

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.72

02 巻頭特集

首都圏での販路拡大を ISICOがサポート

東京インターナショナル・ギフトショーに出展



ページ

新たな成長戦略に挑戦

04 — チャンスをつかみ、未来をひらく

(株)シブヤコーポレーション

目指せ！石川発の人気商品

06 — ヒットのタマゴ

エイジデザイン(株)／(株)竹中

ネットによる販路開拓

08 — サイトにかける情熱

(株)キタマ

制度を活用した取り組み

09 — フロム・ユーザーズ

(有)のさか

産学官連携の最前線

10 — トライアングル

小松精練(株)

これから注目したい

11 — ISICO編集部が発見！

(株)加賀染匠

ISICOからのお知らせ

12 — イシコトピックス

「東京インターナショナル・ギフトショー 秋 2013」に出展したISICOのブース。県内中小企業が新商品を展示し、首都圏での販路拡大に取り組んでいる。詳しくは巻頭特集をご覧ください。
【表紙撮影／黒川博司】



〔巻頭特集〕

首都圏での販路拡大を ISICOがサポート

東京インターナショナル・ギフトショーに出展

ISICOは9月4日から3日間、東京ビッグサイトで開かれた「東京インターナショナル・ギフトショー秋2013」に出展した。これは、ISICOが県内中小企業の新商品を首都圏に売り込むために取り組んでいる事業で、今回は輪島塗や九谷焼、加賀友禅などを手がける18の企業、団体が出展し、独自の技術や工夫を凝らした商品をバイヤーらにアピールした。巻頭特集では、ISICOの支援を受けて出展するメリットや展示会での成果について紹介する。

3日間で19万人の バイヤーが来場

ギフトショーは日本最大のパーソナルギフトと生活雑貨の国際見本市で、毎年春と秋に開催されている。今回は国内外から約2,500社が出展し、会期中は百貨店や専門店、卸売業者などのバイヤーら約19万人が来場した。

ISICOでは平成18年度から毎年、新商品を首都圏でPRしたい県内中小企業を募って、ギフトショーに出展。一つのブースの中に、企業

の紹介コーナーを個別に設け、販路開拓を後押ししている。今回は18社が出展し、このうち6社は初めての出展だった。

ローコストで出展可能 集客力もアップ

ギフトショーには、企業が独自に出展することも可能だが、ISICOのブースには、単独出展にはないメリットがある。

まず、企業が口をそろえて挙げるのが、出展費用の安さである。ブー

スが広い点も利点の一つだ。

ISICOのブースは全体で12小間分（18×6m）の広さがあり、1企業に1小間（3×3m）の半分ほどのスペースが割り当てられる。ギフトショーの会場には約2,500社がひしめくだけに、ブースが広ければ、その分、目立って人目につきやすい。また、複数の企業が集まって出展するスタイルは、集客面でも相乗効果を発揮する。

今回が初出展で、自社商品第一弾として蝶が指に止まっているように見えるマグカップを開発した谷口製



「ギフトショーで得た情報を地元でフィードバックして産地の活性化にもつなげたい」と話す谷口製土所の谷口さん

土所の谷口浩一さんは「まだ商品が一つしかないの、単独での出展は難しい。石川のいろんな企業が集まったブースなので、他社を目当てにきたバイヤーにも見てもらえて、商機につながった」と話す。

専門家が展示法をアドバイス

広いスペースで、複数の企業がまとまって出展するメリットを最大限に発揮できるよう、ISICOが力を入れるのが統一感のあるブースづくりだ。今回は石川県の持つ伝統や格式を感じさせる色で、次世代産業として期待される炭素繊維をイメージした黒を基調にブースをデザインした。

全体としてまとまりのあるブースを作り上げると同時に、より誘客効果の高いディスプレイ方法について学んでもらうため、本番から約1カ月前の8月初旬には、専門家が実際に陳列する商品やポスター、什器を使って、出展企業にアドバイスする機会を設けた。専門家からは「実物の商品をよく見てもらうために、ポスターを張り過ぎない」「テーブル上の展示は高低差を付けて見せるとインパクトがある」「会場は商品であふれ、来場者は見るのに疲れているので、商品はたくさん置かず、絞り込む」などの助言が送られた。

このほか、会期中は販路開拓アドバイザーが情報提供やバイヤーとの

マッチングをサポートした。

拡販へ手応え十分 新商品のヒントも

もちろん、出展を機に商談が進むケースは数多い。独自の練乾漆技法を用い、使い込むと下塗りの色が見えて、苔むしたような表情が現れる漆器「KOKEMUSU」を展示した輪島塗ぬり工房楽の引持玉緒さんは「大手企業からKOKEMUSUとのコラボ依頼や百貨店での催事出展のご提案をいただき、手応えのある展示会になった」と顔をほころばせる。

「県内にとどまっていたは実現しない出会いがある」と話すのは、間伐材を使ったおもちゃを製造、販売するMOKU・MOKU工房の汐井多恵子社長だ。同社の製品には東京の大手雑誌社も今後の連携に関心を示したそうで、ものづくり業界の枠にとどまらないコラボレーションに

期待が膨らむ。

来場するバイヤーから直接声を聞けるので、市場調査の場としても大きな意味を持つ。例えば、先ほど紹介した谷口さんは「展示したマグカップはブライダル向けの需要が大きいことが分かったので、今後の商品企画に生かしたい」と意欲を見せる。

魅力的な商品があるのに、販路開拓の足がかりがないという中小企業は少なくないだろう。ISICOでは今後もギフトショーへの出展を計画しているので、首都圏への拡販を目指す県内中小企業は、ぜひご活用いただきたい。



出展者同士の交流も深まり、「今まで知らなかった展示会の情報などが聞けて参考になった」と話すMOKU・MOKU工房の汐井社長

message

商品の魅力と発信力を磨き、 選ばれるものづくりを

ISICOでは今年度から、県内中小企業の首都圏での拡販をサポートする販路開拓アドバイザーを東京に駐在させている。現在の活動状況や県内企業へのアドバイスを聞いた。

販路開拓アドバイザー 荒木泰弘



今年7月から販路開拓アドバイザーを務めています。大手食品メーカーで長く販促活動に携わり、金沢で5年間勤務したこともあります。基本的には東京に駐在し、小売店や卸店といった販路の開拓に努め、ニーズに合った県内中小企業をご紹介します。月に2回は石川県に足を運び、県内中小企業のものづくりや首都圏への拡販に対するご要望について情報収集しています。

県内には、素晴らしい素材を持つ企業がたくさんあります。しかし、昔ながらの商品では売れませんか、現代の生活に合わせて作り直すこ

とが大切です。また、たくさんの商品からいかに選ばれるかが重要で、そのためには発信力を磨くことも忘れてはいけません。

流通面では、県内中小企業は、首都圏から距離が遠い、大量のロットに対応できないといった理由から、卸店を介して商品を流通させる取り組みが、あまり行われていないようです。今後は、複数の企業の商品を組み合わせ、卸店経由で店頭販売する流通スタイル作りにもトライしていきたいと思っています。

首都圏への販路開拓についてお悩みの方は、まずはご相談ください。

チャンスをつかみ、未来をひらく

Seize a chance and open a bright future.

“買い物弱者”に便利な移動スーパー 地域コミュニティ再生にも一役

(株)シブヤコーポレーション

<http://ido-hanbaisya.com/>

金沢市入江1-17 TEL. 076-291-3339

- 代表者 澁谷 武彦
- 設立 昭和60年4月
- 資本金 3,000万円
- 従業員数 20名
- 事業内容 移動販売車の製作・販売、自動車販売

「車を運転できない」あるいは「近くにスーパーやコンビニがない」といった理由から、日常の買い物に不便を感じる高齢者が増えている。そんな高齢者を支援するため、シブヤコーポレーションでは地元スーパーと連携し、食品や日用雑貨を移動販売する新ビジネスにチャレンジしている。

移動販売車を使って買い物弱者や地元スーパーの支援に取り組んでいる澁谷社長



1台に約400品目。一軒一軒を訪問

日常の買い物に困っている高齢者のため、シブヤコーポレーションが走らせているのが、同社で開発した移動スーパー「とくし丸」である。とくし丸は軽自動車の荷台に冷蔵ショーケース、可動式の陳列棚を完備したもので、地元スーパーで積み込んだ生鮮品や総菜、菓子、日用品など約400品目がぎっしりと並ぶ。現在は小松市内で2コース、金沢市内で1コースを、日曜日を除いて毎日巡回している。

とくし丸の最大の特徴は、利用者宅を一軒一軒訪問する販売スタイルである。移動販売では、公民館や公園などに車を止め、利用者に集まってもらう方法が一般的だが、これでは「そこまで歩けなかったり、買った商品を持ち帰ることができないお年寄りも大勢いる」（澁谷武彦社長）からだ。

そのため、同社では事業をスタートさせる前に、近隣に商店のない地域や高齢者の多い地域の家々を訪ね歩き、移

動スーパーに対するニーズについて聞き取り調査を行う。「最初は心を開いてもらえないが、何度も通っているうちに信頼関係ができて、うちにも来てほしい、あそこの家も困っているから行ってみたらといった具合に本音を話してもらえるようになる」。そう話すのは自らエプロン姿で調査に回るという澁谷社長で、1コースにつき1000軒ほどをリサーチした上で、1日に50～60軒を回る巡回ルートを作り上げていった。

昨年11月の事業開始以降、1コース当たりの利用者は1日100人を超え、売り上げも着実に伸びている。利用者のニーズに応じて、こまめに巡回ルートを見直したり、品ぞろえを工夫したりすることで客単価も上がってきた。

継続できるビジネスモデルを考案

移動販売車の製作を手がけるシブヤコーポレーションが、移動スーパーに取り組んだのは、澁谷社長が知人から「母



左：移動スーパーは買い物を楽しむだけでなく、コミュニケーションの場にもなっている

右：野菜や果物のカラフルなイラストが目を引く移動スーパー「とくし丸」。車両のネーミングは「篤志」に由来する

が年を取って車に乗れなくなった途端、一人で買い物に行けなくなってしまい困っている」と聞かされたことがきっかけだった。

その際、真っ先に浮かんだのが移動スーパーのアイデアである。同社ではこれまで32都道府県に移動販売車を納入した実績があり、移動スーパーの製作はお手のものとはいえ、しっかりと利益を出すことができて、継続できる仕組みを構築しなければ、長続きせず、結局は利用者に迷惑をかけてしまう。そこで、澁谷社長が考えだしたのが、次のようなビジネスモデルだった。

商品の提供、管理は連携する地元スーパーにお願いする。シブヤコーポレーションは移動販売車を製作し、販売パートナーに貸し出す。販売パートナーはその巡回ルートに基づいて実際に利用者宅を訪れ、商品売る。そして、販売利益を3者で分配する。

この仕組みでは、スーパーは車両費や人件費を負担せずに売り上げを伸ばすことができる。売れ残った分は引き取らなければならないが、すはまなど高齢者が好む商品がよく売れるようになり、とくし丸に商品を提供するマルエーの店舗では、売り上げが6～7%伸びたという。

販売パートナーにとっては、初期投資が必要ない上、仕入れの手間が省け、在庫を抱えるリスクもない。当初は60代以上の定年退職者を想定していたが、地域の問題解決を目指して事業展開するソーシャルビジネスへの関心は高く、現在は30代と60代の男性が販売パートナーを務めている。

シブヤコーポレーションは車のリース料や売り上げの一部から利益を得ることができる。このように3者それぞれにメリットがあるので、事業を継続できるというわけだ。

近隣住民との交流の場に

こうした取り組みは、買い物弱者や地元スーパーの支援だけでなく、地域コミュニティの再生にもつながっている。今では、とくし丸が音楽を鳴らしながら利用者宅に近づくと、近所からも買い物客が集まってくるようになった。人が集ま

れば、自然と会話が生まれる。家に閉じこもって孤立しがちな一人暮らしのお年寄りや近隣住民との交流の場にもなっているという。

もちろん、直接顔を合わせる対面販売なので、高齢者の安否確認にもつながる。冬場に雪が降れば、利用者が玄関先まで出てこられるように雪かきするなど、安全・安心な生活環境づくりにも一役買う。

同社の取り組みは各地から注目を集めており、現在までに移動スーパーの販売とノウハウの提供先は18道府県に広がる。県内でも今後、金沢市で2台、加賀市で1台、野々市市で1台が新たに始める予定だ。買い物弱者は地方だけでなく、都市部でも深刻化していると言われ、澁谷社長は「ゆくゆくは全国展開したい」と意欲を見せている。



トラックを改造した移動スーパー。このほか多数の移動販売車を製作し、納入実績は全国に広がっている

協力する地元スーパーから一言

弊社は、石川県南部でスーパーマーケットを27店舗運営しておりますが、カバーできない地域もあり、ご利用いただけないお客様も多数いらっしゃいます。しかし、シブヤコーポレーション様が取り組む移動スーパー「とくし丸」により、今まで弊社で商品を購入されていなかったお客様へも浸透を図ることができるようになり、平日は「とくし丸」、週末はご家族の車で当社に来店といった具合に、使い分けておられるお客様が増えております。

(株式会社マルエー常務取締役 山本一郎)



目指せ！石川発の人気商品

ヒットのタマゴ

「いしかわ産業化資源活用推進ファンド(活性化ファンド)」の採択企業、各種展示会の出展企業の商品等にスポットを当てます。



左) 調味料を注ぐと桜の形が現れるさくら小皿。白とピンクの2色があり1枚1,500円
右) デザインの力で地元の伝統産業を元気づけようと商品開発に取り組む稲垣社長

桜の花が咲く九谷焼小皿 デザイナーの感性で商品化

3Dソフトで形を検証

エイジデザインが開発した九谷焼の小皿の売れ行きが好調だ。「hiracle(ひらくる) さくら小皿」と名付けられたこの商品は、丸い小皿の中に窪みをつけた形状で、醤油やオリーブオイルなどを注ぐと、液面が桜の花の形に見えるように趣向が凝らされている。デザインを手がけた稲垣揚平社長も「予想以上」と驚く人気ぶりで、昨年7月の発売以降、次々寄せられる注文に生産が追いつかない状況が続いている。

小型洗浄機や漆器のタンブラーなど、ものづくり企業から依頼を受け、さまざまな工業製品や工芸品をデザインしてきた稲垣社長。そうした企業と連携するうち、「いずれ自社商品を作りたい」との思いが募り、法人化と事務所の移転をきっかけに、さくら小皿を開発した。

自社商品を作る際、中小企業にとっ

て重荷となるのが試作開発費だ。今回商品化した小皿は窪みの形が少し変わるだけで、液面の見え方も大きく変化する。そのたびに、試作品を作っていたのでは時間もかかる上、経営を圧迫しかねない。そこで活用したのが3次元で物の形状を作成する3Dモデリングソフトだ。同社では2種類のソフトを使って、窪みの形状や桜の花の見え方をコンピュータ上でシミュレーションすることで、ローコストでスピーディーな商品開発に成功した。

今年10月に第二弾を発表

あえて絵付けを施さず、独自のフォルムによって九谷焼の新たな魅力を引き出したさくら小皿は、現代の食卓にとけ込み、さまざまな料理、食器とも組み合わせやすいデザインだ。

東京デザイナーズウィークなどの出展を通じて販路を拡大し、現在、全国のセレクトショップやネットショッ

プ、西武池袋店で販売されているほか、伊勢丹のブライダルギフト用カタログにも掲載されている。新築祝いや結婚祝いなど、ギフト用に購入する人が多いという。

「日本の伝統工芸は海外で喜ばれる」(稲垣社長) ことから、日本だけでなく海外展開にも意欲を示す。

稲垣社長は現在、今年10月の発表に向けてシリーズ第二弾となる商品開発を進めており、デザイナーという自由な立ち位置を生かして「県内のさまざまな伝統工芸産地と連携してものづくりしたい」と意欲を見せる。デザイナーの感性を生かした付加価値の高い商品は、石川の伝統工芸に新しい風を吹き込んでくれそうだ。

エイジデザイン(株)

金沢市広坂1-2-32 北山堂ビル4F
TEL.076-222-0023

- 代表者 稲垣 揚平
- 創業 平成17年1月
- 資本金 100万円
- 従業員数 2名
- 業務内容 工業製品・クラフト・産業機械のデザイン、グラフィックデザインなど

● <http://www.agedesign.jp/>

弁当箱をアメリカで販売

美しい色つやに高い評価

販路は全米60店舗へ

山中漆器の製造、販売を手がける(株)竹中は、主力商品である弁当箱をアメリカ市場に売り込んでいる。昨年1月以降、ニューヨークやシカゴの展示会に出展するほか、バイヤー向けに商品を紹介するホームページを立ち上げ、販路拡大に力を入れてきた。現在、取扱店はウェブショップや生活雑貨店など60店舗に増加。このうち20店舗からは毎月のように追加受注があり、順調に販売数を伸ばしている。

アメリカで販売している弁当箱は、PET樹脂にウレタン塗料で塗装したいわゆる近代漆器である。アメリカ市場の情報収集を行った上でサイズやデザイン、カラーについて試行錯誤を繰り返した末、1段タイプと2段タイプが2種類ずつの全4種類をラインアップする。形はどれもシンプルな長方形だ。「柄やイラストが描かれた弁当箱は子どもっぽいと敬遠される」(竹中俊介社長)ことから、すべて無地だが、それぞれに13色と豊富なカラーバリエーションをそろえている。

エーションをそろえている。

アメリカ人から特に高く評価されているのが美しい色つやだ。優れた耐久性、電子レンジや食器洗い乾燥機にも対応する利便性、汁がもれず、2段タイプの場合は食べ終わった後、コンパクトに収納できる機能性も好評である。

アメリカのバイヤーは追加注文に対して、速やかに納品しなければ、その後発注してくれなくなるため、現地の倉庫に在庫を置き、アメリカ企業に商品管理を委託し、速やかに納品できる体制を整えている。

将来見すえ海外挑戦

竹中社長がアメリカでの販売に取り組んだ背景には「日本の国内消費は10年後、必ずマイナスになる」との危機感がある。そのため、事業を維持、発展させるには今とは違う販路が必要と考え、海外挑戦を決めた。進出にあたっては、山中漆器の業者が既に参入しているヨーロッパ、流

自らアメリカの展示会へ足を運ぶなど、海外展開に力を入れる竹中社長



通過程が不透明な中国を避け、アメリカを選んだ。

展示会出展には「いわ産業化資源活用推進ファンド(活性化ファンド)」海外展開支援枠の助成金を活用した。

アメリカでは日本のような弁当箱は一般的でなく、サンドイッチを食品保存用の容器や袋で持参する人が多い。竹中社長は「アメリカの人口は日本の2.4倍。その上、市場は未成熟で大きく成長する可能性を秘めている」と期待を寄せ、アメリカでの販路開拓に一層力を入れる。

(株)竹中

加賀市山中温泉上原町ワ562
TEL 0761-78-0962

- 代表者 竹中 俊介
- 創業 大正14年4月
- 資本金 1,000万円
- 従業員数 16名
- 業務内容 漆器の製造、販売など
- <http://www.craft-recipe.net/>



左) 竹中のアメリカ向け弁当箱。ブランドとして浸透を図るため、ふたには「TAKENAKA」と表記した。写真は現地で人気の高い4色上) アメリカ向けの盛り付け見本。現地のセールスアシスタントのアドバイスを受け、手作りした



ISICOではインターネットによる
販路開拓をサポートしています。
支援先の中から、熱い思いを胸にサイトの改善に挑む、
意欲的な取り組みを紹介します。

英国王室御用達の傘が人気 集中指導で売上アップを目指す

[イギリスブランドの通販 - 英日花enika-]

<http://www.kitama1.org/>

(株)キタマ

■所在地 会沢市三小午町ハ1-2
TEL. 076-207-7117
■代表者 喜多 英樹
■設立 平成24年3月
■資本金 100万円
■従業員数 2名
■事業内容 イギリスブランド雑貨の通信販売、金属部品加工

ネットショップを第二の柱に

イギリスブランドの雑貨を販売するネットショップ「英日花(えにか)」。主力はイギリスでトップシェアのレイングッズメーカー「フルトン」の傘だ。バードケージ(鳥かご)と呼ばれる深いアーチ型のデザインが人気の傘は、英国王室御用達でエリザベス女王も愛用する。

サイトを運営するのは金属部品加工を手がけるキタマである。本業に続く経営の柱を作ろうと、同社の田中茂専務とフルトン幹部の人脈を生かし昨年10月にオープン。11月にはネット通販大手アマゾンにも出店した。12月まではまったく売れなかったが、フルトンの傘がテレビ番組で紹介された6月には380本を販売した。

傘の注文は梅雨をピークに急落することから、現在はロンドン五輪の選手村で正式採用された「ジャン・コンスタンティン」の手刺繍クッション、ピースの形がユニークな「ウェントワース」の木製のジグソーパズルなど、季節を問わずに売れる商材の拡充に力を入れている。

オリジナル商品の開発も

英日花の立ち上げには、特別な知識がなくても使えるホームページ作成ツールを活用した。ネットショップの経験は皆無だったため、当初は2週間に一度、ページのデザインを見直すなど、試行錯誤を重ねた。販売が少しずつ軌道に乗り始めた今もSEO対策など課題は多く、喜多英樹社長は「昼間は工場、夜はパソコンの前で仕事している」と苦笑いする。

今年7月からはISICOが新たに始めた「集中指導による成功店育成事業」のモデル店に選ばれた。この事業は5人の専門家が連携し、サイトの課題を洗い出した上で、アドバイスをを行い、売上目標の達成を目指す取り組み。喜多社長は「ノウハウもなく、手探りでやってきたので参考になる」と話し、サイトの改善に励んでいる。

店舗の魅力を高めるため、今年6月にウィリアム王子の結婚式や婚約発表時の写真を使ったオリジナルの木製ジグソーパズルを特注し、発売した。今後もオリジナル商品の企画、販売を視野にサイトの売上アップを目指す。



人気のドット柄の傘と手刺繍クッションを手にする喜多社長(右)と田中専務

■ ホームページドクターからのメッセージ

古倉 功一さん(株)SEO取締役副社長

ちょうど指導を始めた時期に、主力商品のフルトンの傘がメディアで紹介されました。その追い風に乗り、出店されているアマゾンの上手な活用法や検索エンジン対策、購買率をアップさせる手法を中心にアドバイスしました。早くからフルトンの傘に着目するなど先見の明をお持ちなので、それを生かして一層売上アップされることを期待しています。





のさかの主力商品「ストレッチウォーカー」。筋肉をバランスよく鍛えることができ、関節にも優しいウォーキングシューズだ



店舗網の拡大に合わせて、在庫管理や顧客管理のIT化に取り組む野坂社長

専門家のアドバイスを受け、 在庫管理システムを一新

各店舗の在庫の把握、 的確な発注に便利

膝や腰に負担がかからず、歩きやすい靴を独自に開発、販売する「のさか」は在庫管理システムを一新し、今年5月から運用を開始した。

新システムでは、商品が品番だけでなく、写真付きで分かりやすくリスト化されており、目的の商品を選べば、色、サイズ、店舗ごとの在庫が一目で分かるようになっていた。そのため、顧客の求めている靴の在庫状況を調べたり、売れ行きに応じて店舗間で在庫を移動させたりすることがよりスムーズになった。

このシステムは発注にも役立っている。野坂哲也社長によれば、「これまではコンピュータを頼りにするしかなかった」そうだが、現在は各店の販売状況が翌日にはシステムに反映されるため、しっかりと売れ筋を見極めた上で、的確に発注できるようになったという。

このシステムは現在、直営する5店に加え、資本関係はないが、のさかの商品だけを販売するパートナーショッ

プ2店が導入している。

使い勝手を追求し、 オーダーメイド

同社では従来、市販の在庫管理ソフトや紙の帳票を利用していたが、写真が表示されず目当ての商品が探しづらい、店舗ごとの在庫状況を共有できないなど、使いにくいものだった。そこで、直営店やパートナーショップの増加に伴って、改善の必要を感じた野坂社長が ISICO に相談。ISICO の専門家派遣制度を活用し、IT コーディネーターの助言を受けながら約1年をかけて新システムを構築した。

当初、野坂社長は大手量販店が利用しているソフトを導入すれば、事足りると考えていた。しかし、IT コーディネーターと意見を交わす中から「単にIT 化するだけでなく、それを使って日々の業務をいかに効率化するかが大事」「既成のソフトは安価だが、使いやすいかどうかは分からない」といった話を聞き、システム会社に自分たちにとって使い勝手のいいシステムをオーダーメイドすることにした。

野坂社長をはじめ、社員にも IT に精通した人材がいなかったため、開発過程では、例えば紙で作ったパーツをテーブル上で並べ替えながら、画面上のレイアウトを検討するなど、分かりやすい手法で細かな仕様を決めていった。

その結果、専門知識がなくても使いこなせるシステムに仕上がった。野坂社長は「導入したばかりなのに、すでになくはないシステムになっている」と笑顔を見せる。

とはいえ、野坂社長は「これで完成とは思っていない」と話し、今後も見直しを続け、さらに進化させていく方針だ。現在は、顧客の足の情報を記載したカルテを紙ではなく、デジタルデータで保管する顧客管理システムも開発しており、IT 化によって、さらに業務効率の向上を目指している。

(有) のさか

- 所在地 金沢市三口新町4-3-1
TEL.076-231-0110
- 代表者 野坂 哲也
- 創業 昭和32年1月
- 資本金 500万円
- 従業員数 31名(パート含む)
- 事業内容 靴の販売、修理
- <http://www.nosaka92.co.jp/>

炭素繊維の 建築材料を開発 軽くて丈夫。 鉄筋の代替品に



写真左から従来の鉄筋、新開発の建築材料、曲げ強度に優れるストランドロッド

加工しやすく 再利用できる熱可塑性

小松精練は炭素繊維を使って、棒状の建築材料を開発した。柱と柱の間に斜めに入れて建築物を補強する筋交いや、鉄筋の代替材料としての利用を見込んでおり、来年度から量産する計画だ。

開発した材料は、芯材となる数十万本の炭素繊維の周りを、合成繊維の組紐で覆った「芯鞘構造」が特徴である。炭素繊維は引っ張り強度に優れる一方、せん断に弱い。同社が新たに考案した芯鞘構造によって、この弱点を克服した。また、炭素繊維の束に緩やかな熱を加えることで、曲げ強度を向上させている。

新開発の製品は鉄筋と比べた場合、直径を3分の1程度小さくしても同等の強度を保つことができる上、重さは約25分の1となった。塩害に

強く、経年劣化する心配もない。軽くて丈夫なので輸送コストが安く、高層建築に便利だ。

被覆材の素材にはポリエステルやアミド、ビニロン、ガラス繊維などを活用する。例えばコンクリートの中に埋め込むなら、コンクリート内にあるアルカリ性成分に耐久性のあるビニロンを使うなど、用途に応じて変更することが可能だ。

この建築材料には、加熱すると軟化して成形しやすくなる熱可塑性樹脂を含浸させている。そのため、施工性に優れており、建築現場で長さを調整するため折り曲げることも容易だ。切り落とした端材などはリサイクルもできる。

独自ノウハウで 樹脂を均等に含浸

平成22年から取り組んだ開発は、ISICOの「いしかわ次世代産業創造ファンド事業」に採択された。最も苦労したのは、熱可塑性樹脂を均等に含浸させることだった。熱可塑性樹脂は粘り気が強いので、浸透しにくい。そこで同社では、溶解剤を使って樹脂を液状にすることで、含浸しやすくすることに成功した。これには、繊維素材の染色にとどまらず、機能性の薄

膜などの開発を手がけてきたノウハウが役立った。

組紐技術を使った被覆材の開発には七尾市の谷口製紐が協力した。建築材料に求められる機械的特性については石川工業高等専門学校の持田泰秀教授（現立命館大教授）がアドバイスし、県工業試験場が試験、評価した。

平成24年度からは経済産業省の「先端技術実証・評価設備費等補助金」を受け、量産に向けた技術、設備の開発に向けて取り組むほか、ワイヤーケーブルのように巻き取れるほどの柔軟性を持つ新構造「ストランドロッド」も開発した。

建築業界は同社にとって未知の市場だけに、今後の課題は販路拡大で、池田哲夫社長は、「建設業を手がけるグループ企業とも連携し、地道に実績を積み上げたい」と話し、海外での販売も視野に、長期計画で大きく育てる考えだ。



「今年6月にドイツ・フランクフルトで開かれた見本市に出品したサンプルが軽くて丈夫と好評を得た」と話す池田社長

小松精練（株）

- 所在地 福井市沢町2167番地
TEL 0761-55-1111
- 代表者 池田哲夫
- 設立 昭和18年10月
- 資本金 46億8,042万円
- 従業員数 約900名
- 事業内容 衣料用・産業用繊維素材の開発、製造、販売
- <http://www.komatsuseiren.co.jp/>

ISICO編集部が

発見!

今回の特ダネはこれだ!

浴衣の染色に特化 両面加工など新技術を磨く



両面捺染を施した生地。リバーシブル浴衣として楽しめるほか、裏生地をのぞかせるだけでもアクセントになる

日本文化の発信へ 安倍首相も着用

加賀染匠が手がけるのは、和装小幡織物の染色加工である。特に浴衣に仕立てられる薄い綿生地の染色を得意としており、現在では売り上げの80%を占めている。

高く評価されているのが「ボカシ」と呼ばれる色の濃淡を出す技法である。同社では、主力としていた合繊織物が減少し、売上減に苦しんでいた約20年前に淡いパステルカラーの浴衣にボカシを施す技術を独自に考案。これが経営を好転させる契機となり、主力を浴衣生地へとシフトした。

さらに同社の成長を後押ししたのは、機械化の取り組みだ。最新の電子制御技術で高品質を実現する自動スクリーン捺染機などを導入し、品質の安定化や量産加工を実現すると同時に、型や工程に工夫を凝らすことで、手捺染に近い繊細な表現を可能にした。

技術が認められ、同社では数々のブランド浴衣の染色も手がけている。今年6月にポーランドを訪問した安倍晋三首相が、日本の食文化を紹介するレセプションに出席した際に着用していた浴衣も、コシノジュンコさんがデザインし、同社が染色したものだ。横綱・白鵬関をはじめ、力士用の浴衣も染めている。

独自技術で浴衣を リバーシブルに

浴衣は約10年前からブームが続くと言われるが、山下芳弘社長は「若者向けのファッションビルなど浴衣の売り場は増えたが、生産のグローバル化によって価格競争も激しくなり、市場は厳しさを増す」と話す。その言葉通り、浴衣を専門にする業者は国内でも数えるほどしかないという。

そんな中、同社が挑戦するのが付加価値を高める新技術の開発だ。その一つが約5年前に開発し

た浴衣生地両面捺染である。ポリエステル生地の場合は、転写技術を使えば両面に色、柄を施すことが簡単にできるが、綿や絹などの天然素材にその技術は使えない。そこで、同社では表面の染料が裏面にまで染みないようにコーティング処理を施した上で、染め上げる独自技術確立して、この問題を解決。表面と裏面で同じ柄を違う色で染めるだけでなく、まったく違う色、柄を染めることもできるようになった。山下社長は「薄い浴衣生地で、こうした技術を持っている企業は他にはない」と胸を張り、少しずつだが商品化も進んでいる。

山下社長は今後も独自技術に一層磨きをかける考えで、「将来は自社ブランドの浴衣を作りたい」と夢をふくらませている。



和装小幡織物というニッチな分野に特化し、独自技術を磨く山下社長

(株)加賀染匠 加賀市弓波町ホ63
TEL.0761-74-4826

■代表者	山下 芳弘
■設立	昭和48年5月
■資本金	3,500万円
■従業員数	9名
■業務内容	染色整理業

炭素繊維の加工技術を披露

エヌプラス2013

ISICOはいしかわ炭素繊維クラスター事業で昨年度に引き続き9月25日から27日の3日間、東京ビッグサイトで開催された「エヌプラス2013（炭素繊維産業展）」に出展しました。

今年度は「織物技術を活用した熱可塑性炭素繊維複合材料の一大生産拠点の形成」をテーマに、いしかわ炭素繊維クラスター会員企業が素材から成形、切断加工までの試作品等を展示・紹介したところ、大変盛況で来場者から高い関心が寄せられました。



県内企業の技術に多くの関係者が興味を示した

発展の可能性秘めた82事業を採択

いしかわ産業化資源活用推進ファンド（活性化ファンド）事業

ISICOは、平成25年度「いしかわ産業化資源活用推進ファンド（活性化ファンド）事業」に82事業を採択しました。

9月6日には県庁で採択決定通知書の交付式が行われ、ISICO理事長の谷



本正憲知事が採択企業の代表らに通知書を手渡し、激励しました。

交付式の出席者が決意も新たに記念撮影

● 採択事業の詳細は下記ホームページをご覧ください。

<http://www.isico.or.jp/isico/fund/fand-saitaku>

いしかわクリエイトラボ

いしかわクリエイトラボは、創造的企業を支援する低賃料の研究開発型事業スペースです。創業間もないベンチャー企業や創造性豊かで研究意欲にあふれる中小企業などが企業としての力をつけ、成長していただくための施設です。今回は25㎡、50㎡タイプを募集します。複数区画利用することも可能です。

いしかわフロンティアラボ

新製品の研究開発等、創造的な活動を行う企業等が、ローコストで利用できる独立型の賃貸スペースです。ベンチャー企業等の初期の設備投資を軽減でき、研究・開発などに集中できる環境が魅力です。今回は165㎡（50坪）タイプを募集します。

● お問い合わせ …………… ISICOサイエンスパークオフィス TEL.0761-51-0122

入居者募集中！

ISICO 職員紹介

プロジェクト推進部技術開発支援課主任

宮川 泰生

新たな技術開発のお手伝いは、お任せください！



ISICOの「いしかわ次世代産業創造ファンド事業」や経済産業省の補助金を活用して、県内企業の新技術・新製品開発を支援する業務を担当しています。時代の最先端を行く開発の現場に足を踏み入れたり、実際にものづくりに携わっている技術者の方に話を聞いたりすることも多く、刺激的な毎日を送っています。

今年7月に県庁から出向したばかりで、まだ慣れない業務も多いのですが、初心に帰って仕事と向き合い、企業の皆様のお役に立てるよう頑張りたいと思います。

プライベートでは、11月に結婚する予定で、週末はその準備で忙しくしています。京都市育ちで、実は石川県に住んで4年しか経っていません。これから寒くなりますが、こちらに来てからウィンタースポーツを始めたので、雪が降るのを楽しみにしています。



財団法人
**石川県
産業創出支援
機構**
Ishikawa
Science 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

【発行月】平成25年10月（年6回発行）
【編集協力】ライターハウス／金沢市問屋町1-75
【印刷所】㈱ 橋本確文堂／金沢市増泉4-10-10