

▶▶ 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

8

2024.August
No.329



株式会社ベルニクスの鈴木健一郎社長（前列右から5人目）、社員の皆さん

特集

ものづくり中小企業のデザイン経営モデルの構築

～外部デザイン人材を活用した製品開発の観察的事例研究からの考察～

インタビュー

デザイン経営で新たな市場開拓

株式会社ベルニクス

特集

1

ものづくり中小企業のデザイン経営モデルの構築
～外部デザイン人材を活用した製品開発の観察的事例研究からの考察～

インタビュー

今月の表紙

8

株式会社ベルニクス 代表取締役社長 鈴木 健一郎 氏
デザイン経営で新たな市場開拓

わが社のワンポイントPR 公社会員紹介

10

(株)椿本鑄工 (株)メイハウテック Citron Design Garden
ラボコンサービス(株) (株)リダクションテクノ (株)俳優座劇場

企業紹介

12

(株)第一金属製作所 (さいたま市)

改めて振り返るデジタル技術

13

第5回 このケーブルは何のため? 種類と用途を整理する

株式会社ベルニクス

改善っておもしろい!

14

第5回 あぶく銭では学べない

サーキュラーエコノミー便り

15

循環のしくみをつくって地域を盛り上げませんか

これだけは知りたい! 税金の知識Q&A

16

賃上げ促進税制

トピックス

17

彩の国ビジネスアリーナ2025 出展者募集中

information

18

- 会員優待セミナー ○知財出張相談会のご案内
- 大規模展示会 (サーキュラーエコノミー推進センター埼玉 特設エリア) 共同出展企業募集中
- BCPオンラインセミナー

創業者紹介 埼玉で起業した人・ひと・ヒト

19

盛田軒～もりたラーメン研究所～ 盛田 剛平さん

埼玉の造り手

20

Vol.35 (株)横関酒造店

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



シニアならではの力を発揮します!

シルバー人材派遣 **5つ**のおすすめポイント

1

知識や経験を
活かします

2

短期間
短時間
に対応します

3

責任感が強く
真面目です

4

シニア共働で
イメージ
アップ

5

採用コストを
削減できます

※派遣法で禁止されている業務及び、高齢者にとって危険・有害な作業については派遣することはできません。



公益財団法人 いきいき埼玉
(埼玉県シルバー人材センター連合)

〒362-0812 伊奈町内宿台6-26 県民活動総合センター内
TEL 048-728-7841 FAX 048-728-2130



お問い合わせは
所在市町村の
シルバー人材センターへ



ものづくり中小企業のデザイン経営モデルの構築

～外部デザイン人材を活用した製品開発の観察的事例研究からの考察～



岩手県立大学 総合政策学部
教授 近藤 信一

1. はじめに：本研究の狙いと概要

企業経営におけるデザインの重要性の高まりと同時に、経営学の視点からデザインを対象とした研究についても徐々に蓄積が進んでいます。しかし、これらの研究の多くは大企業と中小企業の特質の違いを議論していません。

本研究の対象である中小企業は、大企業と比較して経営資源が乏しいことや、デザインを活用すること自体がコストと認識されやすいことから、デザインを戦略的に活用することに消極的な側面が見受けられます。故に、中小企業に注目したデザイン経営の研究は、極めて乏しいといえます。自社でデザイン人材を雇用することが困難なことや、デザイン活用がコストと捉えられていることなども踏まえると、学術的研究の側面でも実務的な側面においても、デザイン経営に関する研究やデザイン活用の進展が期待されています。

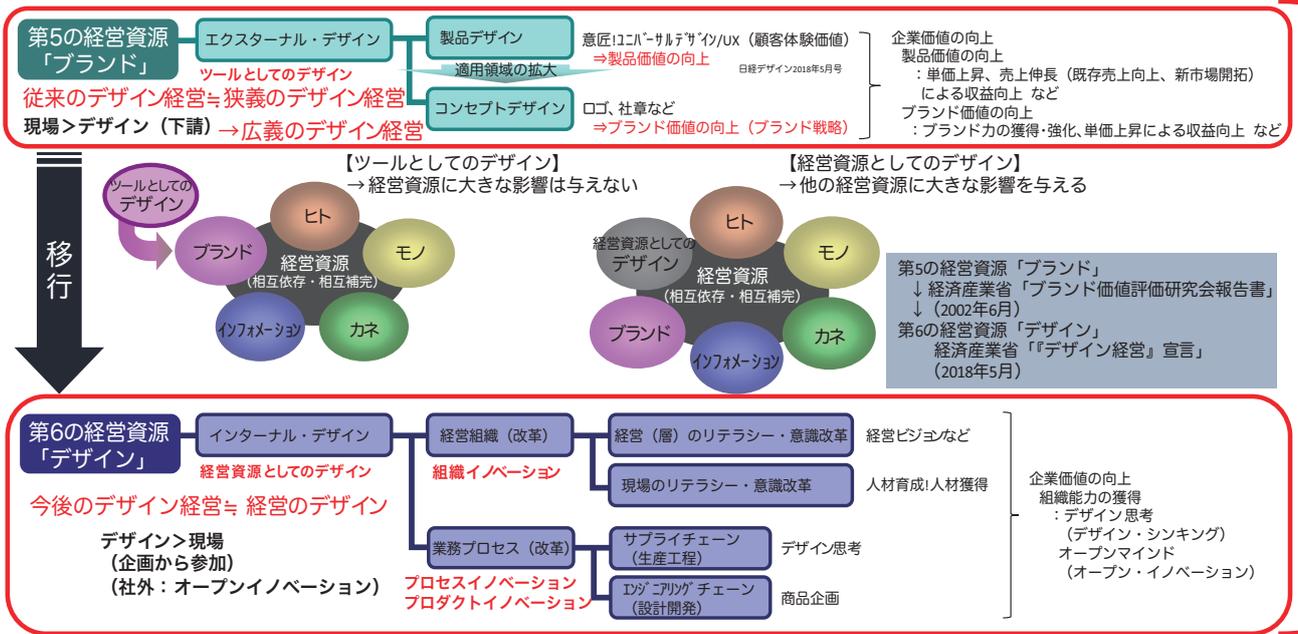
本研究では、デザイン経営をより実践的にものづくり中小企業で推進していくために、実証的な

研究に基づくアプローチから、「ものづくり中小企業のデザイン経営戦略モデル」を構築することを研究目的としました。そして、デザイン経営を企業内活動に根付かせる（社会実装する）ため、実証協力企業での実践（観察的実証研究、概念実証（P o C : Proof of Concept）による事例研究）を行いました。

本稿では、ものづくり中小企業におけるデザイン活用の二つの実験的取り組み事例から得られたデータを分析・考察することで、デザインの経営資源化を目指しています。外部デザイン人材を活用しデザイン経営を実践する企業の事例研究から、経営戦略論および中小企業論の新分野としてのもものづくり中小企業における、①デザイン経営戦略モデルの構築と、②デザインの組織定着化について組織イノベーション^{*1}の考察を試みます。これによりデザイン活用に関して、企業活動全般に影響を及ぼす理論の構築（デザインの経営資源化）が可能となると考えています（次頁図表1）。

※本稿は、三好純矢・近藤信一（2024）「ものづくり中小企業における地方版デザイン経営モデルの比較研究—デザイン人材のマッチングからデザインを活用した製品開発へ—」『産業学会研究年報』第39号、産業学会、pp.195-213、から筆者執筆担当部分について加筆修正したものです。

※1 本稿での組織イノベーションとは、外部デザイン人材を活用してデザインでイノベーション起こせる組織に生まれ変わることを指します。



図表1 研究概念図：デザイン経営戦略モデルの構築とデザインの経営資源化

出所：筆者作成

企業がデザインを活用する際は、内部（社内）デザイン人材を活用する方法、外部（社外）デザイン人材を活用する方法、あるいは内部デザイン人材と外部デザイン人材の両方を活用する方法が考えられます。これらのうち、経営資源が豊富ではない中小企業がまずもって取り組むことができるのは、外部デザイン人材を活用することです。

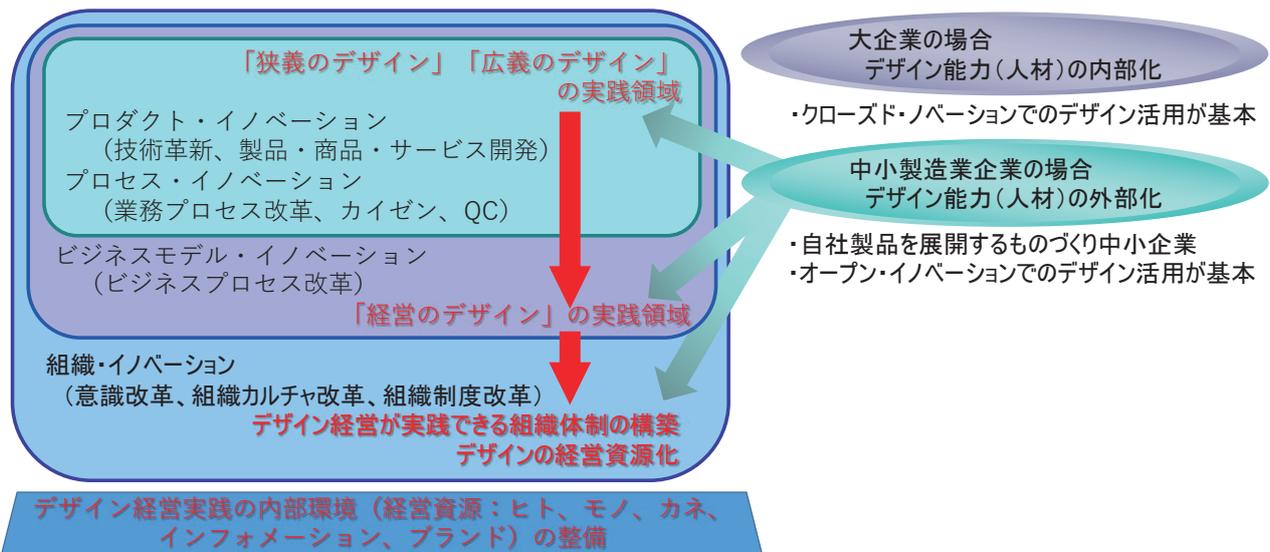
本研究では、中小企業で外部デザイン人材とのマッチングが完了した後、新製品開発におけるデザインワークを中心に検証を行いました。自社ブランド製品を展開する独立型のもづくり中小企業(実証協力企業は(株)東光舎(岩手県岩手町)、(株)アイカムス・ラボ/アイデア(株)IDEAL(岩手県盛岡市))におけるデザイン経営の実証研究からは、デザイン経営を実践するためにはサプライチェーンやエンジニアリングチェーンでのプロセスとプロダクト・イノベーション、そしてビジネスモデル・イノベーション、さらに組織イノベーションが必要であることが仮説として導出されました(一部紹介、後述)。そして、この外部デザイン能力(人材)を活用したのもづくり中小企業によるデザイン経営実践のための経営戦略モデルの構築と、エンジ

ニアリングチェーンとサプライチェーンに関する企業組織の一部、または企業全体に関わるデザイン経営実践のための組織イノベーションを検証し、適切な組織イノベーションについて考察しています。さらに、経営資源全体に影響を与えるデザインの経営資源化について考察しています(図表2)。

2. 中小企業におけるデザイン活用事例の比較

中小企業において外部デザイン人材と新製品開発を実施する際、たとえ当該企業のニーズに沿った外部デザイン人材と一緒に製品開発を行ったとしても、円滑に業務が遂行されるかどうかは企業側のデザイン能力も影響することが想定されます。それでは、デザインを活用した円滑な製品開発を行うための企業のデザイン能力とは、具体的にどういったことなのか。本研究では、この点を明らかにすることに注目して、中小企業で外部デザイン人材を活用した製品開発に取り組みながら観察的実証研究を通じて、実態調査を行いました。

本研究の事例対象は、(株)東光舎と(株)アイカムス・ラボ/IDEALの2事例です。両事例ともに、感性を起点とした外部デザイン人材とのマッチングが



図表2 デザイン経営と各種イノベーションと経営資源化の関係
出所：筆者作成

行われ、製品開発に取り組んでいます。データベースよりマッチングによって選択された外部デザイン人材は、偶然に2社とも同一の外部デザイン人材が選択されました。

㈱東光舎は1917年に創業し、主に理美容はさみの開発・製造・販売事業を自社で手掛ける企業です。同社の岩手工場は日本最大級の理美容はさみ専用の工場であり、開発・研究部門が設置され、はさみの基礎研究から新製品の開発、製造までを一貫して行い、国内外で販売を行っています。社内にデザイン部門はなく、デザイン人材は有していません。はさみの意匠に関わることは、岩手工場企画開発部係長の佐藤昭氏が担ってきています。本研究以前にも外部デザイン人材を活用した経験がある企業です (図表3)。



図表3 ㈱東光舎 岩手工場での打ち合わせ風景

㈱アイカムス・ラボはマイクロアクチュエーターとその応用製品の開発・製造・販売などを手掛けており、医療機器産業へ参入しています。㈱IDEALはグループ企業であり、本研究の事例である骨盤底筋トレーニングシステムの開発には、2社で取り組んでいます。本事例はエンドユーザー向け製品ですが、基本的にはB to Bの産業財を製造しています (図表4)。



図表4 ㈱IDEALでの打ち合わせ風景

2.1 プロダクト・イノベーション：エンジニアリングチェーン（開発工程）でのデザイン活用

《ポイント》

- ▶ 製品コンセプトからデザイン活用に着手すれば、2回目以降は先行開発が可能となり、開発期間の短縮が期待できる
- ▶ ただし、デザイン活用はデザイン性実現の

ための技術的・技能的に困難な領域が拡大するため、開発も先行させる必要がある

本研究での2事例では、開発／製造／営業を含めた企業および製品コンセプトから着手しています。そのため、今後は製品コンセプトからデザイン開発が可能となり、先行開発が可能となることから、開発期間の短縮が期待できます。ただし、技術的・技能的に困難な領域が拡大することは否めません。従って、デザインの先行開発に加えて、技術の先行開発を同時進行することで先行開発（アジャイル開発）が可能になると考えられます。

デザインプロセスにおいては、ユーザーとのインターフェイスを確保することで、ユーザーエクスペリエンス（UX）を製品として体現することができます。本研究においては、2事例ともユーザーである顧客企業や消費者をデザインプロセスに組み込んではいません。ユーザーエクスペリエンスを確保できなければ、ファンクション（機能や性能）とデザイン性の良さを消費者やユーザーと共有することができないといえるでしょう。

2.2 組織体制および組織イノベーション

《ポイント》

- ▶ 中小企業のデザイン活用では、外部デザイン人材を使いこなせる「インターフェイス人材」が必要

特許庁の「『デザイン経営』宣言」（経済産業省・特許庁 産業競争力とデザインを考える研究会、2018）は、経営資源が豊富な大企業が対象と想定されていると考えられ、社内（インハウス）デザイン人材の存在が前提となっています。社内デザイン人材は、自社のサプライチェーン（製造／営業）とエンジニアリングチェーン（開発）を理解している人材であり、かつ企業コンセプトや製品コンセプトを理解している人材といえます。

一方で、ものづくり中小企業のデザイン経営では、前述のように外部デザイン人材の活用が前提とならざるを得ません。そのため、デザインを活

用したい中小企業に外部デザイン人材を使いこなせる人材（“外部デザイン人材に頼み方を分かっている人材”）、いわば「インターフェイス人材」の存在が必要となるのです。

3. 本研究でのデザイン活用事例からの考察

《ポイント》

- ▶ インターフェイス人材には、①外部デザイン人材と直接やり取りをする担当者の能力と、②企業としてのデザイン活用の経験が重要である

本研究における2事例では上述した通り、偶然にも2社とも同一の外部デザイン人材がマッチングされました。そこで、それぞれの企業におけるデザイン活用について、デザイン人材の視点からどのように捉えることができるのか、マッチングされた外部デザイン人材N氏にインタビュー調査を実施しています。その結果、事例のいずれの企業も、外部デザイン人材と直接的に対応していたのは設計担当者であり、この担当者自身のコミュニケーション能力と、それに加えて組織としてのデザイン活用の経験が、外部デザイン人材を活用する上で重要となることが明らかとなりました。

3.1 外部人材を活用する企業のデザイン能力

《ポイント》

- ▶ インターフェイス人材と外部デザイン人材とコミュニケーションでは、製品開発におけるデザインプロセスを理解していることが重要である
- ▶ デザイン活用の個人的かつ組織的経験と、インターフェイス人材へのある程度の権限付与が重要である

外部デザイン人材へのインタビュー調査から、デザインを活用する中小企業では、①外部デザイン人材と直接やり取りをする担当者の能力と、②企業としてのデザイン活用の経験が重要であることが明らかとなりましたが、この2点について考

察を加えたいと思います。

まず、外部デザイン人材と直接やりとりをする担当者について、担当者自身のデザイン能力は、どのように考えられるのか。本研究における中小企業のデザイン活用では、専門的なデザインワークを外部デザイン人材が主導しました。従って、企業の担当者が必要とする主な能力は、デザインに関する専門的な能力ではなく、外部デザイン人材と円滑に業務を遂行する能力です。いわば、外部デザイン人材とやりとりをするコミュニケーション能力であり、これは製品開発におけるデザインプロセスを企業の担当者が理解しているかどうか重要となります。外部デザイン人材との円滑なコミュニケーションを実践することができるような、先述のインターフェイス人材の存在が極めて重要なのです。

また、企業としてのデザイン活用の経験については、活用経験が豊富であるほどデザインを企業経営の重要な部分として考えることができ、誰が外部デザイン人材とやりとりをするかという点にも影響を及ぼします。デザインが企業経営において重要であると捉えられていれば、インターフェイスとなる人物もある程度の意思決定ができる裁量を有する人物が担当することになり、また、製品開発に対して、開発担当部署だけでなく全社的にも関与することが想定されます。実際に本研究の事例においても、株東光舎では企業内の部署をまたぐ形でコンセプトづくりに臨み、試作品については営業部門のレビューを得ることも重要視しており、開発グループの独断ではなく全社的に開発に取り組んでいました。

以上、本研究から、中小企業が外部デザイン人材と製品開発に取り組む際には、「デザインプロセスを理解しているインターフェイス人材の存在」と「デザインの活用経験に基づく企業経営におけるデザインの重要性の理解」によって、円滑なデザイン活用ができることが明らかになりました。また、これらの条件が整うことによって、技術シ

ーズに依存する製品志向ではなく、デザイン活用による顧客志向のものづくり企業へと変化することが示唆されました。

3.2 インターフェイス人材の必要性とその役割

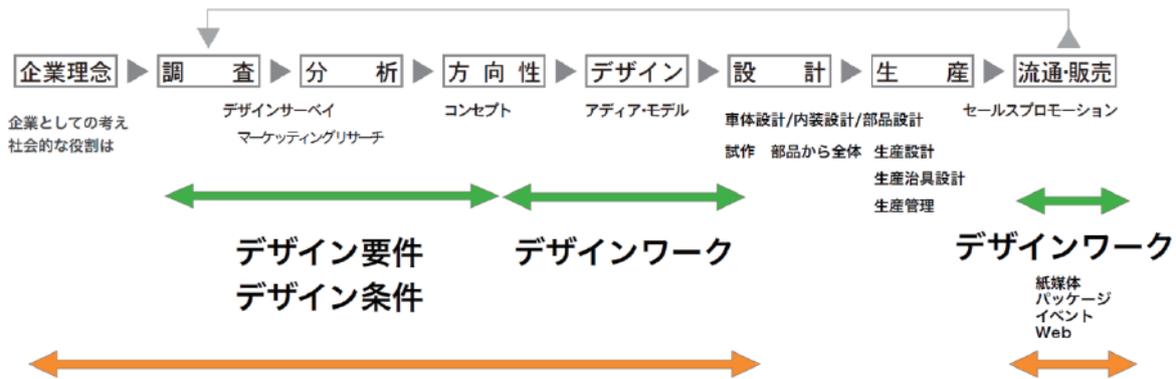
《ポイント》

- ▶ インターフェイス人材の主な要件としては、要件①製造現場の理解、要件②営業現場の理解、要件③コミュニケーション能力、が挙げられる
- ▶ インターフェイス人材は、対立関係にある3者間「外部デザイン人材－製造－営業／販売」の利害調整の役割を担う

インターフェイス人材は、仮説の段階、実証研究の当初段階では、想定していなかったものの、実証研究を進めるに際して、中小企業サイドのデザイン担当人材の存在と役割が大きいことが判明しました。特に、外部デザイン人材と当該中小企業の他部署をつなぐ役割が大きいことが判明しました。そこで本研究では、デザイン経営を進めるものづくり中小企業のデザイン担当人材を、外部デザイン人材と中小企業（自社）のデザイン担当部署以外をつなぐ人材として、インターフェイス人材を定義しました。理論的には、外部デザイン人材と自社内のデザイン担当部署以外の構造的^{くわ}空隙^{げき}(structural hole)を埋める人材です。インターフェイス人材の主な要件は、要件①製造現場の理解（技術レベル、技能レベル、コスト構造、現場の事情など）、要件②営業現場の理解（販管コスト構造、営業ノウハウ、営業の事情など）、要件③コミュニケーション能力（社内各部門との調整、外部デザイン人材との調整）、が挙げられます。

インターフェイス人材は、外部デザイン人材（デザイン性の追求）のストッパーにもなり、製造現場（工数を増やしたくない、効率追求など）のストッパーにもなり、営業／販売現場（コスト削減、収益重視など）のストッパーにもなる必要があります。つまり、対立関係にある3者間「外部デザ

- 第1段階：理念→市場ニーズ(マーケティングリサーチ、ターゲティング、モニター調査など)
 + 製造シーズ(デザインの製造への落とし込み)
 →コンセプト→アイデアスケッチ→モデル化→試作の繰り返し→量産試作
- 第2段階：量産→販売
- 第3段階：次回作に向けた第1段階へ(アジャイル開発)



図表5 プロダクトデザインのデザインプロセス

出所：外部デザイン人材からの資料提供に筆者加筆

イン人材－製造－営業／販売」の利害調整の役割を担う必要があるのです（図表5）。

インターフェイス人材は内部で人材育成するべきか、外部から人材獲得するべきかについては、デザインプロセスが開発／生産／販売のすべてのプロセスに関与するため、社内の人材を育成した方が早いといえます。そして、インターフェイス人材は、デザイン開発プロセスやデザインの考え方を学ぶ必要があります。さらに、インターフェイス人材がその役割を果たすために必要なコミュニケーション能力を学ぶ必要があります。外部からの人材獲得となると、必要な能力を有した人材とのマッチングが困難であると考えられること、コストを要することから、時間が長くなり、コストも高くなると考えられます。

中小企業でインターフェイス人材がおらず、外部デザイン人材とのインターフェイスを担えないのであれば、コーディネーター（本研究では岩手県工業技術センター産業デザイン部の研究員）が外部デザイン人材のマッチングに加えて、インターフェイスの役割までを担うこともできます。

大企業の場合は前述のようにインハウス(社内)のデザイン人材であるため、内部デザイン人材と設計・開発サイドの関係性が強固であり、かつ共

通の価値観（例：ソニーらしさ（不文律））が存在しています。しかし、中小企業の場合は、アウトハウス（社外）のデザイン人材を活用することになるため、外部デザイン人材と設計・開発サイドの関係性は希薄であり、関係性を構築してから^{*3}のスタートとなります。

特許庁の「デザイン経営宣言」でのデザイン担当人材（高度デザイン人材、企業・大学等においてデザインで事業課題を創造的に解決できる人材）は、社内の設計・開発サイド（できれば製造サイドと営業サイド）の意図を翻訳して内部デザイン人材に伝えるとともに、内部デザイン人材の意図を翻訳して、設計・開発サイドに伝える役割があります。一方、本研究でのインターフェイス人材は、外部デザイン人材を使いこなせるようにデザインプロセスを学び理解する必要があり、知識がない場合は育成によって身に付ける必要があります。育成を担う機関としては、コーディネーター機関（本研究では岩手県工業技術センター産業デザイン部）が担うことが好ましいと考えられます。そのため、コーディネーター機関において中小企業が外部デザイン人材を使いこなすために、インターフェイス人材がデザインプロセスを学ぶプログラムの開発を行う必要があるといえます。

*2 例えば「ソニーらしさ」は不文律ですが、同社内デザイン人材は理解しています。

*3 Burt(1992)によると、弱い紐帯に基づくネットワークでは、結び付きが緩やかであるが故に、強い紐帯に比べオープンなネットワーク構造であり、この構造的空隙を橋渡し、すなわち仲介することで、新たな情報のやり取りが生まれ、資源の獲得にもつなぐといえます。

4. 本稿のまとめと今後の展望

本研究では、前述のように(株)東光舎と(株)アイカムス・ラボ／(株)IDEALの事例から、ものづくり中小企業が外部デザイン人材を活用する際に、特に「デザインプロセスを理解しているインターフェイス人材の存在」と「デザインの活用経験に基づく企業経営におけるデザインの重要性の理解」が重要であることを明らかにしました。

これらの要素をデザイン・キャパシティ・モデル(DCM)(Storvang et al., 2014)に基づいて検討すると、インターフェイス人材については、内部プロセスにおけるデザインの重要性に関係しており、インターフェイス人材がデザインプロセスを理解しているか否かが重要になってきます。また、企業のデザイン活用の経験は、組織としてのデザインへの認識に関係しており、企業のデザイン活用の経験が豊富であれば、デザインが企業経営の重要な要素として扱われることとなります。従って、中小企業がデザインを活用する場合、DCM^{*4}の五つの尺度の中でも、①について組織としてのデザインの価値への認識と、②について内部プロセスにおけるデザインの重要性の二つが優先事項であるといえます。この点が明確になったことは、本研究の理論的意義であるといえます。

(株)東光舎の事例における開発担当の佐藤氏は、同社製品デザインに関してブランド名の「jJOEWELLらしい」ということに関する感性や感覚などに暗黙知を持ち、またインターフェイス人材として外部デザイン人材と製品開発を行ってきた経験・ノウハウを持っていたことから、円滑なデザイン活用が実践できたといえます。しかし、佐藤氏が同社から居なくなってしまうと、同社の外部デザイン人材を活用した製品開発は滞ることになります。

経営戦略的な対応策として、ナレッジマネジメントの視点から方法は二つあると考えられます。

一つは、個人に属するような暗黙知をそのまま引き継ぐのでは経験とノウハウを承継できないことから、形式知に変えマニュアル化することで、

社内で知識を共有し、それによって組織として知識(≒経験とノウハウ)を蓄積していく方法です(組織学習)。

もう一つは、属人的な暗黙知のまま次世代に引き継いでいく方法で、それは現場でのOJTにより継承していくこととなります(知識創造論)。日本企業は、この暗黙知を属人的に現場で継承していくことが組織能力として得意であり、これが日本企業の強みとなっています。

このように、ものづくり中小企業による外部デザイン人材の活用では、インターフェイス人材の経験とノウハウという暗黙知をどのように社内に蓄積し、次世代に継承していくかが組織的課題となります。本事例では、外部デザイン人材とのマッチング、外部デザイン人材を活用した製品開発で一応の成果を得ることができました。外部デザイン人材を活用した製品開発を2回目、3回目と繰り返して本事例で得られた経験とノウハウを蓄積していくことは、インターフェイス人材が居る間は問題はないといえます。しかし、インターフェイス人材が居なくなってしまうと、外部デザイン人材とコミュニケーションが取れないことになるのです。インターフェイス人材の経験やノウハウという暗黙知をどのようにして次世代に引き継いでいくのか、それをデータ化して形式知化しマニュアル化して組織で学習するのか、暗黙知を暗黙知のまま現場でのOJTを通じて継承するのか、本研究により、経営者に経営戦略的な選択肢を提示することができたといえます。

二つの実験的事例の観察と外部デザイン人材へのインタビュー調査から得られたデータを分析・考察することで「ものづくり中小企業のデザイン経営戦略モデル」の構築への契機は得られたと思います。ただし、本研究では2事例しか実証研究を行えず、事例不足からマルチな定性分析が行えていないのが現状であり、筆者は今後実験的な実証事例を増やしていくことでモデルの構築と精緻化を図っていきたいと考えています。

*4 組織内のデザイン能力の状態を測る五つの尺度で、①awareness of design's value(デザインの価値の認識)、②application in the organization(組織内での応用)、③user engagement(ユーザー・エンゲージメント(関与))、④innovation drivers(イノベーション推進力)、⑤employment of designers(デザイナーの雇用)のこと。



「中小企業がデザイン経営を取り入れ、自社の強みを再認識し、新しい市場に挑戦することが重要」と話す鈴木社長

株式会社ベルニクス



所在地 さいたま市南区根岸5-7-8
 代表者 代表取締役社長 鈴木 健一郎 氏
 事業内容 産業機器向け電源装置の設計・開発
 資本金 2,000万円 従業員数 67名
 TEL 048-864-7733
<https://www.bellnix.co.jp>

デザイン経営を取り入れ、新たな市場開拓にチャレンジする同社の鈴木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。

鈴木 前身は祖父が1938年に創業したトランスメーカーです。当社は現会長である父が1978年創業し、電源メーカーに業態転換して、現在は産業機器向けの電源装置を設計・開発しています。ものづくりはすべて協力工場にお願いしています。主な製品は医療機器、半導体機器、通信機器、計測機器、航空機器、ロボット、発電所、鉄道向けの電源です。大手メーカーが参入できないハイエンド製品が得意分野です。他社ができない、参入できない高い技術力や信頼性を有しており、取引先の90%は上場企業です。日本のインフラを支えている自負みたいなものは、社員一同持っています。お客様ニーズに基づいた特注品とカタログ製品の標準品、新技術の設計・開発の設計委託があり、国内はもとより、海外にも納入しています。

埼玉県の渋沢栄一ドリームベンチャー賞と渋沢栄一ビジネス大賞をそれぞれ受賞しています。米

国の世界的なビジネス誌「Forbes JAPAN」で、日本が誇る小さな大企業17社に選んでいただいています。中小企業のデザイン経営の推進を目的とした特許庁の「中小企業のためのデザイン経営ハンドブック2～未来をひらくデザイン経営×知財～」に、当社と当社のスタートアップ企業の「株式会社ベルデザイン」が企業事例として掲載されました。令和5年秋の叙勲において会長が「旭日単光章」を受章しました。これは非常に有り難いことです。

■ワイヤレス給電について、教えてください。

鈴木 新しいチャレンジで、ワイヤレス給電で新しいインフラをつくることです。コンセントやケーブルなしで充電・給電できるもので、電気エネルギーをケーブルではなく、空間に磁気エネルギーに変えて飛ばします。置いたり、近づけたりすると電気が通り、ガラスや木、プラスチックなどの物体越しや水中でも送電でき、電極がないので漏電や感電の心配ありません。テーブルの上に携帯電話を置くと充電できます。さいたま市が電動

デザイン経営で新たな市場開拓



家庭向けのワイヤレス給電器
「POWER SPOT」



ワイヤレス給電機能を備えた電動自転車シェア
サイクル (さいたま市内)



「デジタルPOLコンバータ」
広い入力電圧、高効率、超小型が特徴



「ワイヤレス給電モジュール」
超高効率 96%の非接触電力伝送が可能



スマートフォンが充電できる「サークルスポット」
(さいたま新都心駅周辺)

のシェアサイクルを広めようと、世界初となるワイヤレス給電機能を備えた電動自転車シェアサイクルを埼玉大学と共同開発しました。ワイヤレス給電をコアとした新たなビジネスをデザイン経営により創出するため、当社のスタートアップ企業として、2019年にベルデザインを設立しました。機器を上に乗せることで給電できるデジタルワイヤレス給電のプラットフォームである「POWER SPOT」は、最大電力量50W、Qi対応機器15Wにも対応しています。もちろんスイッチやケーブルがなく、直観的な操作で機器を左右に回すだけオンオフの操作ができます。高輪ゲートウェイ駅や、さいたま新都心駅周辺3カ所に、電気工事不要で太陽光で発電する「サークルスポット」として、活躍しています。この操作を実現する技術を特許権、形状を意匠権で保護しています。

■今後の展開・抱負は

鈴木 日本のインフラを支える電源を、最先端の技術を取り入れて常にアップデートして、常に他社とは違った最先端の物をつくり、日本の産業イ

ンフラを支えていくというのが一つの目標です。逆に産業インフラで培った技術を使って、全く違う市場をつかって第2創業や第3創業、次の産業を生み出すことです。ドローンの電源プラットフォームをつくらうとしています。そうやって、どんどん進化させていくことです。

当社はデザイン経営を取り入れていますが、他の企業の皆様もぜひ取り入れて、自分たちのコア技術は何なのかを見極めていただいて、それを使って、ぜひ違うマーケットにもチャレンジしてほしいと思います。

当社はこれまで経営が順調だったわけではなく、悪いときはチャレンジして新しい出口を探し、今の業態をプラスアルファしてきました。チャレンジする企業には、県も市も大学もアイデアを貸してくれますので、皆様にもぜひチャレンジしてほしいと思います。大企業を支えている中小企業の強みをもう一度理解・認識して、他に流用できないかを模索すると、これまでとは違ったマーケットにチャレンジできると思います。中小企業の悩みを業態変化で、ぜひ成功させてほしいです。

株式会社椿本鋳工

<https://www.tsubakimoto.jp/tic>

高品質な量産小物精密鋳物を短納期・低コストで供給します

飯能市新光 20
TEL 042-973-8031
資本金 5,000 万円
従業員数 75 名

■事業内容

FCねずみ鋳鉄・FCD球
状黒鉛鋳鉄の鋳造、加工・
販売

■創業以来「信頼される鋳物作り」を目指し、「ニーズに合った最適な高級材質の提供」「機械加工の少ない高い寸法精度鋳物の生産」「製品重量500g以下の小物鋳物」に取り組み、各産業分野に安定した鋳鉄鋳物製品を供給しています。これを基本理念とし、この中から生まれる高品質・高性能・量産小物鋳物を「ハイミニキャストイング®」と呼びます。技術革新により企業価値向上を図り、社会から必要とされ続ける企業を目指します。



代表的な小物鋳物

株式会社メイホウテック

<https://meihotech.co.jp>

見えないところで使われる結束工具メーカー

本庄市共栄 210-7
TEL 0495-21-5644
資本金 8,000 万円
従業員数 40 名

■事業内容

Cリング、クリッパー、
ホッグリング、
Cリング、クリップ、
ホッグリング

■カーシートの組み立てや、マットレスのスプリングの組み立てなど、見えない部分をリングでつなぎ合わせる結束工具メーカーです。主にカーシートやマットレスの組み立て、土木工事関連、養鶏用ケージ、漁網、各種ネット/フェンス、造花の結束等、さまざまな用途に用いられ、「結ぶ・つなぐ・しめる」作業を確実に実現する、そんな製品をつくっている会社です。



Citron Design Garden

<https://citron-design-garden.com>

事業の価値を上げるデザイン制作を

埼玉県さいたま市北区

■事業内容

- WEBサイト制作
- 印刷物制作
- SNS画像制作

問合せ先

info@citron-design-garden.com

■企業でのインハウスデザイナー経験を経て独立し、2021年に創業。Webサイト、資料制作、SNS画像デザイン、印刷物デザインなど、幅広い分野に対応可能です。「スピード感・くみ取り力」をモットーに、小規模事業者や起業家に向けたデザインサポートを行っています。特にオリジナルでつくる“自分で編集できるInstagramテンプレート”が好評です。つくって終わりではなく、保守管理や継続的なサポートもお任せください。デザインに関するお悩みは、お気軽にご相談ください。



ラボコンサービス株式会社

<https://www.labcon.co.jp>

研究環境づくりはラボコンサービスへ

大阪府吹田市豊津町 13-24
江坂リツエイビル 4階
TEL 06-6105-9902
資本金 1,000万円
従業員数 45名

■事業内容

研究所専門BPO事業

■研究所専門のBPO（アウトソーシングの一種）事業を行っています。研究所内において研究開発活動にまつわる補助的業務を代行し、研究開発のスピード化とコストの削減に貢献します。請負範囲は試薬や機器の管理、荷物のお届け、固定資産の棚卸し、機器レンタル受け付けなど多岐にわたります。また、上記のような「ノンコアな業務」の代行だけではなく、これまでのノウハウを生かし、業務効率化や新規サービスの提案なども行っています。



株式会社リダクションテクノ

<https://reduction-t.com>

廃棄物収集運搬を通じてビジネスを前進

草加市稲荷 1-5-6
TEL 048-951-3815
資本金 600万円
従業員数 12名

■事業内容

- 産業廃棄物処理業
- 一般貨物自動車運送事業
- 金属、古紙、古布、ガラス、発泡スチロール・発泡スチロール・フィルム等プラスチック類の再生資源取扱業務 ほか

■サーキュラーエコノミーの実現に必要なサービスを提供しています。資源循環の専門家として廃棄物処理に関する各種法令などを遵守することは当然とし、廃棄物を資源物に変えるサポート、資源物の効率的な物流サービスおよび資源物の種類に応じた再資源化技術など、今までの枠組みにとらわれない新しい形で総合的に提供します。未利用資源の有効活用や新ビジネス創出を実現するため、「NPO法人未利用資源活用研究会」に参加しています。



株式会社俳優座劇場

<https://www.haiyuzagekijou.co.jp>

舞台を通して人の心を豊かにします

越谷市増森2605-2
TEL 048-940-7199
資本金 6,500万円
従業員数 154名

■事業内容

- 舞台およびテレビ用道具の製作・賃貸・販売
- 木製品製造および販売
- 演劇の製作および興行
- 安全衛生資格に関する教育事業
- 建築一式工事、内外装工事、大工工事

■俳優座劇場は「舞台を通して人の心を豊かにすること」を存在意義とし、1953年から70年間にわたり歩んできました。2025年夏には新たに「Theatre Zero」を竣工し、舞台装置の仮組および大道具人材の教育拠点とします。「人と誠実に向き合う」「創造することへの努力を惜しまない」「仲間と共に進化することを諦めない」という理念のもと、高品質な舞台装置を提供し、社会に貢献します。



株式会社第一金属製作所



■技術力と品質管理

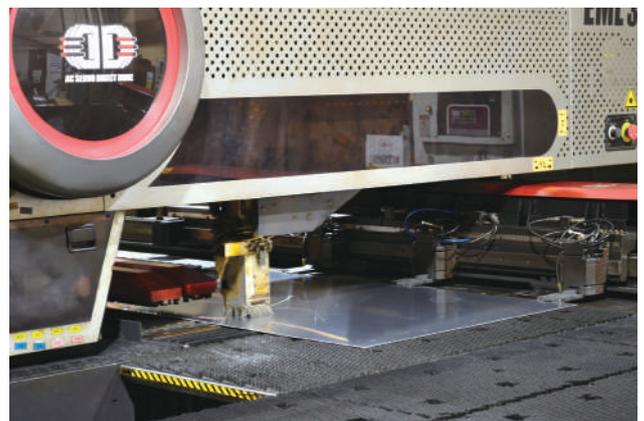
強みは、卓越した技術力と厳格な品質管理です。最先端のCAD/CAMシステムを活用して、プログラム作成から製造まで一貫して高い品質を維持しています。特に、パンチレーザー複合機や高精度サーボベンディングマシンを導入することで、高精度かつ効率的な生産を実現しています。

■環境への取り組み

ISO認証に基づき、製造プロセスにおけるエネルギー効率の向上や廃棄物の削減、再利用可能な材料の使用等、環境に優しい製品づくりを推進しています。さいたま市SDGs認証企業として認証され、目標達成に向けて取り組んでいます。

企業から一言

常にお客様に喜ばれるものづくりを追求しながら生産活動に取り組んでおります。最近ではSNSにも力を入れており、製造現場の動画を発信するなど、多くの方にもものづくりの楽しさを知っていただきたいです。



パンチレーザー複合加工機
アマダEML-3510NT+ASR-48M



代表取締役社長 福田 直貴 氏

所在地 さいたま市西区指扇 374
代表者 代表取締役社長 福田 直貴 氏
事業内容 医療機器、通信機器、半導体製造装置部品
各種産業機器等の精密板金加工

資本金 1,000万円 従業員数 30名
TEL 048-624-2873 創業 1970年
E mail info@daiichikinzoku.co.jp
<https://daiichikinzoku.co.jp>

第5回 このケーブルは何のため？ 種類と用途を整理する

株式会社ワズ・ワン 代表取締役 古澤 登志美

デジタル機器の周辺には、多くの種類のケーブルがあります。ケーブルの種類と用途を整理できると、無駄なケーブルを用意することがなくなったり、一本のケーブルを複数の用途に使い分けたりすることができるようになります。今回は、目にする事の多い3種類のケーブルを解説します。

最も目にする事が多いUSBケーブル

USBケーブルは充電やデータの転送など、多様な用途に使われる汎用性の高いケーブルです。USBケーブルにはいくつかの種類（Type）があります。

Type-Aケーブルは1990年代から利用されており、家庭内でもよく見掛けるケーブルです。ポートに裏表があり差し込みに手間取ること、また比較的大きいことから改良が進み、現在はType-Cが主流になりつつあります。他にもType-BやMicro-USBといった規格もありますが目にする事は多くありません。

改良が重ねられ、Type-Cケーブルではスマホなどの小型機器はもちろん、ノートパソコンの充電もできるようになりました。データ伝送の利用場面も広く、ディスプレイやスピーカー等との接続でも利用されています。モバイルモニターなどあまり大きな電力を使用しないデバイスであれば、一本のケーブルで映像・音声の伝送と同時に電力の供給も行えるためスマートに利用することができます。比較的細くて取り回しがしやすいこともメリットの一つです。

映像伝送に強いHDMIケーブル

台形のようなポートの形が特徴的で、テレビやモニターとゲーム機などを接続する際にも利用されるHDMIケーブルも、その大きさによってHDMI（スタンダード）、ミニHDMI、マイクロHDMIの3種類があります。さらにそれぞれ転送速度によって規格が定められており、4Kや8Kといった高精度な映像を伝送する場合には、それに対応したケーブルを準備する必要があるため注意が必要です。以前は映像と音声は別のケーブルで伝送する必要がありましたが、このケーブルなら映像・音声・操作信号の3種類を一本で伝送できます。

ネットワークに接続するためのLANケーブル

LANケーブル（Ethernetケーブル）は、ポートサイズによる種類の違いはありません。ただし、カテゴリによる伝送速度の違いがあります。インターネットの契約を高速なものに変えても思ったような速度が出ない原因が、機器間で使われているLANケーブルが古い規格のものだったから、という話はよく耳にします。ケーブルにCat-5、Cat-6Aなどのように印字されて見分けやすいものが多いので、利用時には古いものが混ざっていないかよく確認しましょう。現在はCat-6以降のものがお勧めです。また「PoE」対応タイプのものは給電も可能になっており、電源を近くで取れない場所にネットワークカメラを設置する場合などに役立ちます。

ケーブルを上手に活用するには

USB-Cにさまざまな種類のケーブルを接続するための変換アダプター



最近のノートパソコンはUSB-Cのポートしか持たないものがありますので、一つのポートから複数の種類のポートに変換できるアダプターを有効活用すると良いでしょう。アダプターとケーブルには相性もあります。意図に沿った利用ができるか、事前に確認しておくことも重要です。

活用したいショートカット

「Ctrl + A」で「すべて選択」ができます。「All」のAと覚えましょう。フォルダの中の画像をすべて選択する、Word文書上の文字をすべて選択する場合などに便利です。



第5回 あぶく銭では学べない

株式会社柿内幸夫技術士事務所 所長 柿内幸夫

私がモノづくりの改善コンサルタントになって30年以上がたちました。この間、多くの会社で大勢の方々とは出会い、コンサルティングの仕事をしてきました。自分勝手な思い込みかもしれませんが、多くの仕事でお客様のお役に立てたと思っています。

しかし、どういう場合にうまくいかなかったのかと考えると、もちろん私の力不足もありますが、それ以外に共通している点は、依頼してくださったお客様が「何のために改善をしたいかが明確でない」場合だったと思います。今回は最もうまくいかなかったコンサルティングの事例をご紹介しますことで、改善の進め方の参考にさせていただければと思います。

以前、ちょっと変わったコンサルティングの依頼を受けました。「コンサルティングを受けたことがないので試してみたい。特に大きな問題があるわけでもなく、何をしたいということもない。ただ、現場を見てアドバイスをほしい」というものでした。

これは改善についての相談になっていませんでした。依頼主は問題点を明確に絞っておらず、コンサルティングを通じて何を達成したいのかのビジョンもありませんでした。私はモノづくりの改善コンサルタントとして、コストや品質、納期のレベルアップといったことならアドバイスできますが、この内容でお役に立てるかどうかわかりませんでした。お断りすべきであったのですが、このときは「はい分かりました。それでは一緒に頑張りましょう！」といった軽いノリで引き受けてしまいました。しかし、これは明らかに軽率な判断であり、コンサルティングを始めてすぐに問題が明らかになりました。

この依頼の背景には助成金がありました。国や県の助成金でコンサルタントを使うことを支援するサービスがありますが、まさにそれでした。依頼主は助成金が出たので、「何でもいからコンサルティングを受けてみよう」と考えたようです。

コンサルティングの初日から行き違いが起きました。経営者が改善会に出席せず、従業員には私が来た目的がきちんと伝わっていませんでした。

次に現場を見ると無駄が多く、品質や生産面で多くの問題が発生しているにもかかわらず、改善は実行されていません。そこで私が改善案を出すと、「忙しいので無理です」と即座に断られ、私としては始めたばかりなので、かなり手加減したつもりの提案でしたが、断られて驚きました。また、宿題を課して「分かりました」と返事をもらったものの、次の訪問時に何もやっていなかったこともあり、忙しさを理由に、改善が進まない状況が続きました。

そこで私は次のように問い掛けました。「忙しいからといって、改善をやらなくていいのでしょうか？」「改善で忙しさを解決しなければ、いつ改善ができるのでしょうか？」「助成金を使ってコンサルティングを受けることが目的になってしまい、改善実行が二の次になっていませんか？」。

大変残念なことです。質問に対して明確な答えはなく、このコンサルティングは終了しました。

この事例から分かることは、「現場の人たちが問題を認識しておらず、改善をする必要性を感じていない」。「経営者がその問題に直接に関与していない」ことが改善の実行を妨げる大きな要因です。困っている方、探究心のある方にはいくらでもアドバイスができますが、それらがなく、ただコンサルティングに興味を持っているというだけでは力になれない場合もあります。極端な事例かもしれませんが、せっかくの助成金が無駄になってしまったことは否めません。「あぶく銭では学べない！」という教訓を、ご参考させていただければ幸いです。





循環のしくみをつくって地域を盛り上げませんか

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

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福地信哉です。今月は地域の資源循環の取り組みについて、ご紹介します。

■KURAMAEモデル

東京・蔵前でコーヒー販売を行っている「株式会社縁の木」様が手掛ける地域循環の「KURAMAEモデル」を紹介します。代表の白羽玲子さんにお話を聞きました。



「KURAMAEモデル」は、日々の生活やカフェ・焙煎店ばいせんの業務から出る抽出かすなどを資源として回収し、堆肥やクラフトビールなどのアップサイクル製品につなげる取り組みとして、蔵前で2019年に始まりました。近隣住民、子ども、福祉事業所の協力を得て、地域で持続可能な循環を生み出し、知的障害者が多様な職にチャレンジしています。対面での社会のつながりを通して、地域コミュニティを形成する一つの形を目指しています。

現在では、堆肥・バッグ・タンブラー等、多くの地域資源をアップサイクル原材料として流通・販売する循環をつくっています。

■成功の要素

本事例から循環の取り組みが成功する要素として、下記の3点を挙げてみました。

1. まとめ役、推進役

発案者である白羽さんが各所で参加者を募り、取り組みを推進しています。複数の方が関係する中で、受容力、調整力、管理力等が発揮されています。

2. 共感できるコンセプト

継続的な活動のために適正な経済的価値を生むことが不可欠ですが、各自が自分の目先の利益にとらわれすぎると協力が生まれにくくなる可能性があります。循環は環境保護やコミュニティづくり等の社会的価値とも親和性があります。経済面以外の価値も目標に加えると、共感を生み、競合でも協力しやすくなります。本件では「誰もがいきいきと働ける機会をつくる」が目標の一つです。

3. 人とのつながり

一時的ではなく、持続的な循環を生むには人のつながりが大切です。取り組みが継続すると自然と人とのつながりが深くなり、さまざまなアイデアが出て取り組みが盛り上がっていきます。

■循環は地域振興の手段

物や人がご縁でつながり、循環が始まると地域にさまざまな効果が生じて活気づくでしょう。蔵蔵店頭販売しているアップサイクル品など前では街歩きイベント等も行われて、国内外から多くの方が訪れています。循環のしくみで埼玉の魅力ある地域を盛り上げてみませんか。興味のある方は、ぜひご連絡ください。



店頭販売しているアップサイクル品など

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

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



これだけは知りたい！ 税金の知識 Q&A

税理士・行政書士
元 文京学院大学講師 野口邦雄

Q 賃上げ促進税制

中小企業向け「賃上げ促進税制」とは何か教えてください。

A 1 中小企業向け賃上げ促進税制は青色申告書を提出している中小企業者等が、一定の要件を満たした上で、前年度より給与等の支給額を増加された場合、その増加額の一部を法人税から税額控除できる制度です。

2 賃上げに取り組む経営者の皆様へ
～政府は、賃上げに取り組む企業を応援します～
【大・中堅企業】全雇用者の給与等支給額の増加額の最大35%を税額控除※1

【中小企業】全雇用者の給与支給額の増加額の最大45%を税額控除※1

<適用期間：令和6年4月1日から令和9年3月31日までの間に開始する各事業年度>

(個人事業主は、令和7年から令和9年までの各年が対象)

3 中小企業向け

・適用対象：青色申告を提出する中小企業者等（資本金1億円以下の法人、農業協同組合等）または従業員数1,000人以下の個人事業主

全雇用者の給与等支給額（前年度比）	税額控除率※1
+1.5%	15%
+2.5%	30%

前年度比+5% ⇒ 税額控除率を10%上乗せ

くるみん以上
or
えるぼし二段階目以上 ⇒ 税額控除率を5%上乗せ

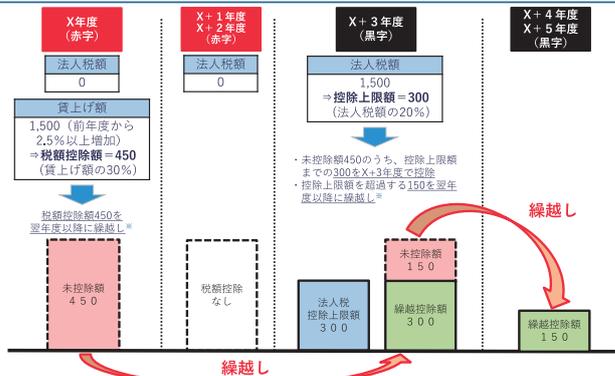
中小企業は、賃上げを実施した年度に控除しきれなかった金額を5年間の繰り越しが可能※2（新設）
中小企業は、要件を満たせば、大・中堅企業向けの制度を活用することが可能

※1 税額控除額の計算は、全雇用者の前事業年度から適用事業年度の給与等支給額の増加額に税額控除率を乗じて計算。ただし、控除上限額は法人税額等の20%。

※2 未控除額を翌年度以降に繰り越す場合は、未控除額が発生した年度の申告で、「給与等の支給額が増加した場合の法人税額の特別控除に関する明細書」の提出が必要。また、繰越税額控除をする事業年度において、全雇用者の給与等支給額が前年度より増加している場合に限り、適用可能。

繰越控除措置のイメージ

中小企業は、要件を満たす賃上げを実施した年度に控除しきれなかった金額の5年間の繰り越しが可能となりました。



広告

火災だけでなく4つのプラン

新総合火災共済

● もしものときも安心!

幅広い補償で建物、家財、おまひ動産をサポート

安心をつなげて築く助け合い

総合火災共済 普通火災共済

自動車総合共済

MAP

Mutual Automobile Policy

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



彩の国ビジネスアリーナは、中小企業の受注拡大・販路開拓のためのビジネスマッチングイベントです。

多彩な分野の企業・団体が出展するとともに、リアル展示会場では、スポーツ産業や産学連携、技術開発事例やグローバル分野のコーナーを設置します。

自社の優れた製品・技術・サービスを幅広くPRできる絶好の機会です。

また今回は、高校生や専門学校生、大学生、外国人留学生等を対象としたリアル展示会場内でのツアーを企画し、来場した学生が就職先として捉えるきっかけづくりも予定しています。

出展のお申込みは上記の公式Webサイトからお手続きください。

■会期 リアル展示 2025/1/22(水)10:00~18:00
1/23(木)10:00~17:00

オンライン展示 2025/1/17(金)~31(金)

■会場 さいたまスーパーアリーナ(スタジアムモード)

■出展募集区分

原則として埼玉県および隣接都県等に事業所拠点があり、次の出展区分に該当する企業・団体等。

「サーキュラーエコノミー/GX」「DX/AI」
「加工技術・部品」「省力化機器装置/ロボット/製品」「人材/ビジネスサポート等」

■出展タイプ

■スタンダードプラン (オンライン展示付)

115,500円 (1小間: W3,000×D2,000×H2,700mm)

小間位置は該当する出展区分エリア内において抽選により決定。



1小間分の展示ブースイメージ

■プレミアムプラン (オンライン展示・広告付)

176,000円 (1小間: W3,000×D2,000×H2,700mm)

- ・該当する出展区分エリア内において、小間位置を選択でき、搬入時間を選択できる。
- ・会場内に設置したディスプレイで紹介動画(音声なし)を放映。
- ・開催案内パンフレットに出展者広告(小枠)を掲載。

■スーパープレミアムプラン (オンライン展示・広告付)

253,000円 (1小間: W3,000×D2,000×H2,700mm)

- ・上記プレミアムプランの内容に加え、開催案内パンフレットに出展者広告(大枠)を掲載。
- ・展示会場出入り口正面で来場者の注目を集めやすい小間です。

■出展募集締切 9/30(月)

ただし、定数に達し次第、締め切りといたします。

問合せ先

運営事務局 (出展申込に係る問合せ窓口)

T S P 太陽株式会社 プロデュース事業部内

T E L 090-9975-5865

E mail ba2025@tsp-work.jp

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

[Web 配信] 会員優待セミナー
若手社員の離職を組織で防止する！
セミナー～若手のキモチを知ろう！～



<https://www.saitama-j.or.jp/seminar/24kub>

多くの若手社員のキャリア育成、コーチングをしてきた講師が、事例を交えて離職防止の解決策を提案します。離職防止策だけでなく、一人前に成長させるマネジメントの具体的方法を実例とともに解説し、コーチングの手法を習得するセミナーです。

日時 8/23(金)13:30～16:00 ZoomによるWeb配信

内容 ・若手社員の想いを知る

- ・若手の離職防止を組織の仕組みから考える
- ・若手をやる気にさせ、一人前に成長させるマネジメントとは
- ・若手の自己肯定感を高める手法

講師 ワンネス教育研究所 代表 林 紀光 氏

定員 50名 **費用** 会員無料 一般2,100円

問合せ先 公社 研修・情報グループ

TEL 048-647-4087

公社
情報

知財出張相談会のご案内
秘密厳守・相談無料



https://chizai-portal.inpit.go.jp/madoguchi/saitama/consultation/consult_info

県内4拠点(秩父・熊谷・越谷・狭山)にて、経験豊富な知財の支援担当者が、商品名/サービス名/店舗名等のネーミング/ロゴ、技術/デザイン、レシピ/ノウハウ等の保護、著作物(写真・画像・音楽等)の利用、業務委託/共同開発/秘密保持等の各種契約、海外展開時の知財リスク、知的財産権の侵害警告・トラブル等の幅広い相談に、無料に対応します。

先行技術や先行商標の調査が行える無料データベース「J-PlatPat」の活用方法についても支援します。

熊谷 偶数月 第3火曜日開催【次回は8/20(火)】

埼玉県産業技術総合センター北部研究所 会議室

越谷 奇数月 第3金曜日開催【次回は9/20(金)】

越谷産業会館 2階研修室

狭山 奇数月 第4金曜日開催【次回は9/27(金)】

狭山市産業労働センター 2階相談室A

秩父 偶数月 第1火曜日開催【次回は10/1(火)】

秩父市地場産業センター 5階会議室

問合せ先 公社 産学・知財支援グループ

(INPIT埼玉県知財総合支援窓口)

TEL 048-621-7050

公社
情報

大規模展示会(サーキュラーエコノミー推進センター埼玉 特設エリア)
共同出展企業募集中



<https://www.saitama-j.or.jp/r6ce/exhibit>

サーキュラーエコノミー推進センター埼玉では、県内のサーキュラーエコノミーに取り組む企業の大規模展示会への出展支援として、以下の大規模展示会に特設エリアを設け、共同出展企業を募集します。

サーキュラーエコノミーに関連する製品・技術・サービスをPRするチャンスです。

展示会 ①エコプロ 会期 12/4(水)～6(金)

②サーキュラー・エコノミー EXPO

会期 2025/2/19(水)～21(金)

会場 ①②とも東京ビッグサイト(東京都江東区)

対象者 埼玉県内に本社または拠点等を有する企業、または埼玉県内でサーキュラーエコノミーに資する取り組みを行っている企業

募集数 ①②とも10社

出展料 ①55,000円 ②110,000円

締切 8/9(金)

問合せ先 公社 循環経済支援グループ

TEL 048-711-9906

県の
情報

[Web 配信] BCPオンラインセミナー
風水害の事例に学ぶ～災害に強い
企業づくり～“モノ”への対策編



<https://www.pref.saitama.lg.jp/a0803/bcp.html>

地震、台風、集中豪雨などの災害はいつ起こるか分かりません。事業や従業員を守るためには事前の準備が重要です。

本セミナーでは、台風シーズンを前に、過去の風水害の事例から、非常事態に陥っても事業を継続できるためのBCP策定のポイントについて、経験豊富な専門家が解説します。

日時 8/8(木)14:00～16:00 ZoomによるWeb配信

内容 ①事業継続の考え方 モノ編

ユナイテッド・インシュアランス(株)

長洲 貴美子 氏

②過去の災害から学ぶ事業継続

(公財)埼玉県産業振興公社

BCPアドバイザー 黄野 吉博 氏

対象 県内中小企業者等 **費用** 無料

締切 8/6(火)※申込みは上記URL(QRコード)から

問合せ先 埼玉県産業労働部 産業支援課

TEL 048-830-3910



盛田軒～もりたラーメン研究所～

盛田 剛平 さん

創業のきっかけは？

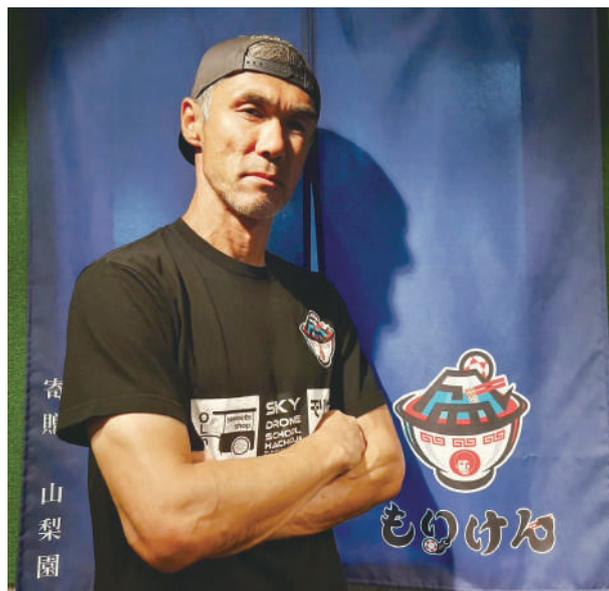
現役のサッカー選手時代から全国各地のラーメンを食べ歩いて研究し、イベントでも自らラーメンをプロデュースするなど、自他共に認めるラーメン好きで、現役引退時に「ラーメン師範としては現役続行」「いつかラーメン屋で海外進出するのが、僕のセカンドキャリアでの目標」とコメントするほどでした。現役選手を引退後、サッカーのコーチ業をする中で、サッカー同様に大好きなラーメンのお店をやらないと、自分の人生に悔いが残ると思い、創業を決意しました。

事業内容は？

2023年3月に「盛田軒（もりたラーメン研究所）」をオープンしました。一番人気は大山鶏のガラと数種類の野菜を使用した濃厚でクリーミーな泡状のスープと、2種類の粉をブレンドした自家製麺がマッチした「とりばいたん」。最高一杯をお客様に届けるべく、現状に満足せず、味も、接客も、常に進化し続けるラーメン店でありたいと考えています。お客様が「また来たい」と思える、また、従業員が「ずっと働きたい」と思えるお店を目指しています。

今後の展開・夢は？

キッチンカーで被災地へ出向きラーメンを提供することや、現役時代に在籍した全チームのスタジアムでサポーターにラーメンを振る舞いたいです。将来的に多店舗展開をして、ゆくゆくは海外にもお店を持ちたいと思っています。



盛田 剛平（もりた こうへい）さん（47）

1976年愛知県生まれ。小学校2年生からサッカーを始め、浦和レッズをはじめ全国のJリーグクラブで19年プロサッカー選手として活躍。現役引退後は指導者の道を歩んできたが、2023年3月に念願のラーメン店をオープン。

盛田軒（もりたラーメン研究所）

<https://moritakenmiyahara.wixsite.com/moritaken>
さいたま市北区宮原町2-16-2 新井マンション1階
創業 2023年3月 従業員数 9名
TEL 048-782-6391
事業内容 飲食店の経営（ラーメン店）



JR高崎線宮原駅東口から徒歩5分 定休日:水曜
営業時間:月・木曜10:30～14:30、火・金・土曜10:30～14:30、17:00～22:00、日曜10:30～15:30



店長イチオシの「とりばいたん」
大山鶏を使用した泡状の濃厚でクリーミーなスープが好評



店舗外観

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 日東テクノブレイン

〒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. 35

(株)横関酒造店



おすすめはアルコール度数20度の「原酒」

明治13年(1880年)創業で、144年の歴史を持つ。埼玉県北部の美里町で国道254号線(旧鎌倉街道)沿いに位置する酒造会社。鮮度にこだわった生酒を多く扱っているのが特徴である。代表銘柄は「天仁」。大吟醸から特別純米酒、初搾りなど8種類の商品をラインアップ。おすすめは「原酒」で、米本来の甘みや香りが楽しめる一品。よく冷やすか、氷を入れてオンザロックにすることで、どのような料理にも合う。その他、発泡性で口当たりが良い「にごり酒」や搾りたてをすぐ瓶に詰めた期間限定の「あらばしり」も好評である。

近くにはゴルフ場が点在しており、ゴルフ帰りのプレーヤーがお土産として、立ち寄り購入していく。

毎年、近隣小学校の見学を受け入れており、夏でもひんやりとした土蔵の涼しさに驚く小学生らの疑問などに、5代目社長の横関氏自ら丁寧に答える。



清酒のほか、人気の自家製「なら漬」が並び店内

自慢の自家製「なら漬」も大人気

自慢の自家製のなら漬は、白瓜、きゅうり、なす、しょうが、大根の5種類があり、一度に複数の種類を味わえる詰め合わせも販売している。

6月末から7月にかけて収穫時期を迎える白瓜は、契約栽培で朝採りした新鮮なものを毎日厳選し、保存料などの添加物を一切入れていない良質の酒かすに漬ける。その年に漬けた新物と、1年以上熟成させたものがあり、好みによって選ぶことができる。近年の発酵食品ブーム後も後押しして大変人気である。なら漬に使用している酒かすを小分けて販売しており、季節の野菜や魚の切り身、肉などを漬けるとおいしい一品になる。また、一般的な白い酒かすも購入でき、かす汁などの料理や甘酒にしてもおいしい。甘酒は「飲む点滴」と言われるくらい栄養があるので、夏バテ解消に冷やして飲むのもよし。冬はホット甘酒で体の芯から温まれる。

商品は、化粧箱の用意もあり贈答品としても最適。清酒セットや清酒となら漬のセットなど人気のセットがあり、美里町の「ふるさと納税の返礼品」としても選ばれている。人気の清酒やなら漬をこの機会にぜひ一度お試しあれ。



「当蔵の清酒の約半分は鮮度を重視した生酒です。来店の際にはクーラーボックスをご持参ください」と横関社長

株式会社横関酒造店

<https://www.yokozeki-syuzo.jp>

児玉郡美里町猪俣3214-1 Tel 0495-76-1051
代表者 代表取締役 横関 賢治 氏
創業 1880年 資本金 1,000万円 従業員数 3名
事業内容 日本酒の製造・販売、加工食品等の販売
購入方法 直売(営業時間9:00~18:00、月曜定休日)
小江戸蔵里(川越市)



天仁 大吟醸
(コクと香りが特徴的なフルーティーなお酒。冷やして飲むのがおススメ)



※写真はイメージ

自家製「なら漬」(写真の箱詰の中身は、白瓜、しょうが、きゅうりの3種類が基本)

● 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、多くの皆様に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!

横関酒造店の「天仁 大吟醸720ml」を3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、横関酒造店のお酒希望」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、8月26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

ビジネスプラザ さいたまの 創業支援

創業から業容拡大まで “こまりごと”を解決します

- 起業検討段階から起業後の方まで課題解決をお手伝いします
- 金融面のアドバイスだけでなく、セミナー開催等により、創業者の皆さまが抱える課題の解決をお手伝いします
- 公的支援機関や外部専門機関と連携し、皆さま個々の課題にも解決策をご提供します
- 創業者同士のビジネスマッチングや交流会などを通じて、事業成功に向けた起業前後の様々なお悩みにソリューションを提供します

- 販路拡大
- 体制整備
- 資金管理・資金調達
- 事業計画
- 専門家とのネットワーク
- 経営相談
- IPO(新規上場株式)



～創業支援デスクを設置いたしました～

事業計画や資金調達、販路拡大など創業から業容の拡大までサポートはもちろんのこと、その先にあるIPOにいたるまで、企業の成長をどこまでもしっかり応援致します。

口座開設の際は、ぜひ埼玉りそな銀行をご利用下さい

お客様の“こまりごと”を解決するお手伝い!



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**