

▶▶ 中小企業の未来を創造する信頼のパートナー

アクセス埼玉

ACCESS SAITAMA

7

2024 July
No.328



株式会社ゴーキンの三吉弘通社長

特集

海外展開を考える

インタビュー

町工場、自社製品開発で世界を目指す！

株式会社ゴーキン

特集	1
海外展開を考える	
特集見たらプラスワン！	7
世界を彩る「埼玉ビジネス」海外展開プロジェクト	
インタビュー	8
株式会社ゴーキン 代表取締役 三吉 弘通 氏 町工場、自社製品開発で世界を目指す！	
わが社のワンポイントPR 公社会員紹介	10
(株)永沢工機 (株)タテノ (同)Dipps オーク精密(株) エレビスタ(株) 十条ケミカル(株)	
企業紹介	12
小原歯車工業(株) (川口市)	
改めて振り返るデジタル技術	13
第4回 JPG？PNG？HEIC？ 画像ファイルを理解する	
改善っておもしろい！	14
第4回 聞くは一時の恥、聞かぬは一生の商談不成立	
サーキュラーエコノミー便り	15
サーキュラーエコノミー：やれることは今すぐにも始めませんか	
企業と法律Q&A	16
下請法違反の実例	
トピックス	17
経営革新デジタル活用支援事業補助金 経営革新グリーン分野進出支援事業補助金	
information	18
○サーキュラーデザイン研究会および補助金のご案内 ○経営戦略シリーズ研修 ○埼玉県スマート農業×ロボティクスセミナー・展示会 ○埼玉県産業技術総合センターのデザイン支援	
創業者紹介 埼玉で起業した人・ひと・ヒト	19
Flower the Day 池田 祐美子さん	
埼玉の造り手	20
Vol. 34 (有)藤橋藤三郎商店	


今月の表紙



株式会社ゴーキン

広告


埼玉県信用保証協会は
皆さまの資金繰りや事業のお悩みの解決をサポートします



埼玉県信用保証協会

当協会ホームページをご覧ください

埼玉県信用保証協会



求人・人手不足に
お悩みの
事業主様へ！

シニア世代の
豊富な
経験と知識
活かしてみませんか

事務分野

- ・一般事務
- ・経理事務
- ・受付案内業務

専門・技術分野

- ・保育補助
- ・介護補助

サービス分野

- ・調理補助
- ・品出し、接客、レジ

屋内外の一般作業

- ・梱包、包装、荷出し
- ・製造業の検品や仕分け

公益財団法人いきいき埼玉では、シニア世代の就業機会の拡大を図るため「**シルバー派遣事業**」を実施しています。経験豊富なシニアの力を皆様の職場で活用しませんか？



公益財団法人 **いきいき埼玉** 〒362-0812 伊奈町内宿台6-26
(埼玉県シルバー人材センター連合) 埼玉県県民活動総合センター内



お問い合わせは所在市町村のシルバー人材センターへ
TEL **048-728-7841** FAX 048-728-2130

海外展開を考える

株式会社 Up's Consulting
代表取締役 村岡 滋

1. 現在の外部環境と海外展開を考える

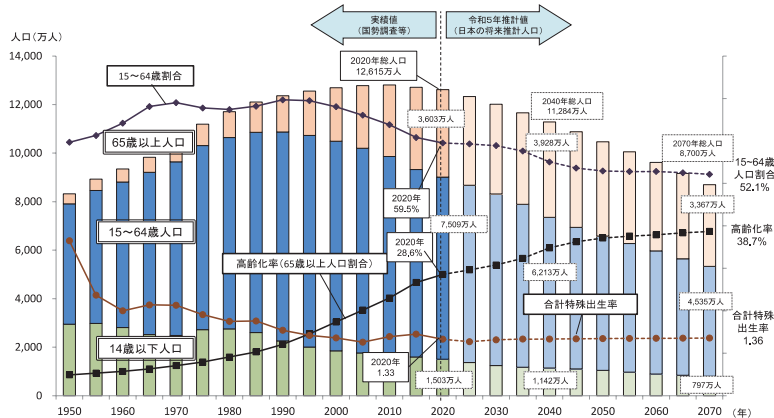
新型コロナウイルス感染症が2023年5月から5類への移行したことにより、リアルビジネスが復活して1年が過ぎました。海外では2022年8月からフランスが、9月には米国など、他の国々は日本よりも早くリアルビジネスに戻り、海外展開の相談や展示会など、早くから動き始めていました。今回は今後のビジネスを考えていく中で重要な、海外展開について考えていきます。

事業を行う上で、自社の市場動向という外部環境をマクロの視点から考えることも重要です。今年4月1日現在、子どもの数が1950年以降では過去最少の1,401万人となりました。そして、日本の人口は2020年の1億2,615万人から2040年には1億1,284万人、2070年には8,700万人と急激な縮小が予想されています。同時に国内需要の中心となる生産年齢人口(15~64歳)の2020年は7,509万人、高齢化率(65歳以上)28.6%だったものが、2070年には

4,535万人、高齢化率38.7%と予想されています(図表1)。世界人口はアフリカなどを中心に2022年に80億人を超え、2058年には100億人を突破するといわれています。つまり、国内需要だけでは先細りとなり成長が難しい時代に入っていきます。

また、2022年3月中旬から始まった急激な円安は10月には150.18円まで急落し、さらに今年4月29日には160円台となったことは記憶に新しいところです。背景には日米の金利差など、いくつか

図表1 日本の人口の推移

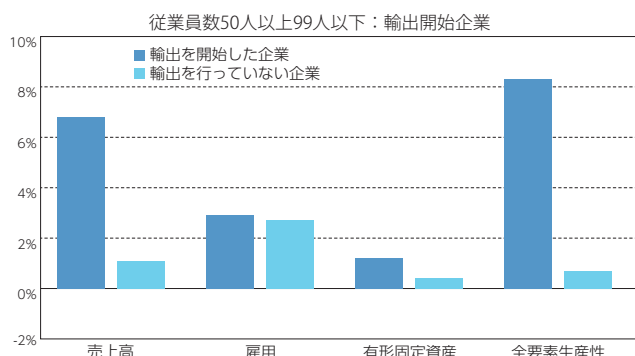


出典：厚生労働省 https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_21481.html

の要因がありますが、事業環境としては資源価格に加え、輸入製品や輸入原材料も大きく高騰しました。輸出企業にとって円安はメリットとなり輸出量の増加や値上げもできたと聞きますし、営業利益を大きく伸ばしている企業の中には輸出関連や海外展開をしている企業が多くありました。

経済産業省の通商白書2023「企業の海外展開が我が国経済に及ぼす影響の再検証」(第Ⅱ部第2章)では、従業員数50人以上99人以下の輸出開始企業および、製造業の海外直接投資開始企業の輸出・海外直接投資開始から5年後の売上高、雇用者数、資本ストック、全要素生産性の変化率に注目して検証した結果、輸出をしなかった同規模の企業と比較して効果が大きいこと分かります。円安をチャンスと捉え、新たな市場や成長機会を目指して海外展開を改めて考える必要があります(図表2)。

図表2 海外展開開始による効果(5年後の成長率)



出典：経済産業省 通商白書 2023
<https://www.meti.go.jp/report/tshaku2023/2023honbun/i2240000.html>

2. 海外展開を進めるポイント

(1) 海外展開は「新規市場開拓」

私が受ける相談では①「取引先から海外工場のそばで生産してほしいと要請を受けた」という顧客が既にある場合、②「当社製品は日本市場よりも海外市場を見据えている」といった現地販売検討の二通りの海外展開相談がよくあります。

①では、現地で顧客が存在していますので、売り上げ見込みがあり安心です。しかし、多額の投資をして現地に事業所を設立しますので、販売先を1社依存ではなく、数社持つ準備が必要です。

②では、実際に事業を進めていく上では、消費者向け(B to C)と事業者向け(B to B)がありますが、マーケットの様子を確認して事業計画を策定することをお勧めします。

これまで取引のない海外市場(現地)で製品を販売する海外展開は「新規市場開拓」です。国内事業の新規市場開拓においても自社製品やサービスが好評で販売拡大が進むと、自社にとって未知の分野や業界での販売が始まることがあります。新たな業界に参入することで業界における専門用語や法規制、考え方の違いに驚くことがあります。海外展開を進める中では言語の違い、時差、カントリーリスクといった違いはありますが、基本的な考え方は国内の新規市場開拓と同じです。

図表3 J-FILE



出典：ジェトロ <https://www.jetro.go.jp/world>

(2) どこどの国と取引するのか

まずは、どこどの国と取引するか検討することは重要です。「お客様からマーケットがあると聞いた」「展示会を見学したことがあり可能性がありそう」という国でもよいと思います。自社の製品やサービスと似たものが流通していたり、現地で利用されていたりすることが確認できれば、十分に市場としての可能性はあります。裏付けには市場調査が必要で、よく使うものとして「貿易統計」は数量や金額が集計され便利です。各国大使館や商工団体の方に相談することも国ごとのマーケットや規制情報など入手するのに有効です。設備投資するときなどは税制優遇などがあるので、現地で確認・相談することも必要です。ただし、国によっ

て対応は違いますので十分注意してください。

ジェットロ（日本貿易振興機構）のサイトに、支援サービスとして、国や地域別に情報がまとまっている「J-FILE」があります（図表3）。基本情報の他に日本との関係、地域・分析レポート、輸出入に関する制度や投資相談など、さまざまな情報があり最初に情報収集するにはとても有効です。

（3）法規制

海外で販売するときに注視しておきたいのが、法規制です。相手国の法規制もですが、まずはわが国の法規制を確認することが重要です。特に外交政策の一環である「国際輸出管理レジーム」のもと、武器に使われることがないように経済産業省が貿易管理をしています。この中には「安全保障貿易管理」「リスト規制」「キャッチオール規制」があり、武器や軍事製品に転用可能な貨物・技術については厳しく規制しテロリスト等に渡ることを防ぐため協調して輸出等の管理を行っています。

（4）その他規制

■食品関係

農産物や食品貿易は国家間の合意となっており、農水省や厚労省に確認が必要です。基本は二国間合意ですので、相手国によって違います。残留農薬基準や食品添加物等の規格は日本では一般的でも、海外とは常識が違うので注意が必要です。私の経験でも日本独自の調味料である「鰹節」が問題となったことがありました。

■有害物質

EU（欧州連合）では「RoHS指令」（電気・電子機器などの特定有害物資の使用制限に関する法律）や「REACH（Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals）規制」、化学物質の総合的な登録や認可、仕様制限の制度があります。

■電気製品の認証（規制）

日本における電気用品安全法（PSE）のように各国においてルールがありますので、現地の規制に対応する設計と認証が必要です（図表4）。

図表4 主な国の電気製品の認証



出典：筆者作成

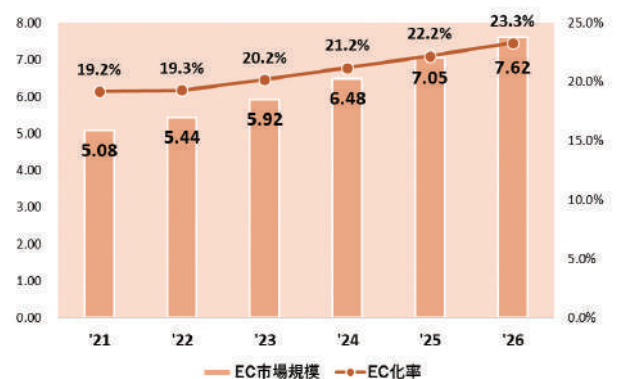
3. どうやって販売するのか

（1）越境EC

越境EC（越境電子商取引）とは、簡単に言えばインターネット上で商取引（売買）が行われるものとなります。越境ECはコロナ禍を超え、大きく伸びています。

経済産業省の調査によれば、小売り分野ではありますが、EC市場規模とEC化率に関する推移を表したものが図表5のグラフです。世界的な新型コロナウイルス感染症の拡大とともに大きく拡大し、2022年の世界のBtoC-EC市場規模は5.44兆USドル（1ドル＝150円換算で816兆円）、EC化率は19.3%と推計されています。2023年以降の数値も予想値ではありますが、EC需要は増加とEC化率の上昇は継続し2026年には7.62兆USドル、（同1,143兆円）EC化率は23.3%にまで上昇すると予測されています。今後、海外展開を考える場合、小売り分野だけではなく、BtoB分野も含めてEC化が拡大していくと思われますので、ECを前提とした販売方法も取引手段の重要な一つになると思います。

図表5 世界のBtoC-EC市場規模（単位：兆USドル）



出典：経済産業省「令和4年度電子商取引に関する市場調査報告書」

越境ECを進めるには自社のサイトで販売、モール型のショッピングサイトでの出店の2種類があります。自社サイトを構築するのであれば、多言語化と同時に決済方法を考える必要がありますが、決済はセキュリティを高くする必要がありますので「Stripe」や「PayPal」といった専門のサイトと連携することは有効です。モール型に参加する場合は、日本では「Amazon」や「楽天市場」がありますが、輸出対象国によってサイトがいろいろありますので、調査し比較して考えましょう。例えば、米国ではAmazonとeBay^{イーベイ}が、中国ではTmall Global（天猫国際）とJD worldwide（京東国際）が大手になり、日本でも使えるのでご存じの方も多いと思います。しかし、ヨーロッパではAmazonとZalando、シンガポールやタイではShopeeとLazadaのように日本では知られていない大手ECサイトがあります。

(2) 展示会

図表6 「MAISON & OBJET」会場入り口



昨年から海外各地でリアルな展示会が復活し始めました。私も企業支援で今年1月にパリで開かれた世界最大級のインテリア展示会「MAISON & OBJET」（図表6）に参加しました。今年は日本から93社の出展があったとのこと。主催者発表では、来場者も前回と比べて増加し、非常に熱気あふれた展示会となっていました。日本からは個社出展もありますが、県単位の出展も多くありました。展示会は渡航費など経費もかかりますが、直接顧客と話すことでニーズや受け入れられる価格帯、実際のディストリビューターとの情報交換などの販売チャンネルに関する情報も得ることがで

き、販売の可能性を探るよい機会です。

海外で開催される展示会と日本で開催される展示会では大きな違いがあります。それは「展示会開催前に、面談のアポイントを入れる」ことです。国内の展示会は来訪者の訪問を「待つ」という姿勢が多いですが、海外では出展社のリストから先にアポイントを入れて積極的に商談をします。自社にも事前にアポイントメールが来ることもあるので注意が必要です。

(3) 実際に販売をする

消費者へ直接販売する場合や企業を相手に販売する場合でも商取引には取引先の与信の課題があります。日本国内のような与信調査はできないので、海外展開の開始時は前金販売を前提で進めるか、販売代理店などのビジネスパートナーを活用することから始めていくことをお勧めします。ビジネスパートナーの主なものを説明します。

■日系商社の現地事務所：国内の商社と現地事務所の販売力を活用します。言葉の問題もクリアでき、物流業者とも密接なので、物流から金融まで国内取引として扱うことができるため、初めての海外輸出などで強い味方です。

■ディストリビューター：現地マーケットに精通した商社機能を持った企業です。基本は自社で在庫リスクや物流対応し顧客であるメーカーや小売業者に販売をします。

図表7 ディストリビューターのイメージ

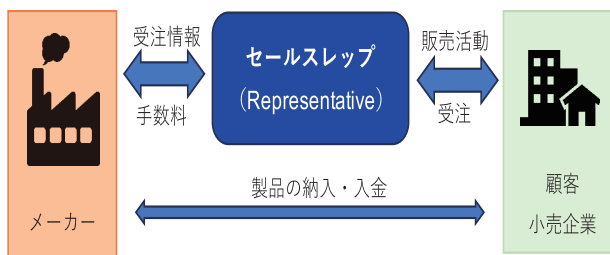


出典：筆者作成

■セールスレップ：販売代行業者（エージェント）で、在庫や物流機能は持たず販売量に合わせ手数料を得る事業者です。小規模の企業が多く、マーケットの状況が分からないときには有効な販売ルートになります。

海外展開を進めていく中ではビジネスパートナ

図表8 セールスステップのイメージ



出典：筆者作成

一存在は重要であり、特にアフターケアに関してはしっかり説明し、現地に対応できるような仕組みが必要です。いかに販売力を持った優秀なビジネスパートナーを見つけることができるかが海外事業を成功するポイントとなるでしょう。

4. 取り組んでいる企業の動向や事例

(1) 株式会社武蔵野ユニフォーム (行田市)

資本金1,000万円 従業員25名

1960年にズボンの縫製や販売で創業、主な国内衣料品メーカーの商品の卸・小売販売を開始。2012年に世代交代に伴い、対面営業+ネット通販(楽天市場、Amazon、YAHOOショッピング)などを利用し、販売チャネルを増やしました。「地域活性化の一助になる！」を会社の社是に入れていた同社は、産業を活性化することで、雇用の創出、従業員の定住で人口増加につながることを考え、「作業服の販売と足袋の拡販」を推進しました。背景には国内外の着物好きな若者がいる、一方で行田が足袋の産地でありながらも、最盛期には30を超える事業所が平成26年には5カ所まで減少していたことから地域活性化には「足袋」が必要と考えました。道のは厳しく、サムライ足袋「SAMURAITABI」の開発当初は足袋職人さんから「こんな柄で足袋をつくるの?」「こんな売れるの?」「誰が履くの?」最終的には「この生地、目がチカチカするんだよね」などと言われたそうですが、背景を説明し理解いただきながら製造していただいたそうです。大きな転換は2014年サンマリノ共和国駐日大使がサンマリノ神社を現地に建立することとなり、SAMURAITABIが式典に採用されたことです。小



フランスのポップアップショップの販売員さんと

松社長は「海外市場も可能性があるのではないかと考え自ら市場調査に乗り出しました。

まずはジェットロを活用しフランスとドイツで市場調査を実施。現地からも和食ブームや親日性などから可能性があるとの報告を受け、SAMURAITABIを展示会やポップアップショップで販売開始しました。2015年と2018年から毎年(2020年21年はコロナ禍で中止)、「Japan Expo」(フランス)に出展し、現地のニーズや嗜好性をヒアリング。ポップアップショップ(期間限定店舗)では陳列販売をし、現地の方の興味や販売までつながるかどうかを調査していきました。その後も積極的にSAMURAITABIの販促活動を継続し、商工団体による海外調査なども活用。米国、台湾、マレーシア、シンガポール、オーストラリアへ調査やテスト販売を実施し、調査を継続していきました。2018年には「ふるさと名品オブ・ザ・イヤー『地方創生賞』」を、2020年度「埼玉グローバル賞」を受賞、併せて「埼玉親善大使」を委嘱されるまでになりました。

各国のJapan ExpoやJapan Fairのような日本をテーマにした展示会で足袋の作り方の実演や、社長自らスーツに足袋を履いて営業をしています。2019年には「GYODA “TABI” COLLECTION in Paris 2019」と称しフランスでコンテストも開催。ドイ



GYODA “TABI” COLLECTION in Paris

ツでは日本文化を集めたイベント「日本デー（JAPAN-TAG）」に出展。ステージでは、「SAMURAI TABI COLLECTION 2019 in Düsseldorf」を開催。台湾ではコロナ禍の2021年9月に現地法人を立ち上げ、11月には現地スタッフのみで「埼玉150周年記念フェア in 台湾」を主催。「毎日埼玉マーケット」を開催し足袋の魅力と新しいファッションを紹介して多くの現地の方に参加いただき、好評を博しています。また、商品企画へ社員が全員参加することで、社内一体での取り組みを進めコラボ商品（富嶽三十六景やクレヨンしんちゃんなど）も開発しています。現在は台湾とフランスを中心に販売活動を進めており、台湾では販売代理店と販売拡大をもくろんでいます。プロダクトアウトではなく、現地のニーズに合った製品開発とお客様目線の意識を強化し、拡大を続けています。

（2）株式会社ワイ・エス・エム（八潮市）

資本金1,000万円 従業員6名

1992年に板金加工業として創業した同社は、マンションの金属製ポスト等の建築金物の下請けが中心でした。八島社長は下請けからの脱却を検討する中で、10年以上前から次世代照明と期待されていたLED照明に注力し店舗や建築内装の特注照明へと舵^{かじ}を切り自社製品としての開発製造事業もスタートしました。その頃マッチング会で出会った若手デザイナーとオリジナルデザイン照明を開発し「市場競争力と高いデザイン性を持ち合わせる全く新しいワクワクする照明のブランド化」を事業計画の中心とし活動を開始。その後、2014年から国内展示会に出展、ジェットロ主催の海外バイヤーを集めた展示会「コノシール・トウキョウ・デザイン製品バイヤー招へい商談会2017」で有名な欧州美術館のバイヤーから「君たちの商品は面白い、ヨーロッパで販売したら？」と声を掛けてもらったことから海外展開を初めて意識したとのこと。しかし大きな課題は「CEマーク」の取得（前述のEUの電気製品における認証）であり、輸出するには必修条件でした。この取得には百万

円単位が必要ということで八島社長は東京都立産業技術センターや埼玉県産業技術総合センターのセミナーの参加や相談を行った結果、自力で製品テスト等実施しCEマークの宣言をしました。その後はバイヤーに言われたことを信じ、海外展開を進めるために、ジェットロの専門家制度を活用しアドバイスを受けながら、製品価格の設定、英文カタログの準備、英語メールに対する対応など一歩ずつ対応していきました。その後2019年からジェットロの協力も得てフランスの展示会「MAISON & OBJECT」にも出展しました。ここでも課題はブースです。現地業者をお願いし日本国内同様に凝ったデザインをすれば、約100万円以上の費用が必要です。同社は費用を削るために国内で用意できるものは作製し持参。数日前に現地入りし設計したブースデザインに合わせ、ホームセンターで板材と塗料を購入し自分たちでブースをつくることにして対応しています。その後、2020年、2023年、2024年と継続して出展しています（21、22年はコロナで中止）。



（左）製作途中と自社制作した出展ブース

海外売り上げを徐々に拡大しているのは、iF（インダストリアルデザインのオスカー賞と呼ばれるコンテスト）を受賞したことで自社製品のブランド化ができ、効果が大きかったとのこと。結果、毎年訪れてくれるバイヤーもでき始め、BtoBの特注照明を事業のベースとしながらも、国内有名セレクトショップやルイ・ヴィトン美術館（フランス）など海外のミュージアムショップに代理店を通じBtoC販売を行うことができました。

現在は海外展開により技術のブランド化ができ、技術力の必要な難しい仕事やデザイン性に優れた



iF デザインアワード 2021 を受賞

商品開発の問い合わせも増え、角川武蔵野ミュージアム（所沢市）の照明や有名商業施設の照明なども手掛けるようになりました。副産物として、同社のホームページやSNSでの活動を見て、若い人が入社希望の連絡をくれることがあり、期せずして若手の採用ができたこともあります。八島社長はこの先に向けた特注照明の営業ツールとしてWeb会議も活用しながら商談を実行しています。

5. まとめ

外部環境は非常に厳しい状態ですが、目を海外に向ければさまざまな可能性も増えます。取り組むためのポイントを、次に述べます。

(1) 経営目標、経営計画はあるか

貴社の経営目標・経営計画において「自社は〇〇で世の中に貢献している」貢献ポイントは明確ですか、海外市場でもお役立ちができるのか、ニーズがあるかを確認します。計画や調査なしで海外に行って販売しても売れるものではありませんし、国内で売れないものが海外で売れるということはありません。海外のお客様にはどんな背景でこの製品やサービスが開発されたか、お客様にどんなメリットを与えることができるかをストーリーで明確に伝えることが重要です。

(2) 「3年は継続する」

1年目から引き合いが来ると考える方が多いかもしれませんが、大事なのは3年継続することです。「以前、海外の展示会に出てみたが結果がなかったからやめた」という話を多く聞きます。海外のバイヤーも海外展開に本気か分からない企業と取引することは少ないです。1年目は貴社の存在を来場者も知る、2年目で取り組みの本気度を見る、3年目に初めて本格的な商談に結び付くというのが、私の実感です。皆さんも将来を見据え海外展開を検討してみましょう。

特集見たらプラスワン！



世界を彩る「埼玉ビジネス」海外展開プロジェクト

公社では、海外展開を目指す県内企業の裾野拡大を図るため、高い成長が見込まれる海外マーケットへの販路拡大に向けた支援を実施します。ぜひ、ご活用ください！

<https://www.saitama-j.or.jp/overseas>

海外展開に関する相談対応

「**埼玉県海外展開サポートデスク**」を設置し、海外展開に関する相談に対し、ジェトロ埼玉をはじめとする他の支援機関と連携を図りながら、海外マーケティングに詳しい専門家が対応します。



海外展開に向け、つなげる場を提供

「**海外マーケティング推進コンソーシアム(仮称)**」を設置し、海外展開に向け、企業同士や支援機関等がつなげる場を提供します。

「マーケットイン」視点による海外マーケティングリサーチの取組支援

- **海外マーケティングセミナーの開催**
海外マーケティングの最新情報やノウハウ等を学ぶセミナーを開催します。
- **海外テストマーケティング支援**
海外でポップアップショップを展開し、海外バイヤーの評価に基づいた商品改良等に向けたテストマーケティングの機会を提供します。
- **海外向け商品改良支援事業補助金**
海外バイヤー等の評価に基づく商品改良に係る経費の一部を補助します。
- **海外展示会出展支援事業補助金**
海外展示会等への出展に係る経費の一部を補助します（令和6年度募集は終了しました）。

問合せ先 公社 取引支援グループ
TEL 048-647-4086
E-mail sbsc@saitama-j.or.jp





「町工場、自社製品開発で世界を目指す」と話す三吉社長

自社製品開発に当たり、埼玉県産業技術総合センター(SAITEC)の支援を受け、「Gokin Peg」を製品化した同社の三吉社長に話を伺いました。

■貴社の概要について、教えてください。

三吉 昭和35年、父が砂型の真鍮^{しんちゅう}鑄物で創業しました。その後、自動車のワイパーブレードの部品の他、船舶用、電管用、飛行機用も製造しました。この部品製造は値段も凶面もお客様から決められたもので、面白みが少なく、現社名に変更した平成8年に私が2代目社長に就任するとともに、売り上げの80%から90%を占めていた自動車部品をやめ、自動車以外のダイカストの製造に切り替えました。その後、リーマン・ショックが起きてダブルパンチでしたが、倒産や廃業する会社の仕事が多く舞い込んできて、1個でも100個でも受注して、それが当社のスタンダードになりました。車の部品製造会社は少量の仕事はやらないので、当社は他の会社と逆の方向で少量に特化しました。現在は自動車部品、電気部品、自転車部品（現在は撤退）、建築金物、医療部品等を製造しています。

株式会社ゴーキン



所在地 比企郡川島町八幡6-6
代表者 代表取締役 三吉 弘通 氏
事業内容 アルミダイカスト製造
精密加工およびダイカスト金型の設計製作並びに販売
資本金 1,000万円 従業員数 15名
TEL 049-297-5231
<https://gokin.co.jp>
<https://gdp.gokin.co.jp> (Gokin Peg)

■自社製品開発のきっかけから教えてください。

三吉 今回の仕事は、すべて頼まれた凶面で物をつくっている下請けです。下請け脱却のため、国の「ものづくり補助金」にチャレンジしましたが、不採択でした。その後、令和2年にSAITECのデザイン塾の対談セミナーに参加して、デザイナーと企業とが関わることの優位性を感じたので、SAITECに「自社製品を開発したい」と相談しました。まず、会社の見せ方の整備から、ホームページを刷新するところから始めていきました。

■自社製品の開発の経緯について

三吉 令和3年度にSAITECのデザイン支援事業であるフォローアップ事業を活用し、デザイナーとSAITECのデザイン職員とのチームで開発を進めました。開発に当たっては、自転車ペダル製造の経験から耐摩耗性に優れ、粘りがあって割れない当社の強みのアルミ素材ADC6で、製品化を検討しました。当社の特性を生かした市場で受け入れられる物、情熱を注ぎ込める物ということで、以前から大好きなキャンプ用品にした

町工場、自社製品開発で世界を目指す！



アルミダイカストはアルミの塊を溶かして型に入れ、冷やして固める製造方法。製造時に出た不要な部分は溶かして再び材料となるので、廃棄物がほとんどなく、リサイクルできる地球に優しいエコな製造技術



Gokin Peg はグッドデザイン賞を受賞

(右上)初心者に優しく上級者も使いやすいアルミ
鋳造ペグ「Gokin Peg」

(下)アルミ鋳造ペグハンマー「Gokin Hammer」



いと思い、さまざまなキャンプ用品を検討した結果、当時はコロナ禍でキャンプが流行していたこともあり、テントやタープを張る際に使うペグを開発することとなりました。

■「Gokin Peg」について、教えてください。

三吉 ペグは通常、鉄の鍛造できていて重いのですが、当社のGokin Pegはアルミできており、非常に軽量です。大きなヘッドで打ちやすく、初心者の方でも使いやすく、つくられています。使えなくなったペグは回収して溶かすことで、元の素材に戻すことが可能です。このようなサーキュラーエコノミーのものづくりも製品の価値として取り入れることで、昨年の10月にグッドデザイン賞を受賞することができました。

イベントに出展し、数多くの引き合いがありました。個人やアウトドアショップ、キャンプ用品店、キャンプ場、テントメーカーに売っていきたい。昨年4月から販売を開始して、アウトドアショップとキャンプ用品店で取り扱いが始まっています。さらに、軽くてもしっかり打てるアルミ鋳

造ペグハンマー「Gokin Hammer」も開発し、近々発売します。

■今後の展開・抱負は

三吉 米国の知人がGokin Pegを米国で販売したいということになり、米国の展示会に出展し、販売も行っていきたい。お客様と話すと自分たちが考えていないことを提案していただけるので、製品開発に有用です。われわれ中小企業のものづくりの会社は、何か自社製品をつくりたいのですが、きっかけがないのです。私はそんな方にS A I T E Cに相談してみればと、紹介しています。

Gokin Pegの製品化はまだ自己満足のレベルです。これからどうやって売っていくかが最重要課題です。グッドデザイン賞という外部の専門家の客観的評価をいただいたので、それを強みに販売していきたいです。そして、新しい自社製品を開発していきたいです。自分一人だけだと、アイデアが湧かないので、展示会に出展・参加したり、S A I T E Cに相談したりして、町工場でも、自社製品開発で世界を目指したいと思っています。

株式会社永沢工機

<http://www.nux.co.jp>

シートメタル加工のオーダーなら試作品から短納期のものまで

福島県福島市飯坂町平野 3-1
TEL 024-542-3190
資本金 1,000 万円
従業員数 55 名

■事業内容

- 精密板金
- 防災セキュリティ機器
- 医療・分析・測定機器
- 半導体製造装置
- 金融機器
- TV局用モニタラック
- 電子顕微鏡制御ユニット
- 機構部品の製造・加工

■鉄やアルミ、ステンレスなど、さまざまな形状の精密板金加工を行う会社です。医療機器、分析機器、測定器機など、特にステンレスのケースが得意です。小さな部品から大型の製品まで、設計から、ブランク加工、ベンダー加工、プレス加工、スポット溶接、組み立てまで、それぞれ専門のスタッフによる高品質なものづくりを行っています。リードタイムを劇的に短縮した永沢流「まとまる台車」生産方式で、短納期&高品質を実現しています。



自社ブランドのたき火台
マウンテンサークル MARU 01

株式会社タテノ

<https://ttn-tateno.co.jp>

特殊切削工具の総合メーカー

朝霞市下内間木 52-1
TEL 048-456-2671
資本金 5,000 万円
従業員数 85 名

■事業内容

工具製造業

スローアウェイインサート(チップ)、センターレスブレード(ワーキングレスト)、特殊切削工具、特殊ホルダー、超硬ゲージ、省力化装置、機械部品、治具等

■朝霞市の本社の他、鹿児島九州工場で主に特殊工具の製造を行っています。現地法人として、トルコに営業所と工場があります。自社ブランド製品の他、特殊品の設計から製造・検査まで幅広く手掛けています。「タテノと言えば、センターレスブレード」と連想されるかもしれませんが、ブレードだけでなく、超硬材とスチール材を接合するロウ付け技術も確かなものがあると好評です。一点ものから多ロットまで、幅広く対応できます。



合同会社 Dipps

<http://www.dipps.jp>

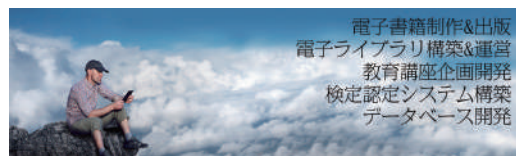
企業の情報をDXで資産化 導入相談から開発、運用までノンストップで実現します

東京都文京区湯島 3-10-9
沢井ビル3階
TEL 03-5846-9191
資本金 50 万円
従業員数 3 名

■事業内容

- e社報・e機関誌・e広報誌・eマニュアル・eカタログ制作
- eライブラリ開発
- データベース開発
- 教育教材システム開発
- 生成AIアプリ開発

■2010年創業。2015年にデジタルブックとデータベースを統合した「デジタルライブラリ」システムによる会員制電子書籍ライブラリ「Toss Media」の運用を開始以来、10年の運営実績、ノウハウを提供しています。オリジナルのデジタルブック制作・電子出版社運営、ディープラーニングDB受注業務を経て生成AIを活用したサポート業務を開始。受託開発はもとより、事業計画・開発計画立案、トータルコンサルティングなど、さまざまなフェーズでのご依頼にお応えします。



オーク精密株式会社

<https://oak-sb.co.jp>

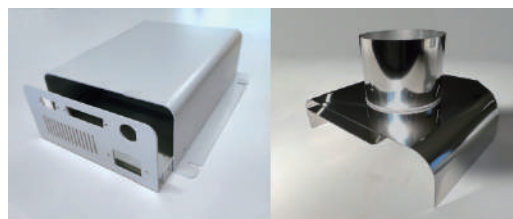
各種板金・設計・製作・ステンレス全般

日高市鹿山853-3
TEL 042-989-7861
資本金 1,000万円
従業員数 24名

■事業内容

- 各種板金加工（精密・一般）、BOXカバー設計製作
- 各種フレーム筐体、製品組み立て、機械加工一式
- 各種表面処理（メッキ、塗装、彫刻等）

■平成元年から各種板金・溶接を中心としたものづくりを行っています。板金加工、機械加工、メッキ処理、塗装、シルク印刷を一貫して受注可能です。製品は、日常生活で使用するものから機械設備の部品まで、幅広く活用されています。幅広いニーズに対応するため、コミュニケーションを密に行い、高いチームワークで製品づくりに取り組んでいます。近年では業務のDX化を進め、生産性向上・情報共有・不良数減少に取り組んでいます。



エレビスタ株式会社

<https://erevista.co.jp>

“もっとも”を目指すWEBベンチャー

東京都中央区東日本橋 2-7-1
Frontier 東日本橋 2階
TEL 03-6263-2723
資本金 425,001,750円
従業員数 89名

■事業内容

- WEBサイト制作事業
- WEBマーケティング事業
- システム開発事業
- 卸売業および貿易業

■参入する分野は「エレビスタが考える“もっとも”がある」×「デジタル」です。太陽光発電投資売買サービス「SOLSEL」や保有する太陽光発電のデータをより見やすく一元チェックできる「まとめてソーラー」などのサービス提供、クライアント収益につながるROI・ROASフォーカスのマーケティング展開、SDGs情報サイト「スペースシップアース」の運営などを行っています。今後も、常にベンチャー企業として挑戦の姿勢で事業展開をしていきます。



太陽光発電投資売買サービス。高圧・低圧問わず、日本最大級の投資数が集まり、ワンストップで完結することを目指している

十条ケミカル株式会社

<https://www.jujo-chemical.co.jp/j>

スクリーンインキ技術を核に、さまざまな産業へ応用可能な新しい製品を提供

東京都北区赤羽西6-10-22
TEL 03-3907-3161
資本金 6,000万円
従業員数 193名

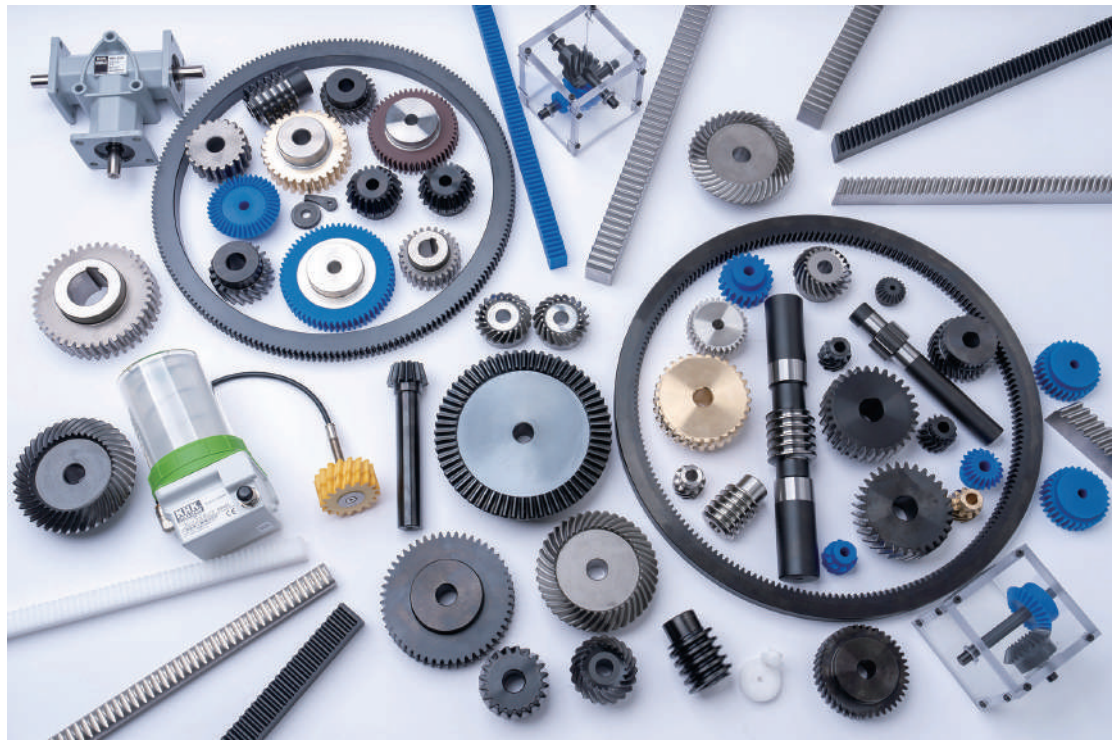
■事業内容

- スクリーン印刷用インキ製造・販売

■1957年の創業以来、スクリーンインキ技術のパイオニアとして、数々の実績を蓄積。印刷分野だけではなく、製造業、電子デバイス、医療など、さまざまな領域で応用可能な技術を提供しています。スクリーンインキの他に、レイキュアーインキや表面加飾用UVクリアー、溶剤型インキなど、多種多様な製品を取りそろえています。これまで培ってきた知見やデータで、お客様の求める色や質感、機能、用途に合った製品をご提案します。



小原歯車工業株式会社



■80年以上の経験、未来をつなぐ歯車「KHK」

標準歯車のメーカーとして、高品質な製品を提供し続けるリーディングカンパニーです。1935年の創業以来、80年以上にわたり蓄積された技術力と経験を基に、産業機器の心臓部となる歯車を設計・製造しています。

■高品質の歯車を安定供給して産業を支える

高精度、高品質な製品の提供を行うために、常に最先端の設備を導入し、設計から製造まで一貫した生産体制を整えています。ISO9001並びにISO14001の認証を取得し、厳格な品質と環境の管理により、多くの関係者から信頼を得ています。

企業から一言

弊社では、実際に標準歯車の加工現場をご覧いただく「工場営業」を実施しています。弊社の取り組みや機械設備など確認した上でお取引いただき、製品と共に皆様に「信頼と満足」をお届けいたします。



歯車設計の効率化、簡略化を行う歯車計算ソフト
「ラック&ピニオン選定ソフト GRSW」



最先端の設備が並ぶ工場

所在地 川口市仲町 13-17
代表者 代表取締役 小原 敏治 氏
事業内容 KHK 標準歯車の製造販売
各種オーダー歯車の製造販売

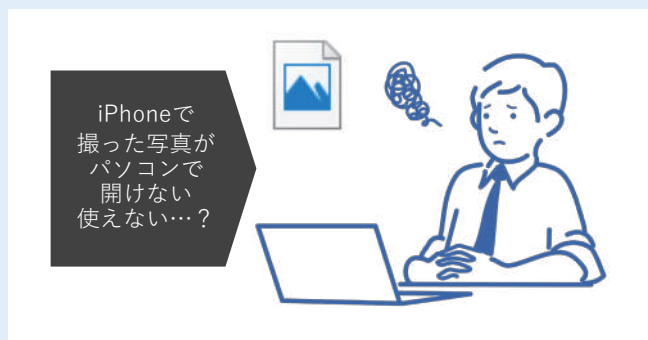
資本金 9,900 万円 従業員数 120 名
TEL 048-255-4871 創業 1935 年
E mail kohara@khkgears.co.jp
<https://www.khkgears.co.jp>

第4回 JPG? PNG? HEIC? 画像ファイルを理解する

株式会社ワズ・ワン 代表取締役 古澤 登志美

スマートフォン（スマホ）やデジタルカメラ（デジカメ）で撮影された画像やイラストなどの画像ファイルには、さまざまなファイル形式があります。それぞれの特徴を知ることによって、Webやアプリの中での活用などが、しやすくなります。

前号の6月号でご紹介した「ファイル形式と拡張子」についての知識も振り返りながら、画像ファイルについて学んでみましょう。



最も目にすることが多いJPEG形式

JPEGまたはJPG（じえいぺぐ）形式は、古くから使われている画像形式の一つです。スマホやデジカメで撮影した画像はJPEG形式で保存されることが多く、Webサイト上で画像をアップする場合にも、この形式を指定することが多いです。非可逆圧縮という技術を使っており、ファイルを軽くすることが容易にできる反面、保存を繰り返すと画質が低下します。

汎用性の高いPNG形式

PNG（ぴんぐ）形式は、Webで利用することを目的に開発された比較的新しいファイル形式です。JPEG形式に比べファイルサイズが大きくなりがちですが、画質を保ったまま繰り返し編集できることが特徴です。また透過性があるため、背景を抜いたイラストやロゴなどを制作する際にも利用できます。

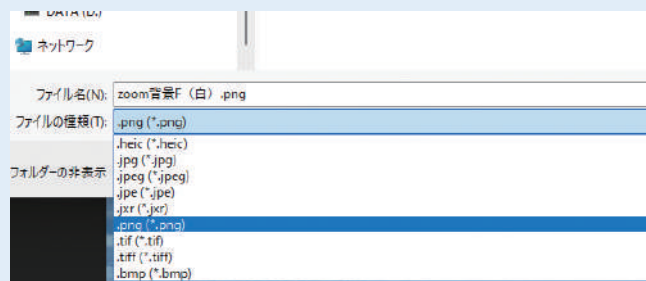
iPhone利用者は知っておきたいHEIC/HEIF形式

Apple社が画像の標準形式として採用し、急速に普及が進んでいるのがHEIC（ひーく）またはHEIF（ひーふ）形式です。iPhoneのカメラアプリでは、1秒程度の動画のような写真を撮って長時間露光画像のように加工したり、複数の画像の中から最適な一枚

を選んだりできますが、そのような編集可能なファイルとして保存できるのが特徴です。JPEG形式よりも高画質でファイルサイズも小さくすることができ、優れたファイル形式といえます。ただ、新しい形式ゆえに汎用性が低く、Web上での利用や、WindowsやAndroidデバイスでの利用には制限があります。Windows10/11では「HEVC ビデオ拡張機能パッケージ」をインストールすることで、この形式の画像をスムーズに扱えるようになります。

他の形式に変更するには？

前号でもご紹介したとおり、ファイル形式は、それぞれの形式をサポートしたアプリを利用することで変換することができます。HEIF画像をJPEGやPNG形式にしたい場合、上記の拡張機能をインストールしたWindows PCであれば、その画像をフォトアプリで開き、該当のファイル形式を選んで「名前を付けて保存」することで変換できます。



複数の写真を一気に変換したい場合は、無料のWebサービスなどもありますので探してみましょう。

画像ファイルには他にもたくさんの形式があります。見慣れないファイルを目にしたら、ぜひその種類や特徴を調べてみてください。

活用したいショートカット

「Ctrl + P」で印刷画面に素早く移動。多くのアプリで採用されているショートカットですので、積極的に活用しましょう！



第4回 聞くは一時の恥、聞かぬは一生の商談不成立

株式会社柿内幸夫技術士事務所 所長 柿内幸夫

本シリーズも第4回になりました。第1回「偶然の産物と副産物」、第2回「人のふり見てわが社を直せ」、第3回「壁に耳あり現場に柿内あり」と、よく耳にする言葉をちょっと変えてタイトルにしています。今回は聞いてみることの大切さについて、お話しいたします。

自動車用精密センサーを製造するK社での話です。K社の製品は自動車メーカーのほとんどに納入されていましたが、X社だけは例外でした。K社はそのことを長年疑問に思い、いろいろと調べていたのですが分からず、どうしても納入できずにいました。

K社の技術部長だったA氏が営業部長に異動され、X社に新任のごあいさつに行きました。そして以前からの疑問を解くためにX社の現場に入らせてもらい、そのセンサーが使われている所を見せてもらったのです。もちろん他のメーカーのものが使われていたのですが、現場の人に「なぜK社の部品を使ってくれないのですか?」と聞いてみました。すると「K社の製品はとっても良いからぜひとも使いたいのですが、入り数とか箱の形とか、うちの現場に合わないので使えない」と言われました。それを聞いた部長はとても驚いて、「では入り数と箱の形を変えれば使っていただけるかもしれませんね?」と尋ねると、「そうだ」という返事をもらいました。そこでその場でダンボールを使って仮の箱をつくり、現場の人に見てもらいました。するとその方は、「それだったらありがたいね」とおっしゃったので、帰社してすぐに箱の形を変えて提案したところ、受け入れられて初めての契約が成立したということです。

これまで歴代の営業部長が、なぜX社はA社の製品を使ってくれないのだろうと思って、他社の製品との性能の違いなどを調査していろいろ悩んでいたのですが、そこには全く問題がなかったのです。まさか箱の形と大きさという現場での使い勝手が問題であったとは誰も思いもしなかったのでしょう。疑っていた性能はむしろ高く評価されていて、できたら使いたいと思われていたということでした。

あくまで結果論ですが、K社は長年にわたり無駄なことをやっていたということになりました。こういうことは、私たちの身の回りにたくさんあるのではないのでしょうか。

今回のタイトルの元である「聞くは一時の恥、聞かぬは一生の恥」という言葉の意味は、「知らないことを聞くのはその場は恥ずかしい気がするが、聞かずに知らないまま過ごせば、生涯恥ずかしい思いで過ごさなければならない」ということです。A部長はもともとが技術部門の出身で、X社の技術担当が以前からの知り合いで親しかったという関係があったようですが、誰もが分からなかったことがこのような形で分かり、一瞬で長年の問題が解決してしまうというのもすごい話です。疑問をためらわずに聞くことができる関係を築くことも、これからの経営には大切だと思います。

この話は、分からないことはまず聞いてみるということの大切さを伝えています。K社とX社の間で長年解決されなかった問題が、単純な対話によって明らかにされ、解決されたのです。この例から、企業は製品の機能だけでなく、顧客の実際の使用条件やニーズを現場で現物を見ながらの会話を通じて理解し、その上で、実態に合わせて改善することの重要性が分かります。

リモートワークが広がる時代にあっても、お客様と直接対話を行い、具体的な要求を理解することが、ビジネスの成功にとって不可欠であるということではないのでしょうか。





サーキュラーエコノミー推進センター埼玉のコーディネーターの遠藤茂樹です。今月の「サーキュラーエコノミー便り」では、資源循環に関する国内外の動向について、ご紹介します。

■サーキュラーエコノミーのロードマップ

政府は2020年10月に、2050年までに温室効果ガスの排出を全体としてゼロにするを旨とする「カーボンニュートラル宣言」を行いました。

サーキュラーエコノミー（循環経済）については、資源循環が排出量削減に貢献することから、環境省は2022年9月に「循環経済工程表」を取りまとめ、サーキュラーエコノミーへの移行を進めるための方向性を示しました。そして、サーキュラーエコノミーの実現を目指して産官学の連携を促進するために2023年9月に設立された「サーキュラーパートナーズ」では、日本全体のサーキュラーエコノミーの実現に向けたビジョンや中長期ロードマップの検討が進められています。

■EUのサーキュラーエコノミー行動計画

サーキュラーエコノミーの考えは、欧州委員会が世界に先駆けて2015年に発表したものです。

EU（欧州連合）加盟国の中でもオランダ政府は2016年に、2050年までに完全な循環経済を実現

することを宣言し、2030年までに原材料の使用量を半減する中間目標の実現に向けた取り組みを推進しています。

2020年には欧州委員会は「サーキュラーエコノミー行動計画」を発表し、カギとなる資源集約型の七つの産業分野で具体的な施策を打ち出しています。例えば、自動車関連の規則案では「新車生産に必要なプラスチックの25%以上を再生プラスチックにし、そのうちの25%を廃車由来にすること」が検討されています。

■サステナブル材料についての企業戦略

一方、日本では、2050年までに使用する材料のすべてをサステナブル材料（採掘資源ではないバイオ由来再生可能材料やリサイクル材料）にすることを戦略とする大手企業も出始めています。仮に自動車の場合ですと、1台に使われる2万とも3万ともいわれる部品のすべてをサステナブル材料にするためには、今すぐに対応を始めなければ達成が難しいのではと思うほどです。

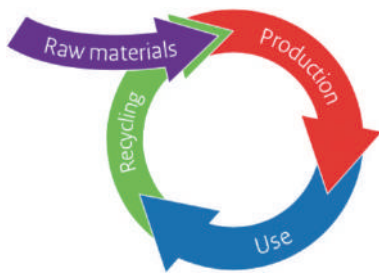
■埼玉県のサーキュラーエコノミーの取り組み

埼玉県にはサーキュラーエコノミーの取り組みを後押しする多くのメニューがあり、当センターでは企業からの相談に対応しています。

企業の皆さん、「先んずれば人を制す」の思いを持って、サーキュラーエコノミーや資源循環について、やれることは今すぐにも始めませんか。

まずは、お気軽にご連絡ください。

問合せ先 サークュラーエコノミー推進センター埼玉
TEL 048-711-9906



サーキュラーエコノミー概念図【オランダ政府】

広告

まっすぐ、あなたへ。



埼玉縣信用金庫

本部 熊谷市久下4丁目141番地
048(526)1111



Q 下請法違反の実例

日産自動車(株)の下請法違反について紹介してください。

A 今回は、公正取引委員会が本年3月7日付で日産自動車株式会社(日産)に対し、下請法に基づき勧告した例を紹介します。

この勧告はマスコミでも大きく報じられましたので、多くの人が知っていることと思います。日本を代表する会社が下請法違反をしていたのですから、世間が関心をもつのは当然のことでしょう。

違反事実の概要は以下のとおりです。①日産は資本金の額が3億円以下の法人たる事業者(下請事業者)に対し、自社が販売する自動車の部品等の製造を委託している。②日産は令和3年1月から令和5年4月までの間、自社の原価低減を目的に下請代金の額から「割戻金」を差し引くことにより、下請事業者の責に帰すべき理由がないのに下請代金の額を減じていた。減額した金額は総額30億2,367万6,843円である(下請事業者36名)。③日産は令和6年1月31日、下請事業者に前記②の行為により減額した金額を支払っている。

まず、下請事業者が3億円以下ということから下請事業者の中には、かなりの規模の会社があったものと推測できます。ちなみに、親事業者である日産の資本金は、勧告当時6,058億1,373万4,035円です。また、下請事業者が36名で、減額した金額は総額30億円を超えていますから、単純計算で1事業者当たり8,000万円を超える減額となります(後記参照)。

日産の行為は、下請法第4条第1項第3号の「下

請事業者の責に帰すべき理由がないのに、下請代金の額を減すること」すなわち、下請代金の減額の禁止に該当します。日産は減額分を「割戻金」や「一時金」などと称していたとのことであり、下請事業者の中には約11億円を減らされた業者もあったとのことです。

次に、勧告の概要は、日産は①取締役会で下請法違反があったこと、今後は下請法で禁止する代金の減額をしないことを決議すること。②下請法に違反することがないように社内遵法管理体制の整備のための必要な措置を講ずること。③減額した金額を下請事業者を支払ったこと、および前記①②の措置を役員・従業員に周知、徹底すること。また、④取引先にも同様の通知をすること等です。なお、勧告を受けて日産がとった措置を公正取引委員会に速やかに報告することを求めています。

ところで、日産の例は、前記の違反事実の概要②から明らかなように、令和3年1月から令和5年4月までの2年4カ月の期間に限られ、また、下請事業者も36名に限られています。その後の新聞報道では、日産の調査で下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、減額された下請事業者は36名以外にもいたこと、該当期間以前から同様の減額を行っていたことが判明したとのことです。これについても日産は、勧告の対象外であるが、独自に返金をする意向とのことです。

広告

The advertisement is divided into three main sections. The left section promotes 'New Comprehensive Fire Insurance' (新総合火災共済) with a focus on '4 things beyond fire' (火災だけでなく4つのプラン) and 'worry-free support for buildings, household items, and movable property' (幅広い補償で建物、家財、おまひ動産をサポート). The middle section promotes 'Comprehensive Fire Insurance' (総合火災共済) and 'General Fire Insurance' (普通火災共済) with the slogan 'Let's work together to feel safe' (安心をつなげて繋ぐ助け合い). The right section is for 'Mutual Automobile Policy' (自動車総合共済 MAP) and is part of the 'Saitama Prefecture Fire Mutual Aid Association' (埼玉県火災共済協同組合), which is a recognized organization in Saitama Prefecture. Contact information for the association is provided at the bottom right.

埼玉県認可
埼玉県火災共済協同組合
さいたま市大宮区桜木町1-7-5(ソニックシティビル7階)
Tel: 048-641-9203(代) Fax:048-645-6984



埼玉県では、デジタル技術の活用やグリーン分野へ進出するための経費を助成し、エネルギーや原材料価格高騰等の影響を受けづらい経営体質への転換を支援しています。

令和5年10月2日(月)から令和6年9月30日(月)までに埼玉県から承認(変更承認を含む)を受けた(または受ける見込みの)経営革新計画に基づき実施する事業が対象となります。

■令和6年度経営革新デジタル活用支援事業補助金

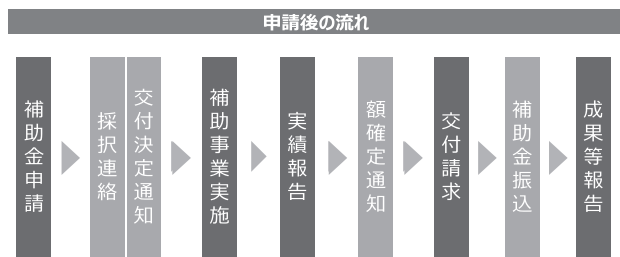
経営革新計画に基づき、デジタル技術を活用した新サービス・新製品の開発に取り組む経費を補助します。なお、原油価格、物価高騰等の影響により、売上高が10%以上または付加価値額が15%以上減少していることが必要です。(売上高または付加価値額の減少を比較する上で基準とする時期等の詳細な要件については、上記県URLに掲載している公募要領等をご確認ください)

補助率：2分の1～3分の2(年間売上高による)

補助金額：30万円～150万円(年間売上高による)

申請期間：6月3日(月)～7月31日(水)

事業期間：補助金交付決定日から令和7年1月24日(金)まで



■令和6年度経営革新グリーン分野進出支援事業補助金

経営革新計画に基づき、自動車、蓄電池、資源循環関連など国の「グリーン成長戦略」14の重点分野に進出する経費を補助します。

補助率：2分の1～3分の2(年間売上高による)

補助金額：30万円～500万円(年間売上高による)

申請期間：6月3日(月)～7月31日(水)

事業期間：補助金交付決定日から令和7年2月28日(金)まで

【参考】国の「グリーン成長戦略」の14の重点分野とは

令和3年6月18日閣議決定された成長戦略実行計画第3章1.(3)に記載された14分野の事です。

【エネルギー関連産業】：(1)洋上風力・太陽光・地熱、(2)水素・燃料アンモニア、(3)次世代熱エネルギー、(4)原子力

【輸送・製造関連産業】：(5)自動車・蓄電池、(6)半導体・情報通信、(7)船舶、(8)物流・人流・土木インフラ、(9)食料・農林水産業、(10)航空機、(11)カーボンリサイクル・マテリアル

【家庭・オフィス関連産業】：(12)住宅・建築物・次世代電力マネジメント、(13)資源循環関連、(14)ライフスタイル関連

詳しくは上記URLをご確認ください。

なお、補助金申請の時点で経営革新計画の承認を受けていなかった場合は、令和6年8月末までに申請いただき、9月30日(月)までに承認を受けられなかった場合は、支給はできなくなります。

問合せ先 最寄りの商工会議所または商工会

埼玉県産業労働部 産業支援課

TEL 048-830-3910

広告

More For You

もっと、街・暮らし・笑顔のために



武蔵野銀行

公社情報

サーキュラーデザイン研究会および補助金のご案内



製品のリサイクル性の向上や再生材の活用、長寿命化など、設計段階から資源循環に配慮した「サーキュラーデザイン」による製品化等を目指す研究会を設置します。また、同研究会においてサーキュラーデザインへの転換に向けた試作品開発等を支援する補助金を交付します。

【研究会参加募集】

募集期間 6/3(月)～8/30(金)(1次募集)

対象者 サーキュラーデザインに取り組む意思のある企業、上記企業を支援する研究機関、金融機関およびその他支援機関

研究会 第1回研究会は10月開催予定



【補助金】

募集期間 6/10(月)～7/10(水)【17時必着】

対象事業 次の事業であって、募集要領に記載の条件をすべて満たす事業

- ①サーキュラーデザインの考え方に基づく製品に転換するための試作品開発等の事業
- ②補助事業の完了後3年以内に県内で事業化することを目指す事業等

対象者 サーキュラーデザイン研究会に参加している県内中小企業

補助金額 上限200万円

問合せ先 公社 循環経済支援グループ
TEL 048-711-9906

公社情報

経営戦略シリーズ研修
(コストダウンと生産性を改善する生産現場改善)



<https://sipc-m.jp/seminar/info.php?id=1067>

自社の生産現場における問題点を振り返りながら、いかにしてコストダウンと生産性向上を実現するかについて、事例を交えて詳しく学びます。

日時 7/29(月)13:30～16:30【ハイブリッド開催】

内容 ○ものづくり企業に求められるマネジメント

- 原価を低減する現場改善(守り)
- これからの生産性向上策(攻め) 他

講師 (一社)中部産業連盟 佐藤 直樹 氏

定員 30名 費用 会員5,500円 一般7,700円

問合せ先 公社 研修・情報グループ
TEL 048-647-4087

公社情報

埼玉県スマート農業×
ロボティクスセミナー・展示会
来場無料



<https://www.saitama-j.or.jp/seminar/nogyo0726>

日時 7/26(金)12:00～16:00

会場 新都心ビジネス交流プラザ 4階会議室
(さいたま市中央区)

展示会 20者を超える企業・団体がスマート農業に関する技術・サービスを展示。
最新の技術をご覧ください。

セミナー ①スマート農業技術の導入効果と活用方策
②マッスルスーツの開発と導入事例
③スマート農業技術の開発実証プロジェクト イチゴ実証ほ場の紹介

※公社ロボット開発支援コーディネーターによる
出展ブース見学ツアーを開催(事前申込制)

主催 埼玉県農林部農業支援課
埼玉県産業労働部次世代産業拠点整備担当
公益財団法人埼玉県産業振興公社

問合せ先 公社 技術開発支援グループ
TEL 048-711-6870

県の情報

埼玉県産業技術総合センターの
デザイン支援



<http://www.saitec.pref.saitama.lg.jp/SDP/main.html>

「自社製品をつくりたい」「既存商品の価値を上げたい」「会社の認知度を上げたい」…などの課題をお持ちですか？



埼玉県産業技術総合センターでは、デザイン担当職員がデザイナー視点で一緒に考え課題解決に向けて、アドバイス・支援します。

デザインは企業ブランドや経営にも活用されている手法です。課題解決に向けぜひご相談ください。最初はデザイン相談窓口(ホームページ)からどうぞ。

セミナーやものづくり支援のお知らせもホームページやFacebookをご覧ください。

<https://www.facebook.com/saitecDESIGN>

問合せ先 埼玉県産業技術総合センター
事業化製品化支援担当
TEL 048-265-1311





Flower the Day

池田 祐美子 さん

創業のきっかけは？

不動産会社に勤務していた頃、成約されたお客様にお花を贈っていたことがきっかけで、花の美しさや生活が豊かに感じられることに魅了され、生花店へ転職しました。その後、さらなるステップアップのため、花卉市場で経験を積み、自分自身こだわりの花の鮮度、品質と、お客様に喜ばれるお花をお届けしたいという思いから創業を決めました。

事業内容は？

生花全般と、観葉植物の販売をしています。一番人気は予約制のフラワーアレンジメントです。現在も市場に勤務しているので、花の状態を自分の目で見て仕入れ、鮮度や品質の高い花をその日に使うことができることや、花屋仲間のネットワークを生かし、お客様のさまざまな要望に寄り添うことができるのが強みです。また、ペット用のお悔やみ花にも力を入れています。お花はお祝い用というイメージが強いことから注文をためらう方もいますが、飼い主の悲しみを花の力で癒やせるよう心を込めてお作りします。ペット線香やキャンドルも取りそろえています。

今後の展開・夢は？

花束スタンドにさらに力を入れていきたいと思っています。小さな花束を組み合わせる花束スタンドは、発表会や講演会后、来場者へのプレゼントとして美しさを保ったままお渡しできると、好評いただいています。



池田 祐美子 (いけだ ゆみこ) さん (40)

1983年千葉県生まれ。結婚を機に戸田市へ移り住む。不動産会社勤務を経て、取引先の生花店へ転職しフラワー業界へ足を踏み入れる。7年間勤めた後、花の仲間会社で2年間知識と経験を積み、2020年に創業。2021年10月にFlower the Dayをオープン。

Flower the Day <https://www.flowertheday.com>
 戸田市笹目南町1-2 コーポブリッジⅢ 1階
 創業 2020年1月 TEL 080-9812-8787
 事業内容 生花・鉢物販売、コーディネート等



アレンジメント:時には何度もお客様とやり取りを重ね、イメージ通りの出来上がりに仕上げる



市場で選び抜いた新鮮で品質の高い花が店内に並び
 営業日時:月曜日~土曜日11:00~18:00 (定休日:日曜日)



花束スタンド:形や花の種類、色味を要望に合わせて変更可

広告

労務プロセスの最適化をワンストップでトータルサポート

打刻

 出退勤打刻

管理

 勤怠集計処理

給与計算

 データ移行・給与計算

照会・閲覧

 PC・スマホ照会

株式会社 **日東テクノブレーン**

〒359-1144 埼玉県所沢市西所沢1-14-14
 0120-977-837 <http://www.nitto-tech.co.jp>



埼玉の造り手

Vol. 34

(有)藤橋藤三郎商店



郷土の偉人、渋沢栄一翁の精神を大切にした酒づくり

江戸時代末期、嘉永元年（1848年）に越後の柿崎（現新潟県上越市）から現在の場所に移り酒づくりを始める。

郷土の偉人、渋沢栄一翁の真心と思いやりの精神「忠恕の心」をモットーに品質優先の酒づくりを心掛けている。

代表銘柄は「東白菊」「深谷桜」「若山」。東白菊は大吟醸をはじめ、純米酒や生酒など幅広い種類を提供している。

純米大吟醸「栄一翁」は五百万石を100%使用し、上質な米の上品で芳醇な香味が特徴。大吟醸「渋沢栄一（オリジナル老万円札肖像ラベル）」は五百万石を50%磨き上げた、フルーティーな香りと辛めのスッキリした口当たりのお酒。どちらも渋沢栄一翁や新一万円札をモチーフにしたラベルでインパクトのあるデザインとなっており、贈答品として見た目も味も喜ばれる人気のお酒である。また、清酒の元となる数少ない生原酒を求めるファンも多く来店する。



さまざまな種類の日本酒が並ぶ店内

新一万円札の発行を機に街を盛り上げたい

7月3日の新紙幣発行を記念して、地元深谷市でもさまざまなイベントが開催される。「私たち商店街も協力するので、これを機に深谷市を知っていただき、地域が盛り上がるとうれしい」

また、7月5日～7日の3日間で毎年恒例の「深谷七夕まつり」が開催される。県外からも多くの人々が訪れる一大イベントで、道路を歩行者専用ゾーンにし、いろんな出店が軒を連ねて大いに盛り上がる。「当蔵では90ccのコップでショット売りをするので、ぜひ飲み比べてほしい。普段飲食店などでは注文しない酒質のお酒もこの機会に楽しんでほしい」と語る藤橋取締役。

当蔵では、贈答品やお祝い、記念品に最適なオリジナルラベルを1本から承る。好きなデザインや写真を貼った特別な1本をつくることができ、「お中元」や「お歳暮」「開店祝い」「誕生日」や「結婚祝い」「創立記念日」など、さまざまなシーンで利用できる。リピーターも多い人気のサービス。

今話題の渋沢栄一翁のラベルが付いた日本酒をこの機会にぜひ味わってほしい。



「お酒のことが分らない人でも大丈夫。いろんな話を伺いながら、その人のためのオススメの1本を提案します」「お酒が飲めない方には、おいしい甘酒の作り方を教えます」と、藤橋取締役

有限会社藤橋藤三郎商店

<https://azuma.backnumber.shop>

深谷市仲町4-10 Tel 048-571-0136

代表者 代表取締役 藤橋 彰氏

創業 1848年 資本金 300万円 従業員数 4名

事業内容 日本酒の製造・販売、加工食品・雑貨等の販売

購入方法 直売（営業時間8:30～18:30）

道の駅おかべ、道の駅はなぞの、小江戸蔵里（川越市）

※オンラインショップ <https://azuma.backnumber.shop>

東白菊



純米大吟醸 栄一翁



大吟醸 渋沢栄一（オリジナル老万円札肖像ラベル）

● 一般社団法人埼玉県物産観光協会の紹介

一般社団法人埼玉県物産観光協会は、日々新しく生まれる魅力的な県産品や生産者の思いを『SAITAMA BRAND』として発信し、多くの皆様を知っていただきたく、「埼玉県新商品 AWARD」を立ち上げました。埼玉県の生産者が技術と伝統、土地の恵みを生かして開発した素晴らしい商品をご覧ください。

<https://chocotabi-saitama.jp/award>



● 読者プレゼント実施中！

藤橋藤三郎商店の「栄一翁720ml」「渋沢栄一（オリジナル老万円札肖像ラベル）720ml」をセットで1名様にプレゼントいたします。応募は、本コーナーの感想などを添えて、「企業名、所在地、役職・氏名、電話番号、藤橋藤三郎商店のお酒希望」を記載の上、so-dan@saitama-j.or.jp宛てメール、または、右の読者プレゼントの専用QRコードから、7月22日(月)までに、ご応募ください。当選者の発表および当選商品は、商品の発送をもって代えさせていただきます。



製造業
を
応援

PRと採用を支援する

映像制作



売上げ
UPや、

コストの
削減、

人材
採用など

ご相談
ください

動画で
サポート
します！

「埼玉 映像制作」GoogleクチコミNo.1

☎048-762-7907

株式会社チェリービー

🔍 チェリービー

カビの発生を遅らせる防カビフィルムを採用 特許第7178106号

防カビバッグ Go Block

衣類 靴 生活用品

カビの発生を抑制する機能性フィルムを使用した保存バッグ（10枚入）です。
40×47cmの大きめサイズで衣類や靴、生活用品などの整理収納に活躍します。



大きさ

40cm

ジッパー下
47cm

⚠️ 食品と食器類には使用できません。

アマゾン、楽天市場で販売中



アマゾン

楽天市場

山進社印刷株式会社

〒367-0073 埼玉県本庄市都島 570-43
TEL.0495-24-2451 FAX.0495-21-8853

Sansinsya

金融+で、未来をプラスに。RESONA GROUP



「人財づくり」は重要な経営課題です

人財採用ニーズ

人材紹介会社や外部機関とも連携し、様々な切り口で、人財マッチングの取り組みをいたします

人財育成・教育ニーズ

コンサルティング会社と連携した人財育成・教育プログラムをご提供します

後継者の課題

事業承継等に関する多様なソリューションをご提供します

人事制度ニーズ

福利厚生や業務アウトソーシングに最適なビジネスパートナーのご紹介をいたします

～人財ソリューションデスクを設置致しました～

人財にお困りの企業経営者様に課題解決へ繋がるご提案をさせていただき、人財に関する“こまりごと”を解決します



人財に関するご相談は、ぜひ埼玉りそな銀行をご利用下さい

お客さまの“こまりごと”を解決するお手伝い!

 **Business Plaza**

RESONA **ビジネスプラザ さいたま**

〒330-0843 さいたま市大宮区吉敷町 4-262-16 (マルキュービル)
 さいたま新都心支店 3階 TEL: 048-851-3232 FAX: 048-601-3455
 (営業時間 平日 / 9:00 - 17:00 定休日 土日祝日の他、銀行休業日)

<https://www.saitamaresona.co.jp/bps/>



JR高崎線・宇都宮線・京浜東北線
 「さいたま新都心駅」東口徒歩3分
 ※お越しの際は、公共交通機関をご利用ください。

 **埼玉りそな銀行**