

ISICO PRESS

P.02 巻頭特集

県内企業に広がるSDGsの輪 事業活動にもプラスの効果

(税)中山会計／アール・ビー・コントロールズ(株)

P.06 チャンスをつかみ、ミライをひらく

(株)イナバエンジニア／(株)フルーツむらはた

P.10

注目の支援メニューを紹介
いしかわ起業小町

P.12

ISICO からのお知らせ
イシコ・トピックス

SDGs を推進する中山会計では、
使い捨てのビニール傘の代わりにリ
サイクル可能なオリジナル傘を活用
している。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

県内企業に広がるSDGsの輪 事業活動にもプラスの効果

世界中の人々が社会課題を共有し、解決していくために国連が提唱した国際目標「SDGs」（持続可能な開発目標）を事業活動に取り入れる企業が増えている。SDGsの推進は企業にとって、単なる社会貢献にとどまらず、商機の拡大やコスト削減、企業イメージの向上、ステークホルダーとの関係強化につながるなどのメリットもある。熱心にSDGsに取り組んでいる県内2社をクローズアップした。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

「2027ムーンショット委員会」のメンバー。手にしているのはSDGs推進の一環として製作した傘やエコバッグ。



（税）中山会計

社内に推進役の委員会を設置 2027年までに100のチャレンジ

お客様に差し掛ける傘 修繕、リサイクル可能に

SDGsを会社を挙げて推進しているのが中山会計である。創業50周年を迎えた2017年、持続可能な社会の実現に向けて100のチャレンジを積み上げる取り組み「100チャレ」を始動。現在までに43のチャレンジを継続的に実施している。

「ささんか」と名付けたオリジナル傘もその一つだ。同社では以前から、傘を持たずに来社したお客様が帰る際、雨が降っていれば、玄関から車まで傘を差し

掛けてエスコートするおもてなしを実践していた。当時、使っていたのは一般的なビニール傘で、さび付いたり、壊れたりすれば廃棄せざるをえなかった。そこでSDGsを念頭に置き、新たに用意したのが「ささんか」だ。この傘は生地や骨組みが傷めば、自分たちで簡単に交換できる仕組みで、長く使い続けることが可能だ。骨組みを含めすべてが樹脂性で、分別やリサイクルをしやすい点も特長である。

SDGsの目標13「気候変動に具体的な対策を」を意識し、使い捨てが当たり前のビニール傘を通じて、環境問題への意識を社員全員が共有し、お客

様にも広げていくことが狙いだ。

運動しながら 靴の寄付活動に参加

目標1「貧困をなくそう」や目標3「すべての人に健康と福祉を」につながるチャレンジとして取り組むのが「シューズ・ドネーション(靴の寄付)」である。社員は会社から支給されているスマートフォンに歩数をカウントし、50万歩を達成すればカンボジアの子どもに靴をプレゼントできるアプリをインストール。ウォーキングを続けると自身の健康づくりはもちろん、国境を越えた社会貢献ができるようになっており、これまでに8足を寄付した。

また、目標12「つくる責任 つかう責任」の達成に向け、従来は紙で保管していた書類をデータでの管理に移行した。セミナーの告知など情報発信には紙ではなくSNSを活用し、契約書も電子化。その結果、顧客数や社員数が増えたにもかかわらず、コピー用紙の消費量が2年間で約14%減少するなど、ペーパーレス化が進んでいる。

大切なのは持続可能で 誰一人取り残さないこと

「活動自体が持続可能であることを重視しています」。「100チャレ」を推進する際のポイントについて、そう話すのは同社の小嶋純一専務だ。

例えば、同社ではお客様に飲み物を出す際に使っていたストローをプラスチック製から紙製に変更した。プラスチックごみによる海洋汚染に歯止めをかけるためとはいえ、企業にとってはコスト増がハードルになる。そこで、中山会計ではストローに自社のキャラクターをいくつも印刷し、1カ所だけポーズの異なるものを混ぜて探す楽しみをプラスした。この工夫により、ちょっとした待ち時間を退屈せずに過ごしてもらえるようになり、コミュニケーションのきっかけにもなっている。一過性の活動で終わらせないためには、このように会社にとってもメリットのある取り組みとして昇華させることが重要というわけだ。

また、小嶋専務がもう一つのポイントとして挙げるのが「活動にあたって誰一人取り残さない」という視点だ。「100チャレ」を推進する運営委員会のメンバーを固定せず、1年ごとに交代しているのもそのためだ。

運営委員会の名称は毎年変更され、今年は「2027ムーンショット委員会」と名付けられた。ムーンショットとは、人類を月に着陸させたアメリカのアポロ計画に由来し、まず大きな目標を掲げ、そこから逆算して達成手段や必要な施策を導き出すことを指す。同社では現在7名のメンバーが、創業60周年を迎える2027年までに100の活動を展開するにはどのようにアプローチすればよいか、検討を重ねている。

電力は太陽光に切り替え 採用面でもメリット

直近では44番目の取り組みとして、事業所で使う電気をすべて太陽光によって発電されたものに切り替えた。脱炭素社会の実現に貢献できるだけでなく、電気料金の削減にもつながることから、取引先にも導入を勧めていく予定だ。

SDGsに取り組むメリットについて小嶋専務は「人や社会の役に立てることに喜びややりがいを感じることができます。就職活動の際、企業のSDGsに対する姿勢に注目する学生が増えていますから、採用面でもいい効果がありますし、取引先からも高い関心が寄せられています」と話す。

SDGs達成に向け、これからの6年間でどのような活動が展開されるのか。中山会計の「100チャレ」に引き続き注目したい。

(税)中山会計

金沢市有松2-9-18 TEL. 076-243-5233

代表者 中山 雅人、小嶋 純一

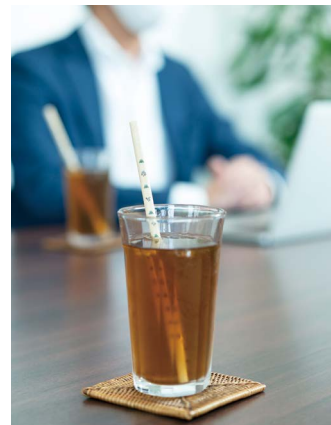
創業 1967年12月

資本金 1,000万円

従業員数 48名

事業内容 税務代理、税務書類・財務書類の作成など

<https://nakayama-kaikei.com>



来客時にはオリジナルキャラクターを印刷した紙製ストローで飲み物を提供している。



健康増進のため、繁忙期に朝礼で実施する「笑いヨガ」。



大掃除の際は不要の本を売ったお金を被災地などへ寄付している。

今年4月に竣工した本社の新棟。外断熱工法の採用や日射遮蔽ルーバーを設置した省エネビルとなっている。



アール・ビー・コントロールズ(株)

新棟完成。省エネ＋創エネで 一次エネルギー消費量を59%削減

気密性・断熱性を高め 空調をダウンサイジング

アール・ビー・コントロールズでは商品開発力と生産技術力の強化を目的に、今年4月に本社敷地内に新棟を建設し、9月にはこれまで本社として使っていた既存棟の改修工事を終えた。

このうち新棟は建築物省エネルギー性能表示制度(BELS)の最高ランクである5つ星および「ZEB Ready」認証を取得した。「ZEB／ゼブ」とは、Net Zero Energy Building(ネット・ゼロ・エネルギー・ビルディング)の略称で、省エネと創エネにより、建物で消費する年間の一次エネルギーの量を正味でゼロにすることを目指した建物を指す。「Ready／レディー」は削減率50%以上の建物に与えられる認証だ。

同社では、建物の外側に断熱材を施工する外断熱工法を採用して気密性・断熱性を高めることで、空調機器をダウンサイジングし、これら機器によるエネルギー消費を低減したほか、空調や照明には省エネ機器を導入した。また、建物には日射遮蔽ルーバーを設置し、真夏の日差しを低減させ、空調の効

率をアップ。「ビル・エネルギー・マネジメント・システム(BEMS)」を導入し、電気の使用状況や削減量が見える化して、省エネ活動および節電意識の向上につなげている。

新棟の屋上には発電用の太陽光パネルを設置。こうした取り組みにより、一次エネルギー削減率59%(省エネ53%、創エネ6%)を達成する見込みだ。

製品使用時や生産時の CO₂排出量を削減

新棟の認証取得はSDGsの目標7「エネルギーをみんなに そしてクリーンに」、目標13「気候変動に具体的な対策を」、目標15「陸の豊かさを守ろう」を意識した取り組みだ。

このほか、今年度は目標5「ジェンダー平等を実現しよう」に取り組み、4月に男女の制服を統一。目標12「つくる責任 つかう責任」を念頭に、約2トン分の古い制服を集めて車の内装部品としてリサイクルした。

同じく4月には、環境関連の取り組みをさらに進めるため、2030年に製品使用時のCO₂排出量を10%削減、生産におけるCO₂排出量を33%削減



新棟の屋上に設置した
太陽光発電パネル。



ウォーキングコン
ペに参加する社
員。昼休みを利用
して歩く人が増
えた。

(いずれも20年度比)する環境目標を設定。より少ない電力で製品を動かせる電子回路の設計、省エネ型の生産設備への更新など、目標達成に向けた取り組みを進めている。

6月には環境月間企画として新棟に設けた食堂で五郎島金時を使ったメニューを提供。輸送時のエネルギーやCO₂の削減につながる地産地消の大切さについて理解を深めてもらう機会とした。

SDGsに注力するのは 企業にもメリットがあるから

同社がSDGsの取り組みを本格化させたのは昨年3月のこと。まずは社員の意識を向上させようと幹部や客先へ出向くことの多い社員にSDGsのバッジを配布した。

この効果について遠藤健治社長は「バッジを付けているとSDGsや自社の取り組みについて尋ねられるシーンが増えますから、自然と意識が高まり、勉強するようになるんですよ」と話す。

また、社内で使う資料にもSDGsのアイコンを積極的に活用し、社内報でもその意義などについて分かりやすく紹介。SDGsが掲げる17の目標とこれらに寄与する自社の取り組みを整理し、アクションを起こしていない目標があれば、何かできることがないか知恵を絞る。

このようにSDGsを熱心に推進する理由について遠藤社長は次のように話す。

「企業は社会的な責任を果たすべきというのが第一の理由です。世のため人のために頑張ることは非常に重要です。加えて、取り組みを長続きさせ、モチベーションを高めていくことも大切に考えています。そのため、経費節減につながる、あるいは取引先からの信頼が高まるなどのメリットも私たちがSDGsを推

進する原動力になっています」。

会社の成長・発展は 社員の健康から

目標3「すべての人に健康と福祉を」に通じる「健康経営」をスタートさせたこともトピックスの一つだ。まず今年4月に社員に対して遠藤社長が「社員の健康増進を図り、生産性低下の防止、仕事満足度の向上、企業のブランド価値向上などを目指す」と健康経営宣言を発表。その後、会社が実行できる健康改善に関するアイデアを社員から募集した。今後は230件の応募内容を審査し、優良なアイデアを具体化させていく計画だ。

実施第1号となったのが、石川県のスマートフォンアプリ「いしかわスポーツマイレージ」を利用して歩数を競うウォーキングコンペで、96名が参加している。このほか、食堂の利用実績から摂取カロリーや栄養バランスをデータ化して希望者に提供し、健康づくりに役立ててもらうことも検討している。既存棟に新設した多目的スペースを使った健康イベントなども企画する。

遠藤社長は「これからもSDGsと上手に関わりを持ちながら、楽しく、成果が出るようにさまざまな取り組みを進めていきたい」と話している。



「SDGsに取り組むことは、企業にとってもメリットがある」と話す遠藤健治社長。



アール・ビー・コントロールズ(株)

金沢市観音堂町口71番地 TEL. 076-268-0198

代表者 遠藤 健治

設立 1971年1月

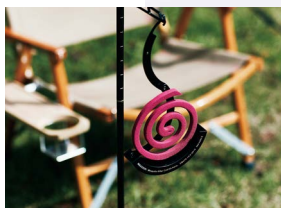
資本金 1億5,000万円

従業員数 571名

事業内容 電子制御ユニット、リモコン、高電圧ユニット、LED照明などの開発、製造、販売

<https://www.rbcontrols.co.jp>

チャンスをつかみ
ミライをひらく



CASE

01

(株) イナビエンジニア

得意の切削加工技術で製造した アウトドア用品が絶好調

アルミを削り出して作られた蚊取り線香ホルダー「MIKADZUKI(ミカヅキ)」。INAVANCEのヒット商品の一つで特許も取得し、専用ケースも商品化した。

イナビエンジニアが「INAVANCE (インアバンス)」のブランド名で展開するアウトドア用品が売れに売れている。キャンプ好きの稲葉誠社長が、得意とする切削加工技術を生かして開発したもので、今や同社の主力である航空機部品を凌ぐ、売り上げと利益を計上するまでになっている。

約25アイテムを展開 10分で1,000個が完売

INAVANCEのヒット商品の一つが「MIKADZUKI (ミカヅキ)」だ。その名のとおり、三日月の形をした蚊取り線香ホルダーで、すべてのパーツがアルミを削り出して作られている。収納時にはコンパクトにまとめることが可能で、部品を展開していくとつるしたり、テーブルなどに立てたり、三脚に固定したりと、さまざまな使い方ができるよう工夫されている。

また、他社製のアウトドア用品をさらに便利にカスタマイズする商品も販売している。例えば、「ZERO CAP (ゼロキャップ)」はGoal Zero (ゴールゼロ) 社製のLEDランプに取り付ける専用キャップである。ZERO CAPにはネジ穴や磁石を仕込んであるため、照明スタンドへの装着などLEDランプの固定が容易

になる。

現在、INAVANCEではこれらを含め約25アイテムを自社のネットショップで販売中だ。2019年6月のブランド立ち上げ以降、SNSを通じて評判が広がり、売り上げは急上昇。例えばZERO CAPは累計1万5,000個を販売し、1,000個がわずか10分で完売したこともある。人気商品は品薄の状態が続いていることから、類似品が出回り、INAVANCEの商品がフリマアプリで定価より高く転売されるケースも後を絶たない。

ほぼすべてを 削り出して造形

こだわりのポイントは、何と言ってもほぼすべてを自社が培ってきた切削加工技術を生かして製造してい



左)同時5軸加工ができるマシニングセンタなどがずらりと並ぶイナバエンジニアの工場。

右上・右下)自社ブランドを展開するきっかけとなった「INA HOOK(イナフック)」。形状を工夫し、斜めになっているロープでも固定できる。



る点にある。

INAVANCEのアウトドア用品は、一般的にはプレス加工や溶接を用いて作るようなパーツでも高度な技術によって美しく精緻に削り出す。中には、あえて研磨せずに、切削加工したアルミの肌をそのまま見せているパーツもあり、そこには「切削加工をもっと多くの人に知ってほしい」との稲葉社長の思いがにじむ。

技術に裏打ちされた品質の高さはもちろん、どの商品も機能性やデザイン性を兼ね備えており、持ち運びしやすく、少しでも荷物を減らせるようにと軽量・コンパクトに設計されている点も人気の秘密と言えるだろう。

キャンプで感じた不便 解決するため工場で作

イナバエンジニアはそもそも、試作品やレース用のバイク部品など、一品ものを数多く手がけてきた会社である。しかし、3Dプリンターの普及によって、試作品の注文が減少したことから高い成長が見込める航空機産業への参入に挑戦。ISICOが派遣する専門家の指導の下、航空機部品を製造する際に必要となる品質管理の国際認証「JISQ9100」を取得し、約7年前からアクチュエータ(駆動装置)部品の製造をスタートした。

試作品やレース用部品は突発的に注文が入り、極めて短納期だ。一方、航空機部品は計画的な生産が可能であり、稲葉社長にも余暇を楽しむゆとりができた。そんな時、稲葉社長がはまっていたのがキャンプである。ある時、斜めに張ったロープにつり下げたランタンが自重でずり落ちてきたことがあった。「こんなときに固定できるものがあれば便利だな」。そう考えて工場で作したフックが、キャンプ仲間や彼らが投稿したSNSで評判を呼んだ。あくまでも自分

用のつもりだったが、あまりに好評だったため市販することを決め、ネットショップを開設するまではInstagramのダイレクトメッセージ機能を使って直接取引した。

技術を広めるきっかけに 楽しみながら開発を

その後、ブランドの認知がじわじわと広がり、INAVANCEの売れ行きは好調だ。折しも、コロナ禍や製造上の問題によって航空機が減産されていることもあり、経営的にも大きな助けになっている。

とはいえ、稲葉社長はアウトドア用品を将来の柱に据えようと考えているわけではない。

「アウトドア用品を作っている目的は、あくまでも種まきです。削り出してこんなものができるんだと知ってもらい、将来の受注につながればいいかなと。それに新商品を開発しなきゃいけないと考えながらキャンプをしても楽しくないし、いいものもできませんから」(稲葉社長)。

数多くあるアウトドアブランドの中で、存在感を発揮しつつあるINAVANCE。確かな技術に裏打ちされた機能性やデザイン性だけでなく、何より楽しんで作る姿勢がヒットの要因になっているに違いない。

(株)イナバエンジニア

白山市相川町1877 TEL. 076-274-9656

代表者 稲葉 誠

設立 1997年5月

資本金 1,000万円

従業員数 9名

事業内容 航空機部品、義足用パーツの製造、
アウトドア用品の製造・販売

<https://www.inaba-engineer.co.jp> (企業サイト)

<https://www.inavance.jp> (ショッピングサイト)

切削加工技術を広く知ってもらおうとアウトドア用品ブランドを立ち上げた稲葉誠社長。



チャンスをつかみ
ミライをひらく

本社工場でのテイクアウトパフェの製造風景。
新たに導入した機器でババロアを充てんする。



フルーツをふんだんに使ったテイクアウトパフェ。取材当日は「プリン」「ブルーベリー」などを販売していた。

CASE

02

(株)フルーツむらはた パフェのテイクアウトが大人気 東京での販路拡大にも挑戦

果物の卸売りやギフト販売を手がけるフルーツむらはたの「テイクアウトパフェ」が昨年4月の発売以降、人気を集めている。石川県が東京・銀座に開設しているアンテナショップ「いしかわ百万石物語・江戸本店」でのテスト販売も評判がよく、県内だけでなく東京での事業拡大も視野に入れている。

約40種類を商品化 移動販売車も導入

「私たちが作っているのはフルーツ屋のパフェ。主役である果物のおいしさを心ゆくまで味わってほしい」。村端一男社長がそう話すように、フルーツむらはたのテイクアウトパフェは、プロの目で厳選した果物をたっぷり并使用しているのが特徴だ。透明のカップにはホイップクリームやババロア、フルーツソース、スポンジケーキなどが何層にも重なり、食べ進むうちにさまざまな味が楽しめる。

ラインアップは季節に応じて変わり、イチゴやブルーベリー、ゴールドキウイなど、これまでに発売されたパフェは約40種類にも上る。自社の4店舗で販売するほか、今年8月には香林坊大和地下1階にパフェとフルーツサンドのテイクアウト専門道をオープンした。

イベント会場などに出向いてパフェを販売する「パフェカー」も稼働させており、引きも切らない出店オフアーに應えるため、2号車の整備も計画中だ。

最多で1日1,500個を販売 コロナ禍で経営の支えに

テイクアウトパフェは多い日には1,500個を販売する人気ぶりだ。今や同社の売り上げの10%を占める。開発のきっかけとなったのは、新型コロナウイルスの感染拡大だ。

「昨年4月、当社ではひがし茶屋街店のオープンを予定していましたが、県から緊急事態宣言が出され、いったん見合わせました。この店で企画していたのが、観光客にその場で手軽に食べていただけるパフェでした。そこで、これをベースに、地元の方が自宅

に持ち帰って食べてもらえるよう、ソフトクリームの代わりにババロアを使うなどしてリモデルしたのがテイクアウトパフェです。非常事態でしたから、考えるより行動をと思いトライしました」(村端社長)。

発売するとSNS等で評判が広まり、たちまち人気に火がついた。コロナ禍が思った以上に長引くと、村端社長はテイクアウトパフェが継続的なビジネスになると考え、ババロアの充てん機を導入し、冷蔵庫を増設するなど設備投資に踏み切った。

持ち帰り需要が急増すると、普段は本店バーラーで働くスタッフがパフェの製造をフォロー。知り合いの休業中の会社が社員を出向させてくれたことも増産の助けになった。「新事業がコロナ禍で経営の支えになった。何よりこれによって雇用を維持できたのがよかった」と村端社長は振り返る。

北陸新幹線で輸送 銀座でテスト販売

テイクアウトパフェの販路は東京にも拡大している。取っ掛かりとなったのはISICOが石川県のアンテナショップ「いしかわ百万石物語・江戸本店」で実施しているテストマーケティング事業への参加だった。同社では「パフェの日」である今年6月28日と29日に出店し、合わせて240個のパフェを完売した。

輸送には北陸新幹線を活用した。新幹線の魅力は午前の便に載せたパフェが午後には店頭で並ぶスピード感である。また、輸送時の振動が少なく、きれいに盛り付けたパフェの形を崩すことなく運べる点も大きなメリットだった。

「パフェの販路拡大だけでなく、コロナ禍で乗客が減少した北陸新幹線の活性化につながればと思い参加しました。輸送コストはそれほど高くないですし、他の洋菓子店さんにもぜひ活用してほしいと思いました」(村端社長)。

駅ナカの商業施設など 東京で新たな商機

その後、同社では8月16日から29日にはJR東京駅構内の商業施設「エキュート」でも北陸新幹線で



毎日輸送したパフェを販売。1日平均200個を売り上げた。

エキュートでの販売は、アンテナショップでのテストマーケティングの結果を高く評価したJALUX(東京)がフルーツむらはたに要請し、実現した。両社は従来から首都圏の百貨店でのギフト販売などで取引があり、これを機に連携をさらに強くしている。9月から12月にかけては、東京都立川市の百貨店「グランデュオ立川」でも各月1、2週間ずつ販売することが決定している。村端社長は今後もJALUXのネットワークを活用しながら、東京での販路拡大を目指す考えだ。

また、自社ですべてを製造、販売するのではなく、委託製造やフランチャイズ方式による事業拡大も検討中だ。もちろんその場合も、要となるフルーツは同社が見極め、供給する。

「フルーツをおいしく、楽しく食べてもらうためにパフェ事業をもっと伸ばしていきたい」と話す村端社長。金沢発のパフェの飛躍に期待が高まる。

東京・銀座にある石川県のアンテナショップでのテスト販売。金沢の人気店が初登場したとあってすぐに行列ができた。

今年3月に導入した移動販売車「パフェカー」は各地のイベントに引っ張りだこ。



(株)フルーツむらはた

金沢市武蔵町2-12 TEL. 076-233-1282

代表者 村端 一男

創業 1914年4月

資本金 3,000万円

従業員数 80名(パート含む)

事業内容 法人用フルーツギフトの販売、業務用フルーツの卸売、特選フルーツ・フルーツ加工品の販売、フルーツバーラーの運営、洋菓子の製造販売

<https://www.murahata.co.jp>

Supporting Women Entrepreneurs



ポップアップショップに出店した石田里美さん（左）とつるはらひとみさん（右）。写真中央は2人をサポートしたISICOの小塚真紀子コーディネーター。



女性起業家をISICOが全力サポート

ポップアップショップへお試し出店 開業後のイメージが一層リアルに

ISICOでは起業を志す女性や創業間もない女性をサポートするため、「いしかわ起業小町」のネーミングで支援事業を展開しています。その一環として今年度から定期開催しているポップアップショップについて、ISICOのコーディネーターや出店者の声を交えて紹介します。

風情ある金澤町家を カフェやサロンに

ポップアップショップは今年7月から毎月第2金・土曜（9月からは第2金・土・日曜）に、金沢市安江町にあるシェアスペース「Nigiwai Space新保屋」に設置しています。築150年の金澤町家を改修した新保屋は、和室や板の間、キッチンを備え、カフェやショップ、サロンなどをお試しで出店することが可能です。

「実際に出店して、メニューや価格を考え、販売や接客を経験することで、起業後の店舗運営について、よりリアルに想像してもらうのがこのポップアップショップの狙いです。また、起業のイメージが固まった女性には、出店時に必要となる手続きのことなど、より具体的な支援を行います」。そう話すのはISICOの小塚真紀子コーディネーターです。

毎回定員を上回る応募があり、起業を視野に入れている女性から高い関心が寄せられています。

オープン間もない店を 知ってもらうきっかけに

8月13日には2人の女性がポップアップショップに出店しました。そのうちの1人が今年2月にひがし茶屋街で町家カフェ「ほたる」をオープンしたばかりの石田里美さんです。同店は自家製の能登牛ローストビーフを使ったメニューが自慢で、当日はこのほかガパオライスや国産ローストビーフドックなどを販売。あいにくの天気でしたが、大勢のお客様が訪れ、予定していた数量を完売しました。

「起業から間もないこともあり、いろいろなアドバイスやヒントが得られるのではと思って出店しました。「今度は茶屋街のお店に行くよ」と声を掛けていただくなど、いろんな人に店を知ってもらうきっかけになり、出店してよかったと感じています」（石田さん）。

コロナ禍の中、ひがし茶屋街の店舗は売り上げが安定せず、新たにテイクアウト用のメニューを作る

など、試行錯誤が続いています。とはいえ、決して悲観しているわけではありません。「ポップアップショップでお客様からいただいた声やISICOの専門家のアドバイスを参考にどんなメニューが求められているのか、検討していきたい」。石田さんはそう話し、今回の出店を機に、一層店舗の魅力に磨きをかけようと意欲を燃やしています。

講座の開始に向け 受講者ニーズを把握

ポップアップショップに出店したもう1人はフリーランスのウェブマーケター「つるはらひとみ」さんです。この日は経営者らにInstagramでお店を宣伝するための方法をレクチャーする講座を開催。予定していた5回の講座(各回定員2人)がすべて事前予約で埋まる盛況ぶりでした。

つるはらさんは昨年11月に起業したばかりで、これまではウェブ広告の運用代行をメインで手がけてきました。今年10月からウェブが苦手な経営者や広報担当者向けにSNSを活用した集客法などについて教える講座を新たに開講する予定で、今回は認知度アップと講師としての経験を積むことを目的に出店しました。

つるはらさんは「皆さん、とても真剣に聞いてくれましたし、積極的に質問もしてくれて、思っていた以上に盛り上がりました。受講者のニーズも把握できたので、秋から開く講座の内容に反映していきたいです」と意気込んでいます。

終了後、受講者に手渡したショップカードに^{あめ}飴を添えたところ、とても喜ばれたとか。つるはらさんは「実はこれ、ISICOのコーディネーターさんの話をヒントにしました。気軽に参加できて、アドバイスももらえるのがいいですね」と笑顔を見せます。

1人で悩まず 協力しあって運営

ポップアップショップは引き続き、10月から12月に掛けても開催を予定しています。

「1人で店を出すとなると、事前の準備や集客などもすべて自分だけでやることになります。このポップアップショップではISICOと当日出店する女性が協力しあって進めますから心強いと思いますし、コストも

あまりかからないので、最初の一步にはぴったりだと思います」(小塚コーディネーター)。

ISICOではこのほか、女性の先輩起業家に気軽に相談できる小規模座談会など、起業を考える女性の疑問や不安の解消に向け、きめ細かなサポートを実施しています。自身のアイデアやスキルを生かして、夢を実現したい方はお気軽にご相談ください。



SNSやラジオでのPRが奏功し、当日は多くのお客様で賑わいました。

集客に向けたInstagramの活用についてレクチャーしたつるはらさん。



自家製の能登牛ローストビーフを使ったメニューなどを提供した石田さん。



前職で加賀友禅の製作に携わっていた石田さん。ショップでは友禅小物も販売しました。

【お問い合わせ】

ISICO産業振興部 新事業支援課

TEL.076-267-1145

E-mail: kigyokomachi@isico.or.jp

ポップアップショップ今後の開催予定

■ 日 程 / 10月8日(金)・9日(土)・10日(日)
11月12日(金)・13日(土)・14日(日)
12月10日(金)・11日(土)・12日(日)

■ 時 間 / 10:00~16:00

■ 場 所 / Nigiwai Space新保屋(金沢市安江町1-15)

【詳細と最新情報はこちら】 <https://kigyokomachi.com>



新事業や設備導入に取り組む事業者を支援

各種補助金の採択式を開催

ISICOでは8月から9月にかけて、今年度新たに創設した「新分野進出・事業転換支援事業費補助金」「デジタル化技術開発・設備導入支援事業」のほか、「いしかわ中小企業チャレンジ支援ファンド」「いしかわ次世代産業創造ファン

ド」、合わせて4つの補助金の採択決定通知書交付式を行いました。ISICO理事長である谷本正憲知事が通知書を手渡し、激励の言葉をかけました。また、それぞれ代表企業が決意表明し、知事に対し採択事業について説明しました。



創業について気軽に学べるイベント

「いしかわスタートアップステーション2021」開催

ISICOでは2018年より起業をテーマに、起業家、学生、企業、支援機関等が気軽に集える場を県内の支援機関が共同で創出し、創業機運のさらなる醸成を図るイベント「いしかわスタートアップステーション」を開催しています。今年度第1回目は9月16日にリアルとオンラインで実施しました。当日は(株)雪花の上町達也社長と石川樹脂工業(株)の石川勤専務を講師として招き、「新しいイノベーションへの一歩～オープンイノベーションの活用術～」と題し、基調講演(パネルディスカッション)を行いました。このほか、知財活用事例の紹介や関係機関による創業支援についても説明し、受講者は起業に関する理解を深めていました。



プロから撮影技術を学ぶ!

「お店で発信! iPhone/iPad 撮影講座」開催

ISICOは7月14日と8月4日に、ネットを活用して販路拡大に取り組む県内中小事業者を対象に、地場産業振興センターで「お店で発信! iPhone/iPad 撮影講座」を開催しました。当日はプロのカメラマンである(有)ホリ写真館の堀光治氏を講師として招き、SNSに投稿するための写真撮影のポイントや、無料のアプリを使った加工方法などを学び、実際に自社の商品を撮影する実習も行いました。



編集後記

こんにちは! 情報誌担当Mです。早いもので今年度も半分が終わりましたね。Facebook用に取材企業様の外観写真を撮ると、写る空のうらさきに秋を感じるこの頃です。巻頭特集のテーマはSDGs。3月にも一度特集しましたが、ここ最近ますます注目を集めていると感じます。今回の取材ではとさせられたのは、中山会計様の取材時に伺った「自社で行う活動も“持続可能”で“誰一人取り残さない。視点を持って考えている」という言葉です。実はこれ、SDGsの原則でもあるのですが、当たり前のようで、あまりじっくりと考えたことない視点ではないかなと感じました。トレンドであるテーマを取り入れることはもちろん大切ですが、一度じっくり取り組みを行う意味を考えるのも大事ですね。(M)

公式 Facebook をご覧ください。

今年度よりISICOフェイスブックで取材企業の簡単な紹介をしております。よろしければ皆様「いいね!」をお願いいたします。



<https://www.facebook.com/isico.dgnet>

※号の誌面制作に当たっては、マスクの着用など感染症対策を行った上で取材いたしました。取材対象者には、撮影時のみマスクを外していただき、その際も取材スタッフとの距離に十分配慮いたしました。



公益財団法人

石川県

産業創出支援機構 ISICO

Ishikawa Sunrise Industries Creation Organization

お問い合わせ

TEL. 076-267-1001

FAX. 076-268-4911

MAIL. info@isico.or.jp

〒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

<https://www.isico.or.jp/>

本文には見やすいユニバーサルデザインフォントを使用しています。