

産業情報いわて

(財)いわて産業振興センター情報誌【月刊】平成15年5月10日発行

MAY 5
2003
VOL.14



【特集】
IT先進事例
小田島組のGPS&デジカメ機器の活用 [P2]

「不況」だからこそできた 土木事業所のIT化

起業しました！起業家大学修了生を訪ねて [P6]
お互いの「顔」が見える
新しいタイプの
リサイクルブティックにチャレンジ

経営革新講座1 [P8]
従来の経営スタイルを変えよ

経営相談コーナー [P10]

業種別下請関連企業の [P11]
現況と見通し

貸与・貸付制度案内 / [P12]
創業準備ブース利用案内

工業技術センターだより [P13]

経営動向調査結果〔3月〕 [P14]

研修案内 / 賛助会員募集 [P16]

「不況」だからこそできた 土木事業所のIT化

道路や下水道など土木工事を主な業務とする北上市の株式会社小田島組。以前から続いてきた現場だけで仕事が完結する方式を改め、IT技術の応用で社員同士のコミュニケーションと情報の共有化を推進してきた。さらに、その技術を商品化することで、新分野にも挑戦している。

その牽引役である小田島直樹副社長に、IT化へのきっかけやその道のりについて語ってもらった。

ソフトに可能性を見いだして

「実は僕がパソコンをさわりましたのは、ほんの数年前なんですよ。」

小田島組のIT化の牽引役である副社長、小田島直樹さんは笑いながら当時の話をしてくれた。

「青年会議所の集まりで、当時、流行していたノート型パソコンを多くのメンバーが持っていたんです。それを見て『格好いいな』と思ってすぐに買ってしまったんです。」

購入した当初、小田島さんのパソコン利用は、ほとんどゲームだけだったという。その小田島さんが徐々にパソコンの魅力を理解しはじめたのは、ソフトによるものだった。

「今でもそうですが、ハードには強くなかったですし、あまり好きではないですね。でも、ソフトには非常に興味がありました。使い込んでくうちにアイデアが浮かんでくるんです。こうすれば仕事に使えるんじゃないかと。しかも、当時は『Windows95日本版』が発売された直後でもあり、多くのプログラマーがソフト開発に取り組んでいた時代でした。」

平成7年に発売された「Windows95日本版」は、「Windows3.1日本版」(後

に3.5にバージョンアップ)での後継OSであり、基本設計はもちろん大幅にネットワーク機能が強化され、一大ブームを呼んだ。

こうした時代の流れとソフトの充実が社内のグループウェアに、そしてその後のIT化に対する取り組みきっかけとなっていった。

いち早くグループウェアに着手

平成7年を振り返ると、国内のインターネット利用状況はまだ黎明期の枠を出ていなかった。大手企業や一部の知識ある人が使用するだけで、現在人気のポータルサイトである「Yahoo! Japan」が登場するのも翌年のことである。その中で小田島さんはインターネット上の掲示板を利用して社員のコミュニケーションを図るシステムを思いついた。

「よく社長が言うんですが、『社屋が立派だって意味がない。自分たちの職場は現場なんだ』と。確かにそのとおりで、土木工事は現場ありきです。当社でも社員全員が顔を揃えるということは滅多にないんです。ですから情報の共有化ができません。仕事で良くできたことはもちろんですが、失敗やクライ

ントとのトラブルも情報としてみんな知っていないと当社の蓄積となりえないのです。」

例えば と言って小田島さんはこんな例をあげてくれた。ある現場でトラブルが起こり、クライアントが怒ったと仮定する。責任者がその事実を知っているかいないかで相手の心証は大きく異なるという。

「知らない、ニコニコして『お世話になっています』というようなあいさつができませんよね。相手は心の中で『自分の会社を把握していない』という評価を下すかもしれません。でも知っていたら『先日は当社の社員が失礼いたしました』と言えるわけです。報告せよと言うのは簡単ですが、それを具体化するために、インターネットを利用しました。」

小田島組が導入したシステムは、北上市主導で始まったプロバイダのサーバに非公開の掲示板を開設し、社員が書き込むことにより情報を共有するというものだった。

IT化へ壁を突破

それまでスタンドアローンだった5台のパソコンに、新たに5台のノートパソコンが導入され、イントラネットが始まった。



左が、手に「デジカメwith GPS」を持つ小田島直樹副社長。「私の役目は仕事上の『壁』を壊すことです。難題から逃げることは簡単ですが、それでは会社はもちろん、自分自身、さらに自分が属する社会のためにもなりません。」と、IT化に対する意気込みを明快に話してくれた。上の写真は小田島組の本社。

しかし、すべてが順調とはいかなかった。

「現場主義だった土木事業にパソコンを取り入れたんですから抵抗はありましたね。特に社長から(笑)。一体こんなことをしてどうなるんだという雰囲気を感じられました。でも、僕自身が性格的にあまのじゃくなんです。みんながやっているから同じようにやろうというのは、進歩も未来もないと思ったんです。すでに周辺ではデジタルに関する取り組みをはじめている事業所もあったので、乗り遅れるわけにはと思いました。」

今では考えられないことですが、と前置きして小田島さんは当時のエピソードを披露してくれた。

「パソコンに慣れていない人間からすれば、さわりたくないというのが本音なんです。だから壊れても知らないふりをしているんです。『あれ?これ壊

れてるんじゃないか』って言うと、『ああ、数日前から壊れてましたよ』なんて...(笑)。今では壊れると大喜びで『新しいの買しましょうか』って言われますが。」

問題は利用する人だけではなかった。プロバイダ利用のためのIDの取得に時間がかかること、ダイヤルアップのため電話代がかさむこと、事務所内でのやり取りであってもしいち電話を掛ければならないことなど、面倒な部分や経費の増加が徐々に表面化してきた。

そこで平成9年には、自社にサーバを設置し、より多くの社員が情報共有に参加できる体制に切り替えた。またスケジューラーなども取り入れられ、社員はもちろん上席者の動きも見えやすいように強化していった。

その結果、工事状況の把握はもちろん、ミスや低減、スケジュール管理までスムーズに行われるようになったという。

現場でも活用できる新たなシステム

こうした社内のシステムが整備されつつある中、現場業務でも改善しなければならなかった点があった。

「当社の業務の一つにマンホール工事です。当社で取り入れたマンホールのフタの取りかえの新工法は、従来と異なり、工事段階から設置までがスムーズで、耐久性も抜群です。すでに1000箇所近くをこの工法で工事してきました。」

マンホールは設置して終了ではない。その後の維持管理も重要になる。そのため同社では、これまでプリント写真による管理が行われてきた。

「場所や特長が記されているわけですが、新旧の数え切れない写真の中から目的のマンホールを探すだけでひ

と仕事です。これではいけないと思い、インターネットで見つけたのがGPSとデジタルカメラを合体させたものでした。」

GPSとは、Global Positioning Systemの略で、アメリカ国防総省が軍事用として開発した技術である。地球の周回軌道を回る24個の衛星から発信される情報を利用して、利用者の現在地(緯度・経度・高度)を得るためのシステムをいい、現在は民間でも利用できるようになった。

このカメラは、そうした緯度・経度情報をデジタル写真に加えることで、より正確な位置データを保存することが可能になっている。しかもそうした情報は、見かけ上1枚の写真であり、必要な際に写真情報を見れば分かる。

小田島組では、このカメラにオリジナルの着想である「時系列での管理」を加え、利便性をあげるため「地図情報とのリンク」も行い「デジカメwith GPS」を企画した。

「『時系列の管理』という難しく聞こえますが、単純に言えば半径何メートル以内にあるものは、同じマンホール

だと認識させることです。GPSにも誤差があり、同じマンホールを2度撮影しても緯度・経度はまったく同じに記録されるわけではありません。通常デジタルの世界では数字が違うものとして扱われるわけですが、それを同一のものとして、年ごとのマンホールの状況を確認できるのです。」

逆に、近くにあるマンホールと区別したい場合は、目印や施工業者などを「工事情報」欄に入力しておけば、違うものとして認識されるという。

「ただ、情報管理ができて、そのマンホールの場所に行けなければ工事ができません。そこで地図データにリンクさせ、マンホール位置を地図上で見ることができます。」

必要に迫られていたとはいえ、一つの事業所がシステム構築に取り組むのは簡単なことではなかったはずだ。

「もちろん、わが社だけではできませんでした。このシステム構築は広島、東京、山梨の企業とジョイントして完成させたものです。以前なら考えられなかったことですが、インターネットが普

及したおかげで、遠距離の企業ともお付き合いができるんですね。」

平成11年の新事業創出・ベンチャープラザいわてで最優秀ビジネスプラン賞を受賞した「デジカメwith GPS」は実用化され、建築土木分野をはじめ、幅広い利用が期待されている。

携帯電話の高機能を生かして

小田島組では、このシステムで蓄積したノウハウをもとに、さらにステップアップをねらう。GPS・写真撮影機能付き携帯電話を利用した「ビジュアルポジションBBSシステム」がそれだ。

「『デジカメwith GPS』は、鮮明な画像が撮影できる反面、携帯性に欠ける部分があります。その点、携帯電話ならポケットに収めることができます。」

「ビジュアルポジションBBSシステム」は、「デジカメwith GPS」と使用方法が異なる。高度な情報管理が中心だった「デジカメwith GPS」に対し、「ビジュアルポジションBBSシステム」は、より広範囲な

人たちが利用できる「BBS」(bulletin board system=電子掲示板)で情報を共有することに重点がおかれている。

具体的に説明すると、利用者は撮影した写真データをEメールで、電子掲示板のビジュアルポジションBBSに送信する。すると送られた写真は、自動的に件名、コメントとともに掲示板に記載され、各クライアントのパソコンで見ることができるようになる。もちろん、GPSデータも格納されており、撮影地点の地図を見ることも可能だ。

「当社の場合は、グループウェアにも利用しています。先日交通事故によるオイルもれが起こった現場の近くをたまたま当社の社員が通りかかりました。彼は早速その状況を写真とともに送信したわけです。送信されたデータは、ビジュアルポジションBBS以外に私を含めた上席者7名に送られるようになっていきます。結局、そのメールを見た社員たち9名が、警察より早く現場に集まりました。駆けつけた警察官が『君たちは何だ?』と驚いたそうです。」

こうした事故・災害などの情報提供以外にも「ビジュアルポジションBBSシステム」は活用範囲が広い。例えば位置情報付き観光スポット、不動産物件紹介、不法投棄現場など、言葉だけでは分かりにくく、位置も知らせにくいものに利用できるという。

「現在注目されているユニバーサルデザインが使われている場所のマップづくり先できると思います。ただ、私たちのスタンスは基本的に建設土木業としてIT技術をどう利用できるかです。社長の言う現場第一主義は当然のことです。システムはその手助けにすぎません。そのことを忘れると、目的が業務の利便性を高めるのではなく、システムを作ることになる恐れがあると思います。」

自ら率先して取り組む

小田島さん自身が「古い体質」と語る建設土木業界で、多くの反発を買いながらもIT化を推進してきた理由は何だろう。

「一つは不況のおかげですね。かつては従来どおりのやり方で仕事が入って来ましたが、不況になれば価格競争や仕事の減少が当たり前です。そうした中で、社員とともに生き残っていくには、工夫していくしかないと思ったんです。もう一つは地域社会への貢献のための実践です。」

(社)北上青年会議所理事長、(社)日本青年会議所東北地区協議会会長を歴任してきた小田島さんは、全国の事業所を担う人々と交流を続けてきた。そこから見てきたのは、自ら率先して

行動を起こさなければ何も変わらないということだった。

「システム構築に関しても『私は必ずやる』と青年会議所で先に言ってしまったんです。言ったらやらなきゃいけませんよね(笑)。」

平成15年度の小田島組の品質目標は「現状突破によるお客様への満足の提供 ~ 新次元へのBreakthrough! ~」だ。Breakthrough=「現状突破」に向けて新たなチャレンジをはじめている。しかし、その原点は変わることがない。インタビュー終了後に、ご自身の子どもとの話題で相手を崩す小田島さんの優しい目からは、「自然と調和の取れた環境を子どもたちの未来に届けたい」という社のモットーが垣間見えた。

会社名	株式会社 小田島組
住所	岩手県北上市和賀町野川目 1-33-137
TEL	0197-72-2176
FAX	0197-72-2190
URL	http://www.odashima.co.jp
E-mail	info@odashima.co.jp
代表	代表取締役 小田島敏夫
業種	土木建設業
社員数	50名



本社のノートパソコンで、小田島さんにビジュアルポジションBBSの操作を見せていた。分かりやすいインターフェイスは、誰でもすぐに覚えることができそうだ。



パソコンだけでなく、携帯電話も利用し情報の共有化を図っている。

起業しました！

起業家大学修了生を訪ねて

お互いの「顔」が見える 新しいタイプの リサイクルブティックにチャレンジ

当センターが開催した平成14年度の起業家大学、大学院を修了し、今春オープンしたのがリサイクルブティック「プロムナードこまくさ」だ。これまでのリサイクル品のイメージとは異なり、お客様に感動と満足を与えられるお店づくりをしようと新たなサービスにチャレンジしている店主の鈴木紀子さんにお話をうかがった。

「古着」ではなくほぼ新品の 「価値のわかる リサイクルブティック」を

国道4号と旧中央卸売市場の間の盛岡市津志田ここに、周囲とは違って変わった真新しいコテージ風の建物が建っている。起業家大学・大学院を修了し、開店した鈴木紀子さんの「プロムナードこまくさ」だ。

一見すると喫茶店を思わせるようなしゃれた造りだが、メインとなるのは「リサイクルブティック」ほぼ新品の高級婦人服中心の委託販売だ。

鈴木さん自身、婦人服の販売に15年携わってきたプロである。同時に自らも洋服を購入し、大事にしてきた。

「どなたも、どんなお気に入りでも、やはり時が経つと着る機会がなくなってしまいますし、実際、体型も変わってきます。そこで、何らかの方法で活かしてあげたい...と思ったのです。」

そうした思いを積み重ねているうちに、考えついたのが「リサイクルブティック」だった。大事にしてきた洋服を持ち寄る人たち、それを購入する人たち、そして仲介する鈴木さんこの3者が「よかったです」と思える方法を大事にしたかったと鈴木さんは語る。

「洋服好きな人って、もう着ることがな

店主の鈴木紀子さん(左)とお嫁さんの木村未佳さん。実の親子と思えるようなチームワークだ。



いものでも大事にするんですよ。しかもそういうものは素材が良いから年数を経ても十分着ることができます。いろいろな思い出がある洋服ですから、売る側、買う側が納得するのが一番ですよ。」

起業家大学・大学院で出逢った 多くの刺激と人々

「リサイクルブティック」を思いついた鈴木さんは、創業を目指して起業家大学に入学、その後大学院に進んだ。これまで婦人服の売り場で腕を振るってきた時以上に、緊張が多かったと語る。

「今までの見方と違う方向から眺めることの大事さを教えてもらいましたね。集まってくる方々も多種多様ですから、それだけ刺激も多かったです。そこでの出会いがきっかけになって、これまで以上に、パソコンも大好きになりました。」

起業家大学・大学院で培った起業家としての精神やノウハウを生かし、具体的な店の運営方法も徐々に固まってきた。それと同時に、どのような店舗にするかも鈴木さんにとっては重要なポイントだった。

「土地は用意できていたんですが、肝心の建物の方がなかなか決まらなかったんです。いろいろ見本を眺めても、どうもピンとこない。そんなとき、新聞広告で見つけたのが、遠野の間伐材で造るコテージの広告でした。」

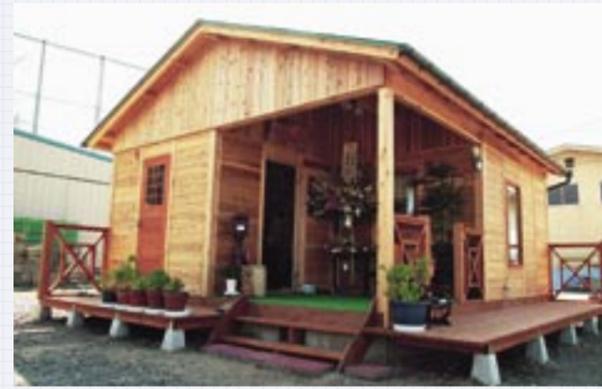
早速、鈴木さんはご主人とともに遠野へ向かった。現地で見えたコテージは木のぬくもりと匂いにあふれる理想的なものだった。何より気に入ったのは「リサイクルブティック」を営む店舗が、間伐材で造られるというもう一つの「リサイクル」ができる部分だったという。

「健康型住空間の中で、ブティックとしての店舗イメージにふさわしいさまざまな工夫を凝らしました。」

営業形態も決定。 いよいよ始動へ

こうして店舗の建築が進み、運営方法も次のような方法に決定した。

商品は仕入れたり買取りしたりするのではなく、委託という方式に。委託料はいただく、売れた場合のみ、



木の香りが和ませてくれる店内では、アクセサリーなど女性の趣味を生かした手作り品も委託販売。



駐車場の一角にあるガーデニングコーナー。

売価の40%を店側の販売手数料とし、60%を委託客に還元する。

委託期間は10～15日間として、1週間経過後、反応がない商品は委託客に連絡し、価格などについて相談を行う。

こうした条件を考えた理由には、売り手顧客、買い手顧客双方のお客様に満足していただきたいためである。

品揃えは、常に鮮度を保つためにシーズンにあった展示に、またご来店できない委託客には、Eメールで対応し、電話・ファックスでも要望等を受けている。

店のオープンは 「本当の意味」でのスタート

取材に訪れたのはオープン当日。訪れる人もまだそう多くはなく、初日というには多少寂しいというのが正直な感想だった。そうした失礼ともいえる印象をストレートに伝えると、鈴木さんは意に介さず、笑いながら答えてくれた。

「普通、新品を扱う店がオープンするというと華やかなイメージがありますよね。でも『プロムナードこまくさ』にとっては、今日がオープンであります、ふさわしいスタートなんです。」

鈴木さんは自らがイメージしてきた店内を見回しながら話を続ける。

「まず、このお店を見ていただくだけでは、お客様が委託して良いものかどうか分かりませんよね。同時にこちら信頼できる方と長くおつき合いしていきたいと思うんです。そのために、以前から

おつき合いのある方々にまず声をかけて、このお店を見ていただくと思っています。持ち込む側、売る側、買う側の顔が見える、いわば新しいタイプの『産直』なんです。」

急がず、あせらず、自らを信じて鈴木さんはこの店を単なるリサイクルブティックだけではなく、もっと大きな夢のための場所と考えていた。

まだまだ広がる夢。 それは家族とともに

「実は店の外には私の趣味を生かしたガーデニングコーナーも作りたいと考えているんです。」

駐車場の一角にすでに花などの苗が並び、店先を飾っていた。こうしたガーデニングの担当は将来、退職後のご主人だという。自宅には花以外に菜園もあり、そこでとれた無農薬野菜なども置いていきたいという。

「私はここを、周辺の皆さんが気軽に訪れることができるスペースにしたいと考えて『プロムナード』と名付けました。『プロムナード』とは仏語で散歩道という意味です。お花を見に来たっていいし、野菜がどんなものがあるか来てみていいし、もちろん洋服がメインですが...。そして、最終的には、本当の意味で人と環境に優しいリサイクルという考え方で、少しでも社会貢献できればと思っています。」

「リサイクルブティック」、「間伐材利用の店舗」、「ガーデニングなどつるぎのコーナー」.....これらはすべて鈴木さんの社会貢献の意志から考えられたものだ。



会社名 有限会社プロムナードこまくさ
住所 盛岡市津志田18-2-4
TEL・FAX 019-639-4133
URL <http://www.komakusa.co.jp/>
E-mail iwate@komakusa.co.jp
営業時間 10:00～18:00
代表 鈴木紀子
業種 リサイクル・ブティック
定休日 日曜・祝日

そして起業家大学で教えられた「助け合う心」にも通じている。

オープンを手伝いに来ていたご主人にお店を持つことに対して抵抗はなかったのかを尋ねた。するとご主人は明快に答えてくれた。

「彼女の夢は私の夢ですから。」
同様の問いを、一緒にお店に立つ鈴木さんの次男のお嫁さんである木村未佳さんにも聞いてみた。するとご主人同様の答えが返ってきた。

「私も夢に同乗させてもらおうと思っています。」

一人の夢が、家族の夢へ、そしてそれが地域の夢へ。岩手山登山で出会ったコマクサに感動して名付けた店は、一步一步新たな山を登っていく。

お問い合わせ先 新事業支援課 TEL 019-621-5070 FAX 019-621-5481
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/info/sogyo> E-mail joho@joho-iwate.or.jp
鈴木さんが受講した「いわて起業家大学」「いわて起業家大学院」の15年度のコースは、現在申し込み受付中です。

従来の経営スタイルを変えよ

今回から隔月で6回にわたり、今日的テーマである経営革新について解説をします。1回目は経営革新の必要性とその方向を大きく掴み、2回目以降から具体的に中小企業がどのように経営革新と取り組んでいけばよいのかを事例を交え、導入から成果実現のプロセスを説明したいと思います。どうかこの1年よろしくお付き合いください。

収益が悪化したのは不景気のせいなのか

近頃、大半の企業収益が悪化している。経営者は口を揃えてこう言う。「この不景気だから」と。この不景気だから収益が悪化しても仕方がないとも言いたいのだろうか。例えばトヨタは今年最高利益を上げた。キャノン、ジャスコは、いや、身近の中小企業でも増収増益企業は沢山ある。

果たして収益悪化の原因は不景気のせいなのか。

確かに不景気が収益悪化の一原因であることは確かである。しかし、それを以って全てを論じると経営の方向を見間違え。

ここ10年を見ると、それまでと全く違



った日本の経済構造が見える。

かつて、大量生産方式で世界を席巻してきた日本式経営が今では中国に太刀打ちできない。しかも、その品質は日本に急迫してきている。銀行は大蔵省を中心に護送船団方式で潰れないといわれたが、どんどん外資系のカタカナ銀行に生まれ変わっている。就職希望の多かったあの名門企業はどうなってしまったのだろうか。系列は、終身雇用は、毎年のベースアップは、どれも今や過去の遺物か。

しかし、一方でIT活用による全く新しいビジネスが生まれている。あるいは、ナノテクノロジーやバイオテクノロジーといった分野が脚光を浴び、介護ビジネスや環境ビジネスといった癒し系、さらには従来の事業を斬新な発想でリメイクする、農業経営や病院経営、中古市場など等が伸びてきている。

環境変化に対応できない企業

一言で言うと、経営悪化の最大の原因は、企業が急激な環境の変化に対応できなくなったからである。環境変化にいち早く対応した企業が収益を上げ、対応できなかった企業が混乱している。世に言う「勝ち組・負け組」である。

では何故、多くの企業はこの環境の変化に充分対応できないのであるのか。パターンは二つある。

一つは現状認識の甘さである。戦後の日本は若干の紆余曲折はあっても、原則経済は右肩上がりであった。そのため収益が悪化しても、しばらく我慢すればやがて追い風が吹いてくる。全てはインフレの中にあり、土地や株は上昇し、売上至上主義は少々の経営課題を吹き飛ばして余りある。この体験を今尚持っている経営者群である。「待てば海路の日和あり」とばかり、今回の不況も過去の不況と同様に、「いずれ景気は回復する」「きっと神風は吹く」と。しかし、構造は変わった。待てば待つほど事態は深刻である。いずれこのパターンの企業は滅びる。

もう一つは呪縛である。実際はこのパターンの企業が圧倒的に多い。現状認識はできているが、動けないのである。現在の顧客、仕入先、従業員、地域、業界、伝統、信用、先代、など等の呪縛で身動きが取れない。実際「もし、何かして失敗でもすれば」「せめて自分の代だけでも凌ぎたい」といった声を多く聞く。何かすることへの未知のリスクを回避するために、何もしないほうを選んでいる経営者のなんと多いことか。しかし、何もしないことが企業の

寿命を縮めていることを理解していない。いずれこのパターンの企業も滅びる。

経営革新とは

ではどうすれば良いのか。道は明らかである。現在の事業を直視し、一切の与件を捨てて、事業機会を探索し、革新的にアプローチするしかないのである。

ドラッカーは「企業は現在起こっている外部環境の変化を直視せよ。たとえその環境が自社にとって厄介で悪意に満ちていようと。変化するのは企業の方である。シュムペーターの言う、創造的破壊を繰り返せ」と語っている。環境変化から逃避するのではなく、果敢に変化対応していくことこそ、「死地に活路を求めろ」が如く、新たな飛躍発展の世界が広がるのである。まさに経営革新とは、この創造的破壊そのものである。

従来の経営スタイルを変えよ

そのためには、従来の経営スタイルを見直さなければならない。

まず、一つ目は曖昧経営を断ち切らなければならない。良い意味で日本は言語・宗教・価値観などが殆ど共通している。まして企業内といえば、さらにその傾向は強い。そのため、「阿吽の呼吸」とか「言わずもがな」といった風土がある。経営方針にしても、文章化しない企業が意外と多い。文章化していても抽象的で分かったような分からないような表現である。これは経営陣の意思決定からの逃避行動である。その結果現場での混乱が起き、状況次第では致命傷になりかねない。最近とみに多くなった企業の不祥事はこのような背景から起きている。

次に、習熟と前例主義を捨てるべき



である。現在を不確実性の時代と呼ぶ。今までに経験したことのない未知の世界である。過去の習熟型成功体験に固執すると、現在の経営課題の解答は導き出せない。シュムペーターの創造的破壊の創造とは、新たなものを作り出すという意味である。試行錯誤を繰り返しながら正答を絞り込む経営を心がけるべきである。

三つ目は、供給者的視点から顧客的視点への変換である。従来の企業側の都合や、経営努力の押し売りではなく、あくまで企業の機軸を顧客満足に置く経営スタイルが大切である。大量単品生産は確かにコストダウンになる。しかし、それでは顧客は満足しない。優先すべきものは顧客の視点である。それをどのように低コストで実現するのか、WHAT(何を)とHOW(どのように)を間違えないようにしなければならない。

四つ目は、スピードをKFS(成功の鍵)とすることである。かつては資本力が企業間の雌雄を決した。しかし、現在は高度情報化社会である。資本力に

勝る経営力として情報力が浮上してきた。スピードで勝るものが勝者となる。いち早く現場の情報を吸い上げ、分析し、対応する企業は常勝する。IT化はそのための重要な道具である。

最後に、強いリーダーシップによるトップダウン経営に徹するべきである。現状は非常事態である。戦闘状態である。鳩首会談では事態は解決しない。ましてや、日本の経営の良さでもあるボトムアップ方式はこの戦闘体制にはなじまない。今日ほど経営者の出番が求められる状況は過去にない。トップはこの非常事態に際し、ビジョンを示さねばならない。そして、強引に企業をその方向に導かねばならない。まるでモーゼの如く。未知の世界に旅立つ者達は、常に不安である。その不安を取り除き、確信に満ちた旅立ちを誘うのは強いリーダーの存在である。上着を脱ぎ、ワイシャツの腕をまくり、現場を力強く歩き回る強いリーダーの存在である。

S&Gビジネスディレクション株式会社
代表取締役社長 吉田史朗

経営相談コーナー

Q 事業を始めたいと思っています。会社として法人を設立するのと、個人事業として始めるのではどちらが良いでしょうか。

A 個人事業と法人事業の違いを以下に整理してみます。

個人事業

- メリット
- ・ 開業時の費用・手続きが少なく済む。
 - ・ 開業後の手間も簡便に済む。
- デメリット
- ・ 法人に比べ、信用力が劣る。
 - ・ まとまった事業資金が集めにくい。
 - ・ 儲け(所得)が多いと、累進課税が課される。

会社事業(法人)

- メリット
- ・ 個人に比べ、銀行や取引先などに対する対外的な信用が高い。
 - ・ 求人面でも、個人事業よりは有利となる。
 - ・ 儲けが多くなっても、一定の税率で済む。
- デメリット
- ・ 設立までの手続きが複雑で面倒である。
 - ・ 事業開始時に資本金が必要である。(注記参照)

以上のように、それぞれにメリット・デメリットがありますが、最大のポイントは、「これから始めようとする事業が、法人である必要があるかどうか」です。

- 次のような場合には、法人を選択したほうが良いでしょう。
- ・ 法人であることが、取引先との取引条件である場合
 - ・ 事業開始当初から、多額の資金が必要と見込まれる場合
 - ・ 事業開始当初から、(多くの)従業員を雇う予定がある場合
 - ・ 事業開始当初から、ある程度の利益が見込まれ、以後も、事業拡大していく場合

以上のような基準を参考に、事業形態を決定してください。

Q 会社を設立するにはどのような手続きが必要ですか。

A 会社設立の流れは、会社の種類によって若干異なります。

ここでは株式会社を例にとって説明します。最初に決めておかなければならない事項がいくつかあります。

それは、「会社名」、「本店所在地」、「資本金の額」(注記参照)、「出資者と出資割合」、「事業目的」、「決算期」、「役員」です。

これらの事項は、会社設立の手続きを司法書士等に依頼する場合であっても自分で決めておかなければならないものです。なお、会社名については、候補を3つほど考えておく方が良いでしょう。

次に、会社設立の手続きですが、会社設立の流れは次のようになります。

- ・ 類似商号の調査
- ・ 役員・出資者の印鑑証明取得、会社の代表印の作成
- ・ 定款(会社の商号・事業目的などの重要決定事項を記載した書類)の作成
- ・ 定款の認証
- ・ 出資金の払込、保管証明書の取得
- ・ 創立総会の開催(総会において、取締役・監査役を選任)
- ・ 設立登記(申請書類作成・登記申請)

上記の中で、「類似商号の調査」と「定款の作成(とくに事業目的の記載)」が事業を営む上で重要なポイントとなります。

設立手続きはかなり煩雑ですが、これらの重要ポイントをきちんと押さえておけば、司法書士に依頼しないで自分で手続きすることも可能です。しかし、スムーズに手続きを進めるためには司法書士などの専門家に相談することをお勧めします。

なお、開業しようとする業種によっては許認可手続きや各種届出が必要な場合もあります。これらに関しては当センターの「創業者ハンドブック」に詳細を記載してありますので、そちらを参考にしてください。

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、マリオンフ階に総合相談窓口を設けておりますので、気軽に相談ください。

注記 最低資本金の特例制度について

会社設立のために最低必要な資本金は、有限会社300万円、株式会社1千万円となっています。しかし、平成15年2月、新事業創出促進法が改正されました。このなかで、資本金が最低額に満たない会社でも、以下の処置により設立手続きができる特例(最低資本金規制特例)が制定されました。

特例制度の主な内容は以下のとおりです。
対象者: これまでに事業を営んでいない個人が2ヶ月以内に会社を設立する場合で、その会社を通じて事業を開始する具体的な計画を有する場合です。

対象の形態: 有限会社、または株式会社を設立する場合に適用されます。

申請期間: 受付は平成15年2月から平成20年3月31日までです。
申請先: 岩手県(東北地方)の場合は、仙台市にある東北経済産業局になります。

最低資本金特例を受けた会社の義務と形態変更の特例: 本特例を受けた会社は、会社設立後5年以内に最低資本金(有限会社300万円、株式会社1千万円)を満了する資本金を用意しなければなりません。これができない場合は、会社は解散となりますが、特例により合名会社または合資会社などの形態に変更することもできます。(特例を受けた株式会社の場合は、資本金が300万以上あれば、有限会社への形態変更も認められます。)

申請手続きは、定められた書類を経済産業省(東北の場合は仙台市にある経済産業局)に直接提出してください。(郵送可)

なお、事業計画の内容が不十分と判断されれば、特例が認められない場合もあります。

申請方法に関する説明資料は当センターでも配布していますが、経済産業省のホームページでもご確認ください。

URL
<http://www.meti.go.jp/policy/minicap/index.html>

なお、本制度が適用されても、会社の登記手続きに要する諸費用は従来と変わりません。

業種別下請関連企業の現況と見通し



(対象期間 平成15年1月~3月)

業種加工内容	ポイント	現況	見通し
【繊維・繊維製品】 	今期「売上が増加した」は19%から25%に微増となっているものの、「利益が増加した」は14%(前期は15%)と低い水準で推移している。「受注単価が値上りした」も6期連続で0となっており、海外製品との競合により利益の確保がますます難しくなっている。コンビニや一部の量販店向けの縫製品が好調である。	かなり悪い	かなり悪い
【合成樹脂製品】 	「操業度100%未満」が52%から65%に増加しており、生産余力を生じている企業が増えている。一方、「売上が増加した」の38%は3期連続で変わらず、好調・不調の企業がはっきりしてきた。自動車部品(特に特殊成形品)及び携帯電話部品が好調である。	普通	普通
【鑄造】 	「受注単価が値下がりした」が50%から69%に増加し、全業種中最多となった。さらに「売上が減少した」が36%から44%に、「利益が減少した」が31%から44%に増加しており、業況悪化が著しい。これに加えて原材料が値上がりしており、状況はいっそう厳しくなることが予想される。	悪い	かなり悪い
【鉄骨・製缶】 	「売上が減少した」が60%、「利益が減少した」が67%で全業種中最多である。「受注単価が値下がりした」も59%から67%と依然として増加傾向にあり、公共事業の縮小による需給バランスの崩壊という構造的要因が業界全体を覆っている。「業界全体が下向き」も74%で全業種中最多であり、将来についても悲観的な見方が多い。	かなり悪い	かなり悪い
【機械加工】 	「操業度100%超」が36%から57%に増加し、全業種中最多となった。「売上が増加した」が14% 29% 36%、「利益が増加した」が11% 24% 28%と、ともに2期連続で増加しており、業界全体としては上昇傾向にあると言える。業界別では自動車関連が相変わらず好調である一方、半導体関連は発注企業・加工品目等によってバラつきが見られる。	いい	いい
【プレス・金型】 	「売上が増加した」が36%で4期連続の増加、「利益が増加した」も32%で2期連続の増加となっている。しかし、「業界全体が上向き」が14%から0に減少する一方で「下向き」が36%から60%に増えており、今後については厳しい見方をしている企業が多い。前期同様、狭ピッチコネクタをはじめとする精密金型の企業が好調である。	いい	普通
【金属製品】 	「売上が増加した」が46%から41%に微減となったものの、依然として全業種中最多である。「利益が増加した」も29%から36%に増加しており、全体的に明るさが見られる。精密板金では新紙幣対応型のATMやアミューズメント関連に動きが見られ、表面処理では一部の自動車関連が好調である。	いい	いい
【組立】 	「売上が減少した」「利益が減少した」がそれぞれ49%から57%、57%から66%に増加し、前期までの上昇傾向から一転して厳しい状況となっている。「操業度80%未満」の40%は全業種中最多であるが、その多くは発注企業の海外シフトの影響を受けた労働集約型の企業である。	かなり悪い	かなり悪い

天気図は、「下請中小企業経営動向調査」結果並びに下請取引あっせん業務の窓口から見た生産状況、収益性を総合的にとらえたものです。
『精密板金』『表面処理』については『金属製品』に取りまとめています。

お問合わせ先 新事業支援課 TEL 019-621-5070 FAX 019-621-5481
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/info/sogyo> E-mail joho@joho-iwate.or.jp

お問合わせ先 取引支援課 TEL 019-621-5385 FAX 019-621-5480
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/torihiki/> E-mail sitauke@johi-wate.or.jp

設備貸与制度

利用者に代わって機械設備を当センターが購入し、長期・低利で貸与する制度です。中小企業であればどなたでもご利用できます。(一部対象外業種・設備あり)

100万～6,000万円まで貸付

長期
最長
7年返済

低利
年利
2.3%

無担保
保証協会の
保証も不要



連帯保証人

法人の場合 2名以上
個人の場合 1名以上
(申込額2,000万円以下の場合)

以下の条件のいずれかを満たす企業は
最長10年、1億円まで貸与できます。

- 中小企業創造活動促進法の認定企業
- 中小企業経営革新支援法の承認企業
- ISO9000 / ISO14000の認証取得企業
- 加工高に対する県内企業への外注比率が10%以上の企業
- 県内企業5社以上へ下請発注している企業
- 県内企業への下請発注額が年間1,000万円以上の企業
- 申請する設備を設置することで ~ に該当する企業でも可

リースもあります

リース期間
原則として5年(利率1.860%)か7年(利率1.382%)となります。
対象企業
従業員20名以下(小売・卸・サービス業は5名以下)の中小企業。
20名を超え50名以下の企業も利用できますが、条件がありますのでお問い合わせください。

設備資金貸付制度

設備代金の1/2までを
無利子で貸し付け

- 15年度中に契約・納品される新品設備が対象
- 既に納品済みの設備でも、代金のうち貸付希望額相当の金額が未払いであれば貸付可能
- ただし15年4月以降に納品されたものに限りです。
- 対象企業 従業員20名以下の企業
(小売・卸・サービス業は5名以下)
従業員20名を超え50名以下の企業向けの枠もありますが、条件がありますのでお問い合わせ下さい。
- 対象業種 不問(一部対象外あり)
- 対象設備 資産に計上できる新品の機械設備
(不動産、中古機械は不可)



融資可能額
50万～4,000万円
最長7年返済

連帯保証人・担保

- 2名以上必要
- 申込額が2,000万円を越える(建設業等は1,000万円を越える)場合、不動産担保が必要

お申込み・お問合わせ先 金融課 TEL 019-621-5381～3(直通) FAX 019-621-5480
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/setsubi/> E-mail setsubi@joho-iwate.or.jp

「いわて新産業創造センター」創業準備ブース 利用案内



創業準備ブース利用案内

交流サロン内にあるデスクブースを創業準備ブースとして貸出いたします。単なるレンタルブースではなく、創業予定者、創業5年未満の方を対象にしていますので、利用条件をご確認のうえ、ご応募ください。

創業準備ブースの仕様等

規格	区分	面積	寸法	ブース数
	Aタイプ	約2.6㎡	約1.4m×1.9m	2
	Bタイプ	約2.0㎡	約1.4m×1.4m	1

付属設備 机イス、アーム型照明、県の産業支援機関情報ネットワークによるインターネット接続回線(パソコンは各自持ち込み)、カラーコピー・FAX(有料)
利用料 無料
利用期間 6ヵ月(ただし、6ヵ月以内の延長を認める場合がある)
利用可能日 平成15年5月から
利用可能曜日及び時間 月～土曜日の9:00～22:00

申込方法	履歴書 (代表者)	決算書 (過去2期分)	会社案内 (概要)
下記問い合わせ先へ資料請求のうえ、関係書類を添えてお申込ください。また、ホームページからのお申込みも可能です。	創業予定者		
	個人事業者		
	法人事業者		

お申込み・お問合わせ先 新事業支援課 TEL 019-621-5070 FAX 019-621-5481
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/info/sogyo>
E-mail shinsangyo@joho-iwate.or.jp

工業技術センターだより IIRI Letter

工業技術センターをよろしく!
- ご要望をお待ちしております -



岩手県
工業技術センター所長
齋藤 紘一

5月号から新たにこの「工業技術センターだより」のコーナーを設けさせていただきます。このコーナーでは、様々な分野の技術用語を解説しながら、それと関連する当センターで行っている研究の一端を紹介するとともに、当センターの行事等につきましても適宜紹介させていただきます。

第1回目は、平成15年度の業務方針について、ご説明します。

- 1 研究開発の推進
(1) 新産業創造への支援強化のため、以下の2点に「選択と集中」により取り組みます。

- 自動車関連産業を中心としたものづくり企業の集積を図るため、金型や鋳造技術など基盤的技術の研究開発と技術支援
 - 岩手らしさを前面に出し、付加価値の大きな商品(トリアジンチオール、南部鉄器応用商品、木材、地場食品等)開発と支援
- (2) 産廃処理やリサイクルなど環境関連事業に積極的に取り組みます。
- 2 お客様の視点に立った技術支援の充実
- (1) 企業訪問600社の実施
企業ニーズの把握、企業の技術上の問題解決、センターの業務紹介を行うと共に、16年度の研

- 究テーマの掘り起こしを行います。
- (2) テクノブリッジ推進事業
企業の抱える問題を直接研究テーマとして取り上げ、企業と当センターが共同して研究開発する事業で、6月を目処に開始します。

また、技術相談対応を充実するため、新たに「技術相談ホットライン(TEL 019-635-1119)」を新設しました。専門のスタッフが対応しておりますので、どうぞお気軽にご活用ください。最後に当センターの使命は「技術・研究」を柱に(財)いわて産業振興センターと車の両輪となり、岩手県の産業振興に役立つことと肝に銘じております。皆様のご指導ご鞭撻よろしくお願ひ申し上げます。

経営動向

3月実績調査結果より

全体的に上向き傾向に

全業種での推移 (調査票回収 889 企業 (有効回収率 53.9%))

【生産・売上】 増加したという企業は17.0%と、前月調査の12.3%から4.7ポイント上回り、減少したとする企業は40.0%と前月調査の46.8%を6.8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10.9%と前月調査の7.9%から3.0ポイント上回り、減少したとする企業は42.7%と前月調査の49.7%を7.0ポイント下回ったことから、指標は上向きとなった。

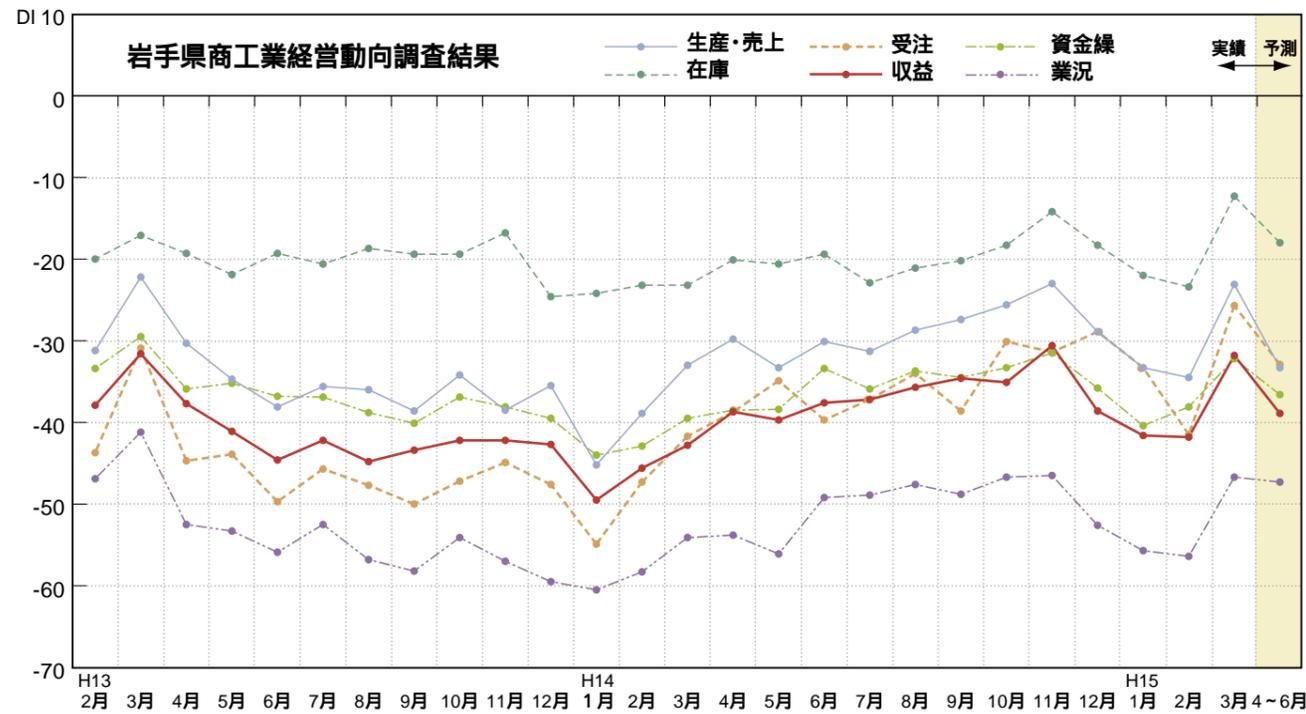
【資金繰り】 好転したという企業は6.6%と、前月調査の5.1%から1.5ポイント上回り、悪化したと回答した企業は38.7%と前月調査の43.2%を4.5ポイント下回ったことから、指標は上向きとなった。

【15年4月～6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10.7%と、当月実績を6.3ポイント下回っている。減少すると予測している企業は44.0%と当月実績を4.0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7.1%(当月実績比3.8ポイント低下)、悪化45.9%(同3.2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4.9%(当月実績比1.7ポイント低下)、悪化41.6%(同2.9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。

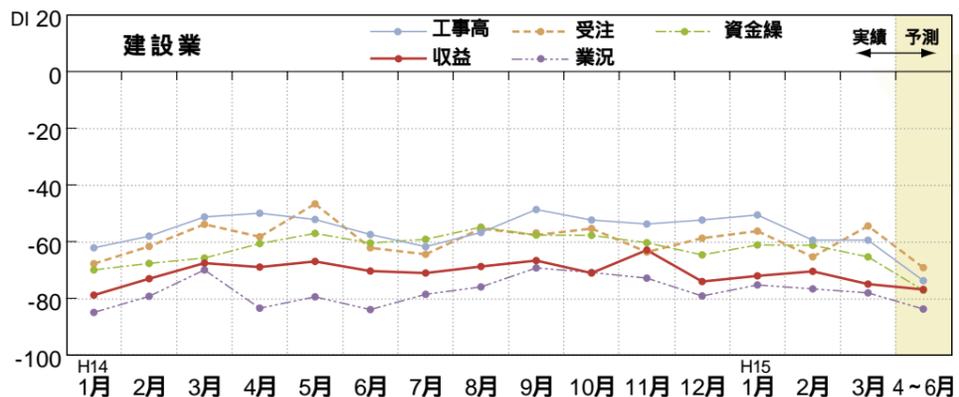
この調査結果はDI値で表しています。DI値とは増加(好転)企業割合から減少(悪化)企業割合を差引いた指数です。(増減は前年同月比)



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10.1%と前月調査の6.3%を3.8ポイント上回り、減少したとする企業は69.6%と前月調査の65.8%を3.8ポイント上回ったことから、指標は横ばいとなった。

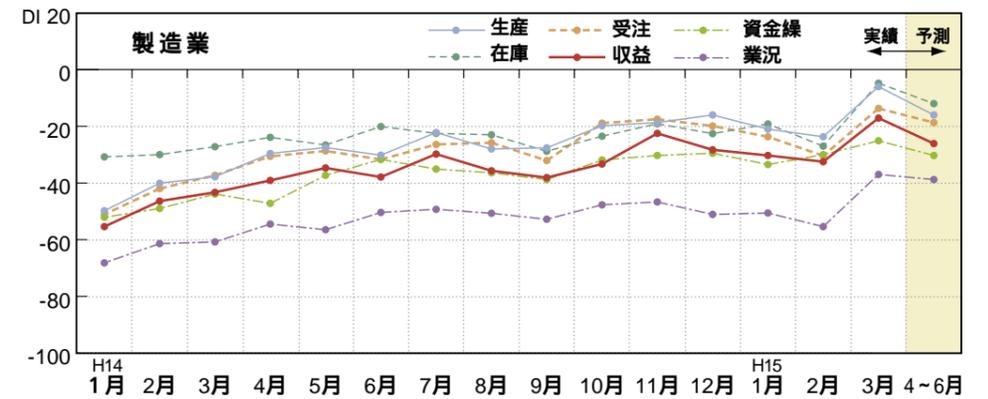
また、収益は増加3.9%(前月調査2.6%)、減少78.9%(同73.1%)で指標は下向きとなった。



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25.1%と前月調査の19.0%を6.1ポイント上回り、減少したとする企業は31.1%と前月調査の42.7%を11.6ポイント下回ったことから、指標は上向いた。

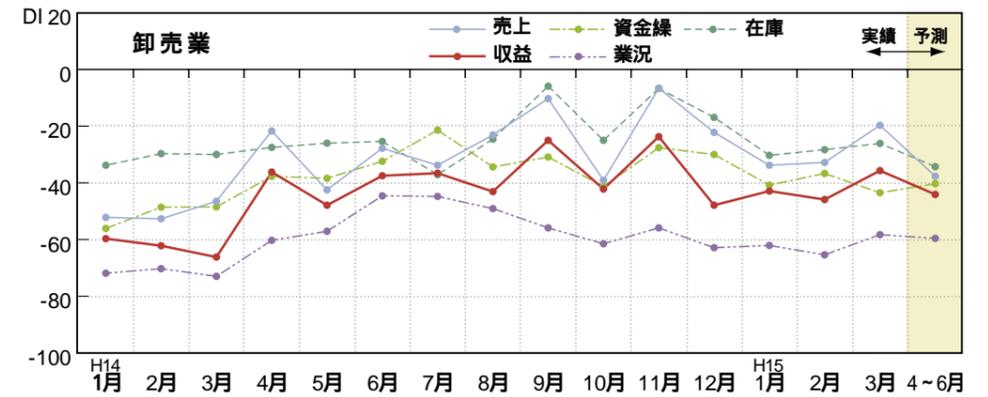
また、収益は増加18.3%(前月調査13.4%)、減少35.4%(同45.9%)で指標は上向いた。



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19.7%と前月調査の16.4%を3.3ポイント上回り、減少したとする企業は39.4%と前月調査の49.2%を9.8ポイント下回ったことから、指標は上向きとなった。

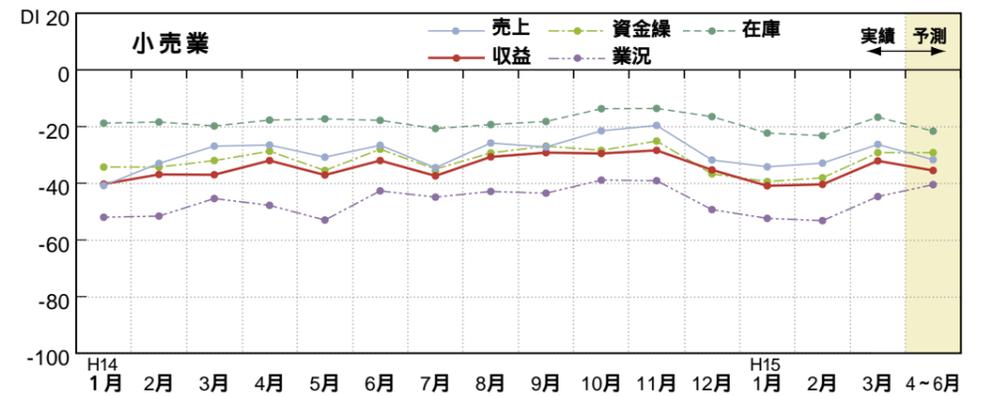
また、収益は増加10.0%(前月調査9.8%)、減少45.7%(同55.7%)で指標は上向いた。



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12.5%と前月調査の10.2%を2.3ポイント上回り、減少したとする企業は38.8%と前月調査の43.1%を4.3ポイント下回ったことから、指標は上向きとなった。

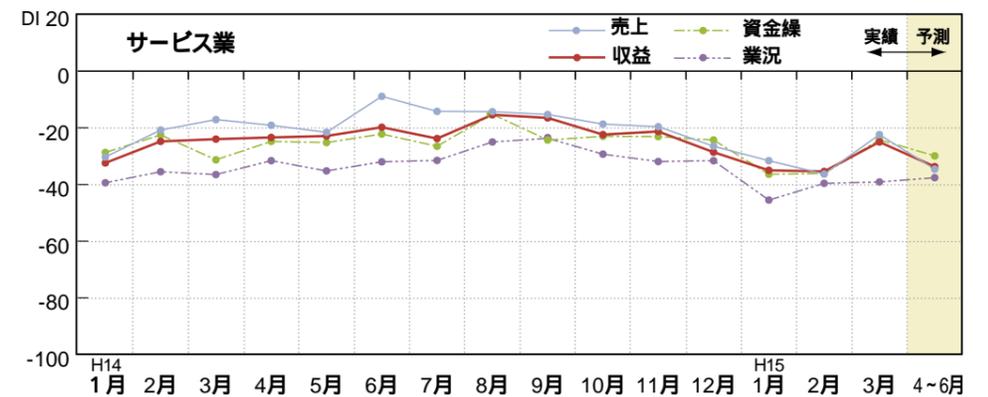
また、収益は増加7.9%(前月調査6.1%)、減少40.0%(同46.4%)で指標は上向きとなった。



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13.1%と前月調査の6.9%を6.2ポイント上回り、減少したとする企業は35.5%と前月調査の43.1%を7.6ポイント下回ったことから、指標は上向きとなった。

また、収益は増加7.7%(前月調査6.1%)、減少32.7%(同41.4%)で指標は上向きとなった。



注1 調査時点は原則として各月末現在である。
 2 3月までは実績値で4～6月は予測値である。
 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。

お問合わせ先 情報研修課 TEL 019-621-5389 FAX 019-621-5480
 URL <http://www.joho-iwate.or.jp/sangyo/> E-mail joho@joho-iwate.or.jp

経営者大学ミドルマネジメントコース

今、企業には、変革を図りながら経営環境を先取りする戦略的経営が求められ、先見性・判断力・行動力・指導力を備えた管理者や後継者の養成が不可欠です。

この研修は、「経営革新と戦略経営」を基軸に、「指導力と創造力」「近代経営の理念と技法」の会得を目的としています。

日程・テーマ

講	テーマ	会場	日程
1	企業理念・経営戦略	松尾村・八幡平ハイツ	6/9～11
2	計数の理解・経営分析	西根町・いこいの村岩手	7/1～3
3	ビジネスゲーム	安代町・安比グランドアネックス	8/5～7
4	マーケティング・商製品開発	松尾村・八幡平ロイヤルホテル	9/2～4
5	リーダーシップ・部下指導	零石町・ゆこたんの森	10/7～9
6	経営革新計画の策定	金ヶ崎町・ウェルサンピア金ヶ崎	11/4～6

講師 (株)エム・イー・エル
受講料 約88,000円(受講者数により変動)
宿泊料 1講(2泊3日)につき
18,000～20,000円

研修案内

お申込み・
お問い合わせ先

情報研修課 TEL 019-621-5390
FAX 019-621-5480
E-mail kenshu@joho-iwate.or.jp
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/kenshu>

大企業は対象外となっております。

経営分析基礎講座

モデル決算書を使って、損益計算書・貸借対照表の見方、損益分岐点等について指導します。

日程 6月18・19日
会場 盛岡市「岩手県自治会館」
講師 榎山直樹事務所・榎山直樹
内容 損益計算書・貸借対照表の見方 / 成長性・収益性・採算性分析他
受講料 約7,000円(受講者数により変動)

ISO9001基礎講座

品質マネジメントシステムについて、その要求事項の解説を中心にした初心者向けの講座です。

日程 5月27・28日
会場 盛岡市「岩手県自治会館」
講師 (株)高野テクノサービス・高野清治
内容 システム概要 / 適用範囲・引用規格 / 要求事項 / 測定・分析・改善他
受講料 約8,000円(受講者数により変動)

ISO9001内部監査員養成講座

ISO9001の認証取得・維持に不可欠な内部監査員を養成する講座です。

日程 6月24・25・26日
会場 西根町「いこいの村岩手」
講師 (株)高野テクノサービス・高野清治
内容 システム概要 / 要求事項 / 監査の概要 / 是正処置他
受講料 約12,000円(受講者数により変動)
宿泊料 20,000円

賛助会員募集のお知らせ

(財)いわて産業振興センターでは、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 企業信用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(財)いわて産業振興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 019-621-5480
E-mail joho@joho-iwate.or.jp

産業情報いわて 2003年5月10日(毎月10日発行)

発行 (財)いわて産業振興センター
〒020-0045 盛岡市盛岡駅西通二丁目9-1(マリオス7階、19階) TEL.019(621)5389 FAX.019(621)5480
E-mail joho@joho-iwate.or.jp URL <http://www.joho-iwate.or.jp>
編集印刷 川嶋印刷(株)

2100
古紙配合率100%再生紙を使用しています。

PRINTED WITH
SOY INK
Trademark of American Soybean Association