

# ISICO PRESS



P.02 巻頭特集

## 現状維持から脱却せよ 事業を飛躍させる 変革のメソッド

(株)サンエー精機 / (株)クラモト水業

P.06 フロム・ユーザーズ

三幸食品(株)

P.08 One Step

(有)粟津屋 / 小山箸店

P.10 Zoom up Supporter

石川県立大学  
産学官連携学術交流センター

P.12

TOPICS

かほく市にあるサンエー精機の工場。デジタルとアナログの手法を組み合わせ、生産効率をアップさせている。詳しくは巻頭特集をご覧ください。

【表紙撮影 / 黒川博司】

# 現状維持から脱却せよ

激動の時代を生き抜くには、変化を恐れず挑戦する勇気が必要だ。今回の巻頭特集では、デジタルとアナログを融合させ、独自のアプローチで生産性を向上させた企業や海外へと販路を伸ばし事業を飛躍させた2社を紹介。その変革のメソッドから、現状を打ち破るヒントを探った。



## デジタルとアナログを融合 現場目線取り入れ効率化

写真左) デジタルとアナログ、それぞれのメリットを生かしながら経営改革に取り組む山本社長。

写真右) 各工程の作業の前後に指示書の二次元コードを読み込むと、生産管理システムにその状況が反映される。

### (株) サンエー精機

かほく市遠塚口27  
TEL. 076-285-1728

■代表者	山本 伊智郎	■事業内容	 ホームページ
■設立	1973年3月	■事業内容	
■資本金	4,600万円	■事業内容	
■従業員数	52名	■事業内容	

### ミクロン単位の 加工精度に厚い信頼

サンエー精機は、工作機械に組み込まれるスピンドルやテーブルといった部品を製造する。これらは工作機械の精度を左右する重要部品であり、ミクロン単位の加工精度と多品種小ロット生産への柔軟な対応力で顧客から厚い信頼を得ている。

同社の売り上げの約5割を占める工作機械向け

のほか、射出成形機、繊維機械向けの部品も手付け、近年では需要が拡大する半導体製造装置向け部品の受注も伸びている。

同社を率いる山本伊智郎社長は大手工作機械メーカーに勤めた後、2013年に入社し、1年間は現場で従業員と共に汗を流しながら、自社の強みや弱みを分析した。先に述べたような優位性が競争力となる一方、仕事のやり方の中にはアナログの手法が多く残されていて効率化の妨げとなるなど、課題

も散見されたことから、翌年から経営改革に乗り出した。

## 二次元コードを使い 進捗状況や書類を管理

経営改革の一手として、2014年に山本社長は生産管理システムを導入した。導入の効果は多岐にわたっている。例えば、1,000点にも及ぶ部品の進捗管理をリアルタイムで把握できるようになったこともその一つだ。

「取引先から進捗状況の問い合わせがあると、以前は工場内を走り回って確認するような状況だった。システム導入後は、工程ごとに作業の開始と終了の時刻を現場で入力しているので、事務所のパソコンから全製品の進捗状況をリアルタイムで確認できるようになった」と話す山本社長。入力と言っても、作業指示書の二次元コードをハンディスキャナーで読み取るだけ。現場の目線を重視し、無理せず導入できる仕組みを採用している。

また、従来は手作業で入力していた受注データもEDI(電子データ交換)システムを使って取り込むようにした結果、作業時間は約8割も削減され、入力ミスもなくなった。

一方で、図面や作業指示書など、紙の方が現場で使いやすいと判断したものは、あえてデジタル化せずにそのまま残した。2021年からは、こうした書類をPDFとして保存し、企業名や品番などで検索できるようにして利便性をアップさせた。

「図面には加工時に手書きした情報が記載されていることもあり、後で別の部品を加工する際のヒントになる場合もある。書類が検索しやすくなったので、探す手間が大幅に減った」と山本社長は話す。

## 従業員の経営参画へ データを毎月共有

効率化の次のステップとして、2015年からは、生産管理システムに日々蓄積されていくデータの活用に力を入れた。

受注状況をはじめ、材料費や外注費といった変動費、部署ごとの生産額、不具合件数など、さまざまな指標を抽出し、経営判断に役立てるほか、全社員が参加する月次方針説明会でもこうした情報を共有する。

山本社長は「毎月同じ指標を確認するのは、人であれば体重計に乗るのと同じ」と説明する。体重の

増加に気づけば、食事を調整したり運動したりするのと同じように、例えば売り上げと変動費のバランスが悪化していれば、急ぎでない材料の購入を翌月に見送るなど、現場レベルで迅速かつ的確な判断が可能になった。

また、2022年には現場のタブレット端末からさまざまな情報を投稿できる社内SNSを導入。現場からの改善提案やフィードバックを写真付きで気軽に投稿できるようになり、品質や効率の向上に役立っている。

今年に入り、会社のビジョンとこれに基づく社員一人一人の成長目標を見える化した「My Wayシート」を作成。四半期ごとの面談で振り返りと方向性の確認を行うことで、会社と従業員の目線を一致させる取り組みも始まった。

このようなデータや情報の共有、活用が、全社員の経営への参画意識の向上につながっている。

## さらなる成長目指し 拠点を新工場に集約

次の大きな一手として、同社では2026年5月、現在かほく市内3カ所に分散している工場を、同市高松地区に建設中の新社屋へ集約、移転する。工場の面積は現在の約1.75倍に拡張され、1カ所にまとまることで、生産性の大幅な向上が見込まれている。これにより、今後さらに需要増が見込まれる半導体製造装置向けのスピンドルの新規受注を積極的に取り込む考えだ。

また、この新工場を活用して、デジタル化による効率化や組織力の強化、そして「My Wayシート」による人材育成と、これまで積み上げてきた改革の成果を最大化することで、「2、3年後には生産能力を現在の1.5倍にまで引き上げたい」と山本社長は意欲を見せる。

デジタルとアナログを融合させながら、データを活用して経営と人材を磨き上げる同社の取り組みは、多くの中小企業にとって実践的なヒントとなりそうだ。

写真上)工場内のタブレット端末から写真や文字を投稿する社内SNSが改善提案などに重宝している。

写真下)2026年5月に本格稼働を予定している新工場の完成イメージバース。



## ■ 独自製法と顧客志向で急成長 高品質の氷を世界ブランドに

### (株) クラモト氷業

金沢市湊1-55-27  
TEL. 076-238-0055

■代表者	蔵本 和彦	■事業内容	純氷の製造・販売、かき氷の移動販売など
■創業	1923年		
■資本金	300万円		
■従業員数	30名		



ホームページ

写真左)スティック状の氷やまん丸の氷など、豊富なラインアップをそろえる。加工技術の高さが強みの一つだ。

写真右)海外事業に加え、国内では氷のサブスクリプションサービスを開始し、個人向け市場の開拓にも力を入れる蔵本社長。



### 6年前にアメリカ市場へ 売上高は30倍の伸び

大正時代から氷の製造、販売を手がけるクラモト氷業は、徹底した品質へのこだわりと顧客のニーズに応える対応力を武器に海外市場を切り開き、成長を続けている。

2019年にアメリカへ輸出したのを皮切りに、2023年にはオーストラリア、2024年にはシンガポールへと販路を拡大。初年度に約300万円だった海外市場での売上高は30倍以上に伸び、会社の成長を強力に牽引する。

躍進のベースとなるのは品質だ。同社では軟水を72時間から96時間かけて、攪拌しながらゆっくりと凍らせていく。水の分子がミネラルなどの不純物よりも先に凍る性質を利用し、不純物を含んだ水を取り除きながら凍らせることで、溶けにくく透明で硬い理想の氷を作り上げていく。同社の蔵本和彦社長は「ゆっくり溶けるので、飲み物の味が薄くなりにくい。溶け出した水も無味無臭で、ウイスキーやカクテルの繊細な味わいを最後まで損なわない」と胸を張る。

高品質な氷をグラスやドリンクに合わせて多様な形で提供する技術力も強みだ。例えば、細長い形にカットした「スティックST」(35×35×125mm)は炭酸入りアルコール飲料にぴったりの氷だ。炭酸は氷に触れた瞬間に抜けてしまうが、スティックSTは複数の氷を使うよりも表面積が少ないため、炭酸が抜けにくく、ハイボールなどに好んで使われている。

### SNSがつかない出会い リスクを精査し挑戦

国内の飲食業向けを主力としてきた同社が海外展開を目指したきっかけは、11年前に蔵本社長が新婚旅行で訪れたラスベガスでの体験だった。現地のバーで提供される氷が、すぐに溶けてしまい飲み物の味を損なっている現状を目の当たりにし、ビジネスチャンスがあると直感したのだ。この気づきを蔵本社長がSNSで発信し続けたことが、運命的な出会いを引き寄せた。ロサンゼルスで食品商社に勤める日本人男性が蔵本社長の投稿を見て、連絡してきたのだ。ここから輸出に向けた動きが本格化していった。

しかし、海外事業が具体化するにつれて浮き彫りになったのが、製造物責任に関する訴訟、代金の未回収といった潜在的なリスクである。ISICOやJETRO（日本貿易振興機構）に相談を持ちかけ、専門的な助言を仰いだ蔵本社長は「リスクゼロはあり得ない。どこかで覚悟を決めて踏み出す必要がある」という結論にたどり着いた。

そして、想定されるリスクがすべて顕在化した場合の最大損失額を1,000万円と試算。「その額であれば、たとえ失敗してもリカバーできる」と腹をくくり、アメリカへの輸出を決断した。

## 透明度の高さが評判に 現地パートナーと強力連携

現在、アメリカではラスベガスやロサンゼルス、ニューヨーク、シカゴなど、主要都市のバーやレストラン、500軒ほどに氷を納めている。その透明度と品質の高さが、バーテンダーや客から好評を得ている。

もちろん、成功を後押ししたのは品質だけではない。例えば、物流網は自社で構築するのではなく、食品商社の既存のネットワークを活用したこともその一つだ。これにより初期投資を抑えながら各地へ効率的に製品を届けるサプライチェーンを確立した。

また、まずは影響力のある店やブランド力の強い店に製品を導入してもらい、信頼性や認知度を高め、他店の導入を促進する営業戦略を採用。都市ごとに微妙に異なるサイズなどの要求にも、きめ細かく対応した。

船便での輸送時に発生した氷の破損に対しても、港まで出向いて荷役作業員に丁寧な取り扱いを直接要請するなど、地道な交渉で品質を維持した。

こうした取り組みには、現地の文化や商習慣を深く理解するパートナーが大きな役割を果たしている。

## 海外での用途拡大へ かき氷シロップを開発中

海外事業の急成長により、ここ5、6年で従業員数は倍増し、その多くが生産部門の強化に充てられている。補助金も積極的に活用し、増加する需要に対応するための設備投資に取り組んでいる。勢いをさらに加速させるため、今年は海外事業を統括する新会社「クラモトアイス・グローバル」を設立。次のターゲットとして、カナダやサウジアラビア市場の開拓準備を進めている。

また、同社ではISICOの新商品・新サービス開発支援事業助成金を活用し、加賀棒茶や能登産のイチゴ、五郎島金時など県産食材を使ったかき氷のシロップを開発中で、来年の完成を予定する。口に入れるとずっと溶ける、雪のようにふわふわとした食感の日本のかき氷を世界に広め、氷の用途と価値を拡張させる戦略に役立てる計画だ。

老舗企業が果敢にグローバル市場を切り拓く姿は、海外展開を模索する日本の中小企業にとって、示唆に富む変革モデルと言えそうだ。



製氷缶をのぞき込み、氷の状況を確認の様子。ゆっくりと時間をかけ、湿じり気のない純水を作り上げていく。



ロックグラス専用の丸い氷は、最後に人の手で形を整えて作る。



角がしっかりと立った直方体の氷は、丁寧に手作業で切り出している。

## From users

フロム・ユーザーズ



プロの料理人が求める風味を再現した三幸食品の「だしシリーズ」。家庭で手軽にプロの味を楽しめると、小売市場でも人気を博す。

## 業務用市場から小売市場へ、 「JFS-B規格」取得とともに実店舗も拡大

三幸食品は、かつお節や各種魚介を素材とするだしパックを主に業務用として製造販売している。従来までの業務用に加え、進出先の小売市場でブランド力を向上するため、ISICOの支援を受け、食品安全マネジメント規格「JFS-B規格」を今年4月に取得した。

### プロ市場から高い評価も 先行きに不安

三幸食品が製造販売するだしパックは、かつお節やたい、のどぐろなどの魚介系はもちろん、野菜やキノコなどを使ったものなど豊富なラインアップを用意している。「どれも上質な国産天然素材だけを使用するなどしており、クオリティには自信がある」と長浩行社長は話す。

実際、「プロが選ぶ日本のホテル・旅館100選」に選ばれた多くの宿泊施設が、同社の製品を利用するなど、マーケットからの評価も高い。

もともと業務用専売だった同社が、小売市場に力を入れるようになったのは、業務用市場の先行きに陰りを感じているからだ。「当社の主な取引先であるホテルや旅館では、団体旅行の減少に加え、コロナ禍の影響もあって、飲食の取り扱い量が減り続けている」

と、同社の置かれた状況を長社長は説明する。

そのため、同社では2018年に七尾市の能登食祭市場に出店し、2019年にはホームページをリニューアルしてECサイトを拡充するなど、少しずつ小売部門の売り上げを伸ばしてきた。

### ISICOに相談の結果 規格の取得を決める

そうした中、小売部門の売り上げをさらに伸ばすためISICOに相談したところ、薦められたのが「JFS-B規格」の取得だった。「JFS規格」は2016年に農林水産省の主導で策定された日本発の食品安全マネジメント規格で、A・B Plus・B・Cと4段階がある。

「業務用市場と同じくらい一般の消費者も安心・安全を重視するので、JFS-B規格を取得することに決めた」（長社長）。



海外進出だけでなく、東海圏や関西圏にも実店舗を出店したいと今後の展望を語る長社長。

規格の取得に向けて、2024年6月からISICOの専門家派遣事業を活用し、長社長は「予想以上に細部にわたるアドバイスを受けた」と振り返る。

JFS規格の構成要件には、食品衛生管理プログラム「HACCP」が含まれている。同社では認証こそ取得していなかったが、HACCPに準拠した形で工場を運用していたため、当初はそれほど細部まで指導を受けるとは思っていなかった。

## 記録を残し会社で管理 仕入れ先にも文書化を要請

「本来なら、古い設備を入れ替えて、動線も組み直すのが望ましかったが、ISICOからの指摘は、中小企業にとって現実的な予算と労力に対応できるよう工夫と配慮があって、ありがたかった」（長社長）。

アドバイスの多くは、記録を取って、その記録を会社で管理するというものだった。例えば、始業前の設備の正常動作チェックは、終業時も実施するようにし、誰が確認したかまで記録に残すようにした。これまで口頭で伝えていた社員教育の内容も、すべて文書化した。

とはいえ、ハードルがなかったわけではない。JFS規格では、トレーサビリティ（生産流通履歴）やサプライヤーの管理を求められる。例えば、仕入れ選定用のサンプルと実際に仕入れたものに差異があった場合、仕入れ先には書類での記録と保存が求められる。

ただ、同社の仕入れ先には、家族経営の小規模事業者が多い。そのため、こうした要求に応じてくれるか、応じてくれたとしても実行できるかが懸念された。しかし、結果的にはすべての仕入れ先がJFS規格の要求事項を受け入れ、同社は2025年4月にJFS-B規格を取得した。

## 首都圏郊外に積極進出 東南アジア市場も見据える

こうしたJFS-B規格の取得と並行して、同社は実店舗の拡大にも力を注いでいる。既存の七尾店、富山店、八戸店（青森県）に加え、2024年2月に黒部店と金沢百番街店をオープン。さらに、2025年にはファッションビルを展開する丸井グループ（東京都）が手がける郊外型ショッピングセンター・マルイファミリーにも出店。4月に溝口店（川崎市）、5月に海老名店（神奈川県）、6月に志木店（埼玉県）と、3カ月連続で新店

舗をオープンしている。

現在、能登半島地震の影響で観光客が減少した七尾店を除き、いずれの店舗も好調だ。長社長は「JFS-B規格が今後、小売部門の好調を下支えする存在になってほしい」と期待を寄せる。

その期待は海外にも広がっている。例えば、タイ向けの食品輸出では、JFS規格が衛生基準適合の証明として活用されている。台湾では、昨年から現地の食品安全マネジメント規格とJFS規格の相互承認プログラムがスタートするなど、JFS規格の国際的な認知度は上昇傾向にある。

「JFS規格は東南アジアに強く、国際規格ではないJFS-B規格にも一定の信用力があると聞いている。具体的な取り組みを進めているわけではないが、将来的には東南アジアへの進出を目指しており、JFS-B規格取得をそのとっかかりにしたい」と話す長社長。三幸食品の新たな挑戦が始まろうとしている。



調査しただしの材料をパックに詰める製造現場。JFS-B規格の取得を機に、食品衛生に対する意識がさらに高まったという。



今年6月に「マルイファミリー志木」（埼玉県）にオープンしたばかりの「ダンの三幸志木店」。

### 三幸食品(株)

能美郡川北町土室力16番地5  
TEL. 076-277-2010

代表者	長 浩行
創 業	1957年5月
資 本 金	3,000万円
従 業 員 数	45名
事 業 内 容	だしパック、高級珍味、焼物・煮物・揚物・蒸物の半製品の製造販売



ホームページ

noto kara  
**OneStep**  
ワン・ステップ

令和6年能登半島地震で被災しながらも、試練を乗り越え、明日への一步を踏み出した地元企業の奮闘ぶりを紹介します。

商品の魅力を笑顔で語る紀子さん。



## (有) 栗津屋

七尾市寿町83  
TEL. 0767-52-3538

代表者 栗津繁行  
創業 1967年  
資本金 500万円  
従業員数 3名  
事業内容 和菓子製造業



ホームページ

# 震災で生まれたつながりが力に

## こだわりの和菓子で能登に貢献

### 製造工場に大きな打撃

栗津屋は、餅菓子を中心に製造する和菓子店だ。よく伸びる餅に甘みを抑えた粒あんがぎゅーと詰まった「塩豆大福」など、質の高い商品を手頃な価格で届けることにこだわり、半世紀以上にわたって地域に親しまれてきた。

能登半島地震では、七尾港近くに構える工場が大きな揺れと液状化の影響を受け、建物に傾きやひび割れが生じたほか、水道管が損傷し、和菓子作りに欠かせない水が使えなくなった。

途方に暮れる栗津繁行社長と、取締役である妻の紀子さんを支えたのは、人との温かなつながりだった。紀子さんは「地震直後から近隣の方や取引先の皆さんが駆けつけ、土台からずれ落ちた機械を元の位置に戻すなど力を貸してくれた。本当にうれしかった」と振り返る。

水道管を引き直し、3月上旬には事業を再開したものの、あんを炊くためのボイラーや商品保管

用の冷凍機は深刻な損傷を受け、いつ壊れてもおかしくない状況だった。そこで、国の小規模事業者持続化補助金を活用した買い換えを決断。申請にあたってはISICOに相談し、書類作成などの支援を受けた。

### 「能登が好き」を再認識

製造ラインは徐々に復旧したが、主な販路だったスーパーが被災し売り上げは激減。そうした苦境を乗り越えるきっかけとなったのが、金沢で開催された複数の復興支援イベントへの出店だった。「栗津屋の味を広く知ってもらえたのはもちろん、イベントのたびに顔を合わせる能登の事業者と励まし合える関係になれたのが収穫でした」と紀子さん。震災後に助けられ、励まされた経験を通じて、「自分たちも能登の力になりたい」との気持ちを強くしたという。

その思いを形にするため、2024年4月から1年をかけ、鵬学園高校調理科の生徒と共同で新商品開発に取り組んだ。地元の素材にこだわって試行錯誤の末に完成した焼きまんじゅうは、七尾の伝統行事である青柏祭をイメージし、皮には「でか山」の巡業を行う市内3町の紋をデザインした。

結婚を機に大阪から七尾に移り住んだ紀子さんは「最近、自分がこんなにも能登が好きだったのかと感ずることが多い」とほほ笑む。能登の人々が笑顔で過ごす場に、栗津屋の和菓子がある…そんな情景を思い描きながら、地域に根差した和菓子作りを続けていく。

補助金で新調した冷凍機(写真上部)。商品の一部はこの部屋で冷凍しスーパ一などに卸している。



手前が「塩豆大福」。左奥の「でか山焼き」は中島菜ミルク、能登島の塩キャラメル、油谷製茶七尾店のほうじ茶の3つの味がある。

## 小山箸店

輪島市河井町5-155-1  
TEL. 0768-22-0067

代表者 小山雅樹  
創業 1946年  
従業員数 3名  
事業内容 輪島塗箸製造卸業



ホームページ



修復した「回転風呂」の前に座る  
小山社長(右)と俊治さん。

# 生涯使い続けられる一膳を全国に 輪島塗箸の魅力 東京のギフト・ショーで発信

## 漆を乾かす独自の装置が損傷

輪島塗の箸を製造し、全国の百貨店や専門店で卸している小山箸店。漆器業界で合成樹脂塗料が広く使われるようになった今も、変わらず天然漆にこだわり続けている。

樹液から精製される天然漆は、使い込むほどに増す風合いが魅力だ。一方、合成樹脂塗料に比べて製造時の扱いが難しく、特に乾燥に時間がかかり、塗膜が垂れてむらになりやすい。

かつては均一に乾かすため、職人が手作業で箸の向きをこまめに変えていたが、作業が煩雑なことから、同店は約45年前に輪島市内では独自となる箸専用乾燥装置「回転風呂」を開発した。湿度を管理した「室」の中で、電動装置が数分ごとに箸を180度回転させてむらなく乾燥させる仕組みで、品質の安定と省力化を実現してきた。

同店の箸作りに欠かせないこの装置が、能登半島地震で大きく損傷した。3月中旬に修復にこぎ着けたが、「自宅兼工場の壁も崩れ、隙間風が吹き込む中では湿度が保てず、漆をしっかり乾かせるようになるまで、さらに1カ月半の試行錯誤が続いた」と小山雅樹代表は話す。

## 「元気な姿」を見せたい

ようやく乾燥工程が安定し始めた矢先に起きたのが奥能登豪雨だった。この影響で、約15年前から力を入れてきたオーダーメイドの箸づくりも、先行きが見通せない状況にある。

同店では、「手の小さな子どもから手の力が弱くな

った高齢者まで、誰もが無理なく使える箸を届けたい」という思いのもと、太さを1mm単位、長さを1cm単位で調整しているほか、持ち手や箸先の形状も複数用意し、一人一人の手に最も合った箸を提供している。

この高い自由度を可能としていたのが、木地加工から塗りまでを自社で手がける一貫生産体制だった。ところが、豪雨で木材の在庫や機械が浸水し、木地加工の工程が止まってしまった。

苦境は続くが、小山代表の心は折れていない。ISICOの支援を受けて、9月に開催される「東京インターナショナルギフト・ショー」への出展を決めた。「まずは元気な姿を見てもらいたい」と、復旧への一歩と位置づける。

現在は息子の俊治さんへの事業承継の準備も進めている。「一人でも多くの方に、手にぴったりの箸を使って生涯食事を楽しんでもらいたい。それが私たちの箸文化への貢献」と小山代表は力強く語った。

箸一本一本に手作業で漆を塗る。顧客との長期的な関係を大切にしており、購入後の修理にも対応している。



自社開発の「箸アシメ」。箸の片方を動かしやすい八角形、もう片方を軽い力で固定しやすい三角形のアシメトリー(非対称)にすることで、握った際の安定性を高めた。



ISICOと連携して県内企業の皆さんをサポートする支援機関や研究機関などをご紹介します。

## 石川県立大学 産学官連携学術交流センター

野々市市末松 1-308  
TEL. 076-227-7566



ホームページ

# 豊かな地域社会の実現へ 農学のシーズを産業界とマッチング

石川県立大学で産業界との窓口になっているのが産学官連携学術交流センターだ。共同研究や受託研究のマッチングとコーディネートに加え、ISICOと共同で毎年「シーズ発表会」を開催するほか、スタートアップ支援も手掛けるなど、シーズとニーズを結びつけて新製品や新事業の創出を後押ししている。



産学官連携学術交流センターのスタッフの皆さん。左から2人目がセンター長の橋谷田豊教授。

## 学外の研究者も紹介

石川県立大学では、県内や北陸の企業、地域との連携をさらに充実させ、新たなビジネスの創出や新製品の開発などの産業振興を推進し、豊かな地域社会の実現を図るため、2007年に産学官連携学術交流センターを開設した。

同センターは、企業からの相談窓口であり、サポートや連携の要望に対してニーズを聞き取り調査し、学内の研究シーズをマッチングする。さらに、学内のリソースだけでは不十分な場合

は、提携している北陸先端科学技術大学院大学・金沢大学・石川県立看護大学・金沢工業大学などの他大学、ISICOや石川県の研究機関といった公設施設の研究者も紹介、マッチングし、共同研究や受託研究をコーディネートする。

学内の研究シーズの発信も、同センターの役割で、教授・講師陣の研究内容を網羅した冊子や最新の研究、連携事例を紹介する広報誌も発行している。

とりわけ、研究シーズの発信と企業とのマッチングの場になっているのが、設立時から同センターが開催してきた「石川県立大学シーズ発表会」だ。ISICOや中小企業基盤整備機構と秋に共催するこの発表会には、毎回30~40社が参加し、1つの研究に対して多数の問い合わせが寄せられ、ここから共同研究に発展するケースも珍しくない。



石川県地場産業振興センターで毎年開催するシーズ発表会。

## 産学連携の成果は多数

同大学は農学をベースとしていることもあって、研究シーズは「食品」「生物生産」「環境」が主なテーマとなる。ここではそれぞれの分野から、共同研究の事例を紹介しよう。

食品分野では、老舗和菓子店・越山甘清堂（金沢市）と共同で進めた小豆麹プロジェクトに取り組んだ。米麹で発酵させた小豆は少量の砂糖でも十分な甘さになり、まるやかで爽やかな酸味が生まれ、発酵による健康機能も持たせることができた。

生物生産分野では、照明機器を製造するかがつう（東京都）とLED灯のクモの巣汚れ防止技術について共同研究を実施中だ。クモの生態に詳しい学内の研究者が、巣を張りにくい形状についてアドバイスしており、現在、試作機の製造まで進んでいる。ちなみに、この共同研究はISICOの助成も受けている。

環境分野では、白山市鳥越地区のいちごファーム Hakusanで、電気設備の北菱電興（金沢市）や別川製作所（白山市）とともにマイクロ水力発電機の開発と実証実験を続けている。具体的には、農業用水に設置した小水力発電でハウスの冷暖房や遠隔モニタリング装置などの電気を賄っている。

また、スタートアップ支援も同センターの役割だ。例えば本来、植物から抽出される多種多様な有用成分を、微生物発酵技術によって生産する学内発スタートアップ企業、ファーマランタ（野々市市）の各種補助金の申請等、支援を担っている。

## 能登の復興支援にも注力

能登半島地震の発生を受け、2024年4月には、同センターを事務局とした「能登半島復興支援プロジェクト」を立ち上げた。県立大学としての使命を果たすため、①被害の実態の把握②被害に基づいた再生手法の考案③今後の地震対策の提案④地震以外の自然災害も視野に入れた対策—の4つの視点から学内公募による9つのプロジェクトを展開している。

このうち、「農地・農業用施設の復旧復興プロジェクト」「土砂災害発生プロセスの解明と二次災害リスク評価手法の開発」「農業生産者連携・農村コミュニティ復興支援に関する総合研究」の3つは、石川県との共同研究として進めている。9ついずれのプロジェクトも大学の知見を生かし、被災者に寄り添いながら復旧・復興を後押ししている。

加えて、復興支援プロジェクトの一環として、土砂崩れ現場や豪雨被害を受けた河川で学生の現地実習を行うほか、土砂のかき出し、塩田の復旧、障害のある方たちとのさつまいも定植作業などに学生ボランティアの派遣もしている。

同センターでは、こうした数々の共同研究やプロジェクトを今後もペースを速めながら始動させていく方針だ。センター長を務める橋谷田豊教授は、「当センターは学内の研究と産業界や地域社会をつなぐプラットフォームであり、研究シーズを社会に還元するため、研究者にも学外の企業や自治体にも積極的に活用してもらいたい」と呼びかけている。



米麹で発酵させた小豆で作ったあんこを使う越山甘清堂の発酵水ようかん。



白山市三ツ屋野地区の農業用水に設置したマイクロ水力発電機。



2022年10月に創業し、急成長を続ける学内スタートアップのファーマランタ。



石川県ゆかりの起業家と支援機関のつながりを深める



## 「いしかわスタートアップ交流会 in 東京 2025」開催

石川県とISICOは6月6日、東京都内で「いしかわスタートアップ交流会 in 東京 2025」を開催しました。県内のスタートアップ企業経営者や大学、支援機関など100名を超える参加者が集まり、石川県出身の起業家3名による座談会、スタートアップの代表者によるプレゼンテーション、10月に開催するビジネスプランコンテストの紹介を行いました。参加者からは「M&Aの事例や同世代の経験談が刺激になった」「同郷ならではの踏み込んだ話がよかった」などの声が聞かれました。

伝統工芸の将来性を追求

## 「伝統産業市場変化 対応支援事業」実施

ISICOは、「伝統産業市場変化対応支援事業」を実施しています。この事業では、県内の伝統工芸事業者が高付加価値商品の開発やブランド力向上に取り組みめるよう、セミナーの開催、専門家による支援、展示会への出展を通じて、商品開発や販路開拓を支援します。

6月13日には地場産業振興センターでキックオフセミナーを開催し、伝統工芸の海外需要や事業内容の説明に加え、前年度の事業に参加した2社が取り組み事例を発表しました。今年度は20社が事業に取り組んでいきます。



“求人のプロ”が伝える採用最新情報

## 「3時間必聴!会社が継続のための 人材採用成功講座2025」開催

いしかわ就職・定住総合サポートセンター(ILAC)とISICOは6月19日、オンラインで「会社が継続のための人材採用成功講座2025」を開催しました。(株)求人石塚毅氏を講師に招き、人材採用の市場動向や、経営者が採用にどう関わるべきかを学びました。

参加者からは「ターゲットを絞った求人票作成の必要性を感じた」「都心と比較した地方の優位性やターゲット設定の言語化の重要性を実例から学べた」といった感想が聞かれました。ISICOでは、石塚氏を講師にお迎えする中小企業のための採用面接成功セミナー(8月開催)の参加者を募集しています。ぜひご参加ください。



セミナーの情報は  
こちらから



### 編集後記

情報誌担当のHです。夏真っ盛りといった暑さが続いていますね。こんな日は、家の軒下でいただくハイボールが格別です!知っていましたか?美味しいハイボールを作る時は、氷が溶けにくくなるようにグラスを冷やして、炭酸を注ぐときは氷に当たらないようにすると良いそうです。この話を聞きしてから早速家で実践しています。飲み物の種類や文化圏によってベストな氷の形というのは千差万別だそうです。今回特集した2社はそうした時代や環境の変化を前向きに受け止め、柔軟に適応しながら進化を続けており刺激を受けました。



「能登のために、石川のために  
応援消費おねがいプロジェクト」  
JAPAN HEART (石川県)



詳しくはこちら



公益財団法人

石川県

産業創出支援機構 ISICO

Isikawa 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/



環境にやさしい植物油インキを使用しています。



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。