシート。絵柄は社員作成

取材に対応してくださった専務と取締役は口を揃えて「大切なのは社員です。我々ではなく社員を撮影してください。」と話す。

同社の経営理念は「全従業員の物心両面における幸福を追求し、人類の健康の維持・増進（ヘルスケア）に貢献する」。であり、日々の朝礼で社員全員が復唱し、仕事の進め方などを学び、社員の心を一つにしている。

また、毎月第2金曜日をカレーの日に設定。有機野菜を使い、社長が前日から仕込み、社員全員で食べることで結束力を高めている。

取材中、社員からはジュースや野菜へのこだわりと愛情が端々から感じられ、同社が目指す「誇りを持って売れるものづくり」が実践されていた。



▲大切なジュースを持つと自然と笑顔に

（文責：新産業集積課）

酒盗のおいしさをもっと多くの人に

株式会社 カネヤマ水産

所在地 焼津市岡当目62
 代表者名 増田 徹哉
 創業 明治元年(法人改組 昭和37年6月)
 資本金 10,000千円
 従業員数 7人
 主要製品 かつお酒盗、かつお汐辛(塩辛)、まぐろ酒盗、削り節
 電話 054-629-0251
 F A X 054-629-0258
 U R L <http://kaneyamasuisan.co.jp>



創業明治元年、歴史あるカネヤマ水産

株式会社カネヤマ水産は、焼津市内で、主に酒盗、汐辛の生産、削り節の加工を行う水産会社である。創業は明治元年で、当初は主に鰹節等の製造、販売を行っていたが、戦後、酒盗や汐辛の製造規模を拡大し、生産を集中化した。

同社の生産する酒盗、汐辛はともに、化学調味料などは一切使わず、塩のみで発酵させる伝統的な製法を用いて作られている。酒盗とは、鰹の内臓の汐辛のことである。通常の汐辛との違いについて、同社では、製品に使用する鰹の部位によって区別している。



▲歴史を感じる石造りの汐辛工場



▲酒盗の熟成

通常の汐辛が鰹の胃と腸、あまわたと呼ばれる内臓の部位を使用するのに対して、酒盗では、あまわたは使用しない。あまわたには、発酵するための酵素が多く含まれ、風味とコクに深みが出る。酒盗は通常の汐辛に比べまろやかな味わいとなっている。

鰹の酒盗、汐辛の生産は全国的に見ても珍しく、同社は全国1位の生産量を誇る。そのほとんどは、国内の大手瓶詰メーカー等に出荷され

スーパー等に並ぶという。

焼津と酒盗

水産業の盛んな焼津では、昔から鰹節を製造する際に除かれる鮮度の高い内臓を、各工場で塩漬けにして酒盗を製造していた。

内臓は、鰹1匹からわずか30g程度しか取れず、また、きれいな形で残っていなければ酒盗には使用できない。そのため、原材料となる鰹は人の手で丁寧に切られたものである必要がある。鰹節製造の機械化が進む現在、手切りを行う事業者の数は限られており、鰹節の名産地である焼津ならではの食文化、特産物であるといえる。



▲作業の様子

新商品の開発に力

そんな焼津の食文化といえる酒盗だが、同社がとったアンケートでは酒盗の知名度は約4割であり、食べたことがあると答えた人は約2割であった。このままでは食文化がなくなってしまうという危機感を感じた同社は、近年、酒盗をもっと知ってもらうため、時代に合った新しい酒盗の楽しみ方を提案している。

オリーブオイル専門店であるクレアテーブルとコラボした「ワイン泥棒」は酒盗をオリーブオイル漬けにした商品である。ワインのおつまみとしてはもちろん、調味料としてパスタなどに使用するのもおすすめだ。さらに、京都の菓子会社とコラボした「酒盗あられ」は、米本来の豊かな風味を残しつつ、酒盗の持つ香り、うまみを楽しめる商品である。このように、幅広い層の人々に親しまれる可能性を酒盗は持っているのだ。



▲ワイン泥棒と酒盗あられ

普及への試み

焼津の食文化を守るため、同社では市内のトマル水産、石竹水産と連携し、小学校での食育などさまざまな活動も行っている。最近では、同じく老舗の水産加工会社である岩清やはの字食品の女性取締役3人で集まり、女性目線から見た商品開発やPRに取り組む。伝統ある食文化を守り、焼津の水産加工業を盛り上げていくために、新たな試みを続ける同社から目が離せない。

(文責：地域産業課)

伝統の味を地元の家庭から

小石安之助商店

所在地 焼津市浜当目2-6-7
代表者名 小石 英男
創業 明治30年
主要製品 サバ節、粉末出汁
電話 054-628-2472
FAX 054-628-3412
URL <http://www.maruchyon.com/>



100年以上の歴史を持つ老舗

小石安之助商店は明治30年から続く、老舗のサバ節、鰹節製造業者である。顧客のほとんどが卸問屋であり、先代からの取引が今でも数多く続いている。

道路に面した店先には大きく屋号が掲げられている。気になった人が立ち寄り、出汁を使ったスープを試飲して出汁を気に入り、その場で購入していくことも多い。



▲創業時は提灯屋であり、「明かりのシンボル」である「まるちゃん」が屋号になっている。

伝統的な製造工程

伝統的な鰹節・サバ節の製造工程には燻し工程の後に天日干し、カビ付け工程がある。現在流通している商品の多くはカビ付け作業までを行わず、燻しのスモーク臭を活かした「荒節」であるが、同商店はカビ付けまで行う「枯節」も製造しており、「荒節」よりもまろやかで上品な味わいを持つ。

また、同商店の発酵蔵には、代々育てられた所謂「蔵付き」の発酵菌が住み続けている。



▲天日干しされているサバ節

この「蔵付き」の発酵菌を持つサバ節製造業者は全国でも数少なく、同商店でしか作り出せない複雑な旨みを持つ出汁が強みだ。

家庭の味を変える挑戦



▲「ふじのくに新商品セレクション」で金賞を受賞した「粉挽だし」(左)と昆布を加えた「焼津だし職人」(右)

近年は一般消費者に向けての製品開発にも力を入れて取り組んでいる。その中でも、「粉挽だし」は「ふじのくに新商品セレクション2016」の金賞に選ばれた。粉挽だしはパウダー状でスティック包装されており、手間をかけずに使用することができる。鯖・鰹・ムロ鱈、宗田鰹の4種の枯節を使用しており、化学調味料はもちろん、塩分・糖分も含めて無添加・無着色のため、老若男女誰でも安心して本格的な出汁を味わうことができる。

その後開発された「焼津だし職人」は粉挽だしに昆布を加えた出汁。ティーパックのように出汁を包装してより使いやすくとただけでなく、枯節に含まれる魚由来のイノシン酸と昆布の中に含まれるグルタミン酸の2種類の旨味成分を組み合わせることで、さらに旨味の幅が広い出汁を生み出している。

時間をかけて認知を広げる

小石安之助商店は、東京や地元焼津市で定期的に行われている市場にも積極的に参加している。定期市で出汁を購入した顧客が、その後の定期市でも購入してくれる。小石代表は「商品を売りに出して消費者に広がり始めるのに3年はかかる。特に出汁は家庭の味が一度決まってしまうとなかなか変わらないため、大切なのは宣伝し続けること」と言う。

サバ節や鰹節本来の風味を生かして、飲食店でも重宝される出汁、サバ節を製造する業者は県内でも数少ない。同商店の商品はHPのネット通販でも購入することができる。日々作る料理の基礎となる出汁だからこそ、体にやさしい本物の出汁を使ってみてはいかがだろうか。

(文責：企業立地推進課)



▲4代目当主で代表の小石英男氏

サバ節の老舗の新しい挑戦

株式会社杉初水産

所在地 沼津市志下741
 代表者名 杉本 恭彦
 創業 昭和22年
 資本金 10,000千円
 従業員数 7人
 主要製品 雑節（サバ、イワシ）、干物等
 電話 055-933-0008
 F A X 055-934-3434
 U R L <http://sugihatsu.co.jp/>



サバ節の老舗 杉初水産

心臓病・脳梗塞の予防などに効果があるEPA（エイコサペンタエン酸）が豊富に含まれ、青魚の王様と呼ばれることもあるサバ。もともと大衆魚として食卓に欠かせない魚であったが、近年はサバの水煮缶がブームになるなど、改めて身近な食材として再評価されている。そんなサバの節を作りつつ、これまでに培ってきたノウハウを活かして新しい可能性に挑戦している企業が沼津市に立地している。



▲自慢のサバ節

沼津駅からバスで約20分、国道414号から路地にはいっていくと、遠くから香ばしいにおいが漂ってくる。この香りの源は株式会社杉初水産。創業約70年のサバ節製造・販売の老舗である。同社のサバ節は、地元沼津港から水揚げされた新鮮なサバを使用し、1週間から2週間をかけて煮付、燻製、乾燥等の一連の工程を経て製造されており、その品質は取引先から高く評価されている。

ノウハウを活かした自慢の新商品

同社は、主力のサバ節や干物づくりにとどまらず、これまでの概念にとらわれない新しい商品を消費者に届けようと積極的に新商品開発に取り組んでいる。

最初に開発したのは、箱根西麓で生産されたJ A Sマーク公認の無農薬ハーブをつかった、ハーブ風味の新しいアジの干物だ。使用されるハーブは、バジル、タイム、ローズマリー、ディルの4種類。アジを塩水につけた後、使用するハーブに応じて、ハーブエキスに漬け込んだり、ハーブの粉末を散らしたりした後、天日干しで乾燥させて作られている。焼いた身をほぐしてサラダや pasta と合えるなど、今までにない新しいのアジの干物の楽しみ方が可能な本商品は、沼津ブランドに認定された同社の人気の逸品となっている。



▲体にうれしい無農薬ハーブアジセット

第2弾は、沼津港で水揚げされたサバを丸ごと使った4種のサバメンチカツだ。この中でも、薫香を付けて乾燥させたサバの中骨を粉末化し、サバの身のミンチと混ぜて作った「サヴァリッチ」は、静岡県産業振興財団や東海大学の協力を得て、成分検査を繰り返し、1個当たりのカルシウム量が栄養機能食品の規格基準を満たすよう作られた「体に嬉しい商品」であり、小さな子供からお年寄りまで、幅広い年代の方がおいしく食べることができる。本商品も平成30年6月に沼津ブランドに認定されており、これからの販売拡大が期待される。



▲栄養機能食品（カルシウム）のサヴァリッチ

日本食の魅力を食卓へ

同社の製品開発の手法は、地元農家、大学、産業支援機関等、商品ごとに最適なパートナーと協力して、同社のサバ節や干物製造の技術の可能性を拡大させているところに特徴がある。飲むだしティーパックの商品化に向け、若者の感性を活かすため、地元の県立高校と協働してパッケージデザインを考案したことも同社らしい取組の一例だ。

サバ節や干物等の伝統的な日本食の食材を製造する会社だからこそ、新しい切り口で新商品を開発・販売することで日本食に馴染みの少ない方々に日本食の魅力を伝えたいという想いを取材を通じて感じた。

伝統を守りつつ、新しい挑戦に取り組む同社の飛躍に期待したい。

(文責：企業立地推進課)



▲杉初水産の皆さん

美味しいパンのある人生はきっと幸せ

鶴田屋本舗「パンの郷」^{さと}

所在地 掛川市山崎 63
(本部：浜松市東区大島町 977)
代表者名 遠山 隆志
創業 天保10年(1839年)
従業員数 35人
主要製品 パン、和菓子
電話 0537-48-2136
FAX 0537-48-6871
URL [http:// pansato.com/](http://pansato.com/)



こだわりの静岡県産素材

みんな大好きなパン。

旧横須賀城（掛川市）の門があった場所に和菓子屋として創業し、180年も続く鶴田屋本舗さんのお店（大須賀本店）にも、美味しいパンがたくさんある。

中でも一押しの商品は、「メロンアップ」である。

「メロンアップ」は、地元のマスクメロンの果汁を使ったクリーム入りのメロンパンである。楕円の形状をしており、スーパーに並ぶ袋入りメロンパンとはかなり違う。食べてみると、表面はしっとりとしていて、マスクメロンの香りが鼻から抜ける。程よい甘みを感じられ、とても美味しい。

鶴田屋本舗のこだわりは、静岡県の素材を使うこと。

メロンをはじめ、いちご、レモン、えびいも、スルガエレガント等地元の農作物、果物を使用したパンを季節にあわせ、販売している。コッペパンに使う小麦は磐田市産と北海道産のブレンドである。

新たにパンを1つ作るのに、試作から味の調整まで含めると3か月はかかる。美味しいパンができるまでには、従業員の奮闘がある。

遠山社長によると、海外で学んだ職人がその技術を生かしてパンを作る店とは違うため、材料にこだわって、美味しいものを作るということをコンセプトに、静岡県の素材にこだわることにしたという。従業員も地元採用である。



▲ 40,000食/月も売れる「メロンアップ」

異業種からパンの世界へ

遠山社長がパンの世界に入ったのは、ふとしたきっかけである。県外で出版業の仕事をしていたが、2004年に父の仕事を手伝いに静岡県に戻り、その1週間後、父の友人だった先代社長から、「2店舗目の出店をするので、手伝ってほしい」と言われ、引き受けたのがパンの仕事の始まりである。訪問前、職人肌の生粋のパン職人を想定していたのだが、全く違っていた。

当時の掛川店（現在は委託販売に切り替え）の立ち上げに3か月奔走し、開店後はパンがよく売れた。本店との2店舗体制となり、先代社長はパンを作るのに忙しく、現社長はそのまま仕事を継続することになり、今に至る。

2009年に新設したセントラル工場（磐田市）は、リーマンショック後に企業が撤退した居抜き物件を購入したとのこと。異業種からパンの世界に入った遠山社長は、経営感覚に優れた敏腕経営者である。



▲ 遠山 隆志社長

パンのある生活

パンは主食である。ないと生きていけないもので、嗜好品ではない。それをいかにして安定して供給するか。2018年10月、台風24号の影響で県西部地方が大規模に停電した。大須賀本店の付近も3日間停電したが、幸い磐田の工場は停電しなかったため、仕入れていた材料をすべて使い、磐田工場で製造したパンを大須賀本店に持ってきた。ツイッターでも発信し、欠品しないようにパンを用意した。

このとき、30km離れた森町から、パンを求めに来店した人もいるという。お店も通常の閉店時間を延長し、夜はろうそくで明かりを灯しながら、パンを売り続けた。県西部地域では、店は開いていないし、開いていても、商品が全くなかった。そんな状況の中、パンが買えたありがたさは、何とも言えないものであろう。

人は美味しいものを食べると幸せな気持ちになる。今の世の中、美味しいものはたくさんあるが、美味しいパンのある人生は、きっと人を幸せにする。



▲ 店内にはパン以外のお菓子等も並ぶ

(文責：商工金融課)

納豆と「テンペ」と探究心

有限会社まるさ食品

所在地 伊東市鎌田1021-1
 代表者名 齋藤 隆一
 創業 昭和27年4月
 資本金 3,000千円
 従業員数 7人
 主要製品 納豆、テンペ
 電話 0557-37-5758
 F A X 0557-37-5208
 U R L <http://www.izu-marusa.com/>



水を求めて

「好奇心ですね。やりだすと夢中になるんです。」
 こう言って、ニッコリ笑顔で答えてくれたのは有限会社まるさ食品の齋藤隆一社長だ。

同社の創業は昭和27年。戦後、先代社長が縁あって伊東駅の近くに工場を構えたことから同社の納豆づくりがはじまった。その後、昭和58年に現在の場所に移転する。

「水です。水を求めてこの場所にたどり着きました。納豆の成分の6割は水。ここは伊東市の城ノ平水源に近く、とても上質な水が手に入ります。」

以来、原材料、特に水へのこだわりは強い。近年は、海洋深層水を使った納豆の商品化にも成功した。

「伊東市赤沢で採れる海洋深層水を使っています。日持ちがよくなるだけでなく、納豆特有のにおいも抑えられるため、これまで納豆を苦手にされていた方にも召し上がっていただきやすくなりました。」「味ですか？もちろん、おいしいですよ。全国納豆鑑評会で2回賞をいただけたので、きっと美味しいということだと思います。」謙虚な齋藤社長が胸を張った。



▲海洋深層水を使った同社の納豆「海の賜」

インドネシアの納豆「テンペ」

みなさんは「テンペ」という食材を御存知だろうか。インドネシアの納豆とも言われ、

同国では古くからの国民食として今日も愛されている食材だ。

同社とテンペの出会いは今から 30 年以上前にさかのぼる。当時、全国から十数社の納豆メーカーが集まり、テンペ勉強会が立ち上げられ、同社もこれに参加した。納豆づくりのノウハウを生かしたテンペの製造、販売にチャレンジしたのだ。しかし、結果は振るわなかった。当



▲同社のテンペ。現在は多くのレシピが開発されている。
時の世間には今ほどの健康志向はなく、大豆に対する注目度は低かった。結局、当時勉強会に参加した全社がテンペから撤退したという。

それから時は流れ、平成 15 年。大学でテンペを研究する研究者との出会いにより同社は再びテンペづくりを始めることになる。このとき、時代は確実に変わっていた。

人との出会い、実現する技術

この頃、既に高まりを増していた健康ブームは、ヘルシーで栄養価の高い大豆食品にとっては大きな追い風になった。同社は先述の研究者に加え、テンペ料理のレシピを考案する栄養士などとも連携し、マスコミを巻き込みながらテンペの知名度を上げ、マーケットを着実に開拓していった。

ところで、納豆の生産とテンペの生産を両立するためには、納豆菌とテンペ菌が混在しないように管理することが重要だ。この「すみわけ」を図るためには、生産設備を納豆用、テンペ用と完全に分離するのが最もわかりやすいが、これには巨額の追加投資が必要となる。そこで、同社では上記研究者の協力のもと研究を重ね、独自のノウハウにより可能な限り設備投資を抑えながら納豆とテンペの両方を生産することに成功した。

斎藤社長は当時を振り返って言う。「つくづく自分は幸運です。本当に人に恵まれるんです。」これは、ひとえに斎藤社長をはじめとした、同社の商品づくりに対する真摯な姿勢がたぐり寄せた縁だろう。

地域に根差したビジネスを

同社によれば、かつて全国に 680 社あった全国納豆協同組合連合会加盟の納豆メーカーは現在 120 社。このうち、県内で製造を続けているのは同社を含めて 3 社のみだ。数少ない県内メーカーとして、同社では地域の学校給食への供給も行っている。「できるだけ地元の食材を使い、地元の方々に食べていただく。これからも地域に根差したメーカーでありたいと思います。」

地元深く根差しながら、研究を重ねて新しいチャレンジを続けていく。同社の探究心の次に向かう先はどこか、注目だ。

(文責：企業立地推進課)

変化を恐れず「Life is 家具」を追求

株式会社マルミヤ

所在地 静岡市駿河区八幡3-14-28
代表者名 太田 浩史
創業 昭和30年
資本金 10,000千円
従業員数 12人
主要製品 ダイニング家具の製造・販売
電話 054-282-5500
FAX 054-283-3903
URL <http://www.marumiya-kagu.co.jp/>



老舗家具屋を継いだ三代目

昭和30年創業の株式会社マルミヤは、創業から婚礼家具、鏡台、仏壇などの家具を製造してきた。しかし、ライフスタイルの変化により需要が減少してきたために、三代目が店を手伝い始めた平成20年頃から、家具屋として何をつくっていくべきか、店の将来像を考え始め試行錯誤を繰り返してきた。現在ではダイニングテーブルを中心とした無垢材のオーダーメイド家具の製造・販売を行っている。

建築デザインを学んできた三代目が、顧客からの要望を丁寧に汲み取りデザイン・設計し、それを職人が無垢材を使って作り上げる。同社がデザインするダイニングテーブルは、他社製品ではあまり見掛けないような、丸みを帯びた形をしているものが多い。住空間としてのデザインや動線を考え、顧客のライフスタイルまで含めた提案をしていくという強いこだわりが、デザインの土台となっている。

社長を継いで2年目となる三代目は、「当社には顧客の夢を具体化する発想力と、それを実現する老舗の確かな技術力がある」と力強く言う。



団らんを生み出す丸みを帯びたテーブル

オーダーメイドへのこだわり

同社は、相談・デザイン・製造・アフターフォローを一貫して行っている。顧客の要望から悩みに至るまで親身に話を聞き、顧客が本当に求めるものを一緒に作り上げていき、満足度の高い家具が生まれるのである。

オーダーメイドであるが故に、製造の過程で困難が伴うこともある。同社の新製品である曲線型の三人掛けチェア一の開発に当たっては、木の曲線加工だけではなく、座面カバーの曲線加工において何度も試作を重ねた。座った際にカバーがずれてしまうため、座面の中央部に穴を設ける設計としたが、高度な加工技術が必要となった。試行錯誤の末、同社の新製品が誕生することとなった。

同社には、顧客の要望に応えるための確かな技術力があり、要望以上のものを作り上げようという情熱が同社をさらに成長させている。



新製品の三人掛け曲線型チェア

オーダーメイドが選ばれるために



継承すべき熟練職人の技術

家具の製造・販売において、大手量販店が様々な商品を取り扱っている。消費者から同社の家具が選ばれるためには、まずはオーダーメイドという選択肢があるということを認知してもらう必要がある。同社では、県内外の展示会やインターネットなど様々な機会や媒体を利用することで、納品事例を広く発信している。良い納品事例を増やすこと、そして事例を発信していくこと、これらを両輪として同社のオーダーメイドが家具選びの選択肢とされることを目指していく。

また、同社の職人は8名おり、50代以上の高齢層と30代の若年層が半々程度となっており、高齢層から若年層への技術継承を見据えた年齢構成となっている。日々、顧客の要望に対応していくためには熟練の技術が要求されるため、確実に技術継承を行っていく。

(文責：企業立地推進課)

ニッチな分野でトップシェアに！

天間特殊製紙株式会社

所在地 富士市天間 264
代表者名 金子 武正
創 業 昭和 29 年 2 月
資 本 金 30, 000 千円
従業員数 170 人
主要製品 建材用紙、育果紙、食品用包装紙、テープ
基材、コーヒーフィルター、電磁波シールド、逆浸透膜基材
電 話 0 5 4 5 - 7 1 - 2 6 2 0
F A X 0 5 4 5 - 7 2 - 1 3 6 3
U R L <http://www.tentok.co.jp/>



主力製品は、ほぼトップシェア

天間特殊製紙株式会社は、昭和 29 年の創業以来、富士市天間地域で紙の生産を続け、「かみのまち」富士市の産業を支え続けている。紙は紙でも、「とにかく薄い紙」を製造している。

主要製品は、建材や家具の合板に貼る「建材用紙」、果樹栽培に使う「育果紙」、食品用包装紙など多品目。他社がなかなか参入しない分野（ニッチな分野）の品目が中心である。注目すべきは、建材用紙が世界でも 70%以上のシェアを持つなど、多くの製品で「ニッチな分野でトップシェア」を獲得しているという点である。売上げの約 3 割は輸出であり、海外にも多くの販路を開拓している。



▲紙を摺（す）る抄紙機



▲高嶋取締役と兵頭技術顧問。会社の魅力と今後の方向性など真剣に話してくれた。

トップシェアを獲得するために行うのは、「いかに生産性を上げ、品質も上げるか」というシンプルな理念を貫くことだという。そのために、技術力の向上と最先端の設備の導入を惜しまず実行している。効果的な投資のために、社長を中心に国内外を飛び回り、伸びしろがある新たな分野の情報収集をしている。技術向上のため、社員も、様々な研究開発・商品に向き合えるので、柔軟で高い技術・知識が育まれる。日々の成長を感じられることは、仕事の喜びにもつながっているという。

新素材を活かした高品質な商品開発を開始

同社が、現在新たに力を入れている新素材は木材を原材料とした「セルロースナノファイバー（以下CNF）」である。CNFは軽量かつ高強度な特徴を持つ、様々な用途への活用が期待されている新素材である。

2016年から、CNFを製造する試作機として、手動式マスコロイダーを導入し、CNFの開発・利用を開始した。2017年には、試作機に続く2号機として、全自動式のマスコロイダーを導入し、2019年には、本格的に360t/年のナノセルロースの生産機を導入する予定である。

この新素材を活かして、強度を保持しつつトイレに流せる水解紙や、電気自動車等で需要の増加が見込まれるリチウムイオン電池に使うセパレーター用原紙の実用化に取り組んでいる。将来的には幅広い商品への添加剤として用途を拡大することで、従来の「薄く」だけでなく「強い」最先端の紙を製造することを目標としている。



▲CNFを配合した水解紙。強度があり、トイレに流すことが可能

製紙業のイメージを変える、デザインと環境に配慮した企業へ

国内外に多くの顧客を確保している同社には、製品以外にもこだわっている点がある。それは、美的感覚に富んだ海外からの訪問者にも対応できるように、デザインの積極的な活用に取り組むことである。会社を訪れると、大きなガラス越しに和を感じる庭が目に入ってくる。また、会社内にも趣向をこらした美術品やインテリアが配置されている。デザインは、製造現場でも活かされており、海外の取組を参考にしたガラス張りで外部から「見える化」された研究施設などが導入されている。

また、排熱を利用したガスコージェネレーションや、排水を綺麗にする生物処理装置、太陽光発電装置などを設置し、地域環境負荷の低減にも積極的に取り組んでいる。

新しい分野として、今後の環境問題に寄与する可能性がある商品開発にも取り組んで



▲事務所入り口から見た庭。入り口から優れたデザインが訪問者を迎えてくれる

いる。人口の増加により、水不足が危惧されている。そのため、海水の淡水化のための技術が急速に進んでいる。同社では、「逆浸透膜法」における装置の心臓部ともいえる、「逆浸透膜支持体」の開発に注力している。「逆浸透膜法」は他の方法と比べ造水コストが低いとされ、資源問題に貢献することが期待される。

地域の綺麗で豊富な水を必要とする紙を製造する企業として、地元 roots しながら、確かな立場を確保している企業である。（文責：地域産業課）

プラモデルの魅力

株式会社ハセガワ

所在地 焼津市八楠3-1-2
代表者名 長谷川 勝人
創 業 昭和16年
資本金 10,000千円
従業員数 62人
主要製品 飛行機をはじめとしたプラモデル
電 話 054-628-8241
F A X 054-627-8046
U R L <http://www.hasegawa-model.co.jp/>



「飛行機のアセガワ」

焼津駅から徒歩15分、瀬戸川を超える
と突如3階建ての建物の屋上に、実物大の
超音速ジェット戦闘機が現れる。さらに同
社の玄関に進むと、大手重工メーカーが製
造した練習機T-3が堂々と展示されて
いる。一見すると、飛行機メーカーではな
いかと勘違いをしそうになる。

ここは「飛行機のアセガワ」として世界
的に有名なプラモデルメーカーの(株)アセ
ガワ。同社は1941年に創業し、現在は
3代目の長谷川勝人氏が社長だ。木製模型
などの教材の製造からスタートし、1961年に
プラモデル分野に参入した。1962年に販売した1/450スケールの「戦艦大和」が
大ヒット。その後、販売したスケールモデルの戦闘機が立て続けにヒットし、1966
年販売の1/72スケール「F4ファントム2」の大ヒットにより、「飛行機のアセガワ」
として一躍有名になった。

現在は、会社の看板商品である飛行機をはじめ、船や自転車等の乗り物から架空のキ
ャラクターモデルまで幅広いジャンルのアイテムをプラモデル化している。



▲会社の屋上にある戦闘機（実物大）

世界中のファンが支える精度

同社はこれまでに、約 4000 種類の飛行機を製作している。これらの製作は、まず資料集めから始まる。基本的には、写真を集めたり、実際に現物を見に行くことで資料を集めるが、それでもどうしても手に入らない資料がある。そんな時は、世界中の「ハセガワ」のファンが「ハセガワ」の呼びかけに応じ、貴重な資料を提供してくれる。長谷川社長は「世界中のファン（協力者）が、いろんな方法で、資料を集めてくれるのです。」と話す。

彼らにとっても、あの「ハセガワ」に、資料を提供し、協力していることがステータスになっているというのだ。同社の細かなネジの部分まで再現しているプラモデルは、会社と実績と人脈により生み出されている。

教材としてのプラモデル

世界的にプラモデルを作る人口が減っているという。しかし今、プラモデルが教育現場で見直されている。

「プラモデルの魅力は、プラモデルをつくることで、立体的な能力を養うことができ、集中力も培うことができることです。」と長谷川社長は言う。静岡市内の一部の小学校では、すでにプラモデル産業をテーマにした授業が実施されている。同社の社員も、講師として派遣されているという。さらに、小学生は、楽しみながらモノを組み立てることにより、達成感を得ながら、作品の歴史的背景にも興味を持つようになってきているという。「これは僕が望んでいた形でうれしい。」社長は笑顔で話してくれた。

静岡に世界のプラモデル博物館を

静岡はプラモデルの聖地と言われるように、多くの模型メーカーがある。社長の夢は、これらのプラモデルメーカーと共同で、世界の「プラモデル博物館」を静岡につくることだ。県内のメーカーだけではなく、世界中のプラモデルを集めて、世界中のファンに来てもらいたいと言う。静岡を中心として、プラモデルの魅力を発信していくことで、静岡の代名詞がプラモデルと言われる日も近いのかもしれない。

(文責：企業立地推進課)



▲社長の長谷川勝人氏



▲(株)ハセガワと言えば飛行機！！

「けずる」技術で未来を創る

株式会社内山刃物

所在地 浜松市中区領家3丁目8-1
 代表者名 内山 文宏
 創業 昭和36年
 資本金 36,000千円
 従業員数 8人
 主要製品 超硬ルーター、PCDエンドミル
 電話 053-461-5320
 F A X 053-464-0638
 U R L <https://www.inh.co.jp/~uhs/>



木工工具メーカーとして創業

株式会社内山刃物は、昭和36年に初代の内山育松氏が創業し、現在は二代目の内山文宏氏が社長を務めている。創業当初は、タンス等の木製家具の加工に用いる金属製工具を製造していた。

同社に転機が訪れたのは、平成7年に起こった阪神・淡路大震災。家具の転倒により多くの死者、怪我人がでたこともあり、震災以降、木製家具の需要が減少。当然、木製家具用の工具の需要も激減した。

現社長の内山文宏氏が社長に就任したのはその翌年。木製家具の加工用工具に変わる新たな市場として注目したのはプラスチックの加工だった。普及が進む携帯電話の画面カバー等のプラスチックを切削する工具を中心に、売上げを伸ばした。

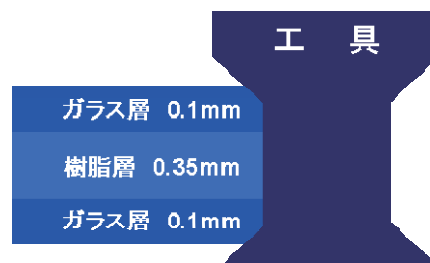


▲創業当時の内山刃物の社屋

新素材のための工具に挑戦

プラスチック切削用工具メーカーとして、売上げを伸ばしていた同社が次に目を付けたのは、樹脂をガラスで挟んだ「ガラス樹脂積層材」だった。

ガラス樹脂積層材は、表面にキズが付きにくい、割れにくい、同じ厚さのガラスと比較して3割程度軽いなどガラスと樹脂の長所を併せ持っており、航空機の窓等の様々な用途への活用が期待されている新素材であり、これを加工するための工具の開発に取り組むこととした。



▲ガラス樹脂積層材と工具
各層に対応した工具の構造が必要となる

レーザーを使って新たな工具を開発

ガラス樹脂積層材に着目したきっかけは、光産業創成大学院大学で開催されている「レーザーによるものづくり中核人材育成講座」だった。本講座を通じて知り合ったガラス素材のメーカーの方から話を聞き、ガラス樹脂積層材の加工に着目。関係する学会に手当たり次第に出向き、ガラス加工の専門家を探した。



▲開発したエンドミル
割れ目から削りカスが排出される

そして、新たな工具を開発するための資金を確保するため、国の補助金の獲得を目指して、平成 25 年に光産業創成大学院大学に入学。レーザーに関する知識を習得するとともに、ビジネスプランのブラッシュアップ等に取り組んだ。

その甲斐もあり、平成 26 年に国の補助金に採択された。レーザー加工機を購入するとともに、専門家と連携し、ガラス樹脂積層材を切削できるエンドミル（円筒形で外周に多数の刃を有し、回転することにより外周の刃で対象を削る工具）を開発した。

硬く脆いガラスと熱で溶ける樹脂の積層材を同時に精密加工するためには、素材の性質に応じた複雑な構造が必要となる。開発したエンドミルには、レーザーにより直径 2 ミリメートルのダイヤモンドに 11 枚の細かい刃と熱の発生原因となる削りカスの排出機構が設けられており、ガラスと樹脂の同時加工に対応している。

このような高度な加工が実現できたのは、レーザーやガラスの専門家との強固な連携体制の賜物だ。

新しい素材、新しい加工技術が未来を創る

「素材産業」の付加価値額や製造品出荷額等は、日本の製造業全体の約 2 割を占めており、日本の経済を牽引する中核的な産業と言える。そして、新たな素材の開発・普及は、私たちの生活や環境をも大きく変化させてきた。

しかし、「新しい素材が世の中に普及するためには、その素材を加工する技術も同時に開発することが重要」と内山社長は語る。新しい素材が開発されても、加工する技術の開発が追いつかず、普及しないことも多々あるそうだ。

未来の社会を支える新しい加工技術の開発に向けて、内山刃物の挑戦は続く。

(文責：新産業集積課)



表面処理加工の未来を築く

神谷理研株式会社

所在地 浜松市東区上新屋町156番地
代表者名 神谷 文吾
創 業 昭和29年8月
資本金 24,000千円
従業員数 117人
主要製品 自動車部品等へのめっきを中心とした表面処理加工
電 話 053-461-7309
F A X 053-465-2996
U R L <https://www.kamiyariken.co.jp/>



▲西テクノ工場（浜松市西区桜台）

トップレベルの技術力

神谷理研株式会社は、昭和29年8月に浜松市内で創業して以来、自動車やオートバイ、マリンエンジン部品、電子機器部品と幅広い分野で、めっきを中心とした表面処理加工を行っている。

めっきとは、鉄、銅などの材料の表面に、亜鉛、ニッケルなど別の金属の薄い膜を被覆する表面処理加工の技術である。この表面処理加工により、錆を防いだり、美しく装飾したり、様々な特性や機能を持たせることを可能としている。

同社のめっきによる表面処理加工では、徹底した品質管理が行われている。ニッケル、金、銀、銅、スズ、クロム等、多種多様なめっき加工に対応し、高度な技術力のもとで生産できることが大きな特徴としてあげられる。



▲めっき加工されたネジ



▲ボルトと治具

試作から量産化まで

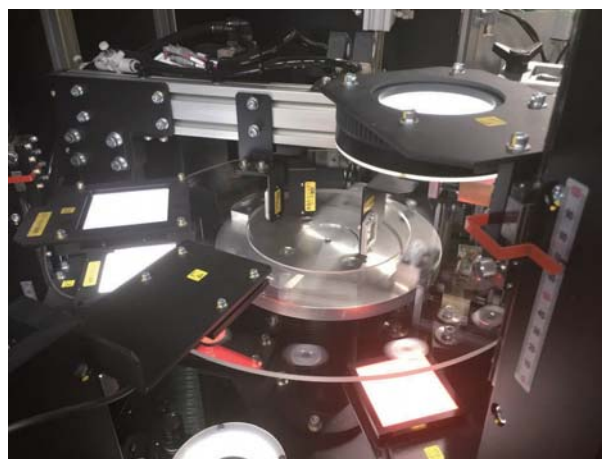
めっきによる表面処理加工は、あらゆる産業の基幹技術となっており、顧客が求めるニーズも様々である。

同社の工場では、量産に対応する自動ラインと、多種少量品に対応する手動ラインの2つの生産体制を整えている。さらに研究開発から生産管理、品質管理まで一貫した体制を構築することで、納期や数量だけでなく、めっき加工技術に対する高度なニーズにも的確に応じている。このように、あらゆるニーズに応えることを可能とする技術と設備は、同社の強みとなっている。

環境面の取組も積極的である。廃液を排水処理設備で環境負荷の無い水に戻して排水していること等を発信し、めっき業界のイメージアップと活性化につなげている。



▲工場内の生産ライン



▲画像検査装置

企業価値の向上

作業の自動化に伴い、蓄積されたノウハウが途絶えてしまわないように、社員教育を計画的に進めている。手動ラインでの作業を通じて「職人の勘」を継承しつつ、ISOに基づいた品質管理も可能な、現代のめっき職人を多数育成する環境を整えている。また、次世代の社員育成にも注力しており、男女比7対3、平均年齢40歳と業界では若い人員構成を保っている。近年では、女性従業員の産前・産後休暇、育児休暇の取得例も多く、産休取得後の復職率も上がってきている。

同社は、産学官の連携を通じて日々研究開発を行っており、環境に配慮した表面処理加工や新材料への表面処理を中心として、新技術の開発にも積極的である。神谷社長は、「平成25年に航空宇宙部品マネジメント規格EN9100を取得し、航空宇宙産業への参入を視野に入れている。」と語る。刻々と変化する市場ニーズに対応できるように、常にリサーチと挑戦を続け、地域企業の牽引役として、これからも成長を続けていく。

(文責：企業立地推進課)

へら絞り加工を通じて将来を見据え続ける

有限会社雪山シボリ

所在地 浜松市東区中野町4130
代表者名 雪山 浩司
創業 昭和47年4月
資本金 3,000千円
従業員数 5人
主要製品 へら絞り加工製品
電話 053-422-0320
FAX 053-422-0319
URL <http://hp.nagoya-cci.or.jp/yukiyama-ss/>

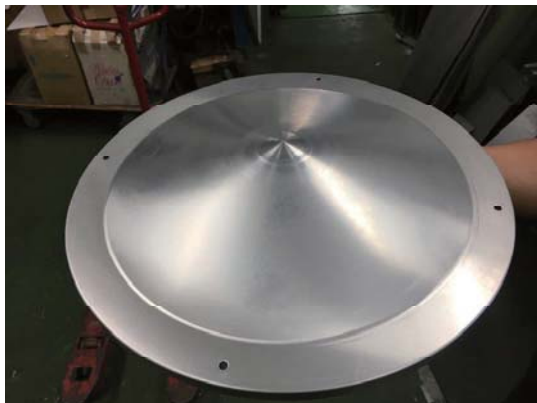


へら絞り加工技術の礎

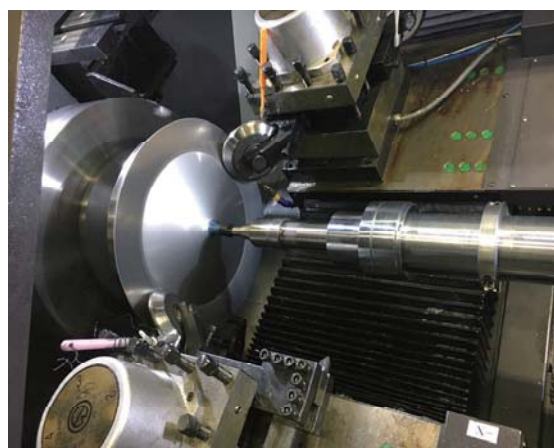
有限会社雪山シボリは、創業以来一貫して、へら絞り加工に特化し、他社では真似できない加工技術の高さを武器に発展を遂げてきた企業である。

へら絞り加工とは、金属の先端に加工する円板を取り付けて回転させ、「へら棒」とよばれる工具を円板に押し付けて金型の形状に添わせて変形させていく塑性加工技術である。

先代社長で現会長の雪山有司氏は、これらの加工に要する「へら棒」を当てる角度や力の入れ具合の微妙な力加減を、五感を頼りに加工する「手シボリ加工」の技術蓄積を図り、事業の発展を遂げてきた。現在は、自動へら絞り加工機を導入し自動化が進んだが、同社のつよみである他社では真似できない加工精度の高さの礎は、この先代社長が培った技術やノウハウが脈々と受け継がれてきたからだと言える。



▲加工後の製品



▲へら絞り加工の様子

これらの技術やノウハウにより、加工精度の高さはもちろんのことリードタイムも短く低コストで、試作から量産まで対応できることが同社のつよみである。他社は、加工に不得意な材質があ

ったり対応可能な業種が偏っていたりするが、同社は、業種を問わず他社での加工が困難な難削材の加工にも積極的で、高い顧客対応能力がある。取引先からは、他社では加工を断られたということで困って同社に相談や依頼がくることも多いという。

事業承継を機に

現在の社長である雪山浩司氏は、2年ほど前に先代社長から事業を承継した。この事業承継を機に、浩司氏は県外の展示会に積極的に出展し、販路の拡大に取り組んだ。展示会等でも同社の高い加工技術や顧客対応能力が評価され、以前は自動車メーカー向けの供給が売上の3割を占めていたが、現在は、自動車メーカー向けだけでなく、建材メーカーや食品機械メーカー向けの取引が始まり多様な業種に販路を拡大することができ、経営の安定や売上の拡大に繋がった。

常に5年後を見据え

社長の浩司氏は、県外の展示会に積極的に出展する理由をこう語る、「常に5年後の構想を抱き、販路拡大に努めている」と。自動車のEV化や製品ライフサイクルの短期化の流れを考えると、自動車向けなど特定業種に売上を依存しているのはリスクが高く、多様な業種と取引先を確保しておく必要があると判断したと語る。

また、「同じ地域内で需要を奪いあっても静岡県にとってメリットは無い、他県からの需要を取り込んだ方が静岡県のメリットになる」と、静岡県への思いをのぞかせつつ、県外の展示会に積極的に出展する理由を語った。



▲数々のメディアに取り上げられてきた

ものづくり技術を後世に

先代社長で現会長の雪山有司氏は、その高い加工技術が評価され、平成27年度に「浜松ものづくりマイスター」の認定を受けた。その認定を機に、有司氏は浜松市内の小学生を対象にもものづくり体験を通じやらまいか精神を養う「はままつ未来プロジェクト」に参加し、ヘラ絞りという特殊な加工技術を後世に伝えていく取組みを行っている。

このように、今後も自社の発展だけでなく、浜松地域や静岡県の発展を志向している同社の動向に注目していきたい。

(文責：経営支援課)

カンナから特殊工具まで 100年続く「刃物」専門店

株式会社タケモト

所在地 浜松市中区領家1-2-7
 代表者名 竹本 宗一
 創業 大正8年1月
 資本金 10,000千円
 従業員数 7名
 主要製品 機械工具、電動工具、エア工具、
 切削工具、大工道具、特殊刃物、特
 注工具、鯉節削り器の製作
 電話 053-461-1251
 F A X 053-464-6006
 U R L <http://takemotohamono.com/>



「刃物」で ものづくりを支える

浜松には、自動車、楽器、鉄道など、あらゆるものづくり企業が集積している。効率化を求めて、自動化・省力化が進む時代にあっても、どうしても手作業でなければできない工程がある。より良いものを作るために特殊な工具が必要になることもある。

株式会社タケモトは、ものづくり企業には欠かせない「刃物」の手道具や特殊工具を提供している、言わば、地域のものづくりを支えている企業である。

同社は、大正8年、大工道具や刃物の販売店として創業。屋号は「カンナ屋」。昭和30年頃まで、自社でカンナの台の製作から刃の取り付けまで行っていたが、産業の発展とともに取引先企業のニーズも多様化。そこで、昭和55年に、カンナ屋として培った知識



▲店内のショーケース



▲マグロの解体に使う刃物。部位ごとに異なる。

・技術や全国の刃物産地の職人とのネットワークを活用して、機械工具を取り扱う分野へ業務を拡大した。

ノミやカンナなどの宮大工の道具から、工業製品の製造に使う特殊な切削工具まで、「刃物」なら何でも揃う100年続く専門店である。

一点物の「削る」ための特殊な工具

自動車整備用の特殊な工具、楽器製作の手作業工程で使用するカンナ、鉄道の点検工具など、「刃」を使っている道具は多種多様。

社長自ら現場に出向き、何を削り、どのような仕上がりを求めているのかを詳細に聞き取り、写真を撮り、寸法を測って絵図を書く。

工具自体の大きさだけでなく、刃の厚みや傾き、刃物のカーブの角度、握りやすい持ち手の太さなど、職人の使い勝手を想像して、絶妙な加減を割り出し、1ミリ以下の単位まで指示書に記載する。

「刃物」は、用途や素材により、得意とする産地が違う。同社では、岐阜県、福井県、新潟県、大阪府など、全国の「刃物」産地を熟知している。だから「困ったら、タケモトに行けば何とかなる」のである。



▲楽器の製作に使う名刺よりも小さいカンナ

全国にわずか4人！ カンナの台まで直せる職人

かつては、カンナの材料を仕入れて自社製造していた同社だが、現在は、その製造を国内の産地に託し、取引先への納品前に、カンナの刃の角度の調整などの最終調整を行っている。

同社には、全国でもわずか4人しかいない、カンナの台の狂いも直せる腕利きの熟練職人がいる。平成24年には、特に優れた技術を有し、人材育成への熱意がある「浜松ものづくりマイスター」にも認定されている。

その技術は、ユネスコ無形文化遺産に登録されている「和食」をも支えている。「和食」には出汁が欠かせない。上等な出汁には、上質な鰹節とその味を引き出す鰹節削り器が必要だ。同社が監修した鰹節削り器では、7/1000ミリという光が透けるほどの薄さでありながら、均一で長く、ツヤのある鰹節を削ることができる。全国から注文や問合せがあり、他社製品であっても、メンテナンスの相談に応じている。

創業者の「優秀なる道具は技術を助ける」という言葉は、同社の店内中央に掲げられている。ものづくりにかける職人に最高の道具を提供することを使命としている同社は、これからも一点物の一級品を届けてくれるに違いない。（文責：地域産業課）



▲駿河蒔絵を施した高級鰹節削り器を紹介する社長

時代を先取りしたものづくりへの挑戦

大日工業株式会社

所在地 静岡市清水区辻1丁目9-30
代表者名 川瀬 昌之
創 業 昭和45年4月
資本金 10,000千円
従業員数 87人
事業内容 プリント基板への部品実装
電 話 054-367-0573
F A X 054-367-0570
U R L <http://www.dainichi-ind.jp/>



プリント基板の技術で、ものづくりをサポート

プリント基板は、テレビやパソコンなど、あらゆる電子機器で必ず使用されるものである。

大日工業株式会社は、昭和45年の創業以来、エアコンに使用するプリント基板の製造を手がけている。また、マイコン（マイクロコンピュータ）制御基板の設計から試作、量産まで、取引先の要望にきめ細かく対応し、企業のものづくりを支えている。

ものづくりの困りごとを解決

同社は、長年培ってきたプリント基板の技術や知識を活かして、自社製品の開発にも積極的に取り組んでいる。これまでに3回経営革新計画の承認を受け、新たな冷暖房ユニットの開発などに取り組んできた。

また、最近では、業務用の水素水サーバーを神奈川県企業と共同で開発し、全国に販売している。水素濃度の表示機能などを有する製品であり、同社のマイコン制御基板が活用されている。

このように同社は、常に新しい事業に取り組んでおり、ものづくりにおける困りごとを自ら解決しようと考え、挑戦を続けている。



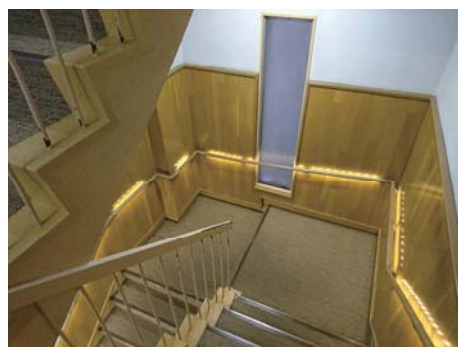
▲水素水サーバー「H2 JAPAN」

光る木の手すり 「ははのて」

現在、水素水サーバーと同様に、開発に力を入れている自社製品が、光る木の手すり「ははのて」である。

「ははのて」とは、タモ材に加え、静岡県産木材（スギ・ヒノキなど）を使用した手すりに、LED照明を内蔵したものである。センサーが人の動きに反応し、自動的に点灯・消灯する機能を持つため、照明のスイッチを操作しなくても足元を確認して歩くことができる。また、非常用電源装置に接続しておくことで、停電が発生した時でも、自動的にLEDが点灯し、非常灯の代わりとなる。

開発のきっかけは、体の不自由な方が夜中でも安全に歩行できるようにしたい、という思いであった。同社は環境活動にも積極的に取り組んでおり、木材、特に間伐材を使った木の手すりにこだわっている。また、開発に当たっては、安全性に配慮するため、木材の太さや形状・強度、さらには金具の形状などの研究を重ね、商品化が実現した。現在は静岡市内の宿泊施設や病院などに設置しており、利用者から好評を得ている。



▲宿泊施設内の施工事例
電球色のLEDを使用



▲病院内の施工事例

時代を先取りしたものづくり

同社は、環境保全や高齢化対策、災害対策が重要と考えて、時代を先取りしたものづくりを心がけている。「ははのて」はこのような意識から開発した自社製品である。

他にも、「エコアクション 21」の認証を取得して、温暖化の防止や省エネルギーへの取組も積極的に行っている。

また、同社は、取引先の要望に応じて300種類以上の製品を生産する多品種生産体制を採っているため、生産管理や在庫管理の効率化を目的として、自社製の管理システムの導入、さらにはIoT（Internet of Things：モノのインターネット化）の活用も進めている。

今後同社がどのように事業を展開していくのか、注目していきたい。

（文責：経営支援課）

「人」に感謝される企業を目指して

有限会社野木製作所

所在地 駿東郡小山町中島44-3
代表者名 野木 淳一
創 業 昭和63年10月
資本金 3,000千円
従業員数 81人
主要製品 ハーネス、電子部品、自動車部品、金属加工、木材加工
電 話 0550-76-8070
F A X 0550-76-6515



丁寧なものづくり

「当社は血管を作っています」と話すのは、有限会社野木製作所の2代目、野木代表取締役社長だ。

同社は大手企業から受注を請けて、自動車エンジン部にあるセンサー部品の検査業務や、マットレスの金属部品・木材部品の製造等、多岐にわたる事業を行っている。

中でも特に同社が自信を持っているのはハーネスの製造だ。ハーネスは、電源の供給や、電気信号を伝える電線を束にしたもので、ハーネスがなければ、機械に電源の供給もできず、通信もできない。いわ



▲建機や農機のエンジン部に繋ぐハーネス



▲野木代表取締役

ば人間の身体に張り巡らされている血管（ハーネス）に、血液（電気）が流れるようなものであることから、冒頭の野木社長の言葉となっている。変電設備や、建機・農機の環境エンジン部に使われる同社のハーネスは、一つ一つ丁寧に手作業で作られており、その品質の高さから、取引先の信頼は厚い。

昨年度には新工場を開所し、同社はさらなる事業拡大を続けているが、「人に感謝される仕事をする」という初心は忘れてはならないと、野木社長は常に自らを律している。

幅広い年齢層の雇用を生み出す、働きやすい職場環境



▲女性が活躍するハーネスの製造現場

同社従業員の平均年齢は50歳前後と高めであるが、その構成が特徴的だ。

同社は30代から40代の子育て世代の女性と、65歳以上のシルバー世代を積極的に雇用している。なんと従業員の最高齢が78歳というから驚きだ。大きな力を必要としないハーネスの製造は、女性や高齢者にも作業がしやすいのも積極雇用の理由のひとつだが、何よりも同社が働きやすい職場環境を構築していることが、ここ

まで幅広い年齢層の雇用に繋がっている。

同社は「内職・パート・正社員」の3つの就労形態を用意している。子供が手のかかる時期は内職、慣れてきたらパート勤務に、そして子供の手が離れたら正社員勤務と、ライフプランにあわせて就労形態を選択できるのが同社の魅力だ。

静岡県では、「ふじのくに子育て応援リーディングカンパニー」として、従業員の子育て環境改善を進める企業を表彰しているが、同社は平成25年度に表彰されている。

子育て世代に限らず、全従業員が気兼ねなく自由に休みがとれる制度を設けているなど、従業員が目線に立った労働環境を整備している。会社にとって一番大切なものは「人」だと考える野木社長の思いが、同社の働きやすい環境を醸成している。

さらに前へ～異業種への挑戦～

同社は取引先に感謝される企業を目指して真摯に仕事に向き合い続け、今年で創立30周年となる。このひとつの節目に、野木社長は新たな事業展開を考えている。これまでB to Bの業態だった同社には未知の業界である、エンドユーザーと直接触れ合うB to C業界である。さらに、これまで携わっていなかった健康関連分野への挑戦だ。

同社にとって大きな転機となるが、変化を恐れず、攻めの姿勢で経営していく野木社長の決意は固い。「現状に満足してはいけない。満足してしまったらそこから後退が始まります。」

「人」に感謝される企業を目指して、常に前に進み続ける同社に今後も注目していきたい。



▲同社の社訓「平恕」（へいじょ）
「相手を思いやり許す」という理念が同社の発展を支えている

（文責：経営支援課）

日本の文化と美意識を明日へ伝える

三遠煙火株式会社

所在地 湖西市梅田 354
代表者名 小口 友義
創 業 昭和 27 年 11 月
資 本 金 12,600 千円
従業員数 14 人
主要製品 煙火（花火）の製造及び打上げ
電 話 053-577-0180
F A X 053-577-2121
U R L <http://www.san-en-fireworks.com/>



三遠煙火株式会社とは

三遠煙火株式会社は、温暖な気候に恵まれ、花火文化発祥の地と言われている三遠南信の湖西市梅田に位置しており、今年で創立 66 年を迎える。初代社長の小口昭三氏は会社の基礎を築いたほか、全国的にも有名な袋井遠州花火大会はじまりにも携わった。現社長の小口友義氏は 2 代目であり、日々花火の研究開発に取り組んでいる。

同社の従業員の共通点は「花火が好き、作ってみたい」という強い思いを持って入社している。従業員は 30 代が多く、女性も 3 名在籍している。従業員に対する安全・保安教育についても徹底しており、日本煙火協会の定める講習会参加の義務付けや火薬学会への参加を促している。

同社の主力製品について、以前は玩具花火等も製造していたが、先代の昭三氏が打上花火に注力したい気持ちが強かったため、現在は打上花火が主力である。



誰もが驚く花火の開発

同社の代名詞とも言えるものが「マジック牡丹」。これは先代の昭三氏が開発したもの

であり、通常の火薬に火が見えなくなる特殊な火薬を星掛けすることで打ち上げた花火が一瞬消えて、また夜空に浮かび上がるという花火である。昭和43年、当時の打場花火としては考えられなかった革命的な花火であり、様々な花火大会でも認められ、数々の賞を受賞している。昭三氏は、この革命的な発明に対して敢えて特許をとらず、花火業界の発展に大きく寄与した。



さらに、「光」をテーマとした花火も同社独自の製品である。「光のアトリエ」、「光のオーブ」といったタイトルをつけ、通常の花火よりも光が強い花火を開発した。

また、同社は事務所と作業場との距離が近く、平坦な土地に位置している。保安距離の確保のため、山間地に作業場を確保せざるを得ない同業者が多い中、花火の製造作業が効率的に行えるモデル事例として県外から見学に来るほど、全国的にも珍しい立地条件であることも強みの1つである。

創業60年以上の技術と信頼をもって地域に貢献

同社は60年以上の歴史の中で、様々な技術を培ってきた。同社の従業員は、アイデアが生まれたら直ぐに試作品を作って打ち上げてみる等、新しい花火の開発に常に取り組んでいる。これからも、その技術を組み合わせ、今までにない新たな花火の創作に挑戦していく。



また、今後の展望として、信頼性と独自性を持って、今よりももっと幅広く、様々な方に花火を購入してもらえ企業として成長していきたいと考えている。近年は、花火大会だけでなく、舞阪フェスにおけるコンサートで花火を打ち上げる等、異業種とのコラボレートが当たり前の時代となってきている。

花火の良さは、老若男女誰もが楽しめる場所である。これからも、地域と人を繋ぎ、地域経済の活性化、地域創生のツールとして貢献をしていく。

(文責：経営支援課)

ハイテクをジェネリックし、より良い社会の実現へ

株式会社イージステクノロジーズ

所在地 沼津市岡一色725-1
インキュベートセンターB6

代表者名 茅野 修平

創業 平成27年1月

資本金 61,000千円(資本準備金含む)

従業員数 5人

事業内容 各種超小型センシングデバイスの設計、開発、データマイニングサービス(クラウドデータ、ビッグデータ解析等)

電話 055-941-8525

FAX 055-957-5502

URL <http://www.aegistec.tech>



極小型汎用記録計とは

数センチの小さな基板。そこにはセンサーが組み込まれており、様々なデータを取得することができる。これが、極小型汎用記録計「LoggerOne」(超小型センシングデバイス)である。

振動、衝撃などの3次元方向の動きやセンサーの姿勢、加速度などの情報をデータ化することができる。また、GPSの測位精度を高性能化し、通常数十メートルの測位誤差を、測位環境によっては最大数センチまで縮減させることを可能にしている。

これらの技術により、今まで装着を諦めていた「場所」「モノ」、そして「人」の動きをリアルタイムに数値化することができ、取得したデータとその正確な位置、その日の気象データ等(気温、湿度、気圧データなど)を組み合わせることで、様々な分析とその利活用に役立てることができる。

一例として、車両に本記録計を設置することで、運転者の運転技術の診断や車両の挙動情報の収集のほか、安全運転や交通安全指導への情報として活用することもできる。また、収集した情報を通行した道路の路面状態の分析に役立てることもできる。



▲極小型汎用記録計「LoggerOne」



▲「LoggerOne」を搭載したドローン

また、土砂災害の危険性が大きい山間部(崩落危険箇所、法面など)に設置すれば、その場所に通常でない振動や傾きなどがあった場合に、異常を管理者に通報し、隠れた危険性を可視化することが可能である。「潜在する危険を顕在化させる」センシング技術と分析技術、それらを可視化させることができる万能型デバイスの開発力が、多くの事業分野から注目されている。

どう社会に貢献するのか

どんなに良い技術でも、サービスを利用する料金が高ければ世の中に広まらない。いかに良い技術を安価に提供し、社会に広めていくのかが重要だと同社代表者である茅野氏は語る。昨今の ICT、IoT 技術の進歩により、誰もが平等に情報を取得することができる時代になっているなか、同社は独自のデバイスを開発するだけではなく、取得したデータをどう分析・解析し、社会に役立てていくのかを日々検討している。

同時に、ソフト・ハードの両面からお客様の気持ちに寄り添って提案していくことで、より安心、安全な社会の実現に向けて着実に歩みを進めていく。

静岡の東部を盛り上げたい

代表を務める茅野氏は、もともと沼津市出身である。同社の設立にあたり、静岡県東部の盛り上げたい、地元の役に立ちたい、地方での成功例になればという思いから沼津市内で起業した。「東部には大学はないが、沼津高専があり、生徒はかなり優秀ですよ」と茅野氏は語る。取材の当日も、今年で2年目となる沼津高専の中期インターンの受入を行っており、若手の人材育成にも積極的である。

シンクタンクを目指して

「将来は、ここに来れば困りごとを解決してくれるシンクタンクのような企業にしていきたい」というのが、代表の茅野氏の願いだ。今後、様々な業種、分野でIoT化が進み、ビッグデータの活用が課題となるだろう。そんな中で同社の取組は、正に時代の最先端を行くものであり、より良い社会の実現に向け同社の果たす役割は大きい。

また、地方創生が叫ばれる中、地方での成功例として、株式会社エージステクノロジーズが今後どのように発展していくのか、注目していきたい。



▲広報めまづに取り上げられる代表の茅野氏

AEGIS
TECHNOLOGIES

(文責：企業立地推進課)

ソフトウェア業界のオールラウンダー

株式会社テクノサイト

所在地 島田市本通5丁目4-4
代表者名 大久保 節夫
創業 平成2年11月
資本金 60,000千円
従業員数 201人
主要製品 ソフトウェア開発、玩具製造・企画
電話 0547-35-2239
FAX 0547-35-1456
URL <http://www.technosite.co.jp/>



大きいものから小さいものまで

島田市に現在の本社ビルを構え10年を数える株式会社テクノサイトは、1990年に静岡市で設立され、1996年に島田市に本社を移して以来、同市を拠点として、ソフトウェア開発を手掛けている。



▲玄関に輝くテクノサイト社のロゴ

一口にソフトウェア開発といっても、同社の開発内容は、かなりバラエティーに富んでいる。

市川社長はそれを、「大きいものから小さいものまで」と言う。例えば、『大きいもの』で言えば、企業で使うコンピューターシステムや、ビルや工場の空調機器等の制御システムの開発、最近では、クラウドコンピューティングに対応した業務アプリケーションの開発など、提供先の企業等の活動や経営に大きく関わるものがある。『小さいもの』で言えば、自動車部品や家電製品、そしてグループ企業も含め製造も手掛ける玩具など、様々な製品に内蔵されたマイクロコンピュータを制御する組み込みソフトウェアや、スマートフォンで使えるアプリケーションの開発といった、日常生活では気付かずに接しているものまで、色々な形で同社の技術が提供されている。

『ソフトウェア』と言っただけでは、なかなか普段の生活との接点の実感が沸かないが、実はこんなにも私たちの生活に関わっていたのかと驚かされる。

『ソフトウェア』と言っただけでは、なかなか普段の生活との接点の実感が沸かないが、実はこんなにも私たちの生活に関わっていたのかと驚かされる。

「多様性」と「繋がる」



▲お話を伺った市川社長

このような同社の多様性に満ちた展開は、『ソフトウェア業界のなんでも屋』を自認するとおり、「来る者拒まず、色々なことに取り組んできた結果」と市川社長は語るが、こうした取組こそ、一つの技術を極めることから生まれる独自性でなく、多くのソフトウェア開発部門を持つことで、組み合わせにより生まれる独自性という、テクノサイト社の強みに繋がっている。

それはまた、特定分野に偏った部門構成により生じる経営リスクの分散化や、各部門の技術が繋がることで、新たな事業へと柔軟に対応できる体制の構築を生み出し、社員の個性を尊重し、社員がそれぞれの得意分野で働き、活躍できる『人材第一』という社風とも合致している。

地元から未来へ

そして、同社の多様な展開は、本業だけでなく、地元への貢献にも繋がっている。

現在、同社は、『島田 ICT コンソーシアム』の中核企業として、プログラミング講座を市内の中学校で開催するなど、市内の ICT 人材の育成事業のほか、ICT 技術の地元での活用に積極的に携わっている。

また、2015年に立ち上げた『しるっ茶しまだ』の活動は、業務上、人との接点を持ちづらい業種である同社の若手社員を盛り上げたいという思いと、地元を元気にしたいという思いが重なって生まれている。同社のほか市内の信用金庫や電力会社、病院といった、比較的若い社員や職員を多く雇う異業種企業・団体とともに、概ね30歳までの若手社員等を対象に、親睦会などの交流事業や、ワークショップによる市政への提言活動などを通して、地元を知り、楽しみながら、色々な人と繋がることにより地域の活性化にも寄与している。

多様性に富み、様々なことに繋がり独自性を築いてきた同社の姿勢は、あらゆるモノやコト、情報がインターネットに繋がっていき、新たな価値観や産業を生み出していく昨今の世相に重なっているようにも見え、これからの活躍がますます楽しみである。

(文責：商工振興課)

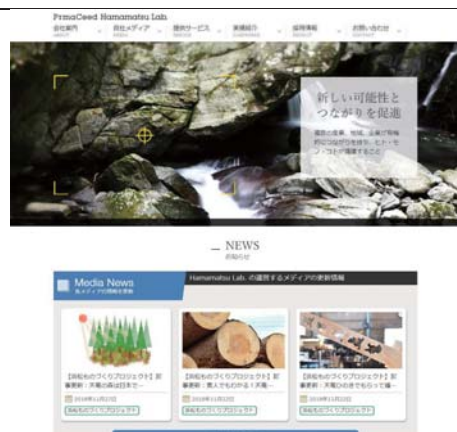


▲若手社員も多い同社

メディアの力でみつける・つながる・つたえる

株式会社PrmaCeed (Hamamatsu Lab.)

所在地 浜松市中区鍛冶町140
浜松Cビル501
(本社：東京都新宿区)
代表者名 岩田 彰人
創 業 平成22年2月(本社)
資本金 25,250千円
従業員数 25人(本社含む)
主要製品 デジタルマーケティングサービス、WEB
サイト企画制作、広告企画代理業務
電 話 053-456-2631
F A X 053-456-2632
U R L <https://hamamatsu-lab.com/>



Hamamatsu-lab. オフィシャルサイト

東京で培ったノウハウを浜松の地へ

東京に本社を構える株式会社PrmaCeed (プレマシード)は、情報通信に関するノウハウを基盤にWEBマーケティングコンサルティング業務、WEBサイトの企画制作、広告企画/代理業務を展開している企業である。

同社の代表的なサービスであり、現在幅広く活用されているものに『通信制高校ナビ』がある。当サービスでは、これまであまり注目されていなかった通信制高校業界において、生徒を集めたい教育機関側と学校を探したい生徒側とのマッチング支援を行っており、ユーザー数、掲載校数、問い合わせ数、入学者数が当業界で1位を誇っている。

そして平成29年2月、同社は次のステージへ進むための足掛かりとして、浜松の地に新たな拠点を開設した。それが、「Hamamatsu Laboratory」である。



▲代表取締役 岩田彰人氏

相手を知り、相手に寄り添った解決策を

同社が常に大事にしているのが、顧客企業のそれぞれの実態に合わせた形で行う解決策の提供である。顧客それぞれが抱える課題が異なるにもかかわらず、その解決策が画一的なものではないという考えから、相手の世界にスタッフ自らが飛び込

み、その世界をよく知ることで相手のニーズを捉え解決サービスを提供している。

浜松市が拠点として選ばれたのも、当市はいわゆる「地方」の要素（課題・可能性）が凝縮されている地域であり、これまで東京を中心に活動してきた同社が「地方」の実態をよく知るためにふさわしい土地であったことが理由の一つだ。

「ちょっといいな」を発信する

同社が新しく提供を始めた『ツクルヒト』は、ものづくり、ことづくりに関わる人の思い、考えに焦点を当て、その人柄や企業に関心を持ってもらうためのウェブマガジンである。

浜松市、静岡県のものづくり企業では、例えば部品製造であった場合、優れた技術があるにも関わらず、製造している部品そのものでは、なぜすごいのかを伝えられず、採用や販路開拓に結び付くPRが上手くいかずに、人材不足や新規開拓ができていない課題が多くみられた。

そこで同社は、技術や企業の良さを、その企業で働く人に焦点を当て関心を持ってもらう、「ちょっといいな」と思ってもらうことで、伝えることを目指す。

ユーザーから選ばれる、ファンになってもらうために、すごい、面白いを見つけ、伝えていくための工夫を行う。それにより、採用や販路開拓といった課題を抱える企業の一助になりたいと考えている。

また、繋がりのない企業同士が交流できる場としてのメディア『浜松ものづくりプロジェクト』や、地元住民でも知らなかったような「面白いけど埋もれてしまった地域情報を伝える」『ハマラボ』という地域密着型の情報サービスも提供している。

浜松を拠点に全国へ

同社は、将来的に上記のサービスを浜松市から全国へと規模を拡大させながら、企業同士のマッチング支援や人手不足対策など、様々な課題の解決につなげられるようなサービスへと磨きをかけていきたいと考えている。

「地方」の中小企業が抱える課題の解決に対して、メディアを活用したアプローチの方法は多くの可能性を秘めている。メディア支援の新しい形を模索し続ける同社が、浜松の地に蒔いた種をどう花開かせていくのか今後も目が離せない。

(文責：経営支援課)



▲ tsukuruhito-ツクルヒト-



▲浜松ものづくりプロジェクト



▲ハマラボ [ハママツ研究所]

次世代の人づくりカンパニー

株式会社NOKIOO

所在地 浜松市東区和田町919-3
代表者名 小川 健三
創 業 平成23年4月
資本金 14,400千円
従業員数 23人
主要事業 WEBマーケティング
子育て女性支援・プラットフォーム事業
電 話 053-545-5105
U R L <http://nokioo.jp>



「ノキオ・スタイル」

焚火台のあるローテーブルの周りを、ゆったり座れるローチェアが囲み、壁面にある2つの大画面には本社オフィス内の映像が映し出されている。ここは、浜松駅から徒歩5分ほどにある株式会社NOKIOO（ノキオ）のサテライトキャンピングオフィス。NOKIOOは平成23年に創業し、WEBを中心とした「マーケティング支援事業」を主な事業として成長してきた会社である。



▲コミュニケーション活性化の仕掛け



▲ノキオ本社オフィスの様子

NOKIOOは“働き方”を大切にしている。コアタイム制という、9時～16時を就労時間のコアタイムとし、それ以外の時間はオフィス以外での勤務を認めている。テレワークを積極的に取り入れ、自宅や営業先、帰省先など、どこからでも社内システムに安全にアクセスし、仕事ができる環境を整えている。また、浜松本社、東京支社、浜松駅サテライトオフィスの3拠点を活用し、メンバーが自身の裁量で働く場所を決めている。こうしたワークスタイルは、社員に自立を促し、自分の価値を最も発揮できる“働き方”を、“自分で”作っていくことを目指している。

人財こそ強み

こうした「ノキオ・スタイル」という“働き方”は、実は「人づくりのツール」と位置づけられている。NOKIOOでは、メンバーの「視点合わせ・言葉合わせ」に取り組んでいる。メンバーの視点や言葉、NOKIOO流の考え方を合わせることで、意識的・仕組み的にチームの凝縮性を一気に高める。さらに、メンバーは全員“クリティカル・シンキング”を学ぶ。論理的思考を鍛えることで、ハイパフォーマンスなアウトプットをメンバー全員が目指す。こうした取組も「ノキオ・スタイル」であり、その結果、成長していくメンバーこそが、他社にマネできない同社の強みとなるのである。



▲子育て女性支援事業のメンバー

“第2ステージ”へ

NOKIOOは創業してからの約6年間を“第1ステージ”と位置づけ、WEBを中心としたマーケティングに取り組んできた。今、同社は“第2ステージ”にある。「ワークスタイル」、「女性」、「教育」の3つをテーマに、「子育て女性支援・プラットフォーム事業」「WEBマーケティング事業」の2つを重点施策に据え、事業の展開エリア・活動エリアを浜松から全国に広げていくことを目指している。



▲子育て期女性の社会参画を支援

CO-INNOVATION

現在、NOKIOOは子育て女性支援とWEBマーケティングを柱とする事業を展開しているが、こうした事業すらも、実はツールなのかもしれない。「すべての皆さんと“CO-”でつながることで、一緒に発展し、価値を創造し、幸福を共有できること」が同社の存在理由だという。人が幸せになるための生き方を、同社は事業を通じて示してくれているような気がした。浜松発のワークスタイルソリューション会社、NOKIOOの今後の挑戦に注目していくとともに、益々の活躍が楽しみである。



▲大倉取締役（左）と小川代表（右）

（文責：新産業集積課）

360° 視線のプロモーション

株式会社フィリット

所在地 湖西市駅南三丁目4-22
代表者名 山本 雅敏
創業 平成17年6月
資本金 3,000千円
従業員数 10人
主要製品 全方位動画・静止画の撮影・制作、イベント映像など映像制作、アプリ制作
電話 053-577-2981
FAX 053-577-5585
URL <https://feelit360.com/>



その場にいるような迫力と臨場感あふれる映像を体感

株式会社フィリットは、湖西市を拠点とする映像・コンテンツ制作会社である。ドローンによる空撮なども活用し、質の高い映像制作を中核として、制作した映像を活用したインターネット上でのコーポレートサイト・ECサイト・商品広告や観光案内等のキャンペーンサイトなどのWebコンテンツの制作や、VR（バーチャルリアリティ）を活用したアプリ開発、ヘッドマウントディスプレイやスマホ・タブレットなどのタッチパネルを利用したコンテンツなどのインタラクティブコンテンツの制作、さらにYouTubeなどの動画掲載サイトへの動画広告などのメディアサービスなどをトータルで提供している。

同社は、コンテンツの企画、映像撮影やアプリ開発など、自社スタッフを中心にワンストップで提供することができ、現在、多くの企業が参入している業界に初期の頃から参入しており、これまでの制作実績は、秋田県北秋田市の森吉山の



▲空撮による360°映像で冬景色を視聴



▲車椅子バスケの選手視線で360°動画を撮影

樹氷の冬景色を、映画のような印象的な画像で紹介するインバウンド向け観光PR動画や、サントリーが支援する車椅子バスケの試合を、ぐるっと周囲に視点を移せる360°動画により選手目線で体感できるVRコンテンツなど、幅広く手掛けている。

映像コンテンツを自社内で完結できる技術集団

同社は、平成17年に社長の山本氏が前職のコンサルタント測量部のメンバーとともに設立し、当初から測量業として活動し、大手測量機器メーカーと連携して、GPSデータと360°の映像データとを組み合わせ、現地測量より効率的な映像上での面積等を計測するシステムの開発を行っていた。同



▲360° 映像の撮影風景

社は、インターネットでの360°映像技術の活用に着目していき、当時、国内では普及していなかったというこの技術でCM制作関連の業務を受注したことが現在の主力業務のスタートとなった。映像制作では、マルチコプターを使用し、360°空撮を行うなど映像の幅を広げていき、また、それに加え、映像を見せる方法や媒体を広げるアプリなどの開発も行い、コンテンツ制作を一貫して手掛けることができる体制となった。

いつもの見慣れた角度から視点を変えて

同社では広告・PRコンテンツに加え、工場内の機械設備にタブレットやスマホをかざして機械の現在の生産状況を表示したり、保守点検のマニュアルを表示するシステムなど、ものづくり生産現場を支えるコンテンツも手掛けている。



▲タブレットの活用、ARによる生産現場支援

現在は、スマホ・タブレットの爆発的な普及やヘッドマウントディスプレイなど新たな一般向け視聴デバイスの活用がより身近になっていることにより、高画質かつ様々な視点を含む映像と、それを効果的に見せるシステムが求められ、今後も、同社が生み出す多様な映像コンテンツの活用分野はますます広がっている。



▲ヘッドマウントディスプレイ活用の同時視聴

(文責：新産業集積課)

パンツ業界の異端児

株式会社 sunny voice

所在地 焼津市大住281-6
 代表者名 櫻井 亮
 創業 平成26年2月
 資本金 1,000千円
 従業員数 1人
 主要製品 男性用下着
 電話 054-631-9380
 F A X 054-631-9381
 U R L <http://sunnyvoice.co.jp/>



なぜ下着を穿くのか

株式会社 sunny voice は、男性用下着の企画・卸売・小売（通信販売）業を手掛ける焼津市の企業である。

男性はなぜ下着を穿くのだろうか。同社が男性用下着を販売するにあたって、男性を対象にこの点についてアンケートを実施したところ、一番多かった回答が「昔から穿いているから」だった。つまり、多くの

男性は下着に関してこだわりがない。このことから、5,000円を超える高級品である同社の製品は、多くの男性にとって購入対象にならないと予想されるが、実際は多くの方に選ばれている。例えば、阪急メンズの紳士肌着売場において、ブランド別で月間1位の売上を立て続けに記録したり、通信販売では何度も発売と同時に即売り切れ状態になるほどの人気ぶりだ。



▲阪急メンズ売り場（右マネキン2体が同社製品着用）

お客様目線に立つ

同社の製品が人気である理由のひとつは、企画から販売まで一貫してお客様の目線に立とうとする同社の姿勢にある。同社の顧客の大半は男性ではなく、女性である。元々、下着にこだわりを持っていた櫻井代表取締役は、男性に向けたプレゼントとして女性の目線から適している下着や大人用の下着がないことに気付き、自分で作ることを思い立ったという。そこで、異性へのプレゼントに悩みがちな女性のために、手触りの良さや

見た目、そして男性が求める機能性（動きやすさ）等、プレゼントとしての魅力を、専門工場と連携しながら追求。これにより、従来の下着にはないプレミアム感を備えた製品を開発できたことが人気につながっている。また、プレゼントとして受け取った男性の多くはその品質や女性からの評価の高さを実感し、自ら2着目を購入するようだ。



▲プレゼントにも適している同社の製品

併せて、販売手法においてもお客様目線を意識しており、14日間、返品に対する全額返金を保証している。高額な下着をプレゼント用に通信販売で購入する不安を解消するためである。通信販売のwebサイトに、お客様のインタビューの動画などを掲載している点も、購入を検討する方の不安の解消に寄与しているといえるだろう。加えて、webサイトで購入されたお客様のうち数名を対象に、代表取締役自ら商品を届けに伺っている点からも、同社のお客様目線への意識の強さが分かる。これは購入してくれた方との関係を作りつつ、生の声を製品開発に生かすためだという。

価値観の変革

既製品の分析から始まり、多くの人に愛される商品を販売するまでに至った櫻井氏の取組。分析過程では、既製品を裁断し、生地伸びやすさなどを調べることもあったそう。そうした経験から興味がより深まり、色彩心理学、皮膚科学などを学ぶことも経て、自然と男性用下着の製造・販売方法について考え始めたという。



▲同社の人気商品「Butterfly」

櫻井氏のこだわりが反映された製品は、口コミ等でその価値が広まった結果、最近では女性誌やテレビ番組などで、プレゼントにおすすめの一品として取り上げられることもある。その評判を背景に、イタリアのフィレンツェで行われる展示会「PITTI UOMO」への出展や海外輸出に向けた取組を、JETROと連携して進めているという。

商売において王道の姿勢である「お客様目線」を実践する同社。下着を穿くとき、他者からの視線を考慮しない男性の価値観を変革するというユニークなミッションが、王道を歩む異端児によって達成されることに期待したい。

(文責：地域産業課)

西伊豆町を売り込む敏腕営業マン (地域商社)

合同会社ライズ

所在地 賀茂郡西伊豆町仁科386-2
代表者名 京極 祥平
創 業 平成29年10月
資本金 100千円
従業員数 1人
主要事業 商品開発、販路開拓、ECサイト運営、
イベント企画
電 話 0558-36-3233
F A X 0558-36-3234
U R L <http://raizu.net/>



西伊豆町を元気にする企業

西伊豆町から、「元気な企業」であり、町を「元気にする企業」でもある合同会社ライズを紹介する。

西伊豆町といえば、日本で唯一当地だけで生産している潮かつおや、鰹節などの水産加工品が有名。同社は、これらの商品を中心に、日本百貨店（東京都）と連携した商流の確保や、楽天やアマゾンなどのインターネットモール「伊豆うまいもん本舗」の運営、日本百貨店、西伊豆町、香川県丸亀市が共同で出店・運営する居酒屋「日本百貨店さかば」（東京駅八重洲口地下近く）への食材提案など、主に首都圏の企業や消費者に向けて精力的に売り込みをかけている地域商社である。

地域ビジネスのきっかけは・・・

同社代表の京極さん（神戸市出身）は、元々、関西地方で、大手リサイクル店の責任者を務めていた。奥様が西伊豆町の出身で、何度か訪れるうちに、町内企業の製品の魅力が十分に町外に発信されていないことをもったいないと感じ、地域ビジネスを行いたいと考えるようになったという。

そこで、まずは地域でのパイプを作るために、当時、西伊豆町では募集していなかった地域お



▲代表の京極さん

こし協力隊に“押しかけ”応募。その熱意が実り、採用され、2年間の活動で、町内の食品メーカー等と信頼関係を築いた。

一方、西伊豆町役場でも、同様の課題意識を持ち、首都圏の企業を訪問して、町内産品の営業を行っていたが、商談相手が興味を持ってくれても、町が窓口となって販売することはできないため、ジレンマに陥っていた。

「ちょうど、町と当社の目指すものが一致したんです。」

町の後押しもあり、京極さんは合同会社ライズを設立。町と丸亀市が共同で内閣府の地方創生推進交付金事業に申請し採択されると、同社は地域商社事業を担う重要な役割を任されることとなった。



▲楽天市場などで展開する「伊豆うまいもん本舗」



▲西伊豆町の3メーカー製品(表題写真)を使った調理例「わさび丼」

メーカーがよい製品づくりに専念できる環境を

京極さんは西伊豆町の営業マンとして、毎週のように東京や横浜などの売り場に立って商品販売やPRを行っている。他社の売れる商品を目にする中で、首都圏の消費者が求めるもの、売れるものが見えるようになってきた。

その経験とセンスを活かし、現在は、首都圏で売れるための商品パッケージの見直しに取り組んでいる。町内では、手作り感、お得感が重視されるが、首都圏の消費者向けには、高級感と食べきれぬ量で、「店頭で並べただけで売れる商品」を目指す。

そのほか、料理を楽しみながら子供の食育にも役立つ、本節(ほんぶし)と削り器、ブックレットをセットにした鰹節キットの企画など、アイデアは尽きない。

「小さな町のメーカーは、消費者への売り方まで手が回らない。売るところは当社に任せ、よいものをつくることに専念してもらいたい。」

穏やかだが、力強く語る京極さん。

今後は、ふるさと納税のサイト運営や、他地域とコラボした販路拡大などにも取り組んでいきたいとのこと。まずは西伊豆町での事業を固めたいというが、伊豆地域の企業にとってますます心強い存在となっていこう。

(文責：商工振興課)

地元の味と“物語”伝える

REFS (レフズ)

所在地 沼津店：沼津市上土町72-5
熱海店：熱海市咲見町7-29
代表者名 小松 浩二
創業 2009年（沼津店開店）
主要製品 青果、果物、惣菜の対面販売
電話 053-963-4556
FAX 055-941-7434
URL <http://fujiyama-veggie.com/>

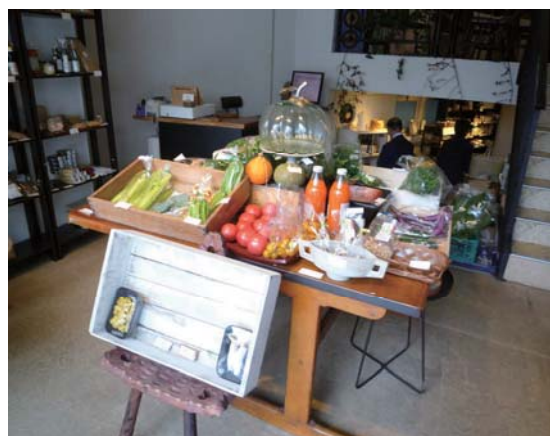


沼津に生まれた八百屋さん

最近あまり見なくなってしまった町の八百屋さん。そんななか、沼津の駅前通りに2009年にオープンしたのが、REFS（レフズ）だ。

静岡県東部の契約農家が無農薬・無化学肥料で栽培したこだわりの野菜が販売される。

沼津だけでは東伊豆方面の食材が集まりにくいことから、2014年には、伊豆の拠点として熱海店をオープンし、現在2店舗体制で運営されている。



▲店舗入口に並べられた野菜



▲食材以外の製品も取り扱う

お客様との会話を大切に

お店の名前は「Real Food Story」の略。「生産者が愛情込めて作った農産物と共に、地域の物語と想いを伝える」をコンセプトに、お店を訪れたお客様とのコミュニケーションを大切にする。

また、店舗には野菜だけでなく、加工品や切花、静岡県東部の作家の作品である食器も置いてあり、食だけでなく、生活そのものが豊かになるようにという思いもこめられている。

お客様と野菜を繋ぐ

農業や野菜という言葉を知ると、「6次産業化」という言葉に結びつくかもしれない。個人農家の生産物がブランド化することによる商品価値の向上や、仲介が無くなることによる経費節減等のメリットが期待できるものの、個人の農家が生産から販売までを、ひとりの力でこなすというのは現実的には難しい。農家には作ることに専念してもらい、REFSでは、収穫した野菜と共に農家の想い、その野菜ができるまでのストーリーを伝え、商品だけでなくお客様と農家を繋ぐ役割を果たしている。



また、スーパー等に卸すには、ロット数の安定は絶対条件であり、天候等に収穫量が左右されやすい農業においては、スーパー等売り先とすることができない農家もある。REFSでは、そんな「良いものを作っているのにお客様に届かない」商品も並べられている。天候不順等でお客様が求めていたものを並べることができなくても、きちんとその背景を伝えることでお客様の理解を得ることができるからだ。

「おいしいものをどうやってお客様に届けるか」を考え続け、お客様とのコミュニケーションを大切にすることこそ実現する、まさにREFSの“つよみ”である。

変化を続ける



街のニーズの変化に対応するため、店舗だけではなく、宅配・ケイタリング・企業との連携によりサービスを展開していく。商品を届ける「出口」を増やしていくことにも力を入れていきたいと考えている。新しい店舗の展開構想もあり、売り先を増やすことによって、畑の生産量を増やしていきたいとのことだ。熱海店の2階にあったレストランも改装が進められており、お店に置く野菜などで作るお惣菜を提供できるような場に変えていく。

「Real Food Story」の名のとおり、これからもREFSは、地元食材のおいしさ、生産者の思いを届けていく。

(文責：企業立地推進課)

伊豆関連書籍日本一の本屋さん

有限会社長倉書店

所在地 伊豆市柏久保552番地の4
代表者名 長倉 一正
創 業 昭和3年
資本金 10,000千円
従業員数 20人
主要製品 書籍販売
電 話 0558-72-0713
F A X 0558-72-5048
U R L <http://nagakurashoten.com/>



伊豆の由緒ある書店

昭和3年から営業する書店が修善寺駅のすぐ側にある。有限会社長倉書店は、代表取締役社長長倉一正氏の祖父が開業し、今年で創業90周年を迎える由緒ある書店である。同社は、伊豆に関する書籍を積極的に収集しており、その蔵書は2,000冊以上ある。更に、収集した資料を元に伊豆の文学、歴史、風習に関する書籍を出版しており、その数は50冊を超える。



▲店舗内に並ぶ伊豆関連本

伊豆の自然を感じる図書館

これらの収集された書籍の一部は、店舗に併設されている図書館で自由に読むことができる。この図書館は、本棚から扉まで全て天城山の木材で作られており、一足踏み入ると自然のぬくもりを身体で感じる事ができる。配架されている書籍も、現在では手に入らない古書や資料など貴重なものばかりであり、店主在店時には、解説をしてもらえる。



▲木のぬくもりが感じられる図書館



▲「伊豆っぽ」アプリ画面

歴史的文書情報のデジタル化

豊富な蔵書と店主の知識を活用し、伊豆の情報を普及させる活動を2つ行っている。

第一に、デジタル化である。伊豆に関する情報は、既に羽衣出版から「伊豆大事典」として体系的にまとめられており、紙媒体にて出版されている。この内容を同社で電子書籍化し、伊豆の知りたい情報を、手軽に、瞬時に、単語単位で調べることができるように整備した。例えば「鮎」について知りたい場合、文字を入力し検索すると伊豆での漁獲場所や時代ごとの料理方法などが一覧表として画面に表示される。

第二に、スマートフォン向けアプリの開発である。平成28年8月31日に「伊豆っぽ」という歴史ガイドアプリを発売した。これは地図上に表示されている建造物などを選択すると、該

当する情報が表示されるものである。葦山反射炉や丹那断層といった名所から道路脇にある仏像の由来などマニアックなものまで幅広く対応している。説明文には、同社で出版した書籍の内容や店主が仕入れた情報が盛り込まれている。

その他、NPO法人伊豆学研究会が主体で行っている伊豆関連古書の現代語訳に、同社が保存している文献の一部を提供している。収集された過去の文献を現代に生きる人々が理解できる取り組みにも参加している。

伊豆の歴史を現代へ発信

このように、同社では伊豆に特化した書籍の収集、販売、情報発信を行っているが、全国的にみても、郷土史を主軸に取り扱っている書店は、非常に少ない。長倉氏は、「色々な世代に向けて、伊豆を知り、楽しんでもらうきっかけになるよう、色々なメディアを利用し伊豆の魅力を発信していきたい」と、意欲的に活動を行っている。

過去の歴史を現代の技術で発信している長倉書店の動向から目が離せない。



▲しろばんば 初版本

(文責：商工金融課)

“乾物”で人々を笑顔にする

蒲原屋

所在地 静岡市清水区真砂町6番25号
代表者名 新谷 琴美
創業 昭和21年12月
従業員数 1人
主要製品 豆類、雑穀、自然食品、昆布
電話 054-366-4354
FAX 054-366-4354
URL <http://kanbaraya.net/>



高品質な乾物を提供する

蒲原屋は、昭和21年に創業した乾物を中心とした食料品小売店である。常時約30種類の豆類を中心に、高品質な乾物を取り揃えている。

後継者を探していた前代表である金子氏が、静岡県事業引継ぎ支援センターの支援を受けて後継者を公募した結果、平成24年に新谷氏が後継者に決定した。新谷氏は2年間、金子氏と一緒に店に立ちノウハウを学んだ後、平成27年1月新代表に就任した。

蒲原屋には、他店ではなかなか手に入らない良質な乾物が揃っている。先代から続く仕先に加え、知り合いの農家から直接切干大根を仕入れるなど、新谷氏は健康志向の商品も積極的に取り入れている。もち麦やキヌアなどの雑穀をはじめ、ハトムギ粉や凍こんにゃくなど珍しい商品も取り扱っている。店内レイアウトには工夫がなされ、低めの商品棚に陳列することで、店内を見渡しやすくし、外からも入りやすい雰囲気づくりを心がけている。



▲店内には良質で多彩な商品が並ぶ



▲素材の美味しさが味わえる“和ナッツ”

平成29年、静岡市産学交流センターと共同で商品開発する“静岡おみやプロジェクト”に参加し、新商品「和ナッツ」を開発した。国産煎り大豆、日高昆布といった和素材に、アーモンド、カシューナッツ、レーズンなど9種類の素材を組み合わせた商品で、素材の良さを引き出すために調味料は一切使用していない。手軽に乾物の美味しさを味わえるおやつとして広く人気を集めている。素材をバランスよく詰め合わせるために、現在は手作業で袋詰めをしているが、今後は機械による量産化を目指している。

乾物の魅力を伝えるために

蒲原屋では毎月「やさしい乾物料理教室」を開催している。“やさしい”には、手軽・簡単で、体にやさしく、ごみの少ない、作る人・食べる人・環境の三方にやさしいという意味が込められている。月ごとにテーマを設定し、乾物の美味しさを引き出す調理方法を伝えている。参加者は30～40代の主婦が中心で、一回につき5、6人と少人数のため、参加者同士の交流が活発である。



▲教室では全ての料理に乾物を使っている

新谷氏は、調理師資格を生かして、レシピを自ら考案している。さらに、乾物に関する知識を深めるために、日本かんぶつ協会が認定する「かんぶつマエストロ」という資格も取得するなど、日々研究を続けている。

ブログやインスタグラムなど、SNSによる情報発信にも力を入れている。特にブログは毎日更新し、新商品や乾物を使ったレシピの紹介から日々の出来事まで、新谷氏の人柄が伝わってくる内容になっている。「まずはお客様にお店へ来てもらうことが大切。そのためにも、店主である自分のことを知ってもらう必要がある。」と新谷氏は話す。今年からホームページをリニューアルし、インターネット販売を利用しやすくした。なかなか店に来ることができない遠方の人にも、商品を買やすい環境を提供している。

乾物から日々の生活まで



▲新谷琴美代表

新谷氏は、商品の販売、料理教室やブログなどを通して、乾物をはじめとした和食文化をより多くの人に伝えたいと考えている。今後は、日々の暮らしの工夫など、生活全般をプロデュースできるお店を目指し、生活雑貨の取り扱いも検討している。

人々の暮らしが楽しく豊かなものになってほしいという想いを形にする取り組みは、今後も続いていく。

(文責：商工金融課)

地域で活躍する老舗菓子店

小松屋製菓

所在地 浜松市天竜区水窪町奥領家3263-4
 代表者名 小松 裕勤
 創業 昭和元年1月
 従業員数 1人
 主要製品 和菓子、洋菓子製造小売販売
 電話 053-987-0203
 F A X 053-987-0203
 U R L <https://5028seika.com>



歴史ある菓子店

浜松市の最北部、川と山に囲まれた自然豊かな町に小松屋製菓はある。まだ菓子の原料そのものが貴重であった昭和元年に駄菓子屋として創業した同店は、雑貨や和洋菓子を扱う等地元の要望に応え、よろずやとなっていた。ところが、ピーク時には約1万人いた水窪町の人口も今では約2千人まで減り、雑貨等の需要が減ってきたことから、平成27年の店舗リニューアルを機に、和洋菓子に絞り販売していくこととなった。

お菓子で水窪を発信



▲水窪産栃の実を使った「生クリーム入り栃大福」

お菓子作りでは、地元食材にこだわり、栃、お茶、ブルーベリー、胡桃、雑穀など、水窪町で栽培された素材を多く使用している。「地元産の食材を使うことで生産者と顔の見える取引を行うことができ、お客様に安心安全を提供できる。また、お店の個性にもなるのでこだわっている。」と店主の小松さん。

創業当時のお客様は、地元の方が大半を占めていたが、今では町外からのお客様が6割に達している。また、インターネット販売が増加している時代にあっても、店頭による販売が多くを占めており、同店の味を求めて水窪町までわざわざ足を運ぶファンが多くいる。

老舗菓子店の挑戦

平成27年に店舗をリニューアルした際、水窪町が林業の盛んな地であることから、木材を前面に出したお店づくりをした。床もあえて無機質なモルタルにすることで、木のぬくもりをより感じられるようなデザインになっている。リニューアルをきっかけに、パッケージやウェブサイトもデザイナーに依頼し、店のブランディングも行っている。



▲天竜区の木材がふんだんに使われている店内

創業当時から販売している駄菓子のコーナーはリニューアル後に縮小したが、イートインスペースを新に設けたことで、子供たちの居場所になっている。カフェが少ない水窪町では、このイートインスペースは子供たちだけでなく、地元住民と観光客が交流できる貴重な場である。

また、同町で長年にわたり学校給食のパンを提供していたお菓子屋さんが閉店し、パンの型を譲ってもらったことを契機に、平成30年7月から週末限定でパンも販売している。店主の小松さん自身も小さい頃から食べていた思い出のあるパンがなくなること寂しく思い、復活させた。

より多くのお客様に愛されるお店へ

今後について話を伺うと、他店舗と連携した商品開発から海外進出まで様々な想いを話してくれた。

町外からの顧客割合が高い同店だが、災害等で道路が寸断されてしまうと商売への影響が大きいことから、今後インターネット通販にも力を入れていきたいと意気込む。和洋菓子販売だけでは送料が高つくことから、他店舗で販売している商品と一緒に販売していきたいと考えている。

地域に根を張りつつ、世界にも目を向ける老舗菓子店はこれからも目が離せない。



▲お菓子を作っている店主の小松さん

(文責：地域産業課)

毎日飲んでも飽きのこないコーヒーを

自家焙煎珈琲屋コスモス

所在地 牧之原市静波2263-6
代表者名 蒔田 大祐
創 業 平成17年(2005年)
資本金 3,000千円
従業員数 3人
主要製品 自家焙煎コーヒー、生・焼菓子
電 話 0548-22-6685
F A X 0548-22-6685
U R L <http://r.goope.jp/cosmoscoffee>



焙煎技術との出会い

静かな路地裏がコーヒー豆を焙煎する香りに包まれる。コーヒー豆の販売と喫茶店を営む自家焙煎珈琲屋コスモスがあるのは、毎年、多くの海水浴客で賑わう静波海岸の近く。木を基調としたシンプルな店内に入るとテーブル席やスタンド席があり、奥にはコーヒー豆を入れた容器がいくつも並んでいる。ショーケースにはたくさんの自家製ケーキも並ぶ。



地元出身の蒔田さんは、手に職を持とうと東京の専門学校で製菓を学んでいるとき、その喫茶コースの授業で老舗コーヒー店として知られる『カフェ・バッハ』のオーナーの話を聞き、焙煎の面白さを知った。美味しいケーキには、美味しいコーヒーが欠かせないという思いがあり、『カフェ・バッハ』に入って、喫茶スペースでの接客から焙煎技術までを学んだのである。11年間の修業を経て、平成17年に地元に戻って念願の店をオープン。最初はコーヒー豆の販売からはじめ、徐々に規模を大きくしていった。現在は、修業時に出会ったパティシエの奥様と二人三脚で喫茶店も切り盛りする。

美味しい！その前の「コーヒー作り」から

同店では、高品質な生豆のみを使っている。しかし、その中でも、カビているものや発酵しているもの、未成熟、虫食いの豆など、コーヒーの苦みや渋みの原因とされる欠点豆がある。1つぶでも入っていると大切なコーヒーの味、風味を損ねてしまう。このため、焙煎前と後の2回、欠点豆を取り除く「ダブルハンドピック」をしている。これにより、雑味のない、毎日でも飲みたいコーヒーを提供できる。



生豆は種類によって個性が様々で、また、収穫する年によって味が違うため、個性や状態を見極めて焙煎度合を変えている。長年の経験とデータによる火加減の管理、時間をかけた丁寧な焙煎を心掛ける。焙煎されたコーヒー豆は、焙煎後2週間ほどで味や香りが変化するため、焙煎・ブレンド後、すぐに袋詰めして、顧客に届けている。また、少量ずつの焙煎を心掛け、常に新鮮なコーヒー豆を提供できるようにしている。



SHIZUNAMI BLACK LIQUID COFFEE

中南米産やアフリカ産など、常に20種類程度の豆を取り揃えている。中でも、オリジナルリキッドコーヒー「静波ブラック・リキッドコーヒー」は、氷を入れてアイスコーヒーにしたり、鍋で温めてホットにしたりと、忙しく毎日を送る人でも手軽にコーヒーを楽しめる。そのほかにもドリップパック、カフェインレスコーヒーなどを開発し、幅広い層から好評を得ている。

新たな挑戦

現在の悩みはブランド力不足という。このため、県内外の百貨店や地元のフリーマーケットに出店しつつ、ホームページや交流サイトの更新にも努めている。また、各種のイベントなどで築いたネットワークを生かして、定期的に店内の一角に他店舗を招くイベントを開催し、新規顧客開拓に取り組んでいる。

是非一度、店主自慢のコーヒーとケーキを味わってみてほしい。その美味しさに驚くはずである。



▲一緒にカヌレはいかが？

(文責：地域産業課)

南伊豆の情熱を届ける酒屋

有限会社芝崎商店

所在地 賀茂郡南伊豆町上賀茂44-2
 代表者名 山本 清治
 創業 昭和13年4月
 従業員数 1人
 主要製品 日本酒、焼酎
 電話 0558-62-0026
 F A X 0558-62-0044
 U R L <http://ee26.com>



三代続く、地酒と本格焼酎の専門店“酒匠蔵しばさき”

酒匠蔵しばさきは、昭和13年に創業した南伊豆にある三代続く酒店である。当店は、こだわりの静岡の地酒を旅館や飲食店などに造り手の想いと共に届けている。

創業当時から、旅館等へビールを納める「町の酒屋さん」として経営してきたが、現社長山本清治氏が三代目に就任してから経営方針を一新し、こだわりの地酒を販売する「お酒の専門店」として営業している。

遠方から訪れるお客様には、要望に合ったこだわりの地酒を紹介し、飲食店等には、料理との組み合わせも提案しており、一般客から業者にまで頼られる酒店となっている。

造り手の想いを届ける確かな酒

山本氏が社長に就任し、旅館にビールを納める代わりに地酒の酒蔵を回り、こだわりのお酒を納入することを始め、一時期は150銘柄まで増えた。

時が経ち、今は5銘柄が主力となっており、確かな酒と奥深い酒の楽しみ方を提案することにより、「酒に愛される」販売店として、強いつながりを大切にしている。

また、当店では瓶内熟成に心がけ、蔵元から届いた日本酒をよりよい状態で管理・販売をするため、氷温貯蔵と季節温度管理のできる2室の貯蔵庫で、四季に合わせた温度管理が徹底されている。



▲貯蔵庫の様子

農業が先、副産物の酒「古里凱旋・身上起(シソウカシ)」

ある日、業界紙に明治時代の米の三大品種「愛国」「亀の尾」「神力」のうちの一つ「愛国」の親米は、南伊豆町の「身上起米」が宮城県に渡り「愛国」と名前が変わった米であると発表された。一軒の農家が、「身上起米」を南伊豆で何とか復活させようと、山本社長に古里の酒として製造できないかと相談を持ち掛けた。農家から差し出されたお米「身上起米」はみすぼらしく、山本社長は酒造りの協力依頼を断ったが、農家は「一度食べてみてよ。」とお米を置いていった。山本社長は、大化けして美味しいお酒が出来るかもしれないと考え、早速、取引のある藤枝市の志太泉酒造に見本のお米を送り、何とか酒造りの承諾にこぎ着け、酒造りが始まった。

販売が開始されると、一升換算 700 本の純米吟醸酒が3か月で完売し、「美味しいね」と賞賛された。

また、インターナショナルワインチャレンジ 2015「SAKE 部門」に挑戦し、Bronze メダルを受賞したことで、世界的に有名なお酒となった。



▲純米吟醸「身上起」



▲海底貯蔵を行う山本社長

さらに、伊豆の恵まれた海で海底貯蔵を行っており、漁協と協力し、毎年1月頃に海底へ沈め、6月頃に引き上げている。海底貯蔵をすると熟成が進み、素人が飲んでも分かるほどの違いが生じるという。

このように伊豆の自然によって造られた「古里凱旋・身上起」は、伊豆の数店舗でしか取り扱っておらず、数量限定のこだわりの日本酒となっている。

酒に愛される酒販店を目指して



▲山本清治社長

「身上起米」は我が町の御先祖が残してくれた大切な御先祖米であり、二次製品に形は変わっても守り続けていかなければならない大切な宝であるとともに、「売っていく酒ではなく、売れていく酒を造りたい」という従前からの想いが形になったと山本社長は話している。

現在、河津桜の酵母で造る「身上桜」に取り組み、酒に愛される酒販店を目指し、さらなる広がりを探している。

(文責：商工金融課)

県内の「いいもの」を県外へ

パティシエ キドコロ

所在地 静岡市駿河区大谷1丁目19-7
代表者名 木所 晃一
創業 平成20年7月
従業員数 2人
主要製品 洋菓子
電話 054-237-8866
FAX 054-237-8866



パティシエ キドコロとは

静岡駅から車で約15分、県道74号線沿いにあるお店が「パティシエ キドコロ」である。

祖父が和菓子屋、父が洋菓子屋という家庭で育った木所氏は、東京の製菓学校を卒業後、「パティシエ シマ」で修業を積み、さらに沼津の実家で10年ほど修業し、本店を開店。静岡市内に出店するにあたり、あえて駅の近くではなく、車でのアクセスがしやすい現在地を選んだ。



▲オーナーシェフの木所氏

お店の前には赤い大きな看板が掲げられ、道路からでもケーキ屋さんであることが分かるように工夫されており、8台の車を止めることができる駐車場が整備されている。

県産食材を海外に

国道150号に近いという立地から、サイクリングをする海外の方が立ち寄ることも多い。木所氏は、海外の方の声を直接聞いたことで、静岡県内の食材の良さを県外に伝えたい、日本国内の食材の良さを海外に伝えたい、という思いを強く持つようになり、日持ちする製品の開発に取り組んでいる。

静岡市主催の「静岡おみやプロジェクト」では、パッケージの開発から携わり、県外向けのお土産の開発を行った。木所氏は、海外での修業経験のある職人の下で学んだ技術を活かし、京都に負けないお茶を使ったお菓子を作りたい、という思いから、静岡のお茶の良さを伝える製品「静岡抹茶シフォンサンド」を完成させた。今後も同様のプロジェクトがあれば、積極的に参加していきたい、と意欲を見せる。



▲静岡抹茶シフォンサンド

他業種とのつながり

「静岡おみやプロジェクト」を通じて、県内のお茶屋さんと新たなつながりが生まれた。県内の食材を使うためには、それを生産している農家や企業と連携しなくてはならない。今後はこのネットワークをもっと広げていくことが目標だ。木所氏は、うまく一緒に連携できれば、新しい商品を作ることができる自信がある、と語る。



▲和栗のモンブラン

職人としての誇り

木所氏の最終的な目標は、「100%自社店内で売る」という形から、「外で売る」形へと転換していくことである。静岡県の「いいもの」を静岡県内で売っても頭打ちであり、全国に広めていきたい、という思いが強い。現在は、牧之原サービスエリア内に商品を置いている。サービスエリアは常に人が出入りする場所であり、静岡市内の量販店より圧倒的に売り上げがよいそうだ。後は他のサービスエリアにも展開していきたいが、そのためには商品を大量生産する必要がある。



▲プチフロマージュ

木所氏は職人としての誇りを持ち、手作り・少量生産にこだわった、大量生産では作れない、味に責任を持ったお菓子を作っている。木所氏が、静岡の「いいもの」を県外へと発信していくために立ち上がる「大量生産」という壁に、どのように立ち向かい、打破していくのか。今後の展開に注目していきたい。

(文責：商工金融課)

県内企業の首都圏での活動をサポート

株式会社Teable

(首都圏イノベーションセンターMICAN)

所在地 東京都品川区大井1丁目6番3号
アゴラ大井町3階
代表者名 矢後 真由美
創 業 平成19年4月
資本金 3,000千円
従業員数 3人
主要事業 レンタルオフィス・貸し会議室の運営
デザイン（販促ツールの製作）
電 話 03-5742-5508
F A X 03-5742-5509
U R L <http://www.webmican.com/>



県内中小企業に東京進出拠点を提供

株式会社Teableが運営するシェアオフィス「首都圏イノベーションセンターMICAN」は、月額基本料金2万円（税別）からの廉価な利用料金で、執務ブースや多目的スペースを提供し、格安の会員料金で会議室の利用もできる。このため、販路拡大のための東京進出の拠点をもちたい、あるいは、都内に打合せスペースが欲しいという県内中小企業が数多く利用している。

静岡からMICANのある大井町駅へのアクセスは非常に良く、品川駅で新幹線から京浜東北線に乗り換え、1駅3分で行くことができ、大井町駅からオフィスまでも徒歩2分と非常に近い。また、大井町からは、国際展示場や羽田空港へも乗り継ぎなしで行くことができ、販路拡大を狙う企業にとっては絶好の立地環境だ。

静岡文化芸術大学発ベンチャー



▲文芸大発ベンチャーを立ち上げた矢後氏

同社は、代表取締役の矢後 真由美氏が、静岡文化芸術大学在学中に着想したアイデアを基に起業した「静岡文化芸術大学発ベンチャー」の第1号企業であり、本稿執筆時点で創業11年を迎えた。

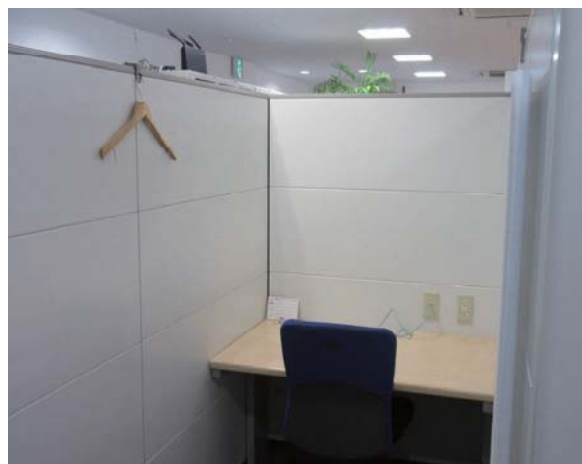
MICANの構想は、国内外の大手企業で学生インターンとして先進的なオフィスで働いた経験をもとに、これからのオフィスコンセプトをテーマと

した修士論文を執筆していた時に生まれた。その時のアイデアの一つが、地方のサラリーマンが東京へ出張に行くときに使えるレンタルオフィスというものであった。そのアイデアを浜松商工会議所に持ち込んだところ、企業を10社程度紹介してもらい、ニーズ調査を実施。確実にニーズがあることが把握でき、事業化を本格的に検討することとなった。行政や企業経営者、大学教授などの支援を受けながら、ビジネスプランをブラッシュアップし、大学院修了の半年後の2007年11月にM I C A Nのオープンに漕ぎ着けた。

当時は、現在のように共有スペースが中心のシェアオフィスやコワーキングスペースを展開する企業は珍しく、創業支援ではなく東京進出支援を目的とした施設も前例がなかったため、試行錯誤の連続であったが、今では、口コミで評判が広まり、会員数も売上げも着実に伸ばしている。



▲多目的スペースでは毎日多くの商談などが行われる。



▲ブースを利用すれば仕事もはかどる

ワンストップでビジネスチャンスの拡大を支援

M I C A Nでは、単なるスペース貸しに止まらず、月1回開催する交流会によるネットワーク作り、販売先の紹介、司法書士や税理士等の専門家の紹介等の付加サービスをワンストップで提供している。このほか、「静岡おみや首都圏商談会」の運営を通じ、県内で新商品の開発に取り組む食品企業を支援している。首都圏での営業拠点の設置や販路拡大を図る県内中小企業にとって、このような手厚いサポートを受けることができるのは、心強いかぎりだ。

矢後社長に今後の目標を尋ねると、「静岡県の企業の東京進出と言えばM I C A Nと言われるようになりたい」と語った。好調な利用状況を背景に、スペースの拡大も視野に入れているという。

東京進出をお考えの企業の皆様は、是非M I C A Nを訪ねていただき、アクセスの良さとシェアオフィスの利便性を一度体感してみてはどうだろうか。

(文責：商工振興課)

永久（とわ）の縁（えにし）の絆を紡ぐ空間づくり

企業組合動物の森（どうぶつの森霊園）

所在地 静岡市葵区産女987-1
代表者名 小林 明美
開園 平成12年8月
出資金 15,000千円
従業員数 10人
主要事業 ペットの火葬・葬儀並びに納骨、ペットの
供養、ペットの葬儀・供養関連商品販売
電話 054-276-0550
FAX 054-276-0555
URL <http://www.doubutsunomori.com>



豊かな自然に囲まれて

静岡市葵区産女は、藁科川を望む山々に囲まれた、自然豊かな場所である。ペット専門斎場である「どうぶつの森霊園」は、このような緑豊かな自然の中で「家族の一員」であるペットの葬儀・火葬・供養・納骨から各種法要まで、心を込めて執り行っている。

同霊園は、大切なペットとの最期のお別れに際し、家族の気持ちに寄り添い、家族の希望に合わせたセレモニーを執り行うことができるよう、本堂、火葬室、収骨室、合同慰霊碑、個別納骨堂など、様々な施設が整えられている。



▲本堂



▲動物観音様（合同慰霊碑）

また、同霊園には僧侶が常勤しており、これはペット専門斎場としては全国的にも珍しく、大きな魅力の一つとなっている。僧侶による葬儀、毎朝晩の読経により、動物たちは永遠の安らぎにつけるのである。

更に、出張火葬とは違い、施設を構えていること、永代的に遺骨を預かってくれることが、飼い主に安心感を与えてくれている。

前理事長から引き継いだ想い

同霊園は、森前理事長が、動物の供養の場、総合的な動物霊園事業を求めるペット愛好家からの声に応じて開園した。小林理事長は、前理事長の意思を引き継ぎ、ペット専門斎場としての基盤を築いてきた。

小林理事長は、前理事長の想いを大切にしながらも、「死」を扱う霊園としてだけでなく、現在飼っているペットや、飼い主である人と人とのつながりに着目し、更なるサービスの向上や他社との差別化に取り組んでいる。

ペットコミュニティの構築

同霊園は、ドッグランが併設されたコミュニティ施設を新設、平成30年5月にリニューアルオープンした。コミュニティ施設は、1階にはカフェスタイルの休憩施設、2階にはコミュニティルームがあり、火葬の待ち時間や、飼い主同士の交流の場として活用してもらうことを目的としており、小林理事長が目指す『縁（えにし）の絆』を育むことができる場所である。大切なペットの最期を温かく見送り、安眠を願うだけでなく、元気に暮らしているペットや飼い主達が集まり、交流できる場所なのである。

一方で、小林理事長は「人財」の育成にも力を入れている。ハード面がどれだけ整っていても、スタッフがお客様に寄り添うことができなければ意味がないと考えているからである。お客様が同霊園を訪れるのは、愛するペットが亡くなり悲しみに暮れているときや、かなしみを乗り越えようとしているときが主であり、その一つ一つが、たった一度きりの大切な場面である。そんなとき、お客様が求めていることを感じ取り、対応できるスタッフであってほしい。それが小林理事長の願いであり、同霊園が取り組んでいる「ペットライフの充実から多種多様なペット葬儀まで、ペット愛好家を複合的にサポートするサービス体制の構築」につながっていくのである。

同霊園が今後どのようにペットコミュニティを構築していくのか、注目していきたい。



▲カフェスタイルの休憩施設



▲コミュニティ施設(奥)とドッグラン(手前)

(文責：商工金融課)

“常にお客様の期待を超える” 介護サービスを提供

株式会社アクタガワ

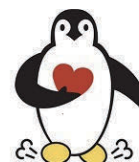
所在地 静岡市葵区常磐町二丁目13-4
代表者名 芥川 崇仁
創業 平成11年6月
資本金 20,000千円
従業員数 770人（平成30年7月時点）
主要製品 介護サービス、介護関連サービス、医療・
福祉専門人材紹介・派遣、保育園
電話 054-280-5588
FAX 054-280-2676
URL <https://www.akutagawa.co.jp>



介護業界をリードする成長企業

株式会社アクタガワは、創業19年の間で急成長を遂げ、本県の介護業界をリードしている企業である。社長と社員3名による訪問入浴事業からスタートし、現在は、23施設・105事業所、社員数770人（人材派遣・保育園含む）まで拡大、更に19期連続増収と安定経営を続けている。

同社の経営姿勢を表す単語は「beyond」。“常にお客様の期待を超える価値を提供する” という意味である。



アクタガワ
— beyond —

▲同社のマーク「ハートペンギん」は、家族愛あふれる優しさでサービスを提供することを表している。

— beyond — “他所にはない” サービスを提供—

では、“お客様の期待を超える” 同社の介護サービスとは、具体的にどのようなものであろうか。



▲施設長のそば打ちを楽しむお客様達

一つには、「五感の生活」「情緒性」を伴う介護の提供がある。例えば、スタッフが、四季折々の季節感を感じられるディスプレイで介護施設の空間を演出したり、あるいは、施設長が、お客様の前でそばを打ち、味に加えてそば打ち過程での香りも存分に楽しんでもらったりする取組である。同社では、施設長昇格には、そば打ち社内検定合格が必須なのだ。

また、別の取組として、介護保険制度のサービスの隙間でお客様のニーズに柔軟に対応する「保険外サービス」がある。制度の範囲外で、他でも取組のないサービスを新たに次々と創り、展開しているものだ。例えば、脳梗塞の後遺症でお悩みのお客様に、一定期間マンツーマンでリハビリを集中的に提供する「脳梗塞リハビリ」。お客様の「散歩をしたい」「自ら料理をしたい」といった目標に合わせ、専門スタッフが個別のリハビリプログラムを提供するもので、程度の差はあるが確実に改善効果が表れているという。

なお、このサービスに限らず、「お客様の目標達成、生きがい創出を支援する、個々に即したケア」を行うのは、同社の介護その他業務を行ううえでの基本姿勢である。

「社員第一主義」で自律したスタッフを育成

さて、「個々に即したケア」を実践するには、社員のモチベーション向上やハイレベルな介護スキルが不可欠だが、同社は、「社員第一主義」でこの課題に対応している。

「社員第一主義」の根底には、「自ら考え行動＝“自律”して働くことでこそ、社員は働きがいを持ち、お客様に良いサービスを提供できる」との考え方がある。

同社は、各施設などの小単位での独立採算制度により社員自ら経営改善に取り組む「チーム経営」を導入。成果を競い合う一方で、必要に応じ、他のチームに出張サポートを行うと自らのチームに「出稼ぎポイント」が入るなど、各チーム間での助け合いが進むような工夫もしている。

また、見守りカメラでの“介護現場の見える化”やインカムでの“リアルタイムでの情報共有”など、合理的かつ安全なサービス提供体制を整えるとともに、本社内にスーパーバイザーを集約した「サポート部門」を設置し、県下全般のスタッフのスキル標準化とその向上を支えている。

この他、育児や介護等に配慮した勤務形態、個々の希望に応じたキャリアパス設定等、働きやすい制度も整備し、育児・介護中の社員やシニア社員が多数活躍しているという。



▲働きがいがあるから、自然と笑顔になる
—脳梗塞リハビリにて—

介護サービスをチャレンジで改善し続ける



▲芥川代表取締役社長

振り返れば、同社の創業時、介護スキルは属人的で、習得には何年も経験が必要だった。しかし、芥川社長は、システムエンジニアの経験を活かし、介護に必要なスキルのマニュアル化に成功。未経験者にも短期間の教育でサービス提供を可能にした。

「働きがいのある社内環境も、制度の隙間分野での新たなサービス提供も、努力しだいでできる。」と語る芥川社長の言葉は力強い。同社の更なる挑戦が楽しみである。

(文責：商工振興課)

専門サービス業（他に分類されないもの）

デザイン事務所のマーケティング戦略

有限会社サンディオス

所在地 沼津市江原町6-16
代表者名 津賀 由布子
創業 昭和60年4月
資本金 3,000千円
従業員数 9人
事業内容 広告企画制作、ポスター、パンフレット、
チラシなどのグラフィックデザイン
電話 055-924-6898
FAX 055-924-6922
URL <http://www.sundios.jp/>



地元密着デザイン事務所

有限会社サンディオスは、「人と地域の創造力を高めて、未来を幸せにする」というビジョンの元、販促活動をサポートしているデザイン会社である。広告企画制作、ポスター、パンフレット、チラシなどのグラフィックデザインを手がけ、近年、マーケティングによる販促支援（市場調査、分析、企画、ブランディング、商品開発サポート）についても力を入れている。

販売促進のためには、広告のデザインを良くするだけでは不十分であり、誰にどのような方法で伝えるのか、どんなアプローチが効果的であるかを考える必要がある。同社では、トータルなマーケティング戦略と多彩なアイデアで販売促進をサポートしている。

同社は、マーケティング戦略の一環として、地域企業が地元の消費者の声を聞ける仕組みづくりを考案した。企業のアンケートに答えてもらえるサポーターを集めたコミュニティを構築し、参加企業はアンケート結果を商品開発に活かすことができる。消費者はサポーターに登録し、アンケートに回答することで、地元商品をもたらえるなどのメリットがある。



▲事務所内作業風景



▲インタビューに答える津賀社長

沼津マーケティング&プレゼン塾

一方で、地域との結びつきが強い同社は、若者の地元離れや中小企業の人材確保について、危機感を持っている。

高校卒業後の若者世代の地元離れは著しく、地域企業への新卒採用やUターン採用が危機的状況にあり、今後、中小企業、小規模企業、また地域優良企業ですら人材獲得はますます厳しい状況が見込まれる。

そこで市内に高校の多い沼津の特性を活かし、将来の担い手としての高校生と地元企業をつなげる講座の開催により、高校生の地元就職・Uターン就職を促進し、参加者全ての心に響く協働の学び場として、「沼津マーケティング&プレゼン塾」を平成29年から開催している。



▲チャラシ



▲プレゼン後のインタビュー

参加者は3日間にわたり、マーケティングに関する講義を受け、実際に地元企業を訪問する。訪問の中で地元企業の課題を直接聞き、マーケティング戦略と高校生の視点で課題を解決するワークショップを行う。最終日に、課題解決の提案を発表することで、マーケティングの知識を身につけるだけでなく、プレゼン能力の向上も図られている。

参加した高校生は地元企業の実課題解決に向け、他校生との協働を通し「分析力」や「発想力」、伝えることに大切さを会得し、個々の将来設計の着実な1歩となっている。また、課題を提供した企業も学生のやる気や熱意に刺激を受け、採用の意欲を強めていた。

地域の未来デザイン

同社の本事業は、地域企業の抱える実課題をマーケティング手法で読み解き、高校生視点で解決策を企画するという内容が、未来へつながる取組として評価され、「2018 グッドデザイン すぐおか特別賞」を受賞した。

本事業の他に、同社は年長・小学生からはじめるロボット製作×プログラミング教室「ロボ団 沼津金岡校」の運営も手掛けている。今後、同社がどのようなアプローチで地域の人や地元企業の未来をデザインしていくのか、注目していきたい。（文責：地域産業課）



GOOD DESIGN SHIZUOKA