

産業情報 いわて

JANUARY 1
2003
VOL.10

(財)いわて産業振興センター情報誌【月刊】平成15年1月10日発行



【特集】平成15年景気見通し調査結果

7割の企業が 「落ち込む」と予測

ピックアップ！ ビジネスパートナー

【優良受発注企業紹介】

株式会社長島製作所

目次 contents

インキュベートルーム入居企業の紹介 3

【特集】

平成15年景気見通し調査結果 4

流通・通 8

あの店この店 お店紹介
スペースジョイ 9

ピックアップ! ビジネスパートナー
【優良受発注企業紹介】
株式会社長島製作所 12

経営動向調査結果(11月) 14

経営相談コーナー 16

お知らせ

研究成果データベースの活用について

当センターで収集した大学等の研究成果のうち、公開可能なものをデータベース化し、当センターのホームページに掲載しています。掲載件数を逐次増やしていきますので、どうぞご活用ください。

お問い合わせ先 研究開発推進課 TEL 019-621-5072
FAX 019-621-5480
E-mail johoh@joho-iwate.or.jp

賛助会員募集

当センターでは、センター事業の充実、円滑化を図ることを目的に賛助会員を募集しています。趣旨をご理解のうえ、ご加入いただきますようお願い申し上げます。

- 特典
- ① センター情報誌「産業情報いわて」を毎月送付します。
 - ② 企業情報の代行検索料金を割引します。
 - ③ ホームページの作成支援及び当センターのホームページへの掲載を行います。

会費 年会費20,000円(加入した翌月からの1年間分)

お申込み・
お問い合わせ先 情報研修課 TEL 019-621-5389
FAX 019-621-5481
E-mail johoh@joho-iwate.or.jp

県内の就職情報は、FITS・Sへどうぞ

(財)ふるさといわて定住財団では、岩手県内への求人・求職の情報をインターネットで提供するシステム『FITS・S(フィッツ)』をスタートさせました。就労先が岩手県内であれば、一般求職者、UIターン者、大学等新規学卒者、パートなどの求人募集や求人情報の検索ができます。

求人情報の登録には、インターネット以外にFAX・郵送でも対応しております。ご利用を希望する事業所の方は、財団までお問い合わせください。お仕事をお探しの方は、財団ホームページをご利用ください。



お問い合わせ先 財団法人 ふるさといわて定住財団
TEL 019-653-8976 FAX 019-654-2017
URL <http://www.isop.ne.jp/f-iwate/>

有限会社 快テック

「市場のグローバル化」 IT技術の革新的な進化は国内だけでなく世界への進出を可能にしてきた。しかし、そうした輝かしい未来は理解できても、その扉を開くことはたやすいことではない。言語の壁、距離的なハンデ、風土の違い...そうした諸問題解決の手助けをし、水先案内人の役目してくれるのが平成13年6月に起業した有限会社快テックである。

キーワードは「良いもの」

有限会社快テックの代表取締役社長、菅野卓矢さんは、軟らかな口調で語ってくれた。

「今、中小企業の方々は市場の閉塞感がますます強まっていると感じているでしょう。しかもITという、今までにない技術の活用も見えにくいんじゃないでしょうか。しかし、良い商品・技術を持っているなら、必ず海外でも受け入れられますし、それこそが生き残っていく条件になるんじゃないでしょうか」

戦後、優れた技術と巨大な資本投下により多くの大企業が海外へ進出した時代と現代では事情が違くと菅野さんは言う。

「これからは『企業』対『企業』ではありません。『個』対『個』 つまり商品・技術をアピールしてくれるその人への信頼こそが重要になっていきますね。そういった意味では岩手の中小企業にも十分チャンスがあるんですよ」

そうした企業の海外事業の展開を支援するのが快テックだという。

2つのマーケティング法で支援

「海外への第一歩としてお手伝いするのが『リアルマーケティング支援』と『バーチャルマーケティング支援』です」

リアルマーケティング支援とは、海外に乗り込み出すべき見本市の選定や単独での現地マーケティング調査、カウンターパート(現地の代理店)探しなどだ。

「ただ見本市のブースで企業を紹介するだけではありません。見本市には多数の企業が参加し、し烈な売り込みを行います。そこでどう注目してもらえるか。そのためのCD-ROMなどのツール作りもお手伝いします」

例えば そう言って見せてくれたのがポストカードだった。裏面には美しい日本的な絵が印刷され、表面にURLとメールアドレスが記載されているだけだ。しかし、海外ではこうした小さく、必要最低限の情報が入っている方が持ち帰り保管してくれるのだという。

一方のバーチャルマーケティングはホームページを始めとしたIT技術を活用して行われる。

「ポイントは更新とヒット率のアップ。そのためのシステムやプロバイダー事業も用意してあります」

いわて新産業創造センター
インキュベートルーム
入居企業の紹介

インキュベートルームとは、企業成長を支援するための施設で、創業間もない企業等に低額で貸与するマリオス7階のオフィススペース。入居者に対しては総合的な支援を実施している。



12月20日に盛岡で行われた「ワインストール(ドイツのワインの屋台を再現したワインを楽しむ会)」。この仕掛け人も菅野さん。「街が賑わうって大事だと思うんです。そうすることにより人とのつながり、アイデア、楽しさ...さまざまなものが生まれてきますよね」この日の収益金はNPO法人キッズエナジーに寄付され難病と闘う子どもたちのために使われる。

まずは「十割そば」を海外へ

こうしたさまざまな知識とアイデアの源であり、力として発揮されるのが菅野さんの人的ネットワークだ。JETRO(日本貿易振興会)のメンバーをはじめ、IT関連のツール制作者からマーケティングのプロなどに依頼し「テンポラリーサービス(短期集中型の効率的サービス)を提供している。

「年間契約もしていますが、スピードが重視される時代こそ、短期集中型のサービスが求められるでしょうから」

その具体例が徐々に形を現しつつある。(株)十割そば(本社:盛岡市、石渡隆司代表取締役)の十割そばマシンとノウハウが海を越えようとしているのだ。

「現地調査ではかなりの好感触を得ました。健康志向にマッチした上、テイストはすばらしいですから」と笑顔で語る菅野さん。謙虚な口調ながら、その瞳は次のビジネスをすでに見せているようだった。

快テック
有限会社 快テック / DATA
本社:盛岡市菜園二丁目8-35
マリオスオフィス:盛岡市盛岡駅西通2-9-1 7F
TEL 019-621-5277 FAX 019-621-5287
ホームページ <http://www.kaitec.jp>
Eメールアドレス information@kaitec.jp



リアルマーケティングのために訪れたマインツ(ドイツ)の見本市にて



青森県三沢の書家・風間宗拓氏によって書かれた「他力」文字。菅野さんが好きな言葉だ。「私のビジネスがこの言葉に凝縮されているんです。皆さんのおかげで新しいことにも取り組めます。菅野さんの交流はビジネス分野のみにとどまらず、文化、芸術と実に幅広い」



有限会社快テックの取締役社長菅野卓矢さん。以前はコンピュータ関連の会社に勤務していたが、よりグローバルなビジネスを目指し起業した。「2001年12月にはINS(産学官の取り組みのために結成した岩手ネットワークシステム)の中に「国際産業交流研究会」を立ち上げました」

【特集 平成15年景気見通し調査結果】



売上げ・収益見通し:年間を通じマイナス 業況予測:7割の企業が「落ち込む」と予測

当センターでは、県内中小企業の「平成15年景気見通し」についての調査を実施した。

この結果、平成14年を基準として、「売上げ」「収益」とともにマイナスの見通しとなっており、「業況」については73.7%の企業が「落ち込む」と予測している。



この調査は、当センターが昭和50年から実施しているもので、県内中小企業が平成14年の実績などから今年の景気を予測したものである。調査時点は平成14年11月1日、対象企業は毎月当センターが実施している経営動向調査先66業種、1,550企業である。回収数574企業(回収率37.0%)うち有効回答数は478企業であった。回答企業の業種別内訳は、鉱業13、建設業73、製造業150、卸売業51、小売業129、運輸業22、サービス業40である。

業種別にみた売上・収益見込み

平成14年を100%とした業種別四半期ごとの売上・収益見通しをみると、売上見通しでは、全業種平均で-7.3%~-8%と各期とも前年を下回るとしている。業種別にみると下げ幅が大きい順に建設業(-13.8%~-15.0%)、運輸業(-7.2%~-11.3%)、鉱業(-8.5%~-9.6%)となっており、最も下げ幅が小さい

のはサービス業(-3.7%~-6.0%)である。

また、収益見通しも全業種平均で-10.5%~-11.1%と各期とも前年を下回るとしている。これを業種別にみると、下げ幅が大きい順に建設業(-18.4%~-20.0%)、運輸業(-9.3%~-13.5%)、鉱業(-10.8%~-12.7%)となっており、最も下げ幅が小さいのは卸売業(-4.5%~-9.1%)である。

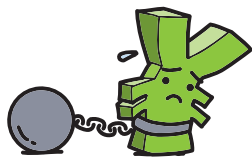
(前年同月比、単純平均、単位:%)

	売上				収益			
	1~3月	4~6月	7~9月	10~12月	1~3月	4~6月	7~9月	10~12月
全業種	92.0	92.5	92.5	92.7	88.9	88.9	88.9	89.5
鉱業	90.4	90.8	91.5	91.5	88.8	88.5	89.2	87.3
建設業	85.0	85.6	85.2	86.2	80.6	80.2	80.0	81.6
製造業	95.2	95.1	94.1	93.1	91.0	90.7	89.9	89.0
卸売業	93.4	95.7	95.6	96.4	91.5	92.6	90.9	95.5
小売業	91.6	92.2	92.9	93.4	89.8	90.1	91.4	91.4
運輸業	90.5	88.7	89.6	92.8	88.3	86.5	88.0	90.7
サービス業	94.0	94.8	96.1	96.3	90.7	90.6	91.7	92.4

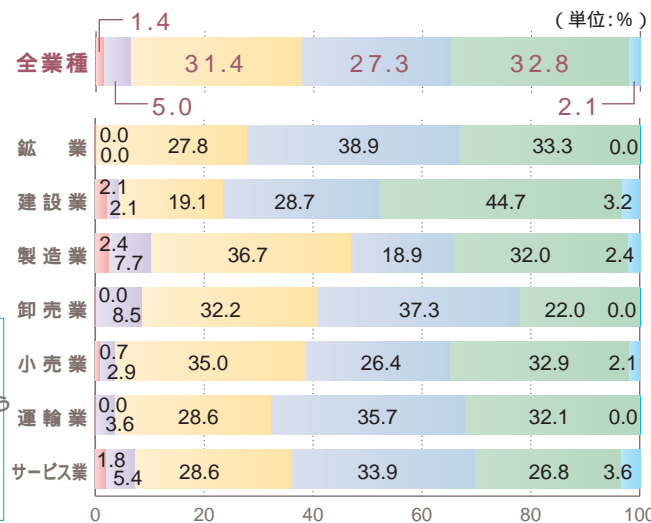
資金繰りの見通し

資金繰りの見通しをみると、全業種では、「苦しくなる」(「やや苦しくなる」を含む)とする企業が60.1%となり、昨年調査の68.9%よりは低いものの厳しい見通しになっている。

業種別にみると、全ての業種において5割超の企業が「苦しくなる」(「やや苦しくなる」を含む)としており、特に建設業(73.4%)、鉱業(72.2%)で厳しい見通しとなっている。



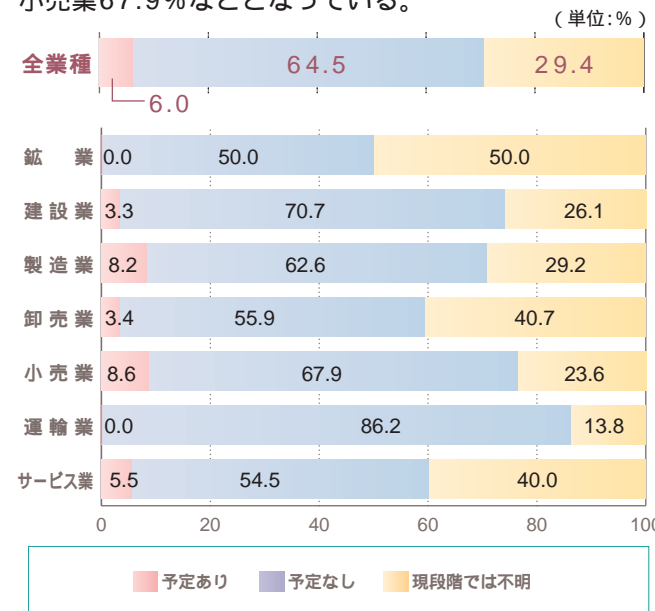
- 楽になると思う
- やや楽になると思う
- 今年と変わらないと思う
- やや苦しくなると思う
- 苦しくなると思う
- わからない



ベースアップ予定の有無

ベースアップ予定をみると、全業種では、「ベアなし」とする企業が64.5%(前年調査61.8%)、「ベアあり」6.0%(同6.2%)、「現段階ではどちらともいえない」29.4%(同32.0%)となっており、昨年同様厳しい見通しであることがここでも窺われる。

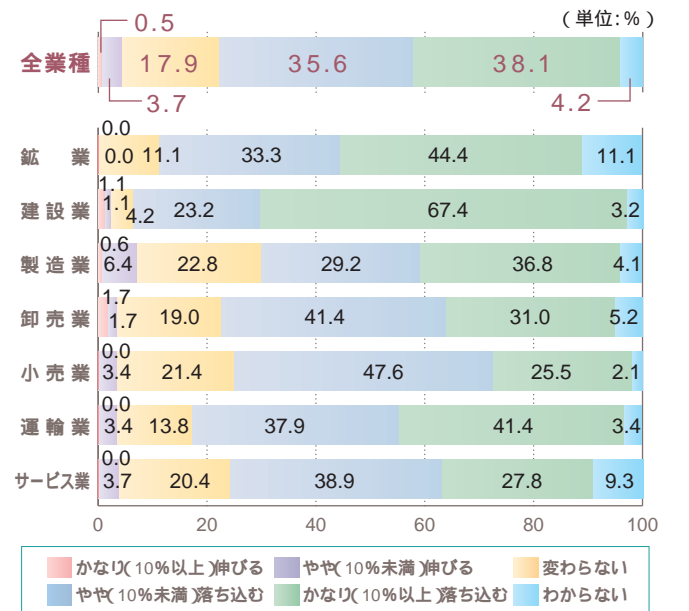
業種別にみると、「ベア予定なし」とする割合が最も高いのは運輸業の86.2%であり、以下、建設業70.7%、小売業67.9%などとなっている。



業況の予測

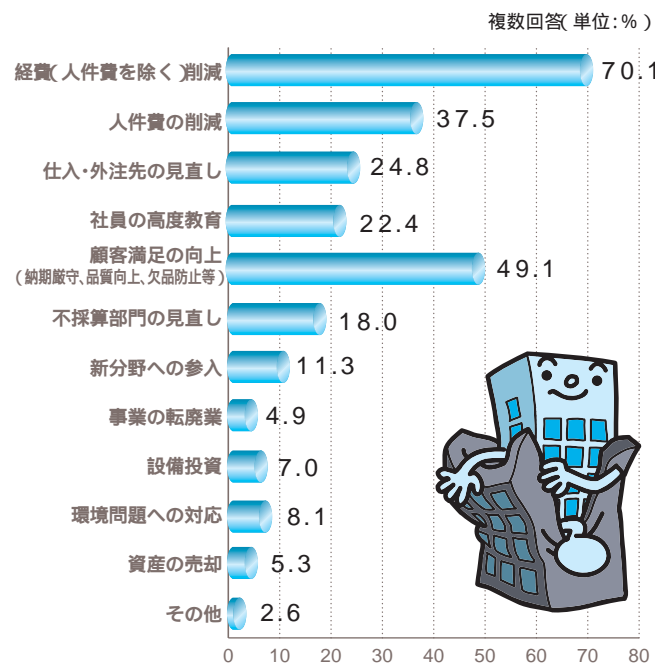
平成15年の業況の予測をみると、全体では、「かなり(10%以上)落ち込む」とする企業が38.1%、「やや(10%未満)落ち込む」とする企業が35.6%となっており、合わせると7割超の企業が落ち込むと予測している。

業種別でみると、建設業が「かなり(10%以上)落ち込む」と「やや(10%未満)落ち込む」の合計が90.6%と最も多くなっている。



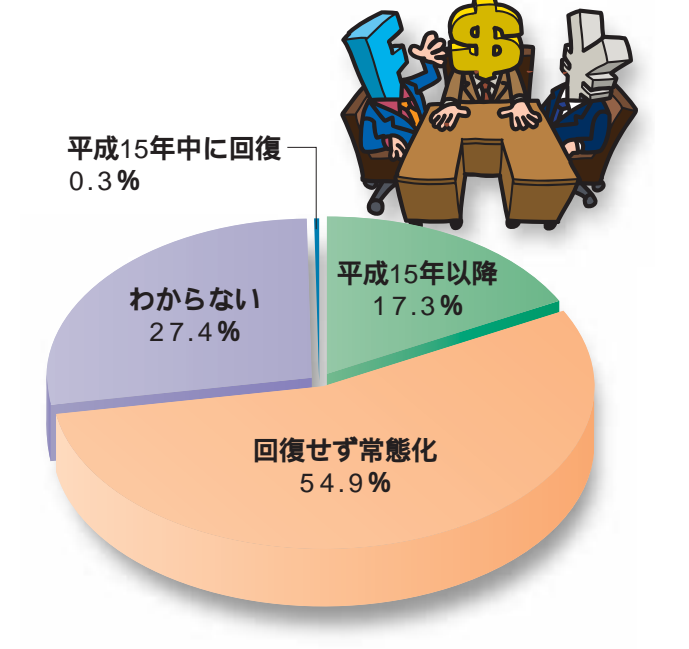
今後の課題・対策として取り組む事項

今後の課題・対策として取り組む事項では、「経費削減」が70.1%と最も多く、次いで「顧客満足の上昇」49.1%、「人件費の削減」37.5%の順となっている。



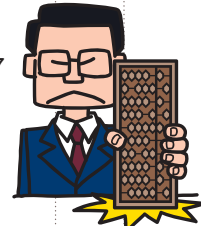
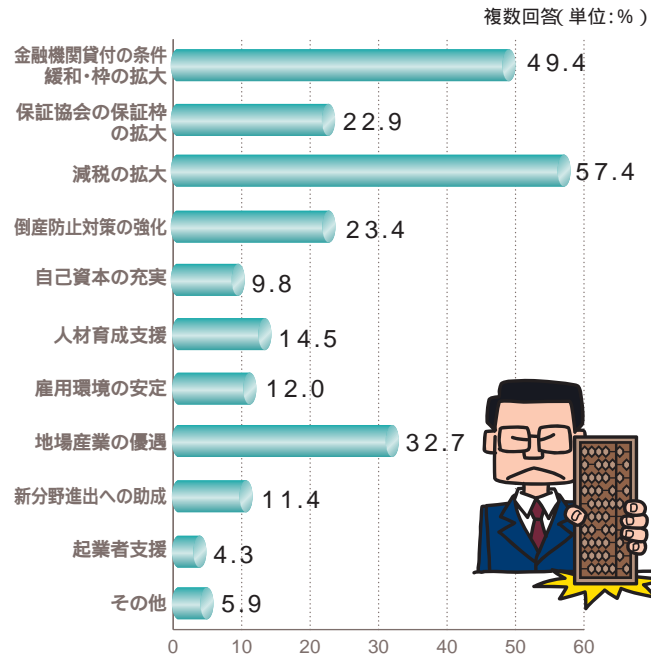
景気回復時期

景気回復の見通しでは、「回復せず常態化」が54.9%と最も多く、次いで「わからない」27.4%、「平成15年以降」17.3%となっており、景気回復の見通しが見えない現状が窺える。



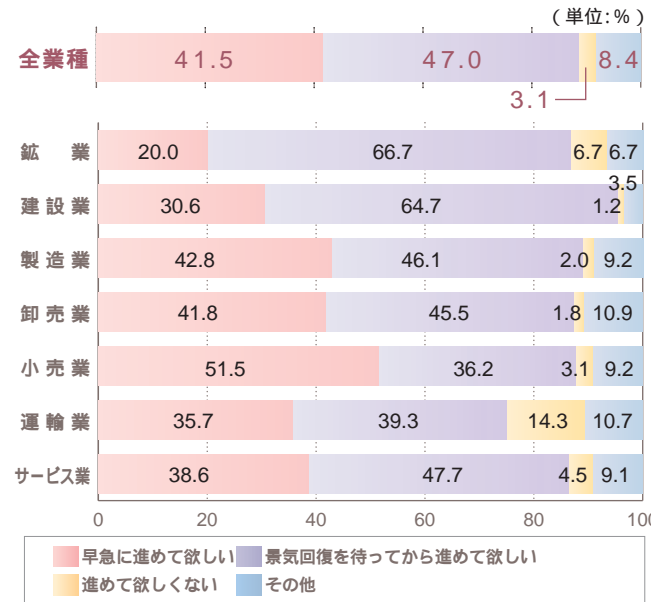
国・県に講じてほしい支援対策

国・県に講じてほしい支援対策をみると、「減税の拡大」が57.4%と最も多く、以下「金融機関貸付の条件緩和・枠の拡大」49.4%、「地場産業の優遇」32.7%などとなっている。



構造改革(経済・財政)について

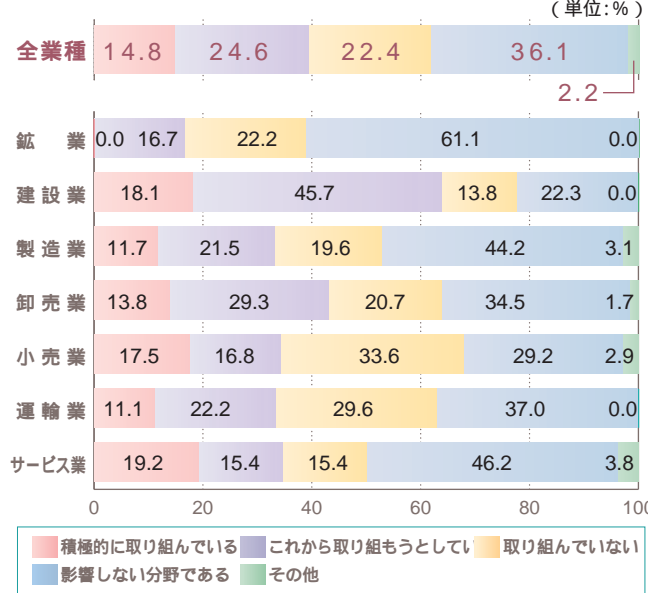
構造改革(経済・財政)についてをみると、全業種平均では、「早急に進めてほしい」が41.5%、「景気回復を待ってから進めてほしい」が47.0%となっており、合わせると9割近くの企業が構造改革を進めてほしいとしている。業種別にみると、「早急に進めてほしい」とする割合が多いのは小売業51.5%であり、「景気回復を待ってから進めてほしい」とする割合が多いのは鉱業66.7%、建設業64.7%の2業種となっている。



IT(電子商取引・受発注)への取り組み

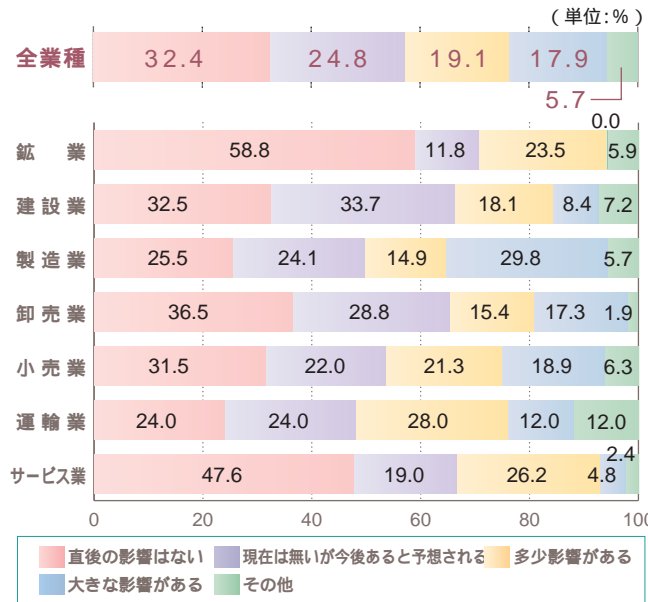
IT(電子商取引・受発注)への取り組みをみると、全業種平均では、「積極的に取り組んでいる」が14.8%、「これから取り組もうとしている」24.6%と全体の4割近くが積極的になっている。

業種別でみると、「積極的に取り組んでいる」ではサービス業が19.2%、「これから取り組もうとしている」では建設業が45.7%と最も多くなっている。



経済のグローバル化について

経済のグローバル化の影響についてみると、全業種平均では、「多少影響がある」が32.4%、「大きな影響がある」を合わせると37.0%の企業が何らかの影響があるとしている。業種別にみると、「直接の影響はない」では鉱業(58.8%)、「現在は無いが今後あると予想される」では建設業(33.7%)、「多少影響がある」では運輸業(28.0%)、「大きな影響がある」では製造業(29.8%)の割合が多くなっている。



調査にお答えいただいた各企業より、「IT」「構造改革」「グローバル化」について、意見、要望などが数多く寄せられました。以下にその代表的なものを紹介いたします。

《IT(電子商取引・受発注)について》

ホームページから注文を受付けしているが、画面上での代金決済が可能にできれば新規顧客獲得に繋がるのではと、現在検討中。

電子入札及び電子納品について、企業としての知識の習得に努めている。

ITの重要性は認識しているが、生産現場の改善が伴わなければ十分な効果は発揮できないと考え、生産現場の改善を現在は優先している。

情報の共有化 事務の省力化、合理化 業務処理のスピード化に取り組むためのツールとして活用していきたい。

売れ筋の商品を早期に把握したり、受発注の簡略化等に誠に便利です。

お客様のインターネット活用が益々増大するものと考え、積極的に取り組みたいが、人材、機器の導入で悩んでいる。

《構造改革(経済・財政)について》

構造改革は必要だが、予想以上に反動が大き過ぎる。一旦、景気回復を優先しないと社会そのものがくずれる。

構造改革も必要だが、企業倒産が多くなると日本の失業者が急増すると思うので、景気回復を行ってからにしてほしい。

今までの組織や機能が立ち行かなくなっているのは、根本的な要素が原因である。早く壊すべきものは壊して前に進まないとも生まれえない。

大企業優遇ではなく、小企業の状況も充分考えてほしい。

デフレ経済下で、企業の体力が極限まで落ちていく懸念があり、景気回復策の実施を先行させ、

追って構造改革に取り組むべきである。

いずれ避けて通れない事であるので、早急に進めて欲しい。今のままでは景気回復望めない。

どんな形であれ、現状を打破しないと消費者心理は上向かない。たとえ痛みを伴っても早急にすべきだ。

構造改革をやるとしたら徹底してする。中途半端はダメ。

同時進行が望ましいが、無理である現況をふまえれば景気回復が先。

景気回復なくして構造改革は難しいのではないかと。元気のない企業(人)が多くなってきている。

《経済のグローバル化について》

業界の体質上、大手企業の独占市場になると予想され、中小企業は食い物にされる。

中国で製造された商品が、店頭に所狭しと並んでいる。安くても良い品物である。近い将来日本の経済の沈下が心配である。

現在でも輸入の比率が大きく為替レートに左右される。今後国際的な経済、物流が広まるほど、自分にプラスと考えている。

国際規約が国内の規約に圧力をかけ、中小企業にとっては非常に厳しい「規制」となってきた。

している。規制緩和であるはずなのに。

市場形成能力、商品開発力、そして技術開発力のない業界は生き残れない。

生産の空洞化が進むにつれ、関連業者、物流なども国際競争力が弱まり、高コストの悪循環が進む。

地方に進出してくる大企業等が今後ますます多くなる。

規制緩和により事業領域が拡大。地域の経済が縮小する懸念がある。

お問い合わせ先 情報研修課 TEL 019-621-5389 FAX 019-621-5481
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/sangyo/> E-mail joho@joho-iwate.or.jp

“分かち合い”が“創造”をはぐくむ

2002年10月から12月にかけて繰り広げられたANAの『愛の分け前プレゼント』。JALとJASの統合に対抗し、自社のブランドイメージを高めようとスタートした会社創立50周年キャンペーンは好評を博した。

「1人が乗ると5人に当たる」このキャンペーンは、従来の料金割引やキャッシュバックのように搭乗者本人だけがメリットを受けるのではなく、搭乗者が希望する4人へもメリットをもたらすユニークな試みだ。景気の低迷や規制緩和などにより、あらゆる分野で競争が激化している現代に“分かち合う”ことの喜びと可能性を再認識させてくれたともいえる。



異業種でシェアし、オリジナリティを演出！

異業種が“分かち合う”ことで集客力を高めようとしている一例が「博多よかつちゃんナイト」だ。福岡市のホテルオークラ福岡と地元の料理店がタイアップし、名物料理を楽しみたいという旅行者の声に応えようと企画したもので、ホテルの宿泊費と料理店の食事代を組み合わせたもの。この商品には、市内の華味鳥、稚加栄、すし幸、かじ本店の4店が参加。メニューは今回の宿泊パック向けに新たに創作したものばかりで、価格は料理に応じて3種類のコースが設定されている。近年JR東日本などでも買い物券付き旅行商品を売り出すなど割安感を狙った企画は少なくないが、地元の名物料理で新しいメニューを用意してオリジナリティを演出し、割安感だけでなく利用者の満足度を高めようという企画は人気を集めそうだ。

同業種でシェアし、商品開発を狙う！

同業種が“分かち合う”ことで収益率を高めようという一例が、業務用菓子メーカーから一般菓子メーカーへの半製品の供給だ。観光土産菓子の最大手・寿製菓は、一般菓子メーカーのカンロと製造委託契約を結び、求肥(ぎゅうひ)を供給している。近年の観光土産販売の低迷による業績不振を受けての試みだが、カンロとしても新しい商品開発に伴う設備投資や製造コストを抑制でき、互いのメリットが合致したものと思われる。カンロではすでに寿製菓から供給される求肥を中に入れたキャンディーを商品化し、発売を開始した。寿製菓では今後、新たな商品開発に力を注ぐとともに、他の一般菓子メーカーにも販路を拡げるつもりだという。

同業種が“分かち合う”ことで付加価値を高めようという試みの一例が、

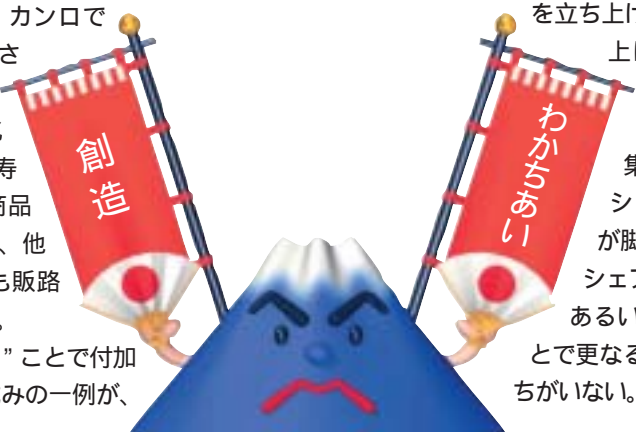
高知県室戸市による海洋深層水振興基金の設立に向けた動きだ。海洋深層水の県外給水解禁を検討している室戸市では、新たに給水対象となる県外企業に、新設する基金への拠出を求めるもの。先般明らかになった要綱案によると、海洋深層水の給水を受ける県外企業は海洋深層水を使った商品の売上高に応じて0.5%～1.5%の拠出金を払うことになる。深層海流が流れる室戸沖は、いわば現在の海洋深層水ブームの発端となったところ。県外企業に給水することで付加価値の高い新たな商品の開発につなげ、ブランドイメージをさらに高めようと狙っている。

心をシェアし、人と街を活性化！

作業を“分かち合う”だけでなく、心を“分かち合う”ことで商店街の活性化やニュービジネスにつなげようという一例が、兵庫県神戸市のまちづくり団体・神戸ながたTMOによる「タウンモビリティ事業」だ。

この事業は、TMOと市内の介護用品レンタル企業が連携して電動スクーターを低価格で貸し出し、高齢者に買い物などを楽しんでもらおうという試み。介護保険の適用も可能で、別料金で選択すれば介護ヘルパーも付き添うという。近年、盛岡市の肴町商店街のように買い物した商品の配達サービスを始めるところもでてきているが、高齢者の利便性を高めながら、新たな介護ショップの開業によってコミュニティビジネス

を立ち上げるとともに、商店街の売上げに結び付け、街全体を活性化させようというこの事業は各方面の注目を集めている。一時「ワークシェアリング」という言葉が脚光を浴びたが、企業内でシェアするだけでなく、企業間あるいは街全体がシェアすることで更なる可能性を拡げてくれるにちがいない。(公)



待つだけでなく、お客様に近づいていく店づくり

「スペースジョイ」の佐々木村雄社長(左)と佐藤安伴店長。



—お店の創業は。

創業は平成元年の7月です。それまではホームセンターの店長をしていました。以前から自分で事業を始めたいという思いは強く持っていましたので、数人の友人から資金協力を得ながら、ここ東和町で事業を開始しました。

開業にあたっては、それまで勤

務していた会社の社長にも様々な形で支援をしていただき、たいへん恵まれたスタートでした。

—この店以外にコンビニエンスストアも2店経営されていますね。

平成7年11月に当店の隣に「ローソン」を開店しました。当時は今の店舗を拡大するか、それとも



①企画を含めディスプレイは佐藤店長が担当。冬の鍋用品を集めたコーナーも店長の手づくり。
 ②③農業資材の充実も「スペースジョイ」の特徴。朝早くから作業する人のために、朝8時には開店する。
 ④介護用品コーナーも充実。おむつなどの消耗品の需要が最も多く、車いすなどの大型介護用品も陳列している。
 ⑤集客の重要なアイテムであるチラシも、季節と地域の特徴に合った内容となっている。



⑥おそろいのユニフォームでお客様を出迎える従業員の皆さん。
 ⑦年輩のお客様も多いことから、丁寧、親切な対応がモットー。「この前はどうぞ」と言いながら入店するお客様もあり、そうした対応が実を結んでいる。
 ⑧株式会社ササキとして経営しているローソン東和町土沢店。大型トラックも駐車できる広大なスペースを備えている。
 ⑨平成9年2月にオープンしたローソン大迫店。国道396号線と町内に入る分岐点に位置することから幅広い層のお客様に利用されている。



徐々に注目を集めていたコンビニを始めるか随分と悩みました。

コンビニを始めることに決め、ナショナルチェーンという安心感からローソン本部に申し込んだのですが、当時はまだ都市部への出店が中心で、東和町は出店エリアの承認もとれていない状況なのでむずかしい、ということでした。本部に数回足を運び、何とか出店の承認をいただきました。

売上について本部の判断はかなり厳しいという見方でしたが、オープンしてみると思っていた以上にお客様が来店し、ピークには一日あたりレジ通過客数が2,000人を超えたこともあります。この成功をふまえ、平成9年2月に大迫にもコンビニを開店しました。

チェーンではないホームセンターというの珍しいと思いますが。

おそらく県内でも2、3店しかないと思います。ホームセンターと

いう業態はまだ歴史が浅く、国内での最初の開店は昭和47年です。

それだけに近年、この業態は急激な変化をとげており、店舗のチェーン化・大型化も次々に行われています。当社も平成5年に遠野店を開業しましたが、その後、大型店の進出が決定したため平成11年に閉店し、現店舗名を「スペースジョイ」に変え、力を集約して再スタートを図りました。

大型店との差別化はどのようにされていますか。

大型店の場合、店舗面積が数千m²ということも珍しくない時代になってきました。当店は約900m²ですので商品アイテムの絞り込みを第一に行っています。他店と同様のアイテムでは店の特徴もなくなってしまうことになりまから。

このため一般的なホームセンターで置いているカー用品、衣料、靴、家電はほとんどありません。逆に日

常利用する生活雑貨を充実させ、農村地帯でもあることから農業資材も豊富にとり揃えています。

また、高齢者や介護をするご家族のために、介護保険がスタートする前から介護用品の充実にも努めてきました。お客様のことを考え、大量に売れるものではありませんが車いす等も置いています。

お客様のニーズを第一にということでしょうか。

ニーズという考え方より「お客様に店から近づいていこう」という発想です。例えば3月から5月、9月から10月は農業資材とエクステリア関連の企画販売を行っており、この企画で以前に購入していただいたお客様にはDMでご案内しています。

また、エクステリア関連商品では、販売するだけでなく設置工事までケアしています。どこのお店でも設置工事の手配は行っている

ことと思いますが、その後は工事業者まかせというパターンが多いのではないのでしょうか。しかし、お客様から見れば購入したのはあくまで当店であるという視点から工事の最初と中間、そしてお客様立ち会いのもとでの完成後のチェックには必ず立ち会っています。

夏に需要の多い網戸は、連絡いただければ当店からお客様を訪問し、採寸してから商品を購入、そして取付けまでおこなっています。定型サイズ外の窓もありますし、商品に書かれているサイズがどこからどこまでを指すのかは意外に分かりにくいものです。また、網戸の張替えも行っております。もちろん張替えの場合も配達しますし、取付けも無料で行っています。

「頼りがいのある店」という感じですね。

そう思っていたら幸いです。色々なことを気軽に聞くことができる雰囲気作りを心がけています。お客様が必要と思われる商品を揃えるため、通常の仕入れ以外に店長がトラックで直接仕入れに行くことも月に数回あります。また、お客様が気持ちよく買い物

をしていただけるよう、事務所に「あいさつの励行」と「店内外ゴミをゼロにします」という自己採点表を張り出し、社員全員が帰る際に記入するようにしています。管理されるのではなく、自ら管理するという意味でも効果はあると思います。

これから取り組もうと考えていることは。

景気動向が今後どうなるかは分かりませんが、小売が爆発的な伸びを見せることは難しいと思います。それだけに「売りっぱなし」だけでは店としてやっていけない時代になってしまうと思っています。こうした状況を考えると、私たちは「お客様に店の方から近づく」ということを進めていく必要があるのではないのでしょうか。

その手始めにエクステリア関連の常設展示場を実現させたいと考えています。やはりお客様はその目で確認したいのですから。さらにエクステリアだけではなく、住宅の修繕、増改築にも積極的に取り組んでいきたいと思っています。これらの工事に関してはこれから勉強が必要ですが。

また、この地域は高齢化が進んでいる地域で、車をお持ちではない方も多くいます。そうしたお客様にもご利用いただけるように訪問や配達サービスを拡充したいと考えています。



店の前は広い駐車場になっており、夏には盆踊りも行われます。

店舗名 スペースジョイ(株式会社ササキ)
 所在地 東和町土沢6区125番地
 電話 0198-42-2151
 代表者 佐々木 村雄
 創業 平成元年
 従業員 30名
 業種 ホームセンター
 営業時間 午前8時～午後8時



PICKUP BusinessPartner

ピックアップ! ビジネスパートナー

【優良受発注企業紹介】

確固たる技術的裏づけを支えに安定受注を実現

株式会社長島製作所

当社は昭和51年7月、平泉町長島地区内において有限会社として設立、操業を開始しました。業務内容は、当初、プレス加工のみでしたが、3年後からは各種治具及び金型の製作も開始しました。平成元年1月には株式会社に改組するとともに、本社工場を現在の一関工業団地に移転しました。また、平成4年5月には第2工場を増設しています。

ご多分に漏れず、当社も発注企業から加工単価の切下げ要請が続いています。単価切り下げ要請は特に5年ほど前から顕著で、最近はいわゆる「中国価格」「東南アジア価格」が基準とされ、切下げ率も一層厳しいものになっています。こうした中において、工場レイアウトの合理化を図ること等によりコストダウンへの対応力を強化したほか、受注する加工内容等を「中難度のプレス金型、量産系プレス加工、板金加工」から「高難度・高精度プレス金型、多種・少量加工」に移行中です。この一環として、生産設備面での増強をはじめ、検査機器面でも整備

をしています。また、営業力の強化も必要とし、3年ほど前から、営業専従の担当者を配置しました。「まだ一人前のことはできていない」(新宮社長)とのことですが、徐々に成果があがってきているようです。

平成12年からは、自動車のマフラー用留め金のプレス加工(品目7種類・1ヶ月の平均ロット約9,000個)を受注しています。受注単価が極めて安価なため、収益的には厳しいものを予想しましたが、電子部品などとはちがい手離れがいい等のため生産効率がよく、受注当初懸念していたことは杞憂だったようです。また、何よりも自動車部品は景気に左右される割合が小さく受注量が安定し、この部分を確実な受注として織り込むことができるため、生産計画をたてるのも容易になりました。このような中において、現在、受注量を倍増することを目指して発注企業とも協議を重ねています。さらには、今後、受注量を拡大していくためには、複雑形状の加工もの



が増えてくるので、これへの対応として三次元CADの導入を検討しています。三次元CADによる設計は、単に機械装置を導入すればすむことではなく、それを操作する要員の確保が必要ですので、これには工程管理を担当し後継者と目している者を充てる予定で検討を進めています。ここまでは対応策を現実のものとして計画できますが、それ以上本格的に拡大しようとするれば、莫大な設備投資を必要とし、当社1社での対応は困難と判断しています。

残念ながら、受注企業を取り巻く環境の厳しさが改善される見通しは、当面、たっていません。このような環境にあって、当社は創業以来25年以上にわたる努力の結果勝ち得た「品質」「コスト」「納期」に対する発注企業からの信用を支えとし「受注を確保することにより、まずは今日をしのぎ、そして今月をしのぐ」を旨とした経営に徹しています。「今日をしのぐ」ため、当社の受注体制を駆使して、受けることができるものは何でも受けることを受注方針としています。また、受注を確保するための最も有効な方法は、確固たる技術的裏づけを持つことであると、常に生産工程を見直す等の創意工夫を重ねています。さらには今後発注の増加が期待できる加工分野は「絞り加工」関連と予想し、まだ少量ですが「絞り加工」ものを受注し、まさに悪戦苦闘しながら生産しています。

企業概要

設立：昭和51年7月

代表者：代表取締役 新宮 紀一郎

所在地：一関市東台14番地34

電話番号：0191-23-3850

E-mail：ngsmss@poplar.ocn.ne.jp

資本金：1,000万円

従業員数：56人(男子35人・女子21人)

工場規模：敷地面積6,622㎡、工場延面積2,112㎡

業務内容：金属プレス加工、金型製作、各種治具製作・組立、板金加工

主要設備

(金型製作関連)

ワイヤーカット放電加工機(3台)、放電加工機(1台)、マシニングセンター(2台)、高速細穴加工機、治具フライス盤(3台)、縦フライス盤(1台)、NCフライス盤(1台)、成形研削盤(2台)、平面研削盤(1台)、ボール盤(3台)、CAD/CAM(3台)

(プレス・板金関連)

タレットパンチ(2台)、プレス機(30~75t10台・80t6台・110t3台・150t5台・200t1台・250t1台)、プレスブレーキ(35t1台・50t1台)、CNCベンダー(80t1台)、シャーリング(1台)、プレスロボット(8台)、洗浄装置(1台)、スポット溶接機(5台)、炭酸溶接機(1台)、アルゴン溶接機(2台)、スタット溶接機(1台)、三次元測定器(1台)、投影機(1台)



経営動向

11月実績調査結果より
全体的に上向き傾向

全業種での推移 [調査票回収 936 企業 (有効回収率 56.7%)]

【生産・売上】 増加したという企業は16.0%と、前月調査の14.4%から1.6ポイント上回り、減少したとする企業は39.1%と前月調査の39.9%を0.8ポイント下回ったことから指標は上向きとなった。

【収益】 増加したという企業は11.3%と、前月調査の9.8%から1.5ポイント上回り、減少したとする企業は41.9%と前月調査の44.9%を3.0ポイント下回ったことから、指標は上向きとなった。

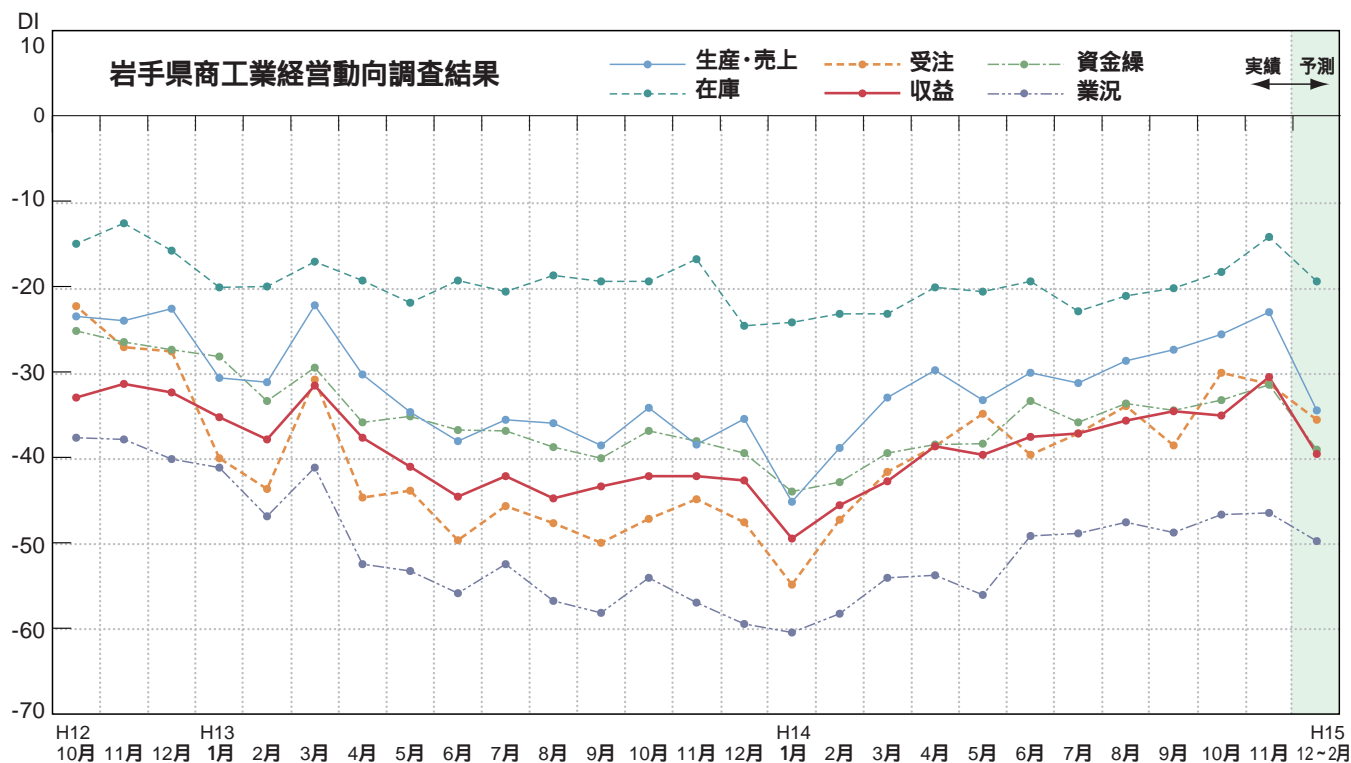
【資金繰り】 好転したという企業は6.9%と、前月調査の6.4%から0.5ポイント上回り、悪化したと回答した企業は38.4%と前月調査の39.7%を1.3ポイント下回ったことから、指標は上向きとなった。

【14年12月～15年2月の予測】 生産売上が前年同月より増加すると予測している企業は10.8%と、当月実績を5.2ポイント下回っている。減少すると予測している企業は45.4%と当月実績を6.3ポイント上回っており、予測どおりならば指標は下向きとなる。

収益は増加7.2%(当月実績比4.1ポイント低下)減少46.9%(同5.0ポイント上昇)となっており、予測どおりならば指標は下向きとなる。

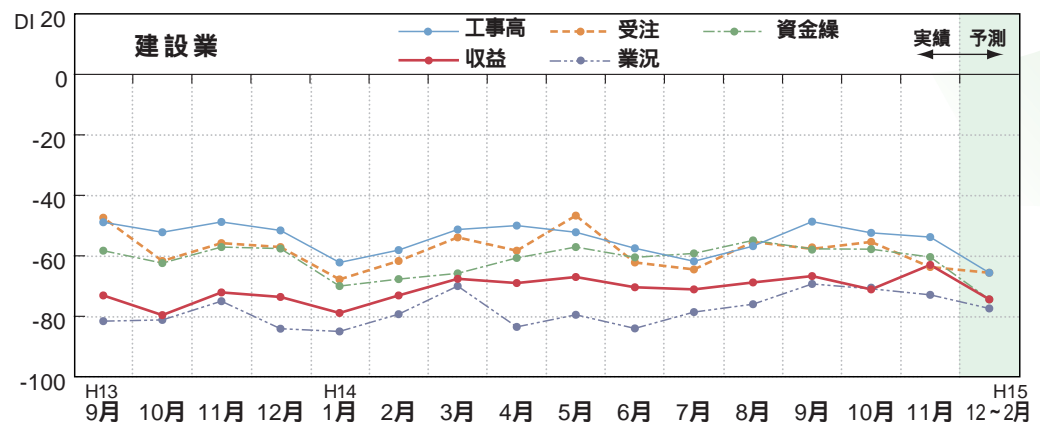
資金繰りは好転5.1%(当月実績比1.8ポイント低下)悪化44.2%(同5.8ポイント上昇)となっており、予測どおりならば指標は下向きとなる。

この調査結果はDI値で表しています。DI値とは増加(好転)企業割合から減少(悪化)企業割合を差引いた指数です。(増減は前年同月比)



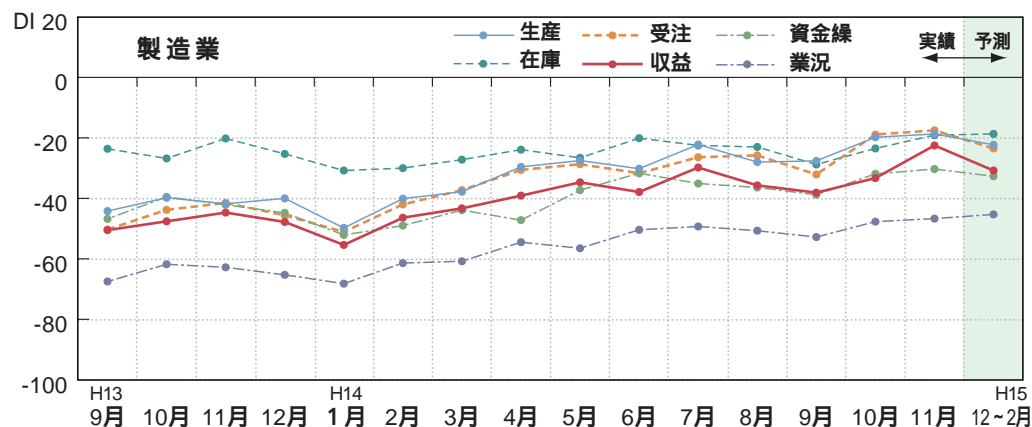
業種別経営動向 建設業

建設業全体では、工事高が前年同月より増加したとする企業は4.4%と前月調査の9.8%を5.4ポイント下回り、減少したとする企業は58.2%と前月調査の62.2%を4.0ポイント下回ったことから、指標はほぼ横ばいとなった。また、収益は増加3.3%(前月調査3.6%)減少66.3%(同74.7%)で指標は上向いた。



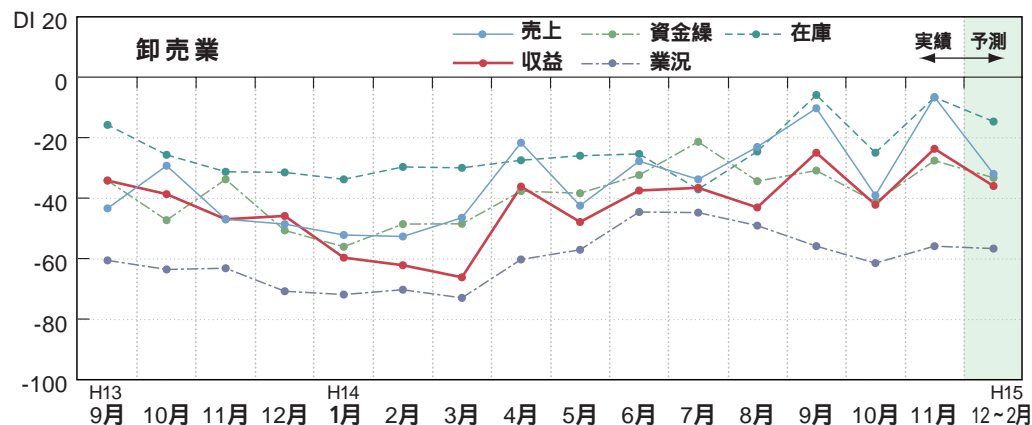
業種別経営動向 製造業

製造業全体では、生産が前年同月より増加したとする企業は19.8%と前月調査の19.4%を0.4ポイント上回り、減少したとする企業は38.5%と前月調査の39.3%を0.8ポイント下回ったことから、指標はほぼ横ばいとなった。また、収益は増加17.8%(前月調査13.6%)減少40.2%(同46.9%)で指標は上向いた。



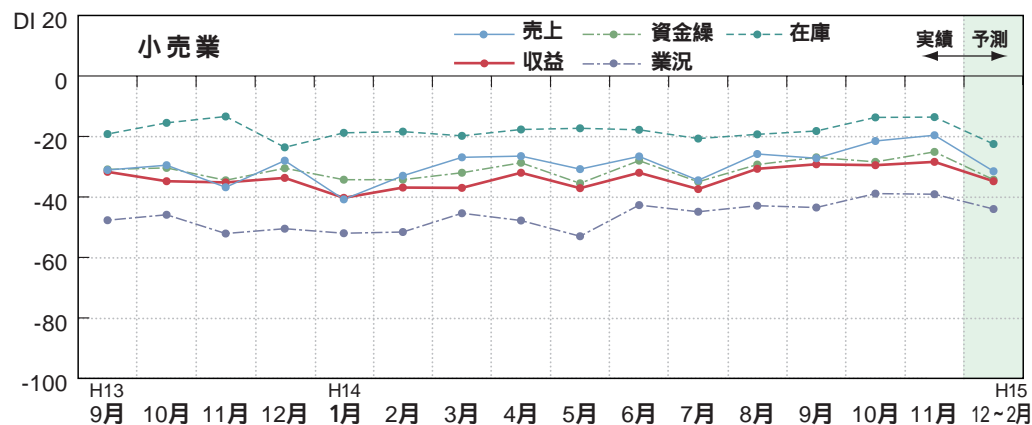
業種別経営動向 卸売業

卸売業全体では、売上が前年同月より増加したとする企業は30.3%と前月調査の10.9%を19.4ポイント上回り、減少したとする企業は36.8%と前月調査の50.0%を13.2ポイント下回ったことから、指標は上向いた。また、収益は増加18.4%(前月調査10.9%)減少42.1%(同53.1%)で指標は上向いた。



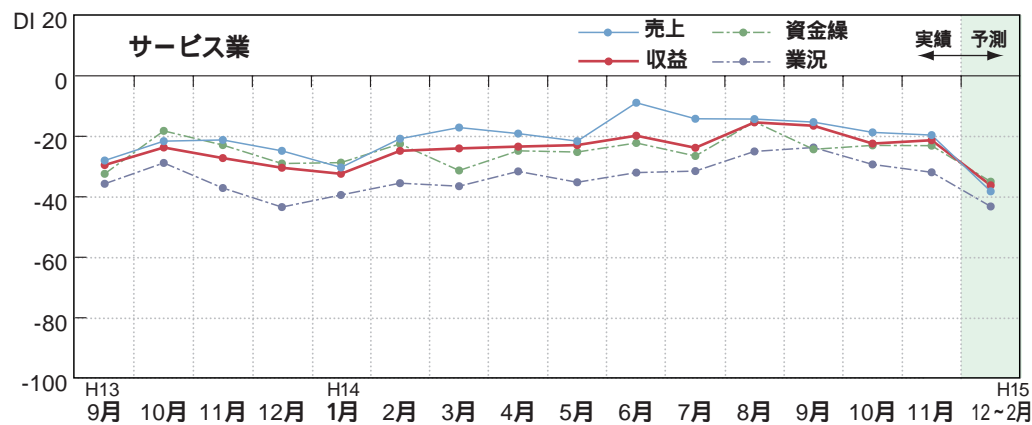
業種別経営動向 小売業

小売業全体では、売上が前年同月より増加したとする企業は14.4%と前月調査の13.3%を1.1ポイント上回り、減少したとする企業は33.9%と前月調査の34.8%を0.9ポイント下回ったことから、指標は上向いた。また、収益は増加7.7%(前月調査8.6%)減少36.1%(同38.1%)で指標はほぼ横ばいとなった。



業種別経営動向 サービス業

サービス業全体では、売上が前年同月より増加したとする企業は11.6%と前月調査の12.1%を0.5ポイント下回り、減少したとする企業は31.3%と前月調査の30.8%を0.5ポイント上回ったことから、指標はほぼ横ばいとなった。また、収益は増加11.1%(前月調査6.5%)減少32.4%(同29.0%)で指標はほぼ横ばいとなった。

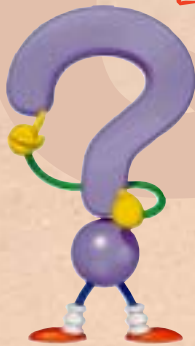


注1 調査時点は原則として各月末現在である。
注2 .11月までは実績値で12～2月は予測値である。
注3 「業況」とは、各企業が同種産業の状態を判断したものである。

業種別売上・収益DI表についてはホームページに掲載。

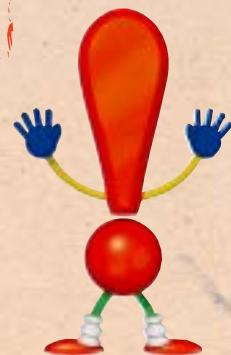
お問い合わせ先 情報研修課 TEL 019-621-5389 FAX 019-621-5481
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/sangyo/> E-mail joho@joho-iwate.or.jp

経営相談コーナー



当センターでは、中小企業者等が抱える経営、金融等様々な問題の相談に応ずるため、総務部企画課内に総合相談窓口を設けております。

また、起業にあたっての心構え、事業計画の立て方などを解説した、「創業者ハンドブック」を差し上げておりますので、どうぞご利用ください。



Q

起業するにあたっての心構えなどを教えてください。

A

心構えとして必要なことは、以下のとおりです。

- ① 家族や身近な人に対して起業に対する計画を相談し、事業の構想に対する理解を得て、最も身近な応援者になってもらうこと。
- ② 事業が逆境に見舞われたときでも、それを乗り越えられる強い精神力をもつこと。
- ③ ビジネスが軌道に乗るまでの生活資金を蓄えておくこと。
- ④ いざという時の保険になるような担保物権を取得しておくこと。
- ⑤ 年金、健康保険などの生活に対する公的な保護を断ち切らないこと。
- ⑥ 人生設計表を作成し、事業に沿った今後の生活計画を具体的に立てること。
- ⑦ 事業を続けていくうえでの後継者の確保・育成も計画に組み入れること。
- ⑧ 自分の知識や経験に頼り過ぎないで、人的ネットワークを広げ、できるだけ多くの協力者を取り込むこと。

さらに、将来への大きな夢を持ち続ける強い意志を持ち、計画的に実務を

こなす実行力を身に付けるなど、多くの観点からの見極めが必要です。

頭の中だけで考えずに、紙に書き出して見るのが大切です。いわて産業振興センターの「創業者ハンドブック」に沿って事業計画を練ってみてください。事業に踏み出すタイミングも重要ですが、準備不足で事業を始めると、計画から逸れたときに、立て直しが遅れてしまう危険が高くなります。長期的な視野で事業を熟慮することが大切です。

まず、何をビジネスの基本とし、どのように利益を得るのか、という「ビジネスの基本」に沿って考えてください。その計画を独立前に計画・立案し、具体策を十分検討して、その可能性を探ることが必要です。ビジネスはシステム作りです。既存のフランチャイズの成功率が高いのは、そのシステムが確立されているからです。

人に説明できるような具体的計画ができて、初めて「起業の準備ができた」ということになります。

また、以下の項目に対する心掛けも、大切です。

- ① 自分が踏み込むビジネス分野の「知

識」をどれだけ身に付けているかに成功のカギがあります。知識の蓄積があつてこそ、ビジネスを展開するための「知恵」が生まれます。関連する資格取得にも、挑戦してみましよう。

- ② ビジネスに関する情報の収集を、常に心がけてください。その業界の最先端の情報を、新聞・雑誌・テレビ・ラジオ・チラシ・インターネット・人の噂話などから情報収集することも大切です。自ら出向いて、流行やニーズをいち早くつかむことにも心掛けましよう。

- ③ 経営のために必要な経営手法、経理、販売、雇用、税金、許認可等の法律、消費者問題などに関して、すべてに目を通しておく必要があります。細かいことを、専門家にすべて任せず、自ら経営に関連する流れを把握しておくことこそ、起業家、経営者に要求される最低限の事柄です。

- ④ 常に手帳を携帯して、ふと思いついたことをメモに残す癖をつけましよう。毎日の小さな心がけが、次のチャンスを生み出し、ビジネス展開に繋がることもあります。常に、次のチャンスを求めて、ビジネスに取り組む姿勢が大切です。

お問い合わせ先

企画課

TEL 019-621-5386 FAX 019-621-5481

URL <http://www.joho-iwate.or.jp/>

E-mail joho@joho-iwate.or.jp