

ISICO PRESS



P.02 巻頭特集

次世代ファンド事業に採択された 最先端の取り組みを紹介

県とISICOが初の発表会を開催

P.04 第2特集

首都圏での販路拡大をISICOがサポート
東京国際ギフト・ショーに出展
(株)リクラ／桂記章(株)／奥田染色(株)

P.08 チャンスをつかみミライをひらく

(株)明月堂／(株)旭ウエルテック

P.12

TOPICS

「東京国際ギフト・ショー秋2022」に出展したISICOのブース。県内企業28社がパイヤーに商品売り込んだ。詳しくは第2特集をご覧ください。【表紙撮影／黒川博司】

特集

次世代ファンド事業に採択された 最先端の取り組みを紹介

県とISICOが初の発表会を開催



石川県とISICOは10月7日、いしかわ次世代産業創造ファンド助成事業に採択された企業の取り組み発表会を、金沢市の県地場産業振興センターで開き、5社が新事業計画を、1社が成功事例を発表した。

初開催となった発表会には、企業や大学、金融機関などの関係者約80人が参加し、石川から世界を目指す最先端の取り組みに耳を傾けた。冒頭、馳浩知事が「発表会で各企業の取り組みが知られることで、ファンドが“生きた投資”につながっていく」とあいさつし、田中新太郎ISICO理事長が全国最大規模となる総額300億円のファンドの運用益を活用した助成事業などについて説明した。

ここでは、成功事例として過去に採択された企業1社の発表内容と今年度の採択企業19社の中から5社の取り組みを紹介する。

次世代 ファンド 事業 成功 事例 Successful Case

サンコロナ小田(株) (本店/小松市)

炭素繊維をシート状にし、複雑形状の量産加工を可能に

サンコロナ小田は、従来の炭素繊維複合材料では不可能だった複雑な形状への加工と高強度を同時に実現し、量産化に成功した「フレックスカーボン(プレス成形用シート)」を紹介した。

2012年から開発を始めたこの製品は、炭素繊維を20層もの積層構造にすることで作られている。従来品とは違い、素材が金型内で流動的に密着するため、形状の自由度が高く、全方位からかかる力に強い。シート状の素材なのでプレス加工でき、大量生産が可能になった。大手スポーツメーカーが陸上競技用シューズのソール(靴底)として採用。金属製のスパイクピンの代わりにフレックスカーボンでハニカム構造のソールを成形し、100m走では0.048秒のタイムを短縮でき

るという。現在、短中長距離用のシューズを量産しており、東京五輪でもアスリートが使用した。

また、医療従事者用に作られたアシストスーツをフレックスカーボンで製作し、耐久性の向上と軽量化を図ることで、工場作業の負担を軽減するスーツとして改良した。すねとももに体重を分散することで体幹が安定し、足・腰・膝の負担を軽減する。

今後は、構造解析で特性を明らかにし、顧客が求める性能に近づけ、より安定したもののづくりを推進する。さらに、移動体、EVなどパーソナルモビリティの素材としてマーケットを広げていく考えだ。

取締役
小田 宗一郎



カジレーネ(株) (かほく市)**老朽化したマンホールを
炭素繊維の補強材で再生へ**

炭素繊維の研究に10年前から取り組んでいるカジレーネは、腐食・老朽化したマンホールの内側に炭素繊維グリッド(網状の補強材)を設置することで、新設のマンホールと同等の性能を取り戻す「ジグボード工法」の確立に挑戦している。

従来の炭素繊維グリッドは硬く、施工時に折れ曲がる可能性があったが、引っ張り強度や弾性率、柔軟性、施工性を兼ね備えた「炭素サイジング糸(炭素をコーティングした糸)」によって欠点を解消する。

対象となるマンホールは全国で15,000基以上あり、2028年度に約1億円の売り上げを目標に掲げている。

イノベーション事業戦略室室長
遠藤 隆平

**(株)福光屋 (金沢市)****穀物で作ったヨーグルトで
血糖値やコレステロールの抑制を**

創業390年を超える老舗酒造メーカーの福光屋では、植物性ヨーグルトの市場拡大を受け、米などの穀物原料を乳酸菌で発酵させた「ヘルスケア穀物ヨーグルト」の開発に取り組んでいる。

穀物を使うメリットとしては、アレルギーが少ないことや食物繊維、ビタミンが豊富であることが挙げられる。また、例えば高アミロース米には血糖値の上昇を抑える効果、六条大麦には血中コレステロールを低下させる作用がある。発酵を促す微生物は、石川県立大学から提供を受けた。2029年度に売上高1億6,000万円、40万本の販売を目標とする。

取締役 相談役
松井 圭三

**(株)白山 (金沢市)****排熱を電源として有効活用し、
工場のIoT化で業務改善を進める**

カーボンニュートラルの実現に向けて、白山では、利用率の低かった少量の排熱を有効利用する技術の確立に向け、同社の高性能環境調和型「熱電変換モジュール」を用い、「IoT向け独立電源システム」を構築する。

具体的には、工場の排熱を電気に変換し、IoTセンサーの電源に利用する。このセンサーから得られるデータによって、工場のエネルギー使用効率を可視化し、業務改善につなげていく。

将来的には、排熱を用いた熱電発電ユニットを製造し、高効率電圧変換と蓄電システムの実証実験を協力企業の工場で行なっていく。

R&D本部長
内田 健太郎

**(株)AQUONIA (金沢市)****世界的な水不足に対応するため
カスタマイズしやすい水処理システムを構築**

2050年には約40億人が水不足によって生活に支障を来すと考えられている。その解決のためにAQUONIAは、センサーやポンプ、フィルターといったハードウェアと、データベースや制御系のソフトウェアを組み合わせた水処理システムを開発する。

具体例の一つは、洗濯機の水循環装置で、これにより使用水量が90%も減り、マイクロプラスチックや洗剤使用量も削減できる。硬水や軟水といった国によって異なる飲み水の成分調整などにも応用できる。

この水処理システムは、AIによる自動化と部材の標準化、モジュール化によって、簡単に安価でカスタマイズできるようにする。

マネージャー
吉村 大希

**箔一産業(株) (金沢市)****金箔から透けて見える光を
自由自在にコントロール**

金箔を活用した工芸品や食品、化粧品などの事業を展開する箔一産業。今回、東京大学先端科学技術研究センターと共同で、金箔と光の新しい表現の開拓に取り組む。

金箔と光について研究開発するきっかけは、今年、同社が製作に携わった高野山の宿坊アート「月輪」の評判が良かったことだ。

研究では、金箔の青白い透過光を自由な色に変えられるようにし、光に動きを持たせ、アート作品へと昇華させていく。そのために、配合や厚み、貼り方など金箔の製造工程も見直し、金箔に肉眼では見えないほどのメッシュ加工を施した上で、光をコントロールする。

技術開発部部长
吉田 昭二



会場には、今年度採択を受けた19社と成功事例1社のパネル展示が行われ、企業や大学、金融機関などの担当者が熱心に取り組み内容の説明を聞いた。



採択企業を代表して福光屋(金沢市)の福光松太郎社長が事業の成功に向けて決意表明した。



Tokyo International Gift Show

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7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2022」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28社が出展し、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、出展企業3社の取り組みのほか、展示会の集客に向けたノウハウを紹介する。

01

使い切れなかったろうそくを再利用 擦って着火するアロマキャンドルに

(株)リクラ 金沢市広岡3-1-1 パークビル9F TEL. 076-231-1238 <https://recra.jp>

- 代表者／西河 誠人 ● 設立／2018年10月 ● 資本金／2,500万円 ● 従業員数／2名
- 事業内容／アップサイクル商品の企画、開発、販売

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2,000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、会場のあちこちで活発な商談が交わされた。

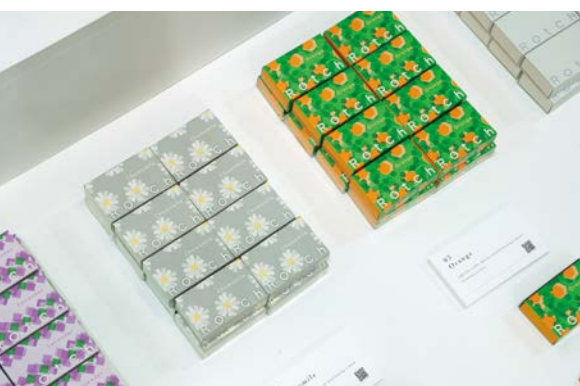
ISICOでは2006年度から毎年、新商品を首都圏でPRしたい県内中小企業を募って、ギフト・ショーに出展。一つのブース

の中に、複数の企業紹介コーナーを設ける合同出展形式で販路開拓を後押ししている。

今回のISICOブースでは9社が初出展だった。そのうちのひとつがリクラである。同社は「捨てずに、素敵に Re:craft(リクラフト)」をコンセプトに掲げて2018年に創業。捨てられるものをアイデアやデザインの力で価値のある素敵なものに生まれ変わらせる事業を手掛けている。

同社がギフト・ショーでPRしたのが、今年1月に発売した「Rotch(ロッチ)」である。Rotchはマッチのように箱の側面に擦るだけで火がつくアロマキャンドルだ。ポップなデザインのパッケージはマッチ箱と同様のサイズで、マッチと同じく、ろうそくの頭に塗った薬品が摩擦熱

マッチのように擦って火をつけるアロマキャンドル「Rotch」。冠婚葬祭で使い切れずに残ったろうそくをアップサイクルした。



で燃えることで火がつく。

冠婚葬祭で最後まで使い切れずに残ってしまったろうそくを再利用しており、使いやすいように約30分で燃え尽きるサイズとなっている。

OEMや卸値の問い合わせが多数 販路拡大に確かな手応え

Rotchは今年1月に金沢21世紀美術館のミュージアムショップで発売し、現在は自社のネットショップでも販売する。売れ行きは好調だが、もっと多くの人に知ってもらい、販路を広げようとギフト・ショーへの出展を決めた。

カラフルでかわいらしいパッケージが目を引き、会期中はたくさんの来場者が同社の展示の前で足を止めた。会場内は火気厳禁とあって、実際に火をつけることはできなかったが、着火する様子を動画で紹介した。

「皆さん驚いてくれて、特に女性から人気を集めた。

卸値を確認する人が多く、パッケージや香りを変えたOEMについてもたくさんの問い合わせが寄せられた。今後、条件をすり合わせるなど商談を進めていきたい」。西河誠人社長はそう話し、今後の販路拡大に期待を寄せる。

ギフト・ショーで紹介されている商品をプロダクトデザイナーらが審査するLIFE×DESIGNアワードで、Rotchがベストコンセプト賞に選ばれたことも自信につながった。

Rotchは現在、ラベンダー、カモミール、オレンジと3種類の香りをラインアップし、インスタグラムで募集した意見をもとに、今秋にはキンモクセイの香りを追加するほか、無香料のものも商品化する予定だ。

西河社長はギフト・ショーを足がかりに、新たな販売ルート確立に手応えを感じており、「これからも捨てられるもの、捨てられずに眠っているものを活用して、ほかの誰かが必要とするものを作っていきたい」と新商品開発にも一層力を入れる考えだ。



「休憩も取れないほど慌ただしい3日間だった。この後しっかり商談を進めたい」と話すリクラの西河誠人社長。

人気の純銅製焼肉プレート ノベルティ用に名入れを可能に

桂記章(株) 金沢市ニツ寺町ハ30-14 TEL. 076-268-1611 <https://katsurakisyo.com>

- 代表者／澤田 幸宏 ● 設立／1966年3月 ● 資本金／4,200万円 ● 従業員数／55名
- 事業内容／非鉄金属加工、メダル・バッジ等の製造

均一に熱が入るため 料理がおいしく

桂記章が売り込んだのは、ソロキャンプ愛好者向けの純銅製焼肉プレートである。

銅は鉄などに比べて熱伝導率が高く、抗菌作用があり、錆びにくいのが特徴だ。均等に熱が伝わり、食材にまんべんなく熱が入るため、おいしく仕上がり、焦げ付きにくい。プロの料理人が銅製の調理器具を愛用するのこうした特性があるからだ。

同社ではB5サイズ、B6サイズのほか、メスティン(アルミ製の飯ごう)の下に敷いて使えるサイズの焼肉プレートを展開。焼肉やステーキはもちろん、ご飯や煮込み料理の調理にも重宝する。高級感のある銀めっき仕様もラインアップした。

さらに、ギフト・ショーに向け、ノベルティや記念品としてのニーズを取り込もうと、126×126ミリの小型プレートに、会社のロゴや好きな絵柄などを純銀で加飾する新商品を開発した。加飾には加賀象嵌(ぞうがん)にヒ

ントを得た「KENBI(けんび)」というオリジナル技法を用いている。

同社の澤田幸宏社長は「純銅製の焼肉プレートを作っているのは当社だけ。キャンプブームもあって、ギフト・ショーでも大きな反響をいただいており、調理器具以外のキャンプ用品の製造についても相談が寄せられた」と笑顔を見せる。

新型コロナで注文が激減 伸びるキャンプ市場に活路

スポーツイベント用のメダルや土産用のキーホルダーなどを主力としてきた同社が、焼肉プレートの開発に乗り出したのは、新型コロナの影響でそれらの需要が激減したためだ。

業績が悪化し、焦燥感に駆られる中、澤田社長が



従来の純銅製焼肉プレートに加え、記念品などのニーズを狙い、企業のロゴなどを加飾できる商品をPRした。

02



自らソロキャンプに出掛けてニーズを探り、純銅製焼肉プレートを開発した桂記章の澤田幸宏社長。

注目したのが、コロナ禍でも伸びていたキャンプ市場だった。もともとアウトドア好きだった澤田社長は休日にソロキャンプに出掛け、ニーズを探った。そしてたどり着いたのが焼肉プレートだった。

市場に出回っているのは鉄製ばかりだったが、同社が製造するメダルなどの中身は銅であり、材料の入手ルートが確立している上、調理器具として優れた特性を持つことから、純銅製焼肉プレートの開発に着手した。昨年夏に、クラウドファンディングサイト「Makuake（マクアケ）」で実施した先行販売では、約1,400件の注文があり、2カ月で約550万円を売り上げた。

焼肉プレートの好評を受け、現在はフライパンやホットサンドメーカーといった銅製調理器具を開発中で、澤田社長は「これからは銅製のキャンプグッズを拡大したい。銅製というニッチな分野ならば、大手キャンプ用品メーカーにも勝てる」と力を込める。

今年に入り、スポーツイベントも再開され、売り上げはコロナ前の約8割に回復した。「強いものじゃなく、環境に適應できた会社が残る。これからもお客さんにほしいと言わせるものを作りたい」。澤田社長はそう話し、ギフト・ショーで得られた声を参考に今日も知恵を絞っている。

03

珪藻土のペーパータオルボックス 加賀友禅の技法で鮮やかに彩色

奥田染色(株) 金沢市専光寺町ニ181-3 TEL. 076- 267-3711 <https://akaneya-web.com>

- 代表者／奥田 勝将 ● 創業／1905年2月 ● 資本金／1,000万円 ● 従業員数／10名
- 事業内容／加賀友禅、旗・幕・のぼり・のれんなどの製造販売、インテリア塗装

暮らしに彩りを添え 飛び散る水滴を吸水

加賀友禅や各種染色加工品を製造する奥田染色は、珪藻土ペーパータオルボックス「吸(SUI)」をギフト・ショーでお披露目した。上ぶたが珪藻土でできており、加賀友禅の技法で色とりどりの文様を彩色した。珪藻土は吸水性や速乾性に優れ、濡れた手でペーパータオルを取った際に飛び散る水滴をきれいに吸い取ってくれる。本体には調湿性、防臭性が高く、着物を収納するたんすにも使われる桐を採用した。

サニタリーや寝室に加賀友禅の彩りを取り入れてもらおうと開発した珪藻土ペーパータオルボックス「吸(SUI)」。



上ぶたの加賀友禅は、糊置きや彩色に型を使う型染めの技法を用いている。和装の文様には、例えば牡丹(ぼたん)ならば美や富貴、菖蒲(しょうぶ)には魔除けなどの意味があり、これらを組み合わせて2種類をデザインした。

上ぶたの裏側にアロマオイルを垂らせば、アロマストーンとしての役割も果たす。ティッシュケ

ースボックスとしても使える。

同社の北村和子取締役プロダクトマネージャーはこの商品を企画した狙いについて、「着物離れの時代と言われるが、インテリアや雑貨に興味のある30代、40代の女性に生活に取り入れてもらい、加賀友禅を知ってもらうきっかけになれば」と話す。

環境に優しく、衛生的 通販会社や呉服店から注目

加賀友禅と珪藻土という異色の組み合わせは、数年前に建材メーカーから珪藻土のバスマットに染色をできないかと注文を受けたことから始まった。同社ではこれまで、織物だけでなく木材や和紙といった天然素材を染色した経験があり、半年間の試行錯誤の上、珪藻土に適した糊や染料を独自に開発した。インクジェット印刷で絵柄を施した既存品と違い、水を弾かず、珪藻土の機能性を損なわずに染色できるのが特長だ。

その後、珪藻土を使った自社オリジナル商品として企画したのがペーパータオルボックスである。コロナ禍の中でペーパータオルの使用頻度が高まっているが、多くの収納ボックスはプラスチック製で、水滴が溜まっ

たまになっっている。そんな状態を目にした北村取締役が、もっと環境に優しく、衛生的なものができればと構想を練り、バスマット開発で培ったノウハウを生かして製造した。開発にはISICOのいしかわ中小企業チャレンジ支援ファンドの助成金を活用した。

同社がギフト・ショーへ出展するのは、およそ10年ぶりだ。「出展前の準備から、アフターフォローのやり方

で細かく教えてもらえた。単独で出展するよりも費用も安くて助かった」と話す北村取締役。3日間を通じて、通販会社や呉服店などから新たな商材として注目を集め、確かな手応えを感じた。「来場者から寄せられた意見を踏まえてパッケージなどを検討したい」と話し、12月の発売を見据え、着々と準備を進めている。



「若い世代に加賀友禅を知ってもらうきっかけになれば」と話す奥田染色の北村和子取締役プロダクトマネージャー。

INTERVIEW

スタッフの“待ち方”を変え 来場者が集まる展示ブースに

会期中、大勢の来場者でにぎわったISICOブースは、展示会ブースデザインで多くの実績を誇るSUPER PENGUIN(株)(東京都)が手掛けた。同社の代表で、展示会プロデューサーを務める竹村尚久さんに集客やディスプレイのこつなどを聞いた。



竹村 尚久さん

SUPER PENGUIN(株)
代表取締役/CEO
展示会プロデューサー/
デザイナー

今回のISICOブースは出展企業14社ずつが、中央に配置したカウンターテーブルをばさんで向き合うレイアウトにしました。つまり、出展企業は来場者が行き来する通路に背を向けているわけです。

なぜ、そんなふうにしたのか。鍵は来場者の心理にあります。出展企業のスタッフが展示台の横に立ち、待ち構えている状況では、来場者は近寄りにくくなります。そこで出展企業の皆さんには、中央のカウンターテーブルで待機してくださいと事前に伝えました。こうすると展示台の前が空くので来場者が立ち寄りやすくなるのです。

また、展示台の下引き出しにはメイン商材以外の商品などを雑多に入れてもらいま

した。あれこれ見てもらって、バイヤーの滞在時間を伸ばし、にぎわいを生み出すのが狙いです。

商品の価値が伝わる展示を 反応が悪ければ入れ替えも

商品をディスプレイする上で大事なのは、どんな商品で、どんな価値があるのか、ぱっと見て伝わることです。バイヤーに自社の店舗に置いて売れるかどうかを見極めてもらうのが、展示会に出展する目的です。ただで伝えることが難しければ、ちゃんと説明しなければいけません。もちろん、見栄えも重要です。商品がよりよく見えるように、背景に色を付けたり、利用シーンをイメージさせるような写真を置いたりしてもいいでしょう。

バイヤーに紹介したときの感触が悪ければ、会期の途中で展示する商品を替えるのも一つの手です。今回のギフト・ショーでも価格の割に価値が伝わりにくい商品があったため、展示替えをした例がありました。時間は限られていますから、有効に使いましょう。

どんな店舗で販売したいか 目標を決めて開発、出展を

今年6月には出展企業各社と1時間ずつ面談しました。何がPRポイントなのか、どんな店舗に置きたいのかを伺い、ディスプレイやブース内に表示するキャッチコピーを検討するためです。このとき多く耳にしたのが「ターゲットとなる店舗が分からない」という声でした。

展示会で成果を挙げるためには、目標を明確にしておくことが大切です。自社の商品を置いてほしい店舗にターゲットを定めて足を運び、店内をよく観察してどのような商品が扱っているか把握した上で、自社の技術を生かして製造する、いわゆるマーケットインの手法で開発を進めましょう。

今の世の中はものがあふれていて、作れば売れるわけではありません。どんな店舗に扱ってほしいか、どんな暮らしをしている人に使ってほしいか、商品の魅力だけでなく、そこまでしっかりと説明できればバイヤーにも必ず響くと思います。



チャンスをつかみ ミライをひらく

①県産米粉を使った「まるごとりんごのバームクーヘン」。ギフト用としてまとまった数の注文が入ることも多い。

②好みの菓子を詰め合わせて贈る際は、ツキトワのキービジュアルを描いたギフトボックスが活躍する。

③「40年の積み重ねは財産。古き良きところは守りつつ、変えるべきところは変えていきたい」と話す竹田隼人社長と妻の由香さん。



CASE

01

(株)明月堂

卸売り依存から脱却し、小売り強化へ 県産素材の菓子を開発、店舗も新装

菓子製造販売の明月堂では、石川県とISICOが主催する新商品開発支援事業「Session石川」への参加をきっかけに、今年9月、県産米粉を使ったバームクーヘンを商品化した。3月には小松市内の自社工場前にショップ兼カフェをリニューアルオープン。従来の卸売りに加え、小売りを新たな柱に育てようと奮闘を続けている。

博覧会から出店オファー 店舗販売は4倍以上に

明月堂が新たに開発したのは、小麦粉の代わりに県産米粉を使ったバームクーヘンだ。現在、シロップに漬け込んだりんごが入った「まるごとりんごのバームクーヘン」と、外側をサクッと香ばしく、内側をしっとり焼き上げた「しっかりバーム」の2種類をラインアップしている。

今年9月には、松坂屋名古屋店で開催された「バウムクーヘン博覧会」に初参加した。この博覧会は全国から165ブランド280種類以上のご当地バームクーヘンを集めた販売イベントだ。同社は「まるごとりんごのバームクーヘン」を出品し、予定数量を完売。博覧会を運営し、バームクーヘンの老舗であるユー

ハイム(神戸市)の担当者からは「りんごを使った米粉のバームクーヘンはほとんどなく、差別化につながった」と高評価を得た。

10月に東武百貨店池袋店で開かれる博覧会にも出店オファーを受け、倍の数量を持ち込むほか、11月に京王百貨店新宿店で開催される博覧会では単独のブランドブースが設けられる予定だ。竹田隼人社長と妻の由香さんは「認知度を高める絶好の機会」と腕まくりする。

およそ半年前にリニューアルオープンした店舗「baum shop & cafe ツキトワ」も、地元局のテレビ番組に取り上げられるなど話題を呼んでいる。SNSのフォロワー数は3倍近くに伸び、店舗での売り上げは、前年同期に比べて4.3倍に増加した。リピーターも着実に増えている。

廃業危機を乗り越えようと 新商品開発支援事業に参加

前向きなチャレンジが続く明月堂だが、実は少し前までは廃業の危機に直面していた。

そもそも同社の売り上げのほとんどは、バームクーヘンやカステラなど、結婚式や法事の際に用いられる引き菓子の卸販売によるものだった。しかし、少子化に伴う結婚式の減少、あるいは規模の縮小によって、売り上げは右肩下がりにになっていた。さらにコロナ禍が追い打ちを掛け、2020年4月中旬からしばらくは注文がぱったりとやみ、人員整理も余儀なくされた。経営陣の中には廃業やむなしの声も挙がったが、国や県からさまざまな支援策が打ち出されたこともあり、もうしばらく頑張ってみようという話になった。

再起に向けた課題の一つが、卸売りに依存した経営体質からの脱却である。その足がかりになればと2020年秋に竹田夫妻が参加したのが、県とISICOが主催する新商品開発支援事業「Session石川」だった。Session石川は、下請け企業とタッグを組み斬新なヒット商品を連発するセメントプロデュースデザイン(大阪市)の金谷勉社長を講師に招き、新商品のアイデアを練り上げていく全7回の講座だ。

「毎回たくさんの課題に取り組み大変だったが、他社の商品を分析し、自社の強みを見つめ直すいい機会になった。学んだ内容はその後の開発に役立っている」と竹田夫妻は声をそろえる。

ラインアップ拡充へ 異業種の事業者と連携

竹田夫妻がSession石川を通じて打ち出した企画は、地元食材を活用する「じわもんシリーズ」だ。40年以上にわたって作り続け、味に自信のあるバームクーヘンに、付加価値と独自性をプラスし、地域の魅力とともにアピールするのが狙いだ。

その第一弾として商品化したのが、県産米粉を使ったバームクーヘンである。さっぱりとした味わいで、日本の農業を守り、食料自給率アップにも貢献する。今後も県産高級ブドウ「ルビーロマン」、能登町のブルーベリー、金沢市や能美市のユズなどを活用しながら、商品ラインアップを拡充していく予定だ。



また、店舗では贈り物として購入する客が多いことから、オリジナルの九谷焼マグカップの中に、明月堂の菓子やコーヒーのドリップバッグを詰め合わせたギフト商品も企画中である。

視野を広げ、自社にある技術や商材だけでなく、九谷焼の窯元など異業種の事業者と連携して商品を企画する手法もSession石川で得た学びの一つだ。

小売りの比率が20%に もっと人が集まる工夫を

現在、小売り部門の売り上げは全体の20%を占めるまでになった。将来的にはECサイトによる販売も強化し、小売りの比率を30～40%にまで引き上げたい考えだ。新たな柱ができたおかげで、受注減を怖れずに卸価格の値上げに踏み切れたことも収穫だった。

試作品を並べ、消費者の反応をすぐに見られる点も自社店舗を持つメリットだ。「お見舞いでいただいた菓子がおいしかったので、快気祝いは必ずこちらの店で買いたくて」など、うれしい言葉を掛けられ、モチベーションが上がることも多い。

店名であり、ブランド名である「ツキトワ」には「明月堂の菓子を中心に人の輪を広げたい」との思いが込められている。「そのために、例えば店でイベントを開催するなどして、もっと多くの地域住民が集まる店にしていきたい」と話す竹田社長。新たなステージでの飛躍に期待したい。

④工場前にあった旧店舗を大幅にリニューアルした「baum shop & cafe ツキトワ」。

⑤ハロウィーンの飾り付けをした店内。奥にはカフェスペースも設けられている。

(株)明月堂

小松市長崎町1-85 TEL. 0761-24-3178

代表者 竹田 隼人
創 業 1979年
資本金 1,000万円
従業員数 10名
事業内容 菓子の製造販売

<https://www.meigetsudo.com>

Session石川の講師を務める金谷勉社長(写真右から2人目)が、明月堂の工場を視察した。



チャンスをつかみ
ミライをひらく

①事業再構築補助金を活用して導入した3次元レーザー切断機。長尺の金属パイプやL字鋼を切断し、穴開け加工を施す。

②レーザーは熱による変形が少なく、薄板を高い精度で切断できるのが特長だ。



CASE

02

(株)旭ウエルテック

半導体製造装置向けの溶接構造部品を受注 対応力強化へ、3次元レーザー切断機を導入

溶接、機械加工を手掛ける旭ウエルテックは、ISICOの受注開拓支援を受け、従来の石川・富山にとどまらず、全国各地の企業から注文を獲得している。半導体製造装置向けの部品など、新たなニーズに応えるため、中小企業庁の「事業再構築補助金」を活用して設備も増強。2022年7月期は過去最高の売上高を達成した。

手のひらサイズから、 長尺部品まで幅広く加工

旭ウエルテックは材料の調達から切断、溶接、機械加工までを自社で一貫生産できるのが強みだ。主に工作機械や食品製造用などの産業機械に使われる精密溶接構造部品を製造している。鉄はもちろん、アルミやステンレスの加工にも対応する。

ここ数年は、中小企業庁の「ものづくり補助金」を活用して、五面加工機や横型マシンングセンタを導入。手のひらに乗るくらいの小さな部品から、長さ4メートルの長尺部品ま

で、幅広いサイズの加工に対応できる体制を整えた。

なお、ものづくり補助金の申請にあたっては、ISICOが事業計画の策定などを支援した。

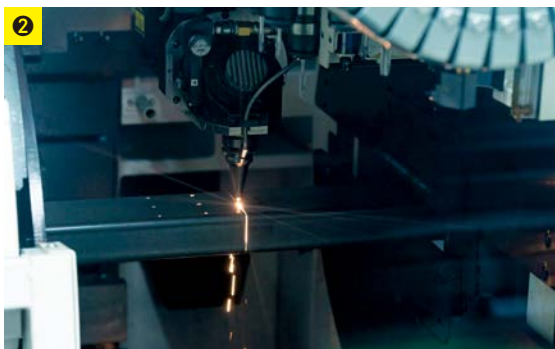
これほど幅広いサイズの溶接構造部品を一貫生産できる企業は全国的にも貴重な存在だが、コロナ禍には苦しめられた。ひどい月には前期比の5割近くまで売り上げが低下。こうした状況を何とか打開しようと考えた山田裕樹社長は、これまで営業エリアとしていた石川・富山だけでなく、全国から受注を呼び込もうと、営業活動を展開した。

県外での取引先開拓を ISICOがサポート

営業活動において助けとなったのがISICOの受



新たな取引先を開拓して全国から受注を取り込み、会社を再び成長軌道に乗せた山田裕樹社長。



注開拓支援である。ISICOでは、県内中小企業の安定的な受注確保と将来有望な分野への進出を後押しするため、県外発注企業に対する取引あっせん活動に取り組んでいる。企業訪問数は例年、延べ600社を超え、その中から、県内中小企業が保有する技術や設備とマッチしそうな発注企業を紹介するのだ。

「新規の取引先を開拓する際には、企業の中で当社の技術を必要としている担当者にたどり着くことが重要だが、企業の規模が大きくなるほど、それが難しくなる。その点、ISICOのスタッフは発注企業をよく分かっていて、最適の担当者と商談の機会を作ってくれて本当に助かった。担当者に直接、自社の強みなどをアピールできるので、商談が成約する確率も高かった」と山田社長は振り返る。

営業活動が実り、同社ではここ2年で、半導体製造装置や搬送装置のメーカーなどから受注を獲得。既存の取引先からの受注も徐々に回復しており、2022年7月期にはコロナ前の業績を上回る過去最高の売上高を記録した。

新分野の受注拡大目指し 事業再構築補助金を活用

とはいえ、県外発注企業からの受注が増えてくると別の問題が持ち上がった。

半導体製造装置や搬送装置には金属パイプのほか、L字型やコの字型の鋼材が数多く用いられる。こうした鋼材は、同社が持っている既存の設備でも切断や穴開け加工、ねじ切り加工が可能だが、板材の加工と違い生産性が悪かった。時間がかかるため、他品目の製造に影響が出ることもあった。県内に専用の加工設備を持っている企業はわずかで、特に短納期が求められる半導体製造装置向けの部品は、外注するのも難しかった。

問題を解決するため、同社は今年6月、事業再構築補助金を活用して3次元レーザー切断機を導入した。補助金の申請にあたっては、ISICOが事業計画

の策定をサポートした。

この3次元レーザー切断機は、長尺の金属パイプやL字鋼などを加工するための専用機で、切断はもちろん、穴開け加工やねじ切り加工も一台でこなす優れたものだ。従来、同社で使っていた切断機に比べると精度が高いため、溶接時の微調整なども不要になり、工数削減が期待できる。

「レーザー切断機は薄くて軽量の素材を切るのに適している。しかも、板材だけでなく、立体的な素材をいろんな形に切ることができる。こうした特長をフルに使いこなして、より多くの注文に対応していきたい」と山田社長は話す。

優秀な人材を獲得するため テレワーク可能な体制づくり

事業再構築補助金を申請する際、同社では、テレワークによってCAD/CAMを使った加工プログラムを製作するための体制づくりも事業計画に盛り込んだ。現在、事務所の一角で行っている業務を自宅で行えるようにし、働く場所や時間の制限を取り払うことで、子育て中の技術者や県外の優秀な人材を獲得するのが狙いだ。

実現に向け、今後必要となるのが、社内システムのクラウド化だ。このシステムは山田社長自身が開発し、受注管理や進捗管理をはじめ、ノウハウ情報の共有に役立て、生産性や技術力の向上につなげている。今は社内のタッチパネル式モニターやタブレット端末からしかアクセスできないが、クラウド化し、加工プログラムの製作時に、社外からも過去の生産情報などを参照できるようにする。

石川・富山以外からの受注は順調に増え、全体の3～4割を占めるまでになってきた。工場が手狭になってきたため、3年後をめどに、近隣で拡張される工業団地に社屋と工場を新築移転する計画だ。「溶接、機械加工を中心にもっとお客様の役に立てる仕事をしたい」。山田社長はそう話し、新たな強みを生かし、全国の需要をさらに開拓する考えだ。

(株)旭ウエルテック

白山市中新保町1 TEL. 076-275-6663

代表者 山田 裕樹

創業 1987年7月

資本金 1,000万円

従業員数 37名

事業内容 社内一貫生産による溶接構造部品の製作

<https://asahiweld.com>



③ベース(土台)やブラケット(部品接合用金具)、支柱など、半導体製造装置や搬送装置向けの製品の受注を新たに獲得した。

④工場内に設置されたタッチパネル式モニター。進捗状況はもちろん、過去の生産情報や技術ノウハウも閲覧できる。

より見やすく、欲しい情報にたどり着く

ISICOホームページをリニューアル

ISICOは10月19日にホームページをリニューアルしました。

基本的な構成は変えないまま、新着情報のカテゴリー別表示や、事業者を見やすく配置するなど、閲覧者にとってより分かりやすく、目的の情報にたどり着きやすいようにデザインを変更しました。

県内企業情報やビジネスに関するイベント・公募情報をご自身で投稿できる「DGnet(デジネット)会員」も引き続き募集中です。

ぜひISICOホームページをご活用ください!

「DGnet」会員登録についての詳細はこちら ▶ <https://www.isico.or.jp/site/member/about-member.html>



リーダーとしてあるべき姿を学ぶ

「リーダーのためのモチベーション マネジメントセミナー」開催

ISICOは9月30日と10月14日に、人材マネジメント塾「リーダーのためのモチベーションマネジメントセミナー」を県地場産業振興センターで開催しました。

講師に日本人財コンサルティング合同会社(東京都)の大貫裕史代表を招き、部下のモチベーションを上げるにはどうすればいいのか、リーダーとしてどういう行動を取るべきかを学びました。

全2回を通して県内中小企業の経営者や人事担当者ら約30名が参加し、講師との意見交換や質問を交えながら、理解を深めました。



経営課題解決に向けて専門人材とマッチング

「経験値活用型サポート 人材交流会」開催

ISICOと中部経済産業局では2019年度より、経営課題を抱える中小企業が、特定の課題に長けた人材の知恵やアイデアを活用し、解決を図る「経験値活用型サポート人材交流会」を開催しています。

4回目となる今年は、10月6日に県地場産業振興センターで開催し、県内企業12社と専門人材39名が参加しました。参加企業は自社の課題解決に向け、2~6名の専門人材と面談し、うち数社が2次面談に進みました。



編集後記

第2特集では東京インターナショナル・ギフト・ショーを取り上げました。情報誌でギフト・ショーを現地取材するのは何と約10年ぶり! 私にとっても情報誌担当となつてから初めての県外取材、初めてのギフト・ショーと、非常に楽しく勉強になる出張でした。

驚いたのはISICOブースのにぎわい! スペースが広いことに加え、SUPER PENGUIN様がデザインした白を基調とした明るいブースが目を引き、来場者がひっきりなしに訪れていました。今回は誌面の都合上、全ての出展企業を取り上げることはできませんでしたが、どの商品も企業様の想いが詰まった素敵な商品ばかりでした。今年度の出展企業はISICOホームページでご覧いただけます♪ (M)

公式 Facebook をご覧ください。

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>



※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。

