

サステナブルな農園を目指して

キウイフルーツカンントリーJapan

所在地 掛川市上内田2040
 代表者名 平野 耕志
 創業 平成2年10月
 従業員数 15人
 主要製品 キウイ
 電話 0537-22-6543
 F A X 0537-22-7498
 U R L <https://kiwicountry.jp/>



キウイ農園で循環型システムを

「完全循環の仕組みを目指しているんですよ」キウイの収穫時期を迎えた秋、たくさん実ったキウイのそばで話すのは、代表の平野耕志さん。運営する農園は東京ドーム約3個分の広さを持ち、80品種のキウイを栽培。うち7品種は世界でここだけで栽培されている。

目指している循環型システムとは、農園で排出される廃棄物を飼料や肥料として活用し、廃棄物が0（ゼロエミッション）となる



▲キウイを見つめる代表の平野耕志さん



▲収穫期を迎え豊かに実った農園のキウイ

運営のこと。不要となったキウイの皮は動物の飼料になり、動物の排泄物はキウイの肥料となる、この肥料で成長したキウイがまた実っていく、このサイクルを回すことでゼロエミッションの達成を目指す。世界ではいまだ達成した農園はなく、平野さんの意欲は高い。今後は移動が可能な簡易ソーラーパネルを用いた電気の100%自給自足に向けて、実証実験や設備の増設に取り組んでいく。

SDGs を体験できる観光農園

循環型システムの構築のために、観光農園の特徴を生かしたアクティビティも展開している。ビニールハウス区画で栽培しているキウイの下にはBBQ場を設置。BBQの煙は病害虫の駆除に役立ち、残った灰は土に混ぜることでキウイの生育に適した弱アルカリ性土壌になるという。園内で飼育されているヒツジやウサギと触れ合うこともでき、遊びながらSDGsを学ぶことができる。



▲循環型システムに欠かせないヒツジ

「修学旅行」による地域課題の解決

全国的に農家の高齢化が問題だ。掛川市も例外ではなく、管理されなくなった耕作放棄地の増加といった課題に直面している。平野さんは海外青年協力隊としてアフリカに赴任したとき、農園が結婚式場や教会として利用されることを知った。農園にはもっと様々な利用方法があると感じた平野さんは、現在、その活用方法について新たな取組をしている。



▲農園に設置されたキャンプサイト

その1つが修学旅行だ。観光地を巡る修学旅行ではなく、【修学型】の修学旅行を取り入れている

埼玉県の高校がある。「1次産業の活性化」をテーマに、掛川市に3泊4日し、茶農家や茶問屋への取材を通じて課題解決のプレゼンをしてもらうというプログラムのコーディネーターを務めた。初の試みに「不安だった」と話すが、生徒たちからの評価は良く、「他の地域にも波及することができたらうれしい」と次を見据えている。

その生徒からの意見を参考にスタートさせた事業がある。キャンプサイトの設置だ。



▲果汁たっぷりのキウイ、1年追熟する場合も

農園の利用していない場所にキャンプサイトを設置し、キャンプ場として利用してもらう。園内の3ヶ所に設置しており、例年春と秋はすぐに予約で埋まってしまう。

「農園は僕の実験ができるラボなんです」取材中笑顔でそう話してくれた平野さん。おいしさと自然溢れるラボから次はどんなひらめきが生まれるのか、皆さんもぜひ一度訪れてみてはどうだろうか。

(文責：商工振興課)

世界に必要とされる「お茶」を求めて

静岡オーガニック抹茶株式会社

所在地 榛原郡川根本町青部54-1
 代表者名 杉谷 道也
 設立 平成30年4月
 資本金 25,000千円
 従業員数 15人
 主要製品 有機抹茶
 電話 0547-58-2777
 F A X 0547-59-1777
 U R L <https://soma-japan.co.jp/>



川根地域で「有機」の「抹茶」

静岡県の山間部にある川根地域。古くから、日本有数の煎茶の産地として知られ、豊かな自然の中に、美しい茶畑が広がっている。

近年の社会や価値観の変化により、煎茶の需要が低迷し、ここ川根地域も大きな影響を受けていた。

お茶の需要はどこにあるのか。

目を向けたのは海外の抹茶市場であった。



▲山間部に広がる美しい茶畑



▲オーガニック抹茶

海外では、大きな抹茶缶が飛ぶように売れる。また、大手コーヒーチェーンも抹茶関連の商品に力を入れている。

地域の元気を取り戻すために、お茶の生産者と茶商が一体となり、静岡オーガニック抹茶株式会社(SOMA)を立ち上げ、令和2年、国内最大級の抹茶加工施設の稼働を始めた。

海外では「有機茶」の需要が極めて高い。特に健康志向や環境負荷の観点から、欧米での需要が高く、国際流通上の異なる農薬基準にも対応し易いためである。

生産者が「有機」のお茶を作り、同社が「抹茶」を加工し、茶商が「海外」での販売を行うことは、魅力ある産地として次世代に引き継ぐための大きな第一歩となる。

三位一体で生産体制を確立

有機抹茶を安定して世界へ届けるために、生産から輸出販売まで、生産者・SOMA・茶商が、三位一体で生産体制を確立している。

生産者は、有機肥料で農薬をほとんど使用しない有機栽培への転換を図り、抹茶用にてん茶を製造する施設を新たに整備した。

生産者が製造したてん茶を、同社の抹茶加工施設で、徹底した品質管理のもと、仕上げ・低温貯蔵をする。



▲仕上げたてん茶を貯蔵する冷蔵庫



▲てん茶を粉砕して抹茶をつくる

茶商から必要とされたときに、必要な分だけてん茶を粉砕して抹茶に加工し、出荷する。抹茶の風味を損なうことなく消費者へ届ける。

茶商は、有機抹茶の国内外のマーケットの需要を把握し、海外輸出販売を担う。

茶商からのマーケット情報のフィードバックを、タイムリーに同社及び生産者が共有し、三位一体で緊密に連携することにより、品質の向上と各市場に最適なお茶の生産を目指す。

グローバル産地の形成を目指す

グローバル産地の形成を目指し、次世代にお茶産業を受け継がせること。杉谷社長はこれを同社の使命と考える。

そのために、同社は、お茶の市場価格に左右されない安定した価格で生産者と取引を行うことや、地域を活性化させ、お茶産業を魅力的で収益性の高い付加価値の高いビジネスに発展させることに取り組んでいる。

同社の使命や取組に共感し、有機のお茶作りに転換する若い生産者は増え続けている。

『社会で何が必要とされているか』にとことんこだわり、新しいことに目を向け、まわりを巻き込んでいくことで、ビジネスチャンスが生まれる」と杉谷社長は語る。

生産者・同社・茶商の三位一体で、静岡抹茶を世界のトップブランドとし、競争力のあるグローバル産地が形成される未来は遠くないだろう。

(文責：商工金融課)



▲静岡抹茶で地域を元気に！！

磐田産パプリカを日本全国の食卓に

株式会社スマートアグリカルチャー磐田

所在地 磐田市高見丘219-1
 代表者名 久枝 和昇
 創業 平成28年4月
 資本金 100,000千円
 従業員数 65人
 主要製品 パプリカ
 電話 0538-86-3621
 F A X 0538-86-5778
 U R L [http:// www.saciwata.co.jp/](http://www.saciwata.co.jp/)



同社HPより引用

パプリカの栄養価に着目して

株式会社スマートアグリカルチャー磐田は、磐田市内に設けた約3ヘクタールの大型ハウスで、ICT を活用してパプリカを生産している。磐田は全国トップクラスの日射量があり、東京・大阪・名古屋など大消費地へのアクセスの良さから立地を決め、平成28年4月に創業した。

パプリカは、他の緑黄色野菜と比べビタミンCが豊富で、1個で約1日分のビタミンが摂れる栄養価の高い野菜である。日本での消費量は海外と比べてまだ少ないが、国内市場は平成20年から平成30年の10年間で約2倍となり、同社では今後も需要が伸びていくと予想している。国内で販売されている約7割が韓国産であるが、磐田産を全国に広めるべく、パプリカに注力して栽培していく方針である。



▲パプリカ等を栽培するハウス群（同社HPより引用）

全国初 GABA 機能性表示の取得に

令和元年に、パプリカでは全国で初となる、GABA の機能性表示食品の認証を、同社生産品「プリンセスパプリカ」において取得。約50品種のパプリカの試験栽培を行い、磐田の地に合う品種を研究し、GABA が含まれることを証明。GABA には血圧を下げる機能があることが報告されている。

また、「プリンセスパプリカ極甘」は、イチゴと同じぐらいの糖度（8～12度）があり、「ピーマンが苦手な子供でも喜んで食べられる美味しさ」との評判を得ているという。

最近では、生産したパプリカを加工したピクルスを販売し、普段パプリカの取引があるスーパー等に置かれ、人気を得ている。今後、磐田市のふるさと納税でも扱われる予定とのこと。



▲機能性表示認証を受けた商品

ICT の活用

パプリカは1年かけて栽培し5mほどの高さに成長するため、一般的なビニールハウスと比べ、天井が高いハウスであることが特徴的。

栽培エリアでは、温度や湿度、日射量などの環境要素を設定し、コンピュータにより自動で制御を行っている。養液（水や肥料）もデータ管理し、常に野菜に最適な環境となるよう調整し、吸収されなかった養液はリサイクルしている。加えて、着果、着色、選果等のデータを毎作蓄積していくことで、収穫時期を予測し、受発注量を調整することで、安定供給を実現させている。

それでも人の手は欠かせず、剪定や収穫をはじめ、病気や害虫の発見など人にしかできない作業がある。上村取締役は、「異常に気づける人材を育成することが大事」と、人材の重要性を語る。

こうした成果が実を結び、令和3年には、冬作で全国トップクラスの収量（28.6t/10ha）を達成し、全国市町村別で全国2位の生産面積となった。



▲ICTを活用し栽培を手掛けるハウス内

農業界の発展に向けて

農業はなくなることのない分野であり、今後ICTが活用され、成長市場になり得ると考えている。また、農業の関連業界は、研究・人材開発、流通・食品、農業インフラ、生産・加工、種苗とそれぞれ縦割りになる傾向がある。この業界間をつなぐ新しいビジネスモデルを作り、ノウハウを伝授できる企業でありたいと考えている。

（文責：企業立地推進課）

地域に尽くし、地域に求められる会社になる

丸高ティーティー株式会社

所在地 賀茂郡松崎町道部380-1
 代表者名 高橋 幸村
 創業 昭和12年4月
 資本金 48,000千円
 従業員数 20人
 主要製品 柑橘類生産販売、加工食品の販売、
 森林調査／整備／企画、素材生産
 (丸太の出荷)、木材加工品の販売
 電話 0558-36-4266
 F A X 0558-36-4267
 U R L <http://www.izu-marutakafarm.jp>
<http://www.marutakatt-norin.jp>



幻のぽんかん

丸高ティーティー株式会社は、農業部門（丸高農園）と林業部門の大きく2つの事業から構成される。

農業部門では、この地に古くから伝わる「栄久ぽんかん」をはじめとする柑橘類の栽培・販売を行う。栄久ぽんかんは、現在は松崎町の丸高農園と三余農園でしか栽培されておらず、毎年完売するほど注文が殺到する。そんな希少な栄久ぽんかんの魅力をより多くの人に知ってもらうため開発した、

ストレートジュース(果汁100%)は平成30年度に「松崎ブランド」、令和3年度には「ふじのくに新商品セレクション」にて金賞を受賞し、栄久ぽんかんは「しずおか食セレクション」に認定された。



▲代々伝わる石垣での栽培

ふじのくに新商品セレクションで金賞受賞!! ▼



しかしながら、栄久ぽんかんはそのほとんどが町外(県外)へ販売され、地元の特産品であるにも関わらず、地元で手に入りにくくなっていることに高橋代表は違和感を覚えた。

松崎町でしか作られていない栄久ぽんかんをもっと地域に愛されるものにしたと考えた結果、ストレートジュースの開発が始まる。

このジュースは蔵で越冬した最も糖度が高いぽんかんを使用しており、ぽんかん本来の強い甘みを感じられるのが特徴だ。現在は町内の飲食店でジュースやアルコール飲料として楽しむことができ、松崎町に来れば時期を問わず味わうことができるようになった。

栄久ぽんかんの栽培は一朝一夕ではできない。もともと栽培が難しく廃棄ロスが多い品種であることに加え、猪や猿による被害を防ぐため金属製のフェンスや電気柵などの堅固な害獣対策が必須。松崎町のみで栽培されているだけでなく、そんな手間暇をかけて作られたぽんかんであるからこそ「幻のぽんかん」と呼ばれる所以である。

地域を巻き込んだ地域活性化

「小さな町の存続と地方を救うのは、強い中小企業が生まれること」という考えのもと、地域の中核となる企業を目指し、行政ができないことは企業が実行すると語る。

地域とのつながりを大切にする同社は、グリーンツーリズムとして首都圏からの林業体験希望者の受け入れや地域の学生に向けた林業体験に多く取り組む。

雇用の創出について企業の責務と考えるが、同社の本業である農業や林業は繁忙期と閑散期があり通年雇用が難しい。その打開策として、6次産業化に積極的に取り組む。代表例が「ふじのくに新商品セレクション」にて金賞を受賞したストレートジュース作りだ。林業部門でも木工製品（家具など）の製造販売にも取り組み始めるなど、様々な取組を進めることで通年雇用が実現し、地域雇用が創出され、地域の更なる活性化に繋がると確信する。

静岡県内で一番人口の少ない松崎町から、中小企業としての役割を模索し、地域を巻き込んだ地域活性化を目指す。



▲林業体験実習（高校生）

▼上空から見た農園と松崎の町並み



資源は常に循環する

「私利は他利の中に育つ」という言葉が企業理念であり、モットーだ。誰かのために行うことが回り回って自分のところに還ってくるという意味である。自然を相手にする仕事だからこそ、目先の利益ではなく、様々なもの（こと）の循環を意識せずにはいられない。

伊豆には豊富な資源があるが、その多くは未利用資源である。海山川全てが揃う伊豆という立地を生かし、他の柑橘生産地、林業地とは異なる価値を創造することを追求する。高橋代表の飽くなき探究心や向上心は尽きることを知らない。これからも丸高ティーティー株式会社の取組に目が離せない。

（文責：経営支援課）

豊かな未来を築くため動き出す最先端事業

海幸ゆきのや合同会社

所在地 磐田市小中瀬776-4
代表者名 日納 真吾
創業 令和2年10月
資本金 10,000千円
従業員数 32人
主要製品 冷凍えび（幸えび）、えびの加工品
電話 0538-74-8800
FAX -
URL <https://kaikoyukinoya.jp/>



KAIKO YUKINOYA

社会課題と向き合い挑戦する企業

海幸ゆきのや合同会社は、関西電力株式会社の子会社として令和2年に創業し、えびの陸上養殖を手がけている。同社がえびの陸上養殖を開始した背景には、昨今の海面養殖における解決すべき社会課題が存在していたからである。

海面養殖は、餌の食べ残しや養殖魚からの排泄物がそのまま海域に流出・蓄積するため、海への環境負荷が大きい。また、事業継続のためにマングローブ林を伐採して新たな養殖池を開発するため、沿岸部の環境破壊が進むなどの問題が発生している。

このような社会課題がある中で同社は、自分たちでなければできないことは何かという視点に立ち、社会課題の解決に寄与できる陸上養殖を開始するに至った。



▲お話しを伺った日納真吾社長

DX化を駆使したえびの陸上養殖

陸上養殖は、単に養殖場を海から陸に変える訳ではない。陸上であれば、海水や潮風に弱い機械類も問題がなく使用できるため、陸上養殖のパフォーマンスを飛躍的に高められる。陸上養殖は、このような利点と事業のDX化を併せて、海上ではできない養殖形

態を築いている。

同社の陸上養殖施設では、電子機器を活用し養殖場の水温・水質を逐次記録し、水槽内の自動清掃で集めた餌の残渣から最適な給餌量を決定するなど、自動化されたシステムによって徹底した管理が行われている。また、完全閉鎖循環式の養殖形態とすることで、水を再利用しながら水質を一定に保ち、えびの育成環境を最適化している。この徹底管理された育成環境によって、薬品不使用で鮮度抜群なえびが提供できており、その鮮度はえびの頭や殻そのまま食べられるほどである。

しかし、この養殖施設の驚くべきところは、高品質なえびを養殖するだけではない点である。それは、通常では廃棄されてしまうような脱皮殻なども商品として提供できる点である。徹底管理の下、無駄のないきれいな養殖環境を作ることによって、えびに新たな付加価値を生み出すことができる。

以前より関西電力株式会社ではDX化の推進に力を入れてきており、代表の日納氏も「同社の強みは事業の工業化や自動化の技術である」と語ってくれた。このように同社の強みを生かした養殖事業は、DX化により高品質なえびを育てるだけでなく、社会課題の解決に繋がる側面も持っている。



▲最先端の完全閉鎖循環式陸上養殖施設

陸上養殖という新たなビジネスモデル

同社規模のえび養殖施設は“世界初”であり、最近では国内だけでなく海外の政府機関からも視察に訪れるなど高い注目を集めている。これは、世界的に持続可能な社会を目指す動きが浸透しているからであり、今後も同社のような取組が必要になってくるだろう。

しかし、「前例のない本事業はトライ＆エラーの連続であり、自分たちで模索して事業を進めなければならない」と日納氏は事業の難しさを語ってくれた。最先端の養殖施設を運転することはもちろんのこと、生き物を相手にした事業のため、思うようには進まないことも多く大変だという。

現在同社は、この陸上養殖事業を軌道に乗せるために更なる生産性向上に取り組んでいる。その先には、経済活動と持続可能な社会を両立させる新たな陸上養殖のビジネスモデルが展開されている。このような持続可能な社会に向けた新たな水産業のあり方を示す同社は、社会課題の解決に取り組む企業として、今後の活躍から目が離せない。



▲陸上養殖されたえび（幸えび）

（文責：経営支援課）

Made in Shizuoka で地方創生に貢献

株式会社季咲亭

所在地 静岡市葵区沓谷5丁目1番地6
 代表者名 小泉 幸雄
 創業 平成19年5月
 資本金 3,000千円
 従業員数 12人
 主要製品 漬物、静岡めんま、紅しょうが
 電話 054-262-0267
 F A X 054-262-0268
 U R L <http://www.kisakutei.com/index.html>



昔かたぎな「OTSUKEMONO」

株式会社季咲亭は、平成19年に創業し、今年で創業17年目を迎える。主にスーパー向けの漬物を製造する同社は、OEM 含め、地産地消にこだわった商品づくりを続けている。「伝統には囚われるが、常識には囚われない。古きを守り、新しきを生み出す。大切なものを守りながら進む、時代の異端児であれ」との社長のポリシーがそこにはあり、漬物に馴染みのない若者にも身近に感じ、食してもらえるよう、「和ピクルス」（同社造語）など、食材や見た目にも工夫を凝らしながら、静岡の野菜・静岡の酢・静岡のだしを使用した美味しい漬物を日々提供している。



▲同社の作業風景

一生懸命行動すると見えてくるものがある



▲経営革新計画の認定も多数

静岡県内の浅漬メーカーは野菜の産地がある県外企業の進出などにより淘汰が進み、倒産や廃業する会社も少なくない。その中で、同社は静岡県内の地場企業として、確かな加工技術を持ち、静岡の漬物の将来を真摯に考えている。小泉社長に同社で推進する各プロジェクトの生い立ちについて尋ねたところ、「これは何故、事業としてやっていないのだろうか」ということを常に考えており、その疑問を解消するために、「自分だったら何ができるのか」を追究し、取引先や社長仲間など横の繋がりも大切にしてきた中で生まれたものであるようだ。

同社が近年手掛けるプロジェクトの実例は以下のとおりである。

「静岡めんま」プロジェクト

静岡県が抱える地域課題として放置竹林・竹害の問題がある。外国からの安価なタケノコ輸入に加え、プラスチック製品の代替、農家の高齢化が主な要因である。放置竹林の増加により、森に光が入らず、樹木が枯れてしまったり、雨水の浸透が不十分になったりすることで土砂災害を引き起こす危険性を孕んでいる。

小泉社長は放置竹林を「資源」として着目し、めんまに適した放置竹林の買取を進め、めんま加工、水煮めんま、塩漬めんま、味付けめんまなどの製造、販売に注力している。製造過程においては、シルバー人材の活用など雇用機会の創出にも注力している。

また、同社は地元飲食店、地元スーパー等の小売店をはじめ食品卸売企業への販売を通じ、我々消費者へ美味しい商品を提供しており、消費者も含め、地域が一体となり、地域保全やSDGsの目標達成に貢献できる好循環な仕組みを確立している。好循環の随所でSDGsに大いに寄与していると言えるだろう。



▲静岡めんま (R2.7 販売開始)

「静岡紅しょうが」プロジェクト

令和2年7月、同社がめんまに続き新たに始めた試みが、ガリや紅しょうがなど生姜を使用した漬物の製造、販売である。生姜は、社長の知り合いの産業廃棄物処理業者が放置竹林の竹チップ・食品カットくず等から肥料を生成し、耕作放棄地で栽培したものである。漬物の加工技術や販路に強みを持つ同社に取引先から声が掛かり、「静岡紅しょうが」プロジェクトとしてブランディングが始まり、めんま同様に軌道に乗っている。こちらも、地域課題である「耕作放棄地」の課題解決に資する取組であるとともに、地域保全に大いに貢献しているものである。

今後のビジョン

同社は、静岡めんま生産体制の強化に向けて、将来的には製造現場における障害者雇用を模索している。安全面、伝達方法などハードルは高いが、働きがいの確保、不平等のない社会の実現に向け、使命感を抱き、SDGsを推進している。

地産地消の漬物は、品質が良い一方で必ずしも安価であるとは限らず、販売のジレンマを抱える。まずは同社の商品を「静岡県内の消費者に広く知ってもらい、美味しさを実感し、ファンになってもらうことが第一歩」と社長は意欲を燃やす。同社の「静岡めんま」をはじめとする漬物を食べて、地産地消で静岡を応援していきたい。



▲小泉幸雄社長

(文責：商工金融課)

未来へ続く新日常茶飯事を目指して

株式会社丸松製茶場

本社所在地 菊川市西方2561-1
 代表者名 佐野 晋也
 創 業 明治32年
 資本金 20,000千円
 従業員数 38人
 主要製品 茶・茶菓子
 電 話 0120-644-588
 F A X 0120-884-588
 U R L <http://www.marumatsu-tea.co.jp>(本社)
<http://www.san-grams.jp> (カフェ)



製茶場の強みを生かした“シングル茶”

「お茶を楽しむ日常を広めたい」という思いのもと菊川駅前にオープンしたsangrams green tea & garden cafe。明治32年創業の株式会社丸松製茶場が運営している。

創業当時、お茶は手作業で製造されていたため、手間がかかりとても高級なものだった。「農家さんの負担を軽減させ、身分に関わらず多くの人の日常にお茶を広めたい」という思いから製茶機械を製造販売したのが同社の始まりである。その後、製茶業も行うようになり、現在は製茶場の強みを生かした商品を展開している。

様々な種類のお茶やスイーツを提供しているカフェで最も力を入れているのは、“シングル茶”だ。一般的なお茶は、価格に合わせて複数の茶園の茶葉をブレンドしているのに対し、シングル茶は、名前のおとおり、一つの茶園の茶葉のみから作られている。地域の良さ、環境、ミネラル分などの特徴が異なる茶葉に合わせて、蒸し方などの製茶方法を変えることで、茶園それぞれの味を楽しむことができる。

茶産業では、高齢化や利益が少ないことにより、生産を辞めてしまう茶農家もいるという。しかし、シングル茶は生産量が限られていることにより希少価値が付き、茶農家にも利益が生まれる。お茶の普及だけでなく、茶農家のことも考えられている商品である。



▲sangrams green tea & garden cafeの外観

カフェリニューアルでお茶をもっと身近に

カフェでは県内のさまざまな地域のシングル茶を始め、菊川市の茶葉を使用した深蒸し茶「菊川ブレンド」、国外のフルーツティーやオーガニックの紅茶、それぞれのお茶に合う菓子など、種類豊富に取り扱っている。お茶のパッケージには味の特徴だけでなく、地域の特徴も記載されており、お茶についての知識がなくても好みの商品を選ぶことができる。

カフェは令和6年10月頃にリニューアルを予定している。コンセプトは「茶目ごと」と「茶ごと」。テイクアウトと物販をメインとし、お茶に気軽に関わることをイメージした「茶目ごと」と、自分自身やお茶についてより深く、じっくりと向き合うことをイメージした「茶ごと」のそれぞれを実現できるように計画をしているという。リニューアルに向けて、新作スイーツの開発やビーガンランチを提供するカフェとのコラボを行うなど、さまざまな新しい取組を始め、今後も陶芸や空手とお茶とのコラボ、マルシェなどにも挑戦する予定だという。



▲洗練されたパッケージ

サステナブルな生産体制を目指して



▲様々な種類のお茶を取り扱う

コーヒーやペットボトル茶の普及により、急須でお茶を飲む人が減っている今日。本社では国内販売よりも海外への輸出が増えているという。驚くことに、日本よりヨーロッパの方が農薬基準が厳しいそう。現在は製造ラインを分けるなどして品質を管理しているが、ゆくゆくは国内のお茶も無農薬ものを取扱っていく予定だ。

今後も時代とニーズに合わせた、環境により良い、お茶を楽しむ日常「未来へつづく新日常茶飯事」を目指していく。耕作放棄された茶園が減ることや新規の茶農家が増えることも目指していきたいと同社ソーシャルメディア責任者の佐野氏は言う。

茶農家の想いを伝えると同時に、お茶の魅力を発信し続ける同社の、今後の様々な取組に期待したい。

(文責：地域産業課)

無添加でおいしい練りものづくり

株式会社丸又

所在地 焼津市東小川1-4-3
代表者名 鈴木 理恵子
創 業 昭和21年4月
資本金 10,000千円
主要製品 練り製品（黒はんぺん、ちくわ等）
電 話 054-627-1161
U R L <https://www.marumata-yaisu.co.jp>



鯉節職人から始まった練りものづくり

創業者の鈴木又一氏は鯉節職人であった。戦時中には高い技術力を買われ、朝鮮で水産加工の指導をしていた。そして終戦後の昭和21年に「鈴木又一商店」を創業し、「黒はんぺん」や「なると」などの練りものづくりを始めた。



▲店舗の商品ラインナップ

二代目の鈴木通元氏は、次々と新製品を開発。自ら関東に足を運んで販路を開拓し徐々に練りもの事業を主軸としていった。昭和60年には焼津さかなセンターに出店。これまでの「黒はんぺん」を更にグレードアップした「いわしはんぺん」を新たに開発するなど高い商品企画力を発揮し、練りもの事業を拡大した。

「食を通して健康を」

三代目である鈴木理恵子社長は、「食を通しての健康づくり」をテーマとした製品開発を始めた。東京で働いていたが、自身の母の体調の悪化をきっかけに実家に戻り、無添加で健康によいものを作って社会に貢献したい、皆さんに笑顔になっていただきたいという思いを抱くようになった。一般的に練りものづくりでは、品質保持や味の決め手として添加物が使われるが、社長が家業を継いで以来、同社は素材にとことんこだわり、添加物を使用しない製品づくりに日々取り組んでいる。



▲人気商品の無添加「いわしはんぺん」

職人技の「塩摺り」

無添加でもおいしい練りものづくりを可能にしたのが、素材と水へのこだわりと長年の経験で培った職人技である。

大井川の伏流水を何度も濾過し、まろやかになった水を工場全体に行き渡らせ、「洗い」や「茹で」、「蒸し」といったあらゆる製造工程で使用している。

添加物を使用しないため、味や食感は職人による「塩摺り」で決まる。その日の気温や素材のマイワシの状態によって塩加減や温度を調整しながら、骨ごと石臼で摺り上げる。日によって差が出ないように、できあがった製品を毎日社内で試食し、品質を確認している。



▲味の決め手となる職人技の塩摺り

おいしいだけじゃない！市場のニーズに応えた製品開発



▲日持ちする「おつまみちくわ」と「おつまみ黒はんぺん」

実際に「汁なしおでん」を食べてみると、味がちょうどよく染みており、温めて食べるのはもちろん常温でも冷やしてもおいしく、汁がないので持ち運びにも非常に便利だった。

「無添加の製品づくりにこだわりつつも、時代が求める製品の開発に今後も力を入れていきたい。」と鈴木社長は語る。

伝統の技を守りつつ、市場に求められるものを作り続け、練りものを通じてお客様へ笑顔と健康を届ける同社の新たな取組に大いに期待したい。

近年では昔と比べて働き方が大きく変化したこともあり、時短で日持ちする製品の需要が高まっている。そのニーズに応えるべく、そのままおいしい、簡単な調理で食べられるような製品の開発にも取り組んでいる。

開発した製品のひとつである「汁なしおでん」は県外の展示会でも人気の商品である。

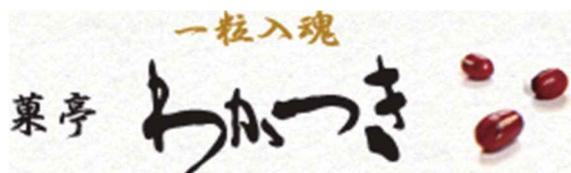


▲常温でもおいしい「汁なしおでん」

(文責：商工金融課)

おいしい和菓子で人々を笑顔に

有限会社わかつき	
所在地	富士市本市場22-2
代表者名	若月 正章
創業	昭和3年6月
資本金	4,000千円
従業員数	16人
主要製品	加糖餡、和菓子各種、氷菓
電話	0545-61-4863
FAX	0545-61-3112
URL	http://www.katei-wakatuki.jp/



創業昭和3年、あんこ屋の和菓子

JR富士駅北口から、富士山に向かって15分ほど歩いたところに、地域に愛される和菓子屋「菓亭わかつき」がある。入口の脇では鯛焼きを焼いており、広くて明るい店内に甘く香ばしい香りが漂う。平日でも第2駐車場までいっぱいになることがある人気店だ。

有限会社わかつきは、昭和3年、若月製餡所として創業した。創業当時に製造していたのは「生餡」のみ。生餡とは、小豆をやわらかく煮てつぶし、こして水気を絞った粉状の餡のことである。パイオニア精神旺盛の2代



▲ふっくらおいしいどら焼きが一番人気

目が後を継ぐと、生餡に加え、小豆に砂糖を加えて煮詰めた「加糖餡」の製造販売を開始した。当時は加糖餡製造がまだ一般的でなく、静岡県内では初めてだったという。

3代目にあたる若月正章社長は、東京にある製餡所での3年間の修業を経て、昭和60年に同社に入社した。加糖餡の積極的な販路開拓が功を奏して業績は伸びたが、「取引先に頼った商売では、自社の“あんこ”の本当のおいしさを消費者に評価してもらえない。」と感じた若月社長は、自社でのお菓子の製造販売を決意する。幸い、修業先ではアンテナショップとして和菓子屋を経営しており、そこでのお菓子作りや接客の経験が役に立った。昭和60年6月、倉庫を改装した2坪のお店をオープン。取り扱うお菓子は、自慢の餡を使ったきんつば、どら焼き、甘納豆、羊羹、あずきキャンデーの5種類。お菓子の製造も接客も若月社長と家族で担う、小さな和菓子屋さんの誕生だった。

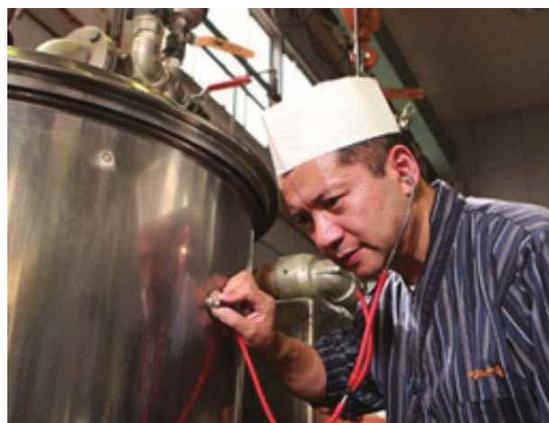
一粒入魂～こだわりの“あんこ”～

店舗の拡大とともに、現在では種類も増えた菓亭わかつきのお菓子。その魅力は、何と言ってもこだわりの餡にある。北海道十勝産の厳選小豆と、国産の良質な砂糖の中から、それぞれのお菓子に最も合うものを選び、富士山の伏流水で一粒一粒丁寧に炊き上げる。



▲こだわりの北海道産小豆

時代や季節、気温によってレシピが異なるだけでなく、熱のかけ方や、小豆の渋の切り方までも微調整しているそうだ。正に職人技と言える。きんつばやどら焼きを焼いたり、餡を挟んだりする工程は、システム化して従業員に任せているが、餡だけは、若月社長自らが毎日作っているという。



▲小豆を炊く音を聞く若月社長

従業員の幸せのために

令和2年、新型コロナウイルスの感染が拡大すると、お客様が急激に増加し、従業員の疲弊が目立つようになった。そこで、若月社長は、閉店時刻を18時から17時に変更するとともに、17時以前でも商品が売り切れたら閉店するという決断をした。また、正月三が日の休業に踏み切り、月に2回の連休を設けるなど、積極的に働き方改革に取り組んだ。営業時間が短くなることで売上への影響が心配されたが、むしろ売上は増加。従業員も、身体と心に余裕ができたことでモチベーションが上がり、これまで以上に張り切って働いてくれるようになったそうだ。



▲店舗外観

本当においしいお菓子を届けたい

町の菓子屋の強みは、作ったお菓子をすぐにお客様に提供できること。最後まで責任を持って販売するため、卸売や委託販売は基本的に行っていない。「お客様には、作りたてのお菓子を、本当においしいうちに食べてもらいたい。」と語る若月社長。菓亭わかつきのこだわりのお菓子は、これからも多くの人に笑顔と幸せを運ぶことだろう。

(文責：地域産業課)

静岡らしさが詰まったウイスキー

ガイアフローディスティリング株式会社

所在地 静岡市葵区落合555番地
代表者名 中村 大航
創 業 平成26年10月
資本金 7,000千円
従業員数 22人
主要製品 シングルモルトウイスキー「ユナイテッドS」
電 話 054-292-2555
F A X 054-292-2500
U R L <https://shizuoka-distillery.jp/>



自然と一体になった蒸溜所

ガイアフローディスティリング株式会社は、静岡市のオクシズ（奥静岡エリア）で自然に囲まれながら、原料や製法にこだわったウイスキーを製造している。

もともとお酒好きであった同社社長の中村大航氏が、趣味の一環として訪れたスコットランドのウイスキー蒸溜所に魅せられ、平成26年に設立した。

蒸溜所の建設にあたっては、当初、県外で検討を進めていたが、関係者から静岡市玉川地区の現所在地を紹介された。山に囲まれ、安倍川の支流が流れる自然豊かな土地に一目惚れし、静岡市初のウイスキー蒸溜所が誕生した。景観だけでなく、ウイスキーの製造にもこの環境が大きな役割を果たしている。

県産木材を活用したウイスキー製造



▲地元スギ材等を活用した木製発酵槽

ウイスキーは、原料である大麦麦芽から作る麦汁を酵母で発酵させ、その後、蒸留・樽詰め・熟成を経て製造される。

発酵工程で使用する発酵槽は、通常、ステンレス製のものが使用されるが、同社では地元のスギ材等を活用した木製の発酵槽を使用している。木製発酵槽は、洗浄等の管理が大変だが、槽内に棲みついた乳酸菌がウイスキーに複雑な香味を与え、同社ならではの商品づくりとなっている。

世界的にも珍しい薪直火による蒸留

同社では、3基の蒸留器で蒸留工程を行っているが、そのうちの1基は、薪直火による蒸留器だ。

薪直火による蒸留は、200年以上前の方法で、現在は、世界的にも珍しい。また、使用する薪には、地元の間伐材を活用しており、自然に囲まれた同社ならではの高付加価値化の取組だ。

この他にも、軽井沢蒸溜所から移設した蒸留器もあり、使用した蒸留器ごとで商品ラインアップを揃える等、ウイスキーファンを楽しませている。



▲薪直火による蒸留作業を行う製造担当者

100%県産大麦によるウイスキー



▲熟成庫で出荷を待つウイスキー

現在、同社が最も力を入れているのが、100%県産大麦によるウイスキーの販売だ。

県産木材を大いに活用したウイスキー製造を行う同社が、平成27年から原料となる大麦の県内栽培にも着手した。当初はうまくいかないこともあったが、県農林技術研究所等の指導もあり、収穫量は年々増え続けている。

栽培初年度の大麦を使用したウイスキーが、熟成期間を経て、令和5年に販売される。「どの

ような特徴の商品になるかは今後の経過も見ないと分からない」と中村社長は言うが、同社ならではの商品づくりを体現する取組として今後も注目していきたい。

真似されてこそ一人前



▲静岡の「S」をモチーフにした同社ロゴマーク

木製発酵槽や薪直火蒸留器など他社とは違うウイスキー製造を行っている同社だが、近年、他社でも同様の製法を取り入れる動きが出てきている。唯一無二ではなくなるが、中村社長は「真似されてこそ、一人前と認められた証拠」と笑う。ウイスキー蒸溜所としては、まだまだ「若手」だが、今後も業界をリードし続けていく存在となるだろう。

(文責：商工振興課)

美しく優しい藍色を後世につなぐ染物屋

正藍染 小原屋

所在地 御殿場市萩原676
 代表者名 小原 博康
 創業 文久元年（1861年）
 従業員数 2人
 主要製品 藍染製品（のれん、浴衣、ストール、
 シャツ、着物、作務衣等）
 電話 0550-82-0511
 F A X 0550-83-3064
 U R L https://www.instagram.com/aizome_koharaya/



創業 160 年以上の老舗

「ジャパン・ブルー」と呼ばれる色がある。明治初頭、町ゆく人々が身にまとう藍染の着物を目にしたイギリス人化学者がそのように記した、という。当時の人々にとって最も身近で美しい色。それを守り続ける御殿場市唯一の染物屋が「正藍染 小原屋」だ。

小原屋は文久元年（1861年）創業。初代は長野県松本市で養蚕と製糸、天然染料を用いた染色を行っていたが、2代目の時代に御厨（現在の御殿場・小山）地域に養蚕の指導者として招聘され、昭和2年に御殿場へ移り住んだ。養蚕の指導を続けながら、生糸の販売、紫草や茶葉などの天然染料による染色で家業を維持してきたという。一方で伝統的な藍染は、化学染料の台頭に押され、家内工業的な規模で生産するのみだった。そのような中、現代表の小原博康さんは修業先の京都で何十個もの藍瓶が並び、次々に布が染められていく様子に、衝撃を受けた。「自身の代で藍染を経済的に成り立たせる」そう決意した瞬間だった。



▲創業当時の店頭

江戸時代から続く染色技法

小原屋の藍染は「天然阿波藍灰汁発酵建」といい、藍という植物を灰汁、石灰、ふす

ま、日本酒で仕込んで発酵させる。江戸時代から続く、化学薬品を一切使わない、環境に優しい染色技法だ。藍はあえて自家栽培せず、かつて藍の一大産地として栄えた徳島県（阿波）から仕入れている。5軒しか残っていない藍の生産者を守るためだ。

現在の商品は、のれんや浴衣、シャツ、ストールなど。染めた糸で布を織り、着物や作務衣、足袋シューズなども製作している。平成 31 年 3 月には、地域における自然の風土と住民の暮らしの中で受け継がれてきた伝統性が認められ、「みくりや染織」として静岡県郷土工芸品の指定を受けた。



▲布と共に染まる手と爪は職人の勲章

藍染から命の大切さを学ぶ

小原屋には、体験の場としての顔もある。藍には、防虫や難燃という効果があるため、丈夫な布として長く使われてきた。着物をほどいて、赤ん坊のおしめにしたり、その後も雑巾にしたり、細かく裂いて布を織り直したり。体験の合間に、そういったことも伝えるようにしているという。「ものを大切にすることは、命を大切にすることにつながる」と小原さんは言う。最近は観光協会などからの紹介もあり、体験を希望する外国人観光客の来訪も増えているそうだ。

観光や教育、文化の継承に寄与する染物屋へ

藍の仕込みには、化学薬品を使って簡易に行う方法もあるが、後を継ぐ息子さんには、あえて昔ながらの熟練を要する難しい方法だけを教えている。それは、小原さんが伝統的な染色技法と文化を、引き継いでほしいと考えているからにほかならない。

また、以前から温めていた計画がようやく動き出すのだという。かつて養蚕が盛んだった御殿場で蚕の餌になる桑を育て、繭から糸を紡いで染め、織る。材料の調達から製品になるまでを一貫して行い、それを体験してもらうことにより、観光や教育、文化の継承に生かしていく取組だ。ようやく借りられる畑の目処が立ち、繭が取れるようになるまでは、あと3年ほどかかる見込みだ。「採算は取れないかもしれないが、意義のあること」と小原さんは意気込む。



▲藍で染めた糸で、織る

(文責：地域産業課)

空間創造クリエイター集団が贈る高付加価値居住製品

共和成産株式会社

所在地 藤枝市泉町20番地
代表者名 鈴木 透
創 業 昭和31年4月
資本金 50,000千円
従業員数 40人
主要製品 住宅用内装パネル、レーザーボード、
カービングボード
電 話 054-635-3331
F A X 054-635-0788
U R L <http://www.kyowa-seisan.co.jp>



きめ細やかで美しい木工製品

まるで手彫り職人が彫ったと錯覚するほどウツトリする壁面材。藤枝市に工場を構える共和成産株式会社では、こんな製品の大量製造・販売を実現している。

同社は昭和42年に藤枝市の現工場へ移転後、パネル部門や建材部門を新設するなど事業拡大を進め、現在は住宅用内装パネルやインテリア・内外装建材の製造・販売を行っており、独自の技術を背景とした高品質の製品を得意としている。

この技術により生み出されたのがインテリアボードだ。レーザー加工機やサンドブラストなど、およそ木工製品に似つかわしくない機械を使い、きめ細やかで美しい木装製品を寸分の狂いもなく生み出し続けている。本製品は東京の某ブランド店のショールームや、北海道のサミット会場となったホテルなどでも採用され、好評を得ているという。

特徴的な製品ではあるが、同社の特徴は他にもある。常に新商品の開発に挑み、最新設備への投資に意欲的で、生産現場の高効率性を常に重視している点であろう。



▲▼同社ショールームに並ぶボードの数々



徹底的な作業効率化

同社の主力製品に住宅用内装パネルがあるが、その作業方法は特徴的だ。例えば、プロジェクターで作業台に図面を投影して作業したり、作業する様子をカメラで撮影し動作一つ一つに無駄がないか複数人で検証するなど、製造時の作業方法の見直しを事細かく行い、ほんの僅かでも効率を上げていこうという工夫が随所に見られる。また、製品梱包には自動ラッピング機械を導入して効率化かつコスト低減を果たしている。人も機械も効率的に作業を行おうと余念がない。



▲プロジェクターで作業台に図面を投影

建設施工現場の未来像を意識した IoT の活用

更なる効率化のため、IoT 化の推進にも取り組んでいる。一般的な製品のデジタル管理方法はバーコードなどを製品の一部に貼り付け読み取るものだが、加工工程上で発生する汚れで読み取れなくなるケースが少なくない。これを解決するため、RFID を製品の内部に埋め込む方法を取り入れている。

RFID とは電波を用いてタグを非接触で読み書きするシステムで、(株)UNIQLO がレジで採用している事で有名だ。スキャナをかざすだけでタグの一括読取りが可能で、バーコードなどよりも読取り時間を短縮できる。RFID ならば従来より部材管理の省力化も可能だ。

建設業界で抱える問題として職人や大工の不足が挙げられるが、このシステムはその解決に一役買うことが出来るかもしれない。同社は建設現場の未来像も描いている。



▲UNIQLO の値札に付いている RFID タグ
▼同社の製品に張られた RFID タグ



業界全体の未来を見据えて

共和成産の社是は「共に和して産を成す」で、社員一人一人が力を合わせて、価値を生み出すという意味とのことだ。その精神は新商品の開発や、省力化や効率化に余念のない会社の体制に強く表れている。同社の柘植部長が語ってくれた「RFID を完璧なものにし、建設業界の省力化に一役買っていきたい」は、まさにその姿勢を表した言葉だった。新たな挑戦に取り組む同社の活躍に今後も注目したい。

(文責：企業立地推進課)

木にこだわり健康をサポートする家具づくり

合同会社すまうと

所在地 静岡市葵区水見色536
 代表者名 野木村 敦史
 創業 平成18年4月
 資本金 3,000千円
 従業員数 6人
 主要製品 家具（オーダー含む）、建具、インテリア空間等の各種製作・デザイン
 電話 054-279-0085
 URL <http://smaut.net>



木材へのこだわり



▲すまうと 野木村代表

すまうと代表の野木村氏は、以前は建築系のエンジニアで建物の構造計算に携わっており、従来の木工職人やデザイナーにはない視点で静岡市郊外の水見色地区でユニークな家具や木工製品を手がけている。通常の木工家具づくりでは板材を仕入れて使用するが、同社では丸太から仕入れている。後述の健康に配慮した家具づくりには良質な天然材が欠かせず、板材だと仕入れ段階で防黴処理を施されたものが混じる可能性があることから、より安全な素材を確保するために次第に丸太材の調達にシフトしていった。この丸太材を取り扱うには広い敷地が必要のため、現在の水見色地区の使われなくなった茶工場に工房を移した。また、仕入れた木材の有用成分が減らないよう、低温乾燥させている。更に木材の伐採にも注意を払っており、使用する杉材は、近くの自伐林家にお願いして新月伐採（月が全く見えないときに木や竹を伐採すると、丈夫で腐りにくい高品質な木材・竹材になるとの言い伝え）してもらっている。

同社の製品は木の特性を十二分にいかしているのも特長の一つ。ソファは、通常ヒトが腰掛けるクッション部分にウレタンや綿等を詰めるが、同社のソファはフレームはもちろん



▲キノチカラ（木のクッションを取り入れたソファ）

のこと、クッション部分も木材のみで対応している。このクッション部には丈夫で粘性や弾力性に富み、野球のバット等に利用されるアオダモを使っており、100kg以上の荷重にも耐えられるとのことを確認している。

家具を通じて健康に

野木村代表によれば、「日本人が西洋の椅子に座るようになったのは明治維新以降。モノは入ってきたが、正しい椅子の座り方や使い方は誰も判らなかった」として、椅子にヒトがあわせるのではなく、日本人の体に適した座り方ができる椅子づくりを目指した。そこで着目したのが「座禅」の姿勢。座禅の姿勢を再現できる椅子を生み出した。また、杉の持つ調湿性や香りによる安眠効果に着目したベッドの簀子など、木製家具と健康との関係性を追求した製品づくりを行っている。また、木材にとどまらず製品に使用する塗料や接着剤についても、アレルギー防止の観点から、天然素材や無機素材由来のものに限定している。

同社のこのような製品づくりが注目を集め、静岡市内の有名百貨店から、店内のインテリアフロアへの出店を要請された。デパートから家具売り場の撤退が相次ぐなか、異例とも言える。静岡県庁東館2階の県民サービスセンターにも、令和5年10月現在、同社の椅子「neojaponica」、「天使の椅子」（タイトルの写真参照）と「天使のコシカケ」を、静岡市役所3階食堂「茶木魚（ちゃきつと）」にも椅子が導入されている。



▲背筋が伸び腰が包み込まれるような座り心地の椅子

小さな「輪」の中でのものづくり

野木村代表は、小さな「輪」の中でのものづくりを大切にしている。小さな「輪」とは、地域等での顔の見える関係のこと。近くの自伐林家に手間のかかる新月伐採をお願いできるのも顔の見える関係があればこそ。また、工房内で発生したおがくず、木っ端は地域内で有効利用されている。おがくずは畜産農家が引き取って牛舎等の床に消臭を兼ねて撒き、木っ端は地場産品であるコンニャクづくりの際の燃料として利用されている。特に木っ端を使って煮たコンニャクはひと味違うとのこと。小規模ながらSDGsやゼロ・エミッションを実践している。

更に、小さな「輪」の中でのつながりから、水見色地域の近くの栃沢で生まれた鎌倉時代の名僧、聖一国師（円爾）由来の装置の木製模型の制作を請け負ったことがある。聖一国師はお茶を中国から日本にもたらしたことで有名だが、その他にも様々な文物や技術を我が国にもたらした。再現したのは水磨様（スイマヨウ）と呼ばれる水車を動力源とした粉ひき装置で実物の1/5モデル（高さ1700mm×幅1800mm×奥行1250mm）。当時の文献をもとに設計図面を作成し、多くの人の協力のもと完成することができた。

（文責：商工振興課）

仏壇・仏具メーカーによる遺骨供養サービス

法月株式会社

所在地 静岡市葵区美川町21番10号
代表者名 法月 寛文
創業 昭和35年9月
資本金 10,000千円
従業員数 43人
主要製品 仏壇・仏具の製造卸小売、遺骨供養
電話 054-271-2787
FAX 054-271-2782
URL <https://www.norizuki-co.jp/>



遺骨供養サービスの開始

法月株式会社は創業から60年以上続く仏壇・仏具メーカーである。元々は一部の宗派向けの仏壇仏具製造事業卸を行っていたが、10年ほど前から一般宗派向けの仏壇仏具製造にも新規進出し、順調に販売を拡大している。また、近年は遺骨供養サービスも手掛けるなど、製造業のみならず様々な事業展開を行っている。

「亡くなったらお墓に入る」という従前の価値観は変化しつつあり、近年では、手元供養や海洋散骨といった多様な供養のあり方が生まれている。特に手元供養のニーズは高く、遺骨を身近なところに保管したいと考える人は多い。



▲遺品や遺骨が収納できる「故人と会える」仏壇



▲ご遺骨を粉末状に粉骨した状態

同社では様々な供養のニーズに応えるべく、令和2年から遺骨供養「ウーナ」の運営を開始。遺骨の粉骨・洗骨から遺骨を収納する化粧箱商品の納品まで一貫したサービスの提供を行っている。

令和4年度には「故人を身近に供養できるコンパクト納骨サービス」として静岡市中小企業技術表彰を受賞した。

手元供養の広がり

亡くなった家族の遺骨を自宅で保管する人は増えてきている。毎日の生活の中で、故人と一緒にいる感覚を得ることができるからだ。

同社では手元供養のために様々な収容体を開発しており、粉骨をした全身の遺骨を納めることのできる星粒の箱（せいりゅうのはこ、商標取得済）シリーズ、ミニ骨壺、供養ステージ、位牌など故人を想うために、最も良いものを選択できるようになっている。

近年では、遺骨を身につけ、常に故人と一緒にいたいというニーズに対応するため、遺骨の一部を収納できるアクセサリーの開発を行った。

これらの収容体を実現可能にしているのが、特許を取得した「真空包装製法」である。粉骨し、パウダー状になった遺骨を更に圧縮することで、様々な小型の収容体へ遺骨を収納することが可能となっている。

遺骨をコンパクトに収納出来るからこそ、リビングや寝室で手元供養ができるのだ。



▲遺骨を粉骨・真空包装してコンパクトに手元供養

ニーズに応えるために～ウーナの運営～

同社では、遺骨の粉骨から供養までの一貫したサービスを提供するため、令和2年より「ウーナ」の運営を開始。粉骨と洗骨、手元供養、海洋散骨、お墓じまい、永代供養など、様々な遺骨供養のメニューを提供している。利用者のニーズに応じた様々なコースが用意されているのが「ウーナ」の特徴だ。

粉骨と洗骨では、粉骨後、自宅での長期保管を考えている人のための「一般コース」の他、遺骨を長期間自宅で保管していた人、もしくは粉骨後に海洋散骨を考えている人のための「六価クロム還元＋滅菌乾燥＋一般粉骨コース」、お墓じまいでお墓から出された遺骨を洗浄したい人のための「洗骨コース」、故人の遺骨を自分の手で粉骨したい人のための「お立会い手作業粉骨コース」が用意されている。

六価クロム還元とは、火葬の工程で遺骨に付着する高発がん性物質の六価クロムを無害化する処理であり、海洋散骨などの自然葬を考える場合には不可欠の処理となっている。環境への配慮を欠かさない点も「ウーナ」の特徴なのだ。

法月株式会社は仏壇・仏具メーカーでありながら、供養業界に内在するニーズに対応すべくサービス分野に進出、「ウーナ」の運営を開始し、事業を拡大してきた。

ニーズを捉え、サービスとして提供する実行力と、失敗を恐れないチャレンジ精神が同社をここまで成長させてきたのだ。

直近では、令和5年10月に遺骨供養の「生前予約」を開始するなど、常に供養のあり方を追求し、ニーズに応じた新たなサービスを提供する同社からは目が離せない。

(文責：商工金融課)

快適性を追求した家具づくり

株式会社バルバーニ

所在地 袋井市中新田1800-1
 代表者名 青島 良晃
 創業 平成29年4月
 資本金 45,000千円
 従業員数 24人
 主要製品 家庭用家具、業務用家具
 電話 0538-23-6651
 F A X 0538-23-6627
 U R L <http://www.valvanne.co.jp>



板一枚から顧客の要望・イメージを実現

株式会社バルバーニは、平成29年に株式会社JVCケンウッド・インテリアからオフィス家具・家庭用家具の製造・販売の営業権を譲り受け、仕入から加工・組立てまで一貫して自社で行っている家具製造メーカーだ。

図面から手書きの絵まで、多岐にわたる顧客からの要望を、限りなく実現させようと、『『まず挑戦』する姿勢』で家具製造と向き合う。

自社生産であることによる短納期や小ロット受注にも対応可能な点に加え、OEM・特注対応依頼の取引先の要望やイメージを実現させようとする再現度や技術力が同社の強みだ。



▲代表取締役の青島良晃氏

快適性を追求した製品



▲「Holis」のデスク

同社が作る製品には、随所で使用する人への配慮が感じられ、デザイン性・実用性は言わずもがな、“快適性”を追求した工夫が施されている。

例えば、同社の看板商品である「Holis」シリーズのデスクは、幅、奥行きが50mm単位で設計可能で計66サイズの豊富なサイズバリエーションを有する。天板にはカバー付配線孔が設け

られており、脚の内側にコードを通す仕様となっていることから、足元にコードが当たることなく、快適なデスク周りの環境を実現している。

「WORKSTUDIO」シリーズのデスクでは長時間の作業でも心地よく使用できるよう、腕や肘と接する縁がR状の曲面になっている。国内でも導入している先が少ない、ドイツ製のダイレクトポストフォームマシン（板に熱・圧力を加えて基材の形状に合わせて成形する設備）によって生み出されたものだ。また、デスクトップは、ソフトペンタッチ塗装を施すことで、“しっとりとして、やわらかい”感覚を実現されており、ボールペン等で書きものをしている時に、その快適性を肌で感じることができる。



▲「WORKSTUDIO」のデスク

経営陣と現場社員が一体となった“より良い家具づくり”

既定の製品製造ラインを稼働させつつ、個別に相談のあった製品を製作するためには、社内の環境整備と従業員一人ひとりの作業効率化への意識付けが重要となってくる。

同社では、静岡県よろず支援拠点を活用し、外部講師を招くことで、工場内の設備の配置を見直し、より効率的な動線へ改善している。

また、毎週決まった時間帯を5S（整理、整頓、清掃、清潔、しつけ）の時間として定め、各部署で編成した5Sチームが工場内を見回り、どこにムダがあるか、なぜ不良品が出てしまったのか等検証を行うほか、治具の製作や修繕を行っている。

“あったらいいな”に“木工”で“チャレンジ”



▲モデーロは二つ折り、移動が可能な作業スペース

移り変わりが早い時代の中で、人々のニーズは今後更に多様化していく。そのような中、代表取締役の青島氏が考える今後の同社の取組は、「木工でできる新たな価値の創造」だ。世に出回っている既製品にとらわれず「あったらいいな」を木工を通じてチャレンジしている。

その一例が、同社が開発したホビークラフトベース「モデーロ」だ。この製品は場所を取らずにどこでも作業スペースを生み出し、畳むだけで片付け完了のため、作業途中でも、部屋の美しさを保つこともできる代物だ。

全国規模の家具製造メーカーであり続けながらも、木工で新たな商品・価値創造に挑戦していく、同社の今後の動向に目が離せない。

（文責：経営支援課）

Simple Speed Technology

～ 時代に応えるエンジニア集団 ～

株式会社新川製作所

所在地 磐田市松本165
代表者名 新村 佳之
創 業 昭和51年9月
資本金 30,000千円
従業員数 20人
主要製品 自動車部品、鍛造金型部品、機械部品、
検査治具・加工用治具部品、開発試作品
電 話 0538-66-5552
F A X 0538-66-5553
U R L <https://www.shinkawa-ss.jp/>



High-Quality & Indispensable Match Factory

株式会社新川製作所は、金属の切削加工を主とした自動車・金型・機械部品、治具開発試作品製造を行っている。

3代目の代表である新村社長の就任を契機に、技術にこだわったハイクオリティな製品づくりを強化。国内に27機しか存在しない高性能工作機械を活用し、高品質な製品と高効率な工場を実現している。

世の中、地域、顧客に“マッチした工場（町工場）”として、代替りの効かない工場として活躍している。



▲5軸+5Pマシニングセンター[YASDA]

新川製作所のPR動画はこちら ⇒



製造工程の機械化とあわせて、管理部門にもシステム化を推進し業務負担を軽減。生み出された時間を広報や新製品の創出に充てることができる。

←お話を伺った新村社長
引締まった表情とユーモア溢れるトークのギャップが魅力

情報発信を強化したことによる新たな出会い

コロナ禍における受注縮小の打開策として、これまでの口コミを主とした顧客確保から転じて、積極的な情報発信を開始。社長自ら機材を整え、動画撮影、YouTube 配信まで手がけてしまう。ホームページの全面改正をきっかけに県外企業を含め、複数の企業と新しい取引がスタート。出会う可能性がゼロから 0.1%でも増えることで繋がりを作ることができるかと手応えを感じている。

地域とともに生きる



▲展示会出展の様子

地元磐田市の事業にも参画。セミナーや展示会などの情報を受け取ることができ、それらに参加することでビジネスチャンスを拡大することにも繋がっている。また、見られる機会が増え、品質の良い製品づくりに向けて良い緊張感を得られている。

一方で、地元に戻元する取組として中学生の職業体験も受け入れを開始。中学生に仕事を伝える取組を通して、自分たちも新しい発見があるとのこと。未来のエンジニアの活躍にも期待したい。

自ら機改を創れ！

これまでの仕事は取引先から図面を受け取っての受注製作であったが、遊び心でゴルフマーカーを作って周知したところ、思わぬ反響を得て商品化に成功。その後、磐田市のふるさと納税返礼品としても採用されたとのこと。社内でも「自分が好きなものを作っても良い」という機運が生まれ、従業員が家族や友人のために楽しく新製品を考えている。

また、中長期的には航空・宇宙関連の業務も視野に入れている。「自ら機改を創れ！」の“機”にはチャンスという意味もある。一層高い基準を求められる分野であるが、強みである高性能工作機械と人材育成により挑戦していくという。



▲磐田市のイメージキャラクター「しっぺい」のゴルフマーカー

社名のごとく「常に新しいことに挑戦する」「川の流れのように、よどむことなく、変化しながら成長していく」株式会社新川製作所の取組から目が離せない。

(文責：企業立地推進課)

町工場が挑む、フレキシブルなものづくり

有限会社太悦鉄工

所在地 浜松市中央区材木町105-1
 代表者名 太田 悦雄
 創業 昭和47年10月
 資本金 3,000千円
 従業員数 7人
 主要製品 油圧機器部品、輸送機器部品、一般機械部品等の切削加工、ペグ
 電話 053-421-4703
 F A X 053-421-3206
 U R L <http://www.taietu.jp/>



自社製品の誕生

昭和47年創業の有限会社太悦鉄工は、油圧機器部品や輸送機器部品、楽器部品など、鉄、鋳物などの切削加工を得意とする「ものづくりのまち浜松」の町工場である。

いわゆる二次サプライヤーとして技術を培ってきた同社だが、平成26年にその職人技を生かした自社製品を開発した。フレキシブル・ペグ、略して「フレペグ」である。

開発のきっかけは、サッカーゴールの転倒により子供がけがをしたという痛ましいニュースを目にしたことだった。息子がサッカー少年団に所属していた太田社長は、子供たちが安全にプレーできる環境を作りたいと考え、ゴールを強力に固定するペグの開発に取り組んだ。こうして誕生した「フレペグ」は、軸がらせん形状になっているのが最大の特徴で、回しながらねじこむことで地面とかみ合い、外れにくくなる。従来のものよりも5～6倍の強度になるが、反対に回せば簡単に取り外すことができ、「抜けにくく、抜きやすい」という一見矛盾した性質を兼ね備えることに成功した。頭部が回転し、フックの向きをフレキシブルに変えることができることから名付けられた。現在、サッカーゴールにとどまらず、イベント用テントやエア遊具、大型犬のリード固定など多方面で活用されており、その名の通り、まさにフレキシブルである。



▲安心、安全、簡単に設置できる「フレペグ」は特許も取得

BtoC 市場への進出



▲「2022 グッドデザインしずおか 金賞」や「2023 グッドデザイン賞」を受賞

そこで生み出したのが、見た目で差別化を図り、美しいらせんと鮮やかな色が映える、「キャンプ用フレペグ」だった。カラフルな見た目だけでもわくわくするが、驚くのはその軽さである。航空機部品にも使用される強度を誇るジュラルミンが使用されており、なんと卵よりも軽い 56 グラム。非常に軽い上に、「抜けにくく、抜きやすい」という特性はそのまま生かし、子供でもキャンプ初心者でも使いやすい、ユニバーサルデザインを実現した。

市場調査を兼ねてクラウドファンディングに挑戦したところ、開始 40 分で目標額を達成。オンラインを中心に販売し、目下、流行に合わせた新色展開に挑戦中である。

「フレペグ」の販売が軌道に乗り始めた頃、新型コロナウイルス感染症の影響により、イベントが軒並み中止となり、ペグを PR する機会が大幅に減ってしまった。そんな逆風の中、社長が着目したのが、コロナ禍のキャンプの流行である。キャンプブームをきっかけに、同社初の BtoC 商品となるキャンプ用ペグの開発に着手。一般的なキャンプ用ペグは既に有名メーカーのものがあったため、価格競争では太刀打ちできない。



▲ 1 本 1 本を職人技で削り出す

町工場だからこそ



▲お話を伺った太田悦雄社長

現在、同社の売上に占める自社商品の割合は 15%程度だが、将来的には 30%まで増やすことを目指している。下請企業からペグメーカーへと事業を拡大する中で、「フレペグ」を知った企業から、「こういうものは作れないか」と相談が来るようになった。中には技術的に難しく、いくつかの工場で断られてきた案件もあった。

「できないとは言いたくない」と太田社長。小さな町工場だからこそ柔軟に対応できることもある。「まずはとにかくやってみる」。その姿勢こそが同社成長の秘訣ではないだろうか。

(文責：地域産業課)

創業70周年に向けた新たな挑戦

日本アキュムレータ株式会社

所在地 静岡市清水区西久保415番地
代表者名 杉村 登夢
創業 昭和30年8月
従業員数 89人
主要製品 アキュムレータ
電話 054-367-1251
FAX 054-367-1951
URL <https://www.nacol.co.jp>



ものづくりへの想い

日本アキュムレータ株式会社は、昭和30年の創業以来、一貫してアキュムレータ(※1)の製造・販売を行っている。

創業時には、海外製品を輸入して販売していたが、創業者である先々代社長の「国産で品質の良い製品を提供したい」との思いから自社で開発を行い、国産で初となるブラダ型アキュムレータの製品化など、開発・製造の歴史を積み重ねてきた。先代社長も創業者の想いを受け、製品の開発や改良を続けるとともに、県内でもいち早くISO14001(※2)を取得するなど、環境に配慮した企業活動にも注力してきた。

こうした取組の結果、同社は工業所有権(特許実用新案)190件以上、海外特許80件以上を取得し、独自の技術を用いて製造される高品質でメンテナンス性の高い製品は、産業機械のマーケットで国内外から高い評価を得ている。



▲ブラダ型アキュムレータ

※1：液体のエネルギーを蓄える圧力容器。産業機械に組み込まれ、省エネ・節電や衝撃緩衝などの役割を果たしている。

※2：企業などの活動が環境に及ぼす影響を最小限にとどめることを目的に定められた環境に関する国際的な標準規格。

アクアドライブシステムの開発

一方、同社製品は、重厚長大型産業で用いられることが多く、産業構造が変化するなかで、マーケットが縮小していくことが課題となっていた。

先代社長から経営を引き継いだ現代表は、自社の知見を生かした新たな事業として、モーターやポンプなどの動力に水道水を使う装置「アクアドライブシステム」の開発に着手。

約4年の歳月を経て、水圧ポンプや水圧モーター等の水圧機器の自社ブランド「NADS(ナデス)」を令和4年度に立ち上げた。

開発を先導した同社副社長の杉村健氏に話を伺うと、「本製品は、オイルレスのためクリーンで安全性が高く、環境負荷の低減にもつながる。水は油に比べて潤滑性が乏しく、モーターが焼き付いてしまうなど、開発には苦労したが、世界的に見ても独自性の高い製品ができた」と手応えを語ってくれた。

同社の開発した製品は、「2023年超モノづくり部品大賞(※3)」に入賞するなど、技術的にも高い評価を得ており、食品加工機の動力源として採用が決まるなど、引合いも多くきている。

※3：モノづくり日本会議及び日刊工業新聞社が主催し、日本のモノづくりの競争力向上や産業・社会の発展に貢献する優れた部品・部材を表彰している。



▲同社開発の低圧用水圧モーター
電源がなくても蛇口に直結して駆動する

日本アキュムレータからNACOLへ

杉村健氏に今後の展望を伺うと、「来期には、会社の創業70周年を控えていることから、アクアドライブシステムの開発に取り組み、新たなスタートに向けて準備してきた。創業70周年に合わせて販売を本格化し、10年後には年5～6億円を売り上げる製品としたい。」と意気込みを語ってくれた。

創業70周年を契機に、会社名も「日本アキュムレータ株式会社」から「NACOL株式会社」に一新し、アキュムレータ以外の分野にも積極的に挑戦していくとのこと。

変化を恐れず、独自の技術開発・質の高い製品作りに挑戦し続ける同社の取組に今後も注目していきたい。



▲杉村 健 代表取締役副社長

(文責：経営支援課)

高い技術とチームワークで目指す「ニッチトップ」

シンクス株式会社

所在地 焼津市吉永125
代表者名 志摩 寿一郎
創 業 昭和39年12月
資本金 6,380千円
従業員数 250人
主要製品 工作機械、金属加工機械、
樹脂加工機械
電 話 054-662-1711
F A X 054-662-1766
U R L <https://www.shinx.co.jp>



世界のものづくりを支える技術

シンクス株式会社は、焼津市に本社を置き、国内12箇所に営業拠点を設ける加工機メーカーである。国内導入率No.1（※同社調べ）のパネルソーを含む木工加工機、国内外トップシェアの鉄鋼加工機を、営業から設計、製造、納入、アフターメンテナンスまで全て自社で行っている。

ところで、同社の製造する加工機がどのようなものを生み出しているかご存知だろうか。なかなかすぐにピンと来る方は少ないかもしれないが、六本木ヒルズや羽田空港滑走路の鉄骨、東京スカイツリー



▲国内導入率No.1のパネルソー



▲同社の加工技術が支える世界のものづくり

の柱は、実は同社の製品で加工されたものなのだ。身近なところでは家具や楽器などの木材の加工にも用いられており、パネルソーはホームセンターのDIYコーナーなどでもその姿を見ることができる。我々が普段気付いていないだけで、同社の製品は世界のものづくりを支えているのである。

時代とともに、常に進化を

そんな同社は創業からの約60年間、ずっと同じ製品を作り続けてきた訳ではない。

もともとは鉋（かんな）をかける機械を製造していた。しかし、時代の流れとともに和室を造る住宅は減少し、柱の木目を楽しむ部屋づくりは少なくなった。近年は建築物の高層化・大型化が進み、住宅では天井の高い家が人気に。

それに伴って同社の加工機も大型資材に対応できるものに変化を遂げてきた。変わりゆく時代にも素早く対応し、その時代に応じた製品を生み出してきたのである。安定した経営基盤を築き、“スキマ産業”のトップに立つべく、同社は「ニッチトップ戦略」を進めている。

進化を遂げてきたのは製品だけではない。令和5年10月にグループ会社と合併し、新たな「シンクス株式会社」としてスタートを切った。若年層の社員の意見を取り入れて作ったという新たな「ユニフォーム」に袖を通し、気持ちも新たに、同社の挑戦は続く。



▲新会社設立を機に「作業服」から「ユニフォーム」に

チームワークで、最高の結果を

「気持ちを通じ合う会社は強い」－同社の担当者はこう話す。機械は皆の力で造り上げなくてはならない。さまざまな部署が関わるからこそ、コミュニケーションや一体感を大事にしているという。工場内の所々に打合せテーブルやホワイトボードが置かれ、業務内容の共有を行う。令和4年に完成した新社屋では、従来あった部署間の壁も取り払った。オープンな環境で社員同士が協力することで良い製品を生み出し、同社がニッチトップに立ち成長を続ける理由はここにあるのだと、強く納得した。



▲工場内打合せテーブルでの情報共有



▲工場内には社員考案のキャッチフレーズがいくつも掲げられている

(文責：企業立地推進課)

静岡が誇る安心・安全の自動ドア

中日本オート・ドア株式会社

所在地 静岡市駿河区東新田1丁目14-25
代表者名 坂田 勇一
創業 昭和39年9月
資本金 10,000千円
主要製品 自動ドア
電話 054-259-0123
FAX 054-259-0170
URL <http://www.e-door.co.jp>



よく見るマーク、実は…

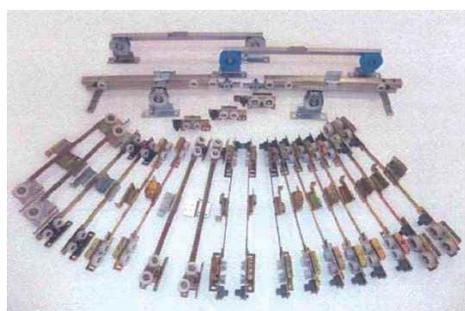
右の写真、どこかで見覚えはないだろうか。
オフィスビルで、商業施設で、診療所で…。
そう、「自動ドア」に貼られているマークである。
この自動ドアを作っている企業こそ、中日本
オート・ドア株式会社である。

我々の身の回りでよく見かけるほど、多くの
顧客から支持されているのは、毎日何万回と滞
りなく稼働する自動ドアを支える同社の技術力
とメンテナンス力にあった。



▲中日本オートドア社製であることを示している

県内企業とともに発展



▲自動ドアの部品 (一部)

創業者である社長が、メーカーの代理店を辞め、自
ら事業を立ち上げた。県内の代理店から原料に関す
る知識や樹脂成型のノウハウを習得した。また、地元
企業とも連携し、衝撃に強い樹脂製品を開発した。こ
のように、部品を一つずつ作ることから始まった同
社の自動ドアの1号機が完成したのは昭和40年のこ
と。「静岡県の企業と一緒に製品開発を行ってきた」
と社長はいう。

全ての部品を自社製造

部品を一つずつ作ることから始まった同社の最大の特徴は、「自動ドアのほぼ全ての部品を自社で製造していること」である。

この特徴は、「顧客のニーズに合った思い通りの製品を作ることができる」、そして「他社製品でも修繕やメンテナンスができる」、という他社にはない同社の「強み」となっている。



▲自動ドア部品の在庫
他社製品でも迅速な修理対応が可能

全国に先駆けて「保守業務」の立ち上げ



▲自動ドアカルテの
商標登録証

同社は全国に先駆けて自動ドアの「保守業務」を立ち上げた。当初は年4回の保守が必要であったが、保守が容易な自動ドアを自社製造できることや他社製品の修繕を数多く行ってきた実績から、現在は年2回の保守で足りるようになっている。

また、故障の連絡があったら「直してくるまで帰ってこない」がモットー。作業員の出張回数が1回で済むためコストが掛からず、安く修理できることが理由であり、他社製品でもメンテナンスができるという強みの表れでもある。保守業務のために開発した「自動ドアカルテ」は、自動ドアの場所、状態が一目で分かるようになっており、商標登録もされている。

自動ドア界の未来

こうした取組によって作られる製品が評価され、同社の自動ドアは皇居でも使用されている。

社長は「製造物責任」という言葉を大事にする。顧客との付き合いは、製品を納品するまでよりも、納品した後のほうが長い。「二代目は大変だ。私がたくさん売ってきた自動ドアを、メンテナンスしていかなければならないのだから」と社長。

二代目からは、「これからは、手をかけずに、お客さんに故障のない状態で使っていただくことで、『長期』に渡って信頼関係を築いていく」と力強い言葉があった。

静岡が誇る安心・安全の自動ドアの未来は、これからも明るい。



▲皇居内での作業風景

(文責：企業立地推進課)

日本初！一般の方でも利用可能な「風」の実験装置

株式会社日本風洞試験

所在地 沼津市小諏訪938-1
代表者名 ローン・ジョシュア
創業 令和4年11月
資本金 30,000千円
従業員数 3人
主要製品 Aero Optim
電話 055-943-5437
URL <https://fuji-apc.com/>



日本初、一般利用のできる風洞試験センター

株式会社日本風洞試験は、コンパクト風洞試験システムを手掛ける株式会社日本風洞製作所が、株式会社ニシヤマと協同で設立した、日本で初めて一般利用が可能な風洞試験センターである。

同社の試験センターでは、株式会社日本風洞製作所が開発した Aero Optim シリーズを用いて、自動車、自転車、ドローンに加えて、アウトドア用品や日用品等の様々な風洞試験を行うことができ、製品の製造を行っている法人はもちろん、自転車選手や趣味で車両モータースポーツを楽しむ個人も利用することが可能だ。

このような、一般の方が利用できる自動車・自転車用風洞設備は国内初で、開業以来多くの方が利用している。

風洞とは

「風洞」と聞いて、どのようなものかわからない方も中にはいるだろう。風洞とは、「整えられたまっすぐな風を人工的に作り出す実験装置」であり、空気抵抗が性能に大きく影響する乗り物（自動車、自転車、飛行機、船舶）や風によって被害を受けるもの（太陽光パネルや建物等）の試験をするために用いられている。

一般的な送風機などが生み出す風はらせん状に乱れていたり、場所によって風速が違ったりするため、風洞は“整えられた”風を生み出すために、多くの工夫が施されているのだ。



▲軸流ファンと Aero Optim の流れの比較



▲従来型の大型風洞

きれいに整えられた高速な風を生み出せる風洞だが、従来から使用されているものは、全長が数十～数百メートル、大電力、数億円単位の導入費用、高額な維持費が必要となり、大企業や大きな大学・研究機関しか持つことができない「高嶺の花」である。

企業に貸し出しを行っている機関もあるが、高額な利用料に加えて需要が高く、利用したいときに利用できないことが多いようだ。

コンパクト風洞という新しい選択肢

そのような中、同社は、コンパクト風洞「Aero Optim」を開発し、従来の高性能・高コストな風洞と、低性能・低コストで一般的な送風機の中に位置する新しい選択肢を提供する。Aero Optimは、同等性能の従来型の大型風洞に比べ、大きさは1/30程度、導入費用は最大で1/100程度に抑えられる。

もちろん、従来型の大型風洞の方が性能面で優れているが、Aero Optimは一般企業や個人が利用する際には十分な性能を発揮する。また、試験条件によっては、従来型の大型風洞に匹敵する力を持っている。更に、Aero Optimはユニット式となっており、複数組み合わせることで、任意の大きさの風洞システムを構築することが可能だ。

同社は、これらシステムを有料で一般に開放しており、個人でも利用することができる。利用料金も高くはなく、愛車でレースに参加している個人や自転車選手、エアロパーツの製造やドローンを製造している企業まで、幅広く利用されている。更に、傘やテント、風力発電機の耐風試験など、様々な製品にも対応可能だ。

是非、一度ホームページを確認の上、利用してみてもどうか。

風洞の民主化

コンパクト風洞を開発したきっかけは、代表取締役のローン・ジョシュア氏が、大学の研究のために開発した風洞を用いて自身の自転車で試験をした時に、一般の方も、手軽に風洞試験ができるようにしたいと考えたことである。

誰でも気軽に風洞実験ができる世の中の実現を目指し、世界への発信拠点となることで、技術革新・競争の促進に貢献していく同社に今後も注目したい。

(文責：商工振興課)



▲Aero Optim22J(自動車用)



▲Aero Optim22J(自転車用)

“スポーツ×教育”の充実を目指した起業

株式会社 SPLYZA

所在地 浜松市中区相生町16-13
 代表者名 土井 寛之
 創業 平成23年5月
 資本金 100,000千円
 従業員数 35人
 主要製品 SPLYZA Teams (映像分析)、SPLYZA Motion (動作分析)、SPLYZA Webinar (スポーツ分析を主軸としたセミナー) 等
 電話 053-523-7719
 F A X 053-523-7729
 U R L <https://www.splyza.com>



Sports × Analyze

株式会社 SPLYZA は、アプリケーション開発でスポーツ×教育を支援する企業である。「SPLYZA Teams」は高校の部活動等のアマチュア選手向けに開発した映像分析ツールであり、クラウド上にアップロードされた映像に、チームメンバーがスマホや PC で自由にタグ付けやコメントを書き込み、課題や解決方法を共有するものである。サッカーやバスケットボール等の30種類のスポーツにおいて、全国で900以上のチームが導入している。

土井代表と Teams を導入するサッカー部監督に、起業した経緯と導入の感想を伺った。



▲映像に図やコメントを書き込んだ画面

スポーツで得た経験が起業の糧に

「学生時代はスポーツとは無縁の生活で、数学にのめり込んでいました」と土井代表。大学卒業後、プログラマーとして浜松の企業に就職。ふと訪れた叔父の家でボディビルダーの専門誌を見つけ、理論的なトレーニング方法に「実践してみたい」と興味を持つ。メキメキと効果が現れ、理論の実践が分かりやすく結果に表れる達成感を味わう。

26歳から浜名湖でウインドサーフィンを始め、今度はスポーツが持つ「正解のない問題」に対する課題発見と解決を模索することの面白さに目覚める。これまでにない充実感で、平日の仕事でも頭の中はサーフィンのこといっぱい。「毎日やりたい…」という想いが強まり、30歳で仕事を辞め、ウインドサーフィンのメッカ、オーストラリアへ。



▲SPLYZA 土井代表

人生の重大な決断をしたのだが、行ってみた感想は「意外と面白くない」。自分のメイン種目であるフリースタイルをやっている人が少なく、自分一人でやってもつまらない。「日本でやっていたように、目標に向かって仲間と一緒に切磋琢磨していることが楽しかったんだな」と振り返る。

“同じ目標を共有した仲間と、そこに向かっていくプロセス”。それは、土井代表が人生で大切にしてきた“ワクワクする”ということそのものだった。「“起業”もワクワクすることではないか？」と、日本に戻り、以前の会社の同僚と共に一念発起することに。

荒波を乗り越えた先に

最初はほとんど売り上げが無かった。アプリは開発できるが、それを売り込むノウハウが無いことを痛感。一から勉強し、「とにかく人と会おう！」と約3,000人のスポーツ関係者と面談を重ね、世の中が求めているものについてヒントを得る。その結果、ついにTeamsが誕生した。

Teamsを導入している県立新居高校サッカー一部の村松監督は、「生徒が楽しそうに利用している。プラスになっている」と絶賛。動画の編集はこれまで監督が自力で行っていたが、監督からの一方通行のメッセージになってしまっていることに悩んでいた。Teamsを導入したことにより、生徒同士が主体的に動画を見てプレーを振り返り、課題を話し合っただけで次の行動に移すようになった。アプリの自由度が高く、生徒が新しい発想で試行錯誤でき、育成世代に重要な「なぜ」に対して考える力を伸ばせると評価している。

SPLYZAは村松監督など利用者とのヒアリングを定期的に行い、アプリの使用状況や改善点について話し合っている。即座に要望が機能に反映されることも多く、このヒアリングこそ、SPLYZAがより良いサービスを提供し続けるための強みであると感じた。



▲対談の様子（左：土井代表 右：村松監督）

正解のない問題を考える力

土井代表には、10か国以上から集まった、スポーツ経験や教育経験等の強みを持つ35人の仲間がいる。スタッフは全国各地でリモートワークをしており、半年に一度、浜松に集合してスポーツを楽しんでいるようだ。代表は「今後も教育的な価値観を上げていきたい」と意気込む。「正解のない問題を考える力」とは、アプリを通じて選手たちに伝えたいことであり、また、会社が今後も成長していくための力でもあったと感じた。

（文責：企業立地推進課）

仕入・加工・運送のトライアングルを大きく

株式会社丸敏

所在地 御前崎市池新田4572-1
代表者名 山下 正昭
創業 平成24年11月
資本金 8,000千円
従業員数 12人
事業内容 一般貨物自動車運送事業、青果物仕入・加工・販売事業
電話 0537-86-4848
FAX 0537-86-6808
URL <https://www.marutoshi813.co.jp/>



運送事業の始まり

株式会社丸敏は、先代の山下敏男氏が地元の生産者の青果物を県内外の市場に直接出荷するために、運送業を立ち上げたことがその始まりである。同社はその後、先代から事業を引継いだ現社長が、平成24年に同社を設立し、静岡県内を中心に一般貨物自動車運送事業及び青果物の仕入・加工・販売へと事業を拡大。現在、約70人の地元の生産者のいちご、みかん、さつまいもなどを県内全域の市場に運送している。

仕入・加工事業の始まり

同社を設立して4年後の平成28年、取引先から「学校給食用いちごジャムの材料も提供してほしい」との依頼を受けた。ジャムの材料提供のためには、いちごの仕入れに始まり、へたとり・洗浄・消毒・冷凍の加工作業の必要がある。そこで、全く未知の世界であったが、取引先の要望に応えるべく、関係者に教えを請いながら、機材を導入し、加工事業にチャレンジすることになった。これが同社の新たな事業展開の始まりである。この時



▲けずりいちご

培った知識や技術、更に学校給食の水準を満たす衛生管理体制を確保していることへの安心・安全への信頼が、今日の加工事業の発展へとつながっている。

地域経済循環による自社製品の開発

おいしいけれど規格外やキズがついているという理由で、市場に出荷できずに廃棄されてしまう青果物。同社では、そこに着目し、自社製品の開発に乗り出した。元々、同社が運送業務で取り扱っていた青果物を材料に、冷凍スイーツ（けずりいちご、冷凍みかん）や冷凍焼き芋、ドライフルーツなどの製品を開発した。また、あんこの製造会社と共同で「いもあん」を開発し、いもあん入りのたい焼きを商品化した。更に、同社の施設内に、自社商品や地元生産者の青果物を取り扱う「マルトシフルーツ」の設置、地元のマルシェや花火大会などのイベントへの出店等、販売にも力を入れている。

現在、マルシェで大人気のいちごスムージーをパック詰めし、商品化することを検討中。今後は、野菜が採れすぎた時、廃棄されてしまう野菜を乾燥野菜に加工することで、安定供給や非常食としての利用につなげられるよう、ドライ加工商品の製造・販売にも力を入れていく予定である。



▲冷凍焼き芋



▲いちごスムージー

地元の生産者とともに

同社の取組は、廃棄ロスの削減につながるとともに、生産者からは、自分たちが作ったものが全て消費されると大変評価されている。

「大きなことは出来ないけれど、細かいことを確実にやっていく。そして、1歩ずつ前進し、仕入・加工・運送のトライアングルを大きくし、おいしく消費されることを通し、地域に貢献していきたい。また、自社の商品を自ら運ぶことで、従業員が自社の商品に愛着を持つことにつながっている」と山下社長は語る。

地元の人々に寄り添い、地域と共に成長してきた同社の更なる飛躍に、今後も注目したい。



▲販売所「マルトシフルーツ」

(文責：地域産業課)

マグロで清水を元気に！

フジ物産株式会社

所在地 静岡市清水区大坪2丁目5-32
 代表者名 山崎 伊佐子
 創 業 昭和32年4月1日
 資本金 50,000千円
 従業員数 104人
 事業内容 石油製品の販売、石油化成品等の販売、漁業用餌料の販売、鰻の養殖・加工、冷凍食品及び水産食品の販売並びに冷蔵倉庫、ガソリンスタンドの経営、太陽光・風力発電事業及びシステム販売
 電 話 054-349-7007
 F A X 054-349-6774
 U R L <https://www.fuji-bussan.com/>



幅広い事業を手がける総合商社

静岡市清水区に本社を構えるフジ物産株式会社は昭和32年、マグロ船の燃料販売からスタート。マグロ船の船員食料やマグロ餌料の提供、水産物の販売やウナギの養殖・加工・販売、太陽光発電やガソリンスタンドといったエネルギー事業など多種多様な事業に取り組んでいる総合商社である。

最近では引退後のアスリートのセカンドキャリア形成支援(Ath-up)や地元地域の観光資源を活用した旅行事業(Trip+)にも取り組んでおり、事業の幅を広げている。



▲同社の事業をイメージした新聞広告

マグロ漁船との関わりからはじまった商品開発

創業から今年で66年目を迎えるフジ物産は、マグロ船の船員との付き合いも長く、その信頼関係から生まれたのがマグロの未利用部位の活用である。

マグロは捕れたらすぐに船上で血抜きが行われる。その際に尾っぽは切り落とされるが、筋が多く刺身に向かないこの部位はなかなか活用されてこなかった。しかし、肉厚で弾力があり、加熱すると大変おいしい食材で、船員さんの間ではひそかなごちそうなのだとか。フジ物産では、貴重な水産資源である天然マグロを生かすきろうと、この尾の身を使った本格スパイスカレー“マグロのイタダキ”を開発。通販サイ



▲マグロのイタダキ



▲マグロの胃袋のチャンジャ

トでカレーキットとして販売したり、地域のイベントに出店している。他にも、マグロの胃袋のチャンジャ（塩辛）をクラウドファンディングで販売するなど、マグロの新しい食べ方を次々に提案している。

愛着ある清水への恩返し

清水港はマグロの水揚げ量が日本国内でトップクラスに多いという特色がある。同社はそんな“マグロの街”をもっと多くの方に知ってもらうことで地元・清水を盛り上げ、活性化につなげたいと考え、創業60周年を機に地域活性化を目的とした社内プロジェクト「TUNAGO! しみず」を立ち上げた。これは、将来の清水を担う子供達に、生まれ育った地元を好きになってもらうことで地元愛を育み、ま

ちづくりに携わる人になってほしいという思いから始まった取組である。具体的な活動としては、まぐろの“つなぐくん”というオリジナルキャラクターが登場する絵本を地元の作家と共同で作成し、清水区の幼稚園や保育園に毎年配布したり、地元の子供たちにマグロのことをもっと知ってもらえるよう、数種類のマグロを食べ比べする「マグロソムリエ」講座の開催など、同社の遠洋マグロ漁業との関わりを生かした地域貢献活動となっている。また、清水の新名物を作ろうと、マグロの尾の身や胃袋といった未利用部位を活用した商品開発や、しずまえ振興会や清水港マグロまつり実行委員など、地元飲食店や企業とのつながりを大切に、積極的に地域活動に取り組んでいる。

その他にも静岡県内の複数のスポーツクラブへの協賛など、清水の地元に限らず静岡県内を盛り上げる幅広い活動も行っている。



▲ “つなぐくん” 絵本（左上）と配布活動の様子

Social Good の心を大切に

このようにフジ物産は事業だけでなく地域貢献活動にも積極的に取り組んでいる。

どちらも根底にあるのは、社会課題に取り組むことを通じて地域社会に貢献する Social Good の考え方である。誰かのために何かするという「利他」の心を意識して仕事や地域活動に取り組むことで社員のモチベーションが上がり、もっと何かできないかと考えチャレンジする。そしてよりよい地域づくりを通じて、地域と共に成長するという好循環が生まれているというものである。

地元と共に成長する同社のこれからの新たな挑戦に今後も注目したい。



▲山崎伊佐子社長

（文責：商工金融課）

時代に合わせ「静岡」の生活に彩りを

株式会社三保原屋

所在地 静岡市葵区呉服町2-3-6
代表者名 堀 達憲
創業 貞享4年（会社設立 昭和37年2月）
資本金 1,800千円
従業員数 約40人
主要商品 家庭用品、生活雑貨、衣服
電話 054-252-7111
FAX 054-252-7763
URL <http://www.mihoharaya.co.jp>



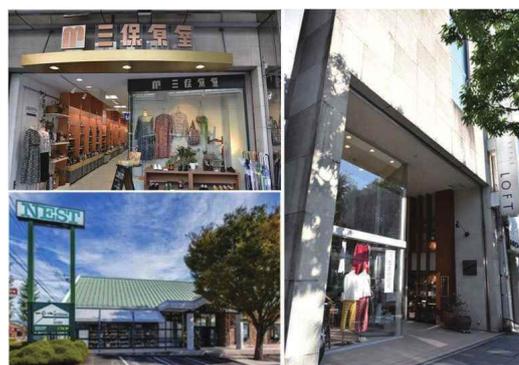
▲昭和30年代の様子

時代に合わせて変化してきた雑貨店

株式会社三保原屋は、静岡市中心部に2店舗（三保原屋本店、三保原屋LOFT店）、焼津市郊外に1店舗（NEST焼津店）、複数フロアを有する路面店舗の雑貨店を運営している。3店舗に共通するテーマは、「生活を楽しくする」こと。生活に必要な日用品に「+α」の要素をもったアイテムを扱うことで、日々の暮らしを楽しむことを提案している。このテーマのもと、各店舗のコンセプトに応じ、本店は家庭用品、LOFT店は作家もの、

NEST店はカジュアルアウトドア雑貨・ギフトアイテムを中心に商品展開を図っている。

これらの違いは、時代に合わせて各店舗が進化を遂げた結果である。例えば本店は、江戸時代に荒物問屋として開業し、天然素材の家庭用品を扱ってきたが、戦後にプラスチック製品を導入、生活様式の変化からインテリアの考えを取り入れた。ラップなどの消耗品に売場面積を割いていた時期もあったが、周辺にドラッグストアや100円ショップができたことで、消耗品の扱いを減らし天然素材に回帰、今に至る。



▲運営する雑貨店。左上から時計回りに本店、LOFT店（令和4年度「地域のお店」デザイン表彰 大賞受賞）、NEST店。

つよみは“スタッフ”！

同社の強みを取締役常務の堀高輔氏に伺ったところ、「商品や人に興味のあるスタッフです」と即答。商品への興味・関心が高いスタッフが揃っている上に、各々が実地でスキルに磨きをかけている。

同社では、仕入担当を細分化し、各スタッフが販売と仕入れの両方を担当。各スタッフは、接客を通しお客様のニーズを把握。自店らしさを意識しながら、トレンドを読み、店長と相談しながら仕入れを行い、売行きやお客様の反応を見る。ここで一番大事なことは、「角度を変えて見れること」と堀氏。「もの」の良さという絶対評価がある一方、お客様からの「どのお店で、どの商品を買うのか」という相対評価も存在する。メーカー側の“ウリ”がそのまま、お客様の“メリット”になるとも限らない。仕入れには大変さも伴うが、その分、自分が仕入れたものが売れた時の喜びは大きい。同社は、効率重視による分業化をせず、お客様だけでなくスタッフが楽しむことも大切にしている。

静岡の生活に必要なもの

急須、茶こし、おでん用の四角い鍋・・・静岡でしか売れない商品がある。ある時期、本店で「かつお節を置いてほしい」との要望が重なった。その頃、周辺で乾物を扱う商店が閉店し、お客様が気軽にかつお節を購入できる場がなくなっていたのだ。キッチン用品として削り器の扱いがあったこと、偶然、かつお節製造メーカーとの出会いもあったことから、かつお節の販売を始め、今では“節”だけでなく“粉”も置くようになった。お客様の声を聞き、店舗周辺の環境の変化も踏まえて取り扱う商品を取捨選択する中で、静岡の生活に欠かせないものを絶やさずにつないでいくことも使命だと考えている。



▲毎日のように需要がある
お茶関連商品

作り手・お客様をつなぐイベント



▲本店の店内でのイベントの様子。
左上から時計回りに、木のおひつ、
タオル、土鍋、カゴのイベント

小売は、メーカー（作り手）とお客様、双方の存在により成り立つが、インターネット社会の今日、メーカーとお客様が直接つながることが可能となった。このような状況において、メーカーにもお客様にもメリットのある取組として、リアル店舗だからこそできるメーカー等とのコラボによる店内イベントに力を入れている。イベントを通じて、メーカーは地方のニーズへの理解が深まり、お客様は作り手を知る機会となる。更に、来店により購入目的の商品以外も目に入り、興味が刺激されることにもつながる。これらのイベントを支えているのは、もちろん同社のスタッフである。メーカー等に協力を呼びかけ、数年をかけて実現したイベントもある。スタッフ自身もイベントを通じて得た商品の知識や背景を SNS 等で情報発信し、接客に生かしている。

これからも、同社のスタッフは、お客様の声を聞きながら、時代に合わせた「生活に色をつける」アイテムを静岡県民に提案していくことだろう。 (文責：地域産業課)

郷土愛から生まれた場所

サステン工業株式会社 エルドロード森町

所在地 周智郡森町森1408
 代表者名 友田 裕人
 創業 昭和53年
 資本金 1,000千円
 従業員数 30人
 主要事業 電動アシスト自転車販売、修理、
 レンタル
 電装部品の組立・加工
 電話 0538-31-2251
 URL <https://eldorado-morimachi.jp/>



YAMAHA 電動アシスト自転車の魅力を体感

サステン工業株式会社エルドロード森町は、サステン工業（株）本社の敷地内にあるYAMAHA 電動アシスト自転車を専門に扱っている店である。YAMAHA 電動アシスト自転車は、子供の送迎や普段の外出に使える「PAS」や通常のスポーツバイクと同じ設計で走る楽しさを追及した e-bike の「YPJ」シリーズがあるが、同店は、約 15 モデルの試乗車を揃えている。電動アシストのパワーをじっくり体感してもらうために、気になるモデルの試乗も可能であり、更には店舗内に角度 8 度と角度 16 度の坂道試乗コースもある。多くの種類や幅広いサイズに対応でき、坂道試乗もできる店は珍しいため、県外からもお客様が訪れるという。YAMAHA 電動アシスト自転車の魅力を十分に体感できる店である。



▲坂道試乗コース

YAMAHA 「PAS」のふるさとの町

平成5年に、世界初の電動アシスト自転車 YAMAHA 「PAS」が発売された。シリーズで販売され、電動アシスト自転車が世界的に普及するきっかけとなったと言われている。

その電動アシスト自転車の心臓部「ドライブユニッ



▲最寄り駅は、「PASのふるさと森町」

ト」は、森町に本社があるヤマハモーターエレクトロニクス（株）で製造されている。その由縁から、森町は、YAMAHA「PAS」のふるさとの町としてPRしている。ふるさと納税の返礼品として登録され、また町民のPASなど電動アシスト自転車購入費用の補助もある。2022年夏からは、紅葉の名所として有名な小國神社にも展示協力され、全国各地から訪れる多くの参拝客に、森町が誇る技術をPRしている。

社長の思い

サステン工業は、昭和53年の創業以来、オートバイ部品組立工場として、ヤマハモーターエレクトロニクス（株）と共に歩んできた。同社の友田社長は、森町に世界的企業があることを誰よりも身近に感じてきた。古くから伝わる祭りを大切し、郷土愛が強い森町の風土が誇りだった。だからこそ、この森町が誇る世界的企業の製品を通じて、森町をPRする場を作りたいかった。

「子供達には「PAS」発祥の地として、森町に誇りを持ってもらいたい。」

友田社長は、ヤマハモーターエレクトロニクス（株）での工場見学と、同社エルドラード森町での電動アシスト自転車試乗体験をセットにした郷土愛を育む取組を行いたいと思っている。

森町は決してアクセスが良い場所でない。「エルドラード森町ができてから、各所からたくさんの方が来てくれます。今まで出会えてなかった人に出会えて、嬉しいですよ。」と、優しい眼差しで、話してくれた葎川店長。郷土愛からにじみ出る優しい人柄に、心が温かくなった。

今まで森町に来ることがなかった人が、電動アシスト自転車を求めてやってくる。世界的企業を誇りに思い、森町の風土を大切にする優しい人柄に触れたとき、「また森町に来よう」と思うだろう。



▲紅葉の名所「小國神社」での展示



▲木のぬくもりを感じる店内のショールーム
(木製パレットも自社製品)



▲メカニックの伊藤様、友田社長、葎川店長

(文責：企業立地推進課)

広告業界のワンストップを目指して

株式会社アドライン

所在地 富士宮市ひばりが丘111
 代表者名 古屋 直之
 創 業 平成17年2月
 資本金 5,000千円
 従業員数 21人
 主要製品 グラフィックデザイン、WEBデザイン、印刷看板製造加工、富士山グッズ開発販売
 電 話 0544-26-6265
 F A X 0544-29-7688
 U R L <https://www.ad-line.jp>

総合広告 × 企画デザイン
AD Line
 communication design

踏まれても立ち上がる雑草魂

株式会社アドラインは、富士山の麓、富士宮市で総合広告×企画デザインを行う会社である。代表取締役の古屋氏は、大学卒業後、新聞や雑誌編集の仕事がしたいと編集会社に就職。入社した先で待っていたのは、身も心もボロボロになりながら飛び込み営業を繰り返す日々。想像を絶する過酷さだった。

担当していた業務が一区切りつき次の仕事を探していたとき、地元富士宮市で1冊のフリーペーパーに出会う。発行元会社を見て、“こういう仕事したい！”と思い、翌日には電話で採用を直談判した。半ば無理やり入社を認められ、孤軍奮闘、日々営業・編集業務を行っていた。

忙しくも充実した日々を過ごしていたとき、ある出来事をきっかけに会社は倒産、立ち入ることすらできなくなってしまった。古屋氏は、最後に担当していた看板制作の縁で、外注先の看板製造工場の資材置場に2畳ほどのスペースを貸してもらい、机とパソコンだけを持って転がり込み、一人で会社を設立。これが同社の始まりである。



▲現在のオフィスの外観

一人で2畳から始まった同社は、少しずつ社員を採用しスペースを広げていくと、9年の月日を経てついに資材置場を飛び出して営業所を開設。更に規模を拡大していき、平成28年に現在のオフィスに移転した。

総合広告業の強み

同社は総合広告業という言葉のとおり、印刷、看板、WEB等あらゆる媒体を用いて、企画デザインから制作、広告戦略まで行っている。

印刷業、看板業など分野を限定した広告会社が多い中、総合広告業として、お客様の広報的ニーズに最大限に応えられる広告業界のワンストップ窓口を目指している。

例えば飲食店のお客様には、看板からメニュー表、ホームページや店内装飾まで一手に引き受け、お客様の声を聞いたうえで、各分野のデザイナーが企画デザインを提案し形にする。総合広告業だからこそできる一連の流れは同社の最大の強みである。

様々な企業経営者との会話で学び続けている経営ノウハウで、広告業を超えたコンサルティング業とも思える内容にまで対応している。



▲制作物を展示した打合せスペース

大人気富士山グッズ



▲富士山ショップの店内

自社としてのヒット商品がないとコンサルティングに説得力がない、と広告業の傍ら、10年以上前から制作しているものが富士山グッズである。今や、「アドラインといえばこれだね」と言われるほどおなじみになった富士山コーンは、一度は目にしたことがある方も多いのではないだろうか。ほかにも、富士山マフラータオルや富士山紙コップなど、デザイン会社だからできる、世界中の方に富士山を好きになってもらえるようなグッズを、一つ一つ丁寧に手作業で制作している。

令和2年10月に自社内にオープンした富士山ショップは、見渡す限り富士山であふれており、あれもこれも欲しくなるかわいいグッズが並んでいる。是非一度訪れていただきたい場所である。

人とのつながりを大切に

人とのつながりや地元富士宮市を大切にし信頼を築いてきた古屋氏は、人が人を呼び仕事が仕事を呼ぶ、“押し売りしない”広告デザイン会社を作り上げた。更に、富士宮商工会議所青年部に所属し、自社だけでなく富士宮市の企業全体を盛り上げようと活動する、人情味あふれる古屋氏と同社の挑戦は続く。

(文責：商工振興課)

宿泊業

～静岡市の奥座敷・梅ヶ島の隠れ家～大野木荘の挑戦

株式会社大野木荘

所在地 静岡市葵区梅ヶ島4269-10
代表者名 志村 美和
創 業 昭和51年1月
資 本 金 500千円
従業員数 7人
主要事業 宿泊業
電 話 054-269-2224
F A X 050-3156-1263
U R L <https://o-nogi.jp>



奇蹟の湯「梅ヶ島コンヤ温泉」

静岡市の奥座敷・梅ヶ島の山あいにはたたずむ隠れ家「大野木荘」。山と川の自然に包まれ、どこか懐かしさも感じる同宿は、志村美和氏が女将を務める同地域を代表する宿の一つである。

同地域のコンヤ温泉は、国内有数となるpH10.3の強アルカリ性硫黄泉を誇り、古くから「奇蹟の湯」として語られている。

同宿も昭和51年の創業以来、多くの顧客に支持され、平成23年からは同氏が2代目として活躍している。

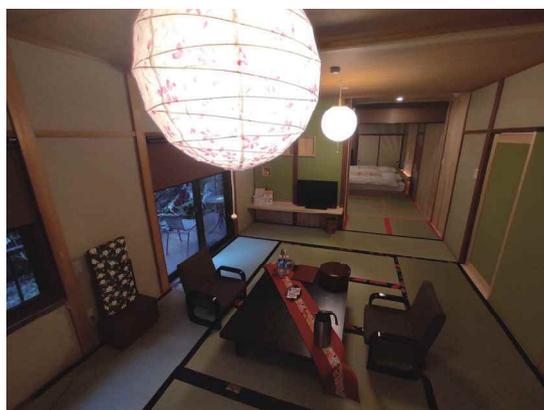


▲同宿の温泉：貸切風呂「花の湯」

コロナ禍を契機に大変革！

そんな同宿だが、令和元年末に端を発した新型コロナウイルス感染症の世界的流行では、ターゲットとしていた顧客層がスポーツ合宿等の団体向けであったこともあり、大きな影響を受けた。

しかし同宿は、この危機的な状況を逆に好機としてとらえ、変革に転じている。具体的には、顧客ターゲットをこれまでの団体客から



▲改装前の大人数用間取りを広々個人用客室に

客単価の高い少人数の家族連れやカップル等の個人客に転換し、新たに「和モダン」をコンセプトに、宿を外観から客室まで大胆に改装した。

4つの貸切風呂と料理も自慢です

また、新たに4つの個人貸切風呂を整備し、宿泊客を1日5組の限定とすることで、同宿の源泉温泉を、心行くまで楽しめるよう配慮している。

更に、同宿の“こだわり”は、こうした客室や貸切風呂といった施設にとどまらない。

女将が自ら献立を考え調理される料理は、山葵や原木椎茸、ヤマメ、お茶など、梅ヶ島ならではの地元の食材をふんだんに使用しており、素材そのものの味を堪能できるものとなっている。

こうした“おもてなし”が顧客の心を掴み、同宿は、リピーターが5割を占めるほか、有名なクチコミランキングにおいても高い評価を得ている。



▲貸切風呂「月の湯」



▲地元の食材を多数使用した料理

“大野木荘”の新たな挑戦

同宿の挑戦は続く。令和5年夏には、これまでも定評のあった料理に、更なる特色を出すため、新たなメニューとして“「葵の家紋」パスタ”を開発。梅ヶ島の「世界農業遺産山葵」のすりおろしを使用したソースと、同じく同地域において無農薬で栽培されたお茶を長時間発酵させて作った「発酵茶ほろに」を絡めた冷製パスタは、トッピングに葵の御紋に模した山葵の葉の天ぷらも盛られ、まさに地元「静岡」を詰め込んだ一品となっている。

同メニューは、令和5年11月には、静岡県主催の「静岡で食べたい！旅行者を笑顔にする“家康のてんぷらコンテスト”」の「令和版」家康のてんぷら部門において、グランプリを受賞するなど、好評を博している。

こうした同宿の飽くなき挑戦には、今後の同宿の更なる展開が期待される。



▲令和5年11月29日授賞式会場にて

(文責：商工振興課)

下田で優雅にジビエとワインを

MINORIKAWA

所在地 下田市1丁目1-12
 代表者名 御法川 輝雄
 創業 平成23年8月
 従業員数 2人
 主要製品 ワイン、ジビエ、スペイン料理
 電話 0558-27-0806
 URL <https://minorikawa.mesi.jp>



下田で唯一のスペイン料理店

MINORIKAWAは下田市出身の店主が本場スペインでの料理修業から帰国し、開業した下田市で唯一のスペイン料理店。欧州では、田舎に名店が多いこと、修行していたバスク地方のサンセバスチャンと下田市が似ていると感じたことから、開業を決意。下田での開業を考えた時、東京にはないゆったりとした時間の流れ、子育てと両立可能な働き方、地元の素敵な食材など、都会にはない魅力が下田にはあった。

開業は12年前の東日本大震災の年。その前年に帰国し、物件探しを開始。なかなか希望に合う物件が見つからず、店主の実家の居酒屋でランチ営業をしながら不動産屋を回る日々。店舗の必須条件は、スペイン料理に欠かせないワインを提供する以上、駅に近い場所で、ゆったりとした空間があること。店舗探しに奔走する中、偶然出会ったのが、大震災後の不景気や、前店主の高



▲落ち着いた内装の店内



▲前菜盛り合わせ

▲カリカリうるこの金目鯛

齢化により、空き物件となっていた現在の店舗である。元は地元で愛されていた喫茶店であり、落ち着いた雰囲気が、イメージしていた通りの理想の物件だった。

ワイン販売始めました

開業から10年ほど経った頃、コロナ禍による飲食店の営業制限で売上は減少。そこで始めた新しい取組がワインの販売である。下田市内にはワイン専門店がなかったこと、接客担当である妻の麻子さんがスペイン料理店の接客



▲開催したワイン会

▲ワイン生産者と店主夫妻

を通じ、ワインの勉強をしていたことから、酒類販売免許の取得に着手。2年ほど前に、店舗の一部を販売場所に改装し、セラーを完備。免許取得後、すぐに販売を開始。大変好評を博し、現在では、店舗の売上げに大きく貢献。

ワインはスペイン産、ポルトガル産を中心に、自分が実際に飲んでみてお薦めできるものを厳選。スペイン在住時に訪問したワイナリーなどの伝手も利用して仕入れている。

現在は、スペインからワイン生産者を招いて、直接生産者の方と話しながらワインを試飲し、購入できるワイン会を年2回ほど開催。今後も継続予定である。

地元の素敵な食材たち ～特にジビエがオススメ！～

同店の特徴は、下田の“ジビエ”。伊豆鹿や猪など、地元で猟師さんが獲ったものを仕入れ、提供。開業当時は、流通ルートが確立されておらず、知り合いの猟師が分けてくれる程度であったが、昨今のジビエブーム以降、処理場も整備され、安定的にジビエが確保できるようになった。また、地元出身

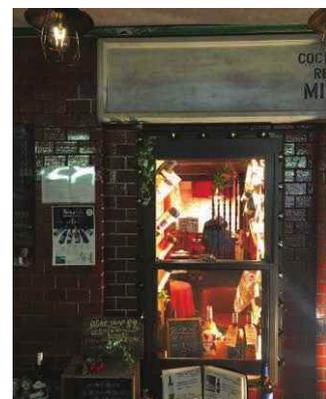


▲富士宮の放牧豚生産者訪問

の店主の伝手で仕入れた、知り合いが育てた無農薬のお米や、地域おこし協力隊の方が育てた新しい品種の野菜など、地元で採れた新鮮で安全安心な食材の確保に努め、お客様が安心して食事が出来るよう心を配っている。

今後も下田とともに！

今後の展開は、「下田市に『在り続ける』店舗として、営業を続けていく」こと。食材の仕入は、生産者と直接会い、実際に見て、話を聞くこだわりぶり。そこには「お客様に直接食材の素晴らしさをお伝えしたいし、何よりせっかくの外食を楽しんでいただくために、安心な食材でおもてなししたい」という店主の優しさがにじむ。今後も下田市で、地元とともに歩むスペイン料理屋で在り続ける素敵な店だ。



▲夜のワイン売り場

(文責：地域産業課)

女の子のかわいくなりたいを叶える取組

株式会社はなか

所在地 浜松市東区浜松市東区大瀬町 2 5 0 8
 代表者名 宮武 弓佳
 創 業 令和元年 5 月
 資 本 金 8,000 千円
 従業員数 4 人
 主要製品 イベント企画運営
 電 話 053-443-8937
 F A X 054-443-8937
 U R L <https://ohimesamagokko.com>

“かわいい”でつなぐ創造企業



おひめさまごっこプロジェクトって何!?

「おひめさまごっこプロジェクト」という可愛らしい名前に興味を湧くこの企画は、2歳～13歳の子供たちを対象にドレスレンタルをし、飲食や遊びを楽しんでもらう顧客体験型のファミリー層集客イベントである。

大型商業施設や住宅展示場で主に開催され、ドレスを着た子供たちは2時間程度、会場内を周遊することができる。多くの家族連れが参加し、子供たちがおひめさまに変身することで楽しい思い出を作っている。日常の1ページにおひめさまになれる時間を生み出すこの企画は、平成26年に初めて開催されて以来少しずつ地域を広げ、現在では全国展開するまでになって、近年注目を浴びている。



▲イベントのパンフレット

時代に先駆けた取組

「おひめさまごっこプロジェクト」の魅力の1つに、その消費形態があげられる。

「トキ消費」という単語を耳にしたことがあるだろうか。差異化を求める消費社会の中で定着しつつある「トキ消費」、それは最先端の消費行動であり、その時でしか味わえない盛り上がりを楽しむことである。



▲イベントの様子

日々成長する我が子の“瞬間”を体験しようと、イベントには多くのお客様が列を作っていた。この企画は、お客様だけではなく、主催企業側にも非常に好評であるという。実際に、イベントを開催したことにより、大型商業施設であれば、賑わいの増加はもちろんのこと、売り上げの上昇や新規会員や顧客の獲得に繋がっており、主催企業の満足度は100%である。他に類をみないこの取組は、まさに時代を切り開いてるビジネスであるといえる。

また、長く続いたコロナ禍で人との接触が制限されていた社会で、会場内でドレスを着て飲食をしたり撮影したりするこの企画は、まさに今アフターコロナの時代に必要とされていることである。イベント告知により人が集まり、更にSNSでその様子が拡散されることで、地域社会との繋がりを強めることが「おひめさまごっこプロジェクト」の特長でもある。

現代社会を生きる子供たちに必要なことは

「全国の女の子全員におひめさまになる経験をしてもらいたい。」そう笑顔で語る宮武社長に想いをうかがった。「おひめさまごっこに参加したその日を境におむつがとれた。」等、保護者の方から、多くの感謝する言葉をいただくことが本当に嬉しいと話してくれた。

SNSが発達し、個人主義が強まり自分らしさが求められる新たな時代の中で、まさにこの企画は、子供たちの成長の可能性を秘めている。1人でドレスを選ぶ決断から始まり、着替え、周りから褒められることで自己肯定感を高めることができる。子供たちにとってこれからの人生が更に輝くような、そんな時間を生み出した「おひめさまごっこプロジェクト」は、これから多くの人に愛され更なる注目を浴び、全国各地で女の子がおひめさまになって自信をつけていくことだろう。



▲優しい笑顔が魅力な宮武社長

(文責：経営支援課)