

# 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10月10日発行

OCTOBER 10  
2004  
VOL.31



## 【特集】

平成16年度 賃金実態調査結果 ..... [ P2 ]

5年間で「ベースアップした」が  
漸減、「ベースダウンした」が  
漸増の傾向

シェアードオフィス入居募集案内 ..... [ P5 ]

【創造の芽】研究シーズ情報 ..... [ P6 ]

冷凍生ワカメの  
開発と商品化について

流通・通 ..... [ P8 ]

from いわてファンド ..... [ P9 ]

いわてインキュベーションファンド投資先企業紹介  
株式会社十割そば

ビジネス商談会案内 ..... [ P10 ]

いわて起業家大学案内 /  
いわて起業家大学サテライト校開校のお知らせ ..... [ P11 ]

研修案内 / 設備貸与制度案内 ..... [ P12 ]

# 5年間で「ベースアップした」が漸減、「ベースダウンした」が漸増の傾向

賃上げ額  
913円

賃上げ率  
0.43%

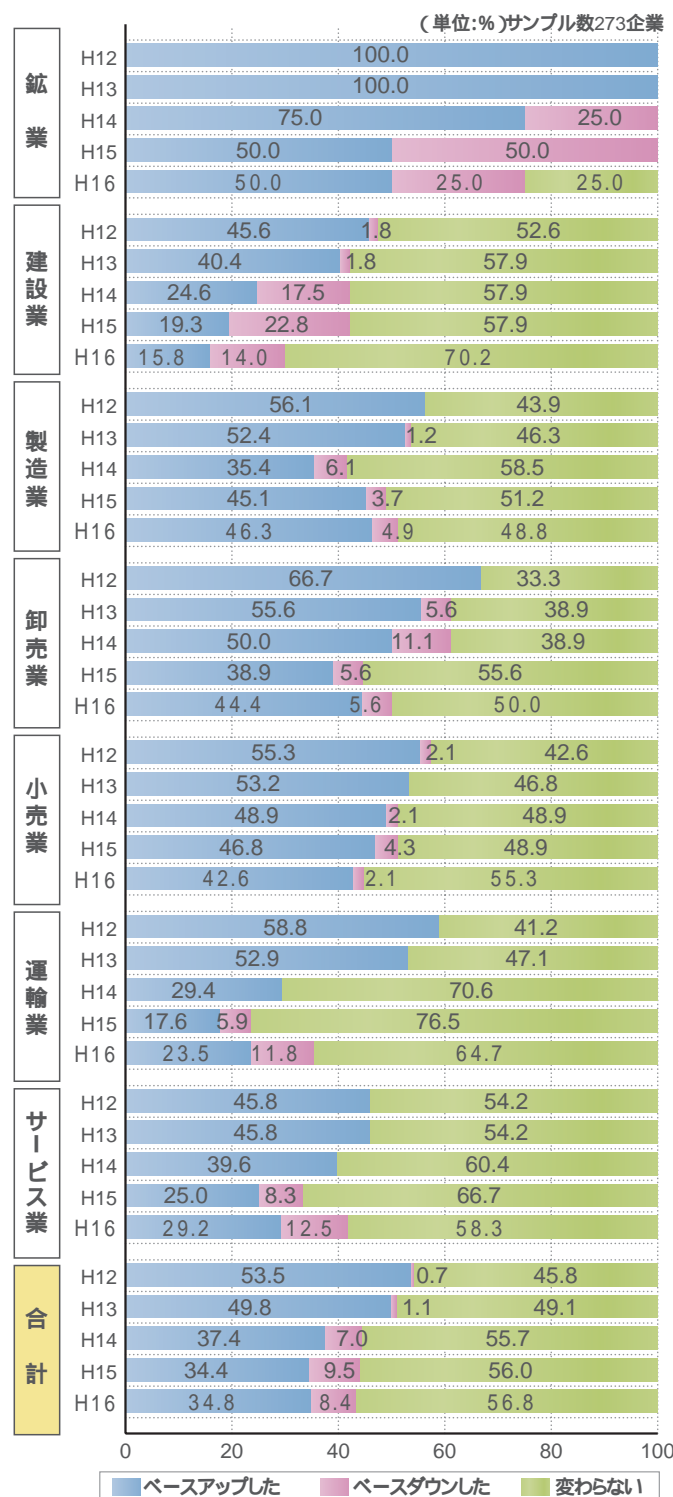
調査について  
対象企業 1,755企業  
調査時点 平成16年8月1日  
有効回答数 273企業(うち労働組合(以下「労組」)のある企業33、労組のない企業240)

なお、前回までは、県商工労働観光部労政能力開発課が調査した「労働組合がある企業の賃上げ受給状況」の結果を参考にしていましたが、企業規模、対象業種等が当センターの調査対象企業と同等ではないことから、今回からは、当センターに回答があったものだけでもと、本調査結果を取りまとめた。  
比率は小数点第2位を四捨五入したため、合計が100%にならない場合がある。

当センターが8月1日現在でまとめた県内中小企業の賃上げの状況は、平成12年度から平成16年度の5年間で、全業種にあっては「ベースアップした」が平成14年度以降40%を割り込み、逆に「ベースダウンした」が漸増傾向にあり、55%を超えた。

また、平成16年度は賃上げ額で913円、賃上げ率で0.43%となった。「労働組合のない企業」にあっては、賃上げ額が669円で4年連続の減少、賃上げ率が0.32%で6年連続の低下となった。(賃上げ額はいずれも加重平均したものである。)

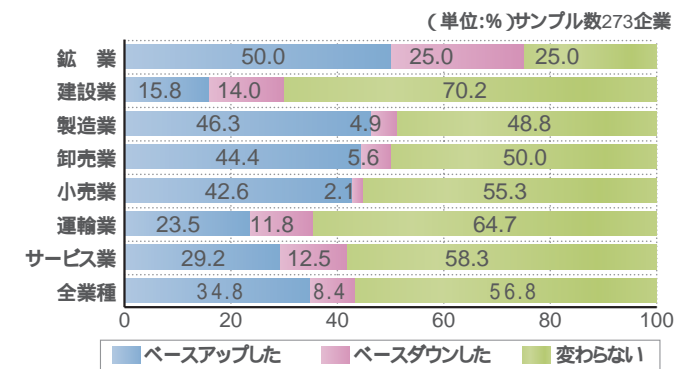
平成12年度～平成16年度の業種別賃上げ等の状況



平成16年度業種別「ベースアップした」「ベースダウンした」「変わらない」の状況

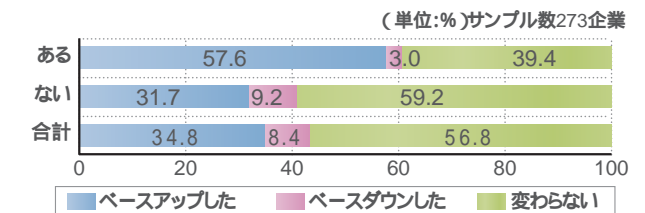
賃上げ等の状況を業種別にみると、「鉱業」を除く全業種で「変わらない」が多く、「建設業」では、70.2%の企業が「変わらない」と回答している。

一方、「ベースアップした」は「鉱業」「製造業」「卸売業」「小売業」で40%を超えている。また「ベースダウンした」は、全体で8.4%となっている。



平成16年度労組の有無別「ベースアップした」「ベースダウンした」「変わらない」の状況

労組の有無別にみると、「労組のある企業」は「ベースアップした」が57.6%で、「労組のない企業」が31.7%となっている。「労組のない企業」は「変わらない」が59.2%と最も多い。

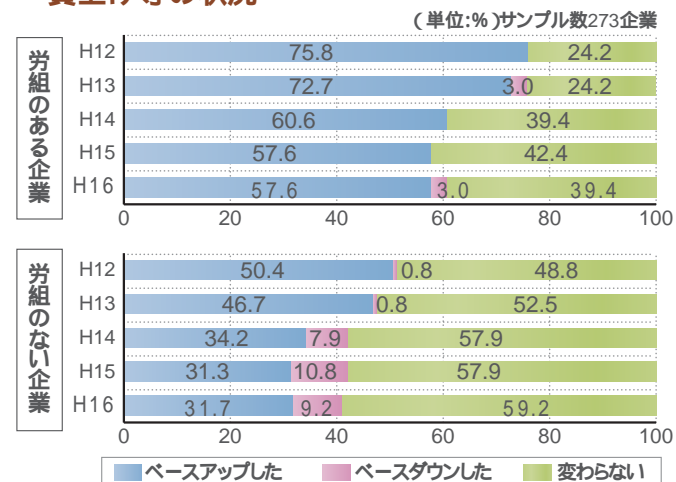


## 賃上げ等の状況

平成12年度から平成16年度までの賃上げ等の状況を全体でみると、「ベースアップした」が減り、「変わらない」(前年度と変動なし)か、「ベースダウンした」が増えている。これを業種別にみると、「建設業」や「運輸業」は比較的ベースアップを抑える傾向にあり、ベースダウンになっている企業も多い。

労組の有無別にみると、この3年間、「労組のある企業」は「ベースアップした」が60%程度であり、「労組のない企業」は「変わらない」が60%弱、とそれぞれ逆の状況にある。

平成12年度～平成16年度の労組の有無別賃上げ等の状況



## 賃上げ額及び賃上げ率の状況

賃上げ額及び賃上げ率の状況を業種別にみると、賃上げ額は「小売業」が2,119円で最も多く、以下「製造業」「卸売業」の順となっている。

労組の有無別にみると、「労組のある企業」が、「労組のない企業」より賃上げ率が大きい、それでも0.76%と極めて低率である。

業種別賃上げ額及び賃上げ率の状況

(単位:円、%) サンプル数273企業

| 業種    | 基準内賃金   |         | 賃上げ   |           |
|-------|---------|---------|-------|-----------|
|       | 賃上げ前 A  | 賃上げ後 B  | 額 B-A | 率 (B-A)/A |
| 全業種   | 210,234 | 211,147 | 913   | 0.43      |
| 鉱業    | 212,344 | 212,406 | 62    | 0.03      |
| 建設業   | 246,186 | 245,040 | 1,145 | 0.47      |
| 製造業   | 196,469 | 198,330 | 1,861 | 0.95      |
| 卸売業   | 212,466 | 213,675 | 1,209 | 0.57      |
| 小売業   | 225,155 | 227,274 | 2,119 | 0.94      |
| 運輸業   | 192,814 | 193,395 | 582   | 0.30      |
| サービス業 | 210,872 | 209,190 | 1,683 | 0.80      |

労組の有無別賃上げ額及び賃上げ率の状況

(単位:円、%) サンプル数273企業

| 労組 | 基準内賃金   |         | 賃上げ   |           |
|----|---------|---------|-------|-----------|
|    | 賃上げ前 A  | 賃上げ後 B  | 額 B-A | 率 (B-A)/A |
| 合計 | 210,234 | 211,147 | 913   | 0.43      |
| ある | 217,543 | 219,205 | 1,662 | 0.76      |
| ない | 207,859 | 208,529 | 669   | 0.32      |



## 賃上げ額の分布状況

賃上げ額の分布状況を見ると、全業種では「2,500円～5,000円未満」が最も多く、次いで「1～2,500円未満」で、以上の合計が81.1%となっている。

(単位:件、%)サンプル数95企業(平成16年度にベースアップした企業)

| 項目等<br>業種 | 1～2,500円未満 |      | 2,500～5,000円未満 |       | 5,000～7,500円未満 |      | 7,500～10,000円未満 |      | 10,000～12,500円未満 |      | 12,500～15,000円未満 |     | 15,000円以上 |     | 合計<br>企業数 |
|-----------|------------|------|----------------|-------|----------------|------|-----------------|------|------------------|------|------------------|-----|-----------|-----|-----------|
|           | 企業数        | 比率   | 企業数            | 比率    | 企業数            | 比率   | 企業数             | 比率   | 企業数              | 比率   | 企業数              | 比率  | 企業数       | 比率  |           |
| 全業種       | 36         | 37.9 | 41             | 43.2  | 9              | 9.5  | 3               | 3.2  | 3                | 3.2  | 2                | 2.1 | 1         | 1.1 | 95        |
| 鉱業        | 0          | 0.0  | 2              | 100.0 | 0              | 0.0  | 0               | 0.0  | 0                | 0.0  | 0                | 0.0 | 0         | 0.0 | 2         |
| 建設業       | 3          | 33.3 | 4              | 44.4  | 1              | 11.1 | 0               | 0.0  | 1                | 11.1 | 0                | 0.0 | 0         | 0.0 | 9         |
| 製造業       | 17         | 44.7 | 17             | 44.7  | 0              | 0.0  | 1               | 2.6  | 1                | 2.6  | 1                | 2.6 | 1         | 2.6 | 38        |
| 卸売業       | 3          | 37.5 | 2              | 25.0  | 1              | 12.5 | 1               | 12.5 | 1                | 12.5 | 0                | 0.0 | 0         | 0.0 | 8         |
| 小売業       | 7          | 35.0 | 9              | 45.0  | 3              | 15.0 | 1               | 5.0  | 0                | 0.0  | 0                | 0.0 | 0         | 0.0 | 20        |
| 運輸業       | 3          | 75.0 | 0              | 0.0   | 1              | 25.0 | 0               | 0.0  | 0                | 0.0  | 0                | 0.0 | 0         | 0.0 | 4         |
| サービス業     | 3          | 21.4 | 7              | 50.0  | 3              | 21.4 | 0               | 0.0  | 0                | 0.0  | 1                | 7.1 | 0         | 0.0 | 14        |

## 初任給の状況

### 業種・学歴別初任給の状況

(単位:円、%)サンプル数86企業

| 業種    | 項目等 | 初任給     | 学歴間比較     |
|-------|-----|---------|-----------|
|       |     |         | (高校卒=100) |
| 全業種   | 高校卒 | 146,938 |           |
|       | 大学卒 | 182,029 | 123.9     |
|       | その他 | 159,206 | 108.3     |
| 鉱業    | 高校卒 | —       | —         |
|       | 大学卒 | —       | —         |
|       | その他 | —       | —         |
| 建設業   | 高校卒 | 144,857 |           |
|       | 大学卒 | x       | x         |
|       | その他 | x       | x         |
| 製造業   | 高校卒 | 143,569 |           |
|       | 大学卒 | 194,986 | 135.8     |
|       | その他 | 162,056 | 112.9     |
| 卸売業   | 高校卒 | 158,520 |           |
|       | 大学卒 | 179,583 | 113.3     |
|       | その他 | 157,983 | 99.7      |
| 小売業   | 高校卒 | 146,208 |           |
|       | 大学卒 | 175,667 | 120.1     |
|       | その他 | 170,000 | 116.3     |
| 運輸業   | 高校卒 | 147,500 |           |
|       | 大学卒 | x       | x         |
|       | その他 | 169,688 | 115.0     |
| サービス業 | 高校卒 | 143,682 |           |
|       | 大学卒 | 171,646 | 119.5     |
|       | その他 | 151,181 | 105.2     |

x = サンプル数が2企業以下のため秘匿扱い。  
= 該当する企業なし。

## 各種手当支給の状況

各種手当支給状況を見ると、全業種で各手当の支給比率が最も高いのは「通勤手当」の81.7%。以下、「役職手当」75.8%、「残業手当」73.6%の順となっており、逆に低いのは「住宅手当」で29.7%となっている。

労組の有無別で見ると、「住宅手当」を除いて「労組のある企業」が高くなっている。



### 業種別各種手当支給状況

(単位:円、%)サンプル数273企業

| 業種    | 役職手当   |        | 通勤手当   |       | 家族手当   |       | 住宅手当   |       | その他の諸手当 |        | 残業手当   |        |
|-------|--------|--------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|---------|--------|--------|--------|
|       | 支給企業比率 | 支給額    | 支給企業比率 | 支給額   | 支給企業比率 | 支給額   | 支給企業比率 | 支給額   | 支給企業比率  | 支給額    | 支給企業比率 | 支給額    |
| 全業種   | 75.8   | 11,009 | 81.7   | 4,913 | 60.1   | 3,355 | 29.7   | 2,041 | 57.9    | 11,051 | 73.6   | 19,402 |
| 鉱業    | 100.0  | 13,307 | 50.0   | 5,140 | 25.0   | 2,297 | 25.0   | 880   | 50.0    | 10,240 | 100.0  | 15,316 |
| 建設業   | 68.4   | 12,612 | 64.9   | 4,280 | 40.4   | 2,976 | 12.3   | 1,110 | 52.6    | 15,455 | 61.4   | 12,372 |
| 製造業   | 84.1   | 8,771  | 89.0   | 4,419 | 67.1   | 3,088 | 40.2   | 1,805 | 61.0    | 5,186  | 84.1   | 22,436 |
| 卸売業   | 88.9   | 21,405 | 88.9   | 6,528 | 55.6   | 3,347 | 38.9   | 1,978 | 66.7    | 17,638 | 77.8   | 6,694  |
| 小売業   | 70.2   | 13,512 | 87.2   | 5,599 | 68.1   | 3,814 | 23.4   | 2,256 | 51.1    | 10,739 | 63.8   | 11,936 |
| 運輸業   | 58.8   | 9,849  | 88.2   | 8,032 | 64.7   | 3,639 | 17.6   | 1,633 | 58.8    | 42,987 | 88.2   | 43,949 |
| サービス業 | 75.0   | 12,726 | 81.3   | 4,744 | 66.7   | 4,275 | 39.6   | 4,230 | 62.5    | 10,859 | 70.8   | 15,608 |

### 労組の有無別各種手当支給状況

(単位:円、%)サンプル数273企業

| 労組 | 役職手当   |        | 通勤手当   |       | 家族手当   |       | 住宅手当   |       | その他の諸手当 |        | 残業手当   |        |
|----|--------|--------|--------|-------|--------|-------|--------|-------|---------|--------|--------|--------|
|    | 支給企業比率 | 支給額    | 支給企業比率 | 支給額   | 支給企業比率 | 支給額   | 支給企業比率 | 支給額   | 支給企業比率  | 支給額    | 支給企業比率 | 支給額    |
| 合計 | 75.8   | 11,009 | 81.7   | 4,913 | 60.1   | 3,355 | 29.7   | 2,041 | 57.9    | 11,051 | 73.6   | 19,402 |
| ある | 87.9   | 6,551  | 84.8   | 3,513 | 84.8   | 3,069 | 21.2   | 1,651 | 69.7    | 6,796  | 84.8   | 25,232 |
| ない | 74.2   | 12,457 | 81.3   | 5,369 | 56.7   | 3,448 | 30.8   | 2,167 | 56.3    | 12,434 | 72.1   | 17,508 |

各支給額は、加重平均したものである。

## 入居募集 シェアードオフィス

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います。今回新たに、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、インキュベートルーム内に低廉な料金で施設を提供する「シェアードオフィス」を設置し、その入居者を募集します。入居されると、3名のマネージャーを中心としたきめ細やかな事業展開に関するソフト面での支援が受けられるほか、成長ステージに応じた当センターの各種支援を活用できます。

### 募集するシェアードオフィス

6号室A、B、C、7号室A(合計4ブース)  
 規格 約2.1m×2.1m=約4.4m<sup>2</sup>、床はフリーアクセス仕様  
 付属設備 電話1回線、電源100V20A、机、イス、サイドテーブル  
 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 24,000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10月より

### 入居資格

次のいずれかに該当する方

新事業展開をお考えの企業または個人  
 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。)  
 研究開発型企業:各種研究開発を行う企業又は団体等

### 入居のメリット

マネージャー、公認会計士等により、経営・販路開拓等の相談が無料で受けられるほか、インキュベートルームの管理運営を行っている当センターが、入居者の企業成長や研究開発の促進を図るための各般にわたる支援を実施しています。岩手県で設置した産業支援機関情報ネットワークに接続にでき、無料で1.5Mbpsの専用回線が利用できます。談話コーナー、ミーティングコーナーなどの施設や、カラーコピー機(有料)などの共用設備を有する交流サロンが併設され、ご利用いただけます。

### 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。

### 募集期間

随時募集中です。

### 入居者の決定

入居審査委員会で審査のうえ、入居者を決定します。

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)

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  
<http://www.joho-iwate.or.jp/info/incu/shared/> E-mail [kigyouka2@joho-iwate.or.jp](mailto:kigyouka2@joho-iwate.or.jp)

岩手県水産技術センター利用加工部 小野寺 宗仲 専門研究員  
を中心とした研究開発

# 冷凍生ワカメの 開発と商品化について



小野寺 宗仲 専門研究員

旬限定の早採りワカメは、若いので風味が良く茎まで美味しく食べられ、高い商品価値があります。冷凍解凍にも品質劣化が少ない新技術を開発し、早採りワカメを『冷凍生ワカメ』として新たに市場展開しています。



【図1】湯通し後の冷凍生ワカメの色の違い  
(左:開発品/右:従来品)

## はじめに

毎年 1~2月に岩手県沿岸部を中心に消費されている早採り(間引き)ワカメは、全長が1m未満の若いワカメであり、収穫量が少なく大部分は生のまま出荷されています。従来は漁業者の自家消費が中心でしたが、4年程前から本格的に県外にも出荷されるようになり、鮮度劣化が早いことから、宅配等を利用した遠方への出荷は困難とされていました。風味が良く茎まで食べられる早採りワカメや葉体の小さいワカメは、全国的な知名度は低いものの、今後、新規商品としての需要とその増加が見込まれます。これまで、従来の湯通し塩蔵製品やその乾燥品であるカットワカメにはない特徴を持つ生のワカメを周年提供す

るのとは不可能でした。ワカメをそのまま冷凍すると、解凍時に軟化や変色が生じ、湯通ししても鮮やかな緑色にはならず、商品価値が低下したからです。そこで、これらの欠点を改良した新しい冷凍技術の開発を行い、ワカメの収穫時期以外にも旬のおいしさを味わうことができるようになり、新商品も造られました。

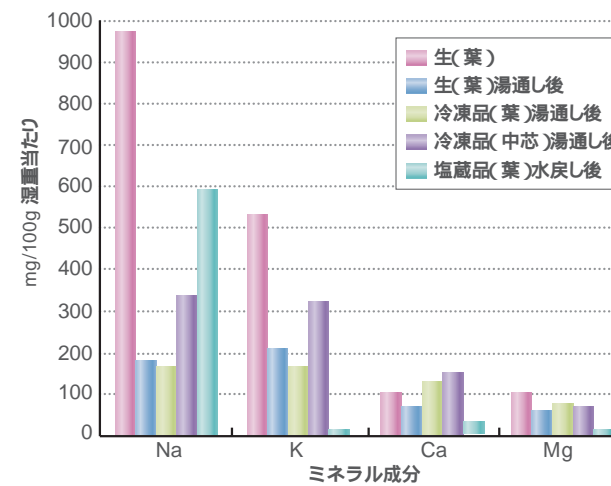
## 製造方法の概要

さまざまな冷凍法を試みた結果、解凍時の藻体軟化や色素分解による変色を防止するために、灰干しワカメ(徳島県特産の草木灰にまぶして乾燥させたワカメで、草木灰に有害成分を含むことから約3年前から従来の灰干し製品は製造中止となっています)の製

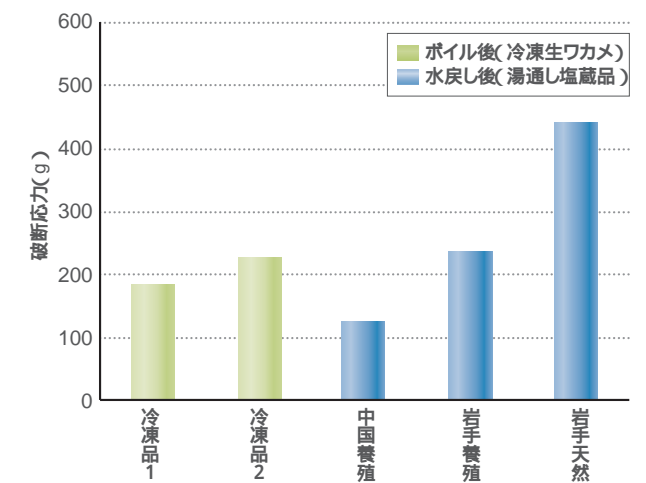
造原理から、藻体をアルカリ性の海水に浸漬し、カルシウムを添加することが有効であると考えました。そこで、一般的な食品添加物であり、非常に安価で利用しやすい水酸化カルシウムの添加について検討しました。

ろ過(滅菌)海水に水酸化カルシウムを0.1%溶解させ、早採り生ワカメ(全長100cm以下の芯付き生ワカメ)を10~15分間浸漬(浸漬液はワカメ重量の5倍以上を用い、約3回使用可能)し、軽く水切り後に真空包装を行い-25℃で凍結させました。約6ヶ月後に半解凍状態で、湯通し・冷却後に試食し、食感や色を官能評価しました。

その結果、湯通し後の色や食感はいずれも良好であり、生ワカメの湯通し後の風味よりは若干弱いものの、湯通し塩蔵ワカメやカットワカメよりは風味が強いと



【図2】冷凍生ワカメのミネラル成分



【図3】早採り冷凍生ワカメの弾力の比較

いう傾向が見られました(図1)。賞味期限を確認したところ、-45℃で約1年を経過した冷凍生ワカメでも湯通し後には茶褐色から鮮やかな緑色となり、風味と食感にも劣化は認められませんでした。2年経過時では、芯付近や先端部で一部変色するものも見られましたが、劣化部は少なく、食用には問題がありませんでした。また、一般家庭用の冷凍庫(-20℃程度)でも約1年は品質を保持することができました。

## 冷凍生ワカメの特徴

冷凍生ワカメは、湯通しや冷却時にミネラル成分がわずかに減少するものの、塩蔵品を水戻したものの約2倍多く、収穫直後の生ワカメ(葉)を湯通ししたものとほぼ同程度になりました(図2)。湯通し後の冷凍生ワカメには、塩蔵品水戻し後と比べて、カリウム(K)で20倍、カルシウム(Ca)で4倍、マグネシウム(Mg)で7倍多く含まれており、特に、カリウムは塩蔵品水戻し後ではほとんど無くなっていましたが、冷凍品(葉)湯通し後では、生(葉)より約70%減少したものの、それでも170mg/100g(湿重量当たり)程度残っていました。

冷凍生ワカメの湯通し後における弾力(破断強度)は、岩手産養殖湯通し塩蔵ワカメ水戻し品とほぼ同様の値(破断応力で200g重程度)を示しており、輸入ワカメと比較しても、約2倍程度の弾力が認められました(図3)。

## 冷凍生ワカメの商品化

平成14年1月に製造法を普及・指導したところ、わずか数ヶ月で商品化の動きが見られ、大船渡市の(株)國洋など岩手と宮城の加工業者の3社が商品化し、現在も販売しています。また、本技術を用いた冷凍生ワカメの生産量は、平成14年度の約10トンから平成16年度には約200トンと着実に増加しており、A社製のほとんどは業務用として大手コンビニのサラダ等に利用され、期間限定ですが全国に販売されています。そのほか、岩手の漁業者の中にも新たな商品化の動きが見られ、販売の準備が着実に進行し

ております。

## 今後の展望

現在は、一般消費者向けの冷凍生ワカメの生産量は少ないですが、試食段階ではなかなか良い評価が得られており、今後、おいしさや食べ方が消費者から認知されるものと思われます。冷凍生ワカメは食べる時に、半解凍や湯通し等の調理が必要ですが、近年、流通量が増加している早採り生ワカメを食べている消費者には、冷凍生ワカメも支持が得られやすいと思われ、消費量は着実に増加するものと考えられます。また、従来、漁業者は大きくなったワカメを湯通し塩蔵ワカメに加工していたのですが、早採りワカメが本格的に流通することにより、ワカメの出荷形態の多様化が図られ、岩手県産ワカメの生産量や消費量がさらに増加することが期待されます。

お問い合わせ先 岩手県水産技術センター 企画指導部  
TEL 0193-26-7911  
FAX 0193-26-7910  
URL <http://www.pref.iwate.jp/hp5507/>  
E-mail CE0012@pref.iwate.jp



## お客様は神様! たくさんの神様を創ろう。

球団の合併問題でゆれるプロ野球界。球団側は「経営の問題」を盾に合併の正当性を主張し、選手会側は「選手無視の暴挙」と行動の不当性を訴える。いわば「野球」という商品をめぐる労使の対立…。いや待てよ、今回の騒動、単なる労使紛争で片づけられない意外な視点が隠れてはいないか。『流通・通』的分析に挑戦。

### 「商品」と「顧客」の再構築

今回の合併問題を複雑にしたのが、球団側の頑なな対応と選手会側のストライキを辞さない強行姿勢。とくに選手会にとって、ストライキを正当化するには事の原因を労使関係に求めなければならず、合併問題の本質を複雑にしているようにも思える。どちらの主張が正しいかはひとまず置いて、今回の騒動に経営や販売促進を考える上でキーワードを探ってみた。一つは「商品」は何か。もう一つは「顧客」は誰か。

プロ野球の商品は、本来試合でありプレーであろう。その場合、選手はあくまで商品を提供する「労働者」。それに対して顧客は、球場に足を運びあるいはテレビやラジオで観戦してくれる人たち、ということになる。テレビやラジオによる無料観戦が消費行動といえるのか、という声も聞こえてきそうだが、球団には放送局から放映権料が支払われることなどから、間接的ではあるが視聴者も「顧客」ととらえることができよう。

しかしここで問題となるのが、プロ野球の商品がプレーや試合だけではなくなっていることである。「労働者」である選手自体が球団の商品になってきていることだ。野球のルールも知らない若い女性が、お気に入りの選手を追いかけてキャンプ地や球場に足を運んでいることなどがその典型的な出来事。こうした「顧客」

は、入場料を支払ったりオリジナルグッズを買ったりと、たくさんのお金を落としてくれる。今回の騒動では、労使ともに「ファン」という言葉を使い、双方とも顧客の視点を強調してはいたが、商品のとらえ方によって顧客の定義も異なり、議論の方向性も変わってくる。球団の合併問題は意外にも、商品と顧客の関係について様々な問題を投げかけてくれた。

### 「ニッチ」から「マス」への転換

閑話休題。さて、前号でふれた「共感」と「意外性」の関係に話を戻してみたい。

筆者は先般、『企業成長のための経営基礎講座』で事業計画について講演する機会を得た。できるだけ横文字の専門用語を使わず、参加者にわかりやすいよう講演したつもりだったが、講演を終えた後で一つ大事な話を忘れていたことに気がついた。それは「マス」と「ニッチ」の関係についてである。たとえばベンチャー企業などが新規分野に参入する場合、よく「ニッチを狙え」といわれる。これはすでにマスの市場には強力な競合がひしめいていて、新規参入が難しいというのが最大の理由だが、実はそれだけではない。ニッチな市場の顧客には、いわゆるマニアックな人たちが多く、価値観を共有する人たちの間で強いネットワークを築いているケースが少なくない。そしてそのネットワー



クでは情報が口コミにより素早く伝達され、宣伝や販促にお金をかけなくても商品が売れるという販売力を備えている。では、ニッチな市場の顧客はどのような情報に関心を示すのか。一般化していないリアルな情報、すでに流通していない新しい情報。すなわち、意外性を感じる情報なのである。

共感と意外性の関係は、常に個別に存在し、対立する概念とは限らない。企業の広報や宣伝など表現の世界では、二つを巧みに組み合わせ、情報への関心を引き出す工夫をする。意外性で惹きつけ共感を呼び起こす、あるいは共感から信頼を獲得して意外性を理解させる…。どちらの手法が有効かは、商品の特徴やターゲットの特性次第。大事なことは一つの考え方に固執するのではなく、いろいろと思索をめぐらせることだ。そうそう、最後に大事なことをもうひとつ。いかに「ニッチを狙え」といっても、いつまでもニッチに固執していたのでは大きな成長は見込めない。なぜなら、市場が小さいからこそニッチなのであって、その市場を独占したとしても規模が限られるからである。ニッチをマスの市場へと規模を拡大する努力、ニッチからマスの市場へ進出する勇気。これらがなければ飛躍的な成長は望めない。ニッチはあくまでプロローグにすぎないのである。

経営コンサルタント 岩淵公二  
(ジーベック代表取締役)

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。

## 株式会社十割そば 日本のそばで世界の食文化を変える

### 十割そば製麺法の誕生

日本人にとって最も身近な食品であり、近年はその健康効果に注目が集まっている「そば」。盛岡市に本社を置く株式会社十割そばは、これまで専門の職人ですら製麺が難しいとされてきたそば粉100%の「十割そば」を素材・工程から徹底的に研究し、誰でも簡単に打ちたて・茹でたてのそばを作ることのできるパッケージシステム「味玄十割そば製麺法」を開発した。

従来の十割そば作りの難しさを一気に解消したと評価される「味玄十割そば製麺法」。第一の特長は、挽きたてのそばの風味と味を損なわないよう工夫された独自のブレンド粉を使い、柔らかさと、のど越しのよさの調和したそばを実現したことである。第二には、こねから延ばし・切り、そして茹でという一連の工程の簡便化。独自に開発したミキサー・製麺機・専用釜を使い、注文からたった2分で打ちたて・茹でたての十割そばが完成する。製麺機は、同社の会長であり20年以上そば店を運営してきた玉山清悦さんが試行錯誤の末に開発。この技術をひな型に、社長の石渡隆司さんがそば調理のパッケージシステム化という前例のない事業を確立したのである。「私が取り組んだのは、職人の『技術力』を共有可能な『技術知』へと転換すること。そこにビジネス成功の鍵がありました」と石渡社長は述懐する。

### そばの流通システムを確立

ところで、うどんやラーメンなどのチェーン店は全国に存在するのに、そばとなると局地的な例を除き全国展開に成功している企業はほとんどない。「それは、そばという素材の条件が厳しいからです」と石渡社長。「まず反当たりの収量が少ないため、特定産地からの安定した確保が難しい。次に劣化が早い。そして他の穀物と違い複雑なタンパク質構造ゆえ、細かく分別して製粉できるメーカーが少ない」と説明する。

同社ではそこに重点を置いた。一定品質のそば粉を安定供給するため、大手製粉メーカーと提携して様々な産地の粉を独自にブレンドしたのである。「最初はわれわれの満足する原料を集められず苦労しました」という石渡社長だが、約4年に渡り実績作りと営業努力を重ね、現在は年間300t以上ものそば粉を扱うまでになった。ブレンドは更科、石臼そばから話題のダツタンそばなど10数種類。返しも保存料などを使わず自社で生産している。導入店は全国で既に300店以上。中でも最近はどうん文化圏・関西からの引き合いが増えているという。

健康ブーム、そばの栄養的価値の認知という追い風もある。しかし、そば本来の美味しさを徹底追求したがゆえ、「味玄十割そば製麺法」は全国に広まったといえるだろう。



石渡隆司社長

### 食分野から社会を変える

そばの全国流通を成し遂げ、順調に業績を伸ばしている同社。その石渡社長が頭に描いているのは「そばで世界の食を変える」という壮大な夢だ。「そばの栄養パワーを利用すれば、肥満や成人病、高齢化への対処など現代社会の文明的な課題から脱却できる。また栽培でも農薬や肥料を必要としないから自然とも共生できる。この日本食文化の最大傑作を世界にも普及させたい」。既に北米をはじめ近隣のアジア諸国からもオファーがきているという。

今回ファンドの投資を受けたのも、その夢へと向かっていく事業を展開するためだ。まずは全国主要都市ヘショールームを作ること。そして、石渡社長が最も実現したいものが高齢者施設でのそば食の普及。日常的にそばを食べることで成人病の疾患が減れば、介護費用も減っていくと考えるからだ。「最後まで健康に過ごせる社会を作りたい。それは一人ひとりの自立であり、ひいては地域の自立にもつながっていくはず」。石渡社長の夢であり理念である。

「まずは岩手にそういうモデル施設を作りたい」と石渡社長。食文化の発信、そして地域貢献…。同社のそばが世界を、社会を変える日はそう遠くない。

### ファンドの視点

「そばで世界を変えるという夢」—十割そばには遠大な構想があります。構想実現のために同社は3つの力を持ち合わせています。

世界及び国内の食事情への造詣の深さ—「情報収集力」蓄積されたノウハウ(独自の製麺機開発、そば粉のブレンド確立)—「商品力」世界を変えるとい

う理念、思い—「構想力」。

これらを3つの力を背景として着実に、かつ大きく成長し「夢は実現できる」と確信しております。

いわてインキュベーションファンド業務執行組合員  
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 所長  
シニアインベストメントオフィサー 小川 淳

企業概要  
設立：平成7年1月18日  
代表者：代表取締役 石渡隆司  
所在地：岩手県盛岡市上堂3-18-19  
電話番号：019-645-6688  
資本金：7000万円(平成16年9月現在)  
従業員数：14人  
業務内容：食品、そば関連製麺機器の製造販売、ボランティア・チェーンの企画・運営



新たな連携とビジネスチャンスを求めて

第2回

# あおぎん・あきぎん・いわぎん ビジネス商談会 by Netbix



## 名刺交換だけでは終わらない

求めている  
ビジネスマッチングの  
はじまり

入場  
無料

## 2004年10月22日(金)

◎時間／AM10:00～PM5:00 ◎会場／青森県営スケート場(青森市)

主催／青森銀行・秋田銀行・岩手銀行による北東北三行共同ビジネスネット“Netbix(ネットビックス)”

後援／東北経済産業局・青森県・秋田県・岩手県・弘前大学・秋田大学・岩手大学・青森公立大学・秋田県立大学・岩手県立大学・八戸工業大学・青森大学・八戸大学・青森県商工会議所連合会・秋田県商工会議所連合会・岩手県商工会議所連合会・青森県中小企業団体中央会・秋田県中小企業団体中央会・岩手県中小企業団体中央会・青森県商工会連合会・秋田県商工会連合会・岩手県商工会連合会・(社)青森県工業会



10周年

いま創業のチャンス

# いわて起業家大学

下期(日曜昼間コース)受講生募集



講師:福島正伸先生

夢とやる気のある人、独立して事業を展開したい人、社内で新たな事業を始めたい企業人など地域経済の担い手となる元気な皆様を対象に、『いわて起業家大学』を開講します。

いわて起業家大学は平成7年にスタートし、本年でちょうど10周年を迎えます。

受講者総数は859名。これまでに85名の仲間が創業し事業を営んでいます。

開催期間 (特定の講座のみの受講もできます。)

下期 【日曜昼間コース】13:00～17:00  
平成16年11月14日～平成17年3月12日(延べ10回)  
日程の詳細については、下記ホームページをご覧ください。  
(上期/平日夜間コース(平日18:30～21:00)は終了しました。120名受講)

講師 (株)アントレプレナーセンター  
代表取締役社長 福島 正伸氏

会場 盛岡駅西口マリオス18階会議室 他

受講料 無料

定員 1コース100名・先着順。定員になり次第締切

申込方法 所定の申込書により郵送、FAXで申込  
ホームページからの申込みもできます。

主催 岩手県(財)いわて産業振興センター

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/kigyouka>  
E-mail [kigyouka@joho-iwate.or.jp](mailto:kigyouka@joho-iwate.or.jp)

ファーストステージ first stage

起業家マインドパワーアップ講座  
(全1回:11月14日)

起業家精神とは・起業にあたっての心構え・成功の条件

ビジネスプラン作成講座  
(全3回:11月28日～12月19日)

アイデアの発想法・構想化・事業化アイデアの実践技術  
事業計画書の書き方・事業コンセプト作成・収支計画  
会社設立・創業時のリスクマネジメント

セカンドステージ second stage

ビジネスシミュレーション講座  
(全5回:1月16日～2月27日)

受講者のビジネスプランを選択し、事例として検証します。(事業の社会性と差別化・売上計画と弱点の明確化など)  
プレゼンテーションのコツ  
特別講座(財務計画演習、創業者の体験発表など)

ビジネスプラン発表会(3月12日)

## 「いわて起業家大学サテライト校」開校のお知らせ

県内の一関地区、宮古地区でテーマに地域性を持った“いわて起業家大学サテライト校”を開校いたします。

【一関サテライト校】

テーマ モノづくり新時代～イノベーションが地域を変える～  
開催期間 10月15日～11月12日 全5回  
(毎週金曜日 18:30～21:00)  
11月27日(土)14:00～17:00(ビジネスプラン発表会)

会場 一関工業高等専門学校  
受講料 無料  
定員 50名(先着順)  
主催 一関商工会議所  
(財)いわて産業振興センター

お申込み 一関商工会議所  
〒021-8691 一関市駅前1  
お問合わせ TEL 0191-23-3434 FAX 0191-21-2030

【宮古サテライト校】

テーマ IT系産業人材育成～IT・コンテンツ・デジタル起業の進め方～  
開催期間 10月20日～12月1日 全7回  
(毎週水曜日18:30～21:00) 11/4及び11/18の2日は木曜日となります。平成17年1月23日(日)14:30～16:00  
特別講演“成功の秘訣”(松永真理氏)

会場 岩手県立大学宮古短期大学部  
受講料 無料  
定員 30名(先着順)  
主催 特定非営利活動法人 三陸NPO支援センター  
(財)いわて産業振興センター

お申込み 特定非営利活動法人 三陸NPO支援センター  
〒027-0052 宮古市宮町3-2-3 宮古市勤労青少年ホーム内  
お問合わせ TEL・FAX 0193-64-6211  
e-mail: [info@sanriku-npo.org](mailto:info@sanriku-npo.org)



# 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。

## 品質管理セミナー

内容 問題点の解決法、データのとり方、QC七  
つ道具、検査と品質保証  
講師 日本工場経営者協会 内山昭夫  
玉川大学経営学部 大藤 正  
日程 平成16年11月18・19、24・25日  
会場 雫石町・ゆこたんの森  
受講料 約16,000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

# 設備貸与制度

100万円～6,000万円まで  
貸付OK!

**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



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)

### 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(月額リース料率1.860%)か7年  
(月額リース料率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。

お申込み・  
お問い合わせ先

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](mailto:setsubi@joho-iwate.or.jp)

産業情報いわて 2004年10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) TEL.019(621)5389 FAX.019(621)5480  
E-mail [joho@joho-iwate.or.jp](mailto: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。

