

# 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7月10日発行

JULY 2004 **7**  
VOL.28



【特集】

夏季賞与支給予定額調査結果 ..... [ P2 ]

**夏のボーナス支給予定額**  
**315,140円**

ビジネスクリエーション東北2004出展企業募集案内 ... [ P5 ]

優良受注企業紹介 ..... [ P6 ]

**ミクロン単位の精度を追求。**  
**検査設備の充実で、トータルな受注力のアップを図る。**

経営革新講座 実務シリーズ 2 ..... [ P8 ]

**現状を分析する**

from **いわてファンド** ..... [ P10 ]

いわてインキュベーションファンド投資先企業紹介

**工業技術センターだより** ..... [ P11 ]

**研修案内 / 新着ビデオ紹介 / お知らせ** ..... [ P12 ]

【特集】夏季賞与支給予定額調査結果

# 夏のボーナス支給予定額 315,140円

前年実績比 108.0%

前年 47.6% 「支給しない」43.5%

当センターが6月1日現在でまとめた、県内中小企業の夏のボーナス支給予定額は、既にその額を決めていると回答した企業(以下「有額回答企業」という。)110企業の加重平均(有額回答企業の支給予定額の総額÷有額回答企業の従業員総数)で315,140円となった。また、「支給しない」は43.5%(前年47.6%/今年、前年とも「未定」を除いて算出)と、前年に比べ4.1%下がった。

なお、サンプル数が少ない業種にあっては、当該業種のコメントを避けた場合がある。



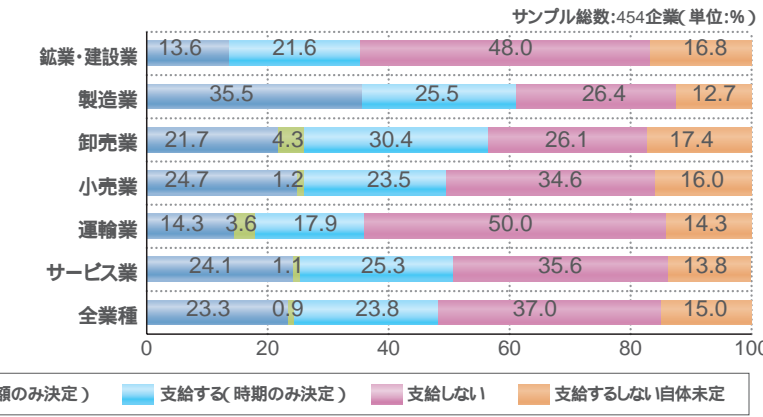
調査および結果取りまとめの条件  
対象企業 6業種・1,800企業  
調査時点 平成16年6月1日  
有効回答数 454企業  
業種別等の内訳は下表のとおり



業種	回答	支給する			小計	支給しない	支給する・しない自体未定	合計
		額・時期とも決定	額のみ決定	時期のみ決定				
鉱業・建設業		17	0	27	44	60	21	125
製造業		39	0	28	67	29	14	110
卸売業		5	1	7	13	6	4	23
小売業		20	1	19	40	28	13	81
運輸業		4	1	5	10	14	4	28
サービス業		21	1	22	44	31	12	87
全業種(合計)		106	4	108	218	168	68	454

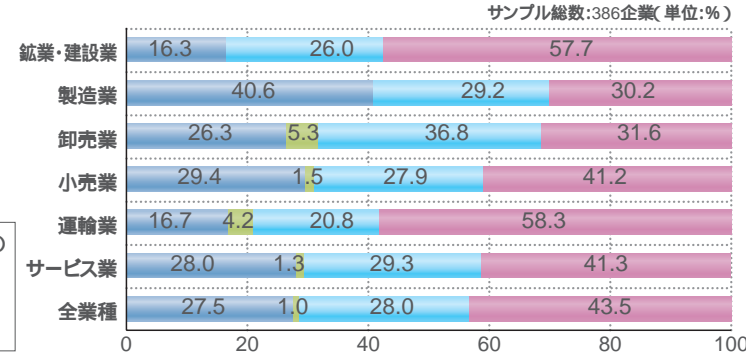
## 支給予定の状況(「未定」を含んだ場合)

支給予定の状況を見ると、全業種では「支給する」が48.0%(内訳:「額・時期とも決定」23.3%/「額のみ決定」0.9%/「時期のみ決定」23.8%)、「支給しない」が37.0%(「未定」を含んで算出)、「未定」が15.0%である。業種別にみると、「製造業」は「支給する」が61.0%と全業種中もっとも高く、同様に「卸売業」も「支給する」が56.4%と高い。反対に、「鉱業・建設業」は「支給しない」が48.0%と高い。



## 支給予定の状況(「未定」を除いた場合)

「未定」を除いた支給予定の状況は、全業種では「支給する」が56.5%(前年52.4%)、「支給しない」が43.5%(前年47.6%)となっている。



## 支給予定額

支給予定額は、全業種では315,140円(前年実績291,708円/前年比108.0%)である。

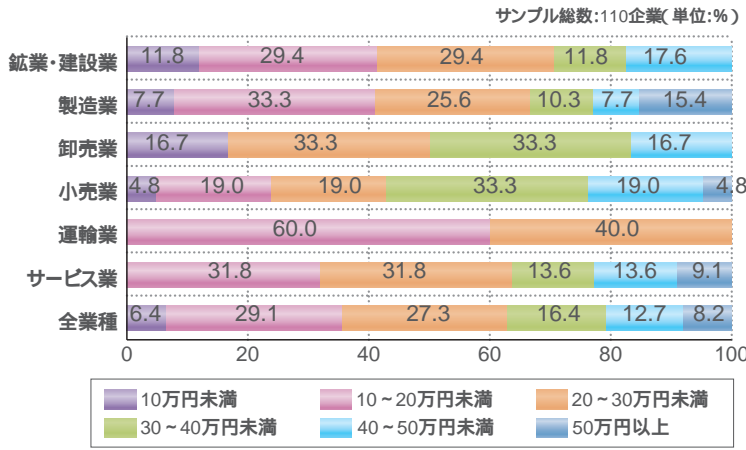
これを業種別にみると、「小売業」は前年比97.9%と全業種中唯一前年実績を下回ったものの、支給予定額が363,870円と最も多い。次いで予定額が多いのは、「製造業」331,019円、「卸売業」320,038円である。逆に少ないのは「運輸業」201,982円、「鉱業・建設業」258,347円である。

業種	ボーナス支給額		前年比(%)	平均年齢(歳)	平均勤続年数(年)	平均基本給(円)	支給月給(月)
	今夏予定(円)	前年実績(円)					
鉱業・建設業	258,347	233,871	110.5	41.5	12.6	233,968	1.10
製造業	331,019	297,115	111.4	37.7	12.9	201,461	1.64
卸売業	320,038	289,368	110.6	44.9	10.4	215,689	1.48
小売業	363,870	371,674	97.9	36.9	13.3	211,463	1.72
運輸業	201,982	142,549	141.7	43.1	15.1	156,468	1.29
サービス業	258,470	252,272	102.5	45.1	12.1	195,174	1.32
全業種(合計)	315,140	291,708	108.0	40.0	13.2	204,694	1.54

## 支給予定額の分布

支給予定額の分布は、全業種では「10万円～20万円未満」がもっとも多く、次いで「20万円～30万円未満」であり、「20万円～30万円未満」以下の合計は62.8%である。

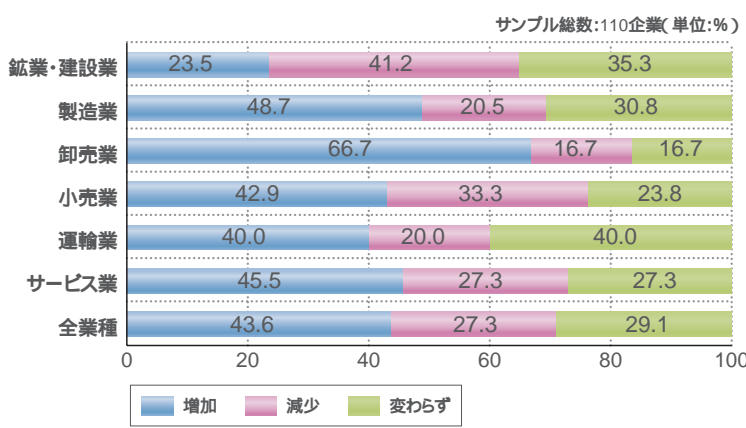
業種別にみると、「鉱業・建設業」は「20万円～30万円未満」以下の合計が70.6%と高く、「製造業」は「50万円以上」が15.4%と高い。「小売業」は「20万円～30万円未満」以下の合計が42.8%と低く、「サービス業」は「10万円未満」がない。



## 支給予定額増減の状況

支給予定額と前年実績を比較してみると、全業種では、「増加」が43.6%、「減少」が27.3%、「変わらず」が29.1%である。

業種別にみると、「鉱業・建設業」は「増加」が少なく、「減少」が多い。「卸売業」は「増加」が全業種中もっとも多い。「サービス業」は全業種とほぼ同じ状況である。

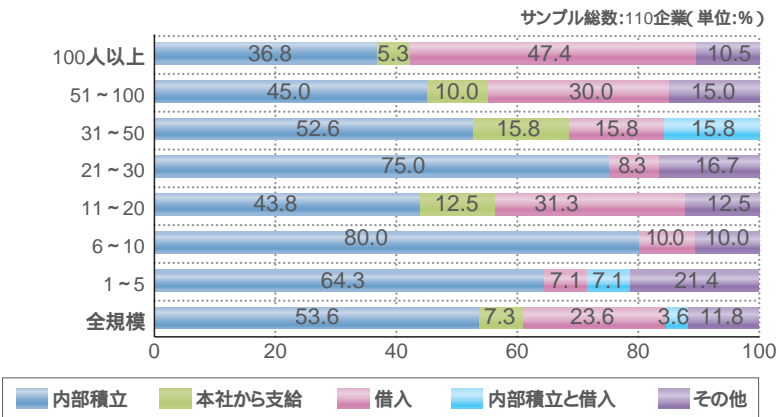
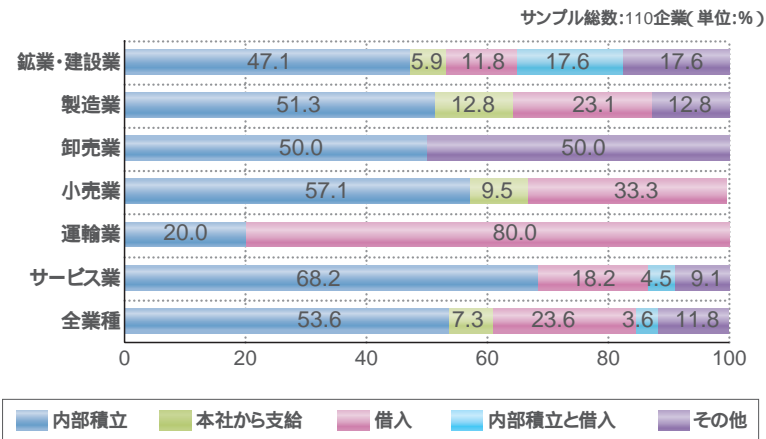


## 支給財源

有額回答企業の支給財源をみると、全業種では「内部積立」53.6%がもっとも多く、次いで「借入」23.6%、「本社支給」7.3%である。

業種別にみると、「運輸業」を除くすべての業種で「内部積立」を40%以上としており、その中でも「サービス業」は68.2%と高い。

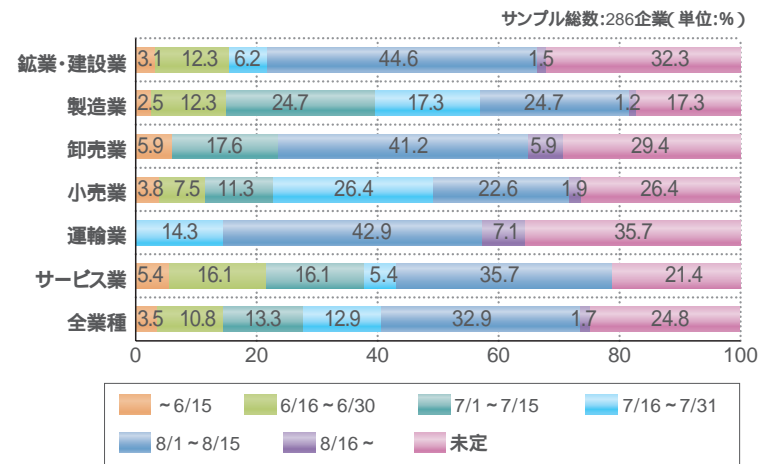
これを従業員規模別にみると、規模が小さい「1～5人」「6～10人」「21～30人」は、「内部積立」が多く、規模が大きい「100人以上」「51～100人」は「借入」が多い。



## 支給時期

支給時期をみると、全業種では「8/1～8/15」が32.9%と最も多く、次いで「7/1～7/15」13.3%、「7/16～7/31」12.9%となっている。

業種別にみると、「製造業」「小売業」は「7月まで」が多く、それに対し「鉱業・建設業」「卸売業」は「8月以降」が多い。



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)

## 出展企業募集案内

# ビジネス CREATION クリエーション東北 TOUHOKEU 2004

「ビジネスクリエーション東北2004」は、個性的で独創性のある製品・サービスなどを有する企業が結集し、ビジネスマッチング・プレゼンテーションを行い、新たに交流と販路開拓の機会の拡大を支援し、併せて事業支援相談の場として開催します。

現在、出展企業を募集いたしておりますので是非、御出展ください。

### 開催概要

平成16年11月25日(木)10:00～17:00  
26日(金)10:00～16:00

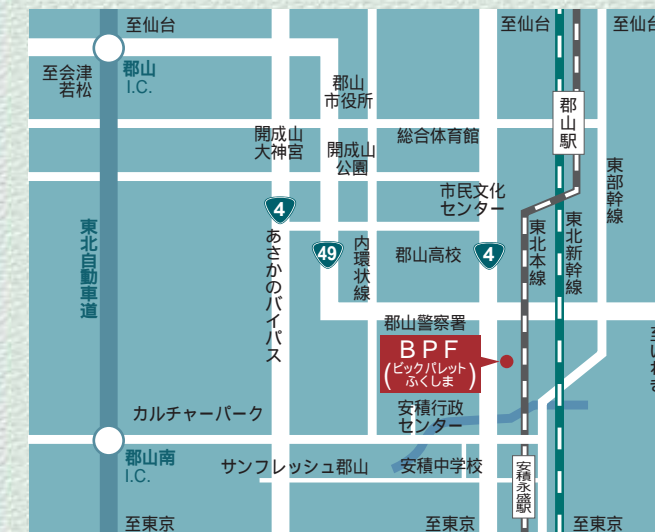
会場 **ビッグパレットふくしま**  
多目的展示ホール

主催 **ビジネスクリエーション東北実行委員会**

(財)福島県産業振興センター、福島県、郡山市、独立行政法人日本貿易振興機構福島情報センター、福島県商工会議所連合会、福島県商工会連合会、福島県中小企業団体中央会、(財)郡山地域テクノポリス推進機構、福島県中小企業家同友会 他、28団体、後援46企業・団体

### 催事内容

企業等の展示(180小間程)・ビジネスマッチングの場  
プレゼンテーションの場  
事業支援相談の場



### 出展要項

#### 出展対象

個性的で独創性のある製品・サービスなどを有する企業

\* 当展示会は販売を目的とするものではありません。

関連する支援・相談機関

大学・専門学校・高等学校

募集小間数 180小間

出展料 1小間 40,000円

(2日間、消費税込)

#### 基礎小間

サイズ W3.0m×D2.7m×H2.7m  
(白地システムパネル×テーブル1台(W180cm×D60cm×H70cm)イス2脚、社名版、100V/10A/2口、コンセント1個、蛍光灯1本付)

### お問い合わせ

#### ビジネスクリエーション東北 実行委員会事務局

〒963-0101  
郡山市安積町日出山字北千保19-8  
福島県産業交流館(ビッグパレットふくしま)  
企画営業グループ内  
TEL 024-947-8010  
FAX 024-947-8020  
<http://www.big-palette.jp>  
E-mail:kouryu@f-open.or.jp

#### 申込締切日

平成16年7月31日(土)

#### その他

詳細は事務局までお問い合わせください。

## ミクロン単位の精度を追求。 検査設備の充実で、トータルな受注力のアップを図る。

### 株式会社サクシーディング

#### 一創業からの歩みをお聞かせください。

当社には、前史とも言うべき時期があります。すなわち昭和48年、ある大手電子部品会社が東北地区への製造移管を図る際に、その第一陣として岩手県に設立した工場がルーツです。

当時は加工・組み立て工程を担当しておりましたが、その後、10年ほどのスパンで何社かが分離・独立していく流れの中で昭和50年、サクシーディングが誕生しました。さらなる付加価値を求め、生産技術の強化・拡充に向けて機械設備を積極的に導入。今日に至る基礎を固めることができました。

やがて、中国をはじめ海外へ製造業がシフトしていく動きが顕著になる中で、当社が独自に培った機械加工技術をベースに金型・自動機・治工具ならびに機械加工部品の製造強化に乗り出しました。技術・コストの全般に渡って海外勢に対抗し得る競争力さえ確立すれば、モノづくりにおける国際競争に勝ち残れるという戦略眼が、そうした判断の根底におりました。

大きなエポックとしては、平成9年に県から中小企業創造活動促進法に基づく「研究開発等事業計画」の認定を受けたことも挙げられます。プレス部品を主体に自社製品の開発を手がけるようになると同時に事業転換を図って機械装置分野への本格的な参入を開始

しました。また、平成14年8月に医療用具の製造承認を得て歯科矯正器具の製造を開始しています(承認番号21400BZ00294000)。

自然な環境の中でのびのびと仕事ができるよう岩手県南地区の中心に位置する川崎村に工場を新設したのは、平成4年8月からです。ほとんどの従業員を地元採用するなど、微力ながらも雇用の面で貢献させていただいております。社名が意味する如く『絶えざる創造への活動』をモットーに「NOとは言わない。どうすれば取引先からのニーズに応えられるか」という意識を全社員で共有しながら日々、モノづくりに邁進中です。

#### 一事業の現況はいかがですか。

エンドユーザーを含めた市場の動きを反映する形で、液晶装置部品をはじめ半導体装置部品、自動車部品などのオーダーが堅調に伸びています。取引先との情報交換では、景況に好転の兆しが見られて設備投資マイルも回復基調なので、液晶・半導体を中心に増産への動きが続くであろうとの見込みが示されています。

具体的な生産品目はプレス・モールド金型、治工具、各種装置ならびに、それらの部品加工や配電盤など。新しい柱である歯科矯正器具も、安定的な需

要の見込める品目として育ってきました。衛生面に直結する高レベルの信頼性を確保するため、ステンレス材料に関する諸データを蓄積して活かすとともに、加工技術の絶えざる向上を図りながら量的な拡大をめざしています。

取引先企業は、延べ40社に上ります。大手の電機メーカーや自動車部品メーカーとの連携を深めることで先端的な技術動向を把握、タイムリーな情報に接することで現場スタッフの士気が高まっています。受注完了となった案件でも造ることのプロという立場から提案があれば、どしどし申し出て検討を重ね、より良い方法を採用するよう努めています。Webに常時接続している専用線を介する受注パターンのほか、Eメールによる図面の送受信でやり取り完了というケースも増えてきました。

#### 一特に心がけていることは何ですか。

お客様あつての私たち、という気持ちを絶やすことなく不断のモノづくりに取り組んでいきたいと願っています。まず、継続的に発注していただくためには、その大前提として相手との信頼関係を築かねばなりません。誠意を尽くして結果を出し、大きなメリットや満足感を引き出す。こうした当たり前とも言える企業努力を重ねています。

どのような案件であれ、ご一報いた

できれば知恵を絞り、技術を結集し、製造シフトを組んで求められる品質を実現する...これが当社の一貫したスタイルです。液晶関連、自動車関連、半導体関連というように、いくつかの大きな柱が確立している点は、多岐に及ぶ技術領域に対してオールマイティーに機能できることの表れです。その時、その時の受注内容に応じ、機械加工プラスアルファの技術要素を引き出して組み合わせられるのが強みです。

#### 一今後の展望ならびに経営の方針を。

ミクロン単位の微細加工が可能であること、しかもアッセンブリーに長けていることを大きなセールスポイントとして伸ばしていこうと考えています。加工が難しいもの。あるいは厳しく精度が問われるもの。オーダー内容は、こうした二大傾向に分けられますが、ある程度の実績が残されると、その波及効果として優れた技術の集積も進み、企業力の底上げにつながるでしょう。

また品質の安定化・高度化に向けてもベストを尽くします。部品精度に加えて完成精度に求められるレベルも高まっ

ているので、管理技術の強化に努め、協力工場の育成にも力を注ぎます。三次元測定機をはじめとする各種検査設備の充実を通して、トータルな受注力を向上させる方針です。

こうしたビジョンの実現を担う人材への投資も重視しています。今春は高校卒4名、短大卒1名を技術職として採用。すでに導入教育を終え、それぞれが現場で活躍中です。コンピュータ化、汎用機の普及といったおかげで、意欲的で向上心のある若年層の戦力化がスムーズになっています。

まずは、モノづくりに興味を持ってもらうのが出発点。そして、まっさらな段階から有為なる人材へと、その人の可能性を縦横に引き出していく。そうした環境の充実が、当社の確かな未来につながると思っています。



順送プレス金型



三次元測定器



放電加工機(型彫・WE)



マシニングセンター



自社製品(フォーミングマシン)



代表取締役 赤堀 恵秀

#### 企業概要

設立：昭和50年4月  
代表者：赤堀 恵秀  
所在地：岩手県東磐井郡川崎村門崎字銚子153  
電話番号：0191-43-3612  
FAX：0191-43-3678  
URL：<http://www.succee.com/>  
E-mail：[kanri@succee.com](mailto:kanri@succee.com)  
資本金：1,000万円  
従業員数：28名  
事業内容：精密機械部品加工、金型・治工具製作、医療器具製作、制御・配電盤製作、各種組み立て・調整・検査業務

主要取引先：(株)芝浦メカトロニクス、(株)芝浦プレジジョン、富士通(株)日本電産、(株)トーキンマシナリー、(株)ミスミ、(株)旧立メディア 他

主要設備：  
検査設備 三次元測定器(東京精密) 投影機、マイクロライト、顕微鏡、データ処理装置 等  
加工設備 マシニングセンター(2台)、ワイヤーカット(2台)、CNC旋盤(6台)、NC放電(型彫)(1台)、細穴放電(1台)、成形研磨(4台)、平面研削盤(2台)、円筒研磨盤(1台)、NC/汎用フライス2台、三次元CAD/CAM 等



# 現状を分析する

経営革新を進める際に先ず行うことは、現在の自社の経営状況を冷静に分析することです。今月は、自社の現状を分析するための事業価値の整理とSWOT分析の方法について解説します。



## 現在の事業価値を明確にする

経営革新を進める貴社が先ず行って欲しいことは、現在の自社の事業価値を整理することです。前回でも述べましたが、ここで言う「事業価値」とは「お客様に提供する他社にない価値(顧客満足)」を指します。企業が経営活動を行い存続していくための「こだわり」、「事業コンセプト」、あるいは、「事業領域=ドメイン」と表現する場合もあり、他社との違いを示す非常に重要なものです。

経営学者のD.F.エイベルは、「自らの事業は何か?競争相手とどこが違うのか?を明確にすることは、経営において極めて重要なことである」と述べています。同じ業界であっても事業のやり方が全く違うことがあります。こうした事業の特徴を明らかにするために、エイベルが著書「事業の定義」で示した「事業を3つの軸で表現する」方法があります。

この方法は、事業を①ターゲット顧客、②顧客ニーズ、③ノウハウの軸で定義する方法です。

- ① 自社の事業は誰をターゲット顧客としているのか?
- ② その顧客のどういったニーズを満たそうとしているのか?
- ③ そのニーズを満たす自社独自の

## ノウハウ(強み、コアコンピタンス)は何か?

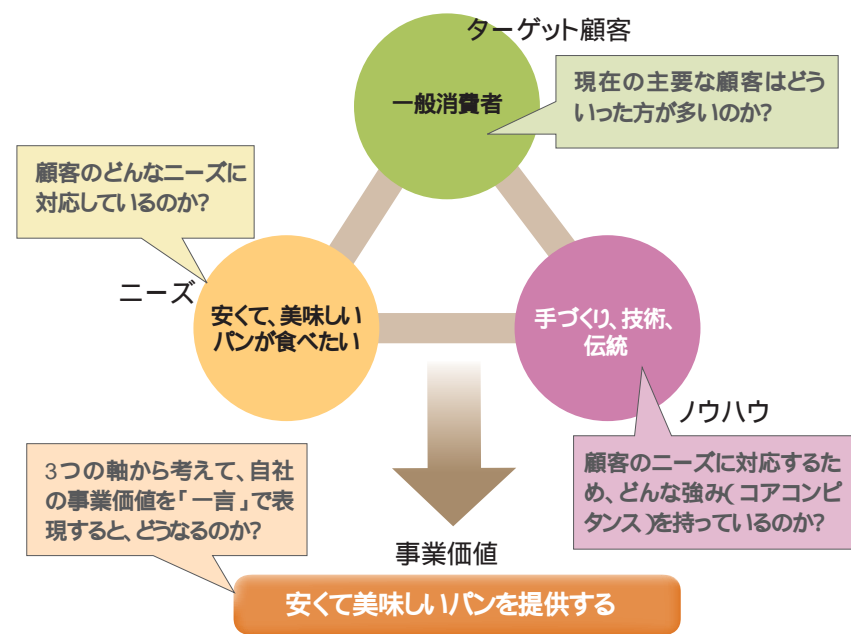
を明らかにすることによって、事業のどこに経営資源(人・物・金・情報・時間)を投入すべきかを明確にすることができます。

そして、これらの3軸を基に、図1の関係から自社の現在の事業価値を表現します。既に貴社では「(株)事業コンセプト」として設定しているかもしれませんが、3つの軸それぞれに

ついて再度整理し、現在の事業価値を分析してください。(実際には、企業が掲げている価値と現実の価値にギャップがある場合が多いものです)

ここで整理する「現在の事業価値」は、次に行うSWOT分析を行った後で設定する「将来の事業価値」を考えるために行う作業です。現状のターゲット顧客、顧客ニーズ、自社のノウハウから導き出された「ありのままの貴社の価値」を表現してください。

図1 パン小売店の現在の事業価値例



## 現状を分析する (外部環境分析・内部環境分析)

次に、現在の貴社を取り囲む経営環境と、自社の強み・弱みを、SWOT分析という手法で整理します。

SWOT分析は、貴社の「強み(Strength)」、「弱み(Weakness)」、「機会(Opportunity)」、「脅威(Threat)」を下表のようなマトリックスで表し、(1)(2)(3)(4)の切り口でオフェンス戦略とディフェンス戦略を浮き彫りにしていく分析手法です。外部環境分析(機会/脅威の分析)と内部環境分析(強み/弱みの分析)に分けて事象を整理して、それらの組み合わせを考えて戦略を洗い出す手法です。それぞれの頭文字を使って「SWOT分析」と表現しています。

	機会 (Opportunity)	脅威 (Threat)
強み (Strength)	(1) 積極的攻勢	(2) 差別化戦略
弱み (Weakness)	(3) 段階的施策	(4) 専守防衛または撤退

外部環境分析とは、企業や事業単位の利益を上げる能力に影響を与えるマクロ環境要因(経済、技術、政治、法規制、社会、文化など)と、ミクロ環境要因(顧客、競合他社、流通業者、供給業者など)の変化を観察・分析して「機会(O)と脅威(T)」を見極めることです。

内部環境分析とは、企業や事業単位の利益を上げるための根源となる魅力的な「強み(S)=コンピタンス」が自社の内部にあるのか?あるいは自社の強みを阻害する要因(足を引っ張る要因)としてどのような「弱み(W)」があるのか?を冷静に見極めることです。

SWOT分析は強み、弱み、機会、脅威を整理して4つの事象から、主要戦略を抽出する方法ですが、ここでは戦略を抽出する前の段階として、貴社の強み、弱み、機会、脅威をしっかりと洗い出すことが必要です。(主要戦略を

抽出する方法については次回ご説明します)

## SWOT分析実施の注意点

客観的なデータを活用する  
SWOT分析を行う際の最大のポイントは、極力客観的なデータに基づいて実施することです。SWOT分析は「強み」「弱み」といった主観的な判断で行う場合が多く、範囲や定義もあいまいになりがちです。ですから、需要予測データや、業界、競合企業のデータなどと比較し、客観的な数値データに基づいて評価することが重要です。

## 分析の順序で結果が異なる場合がある

SWOT分析を行う際に、内部環境分析(強み/弱み)から始めてしまうと、外部の機会が見えにくくなります。また、反対に外部環境分析(機会/脅威)から行くと、自社の強みが薄れてしまう心配もあります。SWOT分析を行うに当たっては、内部環境分析(強み/弱み)を優先するのか、外部環境分析(機会/脅威)を優先するのかによって、

分析結果に差が出ることに注意する必要があります。

## チェックリスト等で取りこぼしを無くす

SWOT分析は360度の視点で自社の現状を把握しなければなりません。前にも述べたように主観が入りますので、分析者の視点からの評価が強く反映してしまう場合があったり、重要な評価項目を見逃してしまう場合もあります。そうした評価の漏れを防ぐためには、事前に評価項目をリストアップすることです。また、社内だけでなく経営コンサルタントや外部の関係者など社外の方から広く意見を取り入れ、客観的な視点で評価してもらうことも重要です。

## 多くの項目を抽出する

SWOT分析のもう一つのポイントは、極力多くの項目を洗い出すことです。項目が多いほど現状を多角的に見ることができ、後に考え出す戦略の「種」(特に強みや機会)を増やすこととなります。最低でもそれぞれについて20個以上の項目を指摘して欲しいものです。

(有)ジー・エフ・シー Good Friend's Consultant  
代表取締役 佐藤 善友

図2 パン小売店のSWOT分析例

強み	機会
豊富なメニューを持っている 顧客の要望に合った商品を提供できる オリジナルな味を出せる 手作りである 老舗である 後継者が決まっている ヘビーユーザーが多い 地域一番店である 多くの賞を獲得している	本物志向が増大している 健康志向(無添加志向) 個人内消費の二分化 高齢化が進んでいる 個食化が進んでいる 大手スーパーからテナント出店要請がある
弱み	脅威
支店の在庫が分からない 会員情報を有効に活用していない IT化が遅れている 社員の情報リテラシーが低い 生産性が低い 設備が老朽化している 社員が高齢化している 借入れが多い 仕入原価が高い 配達力が弱い	コンビニの出店が続いている インスタペーカリー店が増加している 業界需要は横ばい 低価格化が進んでいる 人口が減少している 原材料が値上がりしている 商店街の来街者が減少している

【いわてインキュベーションファンドの概要】

いわてインキュベーションファンド(正式名称「いわてベンチャー育成投資事業有限責任組合」)は、岩手県に所在する成長性の高い未公開企業で、設立7年未満又は中小企業創造活動促進法認定企業などを対象に投資を行うものです。運用期間は平成14年4月22日～平成24年4月21日(10年間)で、業務執行はフューチャーベンチャーキャピタル株式会社が行っています。

# 株式会社アイカマス・ラボ

## 未来型コミュニケーションツールを開発



片野圭二社長



携帯電話と接続した「プリンパクト」

が可能になればプリンター一体型の携帯電話開発も実現されそうだ。

それだけではなく、減速装置と「技術」は医療や小型ロボットといった分野でも活用の可能性があるため、展開例として同社では携帯電話を利用した遠隔制御装置機能を持つ簡易会議システムの製作も既に手掛けている。「私達が目指すのは、未来のコミュニケーションのための製品と技術の発信。将来はモバイル技術を応用し、触感なども体感できるようになるかもしれません」と片野社長は夢を語る。

「地域づくり」産学官の連携、「コミュニケーション技術の開発」を企業理念に据える株式会社アイカマス・ラボ。その柔軟な発想は高度な知識との出会いによって、我々のコミュニケーションスタイルを変える可能性を秘めている。

**企業概要**  
 設立：平成15年5月28日  
 代表者：代表取締役 片野圭二  
 所在地：盛岡市上田4-3-5  
 岩手大学地域連携推進センター  
 附属インキュベーションラボ  
 研究開発室1  
 電話番号：019-654-0443  
 資本金：1,850万円(平成15年5月現在)  
 従業員数：5人  
 業務内容：情報・通信・家電機器等の開発・販売

### 世界最小プリンターの誕生

本体の厚さ12.5ミリ、重さ108グラム。携帯電話などに繋いで使える世界最薄・最軽量級のコンパクトプリンター登場のニュースが先月、新聞各紙をにぎわした。製品を開発したのは、盛岡市の岩手大学インキュベーションラボ内に事業所を置く株式会社アイカマス・ラボ。元アルプス電気の技術者・片野圭二さんと岩手大学工学部の教授陣によって平成15年5月に設立された、大学発ITベンチャー企業である。

会社設立の契機となったのは、経済産業省の地域新生コンソーシアム研究開発事業として平成14年度から始まった「超小型減速装置」の開発。モーターの動力を増幅・伝達するこの部品は従来は金属製だったが、片野さんらは岩手大が有する金型・表面技術を使いプラスチック化に取り組み、低コストでありながら従来品に劣らない寿命と精度を持つ減速装置を完成させた。この技術を元に第1号製品「プリンパクト」が世に送り出された。

### 大学と企業の連携を実現

「会社員時代からプリンターの小型化には減速装置の開発がポイントだと考えていた」と語る片野社長。その共同開発の第一歩が、岩手ネットワークシステム(INS)での岩手大関係者と

の出会いだったという。さらに精密金型技術を有する企業が多い岩手県の環境も製品開発の原動力になった。今回の減速装置でも県内製造業2社が加工技術と射出成形技術開発を担当。その経験を踏まえ、片野社長は「モノづくり現場が持つ技術力を核に製品を開発することは地域の活性化にも繋がっていくはず」と展望を語る。中国への技術流出が顕著な地方において、その取り組みは大いに期待されている。

また、大学発ベンチャーである同社は、学生が直接技術開発の現場に携わっているのも特徴だ。「学生時代から自分の技術が世の中に出ていく快感を味わって欲しい」と片野社長は言う。アイカマス・ラボが進める産学官共同での開発は地域活性化に加え、人材育成という成果をも生み出しつつある。

### 目指すは未来型コミュニケーションのパイオニア企業

6月末から100台の限定販売が始まったコンパクトプリンター「プリンパクト」。この100台の開発費にファンドは活用されているが、片野社長は「会社の経営や販売戦略部分においても投資を受け入れた価値があった」と話す。製品への問い合わせや予約も早々と寄せられており、メーカーとの共同開発

待されます。

地域企業との協働による開発の拠点としての成長、そして将来はリーディングカンパニーとしてさらに飛躍していくものと確信しています。

いわてインキュベーションファンド業務執行組  
 員  
 フューチャーベンチャーキャピタル株式会社  
 岩手事務所 熊谷 博人

### ファンドの視点

市場・技術の事業性・経営陣。投資に必要な3つの要素です。アイカマス・ラボの減速装置は小型精密化が進む市場で、様々な製品への応用・事業化が見込まれます。さらに、社内外の人的ネットワークを作り上げ経営に活かしている片野社長の手腕にこれからの成長が期

## 工業技術 だより センター

# お豆腐を超えた「お豆腐」誕生!

盛岡市の「豆腐消費量日本一」が話題になりました。岩手県の生産者や製造業の方々の努力と消費者の健康志向が結びついた結果だと思います。実は当センターも無関係ではありません。大豆の新しい品種を選抜するための加工適性試験(実際にお豆腐を作って、その良し悪しの判断をします。)を通じて、「売れる大豆づくり」を応援しております。また、「売れる商品づくり」を目指して、県内企業の方々と製品開発(技術開発)も進めています。

ところで、「青丸くん」をご存じ

でしょうか?平成14年に奨励品種となった青大豆で、現在、岩手県でのみ栽培されており、濃い緑色が特徴です。この大豆を原料にして、さらに一ひねり加えた新しいお豆腐を当センター、安代町の麴屋もとみや様、花巻市の(株)黒川食品様の3者共同で開発しました。味の秘密は独自に開発した「もち米ペースト」。もち米(ヒメノモチ)を麴で発酵させた甘味調味料です。これを豆乳に加えることで、大豆本来の風味はそのままに甘み、コクが豊かな豆腐ができました。青大豆の緑色も鮮やかな、

今までにないオリジナル感あふれる商品です。これは第17回岩手県ふるさと食品コンクール「食品産業の部」で優秀賞を受賞しました。現在、首都圏及び県内スーパー、百貨店等で好評発売中です。「もち米ペースト」の利用はお豆腐だけとは限りません。添加物等を一切使用していない自然な甘みとコクは、野菜漬物、畜肉加工品、水産加工品、菓子、飲料など用途は無限(!?)です。利用製品開発に御興味のある方は当センターまで御一報ください。お待ちしております。



青まる絹



手もり青まるよせ豆腐



青豆豆乳



もち米ペースト



青丸くん

### お問い合わせ先

岩手県工業技術センター 企画情報部  
 TEL 019-635-1119(相談ホットライン) FAX 019-635-0311  
 URL <http://www.kiri.pref.iwate.jp/kiri/>  
 E-mail [kikaku@ac.pref.iwate.jp](mailto:kikaku@ac.pref.iwate.jp)

# 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。

## コンピテンシー研修

内容 コンピテンシーの導入・活用法、行動  
基準の作成  
講師 (株)エム・イー・エル 渡辺晴樹  
日程 平成16年9月15・16日  
会場 盛岡市・岩手県自治会館  
受講料 約8,000円  
(受講者数により変動・定員30名で約半額)

## 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

## 新着ビデオ22本!

当センターでは、教育・研修用の貸出ビデオを10シリーズ(22本)新たに用意しました。  
従来のビデオ同様にセンターホームページにも掲載してありますのでご活用下さい。

NO.	タイトル	内容	(分)
E 9923	「成果目標管理」ケーススタディ集	目標管理の導入発表、目標設定、中間レビュー、目標評価	36
E 9924	管理者の使命・役割とは何か	今日の管理者に求められる要件を明確化し、その使命と役割を解説	18
E 9925	部下育成の実践ポイント	部下の自発性を促しながら成長させていく考え方や技法を解説	19
E 9926	経営の基本を学ぶ	管理者として知っておきたい、取組まなければならない経営の基本を解説	19
E 9927	ビジネスマナーの重要性を自覚する	ビジネスマナーとベテラン社員、社内でのマナー、社会の変化・企業イメージとビジネスマナー	22
E 9928	ビジネスマナーを再習得する	これだけは押さえたいビジネスマナー、マナー実践者に求められる能力	22
E 9929	最強の組織とモチベーション・マネジメント	就労意識の変化、モチベーション、マネージャーに求められる機能	27
E 9930	君の仕事は何だ?	ゴールセッティング効果、リンク効果、オプション効果、ロールプレイング効果	25
E 9931	部下の力があなたの力	ライバル効果、サンクス効果、スポットライト効果、ナレッジ効果	24
E 9932	部下はあなたの助けを待っている	マイルストーン効果、フィードバック効果、コントロール効果、マッサージア効果	25
F 9916	なぜ成績が上がらないのか?	嫌がられた初回訪問、得意先の社員に嫌われた、訪問先で嫌味を言われた	30
F 9917	顧客の心をいかに捉えるか!	エチケット、マナー、ボディランゲージ、顧客ニーズの把握、聴き上手の進め方	30
F 9918	リテールHACCPのねらいと基本	リテールHACCPの考え方、清掃の必要性と手順	27
F 9919	リテールHACCPの手法と実践ポイント	基本となる3つのシステムと実践のポイント	18
G 9934	ISO14001内部監査①不適合を指摘する	設計・ボイラー・製造工程・製造部門管理責任者の不適合指摘	35
G 9935	ISO14001内部監査②改善の視点を身につける	排水処理施設・廃棄物置場・総務・営業・オフィス・管理責任者の改善視点	31
H 9115	TOC(制約条件の理論)の考え方と進め方	TOCとは、TOCにおける生産改善の5ステップ、思考プロセスによるブレークスルー	30
H 9116	成功事例に学ぶTOC	TOC導入で加工の限界に挑む日立ツール、最速半導体工場を目指すセイコーエプソン	40
H 9117	社外工戦力化①リーダーの役割とコーチング	社外工が多い中、リーダーの役割の理解を促し、コーチングの技法を紹介	34
H 9118	社外工戦力化②ケーススタディで学ぶコーチング	リーダーが困っている社外工の問題を例に、どのようにコーチングを進めるかを紹介	35
H 9119	リスクアセスメントの目で見直そう! 職長の安全活動	職場の安全衛生活動と労働安全マネジメントの関わり、リスクアセスメントの活かし方	21
H 9120	みんなで見つける現場の危険	リスクアセスメントの結果の活かし方を具体的に解説	18

お知らせ

当センターの総務部・中小企業振興部は、本年7月下旬(予定)に、盛岡駅西口マリオス19階から、新事業推進部と同じ7階に移転することとなりました(電話番号等は変わりありません)。移転後もよろしくお願い申し上げます。

産業情報いわて 2004年7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)