

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16年6月10日発行

JUNE 6
2004
VOL.27



【特集】

IT先進事例

(株)あさ開の社内ネットワーク構築と活用法 [P2]

老舗蔵元が挑む、 社内情報マネジメント

【創造の芽】研究シーズ情報 [P6]

汎用血流マッピング装置(BF-1000)の開発
超音波によるドプラ効果を応用した
新しい検査装置

流通・通 [P8]

経営革新企業紹介 [P9]

積極的な商品開発と
店舗展開で業績を拡大

研修案内 /
インキュベートルーム入居者募集案内 [P12]

老舗蔵元が挑む、社内情報マネジメント

盛岡市に本社を置く株式会社あさ開は、創業から今年で133年を数える老舗酒造メーカー。全国的に清酒の需要が落ち込みを見せるなかでも、常に県内酒造業界のトップを走り続けている同社の強みは、蔵元という既存のイメージから脱却した多角経営戦略と、ITを駆使しての徹底した事務の効率化と情報の早期具体化にある。なかでもグループウェアを活用した情報共有システムは、社内改革に大きく貢献したという。今回は、20年以上に渡ってあさ開のIT戦略を一手に手掛ける経営企画室社内支援チーム 情報担当 東野勉さんに、同社の情報マネジメントの現在と展望を伺った。



昭和63年に完成した「昭和旭蔵」では、伝統の酒づくりにこだわる手造り工程と最新鋭設備による近代工程をともに見学することができる。白壁に黒瓦という純和風の外観は盛岡の都市景観賞も受賞した。

業界に先駆けてIT機器を導入

株式会社あさ開は、1871年、南部藩士だった初代村井源三によって創業された。社名は万葉集の中にある「船出」の喜びをたたえ祝福した歌の枕詞からつけられたもので、数々の試練のときを迎えても常に時代を拓き人々の心を開き、未来を展望しながら、いかなる困難にも打ち勝とうという創業精神が込められている。以来133年、5代に渡って受け継がれてきた酒造りへの思いは、「お客様の食の場における『喜び』『楽しみ』『くつろぎ』に貢献いたします」「全社員の物心両面の幸せを追求する」というふたつの経営理念に集約され、酒造メーカーとして岩手県内トップの売り上げを誇る同社の原動力となっている。

とはいえ消費者の日本酒離れが指摘されて久しい昨今、経営環境の改善を図ることはあさ開にとっても避けて通

れない課題だった。その対策のひとつとして同社が積極的にすすめてきたのが事務作業の効率化、つまりITの導入なのである。

今回話を伺った経営企画室社内支援チーム 情報担当 東野勉さんによると、あさ開では30年前にはすでにコンピュータが設置されていたという。酒造業界ではかなり先進的な取り組みだったといえるのだが、それはむしろ業界ならではの事情が大きかったと東野さんは言う。

「酒類の製造者には酒税の納税義務があるため、仕入れや出荷などの伝票記帳作業はもちろん、そのデータを基に詳細で正確な酒税報告書を毎月税務署に提出しなければいけません。そういう煩雑かつ複雑な業務の整合性を高めるためにも、コンピュータは入る価値があったんです。」

30年前といえば、ITの主流はまだミニコンや汎用機。当然だが現在のよう

な時代である。

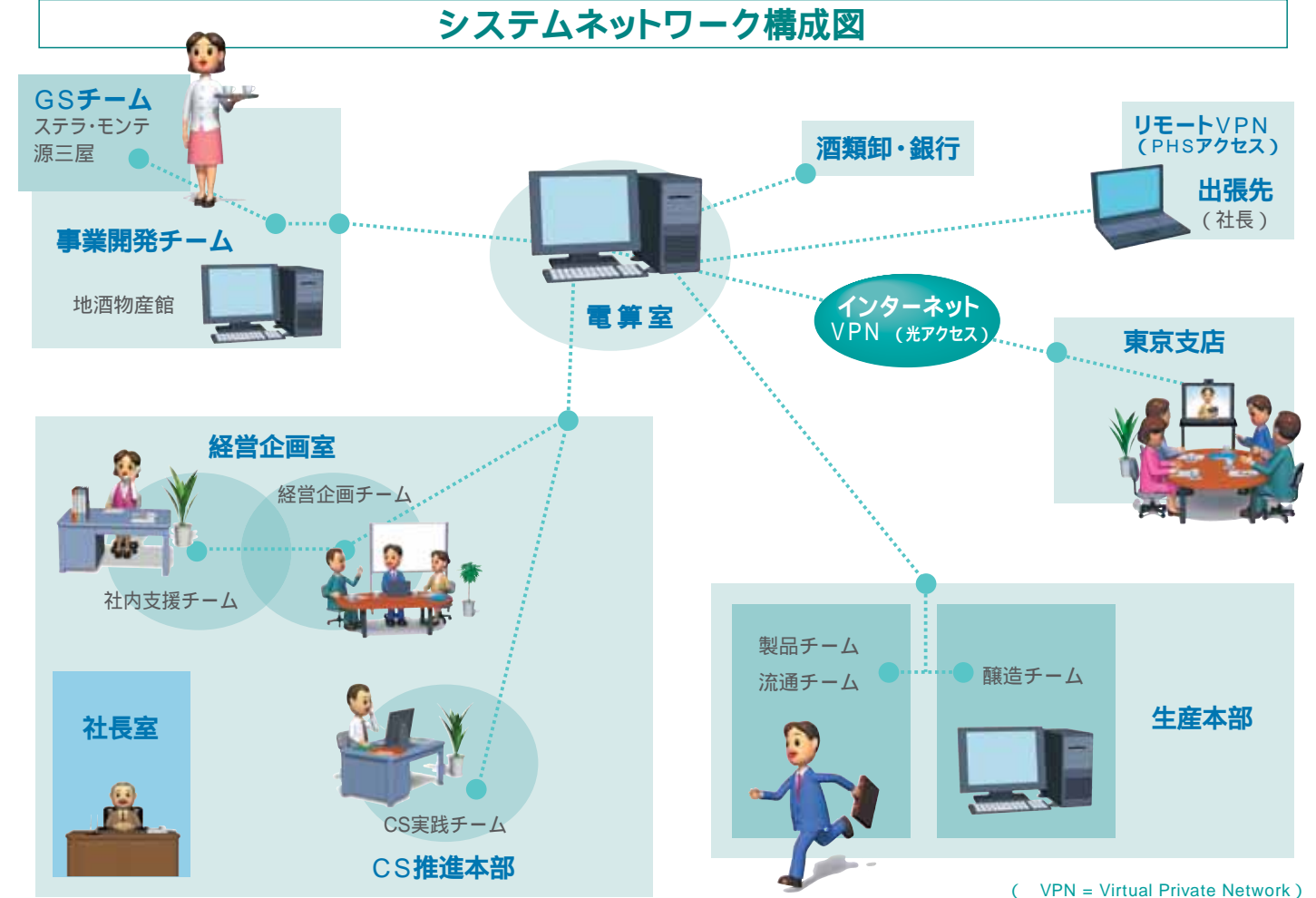
「販売や給与、経理部門での使用から始まって、原酒管理システムの構築、売上仕入経理の連動…。ソフトはまったくの手作りでしたから、私の最初の仕事もバグつづしという具合でした。今はサーバ&クライアント方式の優れたソフトが市販され、いろいろできるようですが、当社では経理と連動をしていることもあり、独自仕様のままですね。」

システムの構築・運用から社員へのパソコン普及まで、同社のITの変遷とレベルアップを支えてきた東野さん。文字どおり、あさ開のITの生き字引的存在である。

ITの導入で得られた様々なメリット

事務処理の効率アップもさることながら、ITの導入で大きく改善されたものが、情報の早期具体化と共有化だったと東野さんは話す。

システムネットワーク構成図



(VPN = Virtual Private Network)

現在、あさ開では販売や購買、給与・経理といった会社の基幹業務にはオフコンを利用しているほか、8年ほど前からは社内サーバによるグループウェア「ロータス・ノーツ」を導入し、社員が必要な情報をパソコン上で確認することができるようにしている。

「自社のデータベースは全部で21あります。まず営業担当一人ごとに日報を書き込むデータベースを設けています。また月例会議や業務連絡会議などのほか、業務やプロジェクトごとのチームのデータベースも設け、定型的な議事録を随時アップしています。こちらには掲示板機能もあるので、意見や要望などを書き込むことができるようになっています。」

情報は社員が個々のパソコンで閲覧できるのはもちろんのこと、会議の場でも大いに活用されている。

「月例会議に提出される資料は決算書のみ。あとの報告はパソコンにプロジェクターを接続して、担当者が必

要な画面を表示させながら説明するようになっています。ペーパーレスのメリットもさることながら、必要に応じて販売・経理データもすぐに表示することが出来るので、個々の問題についてもその場で解決が図れるようになりました。」

報告書の作成、検討、決裁といった一連の工程をITの活用で簡略化し、タイムラグを極力減らした結果は、経営戦略立案のスピード化にもつながっているという。

もうひとつ、グループウェア上で営業日報を社内公開したことも大きな成果を生んだようだ。

「セールスの目的のひとつは競合情報や顧客情報、そして市場動向を掴むこと。そういったリアルタイムの情報が製造部門にダイレクトに伝わるようになって、顧客ニーズにあった商品開発ができるようになりました。」

情報を共有することで、あさ開では部門間の結びつきが強まっている。と同時に自分の「声」が経営に反映されること

で、社員一人ひとりの仕事に対する意欲の向上に一役買っているようだ。

情報共有化を一步進めた取り組み

あさ開ではこの情報共有マネジメントをさらに進め、盛岡に本社を置く(株)情報システム研究所が開発したソフトウェア「元気が出るシステム(ゲンシス)」を導入し、販売・購買・給与・経理など各部門ごとのデータをCSVファイルへと変換して新たな運用方法を探りはじめている。(CSV=Comma Separated Value)

「我々のような製造業の場合、製造原価の確認は販売システムではなく経理システムでないとできない仕組みになっています。結果として経理システム上の総勘定元帳で調査することになるのですが、システムの操作に慣れていないと検索することも難しいので、総勘定元帳のデータをCSVデータにして、容易に閲覧できるようにしたというわけです。」

CSVとは、数値やテキストなどのデータをカンマ(,)で区切って並べたファイル形式。実体はテキストファイルなので、機種やアプリケーションが違ってデータ交換が行えることに加え、テキストエディタやワープロなどで編集することも可能。もちろんこの形式で作成したファイルなら、エクセルなどの表計算ソフトで開くこともできる。

しかし、その導入過程では様々な苦労もあったと東野さんは振り返る。

「当然のことながら、運用するためには事業所や部署などのコードを一致させなければなりません。また、チーム別損益計算書を作成するために製造原価を使っていた部署ではこれを廃止して、商品別固定原価を採用しました。この業務システムの変更とゲンシスの導入が同時進行だったので立ち上げに1年ほどかかり、さらに運用が定着するまでに半年かかってしまいました。」

1年のテスト期間を経て完成したデータベースでは、ダブルクリックだけで総勘定元帳データが閲覧できるようになったほか摘要検索で容易にデータ集計が行えるようになり、業務はもちろん経

営の判断材料に使えるというメリットをもたらした。現在は、毎月の月次更新後に情報システム研究所の担当者が来社してデータの変換業務を行うという方法でシステムが運用されている。

「わからないことはその場で担当者に聞けますし、ソフトのバージョンアップも随時行ってもらえます。こういった方法は、当社にもビジネスパートナーにとっても、最適な方法だと思います。」

ITにさらなる可能性を見出して

長年にわたって社内IT化を進めてきたあさ開では、このほかにも様々な取り組みが行われている。

そのひとつが構内PHSの活用である。「以前は社員の呼び出しに構内放送を使っていましたが、当社は盛岡の住宅地の中に位置していることもあり、使用を中止しました。」

現在構内にはPHSアンテナが設置されており、社員の呼び出しに使われている。「騒音のない静かな会社」への取り組みは他企業からも注目されており、

このシステムを導入するところも出始めているという。さらにあさ開では商品運搬するフォークリフトも騒音の少ない電動式に切り替えるなど、一歩進んだ周辺環境への配慮にもつとめている。

一方、社内ネットワークシステムでは昨年から本社と東京支店の間に光ケーブルを導入。それ以前に利用していたフレームリレーと比べやりとりのスピードが格段にアップし、東京支店でもグループウェアの営業日報を閲覧・掲載する作業が楽に行えるようになった。この実績を踏まえつつ、東野さんはすでに光ケーブルの新たな活用法の準備にも入っていると話す。

「当社では、組織全体の目標やその達成度・進捗状況を確認するために、特に週間PDCAサイクルを重要視しています。毎週月曜には朝会、本部長会議、業務連絡会議、そして各チームのミーティングが行われるのですが、このサイクルに東京支店のメンバーがリアルタイムで参加できるように、テレビ会議システムを導入したいと考えています。こちらも、来期から稼働できるようになると思います。」

老舗蔵元が取り組む革新的経営戦略

「創業133余年」「老舗蔵元」...そういったキーワードから連想される企業イメージからすると、あさ開のITへの取り組みは驚くほどに革新的といえるだろう。しかもその経営ポリシーはIT分野にだけにとどまっていなかったことが、本社を訪れてみるとわかる。

広大な本社敷地内には、製造工場である「昭和旭蔵」を中心に、自社製品を販売する「地酒物産館」ほか地ビールと多国籍料理を提供するレストラン「ステラ・モンテ」、蔵を利用したカフェ「AZ」(エージーダッシュ)などが立ち並ぶ。蔵の公開も随時受け付けており、今や盛岡の観光スポットのひとつとして旅行者に定着している。そのほかにも、空き瓶の集団回収に取り組むアサピラキ・リサイクルサービス株式会社と卸売業の拠点として東京支店を擁している。

「製造部門の昭和旭蔵、卸売部門の東京支店、小売部門の地酒物産館に加え、レストランの飲食業。こういう事業形態をとっている蔵元は、岩手では今のところ当社だけです。」

ITの積極的な導入と多角的な経営

戦略。老舗の暖簾を守りつつ新たな分野に取り組んでいくこの姿勢に、企業としての成功要因があるように思う。そしてその戦略を支えるのが、ITを使った情報マネジメントなのである。

「製造業にとって一番大切なものは、顧客情報、競合情報、あるいは市場や季節予測といった先行データ。これがあってこそニーズに合わせた商品開発ができ、かつタイムリーな販売戦略も立てられます。当社は20年かけてIT環境のレベルアップに努めてきましたが、今後はいかに情報システムを活用していけるかが重要になっていくでしょう。」

リーディングカンパニーとしての挑戦

最後に、東野さんに今後のIT分野の計画を伺った。

「導入から2年経ち、ゲンシスも一通り使いこなせるようになりましたが、さらなる運用レベルへステップアップを目指したい。まずは売上明細の取り込み、そして来年度の『日本経営品質賞』へ申請するための準備として各部署評価指標も取り込みたいと思っています。そのためにも、今一度使用講習会を開催

したいと考えているところです。」

日本経営品質賞(JQA)とは、経営品質の仕組み改善に取り組む企業に与えられる全国的な表彰制度。あさ開は、2000年度に県が開催した「岩手経営品質賞」の中小企業部門において奨励賞を、そして2002年度には最優秀賞を受賞している。奨励賞での受賞理由のひとつが、ITを駆使して消費者の声を積極的に経営改善に取り入れたことだったという。その企業活動をさらに高めていくため、全国版のJQAへの申請を予定しているのだ。

目指すものは顧客ならびにビジネスパートナーの満足、そして社員の成長。県内有数のリーディングカンパニーとして、あさ開は数々の可能性に今日も挑戦し続けている。

会社名	株式会社 あさ開
住所	岩手県盛岡市大慈寺町10-34
TEL	019-652-3111
FAX	019-624-4303
URL	http://www.asabiraki-net.jp/
代表	代表取締役 村井良隆
業種	清酒製造・販売業
社員数	60名



1 20年以上にわたって情報システムを担当している東野さん。「システムを運動させればさせるほど、業務自体の変更も余儀なくされます。IT環境の整備というよりは、むしろ扱う人間の意識の方を変化させなければなりません。」



2 現在の社内パソコンは40台。経理などの業務部門ではデスクトップ型だが、半数はノートブック型。すべてがネットワークに接続され、営業日報や承認申請書などは画面で操作できる。



3 ノーツは議事録などのほか業務連絡会議というデータベースも用意されている。また営業部でのカレンダー共有ほか役職クラスの予定も閲覧できるようになっており、スケジュール管理



4 構内PHS端末は、社の敷地内での使用はもちろん、外出すると自動的に外線に切り替わる。現在は11台だが徐々に増やしていく予定という。



5 あさ開は、清酒だけではなく地ビール分野にも進出している。レストラン「ステラ・モンテ」では、この出来立てのビールが味わえる人気スポット。各種イベントや結婚式などにも利用されている。



6 創業者の名前をとった飲食スペース「源三屋」も新たにオープン。昼はランチスペースになるが、夜は一般客に貸し切りで提供されている。古い酒蔵をそのまま利用した店内は雰囲気も抜群。

7 大吟醸酒・純米酒・本醸造酒などの多彩な商品のほか、この蔵元だけでしか販売されていないオリジナル商品も数多く揃う「地酒物産館」。岩手の海産物や菓子、厳選された酒器などの特産品もある。

8 「地酒物産館」にはここでしか買えない限定品も用意されている。蔵元ならではの商品は旅行者にも人気。

東京マイクロデバイス株式会社 花巻工場
を中心とした研究開発

汎用血流マッピング装置(BF-1000)の開発 超音波によるドプラ効果を応用した 新しい検査装置

昨年、厚生労働省の薬事認可を取得しました「汎用血流マッピング装置」をご紹介します。本装置は、センサである超音波プローブを心臓の上の胸に当てることにより、非侵襲的に心臓の情報を得ることができる装置です。従来の超音波診断装置に比べ、高度なテクニックが無くても、十分な検査情報を得ることができるように工夫しています。



東京マイクロデバイス株式会社
代表取締役社長 座間 誠一

はじめに

超音波の医用応用はこの半世紀の間に飛躍的な発達を遂げ、現在においては超音波診断装置、超音波治療装置などが医療現場で重要な役割を果たしております。また、画像診断装置は超音波診断装置の他に、X線CT(コンピュータ断層装置)、MRI(核磁気共鳴画像装置)なども活躍しております。

しかしながら、これらの超音波診断装置をはじめ、各種画像診断装置は非常にクリアな画像が得られる反面、高価で大がかりなものとなっています。このため、このような検査は「総合病院で、時間のかかる検査」というのが近年の検査スタイルとなっております。

このようなことを鑑み、集団検診やクリニックで使用できる簡易な超音波検査装置をいわて産業振興センターの支援事業である「RSP事業」を活用して開発いたしました。

より簡便な検査は患者さんへの負担を減らすばかりでなく、診察する側、ひいては医療機関自体への負担を減らすものと考えております。

検査の対象

本装置で検査できる心臓の状態として、まず心臓(左心室)の中を流れる血液の速度が挙げられます。人には年を取ると共に心臓の中の弁が堅くなる疾患があります。このため弁が十分に開かないことや、しっかりと閉まらないということが起きて

きます。この場合、血液の循環が悪くなるだけでなく、弁を通る血液は正常な人の2~3倍の速度になります。この高速血流を本装置で検知しようとするわけです。画面で血液の速度が速くなるほど赤い色で表示されます。このような病気の場合は心電計などでは測定することができません。

一方、本装置では心臓(左心室)に流れ込む血液の状態を波形で表示することができます。これにより、心拍の状態(不整脈の確認や心臓の律動的な運動情報)を簡単に得ることができます(図1)。

また、この波形からは心臓自体や血液循環の状態が判る可能性があり、今後の臨床研究に大きな期待がもたれています。

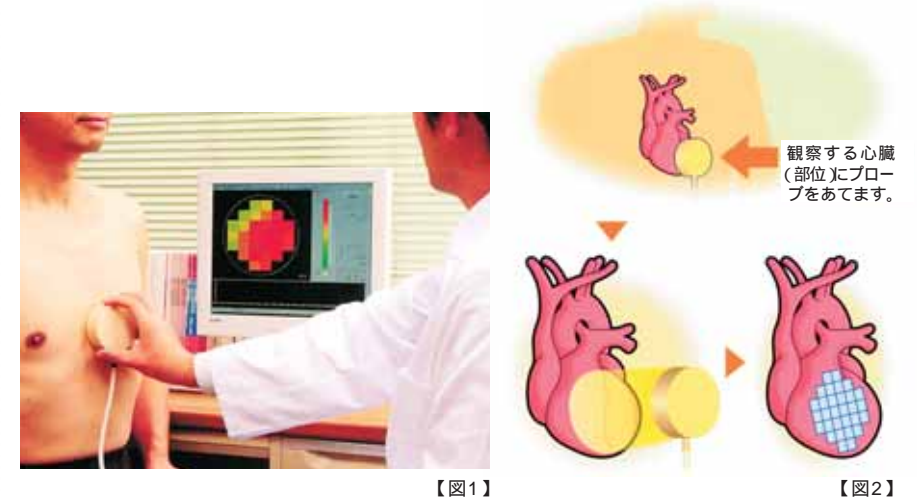
本装置の概要

プローブ(患者さんの胸にあてるセンサ)の中には、30chの超音波を送受信する振動子が入っています(図2)。ここから人間の体に影響を与えない小さなエネルギーの超音波(本装置では3MHz)が送信され、体の中の血液に反射してドプラ効果によりわずかに周波数が変化した反射波が受信されます。変化(ドプラシフト)する割合は、異常がある場合でも送信した周波数の0.2%程度という非常に繊細な検出をしています。

この速度変化は時々刻々と変化するわけですが、それを30ch同時にリアルタイムでFFT(高速フーリエ変換)解析しています。このため、表示画面には心臓の中を流れる血液の状態を動画像で表示することができました。

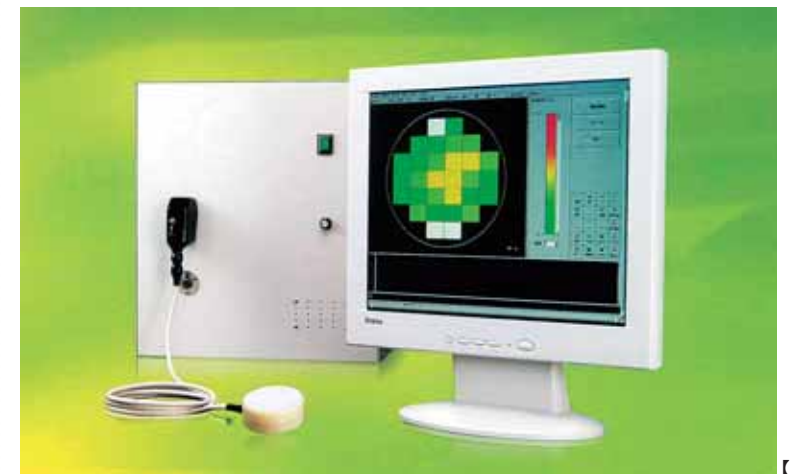
装置自体は使用環境を考えて、操作は非常にシンプル(調整は2個のつまみのみ)に行え、そのほかの基本操作はすべてマウスにより行えるように設計しております。しかし、使用者の好みを選択するセットアップの項目では、逆に多種多様なバリエーションを用意することで使用者の満足が得られるように配慮しております。

勿論、取得した患者さんのデータをそのまま保存することも、市販のカラープリンタを接続することで検査結果をハードコピーすることも可能です(図3)。



【図1】

【図2】



【図3】

今後の展望

今後は、さらに使いやすさを追求していきたいと考えています。具体的には、検査情報の精度と再現性の向上を図ると同時に多様な検査情報の取得を目標としております。

このためには、医療機器として臨床現場との十二分な連携が必要であることが挙げられます。

ここ岩手では医学、工学との密接な関係が築きやすいという長所を生かして、装置自体の完成度の向上を加速させたいと考えております。

お問い合わせ先 東京マイクロデバイス株式会社 花巻工場
TEL 0198-21-3860
URL <http://www.hf-tmd.co.jp/>

“見えない”努力、“見える”努力。

前号で予告したとおり、4月下旬、九州・鹿児島を訪ねてきた。およそ1年ぶりに再会した薩摩の街々。現代社会のドラスティックな変化とは裏腹に、変わることなく静かにたたずむその風情には、歴史に刻まれた伝統と文化の重さを垣間見ることができる。今月の『流通・通』は、近代日本発祥の地といわれる薩摩の国で出会った話題から。



“見えない”努力で価値を創造する

旅の舞台は薩摩半島。昨年はスケジュールの都合で訪問できなかった知覧町から指宿市、鹿児島市、桜島町を回るコースであった。とりわけ興味深かったのが「薩摩の小京都」と呼ばれる知覧町である。かつて本土最南端の特攻基地があった町として知られ、その歴史を今に伝える知覧特攻平和会館には一年を通じて大勢の来訪者が訪れる。また、近年映画『ホテル』のロケ地になったことから新たな観光スポットが生まれ、筆者が訪ねた日モゴールデンウイーク前の平日だというのに観光バスなどがひっきりなしに走っていた。

知覧町が「小京都」と呼ばれるゆえんは、約260年前に造られたといわれる武家屋敷群の存在だ。国の名勝に指定されている7庭園を含む10あまりの庭園が連なっていて、国の重要伝統的建造物群保存地区や日本の道100選にも選定されている。この武家屋敷群の特徴はイヌマキの生垣と美しい庭園。敵の襲撃を防ぐため高い石垣や板塀を用いることが多い武家屋敷にあって、南国の気候に適した風通しのよい生垣を築くとともに、その生垣を活かして刈り込み、周囲の山々と一体化させた見事な借景庭園を創り上げている。

筆者が感心したのは庭園ばかりではない。武家屋敷群以外の道筋にもイヌマキが植えられ、美しい街並みを演出していたことだ。知覧町で

は昭和48年(1973)から7本の路線、延長6,380メートルに約800本のイヌマキを植樹した。古くから生垣や庭木として親しまれてきたイヌマキを街路樹として整備することで、武家屋敷群との調和を図ったのだという。ヤシ類などを植え南国情緒を醸し出すまちも少なくない九州南部にあって、地域の特徴と個性を發揮した取り組みといえよう。そして何より先筆者を惹きつけたのが、それが見事に手入れされていたことである。歴史や伝統に胡座をかくのではなく、しっかりと手入れして付加価値を高めることで訪れる人々を魅了している。その目に見えない町と地域の人々の努力が、知覧町の魅力を支えているのである。

“見える”努力で価値を高める

読者諸氏が鹿児島の借景庭園としてすぐに思い出すのが、磯庭園として親しまれている島津家別邸・仙巖園かもしれない。鹿児島市の中心部からやや北方、磯地区に造られた広さ約5万平方メートルの広大な庭園だ。万治元年(1658)に19代島津光久がこの地に別邸を構えたのがはじまりといわれ、桜島を築山、錦江湾を池にみたと造園されたという。なかには千尋巖や曲水の庭、日本で初めて移植されたといわれる江南竹林など中国風の造園が施されているほか、琉球王朝から献上されたといわれる望嶽楼や日本初のガス灯・鶴灯籠など、異国の文化を感じさせる素

材も少なくない。

この仙巖園で目についたのが、園内を案内するシニアガイドと着物姿の晴れやかな御殿案内人。今では珍しくもない光景かも知れないが、その言葉遣いや振る舞いがやさしい。待機所などで声がかかるのを待っていたりするのはなく、庭園の入り口付近や御殿の玄関口などで風景に溶け込むようにたたずみ、静かに目配りをしていく。ただ一つ残念だったことは、曲水の庭を散策中に遭遇した保守作業にあたっている人たち。快晴の日曜日だというのに、作業服に長靴という出で立ちで、遣り水の中を闊歩していた。曲水の庭といえば、平泉・毛越寺でも行われる平安朝の優雅な行事「曲水の宴」の舞台。往時の風情に思いをはせながら散策している目の前で、杯が流される遣り水を長靴で歩かれたのでは興ざめする。とはいえ、彼らも仕事だったのである。何か不都合があって点検していたのかもしれない。そういう場合はどうすればよいか。その「仕事」も風景になじませ、情緒を演出してしまうことが大事だ。たとえば、作業衣姿にわらじを履き、手作りの竹製の道具を手に仕事をしていけば、当てもこんな風に作業していたのかなあ、と見る人に知的満足感を与えることができる。もてなしには、こうした“見える”努力も必要なのである。

経営コンサルタント 岩淵公二
(ジーベック代表取締役)



3月にオープンしたばかりの盛岡駅ビルのフェザン店。ターミナルという立地ゆえ、商品構成は新商品「きらら」ほかギフトや贈答品用品が中心になっている。多彩な商品とさりげない接客は旅行者にも好評だ。

積極的な商品開発と店舗展開で業績を拡大

今回取り組んだ経営革新の内容は。

新しい食感と美味しさを追求したチーズケーキ「かご盛り きらら」の開発・販売と、盛岡の駅ビルフェザンの1階にアンテナショップを出店しました。これらは中小企業支援法に基づいた経営革新計画を提出して県の承認を受けたのち、いわて産業振興センターの小規模企業設備資金貸付制度を利用して進めてきた事業です。

革新に取り組むことになった理由は。

当社は菓子製造業者として70年以上の歴史を持ち、昭和47年に発売した焼き菓子「ぶすのこぶ」は30年以上お客様に愛されています。もちろんその間にも常に商品開発に取り組み、数多くの銘菓を送り出してきましたが、いずれも短期

的なヒットで終わってしまうのが課題でした。そこで中小企業金融公庫から現在伸びている企業のデータを頂き、独自の経営分析を始めました。その中で気付いたのが、長寿ヒット商品には本物の美味しさが存在すること。つまり商品そのものに「売れる力」があるという点でした。分析した企業の中には商品数こそわずからず30アイテムでも全商品アイドル化に成功しているところもあって、これからの時代業績を伸ばしていくためには、そんな力のある商品をひとつでも多く持つことが重要だと感じました。実は当社では昭和60年頃までハンバーガー店や文具店など多角経営にも取り組んでいたのですが、創業の原点に戻るといってこれらを一旦整理し、地元密着型の菓子店へと再スタートを切ったのです。



なめらかな食感に加えフルーティな香り、そしてかご盛りという斬新なスタイルが受けて、大ヒット商品となった「きらら」。半解凍状態ではシャーベットのような食感を、完全に解凍すれば口中でとろけるまろやかさが楽しめる。

その発想転換から「きらら」が生まれたのです。

チーズを使った菓子づくりは以前から行っていたのですが、「きらら」では口の中に入れるととろけてしまうような、今までにないソフト感を追求しました。様々な試作を繰り返した結果、豆腐の柔らかさとフルーティな風味を持ち合わせたチーズケーキを完成することができました。

早速盛岡市のアネックスカフェで販売したところ、午前中で完売するほどの人気ぶり。数多くの商品を開発してきましたが、ここまでダイレクトな反応があっ



1 「人を“おっ”と思わせ、会話が弾むような菓子を作りたい」と社長の宮沢陽一さん。地元の歴史や文化に根ざした話題性のある商品開発姿勢は、(財)食品流通構造改善促進機構の「優良経営食料品等小売店コンクール」において同機構会長賞も受賞した。また「味だけではなく、目に見えない衛生面にいかに神経を使うかも大事」と工

場の衛生管理も徹底。厚生省(現厚生労働省)の「8年度食品衛生優良施設」において大臣表彰を受けてもいる。
2 3 出来上がったチーズケーキ「きらら」はスタッフの手によってひとつひとつ丁寧にパッケージされ、上質なフレッシュチーズの美味しさを楽しんでもらうため冷凍状態で出荷されていく。



たのは初めてのことでした。現在「きらら」は、盛岡エリアでは川徳と駅ビルフェザンのみで限定販売しています。

そのフェザン出店はいつ頃決まったのですか。

経営革新企業の承認を受けたのと、ほぼ同時でした。フェザンへは以前から出店したい意向を伝えており、今回のリニューアルの際にお話を頂いたのです。しかし決定してからが大変でした。というのも経営革新企業の申請は「きらら」販売のためでしたので、フェザン出店で計画案そのものを変更して申請し直さなくてはならなかったのです。オープンまで時間のない中で店舗作りと申請書類作成が同時進行で、久慈地域中小企業支援センターの所長さんには随分と助けていただきました。実を言うこの承認申請を行うことになったのも、そもそもはセンターの勉強会で勧められたのがきっかけなのです。複雑で専門的な書類作成の指導もさることながらスタッフの励ましや協力があっての(申請に)挑戦する気になれ、結果として貸付制度を受けることもできました。我々中小企業が成功するためには、このような協力や支援策は積極的に利用すべきでしょう。

出店の反応はいかがでしたか。

当初は投資や経費の面で「やっつけていけるだろうか」という思いもありましたが、初日は品切れするほどの大盛況で、売上目標額以上でした。「東京の羽田(空港)と八重洲(東京駅)を制した銘菓は日本を制する」というように、岩手においては盛岡駅への出店はやはり大きい。しかし基本は商品の良し悪し。商品そのものに「勝ち抜いていける力」があったからこそだと思っています。今後フェザン店は当社に対するお客様のイメージを掴むと同時にニーズを探っていくアンテナショップと位置づけて、メニューの蓄積や素材のリサーチに生かしていこうと考えています。販売では季節感やさりげないサービスを意識して、常にフレッシュ感を押し出しながら当社の商品を多くの皆様を知って頂きたいと考えています。

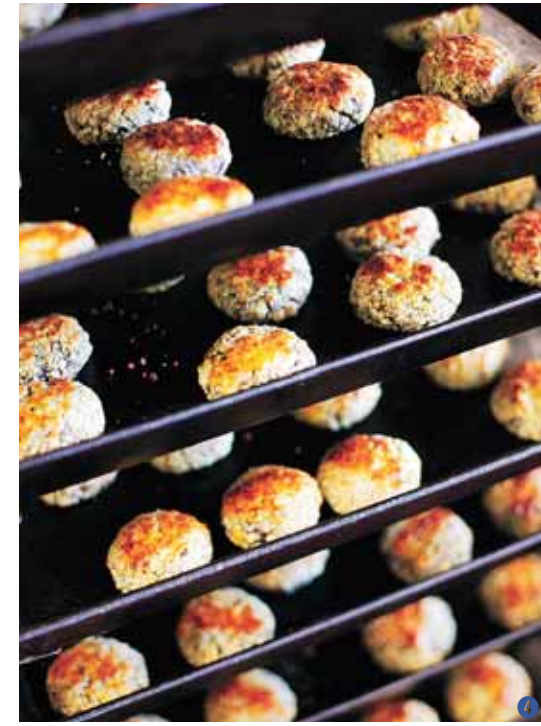
御社の商品づくりのポリシーは。

お菓子は、それをきっかけに会話が弾むようなコミュニケーションの基本になるものです。そのため当社のお菓子(銘菓)にはすべてに物語性を持たせるようにしています。例えば主力商品「ぶすのこぶ」は久慈溪流にまつわる言い伝

えをヒントに作ったものですが、その名前の可笑しさと味の素朴さで発売当初から大きな反響がありました。また、このお菓子を贈られた若い女性が憤慨した話を何人もの人から聞かされたり、名の由来を訊ねられることもしばしばでした。そもそも人を驚かせることが私は好きですし、熱狂的な映画少年だったこともあり、物語のある菓子づくりがしごく自然な営みにもなっているのです。味や見た目の良さの追求こそが菓子づくりの本義なのかもしれませんが、お菓子を通して当社とお客様が、あるいはお客様同士がコミュニケーションできるなら、それは素晴らしいことではないでしょうか。実は盛岡への出店を契機に当地にちなんだ名前の商標登録もすでに済ましていますので、新たな銘菓の開発に取り組みたいと考えています。

販売スタイルにもこだわりがあるようですね。

商品を育てていくということは、需要に対して供給を少なめにしていくことだと思うのです。ですから当社では量販店などへの卸販売はかなり少なめにしています。どこにでもあるような商品にはしたくないからです。こうした販売戦略



4 沢菊のベストセラー商品「ぶすのこぶ」は、小倉餡にバター時雨種をまぶして焼き、沢ガニが小石に卵を産みつけた様子を表現した焼き菓子。日本茶にも紅茶にも合うと評判の美味しさだ。
5 沢菊は大川目町にある銘菓工場のほか、十八日町には洋菓子工場をそなえた本店がある。商品ラインナップは現在、和菓子・洋菓子合わせ約200アイテムを数える。

が話題性に結びつけば人が集まり、結果として地元の利益にも結びついていくと考えています。現在、日本の経済は中央寄りになるばかりで地方は収縮していく一方にあります。久慈市も例外ではなく、公共事業の減少や大型スーパーの郊外への進出などによって中心部は活性化の必要性に迫られています。これからは守るだけではなく、自分の会社はもちろん次世代のことも考え、一社でも二社でも多くの企業を育てていくという姿勢が大切になっていくでしょう。

今後の予定と展望は。

当社では現在、銘菓工場を備えた工場店、洋菓子工場を備えた本店、三光ストア店、種市店の4店舗ほか、この3月にはフェザン店をオープンしました。また飲食事業としては、久慈市文化会館アンバーホールにて軽食喫茶ラウンジ「マグニピコ」を経営しているほか、市内のショッピングセンター内へコーヒーショップも出店しています。さらにこの7月からは、仙台市内で飲食店をチェーン展開しているカーリーナグループのメニューに当社の「きらら」が登場することも決まっています。製造部門はこれまでどおり物語性のあつものを開発していきますが、会社全体としては当然のことですが、時代の流れ

や環境を敏感にキャッチしながら成長していければと考えています。

最後に、経営革新の成功の秘訣を教えてください。

昭和40年代後半に手掛けたアメリカンワッフルはじめ50年代にはクレープを、そして60年代にはジャンボシューを発売するなど、当社はこれまで時代の一步先をいく商品開発を行ってきました。もちろん新事業への進出においては、ダメになったらどうするかまで徹底的に分析したあとで取り組むようにしてきました。今回、久慈地域中小企業支援センターの勉強会へ参加して気付いたのは、常に前へ前へと進んでいこうとする、この私の取り組みそのものがすでに経営革新だったのだということです。とはいえ新事業へ参入していくのには、誰にとっても心配事や不安がつきまとうものです。綿密な経営革新の計画があるのは当然のことですが、なにより大事なのは、その中へ飛び込んでいく度胸なのだと思います。これは今回のフェザンへの出店で、私自身が強く感じたことです。経営者に必要なもの、それは経営革新への気概と度胸。これに尽きると思いますね。



国道281号沿いにある沢菊工場店。広い駐車場とレンガ造りのモダンな外観を持つ店舗は、数多くの成長企業を徹底分析した宮沢社長なりの結論。敷地内には事務所と銘菓工場も建っている。

有限会社 沢菊

所在地 久慈市大川目町2-4-2
電話 0194-55-2206
代表者 宮沢陽一
創業 昭和5年
従業員 26名
業種 菓子製造小売

沿革

昭和5年、久慈市で飴玉や南部煎餅等の製造販売業として創業。社名は、初代の名前(宮沢菊松)からとられたもの。初代が開発した黒糖饅頭の人気などにより徐々に事業を拡大してきた。現社長で3代目の宮沢陽一氏は盛岡市内の菓子店などで修行を積んだのち、昭和47年に社長に就任。同年発売した「ぶすのこぶ」はその名前のユニークさに加え、上品な甘さの小倉餡と洋菓子のような皮が好評を博し、久慈を代表する銘菓として30年以上のベストセラー商品。このほか久慈市出身の柔道家にちなんだ「十段」、俳優・森繁久彌が久慈を訪れた際のエピソードにちなんだ「桃べっぴん」、「殿琥珀でございます」、「ケサランパサラン」などユニークなネーミングの銘菓が数多く揃う。

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。

ISO9001内部監査員養成講座

内容 シリーズ概要、要求事項、不適合指摘、
是正処置技法他
講師 (有)高野テクノサービス 高野清治
日程 平成16年6月22・23・24日
会場 金ヶ崎町・ウェルサンピア金ヶ崎
受講料 約12,000円
(受講者数により変動・定員30名で約半額)
宿泊代 20,000円

経営分析&キャッシュフロー講座

内容 モデル決算書を使った経営分析と
キャッシュフロー計算書作成
講師 税理士榎山直樹事務所 榎山直樹
日程 平成16年8月23・24日
会場 安代町・ホテル安比グランドアネックス
受講料 約8,000円
(受講者数により変動・定員30名で約半額)
宿泊代 10,000円

営業マン養成講座

内容 販売計画、実績管理、得意先管理、新規
開拓、企画提案営業他
講師 日本創造経営協会 中村邦則
日程 平成16年7月12・13、21・22日
会場 松尾村・八幡平ロイヤルホテル
受講料 約14,000円
(受講者数により変動・定員30名で約半額)
宿泊代 10,000円×2回

「いわて新産業創造センター」 インキュベートルーム 入居者募集案内

岩手県では、厳しい経済環境の中、地域の経済の活性化を図るため、盛岡駅西口のインテリジェントビル「マリオス7F」にインキュベートルームを設置し、管理運営を(財)いわて産業振興センターに委託しております。

このインキュベートルームでは、創業間もない方や、新たに事業を開始する方、既存企業の方で、新事業展開をお考えの方等を対象として、低廉な料金で施設を提供するとともに、3名のマネージャーを中心としたきめ細やかなソフトの支援体制を整えています。

インキュベートルーム募集案内

入居資格

創業者 創業5年未満の企業又は個人等(これから創業する方を含みます。)
新事業展開をお考えの企業または個人
研究開発型企業 各種研究開発を行う企業又は団体等

申込方法

「インキュベートルーム入居申込書」に必要事項を記載のうえ、当センターに提出してください。様式は、当センターにお越しいただくか、又は下記のホームページからダウンロードしてください。

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

募集期間

随時受け付けます。

入居者の決定

申込みに応じ、入居審査委員会を開催し、入居者を決定します。

入居審査会で簡単なプレゼンテーションをしていただくことを予定しています。

募集するインキュベートルーム

インキュベートルーム2号室、4号室、7号室(合計3室)

規 格	約9.5m×3.2m=約30m ² 、床はフリーアクセス仕様
附属設備	電話・FAX各1回線、多機能電話機1台、電源100V20A
設置場所	マリオス7階 いわて新産業創造センター内
利用料金	63,000円/月 敷金等 敷金、礼金及び施設の共益費は徴収しません。 電気料等 電気料金、電話料金及び地域冷暖房費(時間外使用分)等は入居者の負担となります。
利用期間	3年以内(ただし、年度毎に継続入居審査を行います。)
入居可能日	平成16年6月より

お申込み・
お問い合わせ先

新事業支援課 TEL 019-621-5070 FAX 019-621-5481
E-mail kigyouka2@joho-iwate.or.jp

産業情報いわて 2004年6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)

R100

古紙配合率100%再生紙を使用しています。

PRINTED WITH
SOY INK
Member of American Soy Ink Association