

# 産業情報いわた

(財)いわて産業振興センター情報誌【月刊】平成15年11月10日発行

NOVEMBER 11  
2003  
VOL.20



【特集】IT先進事例

工藤建設(株)の情報共有に対する取り組み ……[ P2 ]

## 情報共有化で業務の 効率アップを目指す

2003 中小企業ビジネスフェア  
in TOHOKU 開催のご案内 ……[ P5 ]

経営革新講座4 ……[ P6 ]

### 業務の流れを改革する

下請取引適正化推進月間のお知らせ ……[ P8 ]

あの店・この店  
お店紹介 ……[ P9 ]

業種別下請関連企業の  
現況と見通し ……[ P12 ]

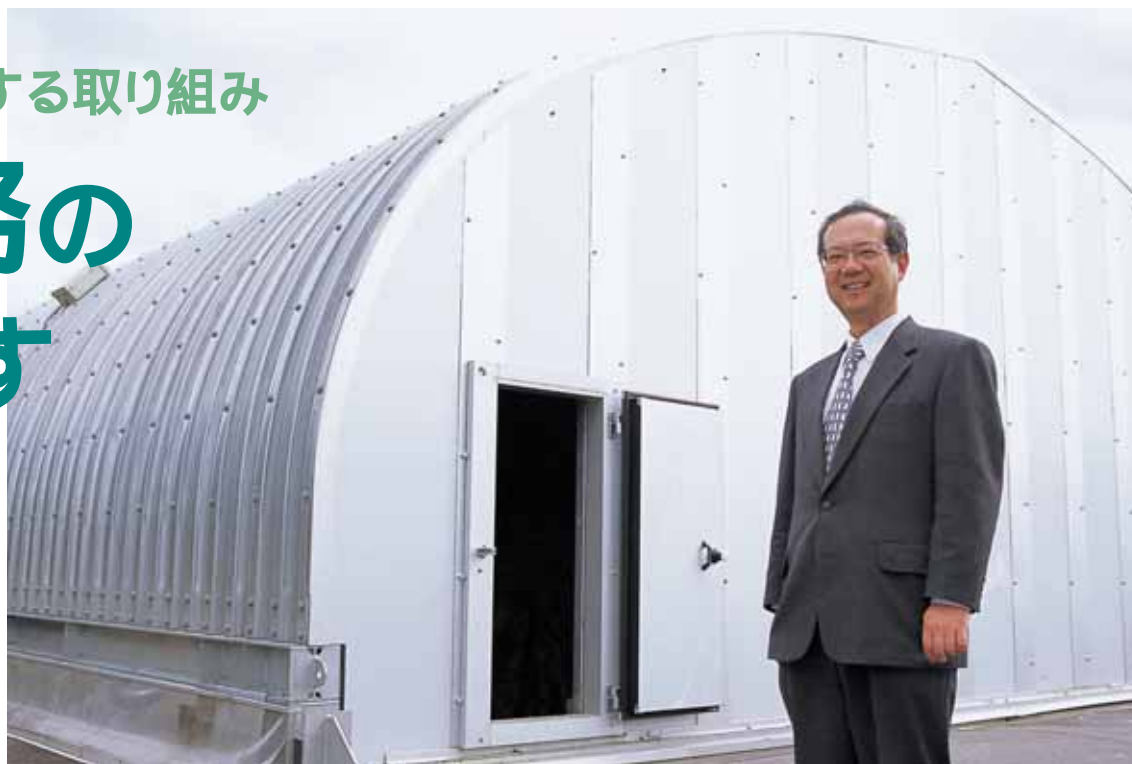
地域見本市等出展費用助成事業のご案内 /  
工業技術センターだより ……[ P13 ]

経営動向調査結果【9月】 ……[ P14 ]

研修案内 / 設備貸与制度のご案内 ……[ P16 ]

# 情報共有化で業務の効率アップを目指す

ネットワーク活用は、社内の情報共有で欠かせない技術だ。当センターが今年5月に実施した「コンピュータ利用実態調査」では、コンピュータ化している業務として「ネットワーク」が昨年調査の15.4%から25.6%と大幅な増加になっている。今回は、リレーショナル型データベースソフト中心からメールソフト中心のサーバに変え、その結果、全社員がリアルタイムに情報を確認できるようにするシステムを導入した工藤建設株式会社(水沢市)を取材した。



工藤建設株式会社の工藤一博社長。後にあるドームは、環境事業の一つである「雪冷房」の移動式雪氷庫で、今年の夏に試験運行された。

## 社内改革のため コンピュータを積極導入

工藤建設株式会社は、地元・水沢市のほか、県南一帯で、治水・道路・下水・河川かんがい排水工事などを手がける事業所である。

現社長の工藤一博さんが、父親(当時社長)の後継者として入社したのは昭和55年。入社当時は驚きの連続だったという。

「前職が製薬会社の営業でしたので、建設業のどんぶり勘定体質と目的意識のなさに唖然としました。」

事業計画はなく、日々現場の仕事をこなすだけで、雨が降れば仕事を休むという社員の姿に、工藤社長は危機感をいだいた。

「当時、社員の平均年齢が55歳でした。これで10年後、会社を維持できるのだろうかと考えてしまいました。」

経営の手法だけでなく、会社のあり方そのものを見直す社長に就任した平成3年から工藤さんの社内改革がスタートした。社内改革は、社員の若返りのための新卒及び中途退職者の採用、そして事業分野も治山工事のほか、雪冷房、風力発電等の環境関連事業に参入するなどの多角化であり、これら

は着実に成果を挙げている。

さらに、情報伝達の効率化を図るため、コンピュータも積極的に導入した。現在では、社員の採用にはパソコンを使うことが条件の一つになっている。

しかし、工藤社長は、現状のパソコン利用に決して満足しているわけではなかった。

## 社員全員が利用しやすい 新システムに移行

工藤社長は、新システムへ移行した理由を次のように語った。

「それまでのシステムでは、誰もが必要な情報を簡単に見ることができない。それが最大の不満でした。」

従前のシステムは、リレーショナル型データベースソフトを中心にしたものだった。新システムは、一つのファイルの中にいくつものデータを入力し、必要な形に加工したうえで、関連づけたまま保存できる優れたソフトである。

例えば、社員の住所から携帯電話の番号、さらに担当した工事や管理している車両、出勤状況、給与までを一つのファイルに入力すれば、「社員住所録」、「工事履歴」、「出勤記録」、「給与管理」など別ファイルができるだけでなく、すべ

でのファイルに修正が反映される。

リレーショナル型データベースは高機能であるため、データ集計や抽出も可能であり、どんなファイルにも加工ができ、使用する者にはデータ活用のためには理想的であるが、その反面、機能が高いため、操作を知らない人間にとっては、広大なフィールドと難解な集計・演算方法に戸惑うことが多い。

結局、操作に慣れた人間だけがデータ加工し、プリントアウトして配布する「壁」ができてしまう。

新システム導入に踏み切った理由は、誰でもが容易にデータの入出力できるようにすることだった。

## メールソフトを核にした 新システム

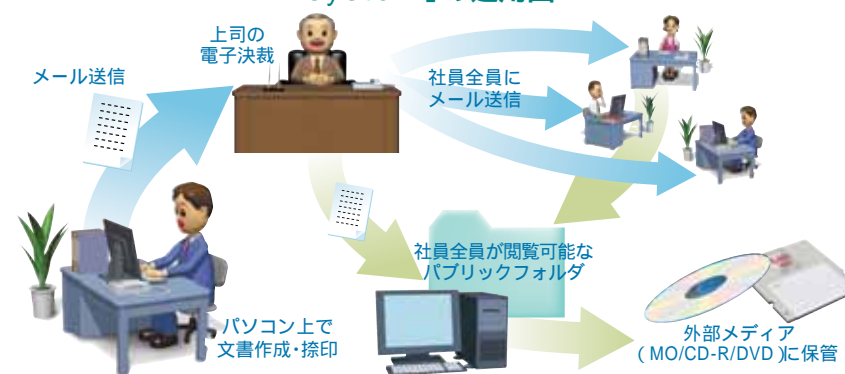
工藤建設に新たに導入されたシステムは、「G-system(ジー・システム)2002」。京都の建設会社がマイクロソフト社のグループウェアソフトである「Exchange Server(エクスチェンジ・サーバー)」を中心に開発したシステムである。

最大の特徴は、マイクロソフト社の情報管理ソフト/メールソフト「Outlook(アウトルック)」を使って、リアルタイムで情報共有できる点だ。

## 同社が導入した「K-system」のポータルサイト



## 「K-system」の運用図



「データベースソフトと違い、メールソフトは誰でも使いやすいようにできています。しかも、『G-system 2002』はポータルサイトが案内役をしてくれますから、必要な情報を的確に入力することができるのです。」

工藤社長が語る「ポータルサイト」とは、サイトに手軽にアクセスできる総合的な索引のことである。インターネット上の検索で利用する「Yahoo! JAPAN(ヤフー・ジャパン)」や「infoseek(インフォseek)」と同じ機能が社内LAN上で作ることができる。

もちろんポータルサイトの作成は各社独自の設計が可能であり、システム上のカスタマイズも可能になっている。工藤建設も、自社オリジナルという意味で導入したシステムを「K-system」と名付けて、現在カスタマイズの真っ最中だ。

「7月からカスタマイズに取りかかり、利用できる部分から順次使っています。システム全体から見れば、利用できている機能はまだ1割程度でしょうね。」と語るのは、「K-system」を担当する工藤晶子常務。現在実現している機能、これから実現させたい機能まで含め、

システムの可能性を語っていただいた。

## 時間がかかっていた 「決裁」がスムーズに

「目に見えて変わった部分は、決裁のスピードアップですね。」

従来は「日報」、「承諾願」などの社内文書はペーパーを利用し、上司一人ひとりの決裁を仰いでいた。現場の管理・監督や出張などが多い工藤建設では、不在の上司のところ書類が止まってしまうことが少なからずあった。

「『K-system』の場合、ポータルサイトから承諾願など必要な書式名をクリックすれば、あらかじめ作っておいた社内フォームが開きます。後は、項目に必要な事項を入力すれば社内文書が完成します。もし、見積書などを添付する場合は、別に用意した帳票に入力し添付するだけです。」

スピードアップが可能になったのは、定型フォーマットの活用だけではない。決裁方式を上司全員の捺印から、必要最小限の電子捺印に変えたためでもある。

「社長の方針でもある『社員の自立』を実現する意味でも効果があると思います。電子捺印は、組み込まれている印鑑ソフトで、ペーパーの場合と変わらないハンコを押すことができるのです。」

必要最低限の上司だけが、情報を知るだけでは「情報の共有化」とはいえない。「K-system」の場合、決裁された書類は、メールソフト機能の「CC」(カーボンコピー:宛先アドレス以外に追加で送信する宛先欄)機能により、すべての社員に書類を送ることができる。

ペーパーの場合なら、「見ていなかった」とか「回覧を忘れた」という、ありがちなミスも、「K-system」利用により回避できるようになった。

メールで送られた書類は、同時に社員なら誰でも見られる「パブリックフォルダ」に要件ごとに整理される。メール上で削除した書類も、必要に応じて検索することができる仕組みだ。

また、「パブリックフォルダ」内には、定型フォームに記入した社員の有休希望日や上司の行動予定も収められ、全社スケジュールの画面に反映されるようになっている。

## 社内のペーパーレス実現にも一助

「日報」などの書式が表示される画面には、どういう方法・手順で書式を運用するかのマニュアルも表示される。

「ほかの会社で『規程集』と呼ばれるものが、当社の場合はこのマニュアルになります。ペーパーで配布すると、目を通すこともなく引き出しの奥にしまわれることが多いのですが、画面に表示することで自然に規程集を覚え、むだな紙資源の節約にもつながります。」

「K-system」の利用により、スピードアップが図られただけでなく、ペーパーレスによるコストダウン効果も生まれた。

## 新システムは将来の取引も視野に

工藤常務は、今後のシステム活用として次のような例を挙げた。

「当社では平成13年から『コスト縮減パトロール』という取り組みを実施し

ています。これは、社内のパトロール班が実際に現場に立ち会い、一つひとつの行程をストップウォッチで計測するものです。長年の習慣だけで作業を行っている、待機時間や手順の悪さをむだと感じなくなってしまう。」

パトロールの実施により、現場での緊張感が生まれ、コスト削減は徐々に効果を表してきた。同時に同じような工事現場でも、工法の違いによる時間・費用のロスも発見され、さらにコストダウンは進んだ。

「ロスを減らすマニュアルは、すでに現場に配布しています。マニュアルに加え、的確でコストが抑えられる工法などの情報も『K-system』で常時確認できるようにしたいと考えています。また、当社が取得しているISO14001運用にも非常に有効です。ISOは、組織で環境負荷を少なくするために行動計画を立てて、実施・チェック・見直しを繰り返します。運用には、どのように実施し、チェックするか等のマニュアルが必須であり、ポータルサイトからいつでも見られるよう

になれば、確実な実施が期待できます。

さらに、『K-system』は、今後求められるインターネットやデジタルデータを利用したCALS/EQ(電子入札・情報共有・電子納品)に対応するためのマニュアルも備えています。近い将来必ず役に立ってくれると思います。」

## 壁を乗り越え 来年4月に本格稼働

多彩な機能を持つ「K-system」だが、乗り越えなくてはならない課題も多い。

企画部総務課の小野寺伸敏さんは次のように課題を話してくれた。

「まず、第一に社員全員が使いこなせるだけのスキルを高める必要性があります。中にはパソコンと聞いただけでイヤな顔をする人もいますので、必要性を理解してもらいながら、スムーズに覚えてもらう方法を考えなければいけません。

次に、カスタマイズを手がける私たちがどこまで『K-system』を理解し、利用

しやすいシステムを構築できるかです。」

工藤建設では、「K-system」のカスタマイズを専門業者に頼まず社内で行っている。毎日が勉強と発見の連続と小野寺さんは苦笑した。

工藤常務からは蓄積されていくデータについての問題が語られた。

「当初、データベースを否定するところからスタートしたシステムですが、サーバに貯まっていくデータは、何らかの形でデータベース化しなければいけません。以前使った書類を再度利用したり、過去のデータを振り返るためにも必要だとは思っていますが...。」

決算期である来年4月までには、課題をできる限りクリアし、「K-system」の本格運用を目指している。

## 良いと思うものは積極的に取り入れる

先進的な取り組みは、社内だけにとどまらない。工藤建設では、基盤である建設業のほかに環境に関する事業にも取り組んでいる。

その一つが雪を使った冷房装置だ。開発の中心である武田功開発部長は、その効果を次のように語る。

「既存の冷房施設と違い、自然の雪を利用するので、多大な電力を使うことがなくなります。しかも、雪で冷やされた自然の風ですから、身体にも優しいのです。」

雪冷房に関しては、これまで他の企業などでも研究が行われてきた。工藤建設が推進する方式は、建設業者ならではのアイデアにあふれている。

「従来の方式は、雪をロータリーブローなどで投入していました。そのため、雪の密度の低さから、雪崩現象が起こり、貯蔵する建物自体が損傷する可能性があったのです。当社の方式は、集められた雪を重機で固めてしまいます。これで従来型より、約60%建物を小さくでき、コストを下げる事が可能になりました。」

工藤建設では、実際にこの夏から雪冷房を使用している。平均で14度という冷風は、社内を快適にしながら湿度も保ち、快適な環境だったという。すでに

市町村関連からの問合せも相次ぎ、同社を訪れ体験していった人たちも多い。

工藤建設ではこれ以外に、太陽光発電、小型の風力発電、水力発電、木質バイオマスエネルギーなど幅広い環境事業に取り組んでいる。

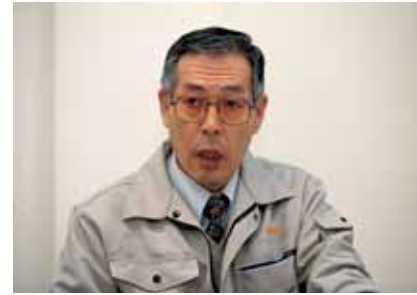
「システムも事業も、これでいいということはありません。立ち止まってしまえば他社に置いていかれ、社内が沈滞化してしまいます。まだまだ、やるべきことは多いと思っています。」

工藤社長の改革は、これからも休むことなく続く。

会社名	工藤建設株式会社
住所	岩手県水沢市真城字北館38番地1
TEL	0197-23-4642
FAX	0197-25-7609
URL	http://www.ku-dos.co.jp/
E-mail	kkudo@ku-dos.co.jp
代表	代表取締役 工藤一博
業種	建設業
社員数	40名



工藤晶子常務



武田功開発部長



企画部総務課・小野寺伸敏さん

① 雪氷庫内に貯められた雪。今年の涼しい夏の影響で、10月初旬でもまだ残っていた。

② 冷風は、雪氷庫から送風管を通して社内に送られる。天井をおおうビニールは農業資材に応用した断熱装置。

③ 同社の入口に設置された風力発電装置の「風雷神」。低風速から発電可能で、どの方向の風に対応できる。

④ 社屋の前にはNEDO(独立行政法人新エネルギー・産業技術総合開発機構)との共同事業による太陽発電システムが設置されている。

開催のご案内

# 2003 中小企業ビジネスフェア IN TOHOKU



I'm power.

新しいチャンスをつかえる  
パワーコミュニケーション

入場無料

消費者ニーズの多様化、競争価格の激化、国際化の進展...

我が国の中小企業全体を取り巻く環境は、まさに急流の真ただ中にあります。そんな今、日本経済の活力を牽引していく力は、産業の大宗を占める中小企業者の積極的な「革新意識」に他なりません。皆さまが求める「経営革新ビジネス」の促進。

「中小企業ビジネスフェア」はその橋渡し役として、ビジネスチャンスの提供と、地域社会の活性化を全面的にバックアップいたします。

また、近年躍進著しい中国を始めとする東アジア地域企業とビジネス連携を通じ、我が国および東北地域中小企業の市場創出、販路拡大を促進します。

日時 平成15年11月26日(水) 10:00~17:00  
18:00~交流会  
27日(木) 10:00~16:00

場所 仙台市青葉区 江陽グランドホテル [4階・5階]  
主催 中小企業庁・東北経済産業局  
プログラム 経営革新に取り組む中小企業50社展示コーナー  
アジア企業23社展示コーナー  
山根 一真氏を迎えての基調講演  
「しぶといモノ作り」  
中小企業経営革新シンポジウム

お問合わせ先 東北経済産業局産業部中小企業課

TEL 022-222-2425 FAX 022-265-2349  
http://www.business-fair.com

# 業務の流れを改革する

日本企業はかつて「カイゼン」を合言葉に世界の業務システムを実現しました。しかし今や韓国・中国を始め、東南アジア諸国の後塵を拝することとなっています。職場からのボトムアップによる「カイゼン」だけでは限界なのでしょう。第四回目の今回は「カイゼン」を超えて、全く新しい業務の流れを創る、業務改革についてお話しをします。



## 「カイゼン」の限界

かつて、日本企業が世界に最も誇ったものは製造現場での改善であった。卓越した創造性や潤沢で安価な経営資源を持たないわが国の製造業は、現場での絶え間ない改善の連続で、低価格で高品質の製品を造り続け世界を席巻した。まさに、改善が「カイゼン」という世界語になったこともうなずける。

しかし、今日、わが国製造業の優位性は次第に弱体化し、東南アジアとりわけ韓国や中国に追いつき追い越されている有様である。その理由の一つは、需要構造の変化や国際分業化、技術革新の進展などの大きな環境変化に対して、残念ながら現場毎の小集団活動のような「カイゼン」の積み上げでの対応には限界があったことがあげられる。もちろん、この問題は製造現場だけにとどまらず、事務部門や営業部門にも同様におきている。今や根本的な業務の枠組みや仕組みの見直し（業務改革）が求められているのである。

## 業務改革三つのポイント

まず、業務改革を行うに際し、留意すべきポイントを三つあげておく。

一つ目は、ITの活用である。遠隔の業務や複数の業務を統合させるためにはITは非常に重宝なものである。従来手作業で行っていた情報を現場に合わせ加工し活用することもITを使えば簡単である。工場現場と事務所の間での情報のやり取りがリアルタイムで行える。インターネットで接続すれば海外顧客や支店との情報交換も簡単である。今や当たり前になったが、物流において発送品の状況などは簡単に今どこでどのようになっているかを即時につかむことができる。ITなくして業務改革は有り得ない。

二つ目は、業務改革の対象を企業内だけではなく、企業間も包括してダイナミックに捉えることである。例えば、発注先と受注先の間では、それぞれの工程がトヨタの「カンバン方式」のように非常に密接に関わりあっている。メーカーと卸売店、販売店間もまた然りである。このように複数の企業がまるで一つの企業のように一体化した状況では、一企業の中だけで業務改革を行ってみたい効果は得られない。近頃流行の言葉で言うと、サプライチェーンを通しての業務改革が必要である。

最後は顧客満足の実現である。業務改革の究極の目的は顧客満足で

なければならない。コンビニエンスストアは日に数回の納品を実現している。それは、顧客ニーズの多様化や高度化に対応するためである。ホテルでは、お客様を待たせずチェックインするシステムを開発している。宅配便では、配送品に対する現在位置の問い合わせに瞬時に答えるシステムが完成している。どの業務も顧客満足の実現に他ならない。例え業務を速く確実にするためといえども、顧客に我慢を強いることがあったとしたら、それは本末転倒としか言いようがない。顧客満足なくして業務改革なしである。

## 業務改革の枠組みを決める

ではどのようにして業務改革を進めればよいのであろうか。

最初にその目的を明確化（ビジョンの構築）しておく必要がある。具体的には顧客満足の内容である。もっと速いサービスの提供なのか、いろいろ高付加価値を付けた対応なのか、反対に低価格で訴求するのか、何によって顧客満足を実現するのかを明確にしておくことである。何故なら低価格提供と高付加価値提供では業務内容は全く異なってくる。

次に行くことは、業務の流れにおい

て顧客満足実現を最も妨げる非生産的で非効率な工程に目をつけることである。例えば低価格訴求といいつながらコストアップになっている工程とか、スピード対応といいつながら時間を遅延させている工程といった、いわゆるボトルネックの抽出である。多段階の業務の流れでは、ボトルネックは一つ所でない場合はよくある。その場合は、影響度の大きい順に優先順位をつけて対応していく。当然、この時には先ほど述べたように、企業間を含め、業務の流れを大きく捉えることが大切である。

一方で自社の特徴や強みの確認をしておかねばならない。問題点のあらしでは縮小均衡でスケールが小さくなってしまふ。

三つ目は、顧客に対し何を他社との差別化を図るのかを明確にしなければならない。業務改革の目的は顧客満足であることは先述した。しかし、これはライバルとの相対的優位性、すなわちライバルより先優れていて始めて評価されるものである。従って業務改革で際立った特徴を明示しなければならない。

これらのステップによって業務改革の枠組みと解決しなければならない課題の抽出が明らかになる。



## 業務改革の具体的な仕組みづくり

次に行くことは、非常に高い目標設定である。例えば、納期を半分に短縮するとか、コストを三分の一圧縮するとかいったことである。こう言うと「えっ？」という顔をされる方もおられるが、これこそ「カイゼン」のシガラミである。手の届く目標で順次に、では構造改革にならない。この意欲的な高い目標設定の本質的な目的は意識改革である。「カイゼン」から「改革」への意識改革を起こし、従来の延長線上で物事を考えるシガラミを断ち切り、全く新たな革新的発想を持ち込み問題解決することが大切である。

問題解決にはITの徹底活用である。非常に高い目標設定を達成するためには相当のIT活用がないと実現しない。特に、今日企業間の業務改革においては、例えば受発注の簡素化やスピード化、確実化などの課題解決にITは欠かせない道具となっている。時々、ITを毛嫌いされる経営者にお会いすることがあるが、極端な食わず嫌いは企業変革を大幅に遅らす原因にもなりかねない。あくまでITは手段であると割り切って、研究を重ねることが大切である。

もう一つ問題解決には、他社事例の研究と活用が有効である。特に同

業他社というよりは、他業種での業務改革の研究と活用が大切である。建設業が繊維業の、あるいは金融業の業務改革事例を見聞きすることは、自社内からは決して湧き出ることのないアイデアを享受できる大きなメリットがある。大いに異業種交流を通じて情報収集していただきたい。

奥の手は外部資源の活用である。いわゆるアウトソーシングによって業務改革の発想から具体的システムの構築運用にいたるまで、高度で安価で短期の実現が可能になる。モチは餅屋で物流改革は物流専門企業の方がノウハウの蓄積は高い。特に、先ほど述べたように社内だけによる改革は常に過去の成功体験や職場へのシガラミ等があり、なかなか思うように進まないものである。上手な外部資源の活用は業務改革の成功の鍵となる。

## 業務改革の推進

以上によって業務改革の構造は作り上げられる。しかし、最も大切なことはその業務改革をいかに推進定着させるかである。登山は九合目にして道半ばである。そのためには次の二点に留意しなければならない。

一つは、評価制度である。その業務改革がいかなる成果を創出しているかを常に定量的にそれぞれの改革された業務をモニタリングしておかねばならない。

もう一つは、それらを完成するまでぐいぐいと牽引する強力なリーダーシップである。松下幸之助翁は「事業成功の秘訣は成功するまで続けることだ」とよく言われた。成功するまで続けるには余程強い意志を持ったリーダーでなければならない。やはり、最後は経営トップの意思と行動次第である。

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

# 11月は下請取引適正化推進月間です。

親事業者と下請事業者との取引は、下請取引として「下請代金支払遅延等防止法（下請法）」や「下請中小企業振興法」によって、親事業者（発注者）の義務や禁止行為などルールが定められています。

これら法律の目的は、親事業者がルールを遵守することによって下請取引をより公正なものにし、下請事業者の利益の保護を図ろうとするものです。

下請法が下請企業の利益の保護を図るため、親事業者に禁じている行為（概要）は次のとおりです。

下請ルール  
知って守って  
正しい取引！



## 受領拒否の禁止

親事業者は、下請事業者に責任がないのに、いったん注文した物品の受領を拒んではいけません。

## 支払遅延の禁止

親事業者は、下請代金を物品の受領後60日以内に支払わなければいけません。

## 下請代金の減額の禁止

親事業者は、下請事業者に責任がないのに、あらかじめ決めた下請代金を支払時に減額してはいけません。

## 返品を禁止

親事業者は、下請事業者に責任がないのに、受領した物品を返品してはいけません。

けません。

## 買ったときの禁止

親事業者は、著しく低い下請代金を不当に定めてはいけません。

## 購入強制の禁止

親事業者は、製品を均質にするため原材料や工具・備品等を自己から購入させる場合を除いて、自己の指定する物の購入を強制してはいけません。

## 有償支給原材料等の対価の早期決済の禁止

親事業者は、有償支給した原材料等の対価を下請代金の支払期日より早い時期に支払わせてはいけません。

## 割引困難な手形の交付の禁止

親事業者は、下請代金を一般の金融機関で割り引くことが困難な長期手形により支払ってはいけません。

## 報復措置の禁止

親事業者は、下請事業者が自己の不正な行為を公正取引委員会又は中小企業庁に知らせたことを理由としてその下請事業者に対して、取引数量の削減・取引停止等の不利益な取扱いをしてはいけません。



公正取引委員会及び中小企業庁では、定期的の下請取引の実態を調査し、これらに該当する行為が起きていないかどうかをチェックしています。そして、親事業者がこれらに該当する行為をしているときは、その行為をやめさせるとともに、下請事業者が受けた不利益の回復措置を講じています。

## 下請代金支払遅延等防止法及び下請中小企業振興法の一部改正について

下請代金支払遅延等防止法及び下請中小企業振興法の一部を改正する法律が、平成15年6月18日に公布されました。なお、改正の主な内容は下記のとおりですが、改正法についての詳細は、別途広報の場が設けられる予定になっています。



### 下請代金支払遅延等防止法

- ① 下請取引の対象範囲の追加（金型製造等）
- ② 書面の交付に係る交付時期の規定整備
- ③ 親事業者の遵守事項の追加
- ④ 違反行為に対する措置の強化
- ⑤ 罰金の上限額の引き上げ

### 下請中小企業振興法

- ① 振興の対象をサービス業等の下請中小企業に拡大
- ② 振興事業計画作成に係る業種指定の撤廃、任意グループの追加
- ③ 売掛金債権担保保険の特例の導入
- ④ 罰則の強化

上記に関するもののほか、下請取引に関する相談等は下記の専門機関で受け付けていますので、お気軽にお問い合わせください。

お問い合わせ先

公正取引委員会東北事務所  
東北経済産業局中小企業課

☎022-225-7095  
☎022-263-1111(代)

なお、当センター取引支援課でも相談に応じています。

### ご利用ください - DVDソフト無料貸出 -

当センターでは、下請取引の適正化を図るためのDVDソフト「下請代金支払遅延等防止法ケーススタディ～ほのぼの産業 下請取引適正化プロジェクト～」を無料で貸し出しいたします。このソフトは、下請取引事例を盛り込んだドラマと法律の解説により構成されており、下請代金支払遅延等防止法及び下請中小企業振興法について理解しやすい内容となっています。貸し出しをご希望される方は、取引支援課までお問い合わせください。



あのお店、この店  
お店紹介

「佐々宗輪店 代表の佐々木賢人(たかと)さんと息子の茂知さん。三人が手にしている自転車はイギリス製の「モールドン」。東北屈指のプロショップである同店は、愛好家には知られた存在。

# 「プロショップ」に徹し 品揃えとアフターに注力

【盛岡市】  
株式会社  
佐々宗輪店

## お店の創業は。

昭和6年、東京の自転車店などで修行を積んでいた私の父親である先代が、故郷の盛岡に戻って店を構えたのが始まりです。ただ開業1年もたたないうちに戦争で召集されて休業しましたので、本来の意味での創業というと、商売を再開した終戦後の昭和21年12月ということになるでしょうね。

当時、私は旧制中学に入学したばかりでしたが、学業の合間には父の手伝いをしていました。最初のうちは見よう見まねでしたが、高校を卒業する頃までには一通りの技術を習得しましたし、東京の大学に入ってから、やはり休みには帰省して仕事を手伝っていました。その頃から「いずれは家に戻らなければならないだろう」という思いは、漠然とありました。

私が大学を卒業するちょうどその年、それまでうちで働いていたベテラン従業員

が独立をすることになり、いわばそれがきっかけで家業を継ぐ決意をしました。昭和30年代の初め、朝鮮戦争後で日本の景気が低迷していた頃のことです。

## 逆境の中での経営戦略は。

私が家業を継いだ当時、自転車といえば業者が配達に使うぐらいでしたが、30年代半ばあたりからはサイクリングブームの影響で軽量型の自転車が出始めてきました。今でいう原動機付自転車もちょうどこの頃に登場したもののようです。社会の変化とともに自転車の形態も利用者も多様化していましたので、まずは私が中心となってこれら最新の自転車の導入を進めていったのです。と同時に、個人的にも自転車に乗るようになりました。やはり、お客様に商品を勧めるためには、まず私自身が自転車のことをよく知らねばならないと思ったからです。

当店の基本方針は、プロショップとし

てまず安心して末永く使ってもらえるような商品を提供すること。そして、お客様に喜んでもらえる商品を選び、提案していくことです。それは、現在の主力商品であるスポーツ車に限らず、一般の自転車の品揃えにもいえることと思っています。

スポーツ車に力を入れているので

すね。私自身、もともと他店にはないものに挑戦しようという思いが人一倍強かったため、出始めからスポーツ車には注目していました。

しかし、数多くある自転車の中でも、特にスポーツサイクル系は流行の移り変わりが激しいのです。その動向を掴み、かつ商品知識を増やすため、毎年、東京で行われる国際自転車展には必ず足を運んでいます。情報収集はもちろんですが新規出展ブースもこまめに回り、その場で取引のお願いをすることもあります。



- ① 先代から家業を継いで約50年。日本の自転車の変遷を目の当たりにしてきた佐々木豊人さんは、自転車に対するこだわりも深い。
- ② ホームページの管理ほか、スポーツバイクの販売展開も担当する茂知さん。自らマウンテンバイクのジャパンシリーズにも参戦しているサイクルユーザーでもある。
- ③ 店奥に設けられた修理コーナー。パンクや故障などのトラブルには、その場ですぐに対応してもらえるのが心強い。

現在は、国内の主要メーカーと海外メーカー合わせ、約50社ほどの商品を取り扱っていき、中には全国的にも希少性の高い海外ブランド商品も揃っています。当店にいらっしゃるお客様は、本格的なスポーツサイクル愛好家が多いため、プロショップとしてはこのくらいのラインナップがなければ要望にも応えられないのです。

#### 売上構成はどのようになっていますか。

自転車が50パーセント、ウエアやアクセサリーを含むサイクルパーツ関係が25パーセント、バイクが15パーセント、そして修理などのサービスが10パーセントといったところでしょうか。以前は、もう少しバイクの構成比率が高かったのですが、ヘルメット装着が義務づけられたのをきっかけにニーズが減り、その代わりにMTB(マウンテンバイク)が台頭してきました。

最近では、ホームセンターなどで扱っている低価格自転車の影響で一般車は単価が下がる一方ですが、当店のようにスポーツ車に重点を置いたショップは、東北圏ではほかには仙台ぐらいにしかないので、遠方から訪ねてくださるお客様も徐々に増えてきています。販売エリアは確実に広がっていると感じています。

#### 仕入れ上での苦労などはありますか。

どんな商品でもそうですが、自転車も数量単位によってコスト比率が変わります。単位が少なければ少ない程コストもかかるため、当然、販売価格も高くせざるをえません。できるだけ在庫は減らしつつもいかにお客様に納得していただける価格で商品を提供できるか、また取引先メーカーの期待にも応えられるような販売店になれるかが、もっとも苦心する部分ですね。

また、盛岡のような降雪地域の場合、季節的な売り上げ格差が大きいです。年間という、春3月から4月くらいの間が販売台数的にも売り上げ金額もピークなのですが、冬場は極端な話、売り上げがほとんどないという日すらあります。

だからといって、春だけに焦点をあてた商売をしていると作業効率的に大変なことになりますので、当店では冬場を準備期間ととらえ、来春にむけた仕入れ計画の検討と、商品の組み立てや整備などを行うようにしています。来年度の売れ筋商品は何かを見極め、十分な数を確保して春に備えるわけです。メーカーとの取引条件をよりよいものにしていくためにも、この期間にできるだけ多くの商品をさばいて実績を上げることが大事ですから。

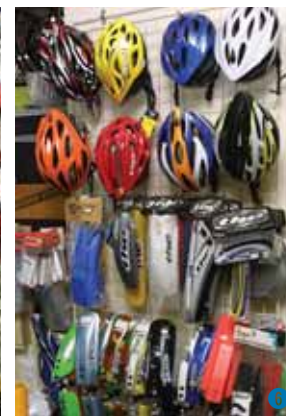
#### 顧客サービスはどのように展開していますか。

自転車は、売って終わりという商品ではありません。パンクはもちろん、長く乗っていればチェーンやブレーキ、変速機など各所に色々な不具合が生じてくる場合もあります。また、タイヤの空気圧や車輪回転部の調整や点検などを行うことで、自転車の品質維持に加えお客様の安全を守ることもできます。ですから、アフターケアには特に力を入れています。

当店で買って頂いたお客様からの依頼があれば、盛岡市内どこでも出張費無料で修理や点検にお伺いしていますし、他店で購入した自転車でも、要望があれば出張修理を行っています。お伺いした先で、近所のお客様に「自転車を買うならここで」と紹介して頂けることもあります。こういった口コミが新たな顧客確保に繋がっていくわけですから、やはりアフターサービスはとても重要です。

#### インターネット販売にも取り組んでいるようですね。

ええ、昨年スタートさせました。こちらは息子の担当で、完成車からMTB、ロードレーサーなどのパーツ、フレームなど各種商品をホームページ上から注文することができるようにしています。もちろん作成から運営・管理まですべて息子が行っています。まだ初めて1年程な



- ④ パーツは各種揃っているが、取り扱い以外の商品やレース用などの特殊部品でも迅速に取り寄せてもらえる。
- ⑤ カスタマイズの楽しさが広がるパーツ類。メーカー規格商品ほか、同店ではオーダー自転車の取り次ぎも行っている。
- ⑥ 同じサイズ表示のヘルメットでも、メーカーによって若干サイズは違うという。それらの特徴を熟知しているのもプロショップだからこそ。

のですが、問い合わせは結構おきますね。青森や北陸・山陰などプロショップの空白地帯といわれるエリアはじめ、九州や四国、なかには東南アジアから問い合わせもあって驚きました。

ただ...自転車のようアフターケアやメンテナンスがともなう商品は、正直言ってネット販売はどうかと思う部分もあり、このような販売形態をとるのなら自転車やパーツよりはむしろアクセサリやウエアなどがいいかもしれません。しばらく様子を見ながら、今後の展開を考えたいと思っています。

#### プロショップの定義とは。

お客様から依頼されたことには「NO」と言わないお店です。知らない、修理できないなどということがあってはならないと思います。私たちには長い歴史の中で培われてきた技術や商品知識があり、それこそが最大の強みであり魅力なのではないでしょうか。あと、当店の従業員の中には自転車の仕事をしたいと東京からUターンをし、今ではトライアルの全国大会にもエントリーしている者がいるのですが、技術や知識はもちろんこういった意欲ある人材がいることもプロショップの財産となっています。



- ⑦ MTB、ロードレーサー、BMXほか人気の折り畳み自転車なども豊富に揃う店内。スタッフに相談すれば詳しい商品説明も受けられるからビギナーでも安心。
- ⑧ 学生街に位置する上田店は、場所柄から一般用自転車ほかスクーターなど250cc以下のバイクの品揃えが多くなっている。
- ⑨ 中央通りという場所柄、通勤や通学の際に立ち寄る客も多い同店。「まちの自転車屋さん」として親しまれている。

また、当店ではメーカーと共催してMTBのダウンヒル走行会やサイクリングなどのイベントを定期的に行っていますし、常連のお客様たちで結成されたクラブチームも活動中です。こういった取り組みも、豊富なノウハウを持ったプロショップだからこそできることだと思っています。

#### 今後の展開は。

テレビや雑誌などでさかんに取り上げられているように、現代は「健康」が大きなキーワードですが、これを自転車を使った健康づくりに発展させていけないだろうかと思っています。

すでにサイクリングによるダイエットや健康効果はよく知られていますから、例えばパルスメーターのような、健康づくりに使えるような用品の拡充を計っていくとか、そうすると、次には走行の安全を確保するヘルメットやグローブ、快適な乗り心地につながるサドルシートなども大事になってきます。こういった商品をパッケージにして提案していくのも、これからの商売ではひとつの戦略となっていくのではないのでしょうか。

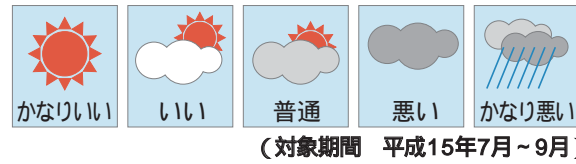
自転車のプロショップとして、一歩進んだ健康づくりのお手伝いをしていければと思っています。



店舗名	株式会社佐々宗輪店 中央通店・上田店
所在地	盛岡市中央通2-9-24 盛岡市上田4-19-5
電話	019-622-5595(中央通店) 019-651-1449(上田店)
代表者	佐々木豊人
創業	昭和21年
従業員	11名
業種	自転車・バイク販売
営業時間	平日8:30~19:00、日・祭日 9:00~19:00(冬期/平日 9:00~19:00、日・祭日10:00 ~19:00)
E-mail	sasasou@ictnet.ne.jp
URL	http://www.ictnet.ne.jp/ sasasou/



# 業種別下請関連企業の 現況と見通し



業種加工内容	ポイント	現況	見通し
【繊維・繊維製品】 	「操業度100%超」はわずか10%で全業種中最少である。発注企業の海外シフトや中国製品との競合に苦しんでいる企業が多い中、高級婦人服、子供服、特別サイズ品等を“単品生産”と言って良いほどの小ロットで生産している企業は比較的好調である。	 かなり悪い	 かなり悪い
【合成樹脂製品】 	「売上が増加した」が24%から32%へ、「利益が増加した」も18%から26%へと再び増加に転じた。「操業度100%超」も24%から43%に増加し、明るさが見えてきた。FRP製品の企業が苦戦している反面、コネクタ、携帯電話、デジタルカメラ関連の企業が好調である。	 普通	 普通
【鑄造】 	「売上が増加した」が57%から50%に減少したものの、「利益が増加した」は15%から42%に増加しており、売上と利益のバランスは改善された。「業界全体が上向き」の33%は全業種中最多であるが、これまで需要を牽引してきたトラック部品も一段落しつつあるという意見もあり、必ずしも楽観はできない。	 いい	 普通
【鉄骨・製缶】 	「売上が増加した」「利益が増加した」とも該当する企業がなかった。さらに、「利益が減少した」の89%、「操業度100%未満」の89%及び「受注単価が値下がりした」の78%はいずれも全業種中最多であり、深刻な状況がいつそう進んでいる。	 かなり悪い	 かなり悪い
【機械加工】 	「売上が増加した」が55%(前回44%)、「利益が増加した」が45%(同31%)でともに4期連続の増加となった。業界別に見ても自動車、OA機器、半導体・液晶製造装置関連と満遍なく伸びている。しかし、価格面では依然として厳しく、「30~40%のコストダウン要請を断ったら発注がなくなった(某回答企業)」という事例もある。	 いい	 いい
【プレス・金型】 	「売上が増加した」が55%から36%に、「利益が増加した」も55%から43%に減少し、上昇傾向はそれぞれ5期連続、4期連続でストップした。しかし、「操業度100%超」が64%で全業種中最多であるなど、生産活動は依然として高い水準にあることがうかがえる。	 いい	 いい
【金属製品】 	売上については「増加した」「減少した」がそれぞれ49%から52%に、26%から38%に増加しており、二極化の傾向にある。「売上が増加した」「利益が増加した」がともに全業種中最多であり、全体としては好調と言えるが、景況感「わからない」が21%で全業種中最多であるなど、先行きの不透明感が強い。	 いい	 いい
【組立】 	「売上が増加した」が28%から41%に増加した反面、「利益が増加した」が26%から18%に減少しており、利益の面では依然として厳しい状態にある。近年、人材派遣及び構内外注を希望する発注企業が増えており、従来型の下請企業が受注を確保することが難しくなっている。	 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。  
「売上の増減」及び「利益の増減」は前年同期との比較、「受注単価の増減」は前3ヵ月との比較です。「操業度」については、所定の勤務時間をフル操業している状態を100%として回答していただいております。

お問い合わせ先 取引支援課 TEL 019-621-5385 FAX 019-621-5480  
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/torihiki/> E-mail [sitauke@joho-iwate.or.jp](mailto:sitauke@joho-iwate.or.jp)

## 自社製品・自社技術のPRをお手伝いします。 地域見本市等出展費用助成事業のご案内

### 助成対象者

県内に事業拠点を持つ当センター取引支援事業の登録企業

### 助成対象見本市等

平成15年度(平成16年3月末まで)に東北・関東地方で開催される見本市・展示会等

### 助成対象金額

見本市等の主催者から提示される出展料(小間代)  
1社に対する助成限度額 30万円

### 助成予定件数

5件

### 申込方法

所定の「出展費用助成申請書」に記入・押印のうえ、見本市等の出展案内及び出展申込書の写しを添付し、取

引支援課あてに郵送して下さい。助成申請書は当センターのHPからダウンロードできます。

### 申込期限

助成を受けようとする見本市等の出展料支払期限のおおむね3週間前



お申込み・  
お問い合わせ先

取引支援課

TEL 019-621-5385 FAX 019-621-5480  
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/torihiki/>  
E-mail [sitauke@joho-iwate.or.jp](mailto:sitauke@joho-iwate.or.jp)

## 工業技術 センター だより

## IIRI Letter

# 循環型社会の実現を 研究で応援

循環型社会形成推進基本法の公布を受けて、国や県はリサイクルのための法改正や整備を行っています。

岩手県では平成15年4月から「循環型地域社会の形成に関する条例等」が施行され、再生資源を利用して一定の基準を満たす製品を「岩手県再生資源利用認定製品」として認定し、その利用拡大を図っています。



開発路盤材による  
工事風景

当センターでも廃棄物のリサイクル技術の開発に取り組んでおり、企業と共同開発した2つの商品が認定製品となっています。一つは発泡スチロール廃材を利用した「道路用路盤材」で、プラスチックの断熱性を利用して凍結による道路の破損を防ぐことができます。もう一つは「ILBスタイロ」という舗装用ブロックです。この製品も前述の路盤材と同様、発泡スチロール廃材を利用したことで従来品に比べ大幅な軽量化と断熱性を有しています。

このような廃棄物リサイクルや汚染された環境修復に関する研究開発は、廃棄物を出さない循環型社会の実現には不可欠です。これからも県内企業の皆様と共同で、研究という視点から様々な課題に取り組んでいく予定です。



ILBスタイロ

お問い合わせ先

岩手県工業技術センター 企画情報部  
TEL 019-635-1115 FAX 019-635-0311  
URL <http://www.kiri.pref.iwate.jp/kiri/>  
E-mail [kikaku@sv02.kiri.pref.iwate.jp](mailto:kikaku@sv02.kiri.pref.iwate.jp)

# 経営動向

9月実績調査結果より

全体的に上向きに

## 全業種での推移 [調査票回収916企業(有効回収率55.5%)]

【生産・売上】 増加したという企業は15.6%と、前月調査の12.1%から3.5%上回り、減少したとする企業は36.2%と前月調査の41.4%を5.2%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9.1%と前月調査の7.6%から1.5%上回り、減少したとする企業は41.3%と前月調査の44.7%を3.4%下回ったことから、指標は上向きとなった。

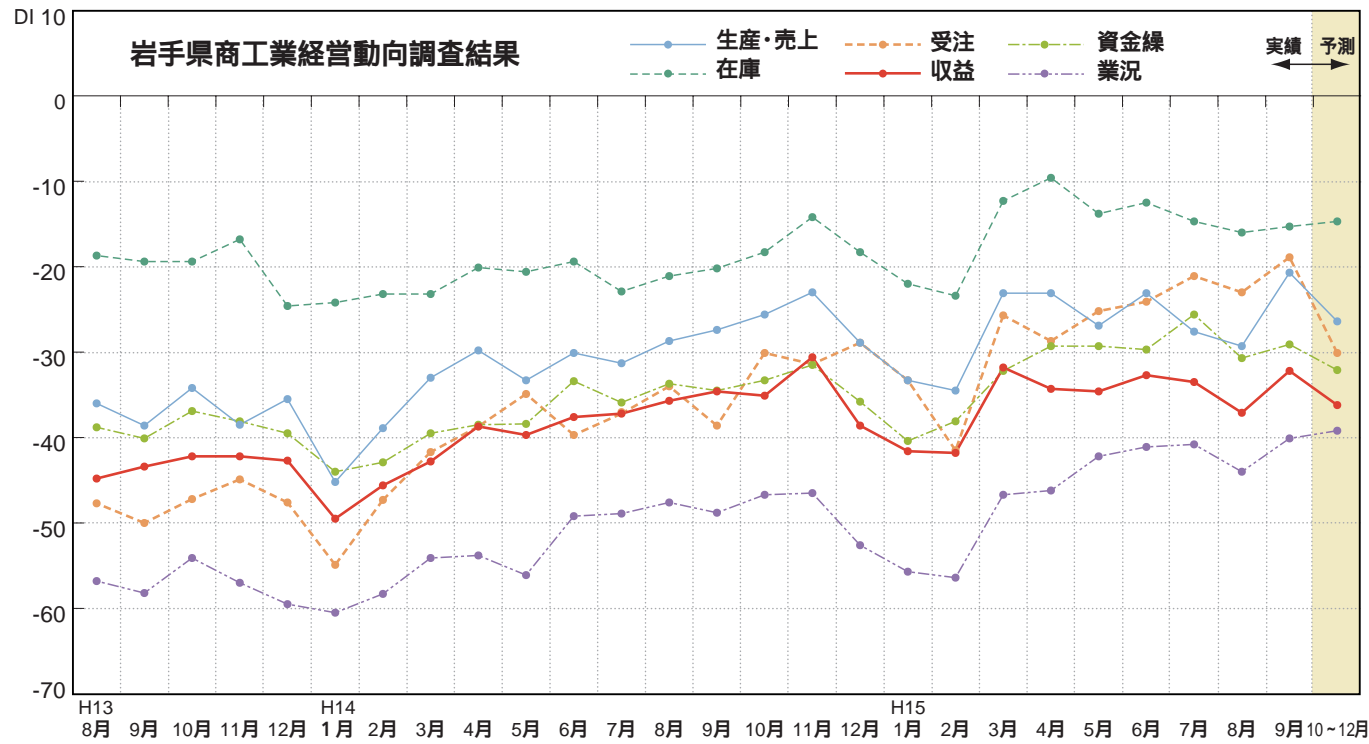
【資金繰り】 好転したという企業は5.1%と、前月調査の4.4%から0.7%上回り、悪化したと回答した企業は34.2%と前月調査の35.1%を0.9%下回ったことから、指標は上向きとなった。

【15年10月～12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9.9%と、当月実績を5.7%下回っている。減少すると予測している企業は36.3%と当月実績を0.1%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4.8%(当月実績比4.3%低下)、悪化41.0%(同0.3%低下)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3.5%(当月実績比1.6%低下)、悪化35.6%(同1.4%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。

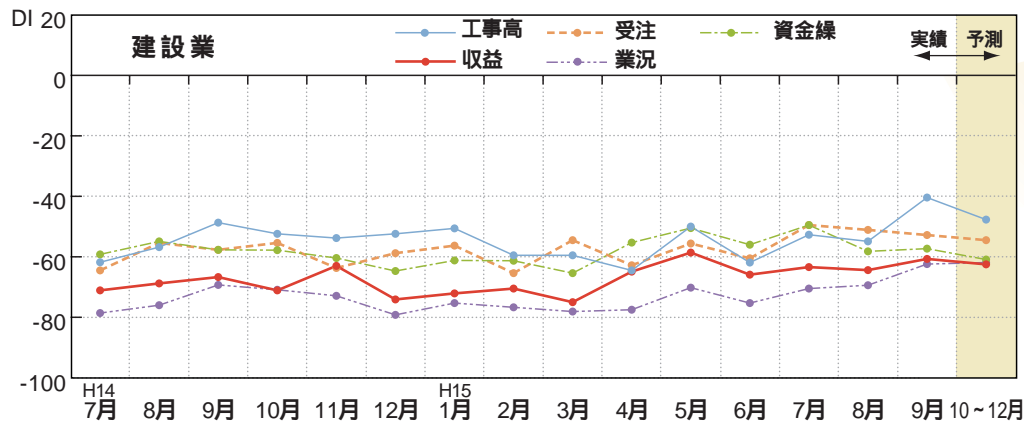
この調査結果はDI値で表しています。DI値とは増加(好転)企業割合から減少(悪化)企業割合を差引いた指数です。(増減は前年同月比)



### 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13.5%と前月調査の4.4%を9.1ポイント上回り、減少したとする企業は53.9%と前月調査の59.3%を5.4ポイント下回ったことから、指標は上向きとなった。

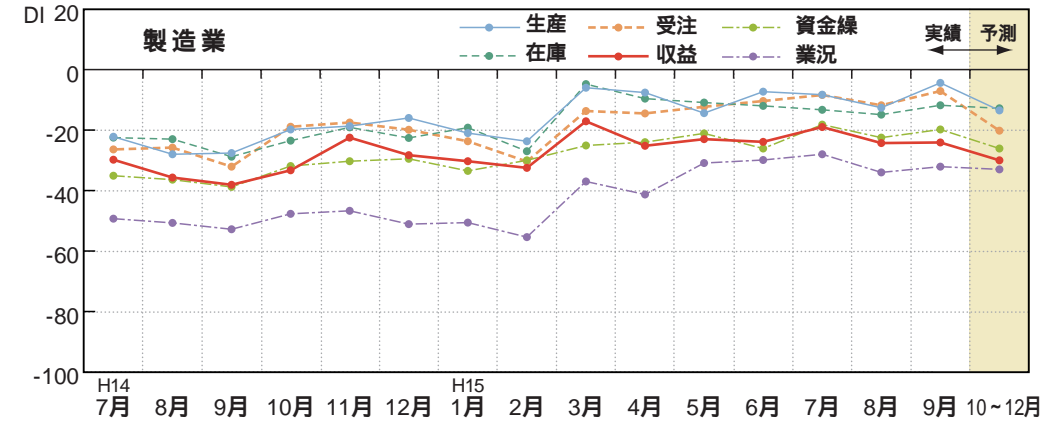
また、収益は増加5.6%(前月調査0.0%)、減少66.3%(同64.4%)で指標は上向きとなった。



### 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25.9%と前月調査の22.7%を3.2ポイント上回り、減少したとする企業は30.4%と前月調査の35.3%を4.9ポイント下回ったことから、指標は上向きとなった。

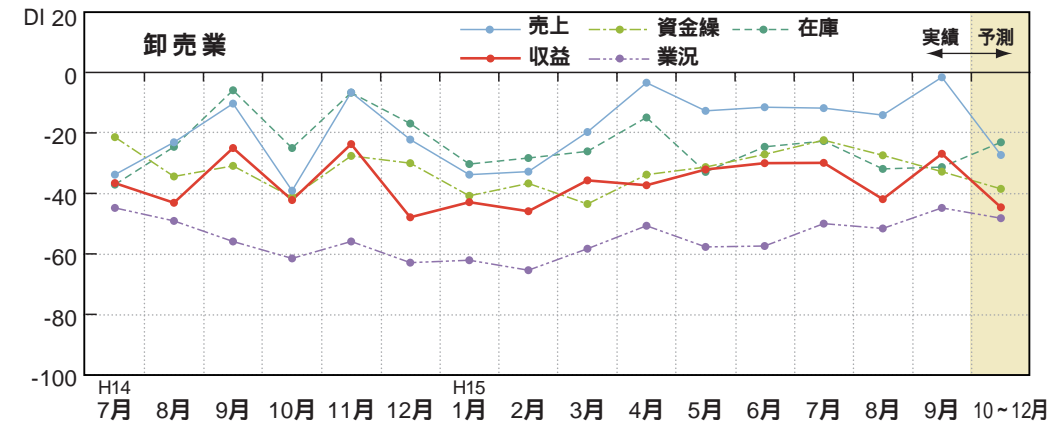
また、収益は増加13.5%(前月調査15.2%)、減少37.6%(同39.5%)で指標は横ばいとなった。



### 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27.4%と前月調査の14.1%を13.3ポイント上回り、減少したとする企業は29.0%と前月調査の28.1%を0.9ポイント上回ったことから、指標は上向きとなった。

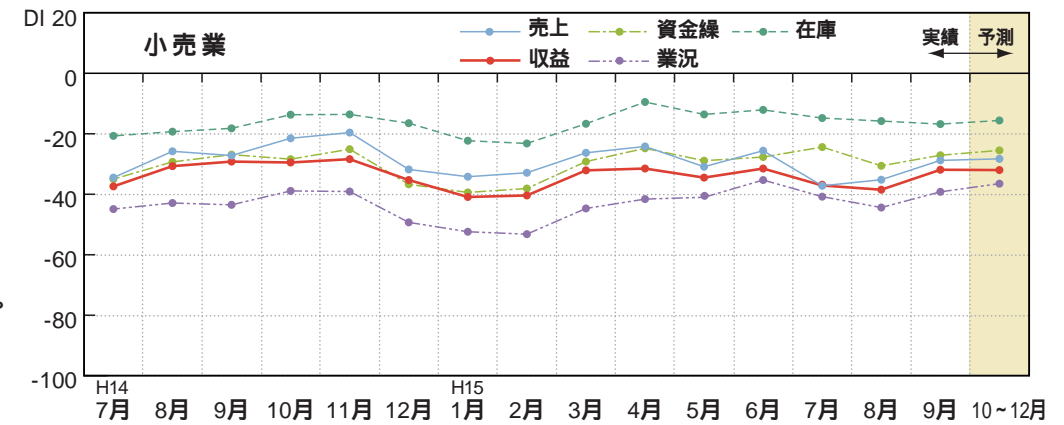
また、収益は増加14.9%(前月調査6.8%)、減少41.8%(同48.6%)で指標は上向きとなった。



### 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8.0%と前月調査の8.0%と同値となり、減少したとする企業は36.8%と前月調査の43.1%を6.3ポイント下回ったことから、指標は上向きとなった。

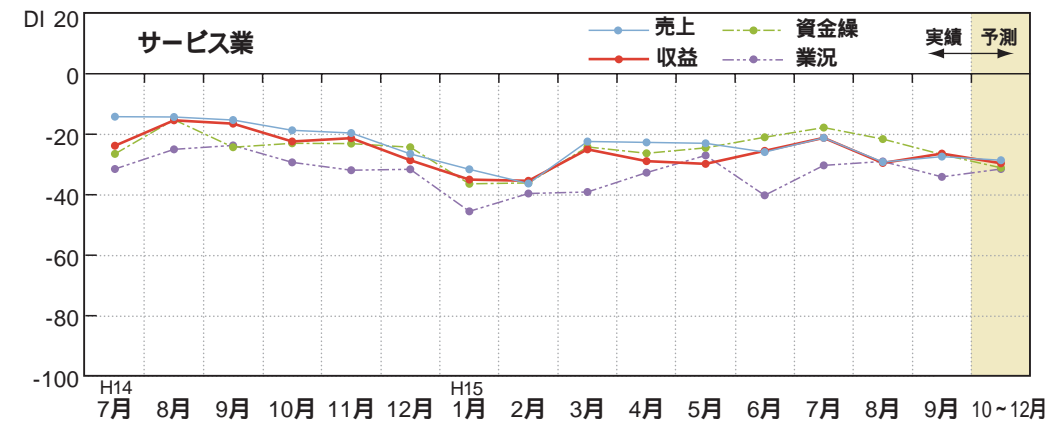
また、収益は増加5.5%(前月調査4.9%)、減少37.4%(同43.4%)で指標は上向きとなった。



### 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8.8%と前月調査の4.4%を4.4ポイント上回り、減少したとする企業は36.3%と前月調査の33.6%を2.7ポイント上回ったことから、指標は上向きとなった。

また、収益は増加9.1%(前月調査4.5%)、減少35.5%(同33.9%)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 9月までは実績値で10～12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。

お問い合わせ先 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](mailto:joho@joho-iwate.or.jp)



# 研修案内

お申込み・  
お問合わせ先

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。

## 経営者大学 トップマネジメントセミナー

県内企業の経営事例を紹介するとともに、2004年の経営環境、経営課題について解説します。

日時 1月9日(金)13:30~18:30

会場 盛岡市盛岡駅前「ホテルルイズ」

テーマ

### 《経営体験事例》

「社員とロマンを共有、夢の実現に挑む」  
～企業経営に奇策なし  
基本の繰り返し人が人と企業を育てる～

講師 後閑 信夫【(株)ダイヤプレス】

テーマ

### 《景況見通しと経営課題》

第一部 2004年の経営環境を読む  
第二部 2004年の経営課題を探る  
業界情報交換

講師 石黒 重光【(株)エム・イー・エル】

受講料 約9,000円(受講者数により変動)

【セミナー終了後に情報交換会を予定しています(希望者のみ)】  
会費:5,000円

## 設備貸与制度

**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)

# 100万円～6,000万円まで 貸付OK!

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)



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  
対象企業

原則として5年(利率1.860%)か7年(利率1.382%)となります。  
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。

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

産業情報いわて 2003年11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2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)

R100  
古紙配合率100%再生紙を使用しています。

PRINTED WITH  
SOYINK  
Member of American Soy Ink Association