

繁栄

BESTパートナー
三井生命

11

2016 November

Vol.438

P 2 TOP INTERVIEW



生き残る経営
この時代を生き
未来につなげるために

株式会社 明工社



P 8 PickUP!

いかの本場・青森県八戸のヘルシーでおいしい「いかそぼろ」



P 9 Medical Info

第二の脳を磨いてパフォーマンスを上げる vol.2 「ライフスキル脳」の機能



株式会社 青木光悦堂
ホームページ



株式会社 オンネット・システムズ
ホームページ



わたらせ渓谷鉄道株式会社
ホームページ



トロッコわたらせ渓谷「秋」

P 5 Biz TREND 知的資源の再発見

知的資産経営のメリットとは



P 10 日本酒 紀行

京都府 / 丹波ワイン株式会社「丹波鳥居野 Traditional」



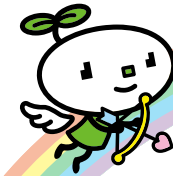
P 11 くつろぎの温泉宿

新潟県 / 燕温泉「燕ハイランドロッジ」



P 12 Business Cupid

企業と企業をつなぐ、三井生命「ビジネスキュービット」業務提携 様々な企業をご紹介 ダミー



企業と企業をつなぐ、三井生命「ビジネスキュービット」



業務提携、協力企業をご紹介します！

最近の傾向として、建設業界ではとくに人員不足が深刻な悩みのようです。売り手・買い手いずれからもビジネスマッチングのニーズがあり、当社としても少しでもお役に立てるようにお引き合わせに取り組んでいます。

事業拡大のタイミングでのマッチング

ハウスメーカーであるA社様の事例をご紹介します。大規模木造住宅部門を強化すべく新部門を設立され、当社にも協力業者の紹介依頼のご相談がありました。「ビジネスキュービット」にご登録されている会社のなかから大規模木造施工を得意としているB社様が見つかり、お引き合わせをしました。会社案内や工事経歴書など詳細な資料を事前にA社様にお渡しした上でご面談いただきました。B社様には見積り作成などスピーディに対応いただき、A社様はたいへん喜ばれその後の商談も順調に進んでいるようです。取引の実現が期待されます。



地方と東京を結んだご紹介事例

北海道に本社がある防水加工会社C社様と準 **ダミー** D社様のビジネスマッチングをサポートしました。首都圏にC社様の支店・営業所があったため、お引き合わせは東京の事務所で行いました。防水加工の業種は年末に人手が不足することが想定されているため、D社様には前向きにご検討いただくことができました。4年後に東京オリンピックを控え、ゼネコン各社のなかには、首都圏に拠点がある建設業者とのビジネスマッチングについては積極的にご検討していただける可能性があるようです。



当社では、異業種交流会と併せて中小法人向けの新たなビジネスサポートサービス「ビジネスキュービット」を平成27年10月より開始しています。ビジネスマッチングの機会をさまざまな形で提供し、新たなビジネスチャンスを創造していくお手伝いをさせていただきます。詳しくは担当者にお問い合わせください。これからのビジネスマッチングの広がりにぜひご期待ください。

Business Cupid

「売りたい」「買いたい」「探したい」 さまざまなビジネスシーンをサポートいたします。

登録は簡単！

貴社の業務内容やPRポイントを簡単にご記入いただくだけで、お申込み完了です！

対象企業は約160万社！

ビジネスマッチングの対象企業は、全国約160万社。さまざまな企業と取引のチャンスがあります。

お役に立ちます！
三井生命の
ビジネスマッチング

● お届けした担当者

● メッセージ

存在意義を全うするための 老舗企業の挑戦

配線器具メーカーの三代目社長が
業界のジレンマから脱却し、経営の刷新に挑戦！



川村 龍俊氏

株式会社 明工社 代表取締役副社長
株式会社 福島明工社 代表取締役社長
明工商事株式会社 代表取締役副社長兼営業本部長

インフラ商材ゆえに
不自由さを抱える業界



私たち明工グループは、来年の10月で創業85周年を迎えます。グループは、配線器具部門の明工社（設計・品質保証）、福島明工社（製造）、明工商事（販売）の3社、そして配電盤部門の明工産業から構成されています。

1932年、紙器・印刷業として、私の祖父である川村英二が創業。戦後、配線器具・電機部品の製造に業種変更し、「明るい工場」という意味で「明工社」に社名も変更しました。

日本で初めて「ゴム外殻の屋外用配線器具」を商品化したのを皮切りに、屋外工事向けの製品を次々と投入し、業界での地位を確立しました。

現在では、屋外工事用のみならず、機器用・住宅用・医療用・OA用など、

長を支える現場を目撃できたのです。

さらに私がこの仕事に使命を感じたのは市場の現在を考えたときです。配線器具市場は、超大手一社の寡占状態にあります。多様性がある健全な社会を維持するためには、私たちには多様性を担保するための存在意義がある——そう考えました。

2006年度からの中期経営計画の目標には「存在を認められ、存続を求められる会社になること」を掲げました。

私が経営に参画して以降、売上高偏重から、現実的な予算設定による経営方針に転換しました。

弊社の製造現場で「理系のものづくり」の複雑さと多大な労力を知れば知るほど、そこに至るまでのチーム力の重要性を感じました。設計や開発、品質保証を強化し、製造現場との連携を促進しました。業界一のクレーム対応力を目指して、お客さまからのクレームはSOSであると心得、迅速に対応。営業担当とお客さまとの信頼関係ができ、設計提案などでもいただけるようになりました。

さらには、グループの経営理念である「いい仕事にこだわる」を実現するために、人材育成にも力を入れました。

のようにリニューアルなどを行ったら、多くのお客さまや協力会社から、それに合わせて仕様変更を行わなくてはいけない。つまり、よほどのことがなければ変えることは許されないのです。いわば水道の蛇口のような、インフラ商材といえるでしょう。

しかし、電気を使用する限りは必要とされるもので、廃れることはありません。イノベーションの必要性が叫ばれる製造業と質的に異なる業界であるのは、そのインフラ的な役割が大きく影響しているからだろうと思います。

戦後から現在にかけての業界の変遷もまた、インフラ的な側面が多く影響しています。高度経済成長期には、製造販売数も右肩上がりで成長。現在は成熟市場にあり、組織構造やビジネスモデルを変革しなくては、儲けを出すことが難しい業種となっています。

文系のものづくりから
理系のものづくりへ

私は高校時代から演劇にのめりこみ、国際基督教大学では音楽を専攻していました。そんな「文系のものづくり派」の私が、明工社に入社したの

は1990年。バブル崩壊の年でした。景気という追い風はまったく期待できません。経理部門を徹底精査するうちに、経営方針を根本から見直さなければ生き残ることはできないという結論に至りました。そこで社長である父の許可を得て産能大学大学院で経営情報学のMBAを取得し、明工グループの経営分析を修士論文に。大学院で出会った優秀なメンバーとチームを組んで会社に戻り、経営改革をスタートさせたのです。

日本経済が低迷し、経営環境も最悪の時期でしたが、私がその道を選んだのは、ひとえに倫理的な問題からです。私より前にこの会社に入り、働いてきた先人たちのおかげで、私は大学まで出させてもらうことができました。彼らがいる限りこの会社を存続させなくてはいけないと思いました。

その数年後、「小河内ダムができるまで」という記録映画を観ました。昭和30年代、奥多摩湖にダムを造った記録なのですが、夜間、真暗闇の中に点在する電球の光をたよりに、男たちが仕事をしている場面を見るなり「あの灯りをつけているのは、明工社の配線器具だ！」と気づき、鳥肌が立ちました。弊社の製品が、日本の経済成

※昭和30年代、明工社は関東エリアの屋外用配線器具でシェア100%だった

大震災を乗り越えて 10年後のビジョンへ

私が福島県須賀川市にある福島明工社の代表取締役社長に就任したのは2007年。現在は明工社の配線器具製品や部品約6000種を、パートを含めた従業員134名でつくっています。

当時の従業員の平均年齢は51歳。若手社員を増やし、ベテラン社員の技術を伝承することが課題のひとつでした。

私が目指したのは、社員が気持ち良く仕事ができる雰囲気をつくること。それは部門毎のセクシヨナリズムを排して、みんなで最終出荷物である「製品」をつくっているという認識を強くもってもらうためには絶対必要だと思いました。



株式会社 福島明工社

そこで現場に入り、新人社員から課長クラスまでの社員教育、管理職向けの勉強会を徹底して行いました。また、自分たちでスピーディーに意思決定を行えるように、課長以上に

対象とするミーティングを毎週開催。

各部署が抱えている課題をすべて出してもらい、どのように解決すべきかを話し合いました。当初は朝10時から夕方の6時までかかりましたが、半年も経たないうちに午前中で終わるほどに、情報と知見の共有を図ることができました。問題が発生した際、私の指示がなくても、部署間で情報を持ち寄り、解決できるくらいにコミュニケーションが円滑になったのです。5S運動の励行、メタレベルの教育改革（教えることを教える）などを行いながら、少しずつ職場の雰囲気が変わってきました。

福島明工社にとって久しぶりの新卒社員の入社式を2週間後に控えた2011年3月11日、東日本大震災が発生しました。

震度6強の地震が、人口8万人の須賀川市の建物1万3658棟を倒壊。道路や家屋、田畑までもが破壊され、弊社も一部損壊を免れることはできませんでした。

翌週からは、余震が続くなか、ガソリンが不足し上下水道が不通する状況で、社員たちは全壊半壊した自宅から出勤。生産設備の復旧に全力であたっくれ、2週間後には再稼働できました。

地震発生後に14時間かけて東京に戻った私は、再稼働まで自席を一步も動かぬ覚悟で司令塔となり、福島からの連絡に逐次対応し、現場に指示を出しながら、弊社サイトのトップページに「今日の福島明工社」と題して最新情報を毎日更新しながら掲載。震災の影響をご心配いただいた全国のお客さまに、現況を発信し続けました。

また、膨大な情報や書籍から放射能について学び、勉強会や自治体への提言をするなど、社員や住民の方々のリスクを最小限におさえるためにできることはすべて行いました。

震災後、復旧・稼働を奇跡的なスピードで行うことができたのも、それまで地道に行っていた5S運動、各部署の垣根を越えて築いた盤石な連携が奏功したのかもしれない。

私が就任したとき、51歳だった社員の平均年齢は、37歳に若返りました。きれいで明るい工場には今、社員たちの活気が感じられます。

現在、30代の社員たちに10年後の計画をまとめてもらっています。自分たちの会社として、福島明工社をどんな会社になりたいのか。弊社の将来を担うのは彼らなのです。また、今年の4月から明工社製品



知的資源の再発見 知的資産を開示して 社会的信頼を獲得

会社の強みを見える化する「知的資産経営報告書」
作成のメリットについて考えます

！商工会議所や金融機関も 取り組みを推進

経済産業省が推奨する「知的資産経営」。技術や組織力、人材やブランド力など、数値化できず、目には見えない強みを認識し、有効に組み合わせ活用することで収益につなげるという経営手法だ。

同省が知的資産経営を推奨する理由としては、日本の中小企業が知的資産を意識的に活用してこなかったという現実がある。さらには、取引先や金融機関などとの関係において、企業の知的資産を適切に示さなかったため、評価されることもなかった。強みがありながら、それが見え

づらいために社会的信頼を獲得できずに融資や投資の機会損失につながっていた。そこで、中小企業における知的資産経営を促進するために取り組みがスタートしたのだ。

この動きを受けて、地方の商工会議所や金融機関なども、積極的に地元企業に知的資産経営についての取り組みを推進するようになった。

東京商工会議所は、ブランド、人材、ノウハウなどの財務諸表に現れにくい企業の強み（知的資産）を把握し、それを活用することで業績の向上につなげる知的資産経営の普及に努めている。2013年、「中小企業が信頼を高めるための情報開示のすすめ」という知的資産経営入門ガイド

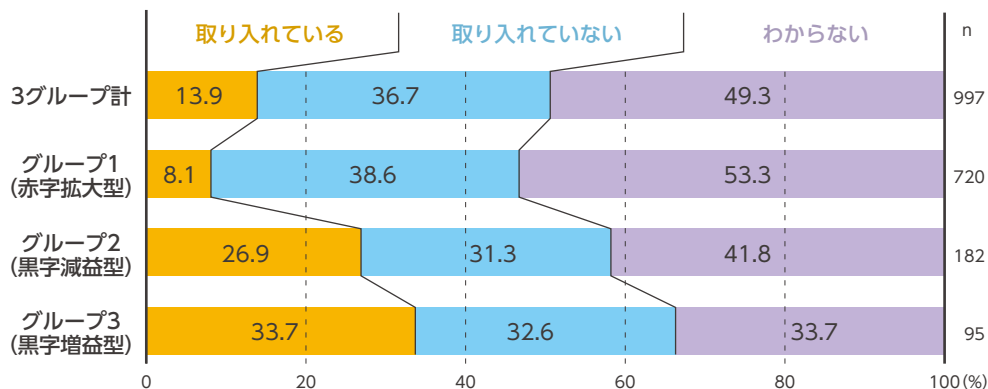
ブックを発行。自社の知的資産の見える化から経営に役立てるまでの手法を解説している。

東京都産業労働局の調査（グラフ）では、知的資産経営を意識的に取り入れている企業の方が、業績が良いという結果が出ている。

また金融庁は、株式会社地域経済活性化支援機構法に規定された、地域経済の活性化及び地域における金融の円滑化などについて、適切かつ積極的な取り組みが求められることに留意が必要であると金融機関に対して呼びかけている。

さらには、地域金融機関は、長期的な取引関係を通じて蓄積された情報や地域の外部専門家・外部機関等

グラフ 知的資産と業績の関連性



※ 出典：東京都産業労働局の調査(平成21年度東京の中小企業の現状【製造業編】)

黒字企業(グループ2、3)は赤字拡大型企業(グループ1)に比べて知的資産経営の実践割合が高い。また、黒字増益型企業(グループ3)と黒字減益型企業(グループ2)を比較しても「取り入れている」と回答した企業との差は黒字増益型企業(グループ3)の方が6.8ポイント高い

PROFILE

株式会社 明工社・明工商事株式会社

□所在地 東京都練馬区貫井4-46-8
□TEL 03-3577-1155
□FAX 03-3577-0455

株式会社 福島明工社

□所在地 福島県須賀川市大久保字北田164
□TEL 0248-65-3111
□FAX 0248-65-3152

<http://www.meiko-g.co.jp/>

の販売会社である明工商事の営業本部長を兼務することになりました。東京と福島の週1回の往復に加え、札幌・仙台・本庄・名古屋・大阪・福岡の各営業所を月1回訪問しています。福島明工社で10年間かけて行ってきたのと同じように営業マンの再教育を行うためでもあります。自分自身がお客さまの声を聞き、市場を身体で理解するためには、自らがそこにいなければならないと思うからです。

私の座右の銘は「ちゃんとやれ！」。お天道様の下で、だれが見ていなくても、自分の軸をもってちゃんとやれている。そんな社員を育て、彼らと共に、よりよい製品をお客さまに提供し続けていきたいと思っています。