

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18年3月10日発行

MARCH 2006 **3**
VOL.48



【特集】コンピュータ利用実態調査結果 [P2]

インターネット利用 95.5%
ホームページ
うちHP開設中の企業 51.2%

中小企業進化論⑥ [P6]

中小企業にとってのビジョン経営

経営相談事例 [P8]

賛助会員募集のお知らせ [P9]

いわてものづくりアカデミーのご案内 [P10]

工業技術センターだより [P12]

インターネット利用 95.5%

ホームページ
うちHP開設中の企業 51.2%

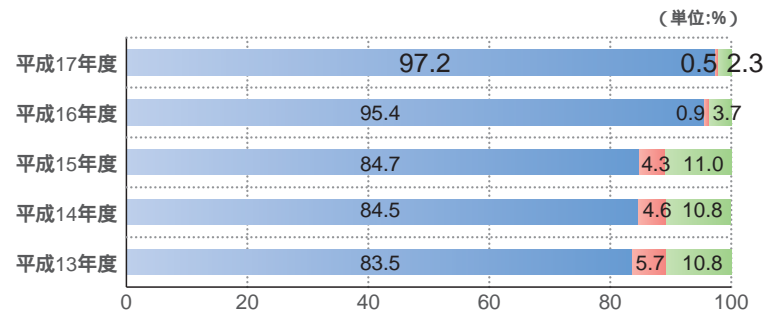
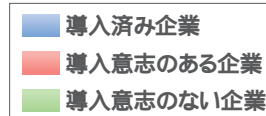
当センターでは今年度も「コンピュータ利用実態調査」を実施した。その結果、コンピュータ導入企業でのインターネットの利用は95.5%となり、ほとんどの企業においてネット環境が整っていることが分かった。また、そのうち自社のホームページ(ブログ含む)を開設中の企業は51.2%となり、調査開始以来はじめて50%を越えた。

調査について	対象企業	1,800企業
	調査時点	平成18年1月1日
	有効回答数	600企業
	有効回答率	33.3%



導入状況の推移(平成13年度~平成17年度)

コンピュータの導入状況(平成13年度以降)をみると、「導入済み」が97.2%(前年比1.8%増)となっており、平成13年度に比較すると、13.7%上昇している。コンピュータが県内企業に普及している現状がうかがえる。



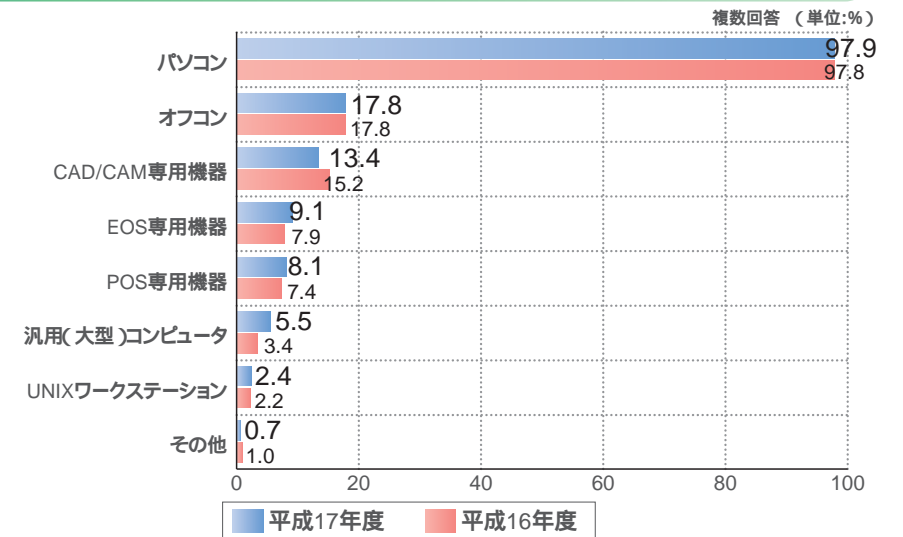
【業種別等導入状況】

業種別	業種	回答企業数	導入企業 (%)	未導入企業 (%)	未導入企業のうち	
					導入意志あり (%)	導入意志なし (%)
業種別	鉱業	16	93.8%	6.3%	0.0%	6.3%
	建設業	134	99.3%	0.7%	0.7%	0.0%
	製造業	162	99.4%	0.6%	0.0%	0.6%
	卸売業	37	89.2%	10.8%	0.0%	10.8%
	小売業	116	96.6%	3.4%	0.9%	2.6%
	運輸業	29	96.6%	3.4%	0.0%	3.4%
	サービス業	106	95.3%	4.7%	0.9%	3.8%
従業員規模別	1~9人	76	84.2%	15.8%	1.3%	14.5%
	10~19人	103	95.1%	4.9%	1.9%	2.9%
	20~29人	91	100.0%	0.0%	-	-
	30~49人	116	100.0%	0.0%	-	-
	50~99人	122	100.0%	0.0%	-	-
	100~299人	75	100.0%	0.0%	-	-
	300人以上	17	100.0%	0.0%	-	-
売上規模別	5千万円未満	44	79.5%	20.5%	0.0%	20.5%
	5千万円以上1億円未満	49	91.8%	8.2%	2.0%	6.1%
	1億円以上2億5千万円未満	107	98.1%	1.9%	1.9%	0.0%
	2億5千万円以上5億円未満	101	99.0%	1.0%	0.0%	1.0%
	5億円以上10億円未満	103	99.0%	1.0%	0.0%	1.0%
	10億円以上	187	100.0%	0.0%	-	-
	不明	9	100.0%	0.0%	-	-
	合計	600	97.2%	2.8%	0.5%	2.3%
広域生活圏別	盛岡	198	98.0%	2.0%	1.0%	1.0%
	岩手中部	85	100.0%	0.0%	-	-
	胆江	70	98.6%	1.4%	0.0%	1.4%
	両磐	64	93.8%	6.3%	0.0%	6.3%
	気仙	40	97.5%	2.5%	0.0%	2.5%
	釜石・遠野	49	93.9%	6.1%	0.0%	6.1%
	宮古	34	97.1%	2.9%	0.0%	2.9%
	久慈	32	93.8%	6.3%	3.1%	3.1%
	二戸	28	96.4%	3.6%	0.0%	3.6%
	合計	600	97.2%	2.8%	0.5%	2.3%

「-」は該当する企業なし

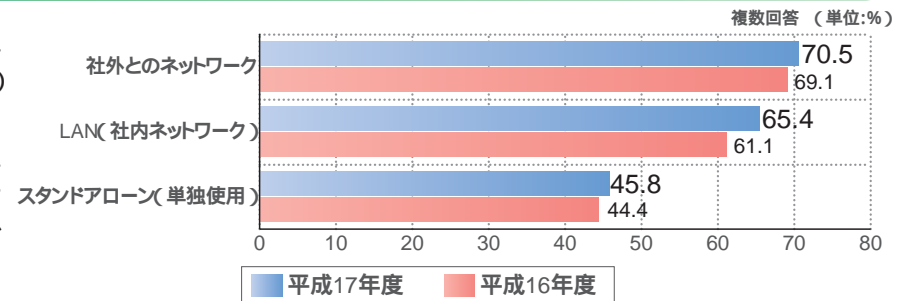
使用コンピュータの種類

使用しているコンピュータについてみると、「パソコン」が97.9%(前年比0.1%増)と圧倒的に多く、次いで「オフコン」17.8%(同増減なし)、「CAD/CAM専用機器」13.4%(同1.8%増)の順になっている。



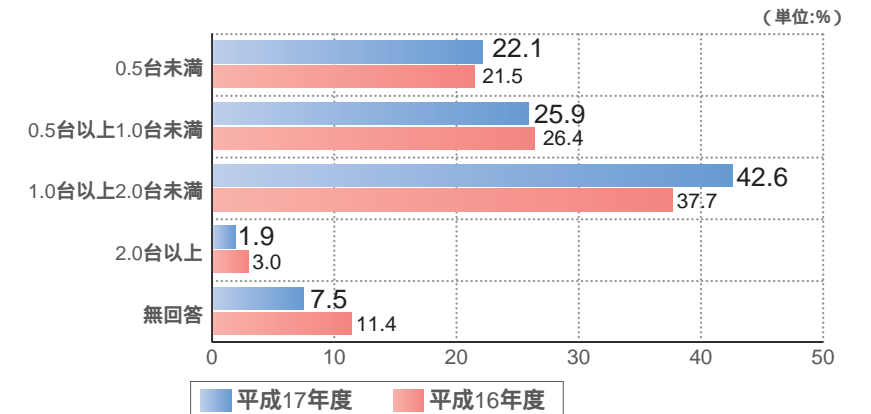
パソコンの使用形態

パソコンの使用形態についてみると、「社外とのネットワーク」が70.5%(前年比1.4%増)で最も多く、次いで「LAN(社内ネットワーク)」が65.4%(同4.3%増)、「スタンドアロン(単独使用)」が45.8%(同1.4%増)の順となっている。「LAN(社内ネットワーク)」の伸びが大きい。



従業員一人当たりのパソコン設置台数

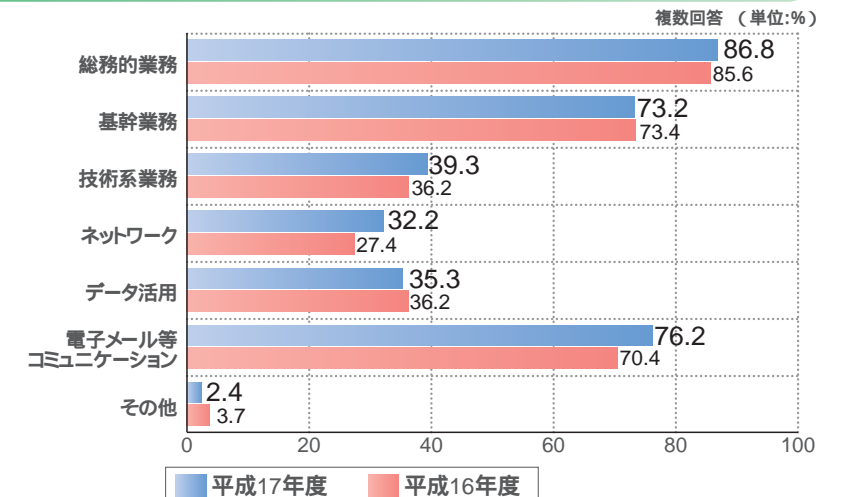
従業員一人当たりのパソコン設置台数をみると、「1.0台以上2.0台未満」が42.6%(前年比4.9%増)と最も多く、以下、「0.5台以上1.0台未満」25.9%(同0.5%減)、「0.5台未満」22.1%(同0.6%増)の順になっている。



コンピュータ化している業務

コンピュータ化している業務についてみると、「総務的業務」が86.8%(前年比1.2%増)と最も多く、次いで「電子メール等コミュニケーション」76.2%(同5.8%増)、「基幹業務」73.2%(同0.2%減)の順になっている。電子メールが広く普及していることが読み取れる。

業種別にみると、「技術系業務」「ネットワーク」は「建設業」、「データ活用」は「卸売業」で多く利用されている。従業員規模別にみると、従業員数が多い企業ほど、多くの業務にコンピュータを利用する傾向がみられる。



【業種別に見たコンピュータ化状況】

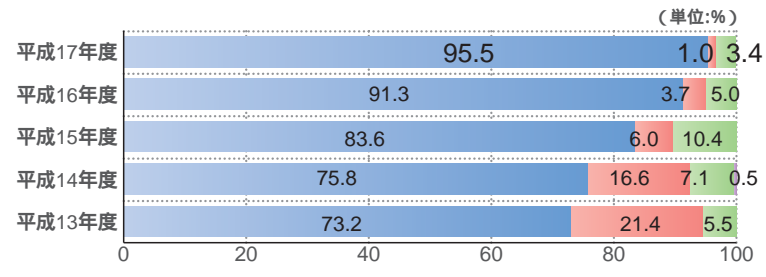
業種	複数回答 (単位:%)						
	総務的業務	基幹業務	技術系業務	ネットワーク	データ活用	コミュニケーション	その他
鉱業	80.0%	80.0%	46.7%	20.0%	26.7%	60.0%	0.0%
建設業	90.2%	48.1%	82.7%	51.1%	28.6%	80.5%	0.0%
製造業	90.7%	87.0%	49.7%	33.5%	36.0%	86.3%	1.2%
卸売業	75.8%	90.9%	3.0%	36.4%	51.5%	75.8%	3.0%
小売業	87.5%	90.2%	11.6%	29.5%	36.6%	67.9%	3.6%
運輸業	100.0%	53.6%	7.1%	17.9%	21.4%	60.7%	3.6%
サービス業	76.2%	64.4%	15.8%	12.9%	41.6%	70.3%	5.9%

【従業員規模別に見たコンピュータ化状況】

従業員規模	複数回答 (単位:%)						
	総務的業務	基幹業務	技術系業務	ネットワーク	データ活用	コミュニケーション	その他
1～9人	60.9%	64.1%	23.4%	17.2%	20.3%	60.9%	7.8%
10～19人	77.6%	68.4%	34.7%	19.4%	34.7%	69.4%	1.0%
20～29人	87.9%	69.2%	38.5%	34.1%	27.5%	69.2%	1.1%
30～49人	93.1%	69.0%	44.8%	28.4%	31.0%	77.6%	1.7%
50～99人	92.6%	77.0%	44.3%	40.2%	41.8%	83.6%	3.3%
100～299人	97.3%	88.0%	44.0%	48.0%	46.7%	86.7%	1.3%
300人以上	100.0%	94.1%	35.3%	52.9%	70.6%	100.0%	0.0%

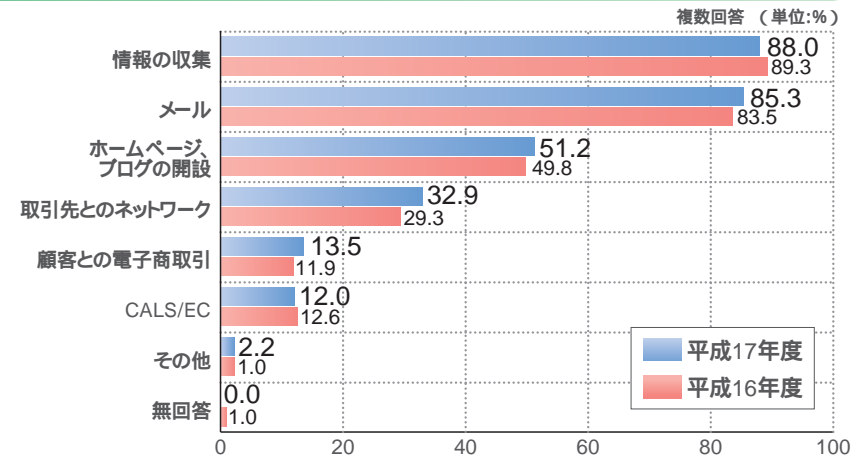
インターネットの利用状況

インターネットの利用状況についてみると、「利用している」が95.5%（前年比4.2%増）と圧倒的に多く、「利用していない」が3.4%（同1.6%減）、利用していないが、検討中が1.0%（同2.7%減）となった。県内においても、インターネットが、企業活動に必要なインフラとなっていることが分かる。



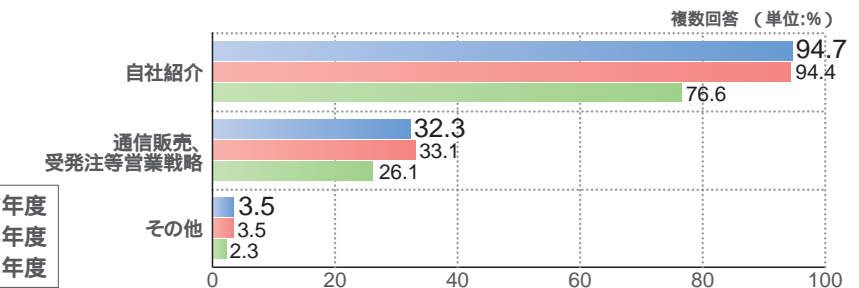
インターネットの利用内容

インターネットの利用内容についてみると、「情報の収集」が88.0%（前年比1.3%減）、「電子メール」が85.3%（同1.8%増）で、この2つがともに8割を越えている。「ホームページ、ブログの開設」は51.2%（同1.4%増）で、インターネット利用者の半数がホームページかブログを開設している。



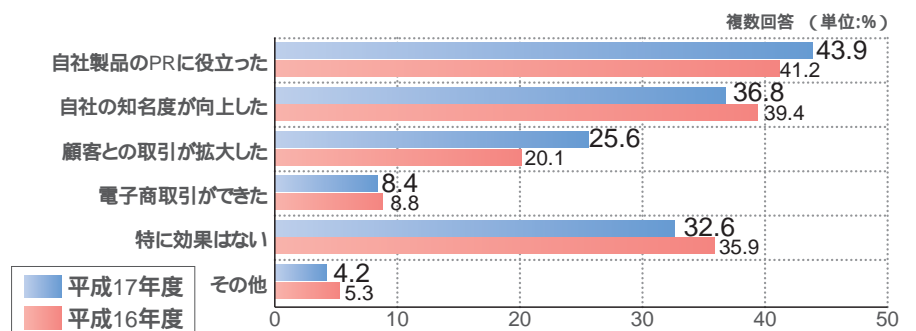
自社ホームページの利用方法

自社ホームページの利用方法についてみると、最も多いのが「自社紹介」で、94.7%（前年比0.3%増）で、次いで「通信販売、受発注等営業戦略」が32.3%（同0.8%減）となっている。



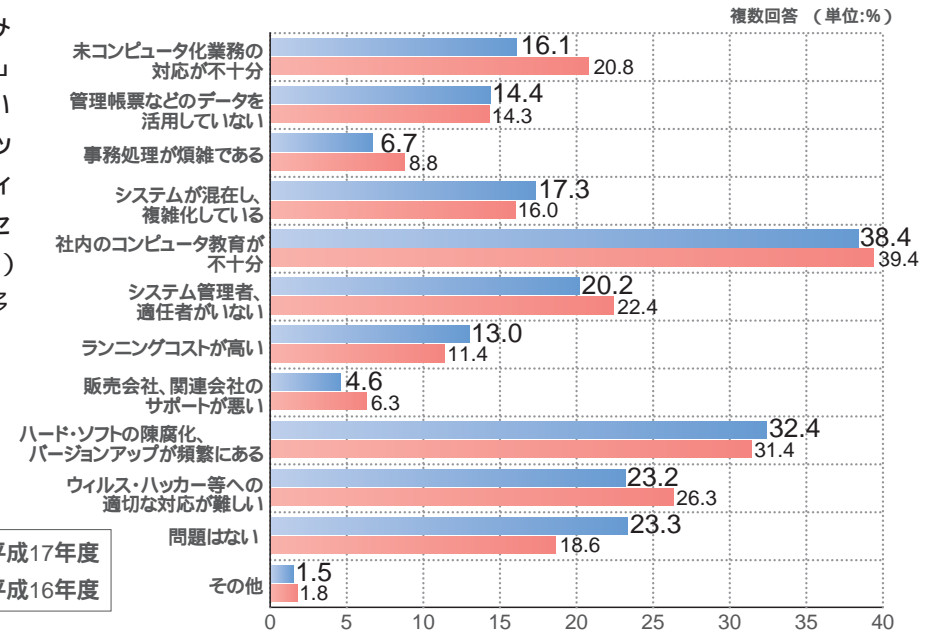
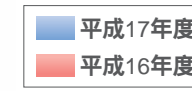
ホームページ開設の効果

ホームページ開設の効果についてみると、「自社製品のPRに役立った」が43.9%（前年比2.7%増）と最も多く、次いで「自社の知名度が向上した」36.8%（同2.6%減）となっている。「顧客との取引が拡大した」は25.6%（同5.5%増）で、増加幅が比較的大きい。依然として「特に効果はない」も32.6%（同3.3%減）と多い。



コンピュータ導入後の問題点

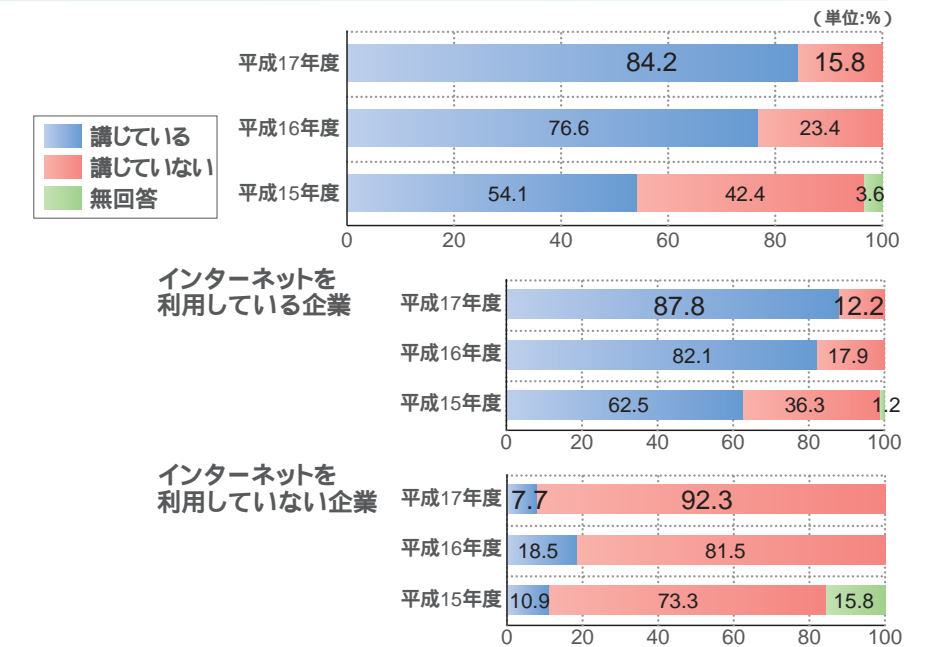
コンピュータ導入後の問題点についてみると、「社内のコンピュータ教育が不十分」が38.4%（前年比1.0%増）と最も多く、次いで「ハード・ソフトの陳腐化、バージョンアップが頻繁にある」32.4%（同1.0%増）、「ウイルス・ハッカー等への適切な対応が難しい」23.2%（同3.1%減）の順になっている。「特に問題はない」も多く、23.3%（同4.7%増）となっている。



コンピュータウイルス対策について

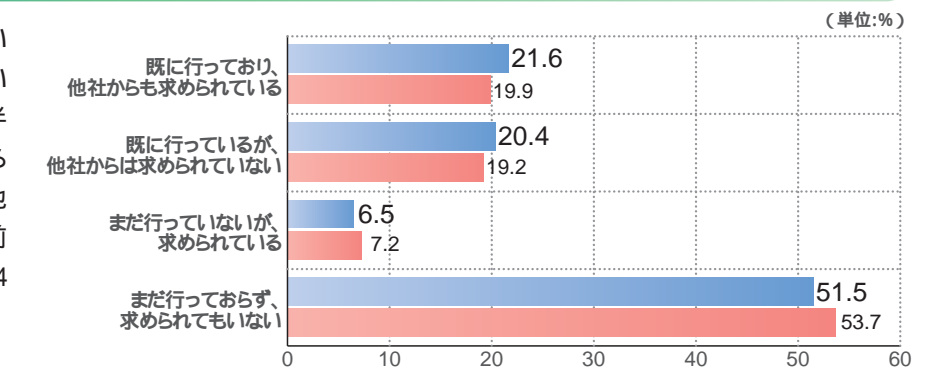
コンピュータウイルス対策についてみると、「ウイルス対策を講じている」が84.2%（前年比7.6%増）、「ウイルス対策を講じていない」が15.8%（同7.6%減）となっており、ウイルス対策を講じている企業は着実に増加している。

インターネットを利用している企業では87.8%（同5.7%増）の企業が対策を講じていると回答しているが、インターネットを利用していない企業では対策を講じている企業は7.7%（同10.8%減）と少ない。ただし、インターネットを利用していない企業自体は少数でもあることから、コンピュータのセキュリティ対策は必須のものになりつつある。



取引先とのオンラインでの受発注

取引先とのオンラインでの受発注についてみると、「まだ行っておらず、求められていない」が51.5%（前年比2.2%減）と依然半数を占めるが、「既に行っており、他社からも求められている」20.4%（同19.2%）と増加し、併せると42.0%となり4割を越えている。



なお、紙面の都合上掲載していない調査結果があり、これは当センターの「産業情報いわて」ホームページに掲載しております。1983年(昭和58年)より実施してきた当調査は今回をもちまして終了させていただきます。ご協力ありがとうございました。

お問い合わせ先 総務グループ TEL 019-621-5380 FAX 019-621-5480
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/sangyo/> E-mail joho@joho-iwate.or.jp

中小企業にとってのビジョン経営



昨年五月に「中小企業にとってのコンプライアンス」で始めました「中小企業進化論」も今回第六話をもって最終回となりました。一年のお付き合いありがとうございました。このシリーズを始めるにあたり、真に自立した中小企業に進化するために今大企業で取り組んでいるテーマを中小企業にアレンジして解説してまいりましたが、最終回はそれらを集大成する意味で、「中小企業にとってのビジョン経営」について解説したいと思います。

かつてアメリカで極めて高い成長を実現している企業を分析したところ、一つの共通点がありました。それは全て明確なビジョンを有していることだったのです。なぜビジョンを持った企業は強く発展していくのでしょうか。そして、果たして中小企業もまたその事例どおりなのでしょうか。まさに企業経営の真髄ともいえるビジョン経営について今回は考えていきます。

成り行き経営の危険性

先般05年10～12月のGDP速報が出た。年率換算にして5.2%とのことである。確かに景気は上昇しているのだろう。しかしいつかは失速する。今までも好景気、不景気に一喜一憂してきた。更に大手企業の下請けではその振幅が激しく、短い収益増大期後の深く長く厳しい収益下降期に悩まされる経営者のいかに多いことか。まさに自社の収益を他社に委ねる成り行き経営である。しかし人間は忘れやすい。まるで「アリとキリギリス」の寓話のごとく、しばしの景気上昇期を謳歌し一時苦しみの時期を忘れたらと思うのは人の常である。だがその日は足を踏みしめ、確実に近づいてきている。

かつて「七つの習慣」というベストセラーがあった。この中で人の行動を四つのパターンに区分し説明している。物事を重要性和緊急性の高低で分類すると、極めて重要であり緊急であるパターン、極めて重要であるがそれほど緊急ではないパターン、極めて緊急であるがそれほど重要でないパターン、そして重要でも緊急でもないパターンの四つである。そして多くの人々は三つ目のパターン、すなわち極めて緊急であるがそう大して重要でない物事に汲々としている、とある。実際我われの日常を観察してみると確かに思い当たる。経営で言うならば、

今月の受注に四苦八苦し、今日の出荷にアタフタとし、明日の資金繰りに追いつまらされている。まさに成り行き任せである。ではどうすればよいのか。

重要であるが緊急でないこと

「七つの習慣」では、最も大事なことは第二のパターン、すなわち極めて重要だが緊急でないことを最優先して行動しなければならないと説く。その意味するところは、将来に対しいずれ重要となることに先手を打ち現時点で着手することで、先に憂いを残すことなく問題は全て解決されるのである、と言う。例えば人材教育などはこの典型であろう。人材教育は緊急を要するものではない。しかし「企業は人なり」と言われるように経営の根幹を有す極めて重要な問題である。従って日々人材教育を欠かさないと、いずれその成果は大きく見返ってくる。よくある事例で「人材教育の暇があれば一つでも商品を買って来い」等というのはまさにこの逆のパターンで、愚の骨頂であることはこの事例からも明らかであろう。

成り行き経営が緊急だが重要でない。出た所経営とすれば、理想的な経営は重要だが緊急でない、先を見通した経営である。しかし更に言を進めるならば、ただ単に先を見通すだけでは不十分

である。先を見通しわが社はどうかあるべきかを問う経営こそ最も理想とする経営なのである。

「あるべき姿」経営とは

将来を見越し、わが社はどうかあるべきなのか、これこそ経営者が第一優先に問わねばならない重要課題である。しかし経営課題に対して現在を機軸に解決を図ろうとすればたちまち閉塞感に襲われる。新商品開発を行うにしても、新市場開拓を行うにしても、ヒト・モノ・カネで行き詰る。しかし中長年に社内外を俯瞰すれば意外に課題解決は容易い。ましてや自社の意識を鮮明にして、「わが社はこうあるべき」と断定すれば、自ら道は開かれる。

「あるべき姿」経営とは、経営者や従業員の夢や希望の集大成である。マズローは人には五段階の欲求があり、その最も高いレベルの欲求は自己実現であると解説している。企業は決して収益を求めることを目的としてはいない。収益と言う手段を使い、本来の企業存立の所以を目的としているのである。まさに「あるべき姿」とは、企業の自己実現そのものである。経営者が社内外に「あるべき姿」を鮮明にしたとき、全てのステークホルダー（企業関係者）はその道筋に従い行動することとなるだろう。

現在は大手の下請けであろうと、将来自社ブランド商品を販売することを「あるべき姿」として明言すれば、全ての動きはその方向に集束される。マーフィーはその著「100の成功法則」で人は具体的な成功シーンを潜在意識に焼き付けければ、やがてその成功シーンは現実のものとなる、と語っている。

三年先の「あるべき姿」を創れ

ではどのようにして「あるべき姿」を構築していけばよいのだろうか。

まず目標期間の設定であるが、長すぎても短すぎてもよくない。だいたい三年先を想定して、二つのアプローチで構築するのがよい。

一つ目のアプローチは、三年先の我が社がどのようになっていようかを具体的に描いてみる方法である。さきほどのマーフィーの法則ではないが、できるだけ具体的なシーンを連想するほうが良い。三年後の商品は、お客様は、従業員は、本社は、オフィスのイメージはどうありたいのか。更に業界でのポジショニングは、競争優位の中身はどうなのか等など。ここでは経営者と従業員が「あるべき姿」を共有することに意義がある為、ブレインストーミングの方式がベストだろう。一晩明かして三年後の夢を語り合うことは素晴らしい。勿論少々突飛な夢があっても良い。とまかく出し切ってみる。多分従業員は嬉々として色々なイメージを発言するだろう。

もう一つのアプローチは、極めて科学的に分析を行う。手法としてはSWOT分析や5フォースを使う。この分析から自社のおかれた内外環境を見つめる。これも経営者、従業員によるブレインストーミングで多面的に項目を出し切ることをお勧めする。その結果、将来に対してどのような領域をビジネスチャンスとして捉えるのか、危機的状況をどのように回避すべきなのかについて検討を加える。

これら二面からアプローチにより、自社を浮き彫りにし、経営者は最終意思決定を行う。すなわち、「我社はこうありたい、あらねばならない」という強い意思決定である。

ビジョン経営への誘い

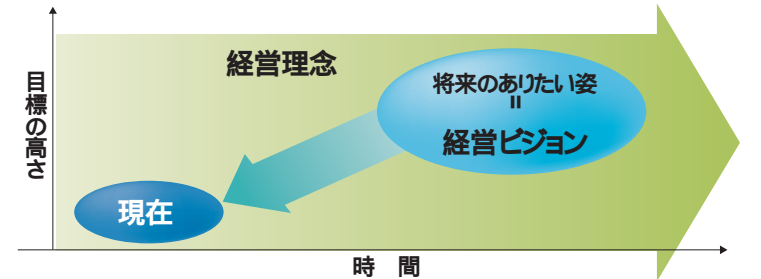
「あるべき姿」経営こそ「ビジョン経営」である。「ビジョン経営」は将来から今日を見つめる経営である。「将来こうありたい」為に「今日こうするのだ」という経営である。そこに集う経営者、従業員は将来の理想的な企業創りに日夜邁進するのである。多分日々の業務は従来より過酷を強いられるかも知れない。給与もしばらくは思ったほど上がらないかもしれない。しかし現在は将来の理想的な企業創りのプロセスであるとの認識は、それらネガティブな種々の問題を超越するエネルギーを醸し出す。マラソンと同様にゴールがあることを信じるからこそ過酷な42.195kmを完走できるの

である。42.195km先に栄光が待っているから全力で疾走できるのである。

まさに「ビジョン経営」とは、成らぬ問題を成すブレイク・スルー経営の真髄である。今や中小企業はどの分野、立場においても自主独立して、自前で存続の意思決定を行える企業であらねばならない。そろそろ景気や発注先に自社のペースメーカーを委ねることなく、自ら事業の最適環境を構築する時が来たのではないだろうか。

この機に素晴らしいビジョンを描いていただきたい。そして素晴らしいエクセレント・カンパニーを創り上げていただきたい、と心より祈念して本稿の筆を置く事とする。 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

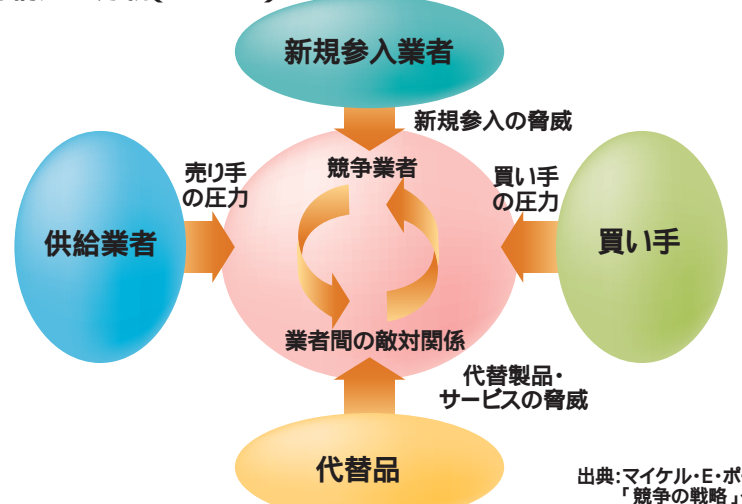
経営理念・経営ビジョンの意義



SWOT分析で自社の事業を分析する

	自社の強み (Strength)	自社の弱み (Weakness)
環境の機会 (Opportunity)	ビジネスチャンス	機会損失
環境の脅威 (Threat)	脅威の回避	危機的状況

業界構造の分析(5Force)



出典:マイケル・E・ポーター 「競争の戦略」ダイヤモンド社

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、マリオス7階に総合相談窓口を設けておりますので、お気軽にご相談ください。

Q 最近、キャッシュフロー経営やキャッシュフロー計算書という言葉が聞きます。その内容を簡単に教えてください。

【1】「キャッシュフロー経営」・「キャッシュフロー計算書」とは

「キャッシュ」とは、「現金及び現金同等物(流動性預金、短期の定期性預金や短期保有の有価証券)」を指します。

「キャッシュフロー経営」とは、キャッシュの流入や流出を重視した経営手法のことです。

「キャッシュフロー計算書」とは、会社の一定期間のキャッシュの流れを分析し、その増加・減少の原因を明らかにする計算書類です。従来、決算書といえば、貸借対照表・損益計算書のことでしたが、最近では、キャッシュフロー計算書を含めて決算書と考えるようになってきました。すでに、株式公開企業では有価証券報告書にキャッシュフロー計算書を記載することが義務付けられています。

【2】キャッシュフロー経営の必要性

会社の経営状況を示すのは、損益計算書により計算される「損益」ですが、「損益」と「キャッシュフロー」との間に、ズレが生じる場合があります。例えば、商品を販売した場合、その商品の売上は直ちに計上され「利益」をもたらしますが、代金がキャッシュとして回収されるまでは時間がかかります。また、設備投資をした場合、その年度にキャッシュが流出し減少しますが、損益計算上では、投資額は「減価償却」という会計手続きによって、一定期間、毎年度にわたって費用化されるため、投資した年度の損益が大きく悪化することはありません。

「損益」と「キャッシュフロー」のズレは、時間の経過とともに解消されますが、それまでの期間の経営状況を把握するためには損益計算書だけでは不十分な場合があります。

さらに、最近の不透明な経済情勢から、確実な「キャッシュ」に計算根拠を置く「キャッシュフロー経営」が、重視されるようになりました。

【3】キャッシュフロー計算書の内容

キャッシュフロー計算書は、1年間のキャッシュフローを「営業活動によるキャッシュフロー」、「投資活動によるキャッシュフロー」、「財務活

動によるキャッシュフロー」の3つの区分に分けて、その区分ごとにキャッシュフローの金額を示しています。

「営業活動によるキャッシュフロー」とは、本業の営業活動によるキャッシュフローのことで、営業活動でキャッシュをいくら稼いだかを示す

キャッシュフロー計算書の一例		(単位:千円)
I 営業活動によるキャッシュフロー		
税引き前当期純利益	9,500	
減価償却費	1,200	
貸倒引当金の増加額	300	
受取利息および受取配当金	-20	
支払利息	400	
売掛金の増加額	-1,800	
棚卸資産の減少額	360	
買掛金の減少額	-1,100	
小計	8,840	
利息および配当金の受取額	20	
利息支払額	-400	
法人税等の支払額	-3,000	
営業活動によるキャッシュフロー	5,460(注1)	
II 投資活動によるキャッシュフロー		
有価証券の売却による収入	1,840	
固定資産の取得による支出	-4,200(注2)	
投資活動によるキャッシュフロー	-2,360	
III 財務活動によるキャッシュフロー		
短期借入金の返済による支出	-5,000	
長期借入金の借入による収入	4,000	
株式の発行による収入	10,000	
財務活動によるキャッシュフロー	9,000	
IV 現金および現金同等物の増減額	12,100(注3)	
V 現金および現金同等物期首残高	4,800	
VI 現金および現金同等物期末残高	16,900	

(注1) 当期の営業活動によって、キャッシュは5,460千円増加しました。
 (注2) 将来の利益(キャッシュ)を獲得するために、設備投資に4,200千円を支出しました。
 (注3) 当期のキャッシュは12,100千円増加しました。

参考 フリーキャッシュフロー
 「営業活動によるキャッシュフロー」と「投資活動によるキャッシュフロー」の合計を「フリーキャッシュフロー」といいます。当期に増加したキャッシュのうち企業が自由に処分できるキャッシュのことで、企業の収益性と財務安全性を評価するための指標です。
 上記の例では、当期のフリーキャッシュフローは、3,100千円(=5,460千円-2,360千円)です。

非常に重要な指標です。「営業活動によるキャッシュフロー」が増加している場合、本業の営業活動によって十分な資金を獲得できる状態であることを示しています。減少している場合には、営業活動の業績不振か、売掛金などの回収が滞っていないか、在庫が増加していないかなどを分析する必要があります。

「投資活動によるキャッシュフロー」とは、定期預金の預け入れや払い戻し、株式や有価証券の売買、固定資産の取得・売却などによるキャッシュフローのことです。「投資活動によるキャッシュフロー」が増加している場合には、投資による支出よりも回収の方が多いいことを意味します。逆に減少している場合には、投資活動に積極的であるということを示しますが、投資活動の実態が効率的に行われているかどうかを分析する必要があります。また、「投資活動によるキャッシュフロー」の減少部分が、「営業活動によるキャッシュフロー」の範囲内におさまっているかを注意する必要があります。もし、「投資活動によるキャッシュフロー」の減少が、「営業活動によるキャッシュフロー」の増加を上回っている場合は、不足分を「財務活動によ

るキャッシュフロー」で補うことになります。

「財務活動によるキャッシュフロー」とは、資金借入れによる収入・借入金返済による支出、新株発行による資金調達などによるキャッシュフローのことです。「財務活動によるキャッシュフロー」が増加の場合には、資金借入れや新株発行による資金調達が、資金返済を上回っていることとなります。また、逆に減少の場合には、資金の返済が調達を上回っていることとなります。借入れによるキャッシュフローの割合が多い場合には、返済計画を十分検討する必要があります。

基本的に、以上の3区分のキャッシュフローの合計が企業の一事業年度の現金および現金同等物の増減額であり、これに現金および現金同等物の期首残高を加えた金額が期末残高となります。

今後は、企業規模にかかわらず、企業経営にキャッシュフロー経営の視点は欠かせないものとなり、キャッシュフロー計算書の作成は、必要不可欠なものになると考えられます。

お問い合わせ先 「経営相談・窓口相談」に関するお問い合わせ先
 新事業支援グループ TEL 019-621-5070 FAX 019-621-5480
 URL <http://www.joho-iwate.or.jp/sodan> E-mail joho@joho-iwate.or.jp

いわて産業振興センター賛助会員募集のご案内
支援します。支援下さい。

現在当センターでは、センター事業の一層の充実を図り、皆様のニーズに応じた支援を行うことを目的に賛助会員を募集しています。事業目的にご賛同いただき、ご加入いただきますようお願い申し上げます。

会員の特典

- 定期情報誌の提供
 中小企業経営に役立つホットな情報を満載した「産業情報いわて」を毎月1回提供します。
- 中小企業施策情報を随時提供
 岩手県の商工施策を満載した「岩手県商工施策利用ガイドブック」のほか、希望者には、メールマガジンで国や各支援機関等での中小企業施策情報を随時提供します。
- ホームページの広報支援
 貴社のホームページをセンターホームページへリンク または掲載して支援します。
：センターのホームページにリンクすることにより検索エンジン(Google)で貴社のホームページが上位に表示されヒット率が高まります。

- 定期情報誌の提供
 社内研修用ビデオ・企業経営ビデオ(約1,600巻)及び経営図書(約380冊)を無料で貸し出しします。
- 企業信用情報の提供
 東京商工リサーチ等の企業信用情報データを代行検索のうえ割引して提供します。
：1,260円/件を630円/件で提供(但し、代行検索の件数は15件/年を限度とします)

会費

年会費 1口当たり 20,000円

申込方法及び問い合わせ先

当センターホームページからお申し込みいただけます

お申込み・お問い合わせ先 総務グループ TEL 019-621-5380 FAX 019-621-5480
 URL <http://www.joho-iwate.or.jp/sanjo> E-mail joho@joho-iwate.or.jp

いわて ものづくり アカデミー

のご案内

(財)いわて産業振興センターでは、県内ものづくり産業の国際競争力の強化と一層の集積促進を目指し、品質、納期、コスト各般に渡るカイゼン能力の高い意欲的な人材育成を支援するため、「いわてものづくりアカデミー」を開催しております。ものづくり現場の活性化とカイゼン意欲の高い企業風土の実現を目指し、精選したメニューとカリキュラムを準備いたしておりますので、ものづくり企業の方々の積極的な受講をお待ちしております。

ものづくりリーダー総合力養成講座

戦略型幹部として必要な経営戦略の基礎理論、今後のビジネスの方向性のヒントを学び、的確な判断力、行動力、指導力を備えた管理者や後継者の養成を応援します。

内容 企業理念・経営戦略、技術経営(M・T)概論、経営分析・利益計画、生産管理、生産計画・工程管理、中期経営計画
講師 未定
日程 平成18年6月～12月(2泊3日×6回)
会場 未定
受講料 150,000円
宿泊料 20,000円(20,000×6回)

工場管理実践塾

参加企業の工場を会場として、具体的な現場改善手法を具体的な事例に即して実践的に学ぶことにより、工場管理のレベルアップを促進します。

内容 参加企業の工場を対象とした改善実習(5S、基礎データ収集方法、ボトルネック解消による生産性向上、段換え改善 他)各社3日間、講師の訪問による改善活動のフォローアップ、成果報告会
講師 (財)社会経済生産性本部 武川 俊幸 他
日程 平成18年4月25・26日 集合研修(2日間)、5～9月 改善実習(各3日間)、10・11月 改善活動の実践(フォローアップ)、12月15日 成果報告会(1日間)
会場 参加企業工場(持回り開催)
受講料 1社200,000円
宿泊料 宿泊される場合、別途実費を徴収します。

5S実践基礎講座

現場改善活動に初めて本格的に取り組む企業を対象に、生産管理の概論、改善の基本を学ぶとともに、自社の改善スキルアップシートを作成して実践することにより、「わかる」から「できる」への改善活動のレベルアップを支援します。

内容 現場改善の必要性、5S改善、モノの流れの分析方法と改善、改善スキルアップシートの作成及び実践、企業訪問指導 他
講師 (財)社会経済生産性本部 高田 晴弘
日程 平成18年5月16～18日 集合研修3日間
6月20～23日 第1回企業訪問指導(各社1日)、
8月22～25日 第2回企業訪問指導(各社1日)、
10月12日 成果報告会(1日間)
会場 参加企業工場(個別指導・フォローアップ指導)
岩手県工業技術センター(集合研修・成果報告会)
受講料 1社50,000円

リーダーシップ研修

的確なリーダーシップを発揮できる人材を養成し、若手従業員のやる気を引き出すことにより、活力と生産性の高い工場づくりをお手伝いします。

内容 企業と経営組織、タスクマネジメント、リーダーの行動基準、リーダーシップ、コミュニケーション 他
講師 (株)エム・イー・エル 米沢 満穂
日程 平成18年7月(1泊2日)宮古会場、
平成18年10月(1泊2日)八幡平会場
会場 宮古市・グリーンピア田老(予定)
八幡平市・ホテル安比グラウンド(予定)
受講料 20,000円
宿泊料 10,000円

キャッシュフロー経営セミナー

費用、試算等財務管理面でのムダ取りを促進する「キャッシュフロー経営」を学び、財務管理の面から御社の競争力強化を支援します。

内容 経営分析とは、キャッシュフロー計算書の基本構造及び作成、経営改善の3つの指標 他
講師 税理士 榎山直樹事務所 榎山 直樹
日程 平成18年7月20・21日(2日間)盛岡会場
平成18年8月3・4日(2日間)宮古会場
会場 盛岡市・岩手県自治会館
宮古市・(未定)
受講料 20,000円

品質管理上級セミナー

TQM(トータル・クオリティ・マネジメント)の思想に基づいた「新QC7つ道具」その他の品質管理の最新技法を講習し、品質保証についてのエクセレントカンパニーへの成長を支援します。

内容 品質管理の全体像、パレート図・ヒストグラム図等作成、工程能力指数計算演習、新QC7つ道具 他
講師 玉川大学 大藤 正
日程 平成18年8月28～30日(2泊3日)
会場 八幡平市・八幡平ロイヤルホテル
受講料 30,000円
宿泊料 20,000円

工程カイゼン基礎講座

多品種少量生産に対応した工程管理・工程改善のポイントについて学ぶことにより、御社のカイゼンへの取り組みのきっかけづくりを行います。

内容 多品種少量生産における改善の方法、生産システムと問題点、工程管理、改善の進め方、これからの自社の課題 他
講師 (株)アドバンス経営 中田 耕治
日程 平成18年7月19・20・21日(3日間)
会場 盛岡市・岩手県工業技術センター(予定)
受講料 30,000円

品質管理基礎講座

生産性向上・競争力強化の「原点」である品質管理の基礎を学ぶことにより、御社の品質管理レベルの向上を支援します。

内容 品質管理の必要性、整理整頓の必要性、特性要因図作成(グループ実習)、系統図、標準化の基本的な進め方 他
講師 日本工場経営者協会 内山 昭夫
日程 平成18年5月25・26日(2日間)
会場 北上市相去・北上市基盤技術支援センター
受講料 20,000円

原価意識高揚セミナー

生産スタッフが原価情報を共有する仕組みづくりを学ぶことにより、原価低減の取り組みを促進して、競争力の高い工場づくりを応援します。

内容 財務分析、経営分析のポイントと考え方、データの活用と原価低減の着眼点、日時決算・原価計算演習 他
講師 西野税理士事務所 西野 光則
日程 平成18年8月1・2・3日(3日間)
会場 盛岡市・岩手県工業技術センター(予定)
受講料 30,000円

受注能力向上セミナー

「待ちの経営」から新規取引拡大・新事業開拓・新分野進出を積極的に行うための「提案型営業」のできる企業になるためのポイントやヒントを学びます。

内容 発注企業が求める協力企業像、提案型営業アクションプランの作成、アクションプラン実施のフォローアップ 他
講師 (財)いわて産業振興センター
下請中小企業アドバイザー 高橋 正典、吉田 馨
日程 平成18年6月8・9日(2日間)
10月6日(成果発表会・半日間)
会場 盛岡市・岩手県工業技術センター(予定)
受講料 30,000円

業務システム構築セミナー

ITを活用した生産管理・品質管理等の業務分析の考え方・手法を学ぶことにより、業務の効率化をサポートします。

内容 業務フローチャートの作成
自社の業務フロー改善策作成
自社業務システムの構築 他
講師 オフィス朝比奈 朝比奈 純一
日程 平成18年6月～9月(計7日間)
会場 盛岡市・岩手県工業技術センター(予定)
受講料 30,000円

ISO9001内部監査員養成講座

ISOの内部監査員を養成します。

内容 要求事項解説、監査計画書作成
不適合指摘、是正処置 他
講師 (株)高野テクノサービス 高野 清治
日程 平成18年9月20～22日(2泊3日)
会場 八幡平市・八幡平ハイツ
受講料 30,000円
宿泊料 20,000円

センターの賛助会員の皆様には、各コースの受講料が約20%引きとなっております。(但し、「ものづくりリーダー総合力養成講座」、「工場管理実践塾」は賛助会費分の割引で20,000円引きとなります。)また、1社から2講座以上受講いただいた場合、2講座目以降は20%引きです(賛助会員の皆様が2講座以上受講いただいた場合は、重複して割引します。)
平成17年度税制改正により、人材投資促進税制が創設され、教育訓練費を増加させた企業について、増加額の25%が法人税から控除されます。中小企業については、教育訓練費総額に増加率の1/2(上限20%)を乗じた額の控除が選択的に認められます。(いずれも法人税額の10%程度)
詳細はホームページで確認するか、電話でお問い合わせください。お待ちしております

お申込み・お問合わせ先 育成支援グループ TEL. 019-621-5390 FAX 019-621-5480
研修担当 E-mail: monoaca@joho-iwate.or.jp URL: http://www.joho-iwate.or.jp/kenshu

パソコン講座(無料・各1日間)

ものづくりアカデミーと異なる独自の講習会です。製造業の方に限らず、中小企業の経営者、勤労者であればどなたでも受講できます。

5月17日 ホームページビルダー講座
7月12日 ビジネスブログ講座
9月13日 ホームページビルダー講座
10月18日 エクセル入門講座
11月15日 ワードでつくるポスター・ちらし講座

講師はいずれもいわて産業振興センター職員となります。会場は未定です。お申し込みは育成支援グループ(上記)で承りますが、講座についてのお問合せは総務グループ(TEL.019-621-5380)をお願いします。



“ 麺の話 ” (第3話)

盛岡は麺のまちといわれ、様々な麺の楽しめるところです。特にわんこそば、盛岡冷麺、じゃじゃ麺の3種類が盛岡三大麺と呼ばれています。これに南部はっと鍋を加えて盛岡四大麺という方もあるようです。さらに最近ではいわての郷土料理であるひつまみ食堂で、またお土産品としてもよく見かけられるようになりました。

これらの麺類のうちわんこそばやひつまみは伝統的な郷土料理の発展したものと考えられますが、じゃじゃ麺や盛岡冷麺のルーツはもと中国や北朝鮮にあり、戦後新たに盛岡でアレンジされて発展してきた麺類です。また、南部はっと鍋は岩手県生めん協同組合が中心となって10数年前に伝統料理をもとに開発した新しい郷土料理です。

今回は特に盛岡冷麺に焦点を当ててお話しします。

【盛岡冷麺のルーツと特徴】

冷麺は朝鮮半島の北部で発達した食品です。朝鮮半島北部は南部と異なり、小麦があまり栽培されず、その代わりにそばなどが多く栽培されていました。そばやデンプンなどのようにグルテンを持たないものは、通常の圧延法で麺線にするのは難しいのですが、押し出し法では簡単に製麺できます。つまり、小麦があまり採れなかったことが、冷麺のような押し出し法による製麺が発達した原因の1つであるといわれています。

盛岡冷麺という名前が使われ出したのは昭和61年盛岡で開催された「にっぽんめんサミット」の頃からといわれています。しかしそのずっと以前からあ

の独特の食感を持つ麺は盛岡にありました。もともとは昭和29年盛岡で食道園を開業した青木輝人氏が北朝鮮の故郷ハムン(咸興)の味をベースに作り上げたのが最初といわれています。

韓国や北朝鮮の冷麺はそば粉を含むことが多いのに対して、盛岡冷麺は原料に小麦粉とバレイショ澱粉を使用することに特徴があります。また韓国の冷麺より太く、透明感があり、ゴムのようなかみ切れなほの弾力性があるのが特徴です。そのために、冷麺を最初に食べたとき、こんなゴムのようなのは食べられないと感ずる人が多いのですが、何故か食べ慣れるにつれてやみつきになります。

さて、それでは冷麺はどうやってつくられているのでしょうか。

【冷麺の製造法】

現在は主に以下の5つの方法で冷麺が製造されています。

- ①油圧押し出し法
- ②蒸練機を用いる方法
- ③単軸エクストルーダを用いる方法
- ④真空麺帯機を用いる方法
- ⑤通常のロール圧延による方法

食堂用の冷麺は主に①油圧押し出し法により製造されています。まず原料となる小麦粉とバレイショ澱粉を混合し重曹を入れたお湯でミキシングします。次に熱湯で練ることによりできた生地をシリンダーに入れて高圧で押し出します。シリンダーの下にはお湯を沸かしておき、麺が押し出されると同時に麺が湯の中で茹で上げられます。

主にお土産用や業務用として開発

されたのが②～⑤の方法です。この中で、③単軸エクストルーダを用いる方法は、当センターが岩手県乾麺工業協同組合と共同で開発した方法であり、もともとは韓国で行われていた乾燥冷麺の製造法を導入してそれに改良を加えてできたものです。

単軸エクストルーダはスクリューにより生地をダイの穴から高圧で押し出す装置であり、生地を連続的に投入できるために、大量生産に向く方法です。油圧押し出し法が熱湯を用いるのに対し、水で練って生地をつくり装置に導入します。生地が、スクリューとパレルの間を高圧で通過する際の摩擦熱により発熱して、糊化し麺線となるといふ、外部に加熱装置を持たない独特の装置です。

ダイの穴から吐出した麺線は、ベルトコンベア上を風で冷却されながら搬送され、冷却後裁断し包装されます。

当センターでは、この冷麺製造装置の機械特性や、麺の保存技術、原料となるデンプンや小麦粉の種類などについて研究し、成果を上げました。

盛岡冷麺は最初は盛岡で開業した一食堂から始まりましたが、その後、徐々に食堂も増え、それと平行してお土産用冷麺の開発も行われてきました。

食堂とお土産品双方が影響しあい、特産品として成功してきた一例であり、食文化的にも興味深いものがあります。

以上、麺についてあれこれ述べてきましたが、当センターは今後も岩手の食文化と食品産業の維持発展のために企業の皆様を支援していきたいと考えております。

お問い合わせ先

岩手県工業技術センター 企画デザイン部
TEL 019-635-1115 FAX 019-635-0311
URL <http://www.pref.iwate.jp/kiri/>
E-mail CD0002@pref.iwate.jp

11R1 Letter 

お知らせ 日頃のご愛読ありがとうございます。「産業情報いわて」は次号より装いも新たに生まれ変わります。今後ともよろしくお願ひ致します。

産業情報いわて 2006年3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) TEL.019(621)5380 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)