

ISICO

あなたのビジネスをインターネット上でサポート
DGnet URL ● <http://www.isico.or.jp>

vol.48

02 卷頭特集

新規参入や農商工連携で 「食」「農」ビジネスの 未来が変わる

小松市農業協同組合／(株)高田組

ページ

差がつく企業の情報化戦略

04 — 仕事を変える！IT活用術

(株)タガミ・イーエクス

Series 地域資源活性化プロジェクト

06 — 目指せ！

石川生まれのヒット商品

MAGIC／角出合織(株)／(有)舳倉屋

ネット販売による販路開拓

09 — ネット進出レポート

(株)四十萬谷本舗

制度を活用した取り組み

10 — フロム・ユーザーズ

(株)富士交通

産学官連携の最前線

11 — トライアングル

ライオンパワー(株)

ISICOからのお知らせ

12 — イシコ・トピックス

土木建設業を営む(株)高田組は、ワイン用ブドウの栽培に乗り出した。写真是白ワインに使われるシャルドネ種。生食用に比べると濃厚な味わいが特徴だ(詳しくは巻頭特集をご覧ください)。

【表紙撮影/黒川博司】

新規参入や農商工連携で「食」「農」ビジネスの未来が変わる

食の安全・安心に対する関心の高まり、あるいは食料自給率の低下などを背景に、「食」や「農」をキーワードとした事業が、将来有望なビジネス分野として注目を集めている。食品や農産物に関する地域資源に恵まれた石川県内でも、こうした取り組みが活発化

してきた。農商工連携や新分野進出をサポートする「いしかわ産業化資源活用推進ファンド（活性化ファンド）」や「建設業複業化支援プログラム」を活用して、新事業にチャレンジしている2社を紹介する。

Case.
01

規格外のトマトを活用し、レトルトカレーを商品化

小松市農業協同組合

■ 所在地	小松市上小松町丙252 TEL.0761-22-5111
■ 代表者	西沢 耕一
■ 出資金	15億円
■ 事業内容	信用、共済、購買、営農販売事業
●	http://www.is-ja.jp/komatsushi/

ヘルシーカレーなど4タイプを展開

活性化ファンドを利用して農商工連携に取り組んでいるのは小松市農業協同組合（JA小松市）である。活性化ファンドは総額200億円で創設され、その運用益で地域資源を活用した産業創出を支援する仕組みだ。JA小松市は、小松市内で加工食品の製造を手がける桃宝食品（株）（取締役会長五十嵐日出夫）、食品に関する幅広い研究実績を持つ北陸学院大学短期大学部新澤研究室と協力し、小松産のトマトを使ったレトルトカレーのラインアップ拡充、販路開拓に挑戦する。

JA小松市は、今回の事業に先立ち、平成19年からトマトカレーの開発をスタート。平成20年には県立翠星高校の設備を利用してレトルトカレーを試作し、JA小松市の直売所「JA



出荷間近のトマトを手入れするJA小松市トマト部会の鈴山善信部会長。トマトカレーには生産農家も大きな期待を寄せている

あぐり」で試験的に販売したところ、11月には630食を3日間で、12月には310食を5日間で完売した。これに確かな手応えを感じ、今年は桃宝食品に加工を委託。店頭でも好評を博している。

トマトカレーは水を一切使わずに、トマトの水分だけで作られているのが特徴だ。一袋につき中玉サイズのトマト1個のほか、地元で採れたニンジンやタマネギ、サツマイモなどを使用。トマトのほどよい酸味とカレー本来のスパイシーな辛さのバランスが絶妙な味わいとなっている。



商品開発や販路開拓に力を注ぐ、JA小松市園芸課の南野照夫課長（写真右）と道の駅準備室の東浩一室長

今回の事業では、このカレーをベースに、カロリーを抑えた「ヘルシートマトカレー」、トマト本来の味と香りを一層際だたせた「プレミアムトマトカレー」、ぼたん肉を入れてボリューム感を出した「ワイルドトマトカレー」の3種類を新たに開発する計画だ。

これらはJAあぐりのほか、小松市内に来春開設される「こまつ道の駅（仮称）」（小松市蓮代寺町）、南加賀地区にある23カ所の農産品直売所での販売を見込んでおり、JA小松市道の駅



現在販売中のトマトカレー（1人前200g入り、400円・税込）。これをベースに、商品ラインアップを充実させ、差別化を図る

準備室の東浩一室長は「地場農産加工品の目玉にしたい」と期待をかける。

付加価値アップで農家の所得向上へ

そもそも小松市は年間約1,600tの出荷量を誇る北陸三県一のトマト産地である。その多くは県内や関西の市場に出荷され、品質に対する評価も高い。しかし、近年、トマトの価格は低迷しており、産地間の競争も激しさを増すばかり。市内に70戸あるトマト農家の高齢化、後継者不足も深刻化している。

加工食品の開発は、こうした課題の解決策の一つとして考えられたアイデアだ。

野菜を生産する際、味に問題はな

いものの、形がいびつだったり、傷が付いていたりして出荷できない規格外品が必ず発生する。こうしたトマトの一部はこれまで安値で直売してきたが、経済的には大きな損失となってしまう。そこで、そのまま

販売するのではなく、加工することで付加価値を付け、農家の所得向上につなげるのがカレーを開発した狙いだ。

また、JA 小松市園芸課の南野照夫課長は「トマトカレーが売れること

で、トマトそのものや産地のPRにもつながる」と波及効果にも期待する。

今後、試作やニーズ調査、試験販売などに取りかかり、平成23年7月までに全商品の本格販売をスタートさせる予定となっている。

Case.
02

土木建設業から農業参入 能登ワイン用のブドウを栽培

(株)高田組

■所在地 鳴珠郡穴水町字旭ヶ丘52-1
TEL.0768-56-1155
■代表者 村山 隆 ■設立 昭和62年6月
■資本金 1,000万円 ■従業員数 7名
■事業内容 土木建設、水道施設、造園、管工事

余力のあるうちに 複業化に挑戦を

土木建設業などを手がける高田組では、能登ワインの原料となるブドウの栽培に乗り出す。今秋から来年2月にかけて、同社の村山隆社長が所有する1.5haの遊休地を整地、土壌改良した上で、白ワイン用のシャルドネ種1,600本を植え付ける。高田組の農業参入は、県が建設業者の新分野進出を後押しする「建設業複業化支援プログラム」に認定されている。



ニュージーランドで4年間、ワイン作りを専門に学んだ能登ワイン(株)の森山文徳氏(写真)の指導を仰ぎながら、収穫量アップを目指す

同社がブドウの栽培に取り組む理由の一つは公共事業の減少にある。公共工事による土木、建築の仕事は平成3年頃をピークに年々減っており、現在の受注高は当時の1/3~1/4にまで落ち込んでいる。今すぐに農業を本業にしようと考えているわけではないが、余力のあるうちに複業化に取り組み、ノウハウを蓄積していきたい。村山社長はそう考えて、農業参入を決断した。

また、村山社長がワインを醸造、

販売する能登ワイン(株)の社長を務めていたことも一因だ。

能登ワインは、赤ワインが全体の85%を占めており、白ワインが極端に少ない。白ワイン用のブドウは能登特有の赤土と相性が悪いと考えられていたこと、そして手間がかかるわりに収穫量が少なく、敬遠されてきたことが原因だ。

しかし、能登ワインが穴水町で醸造を始めて3年。白ワインの評判もよく、赤と白をセットで購入する消費者も増えてきたことから、次第に白ワインの増産が課題となってきた。

そこで、村山社長は平成14年から1haの畠で個人的に白ワイン用ブドウの試験栽培を始めた。ブドウの木がワイン醸造に適した房を付けるには4~5年かかることから、昨年初めて、約1tのブドウを収穫。この取り組みを企業全体に広げる。

繁忙期が異なり 人材活用に好都合

「余分な水を逃がすための暗渠排水の設置などを除けば、土木建設業のノウハウが農業で生かされることは少ない」。村山社長はそう話すが、複業化する上で好都合なのは、それぞれの繁忙期がうまくずれている点だ。

土木や建設の仕事は公共事業が多く、それらが忙しいのは10月から翌年3月にかけてである。逆にブドウの栽培は4月から9月に手がかかる。それゆえ、年間を通じて、従業員を効率よく配置することができるのだ。

高田組では昨春から週に数日、2~



能登ワインの販売は好調だ。左端の「2008 能登ワイン・マスカットベリーA (ロゼ)」は、国産ワインコンクール2009で銅賞を受賞した

3人の社員を農作業に従事させている。生育状況や天候を考慮し、風通しがよくなるよう余分な葉を取り除いたり、堆肥や消毒をまいたりと、自然が相手の仕事に最初はとまどいも見られたが、日々成長していく様子に面白みを感じてくれるようになったという。工事現場のように、その日の状況を写真付きの日誌で記録。ホームページを立ち上げて、こうした情報を消費者向けに発信する計画も進行中だ。

栽培が難しいだけに、白ワイン用のブドウは赤ワイン用に比べて買い取り価格が高く設定されている。とはいえ、面積当たりの収穫量はまだまだ低く、採算がとれる状態ではない。高田組では、1ha当たり8tの収穫を目指して、取り組みを本格化させる。



土木建設業から農業に参入し、事業の多角化によって経営基盤の強化を図る村山社長

生産現場の改善に向け、 現状や問題点の 「見える化」にITを活用

経済産業省が今年2月に発表した「中小企業IT経営力大賞2009」で、応募のあった276件の中から、タガミ・イーエクスが最高賞にあたる経済産業大臣賞に選ばれた。この賞は、ITを活用して生産性の向上や競争力の強化に取り組む中小企業に贈られるものである。生産革新活動にITを効果的に取り入れ、成果を挙げた同社の取り組みを紹介しよう。

徹夜仕事も実らず 納期遅れもしばしば

タガミ・イーエクスの主力となっているのは、曲げ加工に用いられるプレスブレーキや切断加工に必要なシャーリングマシンをはじめとする板金機械である。開発から設計、加工、組み立てに至るまで、一貫して生産する技術力が強みだ。

とりわけコマツグループからの受注が多くを占め、コマツブランドの板金機械の生産を委託されたり、コマツ産機の開発部

門と密接な連携体制を構築したりするなど信頼も厚い。

しかし、こうした上昇気流に乗る一方で、顧客が求める製品をニーズに合わせた仕様で必要な数だけ納める「変種変量生産」にうまく対応できないなどの課題を抱えていた。

「納期が近づくにつれて残業が増え、時には徹夜しても間に合わず、納期を遅らせてもらつたこともあります」。そう振り返るのは田上好裕社長である。現場から「出荷できない」との連絡を受け、夜中に工場へと駆けつけたことも一度や二度ではなかった。

「何とか遅滞なく計画通りに生産できるようにしたい」。そう考えた田上社長が板金機械部門における生産革新活動に乗り出し

プレスブレーキを組み立てるセルステーション。セル生産方式の導入によって、社員の多能化、作業の標準化が進んだ



「無極(知恵は極まるところがなく、改善は無限である)」を社是に掲げ、生産革新活動の先頭に立つ田上社長

たのは、平成17年の春だった。

セル生産を導入 現場の問題をデータ化

生産革新活動の推進にあたって、田上社長は次の3つの目標を掲げた。

— 3つの目標 —

- 組み立てのリードタイムを1/4に
- 総合生産性(1台当たりの生産時間)を30%改善
- 工場内の組み立て占有面積を半減

これらの目標をクリアするために、田上社長が旗印として掲げたのがセル生産方式の導入だった。セルステーションと呼ばれる工具や部品を一ヵ所に集



めたスペースで少人数が全工程を担うセル生産方式は、従来のライン生産方式に比べ、生産品目の変更や生産量の調整に対応しやすいのが特徴だ。

そして、これと同時に取り組んだのがITを駆使した生産状況の「見える化」である。それまで同社では、生産計画を立てるのは月に一度だけだった。しかし、必要な部品が届かない、あるいは部品の品質に問題がある、社員が病気で休むなど、現場の状況は日々変化する。田上社長は「これでは、計画通りに進まなくて当たり前」と、生産がストップした原因や不具合の件数、部品の在庫数や調達状況など、さまざまなデータをパソコンに入力。生産計画も毎日更新、公開するようにした。

生産中断の原因をデータを参考に解決

生産状況をデータベース化すると、情報の共有が可能となり、同時に解決すべき問題点が顕在化した。

例えば、セルステーションで生産がストップするのは、多くの場合、協力企業から供給してもらう部品の納期遅れや品質に原因があると判明した。そこで、どの協力企業が遅れがちなのか、そしてどの部品に、どんな問題があるのかを集計した上で、協力企業一社一社と品質連絡会を

今年2月に開かれた「中小企業IT経営力大賞2009」の記念式典でトロフィーを手にする田上好道代表取締役会長（写真左端）。「セル生産方式による生産革新とITとの統合」の実践事例として高く評価された

開き、データを参考にしながら一体となって改善を図った。

協力企業と話し合う中から、発注時の問題点も見えてきた。これを解決するために構築したのが、長納期部品の自動発注システムである。板金機械の部品の中には、輸入品や鍛造品、铸物など、発注から納品までに3～4カ月かかるものがある。同社では従来、担当者の経験や勘を頼りに発注していたが、欠品してしまうケースも多く見受けられた。そこで、あらかじめ在庫が規定数を下回った場合、自動的に発注するようシステム化して解決したのだ。

こうした取り組みが実を結び、生産革新活動に着手して1年半後には、セル生産が定着し、当初掲げた3つの目標を見事に達成した

協力企業の93%とWEB-EDIで連携

昨年8月には、さらに協力会社との連携をスムーズにしようと「WEB-EDI」の導入に踏み切った。WEB-EDIとは、インターネットを利用して受発注業務を行う仕組みである。現在ま



工場内に設けられた一室にはパソコンが並び、各種データを収集、分析。生産現場の「見える化」に貢献する

で、協力企業の93%にあたる209社が利用。これまで紙でやりとりしていた発注情報や生産計画をデータ化し、タガミ・イーエクスと協力会社が情報共有することで、業務の効率化に役立てている。

中小企業のIT化と言えば、とかく、システムを導入しただけで終わってしまい、成果に結びつかない事例も多々あるが、同社では、あくまでも生産革新活動の手段としてITを活用し、得られたデータから問題点を見いだし、その一つ一つを解決して、改善につなげてきた。

「コンピュータができる業務はシステム化すればいい。そうすれば人はもっとクリエイティブな仕事に集中できる」。田上社長はIT導入の効果をこのように話し、現在は、板金機械部門で展開した生産改革活動をさらに他部門へと展開させよう取り組みを続けている。



（株）タガミ・イーエクス

■ 所在地 能美市栗生町西2.2
TEL.0761-57-3525
■ 代表者 田上 好裕
■ 設立 昭和44年7月
■ 資本金 6,200万円
■ 従業員数 200名
■ 事業内容 産業・建設・環境機械及び周辺装置、プレスブレーキ
金型の製造、販売
● <http://www.tagamix.co.jp/>

“金箔”のみやびな輝きを Tシャツやジーンズに

洗濯してもはがれにくい 耐久性と柔軟性

オリジナルTシャツの製作やジーンズのリメイクを専門とするMAGICは、布地に金箔をプリント加工する技術を確立し、金箔を施した衣服をはじめ、のれんやテーブルマット、コースターといった布製雑貨の製作、販売を本格化させる。

箔プリントの技術は以前からあったが、本物の金箔のプリント加工を可能としたのはMAGICが初めて。シルクスクリーン印刷の技術を応用し、特殊な接着剤を使って圧着されており、既存のプリント加工と遜色のない耐久性、柔軟性を実現している。もちろん、繰り返し洗濯しても基本的にははがれ落ちるようなことはない。同社はこの技術を「純金印箔プリント」の名称で商標登録済みで、現在、特許申請中である。

最大の魅力は何と言っても純金本来の深みのある上質な輝きだ。価格は金箔の使用量によって変わることが、Tシャツの場合、通常のオーダーメード品と大差ないという。



「若者や外国人も取り込んでいきたい」と期待を込める木戸口代表。石川が誇る伝統産業の用途拡大に一役買う



「純金印箔プリント」を施したTシャツやコースターなど。細かな模様も忠実に再現することができる。今春には「石川ブランド」にも認定された

授産施設や職人と 協力関係を構築

純金印箔プリントの開発スタートは約5年前にさかのぼる。「金箔の99%は金沢で生産されている。せっかく金沢で店を開いているのだから、本物の金箔を使ってTシャツにプリントできないか」。そう考えた木戸口智一代表は、早速、金箔を買い込んで試作を繰り返した。薄さ1万分の1ミリの金箔を思い通りに加工することは難しく、数百回に及ぶ試作を重ねた上、技術が完成したのは昨年2月のことだった。

以降、「いしかわ産業化資源活用推進ファンド(活性化ファンド)」や「地域産業資源活用事業」に採択され、県やISICOと連携しながら生産体制を整備。金箔の圧着や仕上げ段階での金箔の除去作業は知的障害者通所授産施設に委託するほか、縫製技術を持つ女性職人とのネットワークも構築した。

また、認知度向上にも力を注ぎ、昨年12月には東京ミッドタウンのセレクトショップでコースターを1カ月限定で出品して約60枚を販売。今年2月に東京ビッグサイトで開かれたギフトショーでも大手ジーンズメーカーや芸能プロダクションが興味を示すなど、手応えを感じている。

とはいえ、木戸口代表は石川県からの発信にこだわり、手始めに県内の百貨店での展示商談会などを足がかりに受注を増やす方針で、ゆくゆくはインターネットのオーダーシステムを構築するなどして、攻勢をかけていく考えだ。

MAGIC

金沢市堅町122-1
TEL.076-262-1331

■ 代表者 木戸口 智一
■ 創業 平成9年6月
■ 従業員数 2名
■ 業務内容 Tシャツ制作・プリント加工、ジーンズリメイク・リペアなど
● <http://www.1cond.com/>

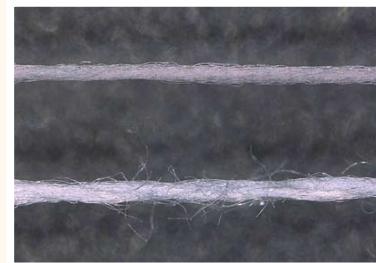


合成繊維であるため、繰り返し洗濯しても風合いや光沢は失われない

角出合織(株)

加賀市動橋町ネ22
TEL.0761-74-1640

■代表者 角出伸一 ■創業 昭和12年4月
■資本金 1000万円 ■従業員数 15名
■業務内容 合織織物の製造販売
● <http://www.kagakimoushi.jp/>



起毛させていない糸(上)に比べて、毛羽立つのが分かる加賀起毛糸(下)

肌触り、着心地抜群の “癒しのウェア”を開発

薄くて軽い生地 高い保温性と吸水性

合織織物の製造販売を手がける角出合織では、「地域産業資源活用事業」の認定を受けた女性用インナー・ルームウェア「キモシ」の販路拡大に取り組んでいる。

「キモシ」は、同社が独自に開発した加賀起毛糸を使ったウェアで、合成繊維でありながらシルクのような肌触りと柔らかさを兼ね備える。さらに、目の細かなニット編みにすることで、薄くて軽い生地に仕上げ、高い保温性と吸水性を実現した。

同社が昨年、女性200人に対し、「キモシ」のモニター調査を実施したところ、試着した人全員が「着ていて気持ちがいい」と回答。手応えを感じた同社では今年5月、「キモシ」専用サイトを立ち上げ、着心地や肌触りを重視する30～50代の女性をターゲットに、ネット販売を開始した。価格はシャツが5,500～6,500円、パンツが6,500円で、6～7月の2カ月間で117枚、8月も100枚台の売れ行きを見せている。

実際に着用した女性に話を聞く

たところ、「着ている感じがしないほど軽い上、しめつけもなく、リラックスできる。しわになりにくいのも便利」と好評だった。

新しい糸づくりに 親子で挑戦

「キモシ」が商品化されるまでには、長い道のりがあった。先代社長の角出市松氏が長年培った伝統技術を後世に残したいと考えたことをきっかけに、いくつかある技術の中から「起毛」を選び、7年前から市松氏と角出伸一社長の二人三脚で、新しい糸の開発に取り組み始めた。

フェルト生地などで使われる既存の起毛では、仕上げ段階で生地にサンドペーパーをかけるなどし、表面の糸を切断することで毛羽立たせる。一方、同社が開発した加賀起毛糸は、ポリエステルの糸を構成する繊維一本一本を切断しながら束ねてねじり、毛羽立たせる。そのため、合成繊維特有のハリやコシがない糸が完成した。

当初は糸そのものの販売を考えたが、通常のポリエステル糸の3倍以上もする価格と、糸が切れやすく生地に

しづらいという点がネックとなり、なかなか買い手がつかなかった。そこで同社では、加賀起毛糸を編むための編み機を独自に開発し、自らウェアの製造に乗り出した。

「キモシ」の生地は、ヨーロッパのトップブランドの目に止まり、来秋冬モデルでの採用が見込まれるなど、その肌触りや着心地は、世界で評価されようとしている。角出社長は「誰にも真似できないものができた」と自信を見せ、今後、「安眠」「快眠」「癒し」をキーワードに新商品開発を進めていく方針だ。



「軽くて開放感がある」と「キモシ」の着心地に自信を見せる角出社長。5年後には月販1000枚を目指す

能登産のイカや甘エビを “ウインナー”として食卓へ



6種類すべてのベースはイカ。「エビ味」はエビを殻ごとすりつぶして混ぜ、緑色の「ワカメ味」はワカメをペースト状にしてブレンドしてある

カロリーは約1/3 添加物を一切使わず

一夜干しやいしるなど水産加工品の製造、販売を手がける舳倉屋は、能登産の海産物を使った「輪島ウインナー」を開発した。原材料はすべて地元産にこだわり、県内で水揚げされたスルメイカや甘エビ、海女が手摘みした海藻を使用。自家製のいしるで下味を付けている。商品ラインアップは「イカ」「甘エビ」「モズク」「ワカメ」「イカスミ」「ピリ辛」の6種類で、価格は5本入り300円。中元向け商品として、今夏に県内百貨店で限定販売し、予定していた数量を完売した。

いずれの商品もイカがベースとなっており、一般的なウインナーと比べてカロリーが約1/3、脂質が約1/20と健康志向の消費者に訴求力の高

い商品となっている。また、ウインナーによく使われる化学的な発色剤や結着剤、そして合成保存料や合成着色料も一切使用していない。

岩崎吉光代表は「脂肪分が少なくてヘル

シな半面、味や食感については従来のウインナーと比べると若干物足らない」と話し、豚の背脂をブレンドしてコクを出すなど、味や食感の改善に余念がない。

常に危機感を持ち 先を見越して備えを

舳倉屋が輪島ウインナーの開発に取り組んだのは、新たな事業の柱を作るためである。同社ではこれまで、魚の一夜干しやイカの姿焼き、いしるなど、数年おきに必ずヒット商品を開発してきた。その背景にあるのは「好調がいつまでも続くわけがなく、必ず悪いときが来る。それを見越して新たな商品を考えておくことが大切」という岩崎代表の危機意識だ。

海産物を使ったウインナーを思い



(有)舳倉屋

輪島市稻舟町482
TEL.0768-22-4627

■ 代表者	岩崎 吉光
■ 設立	平成8年8月
■ 資本金	500万円
■ 従業員数	40名
■ 事業内容	水産加工品の製造、販売
●	http://www.heguraya.com/

舳倉屋ではウインナー用を含め、1日4～6トンものイカがさばかれている

立ったのは「魚離れが進む中、家庭で調理しやすく、食べやすい商品にしたい」との考えからだった。ウインナーと言えば子どもの大好物である。岩崎代表の孫がアトピー性皮膚炎を患っていたこともあり、何より安全・安心な商品づくりにこだわった。

今年7月には、「地域産業資源活用事業」の認定を受け、岩崎代表は「商品の信頼性アップにつながる」と顔をほころばせる。今後は商品の改良を続けるとともに、調理例を提案するなどして、これまで自社商品を扱っているスーパー、外食産業や学校給食、病院・介護施設などへの販路拡大に取り組んでいく。



岩崎代表は「地方が元気になるためには産業が重要」と、地域全体に加工や販売のノウハウを普及させたいと考えている

ネット進出レポート

▶ ネット販売による販路開拓 ▶



ネットショップのトップページでは、初めて訪れる人にもいろいろな商品を見てもらえるように工夫している

冬のピーク時以外の販売促進に苦心

老舗の漬物店である四十萬谷本舗では、ネットショップでの売り上げを順調に伸ばしている。販売のメインは何と言ってもかぶら寿し。かぶら寿しの出荷が最盛期を迎える11月から翌年2月にかけては、ネットショップの売り上げもピークに達する。

一方、かぶら寿しを販売していない春先から秋口は月々の売り上げがピーク時の1/20程度にとどまる。このため、同社ではいかにこの時期の販売を伸ばすかが課題となってきた。

そんな中、主力として育ってきたのが平成19年夏に発売した野菜ジェラートだ。能登大納言や五郎島金時といった地元の野菜に加え、自社の漬物や味噌を使ったユニークなジェラートは雑誌などのメディアで取り上げられること多く、これによってネットショップへのアクセス数も増加。もちろん売り上げにも貢献している。

ネット販売を行っている県内の意欲ある店舗を支援するため、バーチャルショッピングモール「お店ばたけISHIKAWA」を開設しています。ネットに進出し、さまざまな方法で販路開拓を行っているお店ばたけ出店者を紹介します。

※新規出店者を随時募集しています。出店条件、審査基準などの詳細は、<http://www.omisebatake-isico.com/katudou/koubo.html>

【四十萬谷本舗】
<http://www.kabura.jp/>

かぶら寿しと並んで野菜ジェラートが広告塔に

(株)四十萬谷本舗

■所在地 金沢市弥生1-17-28
TEL 076-241-4173

■代表者 四十萬谷 正久

■創業 明治8年

■資本金 3,000万円
■従業員数 48名

■事業内容 漬物、味噌、醤油、佃煮の製造、販売

ジェラートの販売を強化しようと、今年4月からはジェラート専門サイトを立ち上げた。サイトは、若者に訴求できるデザインとし、ネットショップに誘導する新たな窓口として機能している。

また、かぶら寿し以外の漬物の魅力を知ってもらうため、今年5月には味噌漬けや浅漬けを詰め合わせた「お漬物おためしセット」をネットショップ限定で企画。消費者からも好評だ。

ネットに不慣れなお年寄りに配慮

四十萬谷本舗が独自ドメインのネットショップを開設したのは3年前のことである。平成19年からネットショップを担当している井村佳奈さんは「ショップ運営に関する知識がまったくなかつた」と話し、当初はISICOの専門家派遣制度を活用し、ホームページドクター・中野治美氏にアドバイスを受けながら改善を進めた。

その後、お年寄りに配慮し、購入手続きに



「おいしそう」「買いたい」と自ら思うようなネットショップを参考に、編集作業にあたる井村さん

に関する説明を分かりやすくしたり、文字サイズを大きくしたほか、仕込み風景や作り手の写真を載せて、商品の安全・安心をアピール。月1回だったメルマガを月3～4回に増やし、ブログを毎日更新するなど、情報発信にも力を入れた。

「ネットショップは、頑張った分、結果が数字に表れるのでやりがいがある」と井村さん。「商品の説明文や写真など、まだまだ改善したい点はたくさんある」と意欲を燃やしている。



ジェラートは現在9種類を販売（1個378円）。かぶら寿しを販売していない時期の稼ぎ頭、広告塔として期待されている

大型バス2台を導入 ハードとソフトの質で差別化

(株)富士交通

- 所在地 金沢市浅野本町二150
TEL. 076-252-8111
- 代表者 岩田 修 ■ 設立 昭和35年8月
- 資本金 2,000万円 ■ 従業員数 50名
- 事業内容 一般貸切旅客自動車運送事業及び旅行業
● <http://www.fujikotsu-bus.com/>

→ 疲れにくい 特注シートを採用

貸し切り観光バスを運行する富士交通では今年4月、ISICOの設備貸与制度を活用して、新車の大型バス2台を導入した。どちらもジェイ・バス(小松市)が製造したもので、座席数は補助席を合わせて53席。シートは特別な素材や形状を採用しており、長距離でも疲れにくいオリジナルの仕様だ。通路と座席の足下に段差がないバリアフリー対応となっている。

同社では約10年前から、2年に1回のハイペースで新車を購入してきた。その背景にあるのは、規制緩和による競争の激化だ。平成12年に貸し切りバス事業がそれまでの免許制から登録制に切り替わると、業界にはタクシー会社や運送会社の新規参入が相次ぎ、バス会社の事業所数は平成19年までにおよそ1.5倍にふくらんだ。

富士交通がバス事業に乗り出したのは昭和40年のこと。岩田修社長は「当社は以前からデラックスなバスを運行する会社として知られている」と胸を張り、



富士交通が新たに導入した大型バス。これによって総保有台数は大型19台、中型7台、小型2台となった

積極的に設備投資を進め、さらにバスの質を高めていくことで、他社との差別化を図っていくこうと導入に踏み切った。

→ 優良観光バス30選に 9年連続で入賞

激しさを増す競争を勝ち抜くため、同社が車両と同じく力を入れているのがサービスの充実だ。

例えば、社員全員による介護補助講習や視覚障害者補助講習、普通救命講習の受講もサービス向上を目指した取り組みの一環である。こうした講習を受けて、車いすの扱い方を習得することで、普段から車いすを使っている人のサポートに役立てるほか、車いすを3台購入し、「足が悪いので旅行時に車いすを使いたい」といった要望にもこたえる体制を整えた。また、視覚障害者には、バスガイドが細かく情景を説明したり、運転手が乗り降りを介添えしたりするなど、目が見えなくても十分に旅行が

楽しめるよう配慮。万が一の場合、人工呼吸や心臓マッサージを施せるよう備えている。もちろん、徹底した車両の点検・整備や運転手の技術向上など、安全の確保についても力を入れる。

こうしたハード、ソフト両面での取り組みが評価され、今年1月には「第18回プロが選ぶ優良観光バス30選」に選ばれた。北陸では唯一の9年連続入賞である。価格競争の様相を呈する観光バス業界にあって、同社はあくまでも質にこだわり、活路を開く。



旅行会社に勤務した経験もあり、乗客の立場から改善に取り組む岩田社長

2本のロボットアームが 数千本もの電線を自動配線

約80%のコストを削減

ものづくりや研究開発の現場で活躍するロボットシステムなどを設計、製造するライオンパワーでは、石川県工業試験場電子情報部や金沢工業大学の森本喜隆教授と協力して、日本初となる制御盤自動配線装置の開発を加速させている。

この装置では、CAD/CAMの設計データにあらかじめ電線の種類や配線経路を指定しておき、2本のロボットアームを駆使して制御盤に電線を配置。この際、アームの先に取り付けた小型カメラでネジ穴の位置を確認しながら、ドライバーでネジを締めていく。

制御盤には、数百本から数千本の電線が複雑に張り巡らされている。配線作業はこれまで、



15人の社員からなる研究開発室を設置するなど、高瀬社長は新たな技術の創出、獲得に力を注いでいる

人の手に頼らざるをえなかったが、自動化した場合、配線作業の人員を減らせるため、約80%のコスト削減が可能となる。

今回の開発は石川県の「新豊かさ、研究開発、競争力強化事業」に採択されており、平成21、22年度の2年計画で完成を目指す。

2年間で6年分の研究開発

ライオンパワーが制御盤自動配線装置の開発を本格化させたのは平成19年のことである。開発にあたって、県工業試験場から画像処理技術について、金沢工業大学から振動の抑制や位置決め精度の向上について支援を受けている。

産学官連携に取り組んできた高瀬敬土朗社長は「中小企業が持っていない最先端の技術やノウハウを提供してもらうことで開発のスピードアップにつながる」と話し、「平成19年からの2年間で6年分の開発が進んだ」と成果に笑みを見せる。

今後の開発では、配線する制御盤のサイズを大型化するほか、システムに対応するネジのサイズや端子の種類を増やす。また、配線作業の速度を現在の300秒に1本から、人の作業スピードと同じ90秒に1本へと



制御盤に複雑に張り巡らされている電線を、2本のロボットアームで自動的に取り付けていく

大幅に向上させる計画だ。

このほか、これまで制御盤の製造では、誤配線やネジの閉め忘れやゆるみが問題となってきたが、同社のシステムを活用すれば、正しく配線されているかが自動的に検査される上、ネジの締め具合についてもデータとして提供できるため、品質向上につながる。

高瀬社長は平成27年に3億6千万円の売り上げを見込み、同社の新たな柱としてこの製品に期待をかけている。

ライオンパワー(株)

所在地	小松市月津町ツ5番地 TEL.0761-44-5411
代表者	高瀬 敬土朗
設立	昭和48年7月
資本金	4,156万円
従業員数	124名
事業内容	各種FA・LAロボットシステム、各種計測システム、エレクトロニクス応用機器、各種ソフトウェアの開発、光応用システム、磁力線応用システム、制御盤自動配線システム
	● http://www.lionpower.co.jp/

県内企業91社が大阪で技術力をアピール!!

ISICOは8月26日、ホテルグランヴィア大阪(大阪市北区梅田)で「石川県受注開拓懇談会」を開催し、過去最高となる県内企業91社110名、県外企業38社が参加しました。大阪では2年ぶりの開催となり、当日は谷本正憲知事が関西地区の大手、中堅企業にトップセールスしました。

開会にあたって、タガミ・イーエクス(能美市)の田上好道会長が県内企業の近況を説明。引き続き開催された交流会では、互いの技術やニーズについて情報交換しました。



県内企業が関西地区の企業との商談に臨んだ受注開拓懇談会

★次回懇談会のお知らせ

県内企業の新規受注開拓をサポートするため、11月26日に東京ガーデンパレス(東京都文京区湯島)で、関東地区の企業と発注情報交換会及び県内企業の技術を紹介する「石川県受注開拓懇談会」を開催します。ふるってご参加ください。

【お問い合わせ】(財)石川県産業創出支援機構
TEL:076-267-1140

韓国・大邱のIT企業と県内企業が商談会

ISICOが平成15年度から取り組む大邱デジタル産業振興院(韓国・大邱広域市)との交流は今年で7年目を迎えます。今年度は、9月9~10日に開催された「大邱国際エンベデッドカンファレンス」の視察と併せて、ビジネス商談会を実施いたしました。エンベデッド(組み込みソフトウェア)に関心のある企業及び海外展開を目指す意欲ある県内企業5社が参加し、今後のビジネスの可能性を探りました。



「大邱国際エンベデッドカンファレンス」では最新技術の動向を視察



県内企業は韓国企業と今後の連携について意見交換した

小松 - 静岡便がより使いやすくなりました。

7月23日から就航した小松 - 静岡便に新たな割引制度が導入され、さらに使いやすくなりました。これは空席率に応じて運賃を割り引く制度で、11月からは最安料金が13,000円(片道)となります。石川県から静岡県へは、機械、建設、サービスなど17社が進出しており、今後企業間の交流が一層盛んになることが期待されています。

また、10月からは小松から静岡経由で鹿児島に向かう場合の乗り継ぎ運賃が27,000円(片道)に設定され、鹿児島へのアクセスの選択肢も増えました。

【お問い合わせ】
石川県企画振興部空港企画課
TEL:076-225-1337



財団法人
石川県
産業創出支援
機構
Ishikawa
Sunrise Industries Creation
Organization

●お問い合わせは
TEL:076(267)1001
FAX:076(268)4911

〒920-8203 石川県金沢市鞍月2丁目20番地
石川県地場産業振興センター新館

URL <http://www.isico.or.jp>
E-mail info@isico.or.jp

編集後記

今回の巻頭特集でご紹介したJA小松市のトマト生産工場でまだ青いトマトがどんどん箱詰めされている様子に首をかしげていると、「赤くなってからじゃ店頭に並ぶ時には完熟しきって腐敗が早いんや」とのこと。そこで、青いトマトをもらい、常温で一晩置いておいてみたところ鮮やかな赤色になり、味も甘くておいしく!青いトマトがあれば、ぜひお試しを。