



東北の「光り輝く」企業たち サービス産業版

東北の「光り輝く」企業たち

～2009年 サービス産業版～

財団法人 東北産業活性化センター

東北の「光り輝く」企業たち

2009年 サービス産業版

財団法人 東北産業活性化センター

発行●平成21年6月

財団法人 東北産業活性化センター

東北の 「光り輝く」 企業たち

2009年 サービス産業版

財団法人 東北産業活性化センター



はじめに

サービス産業は、日本経済を支える重要な産業となっています。また、少子高齢化の進展等新たなサービス需要が増大するなど、今後ともサービス産業の重要性は増すものと見込まれています。しかしながら、製造業に比べて生産性の伸びが低く、また、欧米諸国と比べて相対的に生産性が低いことから、この分野におけるイノベーションの創出と生産性の向上をいかに図っていくかが重要な課題となっています。そして、これにより、サービス産業を製造業と並ぶ経済成長の「双発エンジン」に位置づけ日本経済を力強く牽引していくことが求められています。

東北地域のサービス産業は、現下の厳しい経済環境を克服するため、各企業等において懸命かつ様々な挑戦、取り組みが進められております。この度、当センターでは、東北地域に本社を置くサービス産業で独自の商品開発、新規分野開拓、新技術開発等に積極果敢に挑戦して大きな成果を挙げている先進的企業を独自に調査し「東北の光り輝く企業たち：サービス産業版」として取り纏めました。

本書で紹介している先進的取り組み事例が、東北地域でサービス業を営む企業経営者や支援者に「夢」と「希望」を与えるとともに、相互に刺激し合って新たなサービスや技術の創出、販路の拡大等をもたらす取り組みが活発化する契機となれば幸いです。また、こうした取り組みが活発化することで地域内サービス業の業績が一層伸展し、新たな雇用が創出される等地域経済のさらなる活性化につながることを強く期待しております。

最後になりますが、本冊子の発刊にあたり、東北大学大学院経済学研究科の大滝精一教授を委員長とする委員会を設置し、各委員から貴重なご意見、ご指導を頂戴いたしました。

末筆ながら、ここに委員の皆様ならびに情報を提供していただいた企業、経済産業省東北経済産業局を始めとする関係各位のご協力に対し、こころから御礼申し上げます。

平成21年6月

財団法人東北産業活性化センター
会長 高橋 宏明



目 次

選定方法・調査方法	4
索引	12
青森県	24
岩手県	35
宮城県	46
秋田県	71
山形県	74
福島県	84
新潟県	110

「光り輝く企業（サービス産業）」の選定方法

「光り輝く企業（サービス産業）」の選定に当たっては、東北大学大学院経済学研究科大滝精一教授を委員長とする委員会（委員は末尾参照）を設置し、選定対象企業、選定基準等について、詳細なご検討をいただきました。委員会での選定は、以下の方法で実施しております。

注：本冊子に掲載した企業について取引上の与信を保証するものではありませんのでご了承下さい。

1. 選定業種及び企業数

(1) 業種

①農業、林業、漁業、鉱業、建設業、製造業以外の業種のいわゆる第三次産業とする。

②ただし次の業種等を除く。

- ・ 事業への参入、監督等について法律等で規制されていることなどから企業数が限定的である業種（電気・ガス・水道業、通信業、放送業、金融業、協同組合）
- ・ 特殊浴場、娯楽業の一部
- ・ 公務及びこれに類するもの（外国、国家、地方、郵便局）
- ・ 政治・経済・文化団体

（別添1 選定対象業種 参照）

(2) 選定対象企業数

（株）東京商工リサーチの企業データベースに登録されている一次産業、二次産業を除く、第三次産業（サービス業）企業は591、839社（総務省事業所統計企業数の61.3%（2004年））のうち、東北7県に本社をもつ（1）の業種に該当する49,726社。

表1 県別企業数

県名	青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島	新潟	合計
社数	6,155	5,875	8,806	4,629	5,322	8,403	10,536	49,726

表2 県別、売上げ規模別企業数

	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	新潟県	合計	比率
最新決算の売上高が1億円未満	2,852	2,763	3,778	2,233	2,639	3,966	4,653	22,884	46.0%
最新決算の売上高が1億円以上3億円未満	1,692	1,649	2,365	1,215	1,431	2,289	2,836	13,477	27.1%
最新決算の売上高が3億円以上5億円未満	551	484	851	387	457	724	978	4,432	8.9%
最新決算の売上高が5億円以上10億円未満	462	435	686	399	333	649	890	3,854	7.8%
最新決算の売上高が10億円以上	598	544	1,126	395	462	775	1,179	5,079	10.2%
合計	6,155	5,875	8,806	4,629	5,322	8,403	10,536	49,726	100.0%

2. 選定基準

(1) 定量的選定基準

次の基準のいずれにも該当すること

- ①業歴4年以上
- ②2期連続で増収
- ③最新決算が黒字
- ④次に定める最新決算（平成19年8月まで）の売上高区分ごとに定める増収率（最新決算売上高／前期売上高×100（%））を達成
 - ・1億円以上3億円未満 120%以上
 - ・3億円以上5億円未満 115%以上
 - ・5億円以上10億円未満 110%以上
 - ・10億円以上 105%以上

(2) 定性的基準

次の基準のいずれかに該当すること。

- ①サービス、事業の仕組みが独創的、革新的（これまでにないサービスの提供、事業の仕組みの構築）
 - (例) ■新商品を開発 ■新技術を開発 ■技術の導入・活用 ■産学官連携 ■サービスのモデル化・最適化 ■知財活用 ■IT導入・活用
- ②長期的・持続的に社会に貢献（地域社会の発展、住民の幸福度の向上に貢献）
 - (例) ■地域貢献 ■企業イメージアップ ■多数雇用 ■地域産業に不可欠なサービスの提供 ■従業員満足度が高い
- ③国民生活、生産活動への影響度が大きい（そのサービスの提供、普及によって国民生活・生産活動に大きな影響を与えている。）
 - (例) ■生産性の向上 ■生活の質、利便性の向上 ■人材育成・活用 ■顧客満足度が高い
- ④意匠・感性価値が優れている等（デザイン又はコンセプトの優位性、環境面での優位性、等多面的に勘案）
 - (例) ■省エネルギー ■CO₂排出量減少 ■国際展開

3. 選定の経過

(1) 一次選定

1. (2)の対象企業49,726社の中から定量的基準により1,563社を選定し、この中から定性的基準に合致する512社を選定。

(2) 二次選定

上記512社に対し、アンケート調査を実施（回答138社）。また、回答があった138社に対し面接調査を実施。

(3) 最終選定（委員会による審査）

二次選定した138社について検討委員会の審査を経て最終的に112社を選定した。選定されなかった26社の中には選定を辞退した企業、公表に同意しなかった企業も含まれている。



4. 選定企業の県別分布状況等

(1) 業種別、県別分布

業 種	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	新潟県	合 計	%
情報通信						1		1	0.9%
運 輸		2	2		2	3	3	12	11.4%
卸・小売	6	3	11	2	5	11	12	50	43.9%
不 動 産			1			1	3	5	4.4%
飲食・宿泊	1	2	2		1	2		8	7.0%
医療・福祉					1		1	2	1.8%
教育・学習支援		1	1					2	1.8%
その他サービス	4	3	8	1	1	8	7	32	28.9%
合 計	11	11	25	3	10	26	26	112	100.0%

(2) 業種別、定性基準別分布

業 種	事業が独創的・革新的であること							持続的に社会に貢献	国民生活等への影響度大	意匠・感性価値が優れている			その他	合 計	
	新技術開発	技術導入・活用	サービス最適化	起こし	新ニーズの掘り	新商品開発	知財活用			IT導入・活用	地域貢献	企業イメージアップ			人材育成
情報通信			1								1				2
運 輸	2	1	2	2	2		3	2		4	4	4		1	5
卸・小売	5	1	11	14	16	1	12	12	10	17	4	5		7	4
不 動 産			2				3	2	2	3		1			13
飲食・宿泊		1	3	4	1		1	3	4	1	3	1			22
医療・福祉			1	2					2	1					6
教育・学習支援			1	1	1			1		1					5
その他サービス	2	2	7	10	1	1	4	7	8	16	5	5	4	2	3
合 計	9	5	28	33	21	2	23	29	24	43	17	16	4	10	12

5. 選定委員会委員名簿

〈委 員〉◎委員長

(敬称略 順不同)

氏 名	所 属
◎大滝 精一 <small>オオタキ セイイチ</small>	東北大学大学院経済学研究科 教授
西澤 昭夫 <small>ニシザワ アキオ</small>	東北大学大学院経済学研究科 教授
若林 光次 <small>ワカバヤシ コウジ</small>	岩手県立大学ソフトウェア情報学部 教授
原田 保 <small>ハラダ タモツ</small>	多摩大学ルネッサンスセンター 教授
塩谷 佳紀 <small>シオヤ ヨシノリ</small>	有限会社マイルストーン経営 代表取締役社長
徳能 邦幸 <small>トクノウ クニユキ</small>	東北経済産業局産業部 商業・流通サービス産業課 課長

<参考> 検討委員会での主な議論

(1) 選定基準等について

- ・一般に、第三次産業とサービス産業との使い分けが曖昧なので、今回は、一次産業、二次産業以外の三次産業を対象とし、その中から除外業種を指定する。
- ・製造業を誘致しても人材派遣会社が全国から人を集めてくるといわれる。サービス業は、地域の雇用数を確実に増やしていることを評価しなくてはならない。東北にいと安く雇えるという企業ではなく、高い賃金を払い、全国に出ていこうという企業を選ぶべき。
- ・選定基準を明確にして冊子を読んだ経営者等が自社の事業と比較して、納得するようなベストプラクティスになっている必要がある。
- ・地域のサービス業を元気づけるという趣旨であり、頑張っているところ、成果の出ているところを選べば良く、100選とか70選、80選などと数にこだわる必要はない。
- ・東北のサービス産業ならではの特徴がでるような選定が必要。ある会社の社長は、「新潟で売れたら関東で商売するのは楽」といっていた、そのぐらい地方で頑張ることは大変なのだ。
- ・サービス業の場合、事業の盛衰が激しいといわれるので、業歴4年とか2期連続増収を基準にするのはかなり厳しいのではないか。
- ・面接調査の相手によって結果内容が大きく変わるので、社長など経営者クラスからしっかりとヒアリングすることが重要である。

(2) 選定結果等について

- ・全体49,000社の中で、第一次のスクリーニングで約3%、第二次スクリーニングで約1%と非常に少ないように見えるが、同じ基準で九州をみても、あまり変わらないので、東北が特別に少ないわけではない。
- ・東北では、「医療・福祉」が少なく、「卸・小売」が多いという特徴が出ている。逆に「医療・福祉」が頑張って成果をあげる事が東北にとっての一つのポイントではないか。「飲食・宿泊」が少ないのも東北のある種の特徴が出ているのだろう。
- ・「医療・福祉」が2件しかないのは、いかにも少ない。これも東北の実態なのか。秋田県の選定結果が3件と少ないのは非常に寂しい。
- ・サービス業は人が基本だ。優れた企画、サービス、技術であっても実行するのは人。その意味で人材育成に取り組んでいるところが最も多かったのは当然かも知れない。

(3) 出版に当たって

- ・会社紹介をする際、その特徴を示すキャッチコピーが必要。また、うまくいっているビジネスシステムや成功の鍵となっている点などをしっかり説明するべき。
- ・今回の選定によって選び出された企業は、全国の他のエリアの企業に比べても素晴らしい企業である点を、東北の人だけでなく、全国にも発信していくべき。
- ・東北地域のサービス業の経営者等に向け、当委員会としてのメッセージを示すべき。

選定対象業種

大分類	中分類	小分類(例)
H 情報通信業	通信業	
	通信業	
	情報サービス業	管理、補助的経済活動を行う事業所(情報サービス業)
		ソフトウェア業
		情報処理・提供サービス業
	インターネット付随サービス業	管理、補助的経済活動を行う事業所(インターネット付随サービス業)
		インターネット付随サービス業
	映像・音声・文字情報製作業	管理、補助的経済活動を行う事業所(映像・音声・文字情報製作業)
		映像情報製作・配給業
		音声情報製作
		新聞業
		出版業
		映像等情報製作に付帯するサービス業
I 運輸業	鉄道業	
	道路旅客運送業	
	道路貨物運送業	管理、補助的経済活動を行う事業所(道路貨物運送業)
		一般貨物自動車運送業
		特定貨物自動車運送業
		貨物軽自動車運送業
		集配利用運送業
		その他の運送に付帯するサービス業
	水運業	
	航空運輸業	
	倉庫業	
	運輸に付帯するサービス業	管理、補助的経済活動を行う事業所(運輸に付帯するサービス業)
		港湾運送業
		貨物運送取扱業
		運送代理店
		こん包業
		運輸施設提供業
その他の運輸に付帯するサービス業		
J 卸売・小売業	各種商品卸売業	
	繊維衣服等卸売業	
	飲食料品卸売業	
	建築材料、鉱物、金属材料等卸売業	
	機械器具卸売業	
	その他の卸売業	
	各種商品小売業	
	繊維・衣服・身の回り品小売業	
	飲食料品卸売業	
	自動車・自転車小売業	
	家具・什器・機械器具小売業	
	その他の小売業	衣料品、化粧品、農耕品、燃料、書籍文具、スポーツ用品等

大分類	中分類	小分類(例)
K 金融・保険業	銀行業	
	共同組織金融業	
	郵便貯金取扱機関。政府関係金融機関	
	貸金業、投資業等非預金信用機関	
	証券業、商品先物取引業	
	補助的金融業	
	保険料	
L 不動産業	不動産取引業	
	不動産賃貸業	
M 飲食店・宿泊業	一般飲食店	
	遊興飲食店	料亭、バー・キャバレー、ナイトクラブ等
	宿泊業	旅館、ホテル、下宿、その他
N 医療・福祉	医療業	
	保健衛生	
	社会保険、社会福祉、介護事業	
P 複合サービス	郵便局	
	共同組合	
Q サービス業 (他に分類されないもの)	専門サービス業	法律事務所、土木建築サービス業、デザイン・機械設計業、著述・芸術家業、写真業
	学術・開発研究機構	自然科学研究所、人文科学研究所
	洗濯・理容・美容・浴場業	洗濯業、理容業、公衆浴場業、特殊浴場業、その他
	その他の生活関連サービス業	旅行業、家事サービス、衣服修理業、冠婚葬祭業等
	娯楽業	映画館、競輪競馬、スポーツ施設、遊技場、その他の娯楽場
	廃棄物処理業	
	自動車整備業	
	機械等修理業	機械等修理、電気機械修理、表具業。その他
	物品賃貸業	管理、補助的経済活動を行う事業所(物品賃貸業) 各種物品賃貸業 産業用機械器具賃貸業 事務用機械器具賃貸業 自動車賃貸業 スポーツ・娯楽用品賃貸業 その他の物品賃貸業
	広告業	広告代理業
	その他の事業サービス業	速記、建物サービス業、その他
	政治・経済・文化団体	経済団体、労働団体、学術・文化団体、政治団体
	宗教	
	その他のサービス業	
	外国公務	外国公館
R 公務	国家公務	
	地方公務	
S 分類不能の産業		

調査対象外業種：農業、林業、漁業、鉱業、建設業、製造業、電気・ガス・水道業及び本表網掛け(■)業種

光り輝く企業たち（サービス産業版）選定に当たって

「光り輝く企業（サービス産業）」選定委員会委員長

東北大学大学院経済学研究科教授 大 滝 精 一

政府は、平成18年7月、経済成長戦略大綱を策定し（平成19年、20年にそれぞれ改訂）、サービス産業について、「生産性を抜本的に向上させることにより、製造業と並ぶ『成長の双発エンジン』を創る」とした。こうした方針の一環として、経済産業省及びサービス産業生産性協議会において、イノベーション創出や生産性向上に役立つ先進的な取り組み（ベストプラクティス）を行っている企業や団体を表彰・公表する「ハイ・サービス日本300選」の選定を行っている。これは、サービス産業における企業や団体の一層の取り組みを喚起し、優良事例を広く普及・共有することで、サービス産業全体のイノベーション創出や生産性向上を促進させることを目的としており、これまでに表彰・公表されている企業は137社である。このうち、東北地域からの選定企業は、わずか6社にとどまり、四国地域の9社を下回り、全国8地域中の最下位となっている。この結果が、東北地域のサービス業の実力や実態を反映しているとすれば、今後の東北経済の持続的な発展と拡大が大いに懸念される。

こうした中、（財）東北産業活性化センターが“東北の「光り輝く」企業たち—サービス産業版—”の作成に乗り出し、「ハイ・サービス日本300選」とは少し違った視点で東北地域のサービス産業の中から、独自の取り組みによって大きな成果を挙げている企業を発掘しようとしたことは、こうした懸念を払拭する意味でもタイムリーなものだった。地域の優秀なサービス企業の取り組みを参考にするだけでなく、更なる工夫を加えて全国や世界に飛躍して欲しいと願っている。選定過程でリーマンショックによる景気の急激な落ち込みもあり、審査などで困難な面もあったが、最終的に112社を選定することができたことは幸いなことであった。選定企業についての詳細な分析はこれからであるが、幾つかの示唆に富む取り組みの特徴が得られたので、それらを紹介することによって、委員会から東北地域のサービス企業、行政、関係支援機関に対するメッセージとしたい。

第一に、選定企業の取り組みの中では「人材育成」が最も多かったという事実である。『サービス産業におけるイノベーションと生産性向上に向けて報告書』（平成19年4月、サービス産業のイノベーションと生産性に関する研究会）でも指摘されたように、製造業では製品の品質や効率が機械装置に依存するのに対し、サービス産業では、人が中心となってサービスを生産・提供することから、人に大きく依存せざるをえない。このため、優秀な人材の獲得と育成の両面が事業の成果に大きく影響を与えることになる。今回選定した企業に於いては、こうした自社の特性や立場を十分に認識し、人材の育成、教育に非常に大きな努力を払っていることが明らかになった。サービス産業の人材育成

については、学問体系がまだ確立されておらず、また、産業界でも求める人材像が明確でないこともあって、カリキュラムの体系化も進んでいないといった課題もあるが、勘や経験だけでなく、科学的かつ合理的な根拠に基づいた分析や判断の出来る人材育成が何よりも重要である。

生産性は、付加価値額を労働投入量で割って算定する方法が一般的である。近年、アルバイトや派遣といった非正規雇用を増やすことにより分母を減少させることで、手っ取り早く生産性を上げようという手法をとる経営者も多いが、短期的な業績に目を奪われず、長期的かつ持続的な企業の成長と存続を考えるのであれば、正規社員をしっかりと教育して、新商品の開発、新ニーズの掘り起こし、高付加価値サービスの提供を実現することにより、分子である付加価値額を増加させることに繋げていくことこそ重要ではないかと考えられる。

第二に、「ITの活用」の重要性である。ITは単に業務の簡素化や合理化を行うツールではなく、「見えない」特性を持つサービスの「見える化」を行う点でも極めて有用である。サービスの内容・品質に関する情報をお客様に提供し、その価値が見えるようにすることに多くの経営者が苦心している。ITは、情報の非対称性を軽減し、市場の機能を発揮するために有用であり、それを活用・駆使している企業が業績を伸ばしている事実がそれを証明しているといえよう。

第三に、「国際展開」の遅れである。IT化の進展は、サービス産業のグローバル化を通じ、国境を越えたサービスの増加をもたらし始めている。グローバルな競争を通じて我が国のサービス産業の生産性向上やイノベーション創出も促進されよう。しかしながら、東北地域に於いては未だ国際展開を行っている企業は多くない。地域の特産品や農産物を海外で販売して大きな成果を挙げている企業もあるが、青果物であること故の問題や商慣習の違いなどで苦勞するケースも多いようである。とはいえ、東北地域は、我が国における主要な農産物の産地、林産物の宝庫であることを考えれば、こうしたグローバル化への対応は、今後、大きなビジネスチャンスをもたらすのではないかと考えられる。

一般に、サービス産業の特性として「無形性（目に見えない）」と「同時性（提供と同時に消滅）」が挙げられる。このことは、十分な競争が起こらなかつたり、市場が地域に限定され、競争が不十分になったりする理由とされるが、地域のサービス業を一層発展させるためには、こうした特性を十分に認識・活用し、その上で効率化、顧客満足度向上、ホスピタリティなどサービス品質の向上に取り組むことにより、生産性の一層の向上が必要になると考えられる。

『東北の「光り輝く」企業たち－2009年サービス産業版－』に掲載された企業の事例を十分に研究され今後の自社の発展の参考にして頂き、東北地域からイノベーションと高い生産性に裏打ちされたサービス企業が数多く現れ、東北経済の発展の新たな担い手になって頂ければ幸いである。

東北の「光り輝く」企業たち 索引

No.	県	社名	業種	成長・発展に向けての取り組み																	
				新技術開発	技術導入・活用	サービスのモデル化・最適化	新ニーズの掘り起こし	新商品開発	知財活用	IT導入・活用	地域貢献	企業イメージアップ	人材育成	高付加価値の生産性向上	企業間連携	産学官連携	国際展開	その他			
1	青森	株式会社赤石材木店	卸売業（建材）				○														
2	青森	イマジン株式会社	旅館、ホテル								○	○									
3	青森	株式会社オーシャン・ビュー	産業廃棄物処理業									○				○	○				
4	青森	北村技術株式会社	測量業								○					○					
5	青森	株式会社協同サービス	葬儀業			○						○	○								
6	青森	株式会社東北総合研究社	卸売業（その他）	○	○																
7	青森	株式会社光美容化学	卸売業（化粧品）								○										
8	青森	株式会社ファーストインターナショナル	卸売業（各種商品）									○	○							○	
9	青森	有限会社ページワン	ソフトウェア業（受託）			○															
10	青森	株式会社マエダ	小売業（各種食料品）								○										
11	青森	株式会社吉田屋	食料品販売													○					
12	岩手	株式会社イースト	労働者派遣業													○					
13	岩手	株式会社いんペククリーニング	普通洗濯業				○					○									
14	岩手	株式会社小田島アクティ	卸売業（その他）	○								○	○			○					
15	岩手	共栄運輸株式会社	一般貨物自動車運送業									○	○			○					
16	岩手	株式会社久慈設計	建築設計業		○	○					○	○				○					
17	岩手	白金運輸株式会社	一般貨物自動車運送業													○					
18	岩手	高源精麦株式会社	卸売業（食肉）			○						○	○								
19	岩手	株式会社高田自動車学校	各種学校									○		○							

事業の概要、特徴、優位性等	ページ
住宅着工件数が減少している中、工務店等の取引先に対する提案活動に取り組むとともに、住空間や生活スタイルなどの提案をエンドユーザーに行い新ニーズを掘り起こした。	24
イマジブランドを前面に打ち出したプライダルCM効果で企業イメージアップ。また、操作性の良い宿泊予約システム、速やかなHP情報更新で顧客満足度上昇。地域の花嫁があこがれる式場。	25
CSR活動の一環として社内に「文化部いきがい創造研究機構」を立ち上げ、養護学校の生産の採用など社会参加に取り組む。	26
現場の測量・設計・施工管理・完成図面作成等の流れをスピーディにこなすため、いち早くIT化に取り組み、電子納品をはじめ、ペーパーレス化や情報の共有化、コスト削減を推進。	27
ISO取得で葬祭サービスのモデル化。また、外部講師の招聘で研修会・勉強会を開催する等人材育成に傾注。	28
ホタテ貝の養殖に使用される器具類の販売が主たる事業であったが、省力化のため機器を自社の新技術によって開発（特許取得）し販路拡大に結びつけた。	29
複雑な美容薬剤の管理、流通を合理的に行うシステムを開発し、効率的物流管理体制を確立。また、美容院の新規開店に関する資金調達、空間設計等の提案、サポートを行っている。	30
青森県産長芋のアメリカへの輸出、青森県産りんごのロシアへの輸出など国際展開で大きな成果と評価を得た。	31
クオリティの高いHPを誰でも簡単に作成し、自ら更新できるシステムを開発。独自のサービスとして客先から大きな評価を得る。	32
スーパーマーケット事業を展開、携帯mailにより社員に社長方針、特売情報等を発信しているほか決裁にも活用。この結果、経営方針が徹底されて決裁のスピードが向上。	33
同業者に先駆けてHACCP準拠の工場を新設。地場産品を有効活用し物産展などを積極的に開催。新幹線開通に合わせ、他社と合同で八戸駅前に小売水産市場を開設。小唄寿司本舗としても有名。	34
企業ニーズはより専門化複雑化しているが、それに対応できるだけの体制を構築する事により高付加価値のサービスを提供。	35
お客様の衣類は「人生の物語」をモットーにしてきたクリーニング業。高齢者、障害者を雇用する事業に参加、フィットネスクラブ事業へと多角的な事業運営で大きな成果を挙げる。	36
医療・介護食の販売、レンタルを主たる業務としてきたが、その過程で高齢者の嚥下食品の重要性を認識。大学等との共同研究により新食品を開発するなど顧客満足度を向上。	37
荷主のニーズに応えるため取引先会社間でグループ組織を結成し協調、交渉、信頼を勝ち得た。また、徹底した安全教育を実施し「社運を賭けて安全運転」をモットーに展開。	38
大都市の同業企業との連携により新しいニーズの発掘や幅広い高質な設計業務の提供を行い、高付加価値で高生産性を実現。	39
岩手県内のインランドデポ（内陸型保税蔵置所）を活用して、陸送のみならず通関業務等国際物流を含めた一元的な総合物流を提供。	40
穀物加工業として創業。その後、飼料販売、養豚業に進出し分娩舎と離乳舎の分離など従前の養豚業から脱皮して品質向上に注力。養豚から精肉加工まで一貫体制構築で大きな評価。	41
岩手県内で初となる合宿型教習を導入、県内30校中トップの入校生数を獲得。また、平成15年から遠野市でグリーンツーリズム型合宿教習所を運営。	42

No.	県	社名	業種	成長・発展に向けての取り組み													
				新技術開発	技術導入・活用	サービスのモデル化・最適化	新ニーズの掘り起こし	新商品開発	知財活用	IT導入・活用	地域貢献	企業イメージアップ	人材育成	高付加価値の生産性向上	企業間連携	産学官連携	国際展開
20	岩手	株式会社中原商店	食堂・レストラン			○	○					○					
21	岩手	株式会社ヘイブ	小売業(中古品)			○	○										
22	岩手	株式会社メルク	食堂・レストラン	○	○	○					○						
23	宮城	アールズ株式会社	普通洗濯業				○					○					
24	宮城	アドバンスオートモービル株式会社	小売業(自動車)								○	○		○			
25	宮城	株式会社植松商会	卸売業(機械器具)	○			○			○	○	○					
26	宮城	株式会社エムケーコーポレーション	飲食店(居酒屋)			○	○										
27	宮城	恵和興業株式会社	産業廃棄物処分業	○											○		○
28	宮城	樺産業株式会社	小売業(家具)			○	○										
29	宮城	小泉商事株式会社	農薬、資材販売									○	○				
30	宮城	株式会社シーガル	小売業(がん具・娯楽用品)					○		○		○					
31	宮城	積和不動産東北株式会社	貸家業							○		○					
32	宮城	センコン物流株式会社	一般貨物自動車運送業							○				○		○	
33	宮城	仙台環境開発株式会社	産業廃棄物収集運搬業								○	○			○		○
34	宮城	株式会社仙台進学プラザ	学習塾			○	○					○					
35	宮城	株式会社高野	卸売業(がん具・文具)								○	○	○				
36	宮城	テンプスタッフ・カメイ株式会社	労働者派遣業									○				○	
37	宮城	株式会社東北医療器械	エステティック業				○				○	○	○		○		
38	宮城	株式会社東北カーゴ	運送取次業									○		○			
39	宮城	株式会社東北システムズサポート	ソフトウェア業(受託開発)											○			

事業の概要、特徴、優位性等	ページ
盛岡冷麺の発祥店である「ぴょんぴょん舎」を運営。安心・安全、地産地消を追求するほか店舗デザインも韓国風に演出するなどこだわりの店舗造りに取り組む。	43
リサイクル衣料を商材とし毎週水曜日、値段がドンドンダウンする業態（逆オークション）を開発、平日でも行列ができる店舗として有名。	44
地元食材の活用、地域食文化の献立への採用といった地産地消を具現化、新調理法であるクックチルシステムを導入し、経営効率化とコスト削減を実現。	45
客先の要望と社員の意欲を加味して次々と新しい業種、事業に進出。24時間営業のクリーニング業、靴専門のクリーニング業、パンのセレクトショップ、靴下小売業も営む。	46
ベンツ、BMW、フェラーリなど世界の多様な種類の車を展示するとともに、修理工場などを集合。車の販売から車検、ドレスアップ、修理までを1カ所で実現。	47
単なる販売商社としてではなく、技術部門を配置し専門知識を生かした技術的なバックアップや合理化、ローコスト提案で顧客満足第一の方針で取り組む。そのための人材育成にも努力。	48
活魚をメインにした居酒屋。卸売市場でセリに参加できる権利を保有する等、魚に強みを持ち、魚に徹底的にこだわって顧客満足度を向上。	49
建設系廃物のリサイクル処理に取り組みゼロエミッションに挑戦。極力埋め立て処分することなく再資源化できる機器、技術を東北大学との共同研究により開発。	50
仙台伝統の仙台筆筒と自社ブランド仙台民藝筆筒を取り扱い新ニーズの掘り起こしに取り組む。仙台に2カ所のショールームを配置し小売部門を強化。付加価値の高い業容を堅持。	51
昭和63年から無人ヘリコプターによる農業散布、病害虫防除、除草、直播作業を行い農作業の省力化と環境保護に貢献、10年連続の増収を果たす。	52
中古ソフトの商品相場、地域戦略をスタッフに意識させ、売り場や価格設定を工夫。新たな商材である金プラチナの買い取り、中古トレーディングカードの取扱いでも集客。	53
入居者とオーナーの満足度向上を目指し、物件情報をインターネットで提供できるように業界で最も早くIT化に取り組んで来た。人材育成では社員の各種資格取得を支援。	54
IT化を積極的に進め安全、確実、迅速化実現。大手企業と連携することで、3PL（企業物流の包括受託）に注力し業績を伸ばす。また、ロシアでのビジネス展開も計画中。	55
地域住民の信頼を得るため、処分場設置地域からの従業員の雇用、地域内道路の清掃、子供たちの防犯パトロールなどを実施。東北大学や福岡大学との共同研究、人材育成にも積極的に取り組む。	56
仙台地区では三大予備校が立地し、競争は激化。当進学プラザでは集団指導のみならず個別指導も手掛けるとともに、中高一貫校などへの受験コースも新たに設置。	57
玩具・文具卸売業。特にTVゲームのハードソフトに強みがある。任天堂の一次問屋。トップセールスなど積極的な販路開拓に努める。	58
人材派遣が主たる事業であるが、アジア圏の留学生の我が国への定着を目指す「アジア人財資金構想高度実践留学生育成事業」を国（経済産業省）から受託。人材育成の国際展開を目指す。	59
北海道、東北地域のリゾートホテルを中心にエステサロンを経営。270店超の店舗を展開、500名超のエステシャンを派遣。人材育成に熱心。雇用面で地域の雇用確保にも貢献。	60
運送会社と荷を送りたい企業との橋渡しが主たる業務。荷物の量、内容、ルートに応じて運送会社、料金等を調整して荷主にフィードバック。平成7年創業で現在顧客数3000社を越えるまでに成長。	61
ソフトウェア・サービス業の専業。パッケージソフトの他、バーコードリーダー等の機器の販売、システム開発等も実施。モトローラー社との信頼関係の醸成が事業の伸張に大きく貢献。	62

No.	県	社名	業種	成長・発展に向けての取り組み															
				新技術開発	技術導入・活用	サービスのモデル化・最適化	新ニーズの掘り起こし	新商品開発	知財活用	IT導入・活用	地域貢献	企業イメージアップ	人材育成	高付加価値の生産性向上	企業間連携	産学官連携	国際展開	その他	
40	宮城	東洋ワーク株式会社	労働者派遣業									○	○						
41	宮城	株式会社パルックス	卸売業（電気機械器具）									○	○						
42	宮城	株式会社東山	食堂、レストラン				○				○	○							
43	宮城	株式会社ビック・ママ	衣服裁縫修理業			○						○							
44	宮城	株式会社ベリーズ	小売業（子供服）				○			○		○						○	
45	宮城	株式会社ボディプラスインターナショナル	卸売業（その他）							○								○	
46	宮城	株式会社三森コーポレーション	卸売業（自動車部品・附属品）								○		○		○			○	
47	宮城	株式会社メガネセンター	小売業（精密機械器具）			○						○							
48	秋田	秋田東北商事株式会社	卸売業（一般機械器具）										○						
49	秋田	エコライン株式会社	卸売業（一般機械器具）	○						○	○								○
50	秋田	株式会社トラフィックレンタリース	自動車賃貸業										○						
51	山形	株式会社阿部農機店	小売業（農業用機械器具）				○				○								
52	山形	エイエスエムトランスポート株式会社	一般貨物自動車運送業	○						○							○		
53	山形	株式会社カスカワスポーツ	スポーツ用品小売業				○				○	○	○						
54	山形	株式会社清川屋	小売業（その他）							○		○							
55	山形	高洋電機株式会社	卸売業（精密機械器具）				○				○		○						
56	山形	（社福）さくら福祉会	特別養護老人ホーム				○					○							
57	山形	株式会社ティスコ運輸	一般貨物自動車運送業			○					○								○
58	山形	株式会社永田プロダクツ	卸売業（自動車部品・附属品）										○	○				○	
59	山形	株式会社りんご苑	食堂、レストラン									○		○					

事業の概要、特徴、優位性等	ページ
労働者派遣業務と警備業務が主。3年をかけて組織改革と人材育成の強化を実施。更にC Iによるイメージアップを実施。	63
光源・電球・蛍光灯・水銀灯の卸販売業。管理事務、営業に関する事務を改善。スピードと人間関係重視のWサービスを目指し人材育成に取り組む。	64
地域の人口動向、購買動向と言ったデータを活用したきめ細かな営業を実施。特に、団体客に焦点を当てた営業プログラムを開発。また、運転代行業を経営して飲酒運転の撲滅にも寄与。	65
ユーザーのリピート率が業績に大きく左右するため、提供サービスのモデル化・最適化に取り組む。同時に人材の平準化で接客サービスが向上。	66
ベリーズ・ベリーブランドで全国で105店を展開。商品は中国で生産しているが生産から検品まで人材を送り込んで品質確保を徹底。人材育成にも注力。パリにも出店し国際展開も進める。	67
平成10年開業。当初はスポーツサプリメントの輸入代行業。その後、原料調達、味付け、プレنديング、品質などを十分に管理するためオリジナル商品の製造を開始、更に急成長を遂げる。	68
廃自動車の処理及びリサイクル部品の販売。同業者との連携による効率的な部品処理システムを構築するとともに、他企業、多システムと連携が出来るゲートウェイを完成。	69
東北初のメガネ・ディスカウントショップとして単一価格眼鏡店「式萬圓堂」の業態を開発。優良社員の独立制度の導入など人材育成に取り組む知名度、業績も向上。	70
顧客専従制によるお客様との強い信頼関係を築くとともに、経営目標を明確化しそれに向けた人材育成を行っている。平成17年度秋田県経営品質賞受賞。	71
使用感を損なわない節水装置を開発（特許取得）、製造して販売する。病院、学校、宿泊施設などでの利用が急拡大。	72
配送や運送など車輛管理に苦勞している事業所のニーズを捉えるべく商用バン・トラックに特化したリース・レンタルサービスを提供。車両管理に苦勞している事業所ニーズを開拓。	73
低コスト農業の為に農業機械のリース事業を開始し、農家の低コスト化に貢献する等、顧客満足度を向上。また、自らも農業に参入し、地域農業の向上・活性化を推進。	74
トラック本体に人工光源を設置し生花の常温輸送システムを開発。花へのストレスを軽減し鮮度保持をしながら長距離の輸送が可能になった。荷主からも高い評価。	75
他社に先駆けHPを開発、スポーツ用品のインターネット販売で全国的な顧客を確保。特に野球と水泳用具に特化。地域の大会支援等を行っている。	76
地域特産品の企画・開発・販売を事業とする。「地域性」「本物志向」「おいしさ」をテーマに、山形の特産品を積極的に開発。また、インターネット上での通信販売に早くから着目し大きな成果。	77
質の高いエンジニアリングセールスを行うため、定期的な人材増強と社員教育に注力。こうした取り組みが業績を拡大。	78
山形県初の全室個室タイプの特別養護老人ホームを開発。近年は地域密着型の小規模多機能施設を積極的に展開、開所から3ヶ月目で単月黒字に乗せる経営ノウハウを構築。	79
エコドライブの実践やデジタルメーターによる数値管理、BDFの利用、社員教育により業務効率化と環境配慮を両立。各種システム提供による物流コスト削減と管理体制を確立。	80
使用済み自動車を適正に処理することにより、良質な部品を選別し販売。また、こうした部品を海外へも輸出。結果として、リサイクル率の向上、販路の拡大を図る。	81
米沢牛などの扱いや独自の店舗展開ノウハウを活かし、新しい飲食店を開発。セントラルキッチンを設置により直営店、FC加盟店にも安定した質の高い材料供給を行うシステムを確立。生産性も向上。	82

No.	県	社名	業種	成長・発展に向けての取り組み														
				新技術開発	技術導入・活用	サービスのモデル化・最適化	新ニーズの掘り起こし	新商品開発	知財活用	IT導入・活用	地域貢献	企業イメージアップ	人材育成	高付加価値の生産性向上	企業間連携	産学官連携	国際展開	その他の
60	山形	ロイヤルネットワーク株式会社	普通洗濯業			○	○					○						
61	福島	株式会社アイワコーポ	卸売業（荒物）			○	○											
62	福島	アドレス株式会社	不動産代理業・仲介業							○		○		○				
63	福島	有限会社アムーヴ	警備業			○						○	○					
64	福島	株式会社いわきテレワークセンター	情報提供サービス業			○				○		○						
65	福島	有限会社カネマン宝石	小売業（ジュエリー製品）				○	○		○								
66	福島	川合運輸株式会社	一般貨物自動車運送業									○	○					○
67	福島	株式会社国井産業	小売業（洋品雑貨・小間物）			○	○											
68	福島	株式会社ケー・エス・シー	娯楽業（その他）				○											
69	福島	株式会社幸楽苑	食堂・レストラン									○	○					
70	福島	株式会社郡山青木	小売業（果実）			○		○										
71	福島	鮫川運送株式会社	一般貨物自動車運送業										○					
72	福島	ジーワイタイヤ福島販売株式会社	自動車部分品・附属品卸売業				○											○
73	福島	株式会社ジェイエイあぐりすかがわ岩瀬	食堂・レストラン								○		○	○				
74	福島	株式会社システムフォワード	インターネット附随サービス業			○							○					
75	福島	常光サービス株式会社	ビルメンテナンス業				○					○						
76	福島	株式会社中央サービス	生活関連サービス業				○					○						
77	福島	東北クリーン運輸株式会社	一般貨物自動車運送業									○	○					○
78	福島	株式会社東北ペガサス	建設機械器具賃貸業									○	○		○			
79	福島	遠野興産株式会社	木材チップ木質ペレット製造販売					○		○								○

事業の概要、特徴、優位性等	ページ
ドライブスルー店、コインランドリーの併設、24時間営業、100円クリーニング店など、顧客のライフスタイルを優先するサービスを提供。社会貢献を意識したサービスを展開。	83
包装資材、ラベルの卸売等総合商社。営業にデザイン担当者を同行させ、企画から製品まで短時間でできる体制を構築。新規分野の開拓や受注成約率が向上。	84
社内の不動産管理システムと家屋調査士事務所、印刷所を結ぶ一環システムを開発。自社情報だけでなく、金融機関、住宅メーカー、地域の不動産会社と情報を共有し、情報誌も発行。	85
警備というサービス事業を形あるものに変えていくために、社員の言動・行動・態度などをプロ化することで、サービスの「見える化」を実現。そのための人材育成プログラムを作成。	86
企業からのアウトソーシングを受託。独自のサービスモデル（小ロット受注体制・地域人材の高度利用）を提供し、クライアントから高く評価。テレワークの普及促進に尽力。	87
宝石店にダンス衣装等を扱う服飾店、ダンスホールを併設し、ダンスパーティーやイベント等を企画。また、観光施設に併設した土産品販売店舗が好調。	88
あたりまえの事があたりまえにできる人材を育てるための教育を実施。安全に対する意識が向上し、事故の削減にも繋がっており、リスク分散を図ることができた。	89
大正8年に呉服商として創業。平成7年にバラエティ雑貨販売に転換。若年層をターゲットとした店舗造り・品揃えで新ニーズの掘り起こしに成功。	90
従来のバッティングスタジアムやゲームなどの娯楽施設に加え、スーパーフィッシング（釣堀）を併設し、アミューズメントとしての複合化をすることで集客力上昇。	91
自社工場による製造直販システムの構築と、多店舗展開の推進により、低価格でも利益の出る仕組みを実現。店舗拡大を支える人材確保・育成にも注力。	92
果実販売が本業。「生ジュース」とフルーツをメインとする「フルーツタルト」を開発し販売。市場の大きな評価を受け業績も好調。	93
福島県内の運送業者としては初めて運送から保管、構内作業までを手掛ける総合物流会社。自社倉庫の整備、物流機能強化等で顧客に対し高付加価値のサービスを提供できる経営体制を構築。	94
日本グットイヤーの販売店として、他メーカーで扱っていない製品に特化し、新ニーズの掘り起こしに取り組む。	95
組合員の所得向上と地域消費者への食の安心・安全・新鮮を提供。売場面積は県内最大を誇る。また、独自の商品（豆腐、ジェラート）も開発。次世代育成のためJ Aと連携を図り、食農教育も実践。	96
「既存のビジネスをインターネットで付加価値をつけたビジネスモデルに変えていく」をテーマに、インターネットソリューション事業に取り組む。「ご当地ドットコム」等のECサイトを運営。	97
ビルメンテナンス、警備保障事業に加え、廃棄物処分とリサイクル再生事業に進出し総合環境衛生保全事業会社に進化。PR等企業イメージのアップにも努め業績が向上。	98
運転代行のほか、建設機械のレンタル輸送、車検代行など時代の流れを捉えながら多彩な分野に事業を展開。「お客様の代わりになって仕事を行っていく」を事業コンセプトに取り組む。	99
物流と環境のリーディングカンパニーを目指す。定期的に研修会を開催。安全面、営業面の研修を実施、社員教育を徹底し質を高め、提案型営業を促進することで生産性を向上。	100
「安全な製品を現場へ」を目的にメーカーと連携、独自の整備作業の確立で安全に対する信頼を得ている。安全と効率性をコンセプトに人材育成にも取り組み企業イメージを統一化。	101
バージンウッドを利用した木質ペレットを開発。木質バイオマス燃料として二酸化炭素の排出量削減にも貢献。	102



No.	県	社名	業種	成長・発展に向けての取り組み															
				新技術開発	技術導入・活用	サービスのモデル化・最適化	新ニーズの掘り起こし	新商品開発	知財活用	IT導入・活用	地域貢献	企業イメージアップ	人材育成	高付加価値の生産性向上	企業間連携	産学官連携	国際展開	その他	
80	福島	株式会社パステル	紙・文房具小売業				○			○			○						
81	福島	株式会社フィシー	卸売業（食料・飲料）			○							○						
82	福島	株式会社マルト丸光	百貨店、総合スーパー									○	○						
83	福島	株式会社ヨークベニマル	百貨店、総合スーパー					○											
84	福島	株式会社菱進	その他の化学製品卸売業				○				○								
85	福島	株式会社ル・プロジェ	広告代理業										○	○					
86	福島	株式会社渡辺測量事務所	測量業							○		○	○						○
87	新潟	株式会社アークベル	冠婚葬祭互助会									○		○					
88	新潟	アーネスト株式会社	卸売業（金物）					○											
89	新潟	株式会社NS・コンピュータサービス	ソフトウェア業（受託開発）				○	○					○						
90	新潟	株式会社エヌ・エム・アイ	調剤薬局			○													
91	新潟	株式会社エム・イー・シー	事業サービス業、半導体製造装置製造業、										○						
92	新潟	カネヨ運輸株式会社	集配利用運送業				○	○					○						○
93	新潟	株式会社カンダ	卸売業（金物）					○					○						
94	新潟	株式会社北村開発	貸事務所業			○						○							
95	新潟	有限会社共栄堂	調剤薬局								○		○						
96	新潟	株式会社くびき野ライフスタイル研究所	有料老人ホーム			○	○					○							
97	新潟	株式会社シーキューブ	電子計算機賃貸業、ソフトウェア業			○	○						○						○
98	新潟	下村企販株式会社	卸売業（金物）	○				○					○		○				
99	新潟	株式会社スリーク	婦人服小売業										○						

事業の概要、特徴、優位性等	ページ
ファンシー文具・雑貨の卸事業から小売業に進出。POS管理システム導入で売れ筋情報や顧客ニーズを分析し、逸早く流行をキャッチ。また、年3回以上の店長研修の実施等人材育成に注力。	103
コンビニストア以上、大型スーパー未満の店舗を展開し、サービスのモデル化・最適化を目指す県内トップ規模のボランティアチェーンの本部。新しいスタイルの店舗造りに取り組む。	104
地元産の野菜・鮮魚を中心としたスーパー。鮮度の良さを強みに、人口1万人1店舗のドミナント店舗展開。独自の技能資格制度を導入し、社員教育にも努力。	105
株式会社セブン&アイ・ホールディングスの一員。グループ各社のインフラ、ノウハウ、スケールメリット等を結集し、独自開発商品であるオリジナルブランド「セブンプレミアム」を発売。	106
商品売買のみではなく、循環型の仕組みを構築し互いの技術・情報の横展開を目指している。営業エリアの拡大や新規事業のリサイクル部門も好調。	107
企画立案からデザイン製作まで、更にはオンデマンド印刷といったサービスを提供する総合広告会社。社内製作体制を整え「東北一の総合広告会社」を目指す。	108
測量、宅地建物取引業が本業。社内知財会を開き、実用新案、意匠登録、特許などにも取り組んでいる。会社のイメージアップ、青少年の健全な育成、社会貢献のため、「だいこん村」を開設。	109
日本で初めて冠婚部門と葬祭部門でISO9001を取得。「感動美仕事（ビジネス）」を大切なキーワードとしてお客様との末永い関係づくりを目指す。社員教育の一環として資格取得をバックアップ。	110
かわいいキャラクター弁当をより簡単に作れる調理道具を開発。シャープな切れ味かつ安全な材質で大きな評価。	111
日本精機株式会社の100%子会社。業務系、エンジニアリング系、エンベデッド系など幅広い分野の情報システムを提供。特に中越地震を契機にIDCビジネス（Internet Data Center）が高く評価。	112
調剤薬局チェーンが本業。複数の医院が一か所に集まっているメディカルゾーン事業を実施。患者さんの移動や時間の制約を省き、処方箋も一つの薬局で管理することで重複投与、副作用対策に貢献。	113
土木建築材料卸、半導体製造装置及びパーツの販売・メンテナンス、周辺機器の設計・組み立て・洗浄といった業種的に異なる事業を実施。異なる事業を実施していく上で人材育成に注力。	114
運送業、土木工事業を営む中で、付加価値を創造するため「リサイクルセンター」を設置し、廃棄物からセメントキルン向け燃料や素材を供給。事業進出に伴う組織整備や人材育成にも取り組む。	115
ステンレス製業務用厨房用品・調理道具・卓上備品の卸売業。特に、中国料理業界における専門の料理道具、卓上備品に注力。「燕舞」ブランドを開発し安心、信頼の評価を確立。	116
工場移転跡地に設置された郊外型商業施設（デッキ401）を運営。オープンから10年目を迎え大幅に改装、地域密着の運営方針に沿ったテナントの入れ替え、コミュニティルーム、「癒し」と「メディカル」空間等を設置。	117
日本一古い調剤薬局と言われているが、新しいものへ取り組む姿勢は常に最新。コンピュータ薬歴のシステム化とレセプトの電算化は、何れも全国で最初に開始し成功。	118
空洞化した街の中心部で、地元町内会と連携し策定した街づくり計画に基づき、地域初の有料老人ホームを開設。ホームの交流室を地元住民に開放し、入居者との交流も図る。	119
CAE/CADの販売、技術サポート、技術者派遣を一貫して実施。人材研修施設を2カ所に設置し、自社技術者を育成。それらの技術者を客先に派遣することで評価を獲得。	120
家庭用調理用品の卸売業。「ユーザーの要望を100%満足させる」をモットーに新しい商品を市場に投入。協力業者と連携して新商品を開発するため、斬新なアイデアを取り入れる体制を整えた。	121
ブランド品の開拓に注力、店舗開設で販売力を強化。仕入先の信用度が確立され、新商品・新ブランドの立ち上げでは当社に優先的に提案される状況を構築、営業拡大に繋がった。	122



No.	県	社名	業種	成長・発展に向けての取り組み													
				新技術開発	技術導入・活用	サービスのモデル化・最適化	新ニーズの掘り起こし	新商品開発	知財活用	IT導入・活用	地域貢献	企業イメージアップ	人材育成	高付加価値の生産性向上	企業間連携	産学官連携	国際展開
100	新潟	株式会社タカヨシ	印刷業							○							
101	新潟	株式会社東新林業	卸売業（木材・竹材）	○				○						○			
102	新潟	株式会社トップライズ	建築設計業	○	○												
103	新潟	株式会社ナビック	卸売業（セメント、建設機械、鉱山機械）									○					○
104	新潟	株式会社新潟食品運輸	一般貨物自動車運送業		○	○											○
105	新潟	パール金属株式会社	卸売業（一般機械器具）					○									○
106	新潟	株式会社バブリシティコア	広告代理業									○	○				
107	新潟	株式会社ひまわり	不動産代理業・仲介業			○				○	○	○					
108	新潟	富士カトラリー株式会社	卸売業（金物）														○
109	新潟	北越急行株式会社	普通鉄道業	○			○				○						
110	新潟	株式会社丸山自動車	サービス業（運輸付帯）、自動車整備業									○					
111	新潟	株式会社山忠	小売業（各種商品）			○		○									
112	新潟	株式会社リビングギャラリー	不動産代理業・仲介業									○	○				

事業の概要、特徴、優位性等	ページ
印刷業が主たる事業。市場が縮小する中、ITコンサルタント業務にも事業を拡大。印刷の受注を受けるとともに、商品を買って貰うための戦略、注目を受ける展示方法、効果的なDM発送等を提案。ITを駆使し取り組む。	123
取扱が難しい無垢材を、木材高温乾燥機（特許取得）を自社で開発して製材、乾燥、加工、販売までを一貫して行う。無垢材の分野でオリジナル商品800品目の量産工場による供給体制を確立。	124
測量、建設・不動産が本業。コンクリート構造物等のひび割れ調査の時間、コストを飛躍的に低減する自動クラック計測システムを開発する等、新技術の開発を行うことで顧客満足度を向上。	125
「顧客とともに伸びて栄える」を経営理念に、顧客の苦境をバックアップしたり密接な人的関係で信頼を確保。先進的な情報と技術を活用できるエキスパート集団を目指す。	126
トラックのPM（粒子状物質）除去装置の早期導入により都市圏の流通にも対応。また、24時間365日受け入れ態勢により、顧客ニーズにいち早く対応。	127
リビング用品、アウトドアレジャー用品の企画販売事業が主要業務。オリジナル商品の開発に注力、約35,000アイテムは業界トップ。新商品の開発とトータルな販売企画を提案し海外市場へも積極的に進出。	128
広告代理店が新規に住宅展示場の開発に参入するため人材育成に取り組む。社員のモチベーションを高めるため一人一人の役割を明確化。	129
リゾートマンションの取扱を本業とする不動産業。質・量ともにNo1を目指し、「親戚や友人にお勧めする気持ち」で接客。また、リゾート物件情報誌を発行。	130
包丁・台所用品の販売。国内市場の縮小、量販店の安価な海外製品との競合から、海外市場の開拓に重点を置き、海外の見本市に出店。デザイン性と切れ味で和包丁の評価を高めている。	131
日本初となるシアタートレイン「ゆめぞら」号を新造。列車内の天井をスクリーンに見立てプロジェクターにより動画を映し出すことで旅行客が増大。「田舎体験事業」にも積極的に取り組む。	132
「車検のコバック」のフランチャイジー。経営資源を車検事業に集中するとともに、新入社員、中堅社員・幹部クラスを対象とした研修を充実。	133
健康機能性商品に開発領域を特化し、顧客の困りごとを解消する商品を提供し業績が向上。顧客ニーズを直接聞き取り、製造した製品（靴下等）を顧客に直接届ける先進モデルを追究。	134
一般客に加え、学校、法人の固定客の確保で営業基盤を確立。事業環境が悪化していることから管理物件のリフォーム、保険等不動産周辺事業も充実。人材育成にも努力。	135

株式会社赤石材木店 (青森市)

■新ニーズの掘り起こし



《企業情報》

- 千038-0003
青森市大字石江字江渡37
- 設立 昭和47年6月
- 資本金 2400万円
- 従業員 19名
- 事業内容 建築資材販売
- 代表者 赤石 慎

《問合せ先》

- TEL : 017-781-7017
- FAX : 017-781-7025
- URL :
<http://www.akaishizaimoku.jp>
- メール :
information@akaishizaimoku.jp



提案型営業で業績進展

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

昭和26年の創業で業歴50有余年を超える建材・木材、住宅機器資材の販売業者。青森、弘前地区に営業拠点を構え、これまで訪問営業を中心とした経営で一定の業績を挙げてきたが、近年は市況低迷から業績の伸び悩みを余儀なくされていた。

この対策として生活スタイルや住環境の変化に対応する新たなニーズの掘り起こしに取り組むために、提案型営業にシフトした。

「信頼と安心で建設資材を結ぶ」を合言葉に取引先に対しては単なる商品販売にとどまらず経営情報や業界内情報、イベント情報を定期的に発信し信頼関係の強化・連携を図っている。また、営業エリア内の地域住民をエンドユーザーと捉え「住空間」「家造り」「生活スタイル」などの提案活動を行うため、不定期ながらイベントを開催し、新たな需要開拓を進めている。



工夫・苦心のポイント

建設資材の商品・商材の提案にとどまらず、需要を創造するという商品利用場面を提案。需要拡大を図るための先進的な営業プレゼンテーション及び提案活動の重要性が求められ、社内で繰り返し研究を行ってきた。特に新ニーズになりうる商材の発掘と販売ルートに乗せるまでに時間を要した。

今後の課題・戦略

取引先への営業に限らずエンドユーザーへの波及効果を狙いとして地域住民への包括的な案内、イベントの開催などで需要の喚起に取り組んでいる。

テーマを選定し「住空間」・「家造り」・「生活スタイル」等の提案を定期的に発信し、新たなニーズの掘り起こしを今後も進める予定。

株式会社イマジン (弘前市)

■IT導入・活用 ■企業イメージアップ



《企業情報》

- 〒036-8182
青森県弘前市土手町126
- 設立 昭和46年9月
- 資本金 5000万円
- 従業員 400名
- 事業内容 ホテル・旅館業（バンケットホール）
- 代表者 野崎 嵩

《問合せ先》

- TEL：017-721-5285
- FAX：017-775-3290
- URL：
<http://www.imgnjp.com>
- メール：m-kimura@imgnjp.com

花嫁のあこがれ式場

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

平成5年よりホテル事業に本格参入、現社長が貿易会社や旅行会社に勤務していた経験を生かし、IT化の導入・活用による事業展開を進めてきた。現在9ヶ所のホテルを運営、ホームページ開設による宿泊予約システムを構築している。

各店舗ごとのホームページは最新の情報や特色を提供しており、アクセス数は着実に増加。現状ではインターネットを利用した予約が中心となっている。また、企業イメージアップの取り組みとして青森県内を対象に「イマジン」ブランドを前面に打ち出したテレビコマーシャルを放映しているほか、地元のイベントにも積極的に参加し、イメージアップは着実に向上している。

パソコンを利用したIT化に早くから取り組み、ホームページや宿泊予約システムを構築したことは絶大な効果があり、店舗展開のうえでも重要なポイントで業績に大きく寄与している。また、企業イメージアップのためテレビコマーシャルを継続的に放映しているが、平成19年からは専門の担当部署を立ち上げて取り組んでいる。

工夫・苦心のポイント

全店舗でホームページを開設したが、開設当初はデータ更新が少なく、アクセス数も伸びずに苦労した。最新情報や特色を打ち出したところ、アクセス数は次第に伸び、自然と情報更新するようになり作業自体も苦にならなくなった。

今後の課題・戦略

IT化導入は完全に軌道に乗り、特に宿泊予約は順調に推移している。テレビコマーシャルによる企業イメージアップとの相乗効果がでてきている。今後は好調のブライダル部門をコア事業へとシフトしつつ、東北6県を中心に中長期的に事業所数を増やし「イマジン」ブランドを浸透させていく。そのための人材育成が今後の大きな課題。

株式会社オーシャン・ビュー (黒石市)

■産学官連携 ■地域貢献 ■企業間連携



《企業情報》

- 〒036-0523
青森県黒石市緑ヶ丘25
- 設立 平成15年12月
- 資本金 3000万円
- 従業員 29名
- 事業内容 リサイクル業、古物商
- 代表者 五十嵐 衛

《問合せ先》

- TEL : 0172-59-1171
- FAX : 0172-59-1180
- URL :
<http://www.oceanview.co.jp/xoops/>
- メール : tasukekko@yahoo.co.jp



企業も人も社会のリーダーに

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

企業活動をガッチリ後押しする役として社内にCSR（企業の社会的責任）担当部門として「文化部いきがい創造研機構」を設置。二つの事業に積極的に取り組み、全国へ発信した。

一つは、すばらしい特性を持った「障害者」と国・県・市町村、研究機関・教育機関・事業所と連携して協議会を立ち上げ、7つの施設で解体リサイクルのモデル事業を立ち上げた。二つ目は、平成13年の大阪池田小事件をきっかけに「命を大切に作る心を育むたすけっこ運動（防犯笛配布の草創）～心のメッセージ私からも」への取り組み活動である。

障害者有効求人倍率が極めて少ない中、養護学生の新卒採用に踏み切り約70名の方々の自立を目指した活動支援につながった。また、防犯笛配布運動は命を守る様々な取り組みが派生し、延べ7,000人のボランティアの力が結集され、宮城県、東京都、大阪府、山梨県へと広がっている。

こうした取り組みにより、本業を応援支援していただくお客様事業所が増加しただけでなく、一般の方々からの反響と関心が集まり有形・無形の応援や社会の期待が大きくなってきている。

工夫・苦心のポイント

商売、利益、ネームバリューという次元を超え、理念を持って、過去、現在、未来にどう生きるかを考え、社会貢献に真剣に取り組んだことと、社内外に良き理解者が沢山いたことが幸いした。

今後の課題・戦略

青森本社を中心に関東に2ヶ所、東北に2ヶ所の事業所を置き、東日本全域で事業を行っている。今後は日本全域での営業とCSR（企業の社会的責任）活動の展開を模索しており、将来長期的には東アジアに進出する構想もある。

北村技術株式会社 (弘前市)

■ IT導入・活用 ■ 企業間連携



《企業情報》

- 〒036-8061
青森県弘前市神田4-1-21
- 設立 平成3年5月
- 資本金 1000万円
- 従業員 30名
- 事業内容 測量業務、労働者派遣業
- 代表者 北村 達雄

《問合せ先》

- TEL : 0172-31-5655
- FAX : 0172-31-5622
- URL :
<http://www.kitamura-tech.com/>
- メール : info@kitamura-tech.com



IT化に先進的に取り組む

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

電子納品をはじめとして国が進める建設CALS/EC（継続的調達とライフサイクルの支援・電子商取引）をいち早く取り入れ、ペーパーレス化や情報の共有化、コスト削減等、建設工事コンサルタントとして建設・土木業界に精通したスタッフが実務をこなし、青森県内から東北管内までシェアを拡張している。

また、全国ネットワークとして同業者及び関係業者で組織する「次世代CALS研究会」の東北代表として参加し、現在は会長を務めるなど、CALS/ECの普及活動を行っている。

現場の測量・設計・施工管理・完成図面作成等の一連の流れをスピーディにこなすため、いち早くIT活用に取り組んだ。CALS/ECの普及活動の一環として発注者にも足を運び、受発注者間で統一した認識・内容とすることで「正しいCALS」を推進している。

このことにより問い合わせや、講習会、勉強会の依頼が増え企業のイメージアップにつながり、信頼を得て受注にも結び付いている。



工夫・苦心のポイント

当初は、仕事を選ばず、ユーザーからの要望には何でも対応していたことから業績が上がらなかった。しかし、この対応の良さから信頼関係が構築された。発注者へ直接足を運び常に合理的な業務遂行を提案、ITを駆使し時代の一步先を提案し続けることで他社との差別化を図った。

今後の課題・戦略

平成19年1月に開催された「次世代CALS研究会」に東北代表として参加。今後とも一層のCALS/ECの普及を勧めていきたい。このためにも企業間の連携を強化し情報の共有化に取り組むこととしている。

*CALS/EC(Continuous Acquisition and Life-cycle Support/Electronic Commerce)

入札、納品、施工、管理などの手続きやデータを電子化（システム化）することにより、公共事業を効率化し、また透明性の確保やコスト削減を図ろうとする取り組み。

株式会社協同サービス (十和田市)

■人材育成 ■サービスのモデル化・最適化 ■企業イメージアップ



＜企業情報＞

- 〒034-0081
青森県十和田市西十三番町4-33
- 設立 平成10年9月
- 資本金 2000万円
- 従業員 23名
- 事業内容 葬祭サービス業・生花販売
- 代表者 櫻田 剛

＜問合せ先＞

- TEL：0176-21-1500
- FAX：0176-25-7222

ISO認証取得でサービス向上

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

親会社の十和田おいらせ農協などの助言を得て従業員の人的質とサービスの向上・安定を目的にISO9001を平成19年に取得した。これにより葬祭サービスのシステム化を図ることができた。

例えばマニュアルの文書化により従業員の共通認識が確立され、認証取得による同業他社との差別化が明確になるなど、営業推進に大いに役立っている。

また、顧客への提供サービス水準の一貫性と安定性のために、外部講師を招聘し、研修会・勉強会をキメ細く開く等人材育成に努めた結果、顧客に対して高水準で安定したサービスの提供が可能となった。更に、人材育成に重点を置いた組織改革を行なった。

これらの結果、社員の意識改革を促進させることができ、加えて、顧客満足度も向上し企業イメージのアップにもつながっている。

工夫・苦心のポイント

平成10年の創業と地区同業界では後発業者であったことから、営業・売上重視のスタイルで事業拡大を行ってきた。

大手同業他社や老舗業者との競争が激しく、他社との差別化、組織の強化・活性化が急務であったため、ISO取得を通じて人材教育に取り組んだことが社員のスキルアップにつながった。また、親会社である農協の有形無形のバックアップを得たことも業績向上の一因となっている。

今後の課題・戦略

ISO認証取得によるマニュアル履行で重複作業を避け、行動の一元化を図り一層の合理化が可能になったことから人材育成の深耕化を行い他社には真似の出来ないサービス提供を心掛けたい。

また、親会社である農協の広域合併のスケールメリットを十分に活用し、関連する他業種のステークホルダーとの連携を強めた営業活動を行い業績向上に努めたい。

株式会社東北総合研究社 (八戸市)

■新技術開発 ■サービスのモデル化・最適化



《企業情報》

- 〒031-0802
青森県八戸市小中野8-9-13
- 設立 平成3年9月
- 資本金 1000万円
- 従業員 15名
- 事業内容 漁業資材機器卸売（主としてホタテ養殖関連資材機器）
- 代表者 工藤 聖也

《問合せ先》

- TEL：0178-45-3346
- FAX：0178-45-3347
- URL：
<http://www.tohoku-soken.co.jp>
- メール：
kudoh@tohoku-soken.co.jp



卸売業から新技術開発で製造卸に脱皮

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

ホタテ貝の養殖の際に使用される掛止具である省力化した「ロールピン」を開発し平成13年に特許を取得した。それまでの卸専業から製造卸へと脱皮した。しかし、競合他社からの類似製品が発売されたことから販売方法を見直すとともに販売店の販売意欲を高めるため「マイルイン大作戦」を実施した。

この結果、各地の販売店との連携を強くし、当社業績も年率4～5%の伸びを見せている。ホタテ養殖業界での養殖方法、技術の新提案は市場を拡大させ、各種省力資材機器の普及よりホタテ養殖での増収に貢献してきた。「ロールピン」の開発、普及は停滞していた市場に投げられた久々の省力資材であった。

工夫・苦心のポイント

生産設備を持たず、独創的な製品の開発に専念し、製品化は他企業に委託している。従って当社の資産と呼べるものは知的財産権のみと言っても過言ではない。

常にホタテ養殖に最適な情報を提供し、業界初の提案者として細心の注意力を持って接している。つまり、ホタテ養殖での技術革新は当社から発信すべく「創意工夫を怠りなく」と心掛けている。

今後の課題・戦略

今後の研究開発の課題は

- (1) 低価格のホタテ貝自動耳吊機の開発。
- (2) 同時に当該自動機で使用される消耗品の掛止具の開発。
- (3) 現状ロールピンセッターの高機能タイプ機の開発、提案。

株式会社光美容化学 (弘前市)

■ IT導入・活用



《企業情報》

- 〒036-8001
青森県弘前市代官町21
- 設立 昭和31年5月
- 資本金 4800万円
- 従業員 100名
- 事業内容 理美容業務用品総合卸
- 代表者 三宅 竜司

《問合せ先》

- TEL : 0172-36-1234
- FAX : 0172-36-1237
- URL :
<http://www.hikari-b.co.jp/>



在庫管理、流通管理システムの構築

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

美容院等（サロン等）での薬剤などの在庫管理を簡単に済ませることができ、画期的な流通システム、HIKARI SCM（Supply Chain Management）を開発、コンピューターによる物流体制を確立した。

このシステムは美容ディーラーでは初めての試みで大型ディーラーから注目を浴びている。

また、スタイリストの技術や接客の価値に加え、「心地よい空間」を創造することで顧客満足度を向上させる店舗とするため、物件情報、資金調達、空間設計、施工等、あらゆる場面を想定したサロンをサポートするHIKARI DESIGN事業を立ち上げた。

HIKARI SCMの導入により、面倒な薬剤等の在庫管理から解放され、より充実したサロンワークに専念できるようになったと各サロンから好評を得ている。HIKARI DESIGNについても新しい店舗空間等新しい付加価値を提案しており、一番身近な良きビジネスパートナーとして信頼されている。

工夫・苦心のポイント

理美容業界では比較的早くITを導入し、コンピューターシステムによる物流体制を確立させたこと。

これによりスピーディーに、かつロスも少なく、積極的な顧客開拓が可能となった。

今後の課題・戦略

これまでは材料を通じたスタイリストの育成を中心としてきたが、今後は「環境」をテーマにより売れるサロン作りを提案していく。

フリーペーパーやインターネットを中心とする価格競争に拍車を掛ける集客法ではなく、高付加価値を産む独自の集客ツールでサロンオリジナルのブランド戦略を提案していく。

株式会社ファーストインターナショナル (八戸市)

■国際展開 ■地域貢献 ■企業イメージアップ



《企業情報》

- 〒031-0041
青森県八戸市大字廿三日町2 YSビル3F
- 設立 平成6年9月
- 資本金 1000万円
- 従業員 6名
- 事業内容 商社・輸出入業
- 代表者 吉田 誠夫

《問合せ先》

- TEL : 0178-71-2282
- FAX : 0178-71-2285
- URL :
<http://www.firstintl.co.jp>
- メール : info@firstintl.co.jp



ロシア・アメリカでも評判

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

青森県産長芋の米国への売込みと青森県産りんごのロシアへの売込みという二つの事業を通じた国際展開を進めている。これにより、農業生産者の生産意欲の向上や生活を豊かにするという地域貢献にもつながっている。また、地方の会社でも、グローバルなビジネスが可能ということをアピールすることで企業イメージアップにもつながっている。

これらの事業は青森県の商工労働部のチャレンジ事業予算と農林水産部の輸出促進事業予算を利用し、青森県や青森全農と協力して展開してきた。青森県産長芋の売込みは年に一回米国でのセールスプロモーション及び商談会を開き販路拡大に努めた。

平成13年には米国への輸出はゼロだったが平成20年では月に40tコンテナ2本を輸出するまでになっている。ロシア向け青森県産りんごの売込みは県の商工労働部・国際交流推進課のチャレンジ事業計画に採択され、当初ロシアの極東にりんごを売込み、平成18年末より輸出を開始。現在はモスクワの高級スーパーでも売られている。

工夫・苦心のポイント

成功した要因は、現地のスーパーマーケットで試食販売を行ったこと。特に長芋は料理のレシピなどを作り試食販売を行った。

苦労したことは、国内相場が上がって価格が折り合わず、商品が出せなかったりしたこと。

今後の課題・戦略

長芋は、米国の市場では通常、価格を年間契約で決めるが、日本の青果市場は相場で動くので生産者が価格の年間契約に応じてくれない。そのため販路の拡大にもブレーキがかかっているのが現状であり、今後の長芋輸出のラインをどの様に構築して行くのか、県や生産者と協議が必要である。

りんごについてはロシアの市場にどの様に定着させるかが課題。

有限会社ページワン (青森市)

■サービスのモデル化・最適化



《企業情報》

- 〒030-0821
青森県青森市勝田1-3-20
- 設立 平成6年3月
- 資本金 1000万円
- 従業員 15名
- 事業内容 システム開発
- 代表者 木村 譲

《問合せ先》

- TEL : 017-732-4433
- FAX : 017-732-4435
- URL :
<http://www.pageone.ne.jp>
- メール : y-kimura@pageone.ne.jp



ローコスト・高クオリティのホームページの構築

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

自社オリジナルの「ONEWEB (ワンウェブ)」というプロが作るクオリティの高いホームページを誰でも簡単に作成し、自らの手で更新できる「ホームページ構築システム&コンテンツマネジメントシステム (CMS) & Webおスタイピング」を提供している。

従前はホームページを使いこなせるユーザーを主な対象に事業を行っていたが、実際にホームページを必要としているがなかなか踏み切れずにいる小規模企業が多いことがわかったことから、ローコストでありながら高クオリティという視点で商品化した。

これまでは、専門業者に依頼した場合、小規模のものでも初期費用・更新費用併せて数十万円を必要としていたが、この「ONEWEB」は小規模なホームページも初期費用数万円から、月額費用数千円からと低予算で作成・更新・運営が可能である。豊富なデザインパターンに加え、独自ドメインによる運用もできるシステムとなっている。



工夫・苦心のポイント

コンテンツマネジメントシステム (CMS) をはじめ、既に商品化しているシステムとの組み合わせにより新サービスも展開できたことが成功した要因。

業種・業態が多岐に亘るため、お客様の要望に応えられるようなサンプルテンプレートの開発に苦勞した。

今後の課題・戦略

今後はパソコンでの事例を基に携帯電話サイトの自動作成化への平行展開も予定。また、企業システムと連動した企業向け社内サイトの自動作成機能の開発も計画。

株式会社マエダ (むつ市)

■ IT導入・活用



《企業情報》

- 〒035-0071
青森県むつ市小川町2-4-8
- 設立 昭和52年5月
- 資本金 2億2100万円
- 従業員 1360名
- 事業内容 スーパーマーケット
- 代表者 前田 恵三

《問合せ先》

- TEL : 0175-22-8333
- FAX : 0175-22-4226
- URL :
<http://www.i-maeda.co.jp>
- メール : t-hayashi@i-maeda.co.jp



携帯メールで社員が情報を共有

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

携帯E-mailによる一斉同報通信を利用し正社員や一部のパート社員の携帯メールに情報を発信している。

毎朝発信する「社長メッセージ」により、各種方針の徹底度合とスピードが格段に向上した。特に生鮮部門に発信する「お買得情報」では売込商品が徹底され、気候の急変等にも素早く対応できる様になった。

パソコンでのメールやFAX、TEL、会議等での方針や情報の伝達の場合、「全員に伝わらないことがある」、「緊急通達がすぐに伝わらない」というデメリットがあったために、携帯電話へのメール一斉送信を導入した。

利益商材の売込みや天候に合わせた製造の指示ができるようになり、特に生鮮部門の売上総利益率はアップしている。



工夫・苦心のポイント

導入当初は「直接全員に」、「すぐ届く」といった情報伝達のメリットを発信者が充分理解しておらず、発信される情報も少なかった。しかし、社内での上手な使い方をしている例が増えるに従い利用頻度が増加し、IT導入・活用が十分に活かされている。

今後の課題・戦略

平成19年3月に本格稼働し、全従業員約1300名中、メールシステムの利用者は現在318名となっている。今後はパートナー社員に対象を広げ、情報の一元化と徹底した伝達に取り組んでいきたい。

株式会社吉田屋 (八戸市)

■高付加価値のサービス提供による生産性向上 ■新商品開発



〈企業情報〉

- 〒039-1102
青森県八戸市一番町1-2-1
- 設立 昭和28年7月
- 資本金 600万円
- 従業員 63名
- 事業内容 駅弁当販売、仕出し、不動産業
- 代表者 吉田 広城

〈問合せ先〉

- TEL : 0178-27-4554
- FAX : 0178-27-4556
- URL :
<http://koutazushi.com/>

地場産品の活用

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

食の安全・安心を一から見直すとの観点から平成16年に同業者に先駆けてHACCP準拠（食品安全管理基準）の工場を新設した。品質管理と安定した生産管理により業績を伸ばすことができた。

「小唄寿司本舗」として全国的にも知名度を得ているが、地場産品をふんだんに利用した駅弁を開発するなど、新商品の投入で付加価値の高いサービス提供を行っている。

平成14年12月の東北新幹線八戸駅開業以降は毎年新しい弁当を開発し、現在では小唄寿司をはじめ約20種類の弁当を販売している。特に大間産のクロマグロや三陸産のうなぎなどを使用した弁当は好評を得ている。

このほか新幹線開通に合わせ同業他社と合同で八戸駅前に画期的な小売水産市場を開業、加えて地場産品を有効活用し首都圏での物産展やデパートでの催事販売など継続的なPRを続けたことが功を奏した。

工夫・苦心のポイント

新商品の開発では地場産品を中心とした素材の調達に恵まれているが、高品質及び安全・安心の確保のための苦労が多かった。

細心の注意を払ってきたがHACCP準拠の工場新設後は従業員の意識改革も進み、労働時間内での生産性の向上や製造並びに品質・衛生管理面の完全掌握が徹底できるようになった。

今後の課題・戦略

今後はHACCPとISOの正式な取得を課題としており、それにより、同業他社との完全な差別化を図っていく。また、港町「八戸」の魅力ある水産食品をいかに高品質且つ、安全にマーケットに提供するかが課題。

株式会社イースト (北上市)

■高付加価値のサービス提供による生産性向上



《企業情報》

- 〒024-0063
岩手県北上市九年橋3-19-18
- 設立 平成13年5月
- 資本金 1000万円
- 従業員 16名
- 事業内容 労働派遣、生産請負、軽貨物、ポスティング、オートコール
- 代表者 菊池 和也

《問合せ先》

- TEL : 0197-65-4455
- FAX : 0197-63-4633
- URL :
<http://www.est-job.jp>
- メール : est-kita@titan.ocn.ne.jp



社内カンパニー制導入

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

企業ニーズに合致した人材育成とタイムリーな人材配置の提案、企業内業務の見直し等、幅広い課題に対応できる総合人材サービス業を目指し、サービス領域と業務領域の拡大に努めている。

経営の戦略的配分を推し進め、迅速な得意先への対応ときめ細やかなサービスを目指し“社内カンパニー制”を導入している。“社内カンパニー制”の導入にあたり社内・社外問わず統括責任者を募集し戦略性、独立性の高い組織を確立、得意先のニーズにきめ細い対応で付加価値の高いサービス提供が可能となった。



企業ニーズに対しBESTな
ビジネスプロセスリエンジニアリングのご提案

工夫・苦心のポイント

ユーザーニーズの取り込みと付加価値の高いサービス提供を目指して、社内カンパニー制度を導入したが、同制度への理解と運用面で細心の注意を払った。

現状ではそれぞれの独立性を生かしたスピーディな判断とサービスが功を奏し高い評価を得ている。

今後の課題・戦略

“社内カンパニー制”の更なる浸透と運用により一層の事業拡大を推進する。社内カンパニー制度がより戦略的で独創的な役割が果たせるような機能を今後も検討するとともに、バックアップ体制も強化していく。

株式会社いんベクリーニング (盛岡市)

■地域貢献 ■新ニーズの掘り起こし



《企業情報》

- 〒020-0864
岩手県盛岡市西仙北1-41-25
- 設立 昭和35年9月
- 資本金 1500万円
- 従業員 115名
- 事業内容 クリーニング・フィットネスクラブ
- 代表者 印部 直

《問合せ先》

- TEL : 019-635-2111
- FAX : 019-635-8115
- URL :
<http://www.inbe.co.jp>
- メール : ceaninng@inbe.co.jp



お客様の衣類は “人生の物語”

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

創業91年を迎えるクリーニング業。お客様の衣類には「人生の思い出」が込められていることを思い続け、営業を展開してきた。直営店、取次店あわせ県内に70店舗を構え、「人生の物語」という名のお客様の衣類を大切に！」をモットーに、一般から病院・ホテル関係の業務用リネンまで対応してきた。企業には社会貢献の使命があるという立場から高齢・障害者雇用の場として岩手県、盛岡市が出資する第三セクターにも資本参加し、福祉工場として雇用の窓口にもなっている。

従業員女性の70%が40歳以上。日々健康で明るい職場環境作りを目指すなかで、近年重要視されてきている高齢化社会に向けた予防介護に着目。元気な老人の育成という新しいニーズに対応すべく、平成18年に中高年をターゲットとしたフィットネスクラブの経営に着手した。特に筋力が弱ってきている女性にスポットをあて、女性が安心して気軽に運動が出来る女性だけのフィットネスクラブ、世界No.1の「カーブス」に加盟し、現在岩手県内に5店舗を運営している。



工夫・苦心のポイント

高齢化社会を見越し、新ニーズの掘り起こしとしてフィットネスクラブの運営に参入した。比較的円滑な立ち上げとなったが、インストラクターの育成などが課題となっている。

今後の課題・戦略

高齢者、障害者雇用を中心に行政と連携して地域貢献に取り組むとともに、高齢化社会が進むなか、元気な老人づくりへの提供の場としてアピールしていきたい。

株式会社小田島アクティ (花巻市)

■新商品開発 ■新技術開発 ■地域貢献 ■企業イメージアップ ■企業間連携

＜企業情報＞

- 〒025-0088
岩手県花巻市東町1-5
- 設立 平成16年2月
- 資本金 3000万円
- 従業員 76名
- 事業内容 医療・介護食の販売、介護用品の販売・レンタル、治験支援事業
- 代表者 小田島 修司

＜問合せ先＞

- TEL：022-388-8045
- FAX：022-388-8078
- URL：
<http://www.odashima-acty.co.jp>
- メール：
kz-sato@odashima-acty.co.jp



産学連携で新商品を開発

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

高齢化の進行に伴い、咀嚼・嚥下機能が低下した方への食生活QOL（クオリティ・オブ・ライフ）確保が重要な課題として取り上げられている。

嚥下食に関して実績のある聖隷三方原病院（静岡県浜松市）で提供されている段階的な食事基準を食品の物性側面から「硬さ」と「粘り」の特性に基づき数値化し、工業的に5段階で製造した「エスアップ」を開発。宮城県産業技術総合センターからの支援も受けた。

現在、嚥下困難者の評価法としてVF（レントゲン）、VE（内視鏡）を用いることがスタンダードとなっている。

しかし、福祉施設・在宅の人たちへの検査実施は必ずしも実行されていないのが現状である。医療機器がなくても「エスアップ」を使えば嚥下機能低下レベルの評価判定を簡易的に行うことができ、同一食品物性での直接嚥下訓練にも取り組んでいる。

工夫・苦心のポイント

- ①製造に当たり、配合割合の確定数値と官能評価をリンクさせること。
- ②大手企業では対応できない少量多食種生産可能な他業種とのプロジェクト企業体（つばめプロジェクト）の結成、宮城県・東北大学医学系研究科との産学官連携などが成功の背景にある。

今後の課題・戦略

社会のニーズに柔軟に対応し、真に求められるサービスを提供し続けることで、小田島アクティの存在価値を高め、地域の皆様に親しまれる企業として成長することを目指している。課題は、現行アイテムでの専門学会を中心とした販路の拡大が挙げられる。

共栄運輸株式会社 (胆沢郡金ヶ崎町)

■企業間連携 ■IT導入・活用 ■地域貢献



《企業情報》

- 〒029-4503
岩手県胆沢郡金ヶ崎町西根西檀原4-1
- 設立 昭和42年4月
- 資本金 2000万円
- 従業員 260名
- 事業内容 一般貨物自動車運送業、貸切旅客自動車運送業
- 代表者 高橋 一見

《問合せ先》

- TEL : 0197-42-2121
- FAX : 0197-42-2418
- URL :
<http://www.mac.ne.jp/~kyoei-tp/>
- メール : kyoei-tp@mac.ne.jp



徹底した安全教育の実施

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

ビジネスパートナー同士で「トヨタ協働会」を結成し、荷主であるトヨタ輸送（株）のニーズへの対応、協調、交渉、信頼の構築に努めている。また、荷主取引先グループ組織「桐友会」にも加盟し、異業種間交流の中から事業拡大にもつながっている。

地球環境を考える取り組みとして、車両燃費向上や無事故対策に取り組んでおり、取引先の信用構築と調和の取れた事業展開を進めている。車両安全運行管理体制の強化や充実対策を確立し、24時間体制の点呼とアルコール測定システム（遠隔地対応）の導入により安全への取り組みも強化している。

トヨタグループ企業からの受注を機に、徹底した管理体制構築に取り組み信用力を強化。その結果、他業種からの信頼も得て、業績面にも効果が現れた。環境と安全に配慮した経営で岩手県第1号のグリーン経営認証とGマークを取得。また、自動車部品輸送と食品輸送では大きく管理システムが異なり、食品輸送部門を分社化することで効率が向上した。

工夫・苦心のポイント

「徹底した安全教育」と「地球環境保全」に重点を置きドライバーに日々の運行データ管理を実施させ、その後の見直しによるドライバー自身への意識付けを行った。社内で無事故推進委員会を設置し、安全講習会の他、添乗指導や車両点検、ドライバーの健康管理にも着手。GPS運行管理システム導入によるコストアップも見られたが、それ以上に管理体制の充実が図られた。

今後の課題・戦略

当社のモットーは「社運をかけて安全運転の共栄運輸」で物流業界は、規制緩和など厳しい環境にあるが、その中で意識改革と革新的な高効率経営により環境変化へ適応し、誠実な企業活動を通じて信用構築を図っていく。時代の変化に対応するため、社会貢献の一助として社会福祉法人「共伸会」の運営を後援する等、地域社会福祉貢献事業も継続する。

株式会社久慈設計 (盛岡市)

■技術導入・活用 ■新ニーズの掘り起こし ■IT導入・活用 ■企業イメージアップ ■企業間連携



《企業情報》

- 〒020-0885
岩手県盛岡市紺屋町3-11
- 設立 昭和39年6月
- 資本金 2000万円
- 従業員 58名
- 事業内容 建築設計監理業、耐震調査
- 代表者 久慈 竜也

《問合せ先》

- TEL : 019-624-2020
- FAX : 019-622-7720
- URL :
<http://www.kuji-act.co.jp/>
- メール : info@kuji-act.com



企業間連携により業務範囲を拡大、質を向上

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

当社は建築設計の専門集団として東北地区一円を商圏に幅広い営業活動を展開している。経営理念として「価値ある仕事によって社会に貢献し、それを通じて個人は成長し、会社も発展していく」を掲げ、官公庁や民間の大規模建造物など数多くの設計監理を手掛けてきた。

永年の営業実績と豊富なノウハウ蓄積を活かした提案型の営業に力を注いでいる。これらの実績を積み重ねることで仙台市や東京都に所在する設計会社と業務提携を開始し、新しいニーズの発掘や高品質な設計業務の提供ができるようになった。

東北地方特有の建築文化を創り出すために、その自然と風土、歴史と生活を常に考え、地域とともに歩むその方向性を確かなものとするため、「Tomorrow for the Smile」のスローガンのもと、組織力を強化し建築設計の専門家集団として、お客様とともに成長・発展し、ともに幸せになり、ともに社会に貢献していくことを目指している。



工夫・苦心のポイント

お客様の立場に立って、専門家でなければ分からないことを解り易く、色々な観点から整理し、結論を説明することで信用が得られると考えている。

お客様の信頼に応えるため、ISO9001の認証を取得し、正確な仕事を継続してきたことが生産性の向上につながっている。

今後の課題・戦略

社内で持っている建築意匠・構造設計・設備設計などそれぞれの分野で特化した人材を育てる取り組みを更に強化するとともに、チームプレイができる組織づくりが課題。

白金運輸株式会社 (奥州市)

■高付加価値のサービス提供による生産性の向上



《企業情報》

- 〒023-1132
岩手県奥州市江刺区稲瀬字沼館69
- 設立 昭和49年12月
- 資本金 8625万円
- 従業員 250名
- 事業内容 貨物自動車運送事業、倉庫業
- 代表者 海鋒 守

《問合せ先》

- TEL : 0197-35-0111
- FAX : 0197-35-1125
- URL :
<http://www.srg.co.jp>
- メール : kimura@srg.co.jp



インランドテポを活用したSCMの構築

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

平成17年、岩手県北上に「保税蔵置場」が設置されたことから当社では、新たに通関業務を手掛けて、輸出入を含む原料調達と製品出荷を一元的に効率化した総合物流業に成長した。顧客拠点の近くで通関することで費用が低減するメリットもあり、地元に着目した企業として、顧客のニーズにオーダーメイドで応える等キメ細かいサービスを心がけている。

国内物流業界は厳しい競争を強いられ、価格以外の差別化が難しい状態が何年も続いている。経済はグローバル化し、物流サービス業においても国境というハードルを取り払いたいと考え、地域行政からの支援も受けて通関業界に参入。

輸出入を含め物流ニーズをもった新規顧客との取引が拡大し、顧客の原料調達や製品出荷の効率化にも貢献できている。



工夫・苦心のポイント

岩手県内にも輸出入に関わりのある企業が存在したことが追い風となり、同時に経験者や興味のある人材を確保できたことが、幸いであった。

地域の行政や団体の後押しがあったことも大きかったが、新規参入する上では経験のないことが一番苦労した点。

今後の課題・戦略

国際物流において顧客ニーズを満足させるには、港湾や船会社等との関係も密接に関わってくる。

柱となる陸送部門は近い将来労働力不足という大きな不安を抱え、昨今の燃油高騰問題も最大の課題となっている。今後、単に周囲との競争をしては必ず負け組となると予測しており、経営資源や強みを出し合う形のコラボレーションを、同業界はもとより関連する企業間や顧客と行うことで、大きな競争力を発揮できると考える。

高源精麦株式会社 (花巻市)

■サービスのモデル化・最適化 ■地域貢献 ■企業イメージアップ

《企業情報》

- 〒025-0092
岩手県花巻市大通り1-21-1
- 設立 昭和33年5月
- 資本金 1450万円
- 従業員 38名
- 事業内容 精肉販売、養豚業、飼料の販売、飲食業
- 代表者 高橋 靖忠

《問合せ先》

- TEL：0198-22-2811
- FAX：0198-22-2600
- URL：
<http://www.meat.co.jp/>
- メール：takagen@meat.co.jp



新しいブランド 白金豚

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

穀物加工業として明治43年に創業し、その後飼料も扱うようになり養豚業に進出。平成8年の養豚場の火災を転機に約1年を掛けて飼育システムの抜本的見直しも行った。品質を重視した様々な改革と販売戦略を実施するとともに平成19年から当社直営店舗を開設した。「白金豚」のブランドは定着し、生産性も着実に向上している。

「食」の安全性が問われる中、従来の養豚業から離脱し品質向上に力を注いでいる。平成13年1月に商標登録したブランド豚「白金豚」は徐々にマスコミ等に取り上げられるようになり、知名度は向上している。具体的な取組みとしては、分娩舎と離乳舎を分離した2サイドシステムの導入、非遺伝子組替穀物やミネラルウォーターの使用、スーパーマーケットとの決別と外食産業への販売戦略、養豚から精肉加工までの一貫体制構築による自社独自の販売方法の確立など、様々な改革を実施し品質管理の徹底にも努めている。



工夫・苦心のポイント

品質を重視する抜本的改革により手間もコストもかかったが、BSE問題を機に一層「食」への安全性が問われたことが追い風となった。地元の理解・評価を一番に考え、全国的な販路拡大により知名度を上げるのではなく、「東京には何でも集まる、だからこそ田舎の一番が求められる」との思いから地元消費者との関係を大切にしている。

今後の課題・戦略

生産能力はほぼ限界だが、品質維持を最優先としており、当面増産は検討していない。ブランド戦略はまだまだ途中であり、今後も消費者ニーズ重視の展開を目指す。既に直営飲食店を2店舗経営しており、その拡大を検討中。

株式会社高田自動車学校 (陸前高田市)

■新商品開発 ■地域貢献



《企業情報》

- 〒029-2203
岩手県陸前高田市竹駒町字相川74-1
- 設立 昭和50年7月
- 資本金 1500万円
- 従業員 66名
- 事業内容 自動車教習場
- 代表者 田村 満

《問合せ先》

- TEL : 0192-55-3990
- FAX : 0192-55-3981
- URL :
<http://takata.driving.ne.jp>
- メール :
manns999manns@jmail.plala.co.jp



グリーンツーリズム型合宿教習所

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

平成10年に岩手県内で初めて本格的な合宿型教習を導入した。都会の学生を中心に集客を図り、今では岩手県内30校の教習所の中でトップの在校生数を獲得するまでに成長している。

また、従来は地元の旅館や民宿に生徒が宿泊していたが、平成12年に合宿生のための宿泊施設を設けコストの削減を図った。更に、合宿生が増えるに依り男女別の宿泊施設が必要となり、平成15年にはもう一棟の宿泊施設を設置した。

平成16年には廃業した遠野市内の自動車学校を引受け、在校生数は更に増加している。エリアの18歳人口の激減は末期的症状にあり、このままでは将来はないと判断して、合宿教習の導入に踏み切った。その結果、経営は一時的には紆余曲折があったものの、将来を見通した戦略が功を奏した。



工夫・苦心のポイント

自動車教習所業界は構造不況業種であるという認識のもと、社員全員が、社長の考えを理解し、行動してくれたことにより現在のベースが築けたと思っている。

社員に社長の考えを理解させる様な場を作り、何度となく伝える必要がある。

今後の課題・戦略

全国初のグリーンツーリズム型の合宿教習を実施し、これが成功すればもっと企業としての実績を上げることが出来る。現在フォークリフトや建設機械、移動式クレーン等の技能講習に加え、福祉有償運転者講習も実施。東北地区における過疎化の激しい地域での自動車学校のモデルを構築したい。

株式会社中原商店 (盛岡市)

■サービスのモデル化・最適化 ■新ニーズの掘り起こし ■企業イメージアップ



《企業情報》

- 〒020-0142
岩手県盛岡市稲荷町12-5
- 設立 昭和58年3月
- 資本金 5000万円
- 従業員 470名
- 事業内容 レストラン経営、冷麺・惣菜の製造販売
- 代表者 邊 龍雄

《問合せ先》

- TEL : 019-647-0474
- FAX : 019-643-6772
- URL :
<http://www.pyonpyonsya.co.jp>
- メール :
h-kikuchi@pyonpyonsya.co.jp



盛岡冷麺発祥レストラン

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

飲食店はおいしい食事と心からくつろげる空間、そしてゆったりできる時間を提供する総合サービス業である。「ひんぴん舎」ではオープン当時からそうした考えに基づくこだわりの店造りを展開している。その一つが食材であり、有機農法で栽培された米を使用し、野菜類はできるだけ県内の契約農家から調達、自然な美味しさを引き出すため保存料や添加物は使用しないなど、いち早く食の安全・安心を追求してきた。また、店舗デザインは韓国のアンティーク家具など韓国と日本の2つの異文化を融合した食空間を演出している。

盛岡冷麺のレストラン、麺とご飯のファーストフード店、ウェブ通販の3つの柱を構築している。岩手県7店舗に加えて、東京銀座に2店舗、川崎市と仙台市に各1店舗ずつ展開。自社メニューをパック化し、自宅でレストランの味を楽しめるウェブ通販も行うなどニーズの発掘に取り組んでいる。

工夫・苦心のポイント

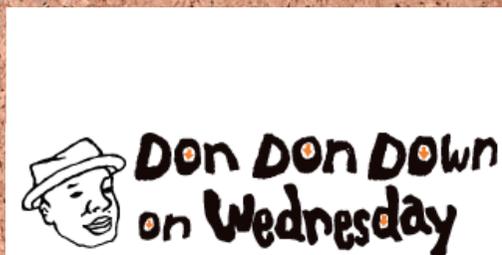
当初はスクラップ加工処理業を行っており、オイルショック等で赤字経営に苦しんだのが転業に踏み切るきっかけとなった。転業後はレストランの本質である「人間性回復の場を提供する」を基本とし、①本物を追求、②価値ある商品を創造、③お客様満足を最優先、④環境保全に努める、⑤国際的な視野に立った食と空間を提供、⑥社員と会社の利益を一致させる、⑦地域社会の一員として法令順守を共通価値観として歩んだ結果である。

今後の課題・戦略

時代を見据えれば、いたずらな多店舗展開は経営的に無理が生じる。店舗展開は一段落したことから、今後は食材と味に更なる磨きをかけ、企業体質を一層強化することに力を注ぎたい。

株式会社ハイプ (盛岡市)

■新ニーズの掘り起こし ■サービスのモデル化・最適化



《企業情報》

- 〒020-0026
岩手県盛岡市開運橋通1-8
- 設立 平成9年8月
- 資本金 1億5070万円
- 従業員 37名
- 事業内容 古着・輸入衣料品等の販売
- 代表者 岡本 昭史

《問合せ先》

- TEL : 019-621-8250
- FAX : 019-621-8230
- URL :
<http://www.hype-net.com>
- メール : kumagai@hype-net.com



逆オークションで行列ができる古着店

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

新しい販売方法として、毎週水曜日に1000円ずつプライスダウンする「毎週水曜日、値段がドンドンダウン」を取り入れ平日も行列ができる古着店となった。仕入はお客様からの直接買い取りで、どんな衣類でも断ることなく買い取る。店頭で売れない衣類も廃棄せず海外へ輸出する完全なリユースシステムを構築した。

平成18年に「いわてインキュベーション2号ファンド」、平成19年には「あおもりクリエイティブファンド」の投資を受けるなど、市場の可能性と当社の店舗拡大など将来性が評価されている。

新品衣類の販売ではターゲットが若者に絞られトレンドの波に業績が大きく左右される。このため幅広い顧客層から支持され安定的に売上をあげられる業態を検討した結果、リサイクル衣類を商材とした逆オークション形式によるお客様が適正な値段を選択できる現体制を確立した。



工夫・苦心のポイント

新しい試み始める際のスタッフの意識の切り替えに苦労した。一方で、それまでの経験を活用した販売促進でクチコミや来店動機を促すことが可能となり、一定の成果を上げることができた。

今後の課題・戦略

リサイクル古着の認知向上のためには多店舗展開が必須と考える。したがって新規出店に必要な業務の標準化・パッケージ化を早急に進めていく必要がある。

株式会社メルク (盛岡市)

■技術導入・活用 ■サービスのモデル化・最適化 ■新ニーズの掘り起こし ■地域貢献



《企業情報》

- 〒020-0102
岩手県盛岡市上田岩脇1-14
- 設立 昭和63年10月
- 資本金 4500万円
- 従業員 432名
- 事業内容 職域食堂、レストラン経営、コンビニ
エンスストア経営、給食業務
- 代表者 重石 桂司

《問合せ先》

- TEL : 019-656-1221
- FAX : 019-656-1228
- URL :
<http://www.melc.jp/newpage3.html>
- メール : saito@melc.co.jp



地産地消を具現化、機内食も

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

平成7年の盛岡食材加工協同組合設立に参加し、野菜カットと炊飯工場を建設した。国内初となる地域内での地産地消を具現化するため、最新技術による「クックチル」を導入し、生産者や地元加工業者と一体となり、手作り感と美味しい料理を目指している。既に飛行機の機内食に採用されているほか、医療・福祉施設での給食業務では安全安心と省力化ができるシステムを確立しており、今後新分野での需要が期待される。

医療施設、福祉施設、学校、企業、官公庁などに現場で調理し提供しているが、社員は早朝4時出勤で三食それぞれの時間に調理する必要性があり労務時間の確保が大きな課題であった。これらを克服するため「クックチル」システムを本格稼働させ医療施設などへ食事を提供している。経営効率化やコスト削減のため入院患者の食事を外部に委託する病院、老健施設が増える傾向にあり、今後も新たなニーズが見込まれる。



工夫・苦心のポイント

地元をはじめ国内の産地で収穫された新鮮食材を地産地消として利用し、調理した食事は10分前後で3℃以下に急速冷却し工場で保管。

食べる際は再加熱装置の付いた専用カートで運搬しながら温めて配膳する手軽さが関心を集めている。既に飛行機の機内食で実証済みで、美味しい食事提供ができるシステムとして好評である。

今後の課題・戦略

地元食材を積極的に活用し、地域食文化を献立に採用している。地元食品業者及び食材生産者と信頼ある取引を行い、お客様への心温まるサービスを基本とする。

地域の発展と繁栄に創造的任務を果たしていくことが経営理念であり経営戦略でもある。今後は人材育成に努めて顧客に対し質の高いサービス提供に取り組んでいく。

アールズ株式会社 (仙台市)

■新ニーズの掘り起こし ■人材育成



《企業情報》

- 〒984-0011
宮城県仙台市若林区六丁の目西町8-1 斎喜センタービル4F
- 設立 平成14年3月
- 資本金 3600万円
- 従業員 36名
- 事業内容 クリーニング・衣料品販売・食品製造
販売・広告業他
- 代表者 山内 伸夫

《問合せ先》

- TEL：022-393-5020
- FAX：022-393-5021
- メール：yamauchi@rs-sendai.com

ニッチな視点で新たなサービス分野に進出

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

企業理念として「関わる企業や人材を繋ぎ相互の利益を追求する」、「関わってくれたお取引先様、スタッフを大切に、当社を含めた三者が幸福になる」ことを目指し、お取引先様の要望とスタッフの意欲を加味して、業種にとらわれず事業を展開している。

新事業立ち上げにあたっては、お客様のニーズを聞き、それを事業として売上・収益が確保できるか、独自の視点から競合他社がないかを確認、スタッフの意欲を向上させることが出来るかどうかを検討している。

斜陽産業であってもスタッフの意欲がある会社組織を形成していれば、新たな事業展開の創造は可能だと考え、「24時間体制のクリーニング工場」、「靴専門のクリーニングサービス」、「市内パン屋十数店舗から提供して頂くパンのセレクトショップ」、「靴下屋等物販店」などを手掛けてきた。



工夫・苦心のポイント

様々な業種にチャレンジし、柔軟な考え方ができる人材に恵まれたことが成功の要因で、人材の確保ができず苦勞した時期もあった。また、ホテル専用フリーペーパーの発行の失敗から、その結果クライアントの確保やほかの事業でのリカバリーに繋がった。

今後の課題・戦略

事業環境が刻々と変化していく中で、人材の確保・育成は必須である。すぐに会社が変わるように日々精進し鍛えあげられた体制づくりを行っていく。

どのような事業環境にあっても、その時々で必要とされることがあり、それを敏感に察知し対応するフットワークの良い会社となっていくことを目指す。また、大きな設備投資、一業種に特化し過ぎることは避けていきたい。

アドバンスオートモビル（株）（仙台市）

■企業間連携 ■地域貢献 ■企業イメージアップ



＜企業情報＞

- 千984-0011
宮城県仙台市若林区六丁の目西町8-12
- 設立 平成3年4月
- 資本金 3000万円
- 従業員 16名
- 事業内容 輸入・国産自動車販売
- 代表者 大滝 正幸

＜問合せ先＞

- TEL：022-288-3411
- FAX：022-288-3339
- URL：
<http://www.advance-am.co.jp>

世界の多様な車を自由に選択できる

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

輸入中古車販売が主力であり、平成18年6月に新店舗「アドバンスワールドサイト」をオープンしている。コンセプトは「大人の集まれるセレクトショップ」であり、ベンツ、BMW、フェラーリなど世界の多様な車種を東北最大級となる150台を常時展示している。

また、敷地内には自社板金工場のほか、車コーティングの「カービューティーJS」、傷や凹み修理の「デントリペア仙台」を集ませ、車の販売はもとより、カスタムやドレスアップ、車検、修理、板金からポリマー加工と幅広いニーズに対応し、車を選ぶ喜び、楽しさを提供している。

平成18年6月にオープンした本社ショールーム内にはベンツ、フェラーリ、ボルシェなどの中でも希少価値の高いモデルを展示。複数のブランドを自由に取り扱いえるなど、ディーラーにはできないセレクトショップならではの強みがあり、また売れ筋商品の見極めなどユーザーのニーズにできていることから県内外より集客を得ている。

工夫・苦心のポイント

国内における自動車販売台数の減少が続くなど業界を取り巻く環境は厳しさを増しており、いかにユーザーのニーズを掴むかが苦労した面であった。

低額でも古い希少価値のある車、生産台数の少ないレア車など多種多様な商品構成で新しい輸入車文化を提案している。

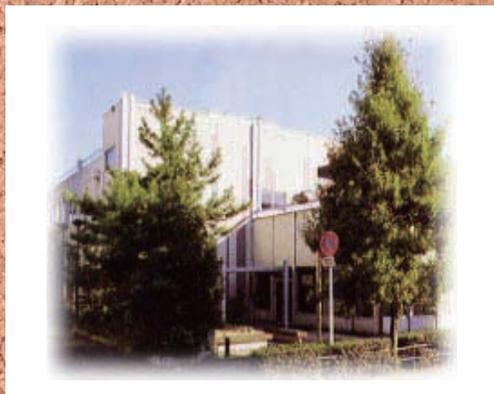
今後の課題・戦略

同業他社との競争のなかで如何にほかに無い店づくり・商品構成ができるか、また今後も如何にしてニーズにできていくかが課題となっている。

地域におけるブランド化、業界の動向や売れ筋など先を読む力が今後もますます必要と考える。

株式会社植松商会 (仙台市)

■技術導入・活用 ■新ニーズの掘り起こし ■IT導入・活用 ■企業イメージアップ ■人材育成



《企業情報》

- 〒984-8680
宮城県仙台市若林区卸町3-7-5
- 設立 昭和30年6月
- 資本金 10億1755万円
- 従業員 105名
- 事業内容 工作機械、機械工具、産業機器、伝導
機器販売業
- 代表者 植松 誠一郎

《問合せ先》

- TEL : 022-232-5180
- FAX : 022-232-5175
- URL :
<http://www.uem-net.co.jp>
- メール : i-jin@uem-net.co.jp



専門知識を活かした提案営業

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

昭和25年5月に機械工具販売業を目的に創業し、創業59年目を迎えた。平成3年11月には業界で全国初めて上場している。

機械工具の販売業者として商社機能にとどまらず、技術部門を配置し専門知識を活かした技術的なバックアップ、さらに合理化やローコスト化の提案など他社には真似のできない技術指向の営業を展開している。常に「顧客満足第一」の方針を貫き、「強さ」「絆」「豊かさ」でナンバーワンを目指す「NEO1（ネオワン）戦略」を掲げている。

過去に会社存続が危ぶまれる事態に陥ったことがあり、そのことを教訓に借入金に依存せず自己資本を高める経営の方針転換、平成3年11月には上場を果たしたものの業績は思うように伸びなかった。しかし、「顧客満足第一」の方針を変更せず、ユーザーとの密接な関係構築に努め今日に至っている。

こうしたネットワークを活かしてユーザーが必要とする情報、ノウハウを提供、時にはユーザーが求める企業との橋渡しとなっている。

工夫・苦心のポイント

創業59年と業歴が長くなったことから、社員の高齢化がすすみ、若手社員が育ちにくい雰囲気があった。このため、社員教育に努めるとともに、新たに評価制度を制定して、社員のポテンシャルを高め、ひいては企業全体の活性化を目指した。

一方で、業歴が長いことからユーザーとのネットワークが出来ており、これを積極的に活用して情報の収集提供を行うなど密接な関係構築に努めている。

今後の課題・戦略

平成22年のセントラル自動車の宮城県への立地は、地域のものづくり企業にとってはピンチにもなりかねないが千載一遇のチャンスでもある。

こうした機会をとらえて世界をリードする地域企業の出現を強力にサポートしたい。そのためにも「顧客満足第一」の方針を貫き、商品戦略の高度化、人材育成等を進めランクアップを目指したい。

株式会社エムケーコーポレーション (仙台市)

■サービスのモデル化・最適化 ■新ニーズの掘り起こし



＜企業情報＞

- 〒980-0803
宮城県仙台市青葉区国分町3-5-7
- 設立 平成2年2月
- 資本金 1000万円
- 従業員 50名
- 事業内容 飲食店・ホテル経営、水産物卸売
- 代表者 松原 茂

＜問合せ先＞

- TEL：022-215-5333
- FAX：022-215-5377
- URL：
<http://www.0109g.com/marutoku/>
- メール：info@0109g.com

こちら(特)漁業部

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

活魚をメインとした居酒屋「こちら(特)漁業部」を県内外で多店舗展開、店舗は宮城県内に6店舗、山形、秋田、盛岡にそれぞれ1店舗を構える。

平成19年12月には日本三景のひとつである松島に「活魚の宿」をオープンしホテル事業にも参入。平成20年11月には郊外型としては初めてとなる「活魚レストラン(特)漁業部」をオープン。「新鮮な魚介類を安価で提供する」というコンセプトのもと、積極的に業容を拡大している。

最大の強みである「魚」に対しては徹底的にこだわっている。その第一が仕入体制の見直しであり、「買参権」(買受人承認書)という漁港や卸売市場でセリに参加できる権利を保有。これにより直接買い付けが可能となり、中間流通コストを全面的に排除する事が可能となった。

活魚は県内の養殖場から直接買い付け、活魚車で活きたままセントラルキッチンがある塩釜市へ運び込み、加工直前まで大型いけすで備蓄している。あくなき「魚」へのこだわりが成長の礎となっており、顧客満足度を高める絶対条件と言える。

工夫・苦心のポイント

「魚」へのこだわりは一貫している。大海に生きる「魚」のごとく、当社の歴史は「可能性」と「挑戦」に満ちている。

松島観光へ楔を打つホテル業への参入、郊外型店舗のオープンも新たな挑戦である。お客様にご満足いただける本物の「魚」を持つ強みが成功の最大要因である。

今後の課題・戦略

仙台市をはじめとした東北地区の拠点都市に店舗を構えるに至ったが、今後の更なる店舗展開と収益強化にあたっては、食材の安定供給が課題となってくる。

このため、今後水産物卸売部門の強化に向け、M & Aの実施を含めて高度な経営判断が必要となる。

恵和興業株式会社 (仙台市)

■新技術開発 ■産学官連携 ■その他



《企業情報》

- 〒981-3224
宮城県仙台市泉区西田中字杭城山55-6
- 設立 昭和57年9月
- 資本金 1000万円
- 従業員 64名
- 事業内容 産業廃棄物処理業
- 代表者 笹川 満

《問合せ先》

- TEL：024-593-5456
- FAX：024-593-5508
- URL：
<http://www.keiwa.be>
- メール：
keiwa@seagreen.ocn.ne.jp



ゼロエミッションへの挑戦

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

美しい環境づくりに貢献するため、建設系廃棄物のリサイクル処理を推進しゼロエミッションへ挑戦している。

特に、従来埋立処分するしかなかった混合建設廃棄物を徹底選別し、篩いにかけて残渣も有効活用して造粒碎石という形に再資源化する技術を導入したゼロエミプラントを立ち上げた。この造粒技術開発に際しては東北大学工学研究科との共同研究により実現した。

当初、埋立処分場を操業してきたが処分場に対する地域住民の否定的感情や国策としての循環型社会構築への貢献、埋立処分場逼迫による廃棄物問題への対応等を踏まえ、平成10年より循環型処理を主眼とする中間処理工場を操業し、廃棄物の徹底選別と資源化へと事業転換を図った。

どうしても埋立処分するしかない篩い下残渣について再利用方法を模索していたところある陶芸技術、医薬品製造技術をヒントに廃棄物の造粒化に着目し造粒碎石づくりに成功、それまで要していた埋立処分費用を大幅に削減することができた。

工夫・苦心のポイント

篩い下残渣の造粒碎石製造技術は、医薬品製造技術をヒントに成功し、溶出挙動分析について東北大学と連携して研究を行った。

この結果、足掛け5年の歳月を要して埋立廃棄物を再資源化することに成功した。

今後の課題・戦略

当社のリサイクル率は平成10年当時60%であったものが造粒技術の導入により90%台にまで向上した。今後は残る10%についてもリサイクル技術を開発し、ゼロエミッション達成に向けて挑戦していきたい。

建設系廃棄物のうち解体系石膏ボードとガラス繊維くず、塩ビシート、アスベスト含有外壁材について処理困難とされている。これら廃棄物を資源化するための処理システムの構築へ努力を重ねたい。

櫛産業株式会社 (宮城郡利府町)

■新ニーズの掘り起こし ■サービスのモデル化・最適化

《企業情報》

- 〒981-0134
宮城県宮城郡利府町しらかし台6-14-4
- 設立 昭和53年7月
- 資本金 1500万円
- 従業員 17名
- 事業内容 工芸家具の製造販売
- 代表者 大原 良光

《問合せ先》

- TEL：022-356-6151
- FAX：022-356-6156
- URL：
<http://www.sendai-keyaki.co.jp>
- メール：
oohara@sendai-keyaki.co.jp



みやぎものづくり大賞グランプリを受賞

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

仙台伝統の「仙台箆笥」と自社ブランド「仙台民藝箆笥」の取り扱いがメイン。「仙台民藝箆笥」は宮城県優良県産品として推奨され、平成10年の「みやぎものづくり大賞グランプリ」を受賞した。

流通環境の変化に対応して販売チャネルの多様化にも積極的に取り組んでおり、平成18年3月には古民家風のカフェを併設して仙台ショールーム「インテリア&カフェけやき」を新装オープン。本社にも「ショールーム」を設置して小売部門を強化。売上拡大に固執せず、付加価値の高い製品を作り出している。

問屋筋の体力低下、小売店の淘汰が進んだことから、販路の見直しを徹底的に進めてきた。自社ブランドの強みを最大限に活かすには直販がベストとの結論に至り、これまで関連会社で手掛けていた小売部門を自社へ移管し、平成18年3月に仙台ショールームをオープンした。平成20年8月にはイオン富谷ショッピングセンター内に、平成21年6月にはイオン石巻ショッピングセンター内に、それぞれ新店をオープンした。

また、富谷店はカフェを併設して、平成21年6月に「インテリア&カフェ」スタイルでリニューアルオープンしている。

工夫・苦心のポイント

大手百貨店・家具店との取引を重ね徐々にブランド・イメージの向上を図ってきた。軽井沢へのアンテナショップ出店の失敗など紆余曲折もあったが、地元・宮城県内での直販強化が昨今の好業績を生んでいる。

今後の課題・戦略

今後もインショップの形態を中心に店舗展開を進めていく方針である。また、小売店に対しても家具の供給のみにとどまらず、当社で成功した「インテリア&カフェ」のスタイルなど売場作りの提案も積極的に行い、得意先との共存共栄を図っていく。

小泉商事株式会社 (大崎市)

■高付加価値のサービス提供による生産性向上 ■人材育成



《企業情報》

- 〒989-6203
宮城県大崎市古川飯川字十文字33
- 設立 昭和43年3月
- 資本金 7000万円
- 従業員 124名
- 事業内容 農薬、農業資材、肥料、種子、農業散布
機械の卸売、無人ヘリコプター請負防除
- 代表者 鈴木 郁夫

《問合せ先》

- TEL : 0229-26-2838
- FAX : 0229-26-2839
- URL :
<http://www.koizumi-web.com/>
- メール :
koizumi@koizumi-web.com



無人ヘリコプターによる農薬散布

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

農業従事者の高齢化、米価の低迷、担い手不足など、我が国の農業を取り巻く環境は一段と厳しさを増すなか、当社は昭和63年から無人ヘリコプターによる農薬散布・病虫害防除や除草、直播作業などを行い、農作業の省力化と環境保護に貢献してきた。

地域に密着した営業を展開するため、要所に営業所を配置するとともにM&Aによる事業拡大も図っている。また、お客様が必要とする商品を自社ブランドとして提案・供給し続けるための情報収集と分析には特に力を注いでいる。

農業の効率化と環境保護の観点から、無人ヘリコプターによる農薬散布・病虫害防除の普及が不可欠であると考え、試行錯誤を繰り返しつつ、粘り強い営業を継続した結果、農薬散布面積が拡大し、農薬の売上増加につながっている。



工夫・苦心のポイント

業績向上の要因は、無人ヘリコプターの導入だけではない。組織の改革や人材育成も重要な課題であった。各種研修会等への参加などはもとより、社会の流れやユーザーニーズを的確に捉えることのできる人材育成がポイントでもあり、また、社員持株制の導入は社員の経営参加の意識を高め、役員及び管理職の年俸制導入は目標管理の徹底につながった。

今後の課題・戦略

農業構造が変革の時を迎えようとしている。農業界にとっては追い風となるのは必然であり、このビジネスチャンスを活かしさらなる業績拡大につなげていきたい。

株式会社シーガル (仙台市)

■新商品開発 ■IT導入・活用 ■人材育成



《企業情報》

- 〒982-0011
宮城県仙台市太白区長町1-4-2
- 設立 平成3年4月
- 資本金 1800万円
- 従業員 53名
- 事業内容 ゲームソフト、ハード機器、トレカ、コミック、雑貨類の販売・リサイクル
- 代表者 日野 義憲

《問合せ先》

- TEL：022-249-1947
- FAX：022-249-1932
- URL：
<http://www.seagull-jp.com>

顧客が求める店作り

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

ゲームソフトショップ「シーガル」を運営し、直営店は宮城県内に8店舗、山形県内に3店舗を展開するほか、4社6店舗のフランチャイズ店を併せ東北を基盤にパートナーシップグループを形成している。

少子化および大手同業他社との競争激化など取り巻く環境は厳しさを増すなか、「創造的で喜ばれる価値観の提案と提供」を経営理念として、それぞれの地域に根ざした個性ある店づくりで業績を伸ばしてきた。また、近時ではニッチ商材の取り込みとして金・プラチナの買取り、中古トレーディングカードの取り扱い、鯛焼き店の運営なども行っている。

中古ソフト商品の相場・地域戦略を常にスタッフに意識させ、売場や価格設定の工夫（創造的な販売方法）、販売情報等の共有化推進を図り、価格・質・利便性・ふれあい・安らぎなど顧客が何を求めているかを追求している。

少子化および不況対策として取り組んだ金・プラチナの買取り、中古トレーディングカードの取り扱いなどでも集客を図っている。



工夫・苦心のポイント

大手同業他社の進出や異業種からの参入による競争激化、価格競争を背景として取り巻く環境は厳しさを増しているが、地元資本として地域に根ざした個性ある店作りを行い、着実に業績を伸ばしてきた。

また、近時に取り扱いを開始した中古トレーディングカードは地域性があり難しい商材であるが、迅速な商品化に努め粗利益率の向上につながっている。

今後の課題・戦略

新品から中古、販売から買取りまで売れ筋商品をより早く認識してより多く販売することが課題。

売上が下がると売ろうとする意識が先に立ってしまいがちであるが、顧客が何を求めて来店するかを見極めて店づくりをするのがポイントとなる。またオンラインショップの販売戦略も強化したい。

積和不動産東北株式会社 (仙台市)

■IT導入・活用 ■人材育成



《企業情報》

- 〒980-0014
宮城県仙台市青葉区本町2-16-10
- 設立 昭和58年8月
- 資本金 2億円
- 従業員 120名
- 事業内容 不動産管理、賃貸、仲介
- 代表者 松村宣弘

《問合せ先》

- TEL : 022-262-2251
- FAX : 022-266-3150
- URL :
<http://sekiwatohok.co.jp>



IT化で顧客満足向上

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

住宅業界のトップメーカーである積水ハウスグループの不動産部門。積水ハウスが建設、販売してきた戸建住宅およびシャーメゾンを対象にオーナーより一括借上げしている。現在、借上物件は3万1000戸にも及んでいる。賃貸事業では入居者とオーナーの満足度向上の確立を目指すために物件情報をより広くインターネットで提供できるように業界でも最も早くIT化に取り組んできた。

営業社員の88%は宅地建物取引主任者の資格を取得、加えて損害保険プランナー、建築設計士などの資格取得のため費用面で支援し、プロパティ・マネジメントに携わる社員の人材育成に取り組んでいる。



工夫・苦心のポイント

一括借上物件の管理上、IT化が最重要課題で早い段階で導入してきたが、管理物件の急増に追いつかずシステムのバージョンアップに苦労した。オーナーとの信頼関係を保持するため積水グループが一体となったシステム構築が実現した。

今後の課題・戦略

これからますます多様化する住まいのニーズに対応するには、IT化と優秀な人材確保が必要で経営を左右するほど重要な課題となっている。「人間愛」を基本理念に掲げ、今後も人材育成に取り組んでいく方針である。

センコン物流株式会社 (名取市)

■ IT導入・活用 ■ 企業間連携 ■ 国際展開



《企業情報》

- 〒981-1223
宮城県名取市下余田字中荷672-1
- 設立 昭和34年10月
- 資本金 12億6273万円
- 従業員 347名
- 事業内容 運送事業、倉庫事業
- 代表者 久保田 晴夫

《問合せ先》

- TEL : 022-382-6127
- FAX : 022-382-0170
- URL :
<http://www.senkon.co.jp/>



3PL (企業物流の包括的受託) に特化

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

昭和34年の設立以来、理想的な物流システムの構築を目指し基軸となる設備とネットワークの確立やニーズに対応できる輸送技術の開発を進めてきた。特に商品の保管や出入庫のシステム化に取り組み、物流全体の合理化、効率化が飛躍的に向上した。

倉庫入庫などの現場作業時間の削減と事務作業の簡略化を目的としたシステム構築で費用対効果が顕著に表れている。また、主要株主でもある日本梱包運輸倉庫(株)と連携、平成19年12月には(株)日立物流と業務提携し3PL(企業物流の包括的受託)事業に経営資源を集中し事業拡大に取り組んでいる。事業ノウハウの共有・補完による営業力強化には欠かせない部分であり大きな効果があった。

国際展開では、子会社を通じて極東地域での事業を実施しているが、当社を含めて大手商社や県内の製造業者等の主導で「みやぎロシア貿易促進コンソーシアム」を立ち上げ、ハバロフスクでのビジネス拡大を計画している。

工夫・苦心のポイント

高度なトータル物流サービスとして3PL(企業物流の包括的受託)事業を進めるに当たっては、ユーザーの業務内容に合わせた物流システムおよび情報システムの構築には相応の時間と費用を要した。ユーザーと情報が共有できる事により結び付きが強化され、事業拡大のポイントとなった。

業務提携は、提案力の向上や事業ノウハウの共有・補完などで事業拡大と企業価値の向上が図れた。

今後の課題・戦略

現在の厳しい経営環境の中、引続き顧客ニーズに対応した設備投資とソリューション型の営業活動を展開し、競争力の強化と企業価値の向上に努めていく。

仙台環境開発株式会社 (仙台市)

■地域貢献 ■人材育成 ■産学官連携 ■その他



〈企業情報〉

- 〒980-0802
仙台市青葉区二日町2-27
- 設立 平成2年6月
- 資本金 5000万円
- 従業員 126名
- 事業内容 産業廃棄物最終処理
- 代表者 渡邊 晋二

〈問合せ先〉

- TEL : 022-711-2880
- FAX : 022-711-2879
- URL :
<http://www.sendaikankyo.co.jp>



地域貢献で信頼を確保

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

「地球環境を守り、美しい日本を創る」という遠大なテーマを掲げ、限りある資源の有効活用と安全性の確保に向けて取り組む一方、管理型最終処分場を開設している。地域の住民との連携を深めた事業を展開している。

地域貢献の一環として地元行事への参加や地元住民の雇用などを積極的に進める他、地元住民に対して環境保全協定締結や水処理データの定期的な公開を行っている。加えて地域の子供たちの育成のため教育機関と連携し、下校時間帯における青色回転灯車での防犯パトロールなども実施。また、地域を流れる広瀬川や地域内道路の清掃を全社員で行なうなど地域の一員として参加している。

事業拡大と平行して廃棄物処理の過程で難しい問題も残るため、東北大学と「難分解性CODの高度処理」について、福岡大学とは「管理型処分場の適正管理に関する技術的検討」について、それぞれ共同研究を進めている。又、人材育成のため環境先進国ドイツ等欧州視察を定期的実施し社員のスキルアップに取り組んでいる。この欧州視察を契機にドイツのwittmann社と業務提携を行ったことが、業績面に大きく寄与している。

工夫・苦心のポイント

廃棄物の処理やリサイクル事業は、関連法規制や環境保全協定の厳守はもとより、環境問題に地域住民の理解と信頼の確保が不可欠であり、それが最も困難なことであるが、地道な地域貢献活動が功を奏した。

また大学との共同研究は技術的なことに加え、遠大なテーマに向かうためにも有効な取り組みである。

今後の課題・戦略

近年、温室効果ガス排出削減が求められていることから、自社フィールドに太陽光発電の実証実験施設を設け、エネルギーの供給基地として生まれ変わり、地域活性化を目指している。

株式会社仙台進学プラザ (仙台市)

■新ニーズの掘り起こし ■サービスのモデル化・最適化 ■人材育成



《企業情報》

- 千983-0852
宮城県仙台市宮城野区榴岡2-4-15
- 設立 昭和62年10月
- 資本金 4990万円
- 従業員 180名
- 事業内容 学習塾経営
- 代表者 阿部 孝治

《問合せ先》

- TEL : 022-742-1251
- FAX : 022-742-1253
- URL :
<http://www.ssplaza.jp/>



小・中・高の一貫教育で他塾と差別化

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

浪人生を対象とした仙台市内の予備校は、全国展開する大手予備校3校に加え、地元の予備校があり競争が激化している。当社は、大手予備校の方針とは一線を画し、部活動などでなかなか時間のとれない現役高校生にも対応するよう個別指導や映像授業も手がけている。

また、仙台市に誕生した公立の中高一貫校などの受験に取り組む小学生を対象としたコースを新たに設置するなど、中学受験の強化に乗り出した。これは、全国学力テストにおける宮城県の順位は、下位にあったことを受け、大学受験の現役合格率をアップさせるためには、早い段階での学習強化が必要と判断したからであった。特に、国立大学のある青森、山形、福島各県で教室を開校、講師のリクルート活動も積極的にを行い優秀な人材の確保に努めている。

一方、教育熱の高い首都圏にも進出。M&Aにより首都圏で中学受験を指導した実績を持つ人材を確保するとともに、そうした人材をグループ全体で再配置を実施した。これにより、生徒や親の塾に対する評価が飛躍的に高まった。

工夫・苦心のポイント

近年、所得格差が拡大し教育格差を生んでいると言われている。このため、経済的な面についても必要に応じて様々な形で指導してきている。

今後の課題・戦略

優秀な人材が優秀な人間を育てると考えており、今後は地方都市でもリクルート活動を積極的に手掛け、優秀な人材を確保していく。

株式会社高野 (仙台市)

■人材育成 ■地域貢献 ■企業イメージアップ

任天堂 東北の一次問屋(代理店) テレビゲーム・ハード・ソフト



《企業情報》

- 〒980-0021
宮城県仙台市青葉区中央3-9-23
- 設立 昭和25年5月
- 資本金 3900万円
- 従業員 21名
- 事業内容 任天堂1次問屋、TVゲームハード、ソフト、玩具卸、文具、雑貨卸。
- 代表者 土屋 賢一
- 専務 千葉 治彦

《問合せ先》

- TEL : 022-225-0101
- FAX : 022-225-0105
- URL :
<http://www.takano-ltd.co.jp>
- メール : haruchi@takano-ltd.co.jp



専務取締役 千葉治彦

トップセールスで販路を拡大

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

当社では顧客のニーズや期待に応え、勝ち残っていくため、次のような取組みを積極的に行っている。

- (1) 異業種商談会に積極的に参加して販売先、仕入先の開拓。(Business Link 商売繁盛)
- (2) 新規導入商品の研究と情報入手ルートの構築。(実績：キャノン、バンダイナムコ、コーエーテクモ他)
- (3) 産学官連携と企業化、新資源開発、物作り、TVゲーム関係の企画、製造。
- (4) 地元の新卒の採用。(人材の育成)
- (5) 企業イメージアップのため、積極的にマスコミ関係の取材に応じる。
- (6) 玩具と文具に特化した当社独自の提案営業活動。(営業マンのノルマあり) 業種を問わず。
- (7) 無借金経営。販売チャネルを開拓。
- (8) TOPセールスを積極的遂行し新規取引先(新規販路拡大)を開拓。
- (9) 職場環境の改革、社員の行動を変える仕組みづくり。
- (10) 事務の機械化、OA化、組織づくり。
- (11) 販売活動に対する心構えや計画の立て方(四半期毎)達成意欲を感じ取るための方策(人事考課、表彰)
- (12) 組織をつくり指示命令系統をはっきりさせて社内の情報の共有化を図っている。

工夫・苦心のポイント

社員が自立し、主体的に各自の仕事図に従ってやるべきことをやれるようにすること、IT化を積極的に取り組み販売、営業、経理、物流、商流のシステム化によりJUST IN TIMEでマネージメントを可能にすること。

また、トップの全社目標、経営方針なりを理解させること。社員の考えをひとつの方向に向かわせていくこと。商売は2.8の原則で20%の有力店で80%の商売をやり、20%の優秀な社員で80%の利益を生み出している現状のボトムアップ化。

今後の課題・戦略

- (1) 通信機能によりソフトをダウンロードする新しいメーカー直販のサービスが始まりつつあることから新しい事業のタネ(新資源)を開発する。
- (2) 物づくりと物販のコラボレーション(物、ソフト、製造)(アンテナショップ)が必要となる。
- (3) M&Aによる事業拡大。
- (4) 全国に設置網を構築する。
- (5) リーダーシップ、業績を残すことができない幹部は降格、これを怖がっているは会社の発展はありえない。

テンプスタッフ・カメイ株式会社 (仙台市)

■国際展開 ■人材育成



《企業情報》

- 〒980-0013
宮城県仙台市青葉区花京院1-1-20 花京院スク
エア8F
- 設立 昭和63年11月10日
- 資本金 5,000万円
- 従業員 70名
- 事業内容 労働者派遣事業
- 代表者 鈴木 恭

《問合せ先》

- TEL：022-266-3171
- FAX：022-266-3060
- URL：
<http://www.tempstaff-kamei.co.jp>
- メール：
kio-imz@tempstaff-kamei.co.jp



人材育成の国際展開を目指す

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

「今すぐ人材が必要」「出来る人材が欲しい」「専門職の人材を探している」などあらゆるニーズに対応したサービスメニューを総合的に提案し、地元のリーディングカンパニーとして人材派遣業務に取り組んでいる。

当社では経済産業省プロジェクト「アジア人材資金構想 高度実践留学生育成事業」を受託した。平成19年度より4ヶ年の事業。

日本企業への就職を希望する、学業、人格ともに優れたアジア圏等からの留学生を対象に日本のビジネスマナーやビジネス日本語等の各種研修やインターンシップ、就職支援、(カウンセリング含む)といったプログラムを実施。

現在二期生の研修等に取組んでおり、昨年度は参加留学生の70%以上の内定率の実績がある。国からの委託終了後に求められている事業としての自立化は困難であるが、新しい人材ビジネスの礎として注力している。

工夫・苦心のポイント

昨年度の研修生の内定率が高かった理由は、優秀で真面目で熱心な学生に恵まれていたこと。講師陣、カウンセラー、事務局が情報を共有し、留学生に寄り添うように対応したことにあった。

留学生の日本での就職活動に対する気持ちを持続させることが難しい。根底に流れる国民性の違いにより、個の強さ(主張)に苦慮することもある。

今後の課題・戦略

当該プロジェクトは留学生を地場、もしくは日本内の企業に就職させ、活躍してもらえることと自立化が大きな目標。

産学官を巻き込んだ地場のコンソーシアムを構築し、如何にすれば多くの留学生に根付いてもらえるか、未来を見据えて活動を行ってきたい。

株式会社東北医療器械 (仙台市)

■新ニーズの掘り起こし ■地域貢献 ■企業イメージアップ ■人材育成 ■産学官連携



《企業情報》

- 〒980-0014
宮城県仙台市青葉区本町1-1-1アジュール仙台9F
- 設立 昭和54年1月
- 資本金 2000万円
- 従業員 580名
- 事業内容 エステティックサロン事業
- 代表者 木村 かほる

《問合せ先》

- TEL : 022-265-3530
- FAX : 022-265-0469
- URL :
<http://www.tohoku-iryu.com>
- メール : sendai@tohoku-iryu.com



美と健康の創造企業

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

エステサロン経営が主力で北海道・東北などのリゾートホテルを中心に270件超の店舗を展開し、500名超のエステティシャンを派遣している。

当初はマッサージチェアの販売が主力であったが、リゾートホテルでのフットマッサージを始めたのがきっかけで平成11年よりエステ事業部を創設。営業エリアは東北・北海道のほか、北関東地区などのリゾートホテルにも拡大、またJR駅ビル、ショッピングセンター、アミューズメント施設などにも直営店を設置している。

「美と健康の創造企業」としてメンタルな面も含めてエステの一部と考え、オールハンドの施術にこだわり続けている。札幌・仙台に自社研修センターを常設し、技術および接客マナーの徹底教育を図るなど人材育成に積極的に取り組む。

平成20年4月に新卒130名、平成21年4月には新卒170名が入社し、地域雇用に貢献している。平成15年にはISO9001認証を取得し、品質の確保や専任スタッフによるきめ細やかな営業活動を進めており、東日本エリアの業界ではトップの実績を誇る。

工夫・苦心のポイント

業績および規模の拡大に対して、いかにスタッフの質の高さを維持するかが苦勞した点であった。しかし、安定した財務基盤を背景として人材に対する積極的な投資が可能だったこともあり、自社研修センターにて技術・接客マナーを徹底して教育を行っている。

スタッフは勤務地まで完全送迎、固定給による人材定着をすすめるなど、安心して働ける環境と優秀な人材の確保に努めている。

今後の課題・戦略

エステ事業に加えて按摩・整体事業にも進出し各営業所にそれぞれ国家資格者数名を配置している。

北海道大学と連携して地域資源を利用した健康・美容エステ用材の開発、外国人観光客にも対応するためスタッフへの英語・中国語・韓国語等の教育を行い、産学官連携、地域貢献、企業イメージアップなど様々なことに取り組んでいく。

株式会社東北カーゴ (仙台市)

■企業間連携 ■人材育成



《企業情報》

- 〒983-0013
宮城県仙台市宮城野区中野字沼頭10-1
- 設立 平成7年1月
- 資本金 1000万円
- 従業員 55名
- 事業内容 自動車運送取扱事業、一般貨物自動車運送事業
- 代表者 今野 敏幸

《問合せ先》

- TEL : 022-259-6789
- FAX : 022-259-7440
- URL :
<http://www.t-cargo.jp/>

物流のコーディネーター

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

自動車運送取扱事業が主力で運送会社と荷物を送りたい企業の橋渡し役、いわば物流コーディネーターが主な業務である。顧客より運送の依頼を受けると、内容に適した提携運送会社をピックアップ、荷物の内容・量・ルートを確認し、料金やスケジュールを調整して運送会社・詳細が確定後、荷主である顧客にフィードバックするのが一連の流れとなる。

各取引先や関連会社との連携を強めるほか、積極的な人材の育成から着実に顧客数を伸ばし、現在では関東、関西にも支店を開設し、約3000社にのぼる顧客を有するようになった。また、空荷のトラック運行を減らした効率的な荷物運送は、無駄なエネルギー消費の削減となり、ユーザーからエコ活動の一環と捉えられ大きな支持を得ている。

代表者は大手運送業者に長年在籍した経緯を有し、この経験を活かして平成7年に創業。当初は小規模であったが積極的な人材の教育、顧客の立場に立った的確な提案で取引企業との連携は強化され、着実に実績を上げてきた。創業以来、連続して増収基調を維持し着実に実績を積み上げている。

工夫・苦心のポイント

取引先は多数にのぼり、大口の焦付債権が発生して苦勞した時期もあった。しかし、与信管理の徹底で近年では少なくなっている。

また、事業規模の拡大に伴って若い従業員も増加しているが、創業時より受け継がれている人材教育が営業強化に結び付いている。

今後の課題・戦略

運送業界を取り巻く環境は厳しさを増しており、また高品質でスピードを求められる時代となっている。その中で、提携企業との更なる連携の強化やコーディネーターする人材のレベルアップが課題。

社員ひとりひとりの努力は勿論のこと、それぞれが時代の先を読む目を養い、これからも「人の役に立つ企業」であり続けたい。

株式会社東北システムズ・サポート (仙台市)

■企業間連携



《企業情報》

- 〒983-0021
宮城県仙台市宮城野区田子1-3-14
- 設立 昭和51年7月
- 資本金 9880万円
- 従業員 150名
- 事業内容 情報サービス産業・ソフトウェア開発
- 代表者 稲葉 輝雄

《問合せ先》

- TEL : 022-259-9804
- FAX : 022-259-8222
- URL :
<http://www.tss21.co.jp>
- メール : itotaka@tss21.co.jp



パートナーシップによる提案型受注

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

ソフトウェア開発業界は、仕事の受注・実行形態がピラミッド型の階層構造となっており、収益性の改善にはエンドユーザーとの直接取引が不可欠である。このため当社ではモトローラ社日本法人とパートナーシップを締結し、周辺機器利用を含めた提案型受注を展開している。また、周辺機器を利用したアプリケーションの開発実績を活かし、その短期開発ノウハウをパッケージ展開している。

一般に、ソフトウェア開発を主業とする企業は、保有する技術者の数と売上・利益の相関性が高く、また、下請け比率が高いほど実質価格の決定権は自社に無く受注元の状況により利益が大きく左右される。こうした従来型のソフトウェア開発業から脱却し、それ以外の事業の可能性を模索するために平成17年に「STRATEGIC BUSINESSグループ (SBグループ)」を立ち上げ、大きな成果を挙げた。

SBグループ制が成功した要因は、グループのリーダーを初めとするメンバーの努力とモトローラ社（吸収合併前は日本シンボルテクノロジー社）の営業力にある。協業プロジェクトをこなしていく過程でお互いの信頼性が向上し、提案段階から参入できる機会が増えている。

工夫・苦心のポイント

結果が出るまでの辛抱したこと。また、SBグループの適正な要員配分ができたこと。

今後の課題・戦略

現時点でSBグループの売り上げは、機器販売によるものが大半を占める。今後は、当社の得意とするアプリケーション開発部分の売上増を目指したい。

東洋ワーク株式会社 (仙台市)

■人材育成 ■企業イメージアップ



《企業情報》

- 千980-01803
宮城県仙台市青葉区国分町1-7-18 白蜂広瀬通ビル
- 設立 昭和63年3月
- 資本金 7640万円
- 従業員 224名
- 事業内容 製造請負、派遣業務、警備業、洗浄事業
- 代表者 須佐 尚康

《問合せ先》

- TEL : 022-225-5052
- FAX : 022-224-3429
- URL :
<http://www.toyowork.co.jp>
- メール :
honbu@toyowork.co.jp



派遣業と警備業で急成長

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

製造請負・派遣事業並びに警備業務がメインであり、モノづくりと安全をサポートする事業を目的としている。そのため、人材育成と組織の強化に注力し、同時に企業イメージアップによる高付加価値事業を展開できる環境を整備している。新規事業として障害者就労支援のためショッピングバスケット等の洗浄事業にも取り組んでいる。これらの効果から現在では総合力が発揮できる体制となり業績面に大きく反映されている。

業種柄、組織の改革と人材育成が最大のカギであった。そのために新3ヶ年計画を策定し実行に移した。人材育成はユーザーニーズに応えるためには避けて通れない課題であり、加えて事業拡大にとっても重要な資源となるため、特に注力してきた。また、ロゴマークを「To You!」に変更、ブルーカラーに統一した。更には、国際マラソンのメンスポンサーになる等、企業イメージアップが功を奏し事業統合による収益改善も顕著となっている。

ToYo Work.

工夫・苦心のポイント

人材育成への投資を進める一方、M & Aによる事業拡大と人材確保にも取り組んできた。また、企業イメージアップのため企業カラーを統一したこと等から人材確保に相乗効果も出てきている。

この間の一時期、事業拡大が先行し組織体制が追いつかない時期やグループ会社の業務統括が軌道に乗らず効率の悪い運営を強いられた時期が最も苦しかった。

今後の課題・戦略

常に時代の風が読める企業としてコンプライアンスを基本に地域社会に貢献していく。特に質の高いサービスがますます求められることが予想され、スキルの高い人材確保・育成に注力するほかステークホルダーとの連携を密にし、ニーズに応えていく。

また、イメージアップは企業の総合力を発揮できる要因であり付加価値の高い事業展開にも取り組む計画。

株式会社パルックス (仙台市)

■人材育成 ■高付加価値のサービス提供による生産性向上



《企業情報》

- 〒984-0037
宮城県仙台市若林区蒲町東47-1
- 設立 昭和59年2月
- 資本金 5000万円
- 従業員 113名
- 事業内容 電球、LED、照明器具各販売業
- 代表者 神尾 壽松

《問合せ先》

- TEL : 022-288-3381
- FAX : 022-288-3387
- URL :
<http://www.palux.co.jp>
- メール : info@palux.co.jp



明かりの総合コンサルタント

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

商業施設照明の専門商社であり、中でも光源・電球・蛍光灯・水銀灯等、特殊電球に特化しメーカーから仕入れてユーザーにお届けすることを主たる業務としている。

創業以来一環して「社員一人一人の品質が商品」と考えてきており、そのために人材育成こそが成長への絶対条件と考え、社員教育に力を注いできた。そして、「市場の目は正しい」ということを肝に銘じつつ、「高品質、高付加価値のサービス」を提供することに努めてきており、スピードの「デジタル」と人間関係の「アナログ」をコラボレーションしたWサービスの提供を目指している。

現在、今期にスタートした三ヶ年計画で掲げた「明かりの総合コンサルタント企業」として全国ネットワークをつくるべく鋭意邁進している。

工夫・苦心のポイント

市場のニーズに応えること、創業精神を原点とした小事の積み重ねに徹することで景気動向に左右されない組織づくりを目指して来た。

営業をサポートする管理事務強化後に営業強化を推進するという内部先行の組織体制を確立した結果、お客様の信頼につながっている。

今後の課題・戦略

忘れかけていた創業精神を仕事の原点として、ギブバイギブ (Give×Give) を目標に、個人も組織も、持てる知識、技術、情報、そして心まで、与えて、与えて、与えるサービスで市場ニーズに応えること。それが当社が目指す「エクセレントカンパニー」である。

株式会社東山 (仙台市)

■企業イメージアップ ■新ニーズの掘り起こし ■地域貢献



〈企業情報〉

- 〒983-0824
宮城県仙台市宮城野区鶴ヶ谷字京原200
- 設立 昭和62年1月
- 資本金 1000万円
- 従業員 59名
- 事業内容 飲食業、運転代行業
- 代表者 千田 清俊

〈問合せ先〉

- TEL : 022-252-4159
- FAX : 022-252-4343
- URL :
<http://www.4129.net>
- メール :
4129info-higashiyama@4129.net

住民データを活用した積極的な営業

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

焼肉店の経営を中心とした飲食業であるが、その枠に固執しない積極的、能動的な営業戦略に取り組んでいる。

従来、紙媒体を中心とした販売促進活動に留まっていたが、市場の変化（商況）や地域の人口動向・購買層などのデータを分析し、地域の購買層特に団体客のキャラクターに着目し、焦点を絞った営業プログラムを構築・実行した。この結果、各事業所の活性化と業績の向上をもたらしている。

また、運転代行業による飲酒運転防止活動や雇用促進、地元プロ野球チームのスポンサー、こども病院への寄附、福祉施設との提携等地域貢献事業を実施することで健全な企業としてのイメージが定着し、高い認知度＝来店効果を保持している。平成20年10月7日に業界初のISO22000も取得した。



工夫・苦心のポイント

従来の営業手法を尊重しつつ地域に密着して、常連客、特に団体客のサービスを強化し信頼関係を構築することに成功した。

また、社員同士の情報の集約／発信／共有に不安があったが、コミュニケーションを深めることに努め、問題を解消し、組織の強化にまで発展している。

今後の課題・戦略

安全、且つ信頼出来る商品の提供とフレンドリーなサービスの継続こそ重要であり、大規模な販路拡張や新規出店は今後も回避する。

また、主力の社員である若手のスキルアップのための人材育成、社員の福利厚生の実施、循環型社会への貢献が今後の課題である。

株式会社ビック・ママ (仙台市)

■サービスのモデル化・最適化 ■人材育成



《企業情報》

- 千980-0023
宮城県仙台市青葉区北目町6-6 ファミール北目町
- 設立 平成5年8月
- 資本金 1500万円
- 従業員 45名
- 事業内容 衣服の修繕
- 代表者 守井 嘉朗

《問合せ先》

- TEL : 022-223-5328
- FAX : 022-211-7156
- URL :
<http://www.big-mama.co.jp/>



接客サービス向上でリピート率をアップ

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

主たる事業は洋服の修理。それ以外にも、くつやバック、アクセサリーなど女性の身の回り品のお直しとクリーニングなどもメニューに加え、ファッション全般のメンテナンスを一手に引き受けている。従来の「お直し」の枠を超えた発想で、20代から30代の女性をターゲットに明るく入りやすい店を心がけている。

ユーザーのリピート率が業績を大きく左右する業界であり、インターンシップを活用した人材育成や顧客心理を重視したサービスの仕組化に取り組んでいる。リピート率の向上を目的に従業員サービスの平準化の仕組みを構築、ユーザーに安心感を与える段階的なアプローチ手法を取り入れている。

代表者が約10年前に読んだ書物がきっかけで、その本に書かれていた「お客様をファンにする」という言葉に感銘を受け、事業に取り入れた。常にユーザーの心理を読んだサービスを念頭に置いた事業展開を図っている。



工夫・苦心のポイント

従業員個人の資質・能力への依存が高く、接客やサービス格差が生じていた。このため全従業員に対し、教育を行うとともに、サービスの仕組化を図ることにより、サービスの平準化が図られ、ユーザーの満足度（リピート率）も向上した。

今後の課題・戦略

現在のサービスを引き続き継続していく。既存店の売上低下を防ぐため、今後は折込広告などを利用して知名度の浸透を図り、新規顧客の獲得を目指す。加えて、新規ユーザーはこれまで培ったノウハウを最大限に活かしてリピート客に取り組み、業績の更なる拡大を目指す。

株式会社ベリーズ (仙台市)

■人材育成 ■新ニーズの掘り起こし ■IT導入・活用 ■国際展開



《企業情報》

- 〒983-0034
宮城県仙台市宮城野区扇町7-5-11佐川流通センター3F
- 設立 平成10年6月
- 資本金 1000万円
- 従業員 450名
- 事業内容 子供服・雑貨・家具類販売
- 代表者 安達 耕一

《問合せ先》

- TEL：022-388-5088
- FAX：022-388-5181
- URL：
<http://www.berrys-berry.co.jp>
- メール：satake@berrys-berry.co.jp



子供服・宮城から世界へ

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

「社会に必要とされる企業となるために」、「自分たちの目標や夢を達成するために」を合言葉に的確なユーザーニーズに対応できる人材育成に先進的に取り組んでいる。特に若いスタッフが多く、モチベーションを維持できるようにシステムや職場環境を整え、社員教育を徹底している。

2～3ヶ月に一回は研修を実施しており、毎年、海外にも販売やデザイン担当50名程度を研修に送り出している。また、中国生産工場に人員を送り込み生産や品質の管理・検品を徹底。商品はすべてオリジナルで顧客ニーズを掴んでいる。

現在、150店舗の目標に対して105店を出店。また、ファッションの本場であるフランスはパリに海外初出店、2店舗目も視野に入れている。生産から販売まで徹底した管理の結果、リピーターも多くなり拡大の要因となった。

新店舗が増加するにつれて、既存店舗との連携や教育のリンケージを徹底し、売り上げ格差を縮めている。販売戦略を詳細に行い、顧客密着度を強めて営業情報をもまめに伝達している。また、一般的な特販セールは行わず、会員限定でのサンプル販売を実施、好評を得ている。

工夫・苦心のポイント

人材育成により社員目標や管理が円滑となり業績に貢献している。顧客ニーズもしっかり掴みスタッフのモチベーションもあがり、楽しく仕事が出来ている。

苦勞したことは、中国やフランスでの取引ネットワークの構築や中国での取引の難しさ。更には多品種オリジナルは経費が非常にかさみ負担となった。100店舗以上を抱え、1店舗ごとの経営管理の徹底に多くの時間を費やした。

今後の課題・戦略

- (1) 会員が全国に50万人以上となり、IT利用を進めているが情報伝達は苦心している。
- (2) 来店客を子供服だけに限定しないで親世代も対象としての営業を展開する予定。
- (3) 商品バリエーションにはばをもたせ多様化するユーザーニーズに対応すべく企画力の強化につとめる。
- (4) 海外戦力では、フランスだけでなくその他の国にも進出を見込んでいる。

株式会社ボディプラスインターナショナル (仙台市)

■新商品開発 ■IT導入・活用 ■国際展開



《企業情報》

- 〒983-0852
宮城県仙台市宮城野区榴岡5-12-36ステーション
プラザ榴岡1F
- 設立 平成13年12月
- 資本金 1000万円
- 従業員 13名
- 事業内容 スポーツサプリメント、トレーニング
用品の輸入代行、製造販売
- 代表者 デビット・ディーン・ホルトン

《問合せ先》

- TEL : 022-792-1735
- FAX : 022-792-1732
- URL :
<http://www.bodyplus-usa.com>
- メール : info@bodyplususa.com



スポーツサプリメントで急成長

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

従来、アメリカのサプリメント製造販売会社ボディプラス社の製品の取次（輸入）販売が主体となっていたが、平成17年よりオリジナルブランドのサプリメント製造販売を開始し成長が始まった。

他社では安価な製品を中心とした販売が一般的であるが、当社は世界最大のアミノ酸メーカーとタイアップして効能の高いサプリメント製造に特化している。スポーツジムなどにおいて高性能な点が口コミで広まり、アスリートやスポーツ愛好者より高い支持を得ている。

代表者は、カナダ出身で平成10年の創業時よりスポーツサプリメントの輸入代行を手掛けてきた。来日した平成7年当時、日本ではサプリメントの摂取があまり広まっていなかったが、当社の取り扱う効能の高い製品は口コミで広まり売上は増加。しかし、代表には100%自信が持てる商品の製造提案や管理が十分できないというフラストレーションがあり、原料調達、味付け、ブレンド、品質などを完全にコントロールするためオリジナル製品の国内製造を開始、売上は更に拡大し連続増収増益を達成している。

工夫・苦心のポイント

起業した当初、日本の法律等の知識不足から輸入した製品をすべて無駄にした経験もあった。

また、初めは資金的にも厳しかったが、日本でサプリメントの摂取が普及していない時期に先駆けて効能の高い製品を取り扱ったことからヘビーユーザーの獲得につながり、現時点では有名スポーツジムやスポーツ用品店への納入にも至っている。

今後の課題・戦略

主力となる自社オリジナル製品の販売は、現在よりも2~3倍の拡大が見込まれている。品質にこだわった製品づくりの他、商品ラインナップの拡充にも力を入れ、大手のスポーツ用品店などにも販路を拡大していく方針。

平成21年6月には自社ビルを建設する予定で、スポーツジムを併設するほか、サプリメントに関するセミナーの開催を行い更なる普及に努めたい。

株式会社三森コーポレーション (仙台市)

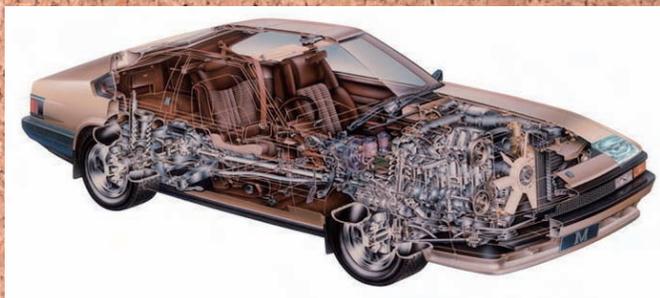
■企業間連携 ■IT導入・活用 ■人材育成 ■国際展開

《企業情報》

- 千983-0821
宮城県仙台市宮城野区岩切3-2-24
- 設立 平成4年11月
- 資本金 2100万円
- 従業員 40名
- 事業内容 使用済み自動車の適正処理・リサイクルパーツ生産販売
- 代表者 守屋 隆之

《問合せ先》

- TEL : 022-255-6564
- FAX : 022-396-1008
- URL :
<http://www.3mori.co.jp/>



同業者と連携した適正処理システム構築

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

自動車リサイクル部品の製造・販売を手掛けている。また、同業者との連携を図り部品処理システムの構築にも注力し、現在では組織（企業）や異なるシステムを超えたゲートウェイシステムを完成させた。

廃自動車の適正処理の標準化や産業界の統一など大きな目標を持って取り組んでいる。また、平成13年9月からは各大学からインターンシップの受け入れを行う等、人材育成にも積極的に取り組んでいる。現在の海外展開に際しては当社で研修を受けた人材のネットワークが活かされている。

日本国内に於いては、自動車リサイクル法の施行もあり、リサイクルの文化が浸透し業績は安定した推移を確保している。また、平成16年5月、国際貿易部を設置しアメリカやロシア、マレーシアなどへ自動車リサイクルパーツの供給を開始。平成17年8月には米国ハワイ州に現地法人を設立するなど海外展開を積極的に行っている。こうした、積極的な海外展開は、代表者が仕事で世界各国を訪れた際に輸出された日本車が放置されている現状を認識し、製造国の責任の重大さに気づいたことがきっかけとなった。

工夫・苦心のポイント

適正処理の標準化、人材育成、国際展開といった取り組みの社内への浸透は困難であった。現状を変えるには大きな労力が必要であり、代表者が繰り返し重要性を説くことで解決してきた。

企業共通のシステム作りの場面では組織間の文化やシステムの違いがあり大きな困難が伴った。

今後の課題・戦略

協力企業と当社は、現在はシステムだけで繋がっているが、今後は、共同物流倉庫（業界初）を設け、協力企業間の梱包費や人件費の削減を図り、ネットワーク力の更なる向上を目指して行きたい。

株式会社メガネセンター (仙台市)

■サービスのモデル化・最適化 ■人材育成



〈企業情報〉

- 〒981-3133
宮城県仙台市泉区泉中央1-23-5
- 設立 昭和50年12月
- 資本金 3億2257万円
- 従業員 150名
- 事業内容 眼鏡および用品の販売
- 代表者 福王 進

〈問合せ先〉

- TEL : 022-371-6601
- FAX : 022-371-6861
- URL :
<http://www.20000yen-doh.co.jp>

値札の無い眼鏡店

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

東北発のメガネ・ディスカウントショップとして誕生し、平成5年に日本初の単一価格眼鏡店（ワンプライスショップ）「貳萬圓堂」業態を開発した。

当初は、薄型レンズや遠近両用レンズなどでオプション料金が設定されていたが、創業30周年を迎えた平成17年7月1日には店内にある全ての商品がオール2万円の“純正式萬圓堂”となり、「値札の無い眼鏡店」（ワンプライスショップ）として営業を展開。知名度浸透と共に積極的に出店も進め、関東以北最大の眼鏡店チェーンとして躍進している。

従来の眼鏡店で見られた「眼鏡一式を購入するにあたり、いくらかかるか分からない」といった不安を払拭、更には眼鏡をファッションの一部と捉え“眼鏡を着替える”を出来やすい価格帯で提供したいとの思いから「貳萬圓堂」を開始した。オプション費用のかからないオール2万円で商品を提供できる体制を整え、東北一円に分社経営・フランチャイズによる出店を続け、知名度も浸透し業績は急伸している。

優良社員の独立制度を導入し、社員の士気を高めるなど独創的な経営手法も取り入れている。

工夫・苦心のポイント

「メガネ一式・2万円」の単一価格の浸透が成功につながった。一方で売値ありきの商売となるため、仕入コストの引き下げに苦労した。原価構成の見直し、物量確保による原価低減など仕入先と交渉を重ね、現体制を確立している。単純明快な広告企画は常に独創性を求められまさに工夫・苦労の連続。

今後の課題・戦略

「まずやってみよう」の社訓のもとで、より良いメガネを、より安く、より多くの顧客に提供し、かつ顧客の視生活に寄与することによって社会に貢献し、同時に社員相互の生活向上と社の繁栄・発展を目的としている。

今後の出店に関しては、財務戦略を強化し、かつ連携や合弁、M & A等によって、拡大戦略の一環として位置づけている。

秋田東北商事株式会社 (秋田市)

■人材育成



《企業情報》

- 〒010-0061
秋田県秋田市卸町4-8-9
- 設立 昭和31年4月
- 資本金 3000万円
- 従業員 32名
- 事業内容 環境資材、水道機材、水道資材、建設資材販売
- 代表者 近藤 嘉之

《問合せ先》

- TEL : 018-863-3611
- FAX : 018-863-3602
- URL :
<http://www.akita-tohoku.co.jp/>
- メール : ats@akita-tohoku.co.jp

顧客専従制により信頼感を醸成

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

一般機械器具の卸売業。平成14年に中期経営計画を立て、経営品質向上活動に取り組み始めた。平成17年には秋田県経営品質賞（AQA）優秀賞を受賞したが社内にはまだやらされ感、焦燥感が漂っており、自己表現の場を拡大させる為に、平成22年にはHD（ホールディングス）化に移行する。また、組織成熟度はAQAのA⁺レベルを目標にしている。

経営品質向上活動に取り組んだきっかけは、業績を伸ばす為には組織風土を改革する必要性を感じたことにある。平成14年を勉強・気づきステージ、平成17年からは組織風土改善ステージとして取り組んでおり、戦略（経営策定委員会）、処遇（処遇委員会）、品質（経営品質向上委員会）を改善のための必要3要素と位置づけている。

また、工事部門（機械器具設置）は経営策定委員会でのCSF（主要成功要因）を忠実に実行し業績を大きく伸ばした。中国からの商品輸入のビジネスモデルも策定し、平成20年9月には東京営業所を開設したほか、人材育成の成果も着実に実っている。

工夫・苦心のポイント

新しいことに挑戦することへの不安や改革の実行には苦労したが、平成18年に戦略策定研修を行い営業グループごとに戦略を策定。

ビジョン・分析を経て主要成功要因のマップ・計画を繰り返し行うことで、変化が現れてきている。

今後の課題・戦略

「経営策定委員会」、「処遇委員会」、「経営品質向上委員会」の活動を継続的に行い、会社全体の最適化を自主的に考えることのできる社員の育成に努めていく。

平成22年の分社化に向けて、組織活性化を図り新分野への挑戦や県外への進出も視野に入れている。

エコライン株式会社 (秋田市)

■新技術開発 ■新商品開発 ■知財活用 ■その他



《企業情報》

- 〒010-0976
秋田県秋田市八橋南1-3-10
- 設立 平成14年10月
- 資本金 1000万円
- 従業員 35名
- 事業内容 節水装置販売・施工
- 代表者 糺田 優子

《問合せ先》

- TEL : 018-866-3455
- FAX : 018-866-3461
- URL :
<http://www.eco-line.co.jp/>
- メール : akita@eco-line.co.jp



節水装置を開発・製造卸へと転換

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

水道用品の卸売業であったが、他社の節水装置の効果に満足できず自社製品の開発に着手し、使用感を損なわず節水できる「流量制御弁」を開発した。販売から取り付けまでを手掛けている。平成20年3月、特許（第4100693号）を取得した。節水装置単独で30～70%の節水能力を発揮。5～30%程度の節水能力を持つ従来型の装置と比べ圧倒的な能力を誇り、また、シンプルで汎用性の高いシステムとすることで、どんな形態の蛇口にも装着可能となっている。

この高い節水効果が認められ、病院、宿泊施設、学校、公共施設など様々な場所で利用されており、顧客ニーズの高まりから全国各地に7支店を開設するまでに至っている。



工夫・苦心のポイント

通常蛇口の根元（内部）に取り付ける業者が多いが、使用感を損なわないためにも蛇口の先端に付ける節水装置の開発にこだわった。

節水がCO₂削減に繋がる統計資料が公表され、当社の提案により平成19年2月には節水機器が閣議決定で「特定調達品目」に指定され、「グリーン購入法」適合品となった。

今後の課題・戦略

テーマは全国シェアNO.1。CO₂排出量の4分の1を占める一般家庭への普及が最大の課題であり、既に普及に向けたプロジェクトも動き出している。

国内の足場固めを進め、将来的には世界進出を視野に入れており、韓国特許も取得済みである。

株式会社トラフィックレンタリース (秋田市)

■高付加価値のサービス提供による生産性向上



《企業情報》

- 〒010-0816
秋田県秋田市泉字登木234
- 設立 平成7年9月
- 資本金 3100万円
- 従業員 23名
- 事業内容 トラックのレンタル・リース
- 代表者 小野寺 盛

《問合せ先》

- TEL : 018-865-0266
- FAX : 018-865-0267
- URL :
<http://www.traffic-rent.jp/>
- メール : traffic@if-n.ne.jp



商用バンに特化したリース、レンタル

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

商用バン・トラックに特化したリース・レンタルサービスを提供している。このオートリースでは企業の稼働パターンを車両の運行台帳、売上高推移、ガソリン代金支払額の推移など項目別に分析して各企業に最も適した車両運用プランを提案。一時的な不足や突発的な需要に対しては必要な種類の車両をレンタルする形で、リースとレンタカーを同時に扱い無駄なく対応している。

これまでの稼働で培ったノウハウから専門的な車両を数多く所有し、修理や保険に関わる部分にも対応するなど企業の車両管理一切を代行している。特に商用車両のレンタル部門では事業所から様々な要望が寄せられ、これに対応すべく現在の体制を整えてきた。

レンタカーとしての単なる貸し借りの関係から大きく踏み込んだ形で、事業所の車両管理に関わる需要を徐々に取り込んでおり、また、更なる需要を見込んで県外の都市部に進出したことも功を奏して売上を伸ばしている。

満足いくサービスを最優先に! **first!**

工夫・苦心のポイント

車両管理に苦勞している事業所のニーズに適切に応えることができたのが事業拡大の要因と言える。ただ、大手自動車ディーラーの看板力がなかったことから、当社の利便性が発揮できる車両管理面に入り込む状況になるまでにはかなりの苦勞があった。

今後の課題・戦略

長引く不況の影響もあって秋田県内の需要には限界があり、需要の多い県外の都市部への営業展開が当面の課題である。

需要は大都市部に多く、平成20年9月には仙台市の中心部に営業所を開設した。今後は同営業所の稼働状況を見極めつつ、ニーズの高い車種の品揃えを増やし、順次営業所も増やしていきたい。

株式会社阿部農機店 (最上郡真室川町)

■新ニーズの掘り起こし ■地域貢献



《企業情報》

- 〒999-5312
山形県最上郡真室川町新町204-3
- 設立 昭和49年8月
- 資本金 1000万円
- 従業員 14名
- 事業内容 農機具・除雪機の販売、修理、リース
- 代表者 阿部 慎一

《問合せ先》

- TEL：0233-62-2651
- FAX：0233-62-2759
- URL：
<http://www.abenouki.co.jp/>
- メール：
abenouki@atlas.plala.or.jp



農機リースで新需要開拓

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

厳しい農業情勢のなかで農業機械の販売やサービスだけでなく、低コスト農業に貢献するために農業機械のリース事業や低価格の中古農機販売等に進出し、顧客満足度の向上に取り組んでいる。

また、地域農業の向上・活性化のために、米の集荷販売、地域野菜の産地化への取り組みを進め自らも農業へ参入。米・野菜の栽培を通して技術面のフォローを行いつつ、販売ルートも確立。低コスト農業のサポートを目指し、農業所得の向上と地域貢献に寄与できればと考えている。

農業人口の減少、農業所得の低下等によって新規農業機械の購買が伸び悩みを示すなか、農家の資力に応じた商品提供を目指し、中古販売やリース事業を開始した。

平成19年12月期からは中古・リース事業を分社化し、両社間で密接に連携を図りながら更なる事業発展を模索している。



工夫・苦心のポイント

順調に顧客数は伸びているが、同業者間等での競合が続いており、依然として経営環境は厳しい状況にある。

今後の課題・戦略

農業環境向上のために民間の青果市場や農業資材の販売業者と連携して、農地・農機のリース、農業指導、生産物の集荷・販売等をトータルで管理・サポート出来る仕組み作りを進めており、今後の事業戦略の柱とする。

エイエスエムトランスポート株式会社 (酒田市)

■新技術開発 ■新商品開発 ■企業間連携

《企業情報》

- 〒998-0102
山形県酒田市京田2-1-11
- 設立 昭和60年6月
- 資本金 7000万円
- 従業員 54名
- 事業内容 一般貨物自動車運送業・冷蔵冷凍倉庫業
- 代表者 工藤 昭文

《問合せ先》

- TEL : 0234-31-4011
- FAX : 0234-31-4110
- URL :
<http://www.asmtp.co.jp/>
- メール : asmtp@inetshonai.or.jp



人工光で生花を常温輸送

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

農業を取り巻く環境がいろいろと取り沙汰されるなか、地元と密着した輸送会社として何か提案出来ないか模索し、光を使った運送で鮮度を保持するシステムに着目した。

(株)鶴見花き、パナソニック電工(株)との連携により人工光を光源とする照明器具による光合成を応用した生花の常温輸送システムを開発し、業界で初めてトラック本体に載せた。

花へのストレスを軽減し、鮮度を保持しながら遠隔地への輸送が可能となり荷主からも高い評価を得ている。また、省電力のLEDを活用した植物育成用の人工光の開発にも取り組んでおり、その照射データを集め拡販に努めている。

特に植物の育成に必要な波長を照射することで、日照不足を補い、従来の農家では難しいとされる計画生産・計画出荷の一躍を担うことができ、荷量の安定に加え、価格の安定にもつながると考える。

切花の輸送では、関東を商圏としていたものを関西に切り替えるべく、大量に運べる陸送のシステムを構築し、今では3年前の約20倍強の物量を確保している。

工夫・苦心のポイント

運送費の削減が叫ばれている中、冷凍機を回さずに切花を運ぶことで燃費は改善される。今後バケツ輸送に切り替えることで、段ボール処理費の軽減や二酸化炭素の削減にも大きく貢献できる。

ただ、普及のため各方面からの支援を取り付けるのに時間がかかる点では苦慮している。

今後の課題・戦略

荷主と受入先の理解と協力を得て段ボール輸送から人工光照射によるバケツ輸送に切り替えていただくことが課題となる。

また、植物育成用のLEDを照射しての作物の育成に取り組むユーザーの掘り起こしと、そのデータを整理しながらLED照明機材の販売を同時に進めていく必要がある。

株式会社カスカワスポーツ (山形市)

■IT導入・活用 ■新ニーズの掘り起こし ■企業イメージアップ



《企業情報》

〒990-2413

山形県山形市南原町2-11-1

●設立 昭和32年9月

●資本金 1000万円

●従業員 33名

●事業内容 スポーツ用品販売業、ロッジ経営、
スポーツ施設工事業

●代表者 粕川 治子

《問合せ先》

■TEL：023-642-0022

■FAX：023-642-0037

■URL：

<http://www.kasukawa.jp/>

■メール：

h-kasukawa@kasukawa.jp

スポーツ用品のネット販売に活路

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

スポーツ用品専門店として、他社に先駆けてホームページを立ち上げるとともに、山形県だけでなくとどまらず、全国的な顧客確保のためにインターネット通信販売を開始。得意分野の野球用品・水泳用品を主力に売上が伸びている他、ネットでの拡販が功を奏し、企業イメージのアップにもつながっている。

また、POSシステムによる会計処理を開始して、レジ処理や在庫管理の効率化が格段に進んだが、これをきっかけに、コンピュータ活用を積極的に導入している。

早くから会社が費用を半分負担するシステムを構築し、社員個人のPC導入を推進してきた。このような背景からメーカー側との取引も電子化が進み、IT浸透に伴う時代に即した営業を展開することができた。POSシステム導入に伴い、売れ筋商品の取り入れや新商品の開発にも結び付き効果が上がっている。



工夫・苦心のポイント

未だ試行錯誤中であるが、他社に先駆けてIT導入に踏み切ったことで、インターネット通信販売業界では一定の知名度を獲得し、事務処理の効率化も進んでいる。

ただ、業者間取引や仕入メーカー側のコンピュータシステムとの相性等もあり、継続的なシステム対応が必要となっている。

今後の課題・戦略

10年前に経営リストラの一環から店舗の廃止・撤退を断行した以降も、大手資本との競合は激化している。

こうした中でスポーツ用品全般の取り扱いからシフトし、野球用品や水泳用品等の得意分野的に絞った事業を展開している。また、IT活用による時代に即した営業を進め、事業伸展を模索している。

株式会社清川屋 (鶴岡市)

■ IT導入・活用 ■ 新商品開発 ■ 地域貢献



《企業情報》

- 〒997-0011
山形県鶴岡市宝田1-4-25
- 設立 昭和40年6月
- 資本金 4800万円
- 従業員 94名 (グループ合計)
- 事業内容 特産品の企画・開発・販売
- 代表者 伊藤 秀樹

《問合せ先》

- TEL : 0235-23-2111
- FAX : 0235-24-8666
- URL :
<http://www.kiyokawaya.com>
- メール :
info@kiyokawaya.com



地元特産品などを積極的に開発

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

「地域性」「本物志向」「おいしさ」をテーマに、自社商品の製造に取り組んでいる。製造部門として(株)茶勘製菓を設立し、契約栽培による地元特産の「だだちゃ豆」等を原料とする独自の菓子を製造。農家と連携して企画・開発から製造及び販売までの一貫体制を構築している。販売についてはインターネット上での通信販売に早くから着目し、自社サイトの他、「楽天市場」「ヤフーショッピング」に出店。自社オリジナル商品を中心に山形名産のさくらんぼ等が好評を博している。

以前は特産品の小売の他、卸売も手掛けていたが、顧客と直接結びつく店舗販売やネット販売に転換。通信販売については平成7年頃よりカタログ販売を開始し、平成8年からは自社サイトを立ち上げたが、総売上に占める通信販売のウエートは小さかった。

しかし、平成12年に楽天の三木谷社長の講演を聴きネット時代の到来を確信。同年「楽天市場」に出店し、さくらんぼやネット通販限定商品が高い支持を受け、2年連続での「楽天市場グルメ大賞」など、数々の賞を受賞し全国的な知名度も高まった。現在ではカタログを含め通信販売が総売上の約4割を占めている。

工夫・苦心のポイント

インターネット事業は軌道に乗るまで時間が掛かったが、会員向けメールマガジンでのPRが奏功して徐々に浸透。「楽天市場グルメ大賞」の受賞も大きなPR効果をもたらし、新たな顧客開拓に結びついた。

今後の課題・戦略

平成18年4月にインターネット事業部門を(株)ネット清川屋として分社化しており、今後は更なる相乗効果を目指す。同時に店舗間やグループ会社間での情報共有を徹底する。また、ネット通販限定商品などアイテムの更なる充実を図り、仙台圏を含めた新規出店も視野に入れる。

高洋電機株式会社 (山形市)

■人材育成 ■IT導入・活用 ■新ニーズの掘り起し



《企業情報》

- 〒990-2477
山形県山形市長苗代55
- 設立 昭和50年9月
- 資本金 2000万円
- 従業員 51名
- 事業内容 電子部品、オートメーション部品、盤用部品・その他の各卸販売
- 代表者 高橋 邦洋

《問合せ先》

- TEL：023-645-2311
- FAX：023-645-2315
- URL：
<http://www.dkoyo.co.jp>
- メール：info@dkoyo.co.jp



人材育成が業績拡大に直結

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

ITバブル崩壊による半導体不況や製造業の海外シフトを背景とした需要後退、業績低下から営業強化策として組織改革を行った。また、人材増強や社員教育に力を注いだことでユーザーニーズの把握、企画提案などによる質の高いエンジニアリングセールスが出来た。

社員教育は、多様化するユーザーの要望に対応するため、各メーカーの協力のもと社員の階層別研修や商品知識の習得に取り組み、スキルアップの向上や自己改革を目的に派遣研修などを実施。

また、営業については、従来は御用聞きによる商品デリバリーの傾向が強かったが、社員の商品知識及び意識改革が浸透したことで、FA（ファクトリーオートメーション）業界メーカーの制御機器から電材・補材まで幅広い営業展開が可能となった。



工夫・苦心のポイント

ネットワークシステム構築で在庫管理、受発注、情報伝達などの社内インフラを整備するとともに若手社員の定期採用が社内の活性化と機動力を作り出している。社員教育の徹底でユーザーとの信頼関係が強化され、取引拡大に結びついている。

今後の課題・戦略

後継者や管理職の育成、リスクマネジメントや技術革新に伴い増加する商品群への対応、生産現場から要求される製品ユニットの需要に対するネットワークの再構築が今後の課題である。

社会福祉法人さくら福祉会 (酒田市)

■地域貢献 ■人材育成 ■新ニーズの掘り起し



《企業情報》

- 〒999-6851
山形県酒田市中牧田字丸福171
- 設立 平成7年5月
- 資産総額 23億6500万円
- 従業員 450名
- 事業内容 特別養護老人ホーム、グループホーム、
小規模多機能施設、介護予防センター
等の経営
- 代表者 佐藤 芳明

《問合せ先》

- TEL : 0234-62-2941
- FAX : 0234-61-4016
- URL :
<http://www.sakura-welfare.jp/>



小規模多機能のパイオニア

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

平成16年に山形県では初となる全室個室タイプの特別養護老人ホーム「さくらホーム広野」を開設。その後も山形県内陸を含め全室個室のグループホームを複数開設し、平成19年からは地域密着型の小規模多機能施設を開設。現在、特養2ヶ所、グループホーム5ヶ所、小規模多機能施設6ヶ所、介護予防センター4ヶ所を運営している。

山形県内でも上位クラスの社会福祉法人に成長し、約450名の従業員を抱える。特に近年積極展開している小規模多機能施設に関しては開所から3ヶ月目で単月黒字に乗せる経営ノウハウを構築しており、全国各地より多くの同業者や関係者が視察に訪れている。

理事長が以前にドイツ、スウェーデン、ノルウェー等のヨーロッパを視察した際、全ての老人施設が一人部屋であったことに着目。近い将来、日本でも老人施設は一人部屋の時代になると感じ、全室個室の特別養護老人ホームの建設に着手した。平成16年に山形県では初めてとなる新型特養をオープンさせ、その後もグループホーム、小規模多機能施設、介護予防センターの開設へと力点をシフトし、特養はほぼ満床の状態での他の施設も高い稼働率を誇っている。

工夫・苦心のポイント

介護報酬の引き下げや人材の確保・教育の面では苦勞したものの、地域密着型の運営方針で支持を得てきた。また、社会福祉法人としては全国的にも珍しい営業部を設置している。

一般的に認知度の低い小規模多機能施設や介護予防センターを実際に見学してもらい、利用してもらう流れを作っている。

今後の課題・戦略

介護報酬が引き下げられる中で、サービスの質を維持するとともに採算を確保していくことが求められる。

また、今年5月には医療法人さくらこころのクリニックを開設し、関係施設で精神科等の診療を行い、医療と介護の両面でのサポート体制の確立を目指す。

株式会社ティスコ運輸 (山形市)

■ IT導入・活用 ■ サービスのモデル化・最適化 ■ その他



《企業情報》

- 〒990-2251
山形県山形市立谷川2-86-29
- 設立 平成12年1月
- 資本金 2400万円
- 従業員 70名
- 事業内容 一般貨物自動車運送業、
総合物流システムサービス
- 代表者 菅原 茂秋

《問合せ先》

- TEL : 023-686-9860
- FAX : 023-686-9861
- URL :
<http://www.hakobimasu.co.jp/>
- メール : shige@hakobimasu.co.jp



バイオ燃料に取り組む運送会社

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

エコドライブの実践やデジタルメーターによる数値管理、BDF（バイオディーゼル燃料）の利用、グリーン経営に基づいた社員教育の徹底等により業務効率化と環境配慮の両立を目指している。

また、IT技術や通信端末を活用し、物流スループセンターも開設。在庫管理・物流業務全般に付帯する各種システムの提供により総合的な物流コスト削減と管理体制の構築を提案し、他社との差別化を図っている。

「環境にやさしい運送会社」を基本コンセプトに、早くからバイオディーゼル燃料による運送を開始したほか、従業員教育やIT活用による管理体制の厳格化等で経費削減を推進している。

ランニングコストの抑制により競争力強化を図ってきたほか、グリーン経営推進マニュアルに基づき交通エコロジーを実践。近年は運送業務だけにとどまらず、荷主に対して効率的な物流管理システムを提案するなど一歩推し進めた営業を展開している。

工夫・苦心のポイント

物流のトータルサポート業務では、一運送業者が顧客側の経営管理にまで関わるため、理解を得るまでに多くの時間を費やすことが多く、この点に苦心している。

今後の課題・戦略

地元同業者との会合等により横の繋がりを強化するとともに、新たな戦略や経営課題を持ち寄り業界全体の底上げを図っている。

運送業務だけにとどまらず、当社と顧客が互いにウインウインの関係に成長していくために、絶えず、経営環境や顧客ニーズに対応した効率的な施策の開発を続けていく。

株式会社永田プロダクツ (酒田市)

■国際展開 ■高付加価値のサービス提供による生産性向上 ■人材育成



《企業情報》

- 〒998-0875
山形県酒田市東町1-24-16
- 設立 平成5年9月
- 資本金 1500万円
- 従業員 35名
- 事業内容 自動車中古部品販売、自動車適正処理
- 代表者 永田 則男

《問合せ先》

- TEL : 0234-22-0307
- FAX : 0234-21-1735
- URL :
<http://www.nagata-p.co.jp>
- メール : k206@ngp.gr.jp



リサイクル部品をアジアへ

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

使用済み自動車を適正に処理し、自動車リサイクル部品の販売を軸に、部品の海外輸出、適正処理で分別された鉄・非鉄などの素材を販売している。自動車リサイクル部品は地域や地元だけの流通では、販路や流通する商品アイテムのボリュームに限界があると痛感し、全国オンラインでネットワーク化し販路を拡充。貿易部門も酒田港を利用し、使用済み自動車から外された部品の輸出を行っている。

タイ、マレーシアなどのアジアに流通を広げることで販路拡大につなげた。また、破損等で部品としてリサイクルできないものは、素材別に細かく分別することでリサイクル率を向上させ、付加価値、収益を上げた。

また、循環型ビジネスやリサイクルの時代では、コンプライアンスを重視した経営が必要と考え平成16年1月にISO14001を取得した。

「人の持つ正しい心の在り方こそが会社を活性させる」という信念のもと、社員教育も徹底している。

工夫・苦心のポイント

リサイクル部品部門、貿易部門、素材分別部門などの販路の拡充が順調な事業の要因に見えるが、いかに社員が業務に集中して能動的に動くかが最も重要なこと。そのために人間成長を目的とした、月1回の外部講師による社員教育の場を設けたことが良い結果に結びついた。

今後の課題・戦略

素材は相場で動く。相場で売上高が左右されることはリスクが高く、今後は技術力や販売力を強化することで企業レベルの向上に努めたい。

新しい構想で販路を開発する必要がある、産学連携や新しい自動車リサイクルの形を模索し、事業化することを早急に取り組む必要がある。

株式会社りんご苑 (山形県高島町)

■高付加価値のサービス提供による生産性向上 ■新商品開発 ■企業イメージアップ



《企業情報》

- 〒992-0351
山形県高島町高島2130-3
- 設立 昭和59年4月
- 資本金 3000万円
- 従業員 67名
- 事業内容 焼肉店経営、食材卸売、製麺卸売、
焼肉店 F C
- 代表者 安部 和彦

《問合せ先》

- TEL : 0238-51-1108
- FAX : 0238-52-1731
- URL :
<http://www.ringoen.jp/>
- メール : info@ringoen.jp



セントラルキッチンシステムの確立

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

全国に名前が知られる「米沢牛」をはじめとした食材の良さ、独自の店舗展開によるノウハウ等を活かし、新しい飲食店のスタイルを目指している。

「焼肉りんご苑」、「昭和ホルモン亭」の F C 展開を行う中で、直営店だけでは無く、F C 加盟店にも安定した質の高い材料を供給することが出来る“セントラルキッチンシステム”を確立し、高付加価値のサービス提供及び生産性向上が行われて来た。セントラルキッチンでは各店舗への素材供給を一手に担う他、製麺事業を行い大手飲食店にも麺等を販売納入することで、事業が一業態に偏らず、経営上のリスク分散の役割も担っている。

F C 展開のきっかけは、ある店舗の立ち上げで F C 経営希望者が現れたこと。その後の立ち上げ時も複数希望者が現れ、そこで F C 展開に本格的に取り組んでいった。セントラルキッチンの設置により、F C 加盟店も高品質の素材を小ロットから調達することができ、それを魅力として店舗網は拡大。現在では山形県内全域に店舗展開し、スケールメリットを活かしながら業績を伸ばしている。

工夫・苦心のポイント

事業が拡大した要因は店舗展開の方法にもあり、CM等広告でブランド力を形成する「都市型」と、1店舗の味が評判になり漸次店舗を増加させる「地方型」の両方をドッキングしスムーズな店舗展開が出来たことによる。

また、メニュー作りにもこだわり、F L コストをメニュー一品一品では無くトータルで考えることで、本来他店では価格の高い米沢牛を安く提供することが可能となり好評を博した。

今後の課題・戦略

フランチャイザーとフランチャイジーの店舗画一化が課題。直営店と F C 店の従業員への賃金差によって生じるモチベーションの差異、経営者との経営方針、技術レベルによる味の違い等が例として挙げられる。今後の戦略としては、県外に展開する場合に於いて、知名度不足の中、人材育成や組織改革、F C 展開のソフト面に弱みを持つため、それらを補うことが出来る他社との提携を視野に入れている。その他、得意分野の食肉を中心とした新店舗も考案中。

ロイヤルネットワーク株式会社（愛称：うさちゃんクリーニング）（酒田市）

■新ニーズの掘り起こし ■サービスのモデル化・最適化 ■地域貢献



＜企業情報＞

- 〒998-0864
山形県酒田市新橋1-4-10
- 設立 昭和56年4月
- 資本金 4814万円
- 従業員 1884名
- 事業内容 ホームクリーニング、リネンサプライ事業
- 代表者 仲條 敬三

＜問合せ先＞

- TEL：0234-21-1888
- FAX：0234-22-2285
- URL：
<http://www.usachan.co.jp>
- メール：if@usachan.co.jp



女性の感性でおもてなし

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

「うさちゃんクリーニング」をはじめ、顧客ニーズに合わせた様々なクリーニングサービスとリネンサプライ事業を展開している。

感謝と接客・サービス重視の経営で“おもてなしの心”を実践。ご来店いただいたお客様へ感謝の気持ちを含めてサービスを提供し、再度ご利用頂くシステムづくりに力を注いでいる。社員は女性パートがほとんどで、社員個々の感性を活かし取り組んでいる。

お客様のライフスタイルを優先するサービスとして、ドライブスルー店、コインランドリーの併設、24時間営業店、100円クリーニング店などを順次オープンさせてきた。また、子育て応援サービス、エコライフへの取り組みによる社会貢献を意識したサービスも行っている。

単なる割引サービスではなく、再度利用したくなるような感謝の気持ちをお客様に伝えている。いかに会員を増やすかということを考え、そのなかで女性の感性が活かされ、仕事を楽しくする集団ができつつある。このような取り組みは首都圏進出成功への自信につながり、現在も積極的に店舗展開に取り組み、リネンサプライ事業にも力を入れている。

工夫・苦心のポイント

事業が拡大するに従い人材確保、特にマネージャークラスの育成には現在も苦労している状況にある。「比べて、学んで、追い越せ！」の経営理念の下、店舗ごと・マネージャーごとの競い合い、工場ごとの総合格付け表彰制度等が有効に機能している。

今後の課題・戦略

首都圏への積極的な店舗展開と売上高100億円の早期実現が当面の課題である。また、現在スタンダード&プアーズ社の格付けで「aa」の評価を受けているが、今後は「aaa」の評価を目標に改革を進めており、更なる良質なサービスの提供により顧客重視の経営を徹底し、収益基盤も確立していく。

株式会社アイワコーポ (郡山市)

■新ニーズの掘り起こし ■サービスのモデル化・最適化



《企業情報》

- 〒963-8835
福島県郡山市小原田4-11-13
- 設立 昭和51年10月
- 資本金 4500万円
- 従業員 67名
- 事業内容 総合包装商社
- 代表者 鈴木 昇

《問合せ先》

- TEL : 024-944-1509
- FAX : 024-944-8228
- URL :
<http://www.aiwacorp.co.jp/>
- メール : infoweb@aiwacorp.co.jp



デザイナー同行で新ニーズ開拓

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

電気・電子分野・食品・流通・医薬品等、幅広い分野でシールラベルやラミネート袋を販売しているが、新たに菓子店、フラワーショップ等の店舗向けや贈答品の分野を開拓していくためには、企画やデザインのスピード化が不可欠なものであった。

短時間での製品製造を目指し、デザイン担当者が営業担当者との同行あるいは単独で訪問する様な体制を作り、その場で企画・立案・色・デザインの打ち合わせを行える組織に変化している。

企画から製品までのタイムラグを短縮し、直接デザインを打ち合わせることで、微妙なこだわりにも直ぐに対応できる様になり、好評を得ている。効果として新分野を含めた新規の引き合いが増加し受注成約率も高まっている。



工夫・苦心のポイント

デザイン担当者を営業担当者と同行させ直接対応させることで、顧客の商品イメージをダイレクトにデザインに反映させている。

顧客の商品イメージと実際の製品イメージの差異が少なくなり、顧客満足度のアップにもつながっている。

今後の課題・戦略

QRコード印刷を利用した携帯ウェブサイトの運営やキャンペーン用の企画商品など製品に付随する様々な業務を拡充し、店舗向け（コンシューマー向け）商品を総合的に展開できる企業に成長させていきたい。

アドレス株式会社 (いわき市)

■ IT導入・活用 ■ 人材育成 ■ 企業間連携



《企業情報》

- 〒970-8051
福島県いわき市平六町目3-18
- 設立 平成10年7月
- 資本金 1200万円
- 従業員 21名
- 事業内容 不動産仲介・売買及び管理
- 代表者 高尾 昇

《問合せ先》

- TEL : 0246-35-0024
- FAX : 0246-35-0038
- URL :
<http://www.address-web.co.jp>
- メール :
add0127@address-web.co.jp

関連企業の連携による情報の共有化

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

中小不動産会社では珍しく調査業務を家屋調査事務所に外注し、社内の不動産管理システムと家屋調査士事務所と印刷所を結ぶ一環システムを開発した。また、金融機関、住宅メーカー、地域の不動産会社を掲載した情報誌を市内600ヶ所に設置、ボイスメールや社内イントラネットを利用した情報の共有化により県内での売買取扱件数トップの実績を誇っている。

調査業務は、当初、自社内で手掛けていたが掲載できる情報量が限定されていること、取扱量の増加に伴いミスが目立ったことから調査業務を専門業者に外注した。この結果、調査レベルは向上した。また、社内システムと印刷所を光専用ケーブルで結んだことで転記ミスが根絶され、更にインターネットと連動した情報誌への他社情報の掲載により、飛躍的に情報量が増加している。情報誌作成に関わっていた人員の削減と取扱成約件数が増加した。

当社では、自社ばかりでなく、地域不動産業のレベルアップを目的に不動産ビジネスカレッジの教育フランチャイズ事業に参加し、不動産の実務者育成コース（福島いわき教室）を開催している。

工夫・苦心のポイント

不動産情報誌への他社情報の掲載は当初地域での優位性が損なわれるとの声があり、情報掲載原稿を不動産会社より依頼を受けることで、同業他社からの物件情報が得られるようになった。

その結果、売買仲介部門だけでなく、幅の広い部門で他社から情報が入手でき、取扱件数も飛躍的に増大している。

今後の課題・戦略

地価下落、住宅需要の減少が進む環境下で、不動産会社の選別は進んでおり、近年お客様の要求レベルも高くなっている。

これを好機と捉え、不動産ビジネスカレッジの実務者養成コースの運営や早期勉強会を通じ、今後とも社員教育の充実に力を注いでいく。また、売買仲介部門と分譲部門に匹敵する賃貸部門を構築し、三本柱による強固な企業体質に変革していく。

有限会社アムーヴ (いわき市)

■人材育成 ■企業イメージアップ ■サービスのモデル化・最適化



《企業情報》

- 〒971-8182
福島県いわき市泉町滝尻字泉町128-3
- 設立 平成11年2月
- 資本金 300万円
- 従業員 75名
- 事業内容 警備業、労働者派遣業
- 代表者 赤津 紀正

《問合せ先》

- TEL : 0246-56-8477
- FAX : 0246-56-8478
- URL :
<http://www9.plala.or.jp/amove/>
- メール : amove@amail.plala.or.jp



サービス事業の見える化

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

安全・安心という大きな命題を与えられている警備事業にとって「人づくり」こそ基本と考えている。無形のサービスであるためお客様や第三者からの評価を受け難い業種であり、そこで、警備というサービス事業を形あるものに変えていくために人材の育成・教育に力を注いでいる。

社員の言動・行動・態度などをプロ化することでお客様からサービス（仕事）が見えるようにし、無形から有形にすることでお客様の信頼を確かなものとしている。今後も更なるサービス品質のレベルアップを目指して「人づくり」に取り組んでいく。

警備員になろうという理由は個々人バラバラで取り組み姿勢にもレベル差があり、警備員の年齢・能力差に関係なく、一定のレベルまでは誰でも実行できる「隊員統一行動基準」を設定している。また、組織の上位順に実践行動することで末端警備員まで浸透させることができていく。

工夫・苦心のポイント

常に社員の雇用条件を良くすることに努めてきた。適正な報酬を得る事と社員の雇用条件を高める事で全体のレベル向上が図れている。

一方で業界には低価格での業務請負が後を絶たず、人手が集まらず苦心させられている。

今後の課題・戦略

競争による低価格受注が続いており、結果として警備員の雇用条件悪化が進行、警備員不足問題が深刻化している。その様な中で「人づくり」にこだわり続け、警備員雇用条件の改善にも結びつけたい。

株式会社いわきテレワークセンター (いわき市)

■サービスのモデル化・最適化 ■IT導入・活用 ■人材育成



《企業情報》

- 〒970-8026
福島県いわき市平字小太郎町3-9
- 設立 平成6年5月
- 資本金 4650万円
- 従業員 32名
- 事業内容 コールセンター受託運営・各種アウトソーシング受託
- 代表者 会田 和子

《問合せ先》

- TEL : 0246-35-1635
- FAX : 0246-35-1645
- URL :
<http://www.iwaki-twc.co.jp>



テレワークによる業務受託ビジネスモデル

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

企業からの戦略的BPO（ビジネスプロセスアウトソーシング）サービスを受託運営している。ISP系（インターネットサービスプロバイダー）及びCRM系（顧客情報管理）のコールセンターを設置し、小ロット受注体制で地域の人材を利用した独自のサービスモデルを提供。地域が利用しやすいポータルサイトを第一に考え、生産者との信頼関係の構築に力を入れている。

生産者と共に売れる仕組みづくりを考え、商品のブランド化を創造することで、テレワーク（離れて+仕事）の普及にもつながっている。自宅での仕事が可能で短時間でも収入が得られることにも関心が高まっている。

地域マーケットが期待できず首都圏企業等を対象にする必要があり、ビジネススキームの明確化と企画提案活動の継続を基本に県内初のISPに特化したサービスのモデル化・最適化を目指している。クライアントの要望・ニーズに柔軟に対応できるサービスモデルを生み出したことで、信頼関係も構築でき、地域の重要拠点としての役割を担い高い評価を得ている。

工夫・苦心のポイント

地域を愛し、理解を深めようとするマインドを持つトップ・経営者に会い、支えられたことが成功の要因。

既存の商慣習、概念をいかに打ち破るかが課題であり、今でも東京・首都圏から離れている点が最終意思決定のネックとなっている。

今後の課題・戦略

新規業務の獲得と後継者及び中核社員の人材開発が課題となっている。

今後の戦略として地域企業や地域ものづくりの領域にIT・インターネットの力を利用して情報発信するメリットを訴求し、経済活動に直結する仕掛けづくりを確立していきたい。

有限会社カネマン宝石 (いわき市)

■新ニーズの掘り起こし ■新商品開発 ■地域貢献

《企業情報》

- 〒971-8162
福島県いわき市小名浜花畑町11-3 カネマンビル1F
- 設立 昭和43年4月
- 資本金 300万円
- 従業員 4名
- 事業内容 宝石・服飾・キャラクター雑貨販売
- 代表者 馬上 裕之

《問合せ先》

- TEL：0246-53-4649
- FAX：0246-53-4449
- メール：moue.h@softbank.ne.jp



ダンスホール併設でニーズ掘り起こし

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

長年地元ショッピングセンター内のテナントで宝石店を経営してきたが、自社ビルを新築したのをきっかけに、当社会長の趣味である社交ダンスを生かした店づくりに転換した。

1階の半分を宝石店、残り半分をダンス衣装等を取扱う服飾店とした他、2階にはダンスホールを設けてダンスパーティーやイベントを企画して、新ニーズの掘り起こしに努めた。この相乗効果により集客力アップが図られ、業績向上につながっている。

また、需要が後退している宝石店の将来性を考慮し、観光施設である「いわき・ら・ら・ミュウ」と「小名浜美食ホテル」に雑貨店「プチ・マリン」をオープンさせている。観光客向けの土産品や独自商品のキャラクター雑貨等を取り扱い、地域貢献にも一役買っている。

特に観光施設である「いわき・ら・ら・ミュウ」にオープンさせた雑貨店では、販売対象が観光客である点を意識して、土産品を主力とした店づくりを行った。平成19年からはオリジナル商品を取り扱うようになり、売上増加に結びついている。

工夫・苦心のポイント

宝石・貴金属類は夏場に販売が落ち込む傾向にあるが、観光施設は夏場が最も集客に恵まれるシーズンであり、相互に季節要因を補完する関係となっている。

ただし、店舗ごとに業態がバラバラであるため、オペレーションや効率性の点では苦労している。

今後の課題・戦略

平成20年4月にオープンした「小名浜美食ホテル」は、飲食施設という性格や地元客主体の客層から物販店としては厳しい営業環境にあり、今後集客力アップに向けた対策が必要となっている。

将来的には観光客を対象としたビジネスを伸ばしていく意向にあり、自社ブランド商品を自社店舗で販売するだけでなく、いわき湯本温泉街などへの卸売事業も拡大させていく。

川合運輸株式会社 (須賀川市)

■人材育成 ■高付加価値のサービス提供による生産性向上



《企業情報》

- 〒962-0053
福島県須賀川市卸町58
- 設立 昭和50年4月
- 資本金 5000万円
- 従業員 284名
- 事業内容 一般区域貨物自動車運送業
- 代表者 川合 幸治

《問合せ先》

- TEL : 0248-76-1567
- FAX : 0248-76-1593
- URL :
<http://kawaigrup.co.jp>
- メール : inf@kawaigrup.co.jp

トータルロジステックサービスの提供

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

昭和45年にトラック1台からスタートし、一般区域貨物の事業免許や自動車運送取扱の免許を取得して事業の拡大を図ってきた。

平成4年にコンピュータシステムを導入し、平成12年には民間車検指定工場（乗用車・トラック）の免許も取得。「トータルロジステックサービス」の提供に向け、輸送からコンピュータによる倉庫管理、納入までの物流一環管理システムを構築し、現在は首都圏から中部圏へ、そのエリアを拡大しつつある。

運送事業では、サービス業としての意識を持たせることで他社との差別化につながると考え、人材育成に力を注いでいる。その結果としてドライバーの安全に対する意識も向上し、事故の削減にもつながっている。

全社会議のほか、各営業所で月に1回の会議研修を開催している。特に顧客とのコミュニケーション能力を備えた提案型セールスドライバーをめざしている。

工夫・苦心のポイント

継続的に地道な教育とコミュニケーションを取ることで考えを浸透させてきた。

しかし、全社員に意識を持たせるには、まだまだ時間をかけて取り組む必要がある。

今後の課題・戦略

更にワンランク上のサービスレベルを目指し安全と安心のサービスを提供するため、人材の育成に注力しながら、設備についても充実させていく。

その上で顧客ニーズを捉え独自のサービスを提供していきたい。

株式会社国井産業 (いわき市)

■新ニーズの掘り起こし ■サービスのモデル化・最適化



《企業情報》

- 〒971-8133
福島県いわき市鹿島町米田日渡5 鹿島ショッピングセンターエブリア2F
- 設立 昭和52年7月
- 資本金 3000万円
- 従業員 3名
- 事業内容 キャラクター雑貨、アクセサリ販売
- 代表者 国井 泰久

《問合せ先》

- TEL：0246-46-0582
- FAX：0246-46-0581
- メール：
kunii3669@sunny.ocn.ne.jp



豊富な品揃えで新ニーズの掘り起こし

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

大正8年に呉服商として創業し、戦後金物雑貨販売に転換。平成7年には地元ショッピングセンターへの進出を機に、バラエティ雑貨を取り扱う業態に転換している。

以後「パーティリコ」の店名で若年層をターゲットとした店舗造りを心がけ、キャラクター雑貨やアクセサリ類を中心とした豊富な品揃えで新ニーズの掘り起こしに成功している。

多方面にわたる仕入ルートの開拓により幅広い商品ラインナップが可能となり、専門知識を持ったスタッフの明るい対応と合わせて同業他社に対する優位性を構築している。

地元ショッピングセンターに雑貨店「パーティリコ」をオープンし、中高生から20代ぐらいまでの若年層を対象とした販売戦略が奏功している。近年では県外に商圏を求めて平成16年につくば店、平成18年3月に亀有店・南千住店、平成19年11月に西新井店、平成20年3月に横浜店と、いずれも集客力のあるショッピングセンター内に積極的に出店。新ニーズの掘り起こしと多店舗展開の成功により業績を伸ばしている。

工夫・苦心のポイント

雑貨類は商品サイクルが早く、少量多品種の仕入が大半となるため在庫管理に苦労した。

また、多店舗展開を進めてからはカネ・ヒト・組織の問題が生じるようになり、特に人材育成の点では採用活動も含めて雑貨類の好きな人が勤務したくなる店舗にしておくことが大切である。

今後の課題・戦略

膨大なアイテム数を管理するうえで正確な棚卸を行うためにPOSシステムの導入を検討している。

店舗網の拡大に関してはじっくり腰を据えて着実に進めていきたい。将来的にも本業以外の分野に進出する意向はなく、奥の深いバラエティ雑貨を極めていく考えである。

株式会社ケー・エス・シー (郡山市)

■新ニーズの掘り起こし ■新商品の開発



《企業情報》

- 〒963-0101
福島県郡山市安積町日出山2-80
- 設立 昭和47年2月
- 資本金 2500万円
- 従業員 75名
- 事業内容 各種娯楽施設運営、不動産賃貸
- 代表者 佐川 次男

《問合せ先》

- TEL：024-943-5000
- FAX：024-943-6774
- メール：
ksc_watanabe@ace.ocn.ne.jp

スーパーフィッシングでいやし空間を創造

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

平成8年に自社で運営していたスケート事業から撤退。バッティングスタジアムを中心とした複合アミューズメントとして運営していた。しかし、この事業はあくまでメーカー主導であったため、自社ブランドによるサービス業が出来ないかと模索し、「スーパーフィッシング」(釣堀)に着目した。

平成12年にバッティングスタジアムやゲームなどの娯楽施設に「スーパーフィッシング」を併設し、アミューズメントとしての複合化を強化。同業他社にはない特色を打ち出すことで、集客力は高まっている。

この事業形態によってアミューズメントの位置づけが「スポット消費」＋「長期滞在型」に変化した。特に「スーパーフィッシング」は新たな「癒し」の空間を生み出し、本格的な釣堀スペースからミニ池、金魚すくいまでを用意したことで大人から子供までが楽しめる特色あるレジャー施設となっている。店舗は福島県内に8店舗、福島県外(関東地区)に3店舗と合計11店舗に増加。

工夫・苦心のポイント

新たなビジネスモデルとなった「スーパーフィッシング」は生き物を扱うため、魚を生かし維持することが最も重要なテーマであった。当初は経験不足から魚の病気など予期せぬ事態も多かったが、試行錯誤を繰り返しながらこれら諸問題を解決。新事業をスタートして6ヶ月ほどの時間を費やした。

今後の課題・戦略

生き物に対するノウハウを得たことで「フィッシング」「バッティング」「ゲーム」をベースに、今後は大都市圏をターゲットとした店舗展開を目指している。

一方で、店舗が増えることであらゆる管理項目も複雑化しており、ハードの強化とともにソフトの充実が必要である。

株式会社幸楽苑 (郡山市)

■高付加価値のサービス提供による生産性向上 ■人材育成



＜企業情報＞

- 千963-0725
福島県郡山市田村町金屋字川久保1-1
- 設立 昭和45年11月
- 資本金 26億6166万円
- 従業員 1026名
- 事業内容 らーめん店のチェーン展開を主力とする
外食事業
- 代表者 新井田 傳

＜問合せ先＞

- TEL : 024-943-3351
- FAX : 024-943-3726
- URL :
<http://www.kourakuen.co.jp/>
- メール :
ir@kourakuen.co.jp



290円でも利益がでるラーメンチェーン

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

今や国民食と言えるほどの食べ物となった『ラーメン』。『地域性』や『個性重視』が障壁となり、チェーン化は難しいと言われてきたラーメン店を「自社工場による製造直販システムの構築」と「多店舗展開の推進により低価格でも利益が出る仕組み」を実現させ、業界内におけるリーディングカンパニーの地位を築いている。

店舗拡大を支える人材確保・育成にも力を入れており、平成6年より定期採用を開始する一方で、パートタイマーからの正社員・店長登用も積極的に行ない、店舗オペレーション・サービスの向上に努めている。

『日本一の外食企業』を夢・ビジョンとし、その実現に向けて①マーチャндаイジングシステムの構築 ②ラーメン業界のマクドナルドとなる、を目標として掲げ、原材料の調達からお客様に商品を提供するまでの全工程・過程を自分達の手でコントロールすることで同業他社を圧倒する低価格と品質を実現した。また、人材の確保と教育が必要不可欠であり、トップが自ら採用と教育の最前線に立つことで多店舗展開を推進している。

工夫・苦心のポイント

商品の幅を広げずに「ラーメン」に特化し、チェーン展開の原理原則に則った取り組みを継続できたことが成功の要因。

ラーメン店というイメージが強く人材を確保することが難しい時期もあったが、創業者でもある現社長の夢に共感し、ビジョンを共有できる人材を数多く採用し、教育を継続できたことが多店舗展開を支え、急成長を可能とする要因となっている。

今後の課題・戦略

全国1000店舗体制の実現を長期的な目標としている。福島県、神奈川県、京都府に自社3工場を持ち、生産・供給体制に問題はないものの、拡大戦略の継続には人材の採用と育成が大きな課題。

人材確保に向け、店長を含む管理職の年収底上げや、優秀なパートナーからの正社員登用を積極的に進めるほか、教育システムとやりがいシステムの構築により、計画的な人材育成を進めていく。

株式会社郡山青木 (郡山市)

■新商品開発 ■サービスのモデル化・最適化



《企業情報》

- 〒963-8002
福島県郡山市駅前2-7-12
- 設立 平成2年3月
- 資本金 6000万円
- 従業員 140名
- 事業内容 高級フルーツ販売、フルーツジュース
スタンドの展開、フルーツタルト
「ル・ヴェルジェ」の展開
- 代表者 青木 信博

《問合せ先》

- TEL : 024-932-0258
- FAX : 024-932-0278
- URL :
<http://www.fruits-aoki.com/>
- メール :
koriyama-aoki@soleil.ocn.ne.jp



ジューススタンドで飛躍

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

生鮮食材が素材販売から調理済食品販売に変化していくトレンドの中で、フルーツの素材を生かした「生ジュース」と、フルーツをメインとするケーキ「フルーツタルト」を開発した。厳選した素材を使用していることに加え、バイオーダーシステムによる商品の鮮度維持により、新商品投入後すぐ市場に浸透してきている。

「生ジュース」を扱う「ジューススタンド」の店舗数は6年で11店舗、「フルーツタルト」を販売する「ル・ヴェルジェ」は4年で5店舗を展開。特に「フルーツタルト」は同業他社が真似のできないオンリーワン商品となっている。

フルーツの流通量減少原因は、ゆとりある時間が限られている現代の生活スタイルにあると考え、販売方法をフルーツの素材を最大限に生かせる「生ジュース」と「フルーツタルト」にした。これがすぐに市場で認知され、業績面にも好影響をもたらしている。



工夫・苦心のポイント

成功した要因はフルーツの良さを商品に対し最大限に生かした点。

苦労したことは、フルーツ素材を生かす商品開発力と、鮮度維持のため製造から販売まで気を抜けないことである。

今後の課題・戦略

10万人に対し1店舗のFC展開を目指している。この戦略を具現化する手法として、製造拠点を中核に周辺地区に販売店を形成する「プラネット・サテライトシステム」を検討している。また、戦略を成功させる条件として資金やFCの仕組みなどをどのようにクリアするかを検討課題としている。

鮫川運送株式会社 (西白河郡矢吹町)

■高付加価値のサービス提供による生産性向上 ■人材育成



《企業情報》

- 〒969-0206
福島県西白河郡矢吹町赤沢889
- 設立 昭和44年6月
- 資本金 4800万円
- 従業員 351名
- 事業内容 運送、倉庫、ガソリンスタンド経営
- 代表者 芳賀 一

《問合せ先》

- TEL : 0248-44-2171
- FAX : 0248-44-2144
- URL :
<http://www.samegawa.com/>
- メール : haga@samegawa.com



運送業から多様な倉庫を完備した総合物流業へ

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

昭和62年福島県矢吹町に物流機能を移転したのを機に、総合物流事業へ転換している。当時運送から保管、構内請負までを一貫して備えた物流業者は大手業者のみで、従来の経営では営業面に対抗する手段を持ち得なかったことがきっかけとなり、福島県内に本社を置く運送業者としては運送から保管、構内作業の請負までを手がける総合物流会社となった。東北6県に営業基盤を築き、普通倉庫から低温倉庫まで多様な自社倉庫を完備している。

また、物流機能の強化に加え、コスト意識を取り入れた社員教育にも力を注いでおり、顧客に対する高付加価値のサービスを提供できる経営体制を構築している。

物流倉庫を建設し、高い業績目標を掲げ本格的に稼動したことで、最大の特徴であるローコストオペレーションを前面に打ち出した営業が可能となり、順調な業績経過を辿っている。



工夫・苦心のポイント

「お客様」の要望を全て受け入れ、「お客様」とともに利益を享受することを経営方針に掲げ、あらゆる要望に対し決して逃げず、直面した問題を自社による創意工夫によって「お客様」が満足できる努力を続けている。

従来の運送のみではなく、各種倉庫の建設や構内作業までを一貫して網羅できる体制を構築できたことが、今日の総合物流の基盤となっている。

今後の課題・戦略

東北地区をメインとした営業基盤強化と配送センターを含む物流施設の充実により、今まで以上に「お客様」に対する高付加価値のサービスを提供し、売上目標の達成と事業を維持できる財務体質の強化を目指していく。

ジーワイタイヤ福島販売株式会社 (郡山市)

■新ニーズの掘り起こし ■その他



《企業情報》

- 〒963-0101
福島県郡山市安積町日出山1-115
- 設立 平成11年8月
- 資本金 1000万円
- 従業員 10名
- 事業内容 タイヤ販売
- 代表者 丸山 俊胤

《問合せ先》

- TEL : 024-942-2118
- FAX : 024-942-5608



競合しない商品で販路を拡大

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

日本グッドイヤー（株）の福島県販社として設立され、グットイヤータイヤの卸販売で営業基盤を拡大している。同メーカータイヤは世界的なシェアを誇っているが、福島県内でのシェアは低い状況にある。そこで他メーカーで扱っていない製品の販売に特化し、新ニーズを掘り起こすことでシェア拡大を図っている。

販売先はタイヤ小売店となるが、グットイヤー製品を扱っていない先が多くまだまだ販路拡大は可能であり、むしろビジネスチャンスとして捉えている。近年、ユーザーニーズは多様化しており、特に他社製品を扱う小売店に対しては他メーカーで扱っていない製品を積極的にアプローチしている。

福島県内のメーカー販社として着実に販路を拡大し徐々に取扱高を伸ばしているが、もともと同業他社のシェアが高かった地区であり、まだまだ新規開拓は可能である。メーカーの新商品投入やキャンペーンを有効利用し、ニーズの掘り起こしにより県内のシェア拡大を目指している。

工夫・苦心のポイント

新規開拓により着実に売上を伸ばしてきたが、特に当社メーカー品を一切取り扱っていない先への売り込みは大変困難であった。他社で扱っていない製品の売り込みで新たなニーズの掘り起こしと地道な営業活動により成果は徐々にできていく。

今後の課題・戦略

福島県内でのシェア向上を目指している。既存販売先に対しては当社製品の扱いを増加させることが最優先であり、次いで各タイヤ販売店における当社製品をトップ商品とすることが課題である。その対応策として、販売店に対する情報提供やエンドユーザーへのPR活動に取り組んでいく。

株式会社ジェイエイあぐりすかがわ岩瀬 (須賀川市)

■地域貢献 ■高付加価値のサービス提供による生産性向上 ■企業間連携



《企業情報》

- 千962-0053
福島県須賀川市卸町54
- 設立 平成15年2月
- 資本金 2000万円
- 従業員 51名
- 事業内容 農産物委託及び仕入販売、食料品仕入販売、農業機械修理及び販売等
- 代表者 嶋原 力

《問合せ先》

- TEL : 0248-63-8088
- FAX : 0248-63-8180



「地産地消」から「地消地産」へ

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

J Aより「農産物直売事業」、「農機具修理販売事業」、「食材宅配事業」の3事業を分社化し事業に取り組んでいる。

組合員の農業所得の向上と会社経営の安定化を目的に、地域消費者に対し食の安心、安全、新鮮を全面にPRし、徹底した指導体制と品質管理を実践している。従来の農産物直売所のイメージとは異なり売場面積は県内最大を誇り、売上金額でも東北トップクラスに成長している。

農産物のほかに地場産の大豆を使った豆腐や、ジェラートアイスクリームも有名で、次世代対策としてJ Aと連携を図り「あぐりスクール」を開校するなど、食農教育にも力を注いでいる。従来の「地産地消」でなく、地域で消費するものは地域で生産すると言う「地消地産」をテーマに取り組んでいる。

J Aの事業改革の一端として、経済事業の収支改善と組合員の農業所得の向上のため設置された事業であり、開店以来順調に業績を伸ばしている。

工夫・苦心のポイント

事業を開始する前に簡易プレハブ（40坪）を設置し直売所の運営を1年間行い、地域の消費者にPRを行なった。生産者に対する栽培指導が目に見えて売上の伸びにつながり、生産者のモチベーションが高まったことも成功の要因。

また、徹底した品質管理によりクレームを根絶。消費者の信頼を得たことや、食育指導や季節に合わせた各種イベントの実施が順調な業績の伸びにつながっている。

今後の課題・戦略

現在の生産者は高齢者が多く、今後の生産体制が従来通りに維持できるかが課題となる。対策としては組合員外も含めて直売所の生産者に組み入れ、生産組織の活性化を図る必要があり、また、生産から販売まで行える新たな展開も可能と考えている。

株式会社システムフオワード (いわき市)

■高付加価値のサービス提供による生産性向上 ■サービスのモデル化・最適化



《企業情報》

- 〒970-8034
福島県いわき市平上荒川堀ノ内20-1 箱崎ビル2F
- 設立 平成14年5月
- 資本金 3000万円
- 従業員 12名
- 事業内容 インターネットビジネスソリューション事業
- 代表者 大内 一也

《問合せ先》

- TEL：0246-37-4551
- FAX：0246-37-4552
- URL：
<http://www.sysforward.co.jp>
- メール：info@sysforward.co.jp



ECサイトの運営等で下請けを脱出

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

年間35000杯の活きカニを販売する「大徳丸カニ通販ドットコム」やご当地の生産者から直接お取り寄せする「ご当地ドットコム」等のEC（電子商取引）サイトを運営している。

「既存のビジネスをインターネットで付加価値をつけたビジネスモデルに変えていく」をテーマに、集客戦略・WEBサイト制作など、インターネットビジネスソリューション事業に取り組んでいる。自ら実践してノウハウや経験を習得することで、現場や消費者の目線に立ったサービスが提供でき、他社にも優位性を備えている。

システム開発会社としてスタートしたが、インターネットビジネスの進展とともに商品企画や事業企画までも含めたソリューション事業に力を注ぐようになり、これにより下請の立場から、対等なパートナーとしてクライアントの事業を支援するビジネスモデルに変化している。また、労働集約型から高付加価値型のビジネスにシフトしたことにより業績アップにもつながっている。

工夫・苦心のポイント

自らECサイトを立ち上げインターネット通販での成功事例を持っている点は強味となっている。

また、代表者の実家は福島県で唯一に籠漁を営む網元であり、自分で商売のできる商材にも恵まれていたといえる。一方、自社で物販を行うにはリスクもあり、その資金負担が最も苦勞した部分である。

今後の課題・戦略

インターネットビジネスソリューション事業をきっかけに、最終的に人材育成のコンサルティングまで入っていけるかどうかが課題となっている。

今後は新入社員向けにビジネス基礎技能や論理的な思考力を習得させるためのSE化、高齢者のビジネスノウハウを次世代に継承させるための人材活用を考えている。

世のため、人のためになるサービスを事業として成立させるために、利益の出る仕組みを考えていきたい。

常光サービス株式会社 (いわき市)

■企業イメージアップ ■新ニーズの掘り起こし ■その他



《企業情報》

- 〒971-8161
福島県いわき市小名浜諏訪町11-1
- 設立 昭和52年3月
- 資本金 1000万円
- 従業員 154名
- 事業内容 ビルメンテナンス、一般・産業廃棄物処理、環境保全全般
- 代表者 野崎 裕康

《問合せ先》

- TEL : 0246-92-0555
- FAX : 0246-92-0554
- URL :
<http://www.joko-service.jp/>
- メール : hp-info@joko-service.jp

ビルメンテナンス、警備保障業から進化

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

ビルメンテナンス事業を通じて各事業所や一般家庭で排出されるごみ処理の重要性を感じたことに加え、世界規模で高まる環境問題への取り組みといった内外の情勢を踏まえて、自社による廃棄物処理事業への進出に踏み切った。

ISO9001・14001の認証取得や常光エコプラント設置による廃棄物処分とリサイクル再生事業への進出により、ビルメンテナンス・警備保障業から総合環境衛生保全事業会社に進化している。これを地元新聞などでPRするとともに社内一丸となって企業イメージアップに注力し、新しいニーズの発掘に取り組んでいる。

エコプラントを自社で所有することにより一般廃棄物及び産業廃棄物処理とリサイクル再生品製造が可能となり、その結果、公共機関や一般企業・事業所からの引き合い増加につながっている。

処理過程でリサイクル再生品も生産することで「物」の大切さを改めて認識させられ、社員一人ひとりの取り組む意識が高まり業績向上に結びついている。

工夫・苦心のポイント

この事業は誰も見ていない現場での就労だけに「成果」だけが問われることを重視し、「信用」を勝ちとるために人の嫌がることにも積極的に取り組むことで結果を出すよう心がけてきた。

しかし、社員一人ひとりに浸透させるには日時を要することが多く、事業規模拡大に伴う人材育成には苦勞している。

今後の課題・戦略

現場での社員一人ひとりの取組みが会社の成果につながる。その人材をいかにして育成するかが当面の課題であり、技術や技能向上のための研修研鑽だけでなく、全社員の意識レベルアップを図れるような人材育成を図っていきたい。

株式会社中央サービス (郡山市)

■人材育成 ■新ニーズの掘り起こし



《企業情報》

- 千963-8852
福島県郡山市台新2-26-15
- 設立 昭和56年4月
- 資本金 1億7100万円
- 従業員 860名
- 事業内容 労働者派遣、業務請負、有料職業紹介、
運転代行、運送
- 代表者 三浦 香

《問合せ先》

- TEL : 024-922-4411
- FAX : 024-925-9700
- メール : kanri@chuo-u-sv.com



お客様の代わりになって仕事を

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

「お客様の代わりになって仕事を行っていく」をビジネスコンセプトに、運転代行業として創業以来、建設機械のレンタル輸送、車検代行など、時代の流れを捉えながら多彩な分野に事業を展開している。軸となりえる複数の事業を持つことで強い会社へと成長している。

「人材派遣」「業務請負」「運転代行」を事業の柱としており、事業拡大に伴い人材育成が重要なポイントとなったが、特に幹部社員が成長したことで、多角的なサービス事業に取り組むことができている。また、急速に拡大するアウトソーシング市場に着目し、平成14年にはアウトソーシング事業にも参入している。

「企業は人なり」の理念のもと、「付加価値の追求」「地域密着の強化」を戦略の柱としている。規模を追わない高付加価値型のビジネスを追求するとともに、各営業拠点においては現地の人材を採用・教育して幹部社員を育成するなど、地域に密着した営業展開に力を注いでいる。

工夫・苦心のポイント

現地採用者の人材育成にこだわったことで地域に根差した営業と良質なスタッフの育成が可能となり、クライアントからの信頼を早期に得ることができている。

しかし、当初は「目先の売上げを追わない高付加価値の追求」、「あらゆるサービス業にチャレンジする多角化経営」などの経営スタンスの浸透に時間が掛かり、馴染めない社員との摩擦から業務の停滞をまねくこともあった。

今後の課題・戦略

新たに柱となる事業の立ち上げを計画している。戦略としては、①「高付加価値型ビジネスを追求する」経営スタンスは変えずにM&Aに積極的に取り組む。②当社の理念を具現化できる経営幹部の育成に注力することで、人材育成スピードを向上させる。

東北クリーン運輸株式会社 (郡山市)

■人材育成 ■高付加価値のサービス提供による生産性向上 ■その他



《企業情報》

- 〒963-0105
福島県郡山市安積町長久保1-13-5
- 設立 昭和59年9月
- 資本金 3000万円
- 従業員 145名
- 事業内容 運送業、産業廃棄物収集運搬、倉庫業
- 代表者 杉原 眞次

《問合せ先》

- TEL : 024-945-6611
- FAX : 024-945-9246
- URL :
<http://www.touhokuclunyu.com/>
- メール : info@touhokuclunyu.com

企業力は人材力

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

物流と環境のリーディングカンパニーを目指し、物流事業部のほか環境事業部を立ち上げ、一般廃棄物・産業廃棄物収集運搬業も手掛けている。さらに顧客の要望に応えるため、倉庫保管や解体工事、特定労働者派遣事業など付加価値の高いサービスを提供できる体制づくりにも取り組んでいる。

企業の存続には人材育成が欠かせないと考え、定期的に研修会を開き、安全面はもとより営業面・サービス面など全般に亘って研修を行っている。競争が激化するなかで他社にはないきめ細かなサービスを提供すべく、社員一丸となって取り組んできた。単なる荷の運送だけでなく、顧客の要望を引き出すための提案ができる人材を育成することこそ企業の成長には欠かせない。

地元同業者間の競争激化から受注単価は低下傾向にあるが、社員の質を高めるための人材育成を継続し、社員による提案型営業の結果、運輸業のほかにも関連する事業展開が可能となり、顧客数・受注数ともに増加。「企業力は人材力」を合い言葉に社員教育を徹底し、売上貢献と収益改善に結び付けている。

工夫・苦心のポイント

かつて地元同業者の車輛、人員ともども営業権を譲り受けた経緯がある。既存従業員と新たに加わった従業員の統率などには苦労したが、社員教育を徹底し、粘り強く継続したことから社員の格差は解消され一枚岩となった体制が構築できた。

今後の課題・戦略

今後ますます同業者間の競争は激化すると思われる。単なる価格競争だけでは大手業者には太刀打ちできないことから、ドライバー、営業社員の質を高め顧客満足度を向上させるとともに営業先ごとに最適な提案を行っていく。

株式会社東北ペガサス (郡山市)

■企業間連携 ■企業イメージアップ ■人材育成



《企業情報》

- 〒963-0211
福島県郡山市片平町字中村川向18-1
- 設立 平成元年10月
- 資本金 3000万円
- 従業員 26名
- 事業内容 建設機械賃貸、仮設資材賃貸、レンタカー、一般貨物
- 代表者 渡辺 洋

《問合せ先》

- TEL : 024-966-3059
- FAX : 024-951-7696
- URL :
<http://www.toupega.co.jp>
- メール :
p-watanabe@toupega.co.jp



建設現場の安全を徹底追求

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

アルミ可搬式作業台等の賃貸業。「安全な製品を現場へ」を企業イメージとして掲げ、メーカーと連携して仮設工業会の認定工場の資格を取得するなど、独自の整備作業の確立で安全に対する信頼を勝ちとっている。

人材育成に関しても「安全」を第一に考え、建設現場における安全と効率性の追求をコンセプトに指導教育を徹底している。企業イメージを統一することでイメージの定着化を図っており、その効果により取引先からは安全性について高い評価を得ている。

現場からの労災ゼロの声に応えるため、経年資材の安全性と品質確保を追求し、メーカーとの連携により製品の性能向上と整備技術の向上に努めている。各企業から当社の安全に対する姿勢に共感と信頼を得て、業績も順調に推移している。



工夫・苦心のポイント

当初はアルミ可搬式作業台の認知度も低く営業活動には苦勞したが、人材育成に努めることで整備技術の向上と安全品質の高い製品を提供することができるようになり、そこに営業マンの熱意も加わり、イメージアップにつながっている。

今後の課題・戦略

ハード面のみならず、ソフト面も強化することで、企業の信頼を得ている。また、今後は質の高いサービスを心掛け、付加価値の高い事業展開に取り組んでいく。

特に資質の高い人材確保と育成に努め、幅広い顧客ニーズに応えられる体制を目指していく。

遠野興産株式会社 (いわき市)

■新商品開発 ■地域貢献 ■その他



《企業情報》

- 〒972-0163
福島県いわき市遠野町根岸字石田44-3
- 設立 昭和52年2月
- 資本金 1000万円
- 従業員 100名
- 事業内容 木材チップ・木質ペレット製造販売、
森林伐採業
- 代表者 中野 光

《問合せ先》

- TEL：0246-89-2172
- FAX：0246-89-3316
- URL：
<http://www.toono.co.jp>
- メール：tohno-ttc@nifty.com



木質ペレットでエコ対策

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

当社が製造しているペレットは木質ペレットであり、バージンウッドを使用していることが特徴となっている。合板や古材等は一切使用しておらず、燃料灰についても肥料登録を行い草木灰として販売できるほど安心して使用いただける製品である。発熱量も4900/kcalと他のペレットに比べ水準が高い。

木質ペレットに取り組んだきっかけは、いわき地区においてもバイオマス利用施設が増加し、今後も需要拡大が見込めたこと。特に木質ペレットを燃料とするボイラー、ストーブが導入され、高品質の木質ペレットの安価で安定的な供給体制の確立が必要とされてきたことが背景となっている。

当社のペレット製造設備は、環境省による補助事業「環境と経済の好循環のまちモデル事業」により建設されたもので、いわき市内の森林から出た素材、特に曲がり材や傷のある木材も使用できることから、いわき市の森林整備の促進、林業の活性化にも貢献している。

また、二酸化炭素の排出量の削減にも貢献している。

工夫・苦心のポイント

苦労した点は原材料の確保であり、特に乾燥した原材料の入手が困難となってきた。

また、林地残材収集・運搬方法として、スカイ・ウッド・シュート（布製の空中スベリ台）による小径木や曲がり材等の収集実験（6地点）を実施しており、低コストで一定の生産性がある簡易集材方法として期待されている。

今後の課題・戦略

将来の需要増に向けた設備増強が必要となってきた。特に原材料の安定確保のためには一次乾燥が必要になってくると見られ、これらの設備強化が課題となっている。

また、ペレット燃料の利用拡大に取り組み、年間500トンの生産体制を目指している。

株式会社パステル (郡山市)

■人材育成 ■新ニーズの掘り起こし ■IT導入・活用



《企業情報》

- 〒963-8034
福島県郡山市島1-28-5
- 設立 平成14年2月
- 資本金 2000万円
- 従業員 216名
- 事業内容 文房具、書籍、学習教材、日用雑貨品の販売
- 代表者 鈴木 和彦

《問合せ先》

- TEL : 024-990-1234
- FAX : 024-990-0880
- URL :
<http://www.tsuruwa.co.jp>
- メール : tsuruwa1234@gol.com



人材育成で事業のシステム化が進む

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

ファンシー文具・雑貨の総合卸売業者としてスタートしたが、平成14年2月に小売業に進出し、以降はバラエティショップを展開している。店舗はM&Aや新規出店を繰り返し、北海道から大阪までグループ全体で54店舗を運営するまでに成長している。ワンランク上のサービス、品揃え、店づくりに取り組み、さらにはスタッフ教育を徹底して誰もが満足・納得できる店舗を目指している。

平成16年3月には全店にPOS管理システムを導入し、以後新規出店やM&Aにて店舗網の拡大を進めてきた。この背景にはPOS管理システムによる売れ筋情報の活用が大きく影響している。

業務拡大に伴い人材のレベルを均一にする必要にも迫られており、年に3回以上の店長研修を実施している。また、POS管理システムは新ニーズを掴むための大きな武器であり店舗の開設や売れ筋商品の取り込みに寄与している。

工夫・苦心のポイント

店舗展開に伴い設備投資が先行したことから、人材育成については費用負担もあり後手に回ってしまった。また、立ち上げ時期は資金調達面で苦勞したが、店舗展開と人材育成、POSシステム導入がうまく噛み合い、業績は投資以上の効果をあげることができた。

今後の課題・戦略

ドミナント戦略を進めると大手量販店が同地区に進出した場合、各店舗に対する影響が大きくなる。このため広範囲に店舗展開を行い、各店舗の業績を見据えながらスクラップアンドビルドを進めることによって、1店舗毎の収益性を上げていく。

株式会社ブィシージー (郡山市)

■サービスのモデル化・最適化 ■人材育成



《企業情報》

- 〒963-8803
福島県郡山市横塚2-22-29
- 設立 昭和49年12月
- 資本金 2億1000万円
- 従業員 40名
- 事業内容 食品、雑貨卸売
- 代表者 小堀 征夫

《問合せ先》

- TEL : 024-944-9036
- FAX : 024-943-1416
- URL :
<http://www.vcg.co.jp/>
- メール : info@vcg.co.jp



新しいスタイルのスーパーマーケット

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

福島県内トップ規模のボランティアチェーンとしてコンビニエンスストア以上、大型スーパー未満の規模の店舗を展開している。スーパーマーケットの新しい店舗スタイルを常に研究・模索しており、第一段階は系列直営店として展開し、今後は第二段階としてFC店舗でオープンする計画を持つなど、新たなサービスのモデル化・最適化に取り組んでいる。

この様な中、中堅幹部クラスの人材育成が重要な課題となっており、定期的な研修制度を導入している。特に新業態の店舗新設に際してはトラブルなく円滑に運営できることが優先されるため、包括的な社員教育に取り組んでいる。

業界を取り巻く環境は厳しく競争は一段と激しくなっているが、より安く、より安全な食品の提供が求められており、こうした顧客ニーズを素早く取り込めるかが重要である。



工夫・苦心のポイント

新しい店舗スタイルの開発のため徹底した市場調査、文献調査を行った。また、既存店舗での顧客動向を把握するなど、今後オープンする店舗については綿密に準備・調査を行い進めている。

今後の課題・戦略

新スタイルが成功すれば既存店舗も同じスタイルに転換していくが、それに合わせた人材育成も求められる。また、全体の売上アップを図るため、ボランティアチェーン本部として加盟店に対して売りやすい環境を作り、組織力の強化にも取り組んでいく。

株式会社マルト丸光 (いわき市)

■人材育成 ■地域貢献



《企業情報》

- 〒974-8232
福島県いわき市錦町重殿25
- 設立 昭和38年7月
- 資本金 2500万円
- 従業員 95名
- 事業内容 スーパーマーケット
- 代表者 安島 浩

《問合せ先》

- TEL : 0246-65-5115
- FAX : 0246-65-6610

独自の資格制度で人材育成

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

地元産の野菜・鮮魚を中心とした地産地消で鮮度の良さが自慢。新加工センターを建設し、安心・安全な商品供給に努めている。

人口1万人1店舗のドミナント店舗展開を図り、今後も出店を続けて地元とともに歩いていく方針を掲げている。市内でのドミナント出店方式で成功したことを足がかりに、茨城県北部地区へも店舗展開を拡大したことによって、増収増益となった。引き続き店舗展開を進める予定。

平成17年から第一線に立つ社員育成に向け、独自の技能資格制度を導入。鮮魚・肉・惣菜・寿司・加工などの技術・技能向上のため1級から3級までを設定し、年2回のテスト制度を設けた。これまで既に300名が受験している。技能資格制度効果によるトレーニングで人材レベルが高まり、サービス向上にもつながっている。

工夫・苦心のポイント

地産地消の基本姿勢を貫き生鮮品の基準を維持し続けてきたことが、鮮度の良さという認知度を広めることにつながっている。

反面、出店スピードの速さに人材の育成が追いつかず苦労した。これを教訓に平成17年から社内に独自の技能資格制度を導入したことがよい結果を招いている。

今後の課題・戦略

新店舗はもちろんのこと、既存店舗に於いても販売力を強化することが当面する課題である。そのために店舗所在地での地産地消を持続し、いかに仕入先を開拓するかが重要であり、また、人材育成についても最重要課題となっている。

株式会社ヨークベニマル (郡山市)

■新商品開発



《企業情報》

- 〒963-8024
福島県郡山市朝日2-18-2
- 設立 昭和22年6月
- 資本金 99億2700万円
- 従業員 1万2140名
- 事業内容 スーパーマーケット
- 代表者 大高 善興

《問合せ先》

- TEL : 024-924-3305
- FAX : 024-933-2250
- URL :
<http://www.yorkbeni.co.jp/>
- メール :
ikeda-sayaka@yb.7andi.co.jp



PB商品の開発で差別化

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

(株)セブン&アイ・ホールディングスのグループ各社のインフラ、ノウハウ、スケールメリット等を結集し、独自開発商品であるオリジナルブランド「セブンプレミアム」を平成19年5月から発売。当社の大高社長が開発リーダーとなり取り組んでいる。

初年度の品目、売上は当初の予想を上回り380品目、800億円の売上高を計上。2年目以降もアイテム数を増やし、大幅な売上増加を見込んでいる。

今後もセブン&アイ・ホールディングスの「グループシナジー、スケールメリットの追求による商品開発」を目指していく。これまでは原料調達から商品開発、品質管理までの一貫した体制のもと、「安全・安心」「おいしさ」など、徹底したこだわりが商品の完成につながっている。

工夫・苦心のポイント

成功したポイントは、グループ会社の垣根を越えた組織づくり、仕組みづくりができたこと、技術やノウハウなどの情報交換ができたこと、さらにグループ各社のバイヤーがPB商品の開発に携わってきたことなどが挙げられる。また、国内トップメーカーなどからは、原料を調達するばかりでなく、製造の専門家を招くことによって、より質の高い安全・安心な商品開発に結び付いている。

今後の課題・戦略

- (1) 常にお客様目線での商品開発、改良を目指し、発売した商品についても、都度、味や量目、値頃感などを検証し改善し続けていく。
- (2) お客様にリピーターになって頂けるよう、購買頻度や消耗品度の高いスーパーマーケットの商品を中心に「価値ある商品の開発」を目指していく。

株式会社菱進 (郡山市)

■新ニーズの掘り起こし ■地域貢献



《企業情報》

- 〒963-0725
福島県郡山市田村町金屋字新家96
- 設立 昭和61年4月
- 資本金 3500万円
- 従業員 12名
- 事業内容 化学工業薬品・油脂類卸販売 金属
(レアメタル)リサイクル 表面処理
(メッキ) 環境関連事業
- 代表者 菅田 英吾

《問合せ先》

- TEL : 024-943-0636
- FAX : 024-943-0438
- URL :
<http://www.kk-ryoshin.co.jp>
- メール : izumi@kk-ryoshin.co.jp



ユーザー等との情報共有による新ニーズの開拓

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

化学工業薬品・油脂類の流通業（商社）。商品の流通のみではなく情報・提案の流通業者でありたいと考えている。

また、資源の少ない我が国において、今後のモノづくりの発展の一翼をいかに担えるかを念頭に、日々営業活動に取り組んでいる。

メーカーとユーザーとは商品売買のみの関係ではなくお互いの技術・情報を共有することによって、新たなニーズを開拓することを目指している。また、ユーザーからの指摘や疑問を、ユーザーと一緒に考え、他社からのアドバイスや他業界からの情報を基にシステムを作り出し、そのユーザーにあった最善のシステムを構築・提供している。地域に密着した営業活動を推進し、既成概念にとらわれない、常に疑問を持った人材を育成し、地域に貢献の出来る企業へと成長していきたい。

工夫・苦心のポイント

まずは「やってみる事」。苦労はどの場合もあるが、行動を起こしているうちは苦労は感じないのではないか？苦労を苦労と感じてしまえばその事業は終わりを迎えると考えている。

今後の課題・戦略

現在までの事業の継続を基本とし、新規事業として高額な製造機器類の部品のリサイクルをユーザーに提案して新しいニーズの掘り起こしに努めていく。

株式会社ル・プロジェ (郡山市)

■人材育成 ■高付加価値のサービス提供による生産性向上



《企業情報》

- 〒963-8032
福島県郡山市下亀田17-7
- 設立 平成4年8月
- 資本金 2300万円
- 従業員 180名
- 事業内容 総合広告会社
- 代表者 山田 洋一郎

《問合せ先》

- TEL : 024-935-0789
- FAX : 024-935-0760
- URL :
<http://www.leprojet.co.jp>
- メール :
hirokazukageyama@leprojet.co.jp



東北一の総合広告会社を目指して

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

広告の企画立案からデザイン制作、オンデマンド印刷とトータルな社内制作体制をとる総合広告会社。

依頼主からの高いレベルの要望に対しても常にタイムリーに応えることができ、首都圏などは異なる地方の広告環境に適した情報サービスの提供を可能としている。

この体制を築くために社内の人材育成は不可欠で人員を増やしつつ営業目標を達成し、他社との差別化を図ることで成長してきた。また、営業所の開設により東北、関東にもネットワークを拡大し、「東北一の総合広告会社」を目指している。

平成4年の設立と後発のため、受注が難しく、そのために、必要な人材を内部に取り込む体制を構築する必要があった。現在、80名の制作スタッフを揃えている。これにより、コスト面やスケジュール面でも融通を利かせて企画提案できる環境を実現した。また、オンデマンド事業のための設備投資も行い、広告会社、印刷業界では珍しいプリントショップの運営にも着手している。こうした要素が当社の営業上の強みであり、会社の特色の一つとなっている。

工夫・苦心のポイント

広告・印刷の仕事は突発的に発生することがあり、いつでも対応できる体制を社内に構築している。特に地方の広告・印刷業界は厳しい環境にあり、そうした中でも常に工夫をして時代の変化にいかに対応していくか。それらの実践において苦労した点はあったが、結果的に一つずつ克服できたことで、ノウハウの蓄積につながっている。

今後の課題・戦略

一貫した制作体制がこなせるようになり、今後はそのレベルアップが課題。また、紙媒体では、今後大きな伸びは期待できず、時代の流れに沿った展開をしていくことが必要となる。今後はウェブに関する業務について人材を確保し、デザインだけでなくシステムの分野から仕事として取り組んでいく。印刷会社や広告会社とのM&Aも視野に入れ、事業の基盤を強化しつつ、東北での業界トップを目指していく。

株式会社渡辺測量事務所 (福島市)

■知財活用 ■地域貢献 ■企業のイメージアップ ■その他



《企業情報》

- 〒960-8251
福島市北沢又字門前 8-16
- 設立 昭和51年 4月
- 資本金 1000万円
- 従業員 16名
- 事業内容 測量全般・土木設計・補償コンサルタント・宅地建物取引業務
- 代表者 渡辺 裕之

《問合せ先》

- TEL：024-555-3355
- FAX：024-557-1425
- URL：
<http://www.watanabe-office.jp/>
- メール：wah@watanabe-office.jp

渡辺裕之事務所（併設）
行政書士業務 / 土地家屋調査士業務
/ 許認可手続



知財の活用で企業イメージアップ

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

測量全般・土木設計や補償コンサルタントが主たる業務。スピーディに変化する社会構造に対応するため社内知財会議を開き、実用新案、意匠登録、特許取得に取り組んでいる。

その中から実用新案登録4件、意匠登録1件、特許1件（出願中）を取得している。特にレンズ及び縮尺スケール付名刺は好評で、営業活動に一役買っている。

また、地域貢献を目的に開設した「だいこん村」は、子供達の取り巻く環境の変化による弊害から脱却できるよう、農業、木工工作、新エネルギー等の体験を親と子が一緒になって創造し、汗を流せる場所を提供することにより社会教育の一翼を担っている。



工夫・苦心のポイント

レンズ及び縮尺スケール付名刺は新聞、テレビでも報道され企業のイメージアップに大きな効果を生み出している。「新エネルギー」「だいこん村」の建設については、企業及び個人から多くの支援をいただき順調に進んでいる。

今後の課題・戦略

地域貢献、知財活用はダイレクトに企業の業績に反映されるものではない。企業の知名度、イメージアップを如何に事業の拡大に結び付けるかが今後の課題である。

また、新エネルギー、だいこん村の事業を行うための指導者の確保、ボランティア募集、地域・行政・教育関係へのPRも課題となっている。

株式会社アークベル (新潟市)

■高付加価値のサービス提供による生産性向上 ■地域貢献 ■人材育成



《企業情報》

- 千950-0912
新潟県新潟市中央区南笹口2-7-20
- 設立 昭和33年6月
- 資本金 2億7000万円(グループ連結)
- 従業員 1134名(グループ連結)
- 事業内容 県内に結婚式場11会場、貸衣装店19店舗、葬祭式場51会場の運営を軸に、各種セレモニーの企画、開発提案、施行(サービスの提供)、関連する物品(旅行・料理等)の企画。製造、販売
- 代表者 北村 芳明

《問合せ先》

- TEL : 025-247-6111
- FAX : 025-247-1234
- URL :
<http://www.arkbell.net>
- メール : jinji@arkbell.net



お客さまとのあたたかいお付き合い

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

冠婚葬祭業を「感動美仕事(ビジネス)」と捉えている。お客様から「ありがとう」と言われ感謝される数少ない業種といえる。そのため当社ではC I (Customer Intimacy ~お客様とのあたたかいお付き合い~)を大切なキーワードと考え、お客様との末永い関係作りを目指している。

平成11年に日本で初めて冠婚・葬祭の両部門同時にISO9001の認証を取得。また、グループ企業には旅行業、患者移送業、保険代理店業、食品製造業等があり、お客様の人生の様々な節目に対応することが可能であり、大きな強味となっている。

冠婚葬祭に対する人々のニーズは、より個人的なものへと変化し、より自分に合ったものを選ぶ時代になっている。選別の目はより厳しく、商品・サービスにおいて良いもの・悪いものがより明確となってきている。様々な場面でのイノベーションという観念が必要であり、商品・サービスに対する一層の品質向上へ着眼していくことが肝要と考える。結婚式ではハウスウェディングへいち早く参入し、細部にわたって顧客ニーズに配慮。葬儀でも故人の人格が偲ばれ、故人の遺志を尊重したスタイルへと対応している。

工夫・苦心のポイント

社員教育の一環として資格取得をバックアップしており、厚生労働省認定の技能審査に合格した葬祭ディレクターや国家資格のレストランサービス技能士、その他色彩コーディネーター等の一級取得者をはじめとする有資格者はグループ全体で350名を超える。会社が強制的に取得させているわけではなく、社員が自主的に受検しており、自分を高めたいという想いと同時に、お客様に質の高いサービスを提供したいという気持ちが、社員ひとり一人に根付いている。

今後の課題・戦略

徹底した顧客アンケートを実施しており、結婚式で20%、葬儀では40%という高い回収率を誇っている。その中でも社員へのお褒めの言葉については、社内メールマガジンを配信して全社員で共有、更なるレベルアップに努めている。また、お客様からの苦情・不満については、その都度即座に対応し、部署毎にミーティングをもって継続的な業務改善に努めている。

アーネスト株式会社 (三条市)

■新商品開発



《企業情報》

- 〒959-1155
新潟県三条市福島新田丁858
- 設立 昭和56年5月
- 資本金 6000万円
- 従業員 54名
- 事業内容 調理用品・整理収納用品等販売
- 代表者 鈴木 邦夫

《問合せ先》

- TEL：0256-41-1010
- FAX：0256-41-1000
- URL：
<http://www.ar-nest.co.jp/>
- メール：n-kurotori@ar-nest.co.jp



キャラ弁グッズで急成長

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

かわいいキャラクター弁当をより簡単に作れる調理道具を開発したことが業績拡大に結びついている。平成17年頃はまだ「キャラ弁」といわれるものを作っている人は少なかったが、ネット検索してみるとかなりのニーズがあることが分かった。

クマやウサギなどの輪郭の型はあったが、顔の細かい部分ははさみなどを使い手間を掛けて海苔を切っているというのが実情であった。そこで顔の形を簡単に抜くことができること、食品用であること、洗えること、抜かれた海苔も無駄なく使用できることをコンセプトに開発を推進した。いち早く商品化し、その新規性と、その後のバリエーション展開により市場に受け入れられる結果となった。

順調に販売数を伸ばしており、弁当グッズを一つの軸としていろいろな種類の関連商品を立ち上げた。海苔抜きパンチで先行したこととアイテム数の多さにより「キャラ弁グッズはアーネスト」といった認知度が高まり、「1点が採用された」から「カテゴリーまるごと採用」に変化してきている。

工夫・苦心のポイント

細かな顔などをカットするためのシャープな切れ味で、食品衛生法にも対応した材質にすることが成功した要因であり、苦勞した点でもある。また、かわいらしく受け入れられやすい顔のデザインで、いろいろなキャラクターへの応用の利くデザインを追求してきた。

今後の課題・戦略

小さいと思っていたニーズでも実はかなりの市場があることを経験した。引き続き新たなニーズをいち早く探し出し、素早く対応していきたい。

「こんなものがあったら便利だな」を造形し、社会の人々の生活の中に「アーネスト」の道具を通じて、便利さと、夢と喜びを提供していきたい。

株式会社NS・コンピュータサービス (長岡市)

■新商品開発 ■新ニーズの掘り起こし ■人材育成



《企業情報》

- 〒940-0045
新潟県長岡市金房3-3-2
- 設立 昭和60年4月
- 資本金 3億2300万円
- 従業員 479名
- 事業内容 S Iソリューション、アウトソーシング、
エンベデッドシステム、IT商品販売
- 代表者 矢久保 徳夫

《問合せ先》

- TEL : 0258-37-1320
- FAX : 0258-37-0488
- URL :
<http://nscs.jp>
- メール : wakamorik@nscs.jp



幅広い情報システムを提供

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

当社は日本精機（株）（輸送機器・東証2部上場）の電算部門を分社化して設立された。長年培った国内・海外グループ企業の情報システム構築・運用の知識と技術を活かし、業務系・エンジニアリング系・エンベデッド系など幅広い分野の情報システムを提供している。

特に①グローバル化を意識したERP（企業資源計画）ソリューション、②IDC（インターネットデータセンター）ビジネス、③車載表示機器由来のソフトウェア開発力を基盤としたエンベデッド開発ソリューションについては、高い評価を得ている。

親会社の海外拠点システム構築を手掛ける中で自然とグローバル化を意識し、中でもERPソリューションと海外拠点システム構築に多くの実績がある。いち早く地域のIDCビジネスに取組み、中越地震でも全く問題のなかった免震構造のデータセンターを保有し地域社会のBCM（事業継続マネジメント）に貢献している。高信頼性を求められる車載向けのエンベデッド開発ソリューションを通じ培った技術力と、その信頼性は家電等の他分野へ応用が広がっている。

工夫・苦心のポイント

平成16年10月の中越地震では免震構造のデータセンターが竣工していたことで、いち早く事業を再開することができた。これまでは、さまざまな課題の解決を図り、かつソリューション提供力（品質・コスト・納期・技術・サービス）を絶えず向上させることで、時代のニーズに応えることができています。

今後の課題・戦略

リーマンブラザーズ破綻による株安と円高は、取引先の投資意欲にも影響を与え始めてる。また、海外でのソフトウェア開発の増大も脅威となりつつある。この厳しい状況に負けない企業体質を構築する為、より一層の人材育成と得意分野に資源を集中していく。お客様の“First Call Company”として絶大の信頼を勝ち取るよう積極的な営業展開を実施していくことが課題である。

株式会社エヌ・エム・アイ (長岡市)

■サービスのモデル化・最適化 ■人材育成



《企業情報》

- 〒940-2015
新潟県長岡市緑町1-38-283
- 設立 平成3年7月
- 資本金 1000万円
- 従業員 150名
- 事業内容 調剤薬局他の経営
- 代表者 岡本 恒夫

《問合せ先》

- TEL : 0258-28-2538
- FAX : 0258-28-4138
- URL :
<http://www.nmi-net.com/>
- メール : sejimo@nmi-net.com

複数の医院が集まるメディカルゾーンを構築

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

患者にとって最適なサービスを提供できるのが「メディカルゾーン」事業。そのために徹底したエリアマーケティング（計画地における交通量、人の動線、診療動向など）を実施した。1ヶ所で複数の診療を行うことで患者の移動や時間の制約を省き、処方箋もひとつの薬局で管理して重複投与や薬の飲み合わせの相互作用を解消した。

また、ゾーン内のレイアウトも安らぎのある空間を提供することによって、患者同士の新たなコミュニケーションが生まれている。開業するドクターにとっても駐車スペースが共同で保有でき初期投資が軽減される。患者の利便性が高まるにつれ相互効果が得られるなど、安定した経営基盤構築につながった。

医療現場の変化をいち早く読み取り、患者のメリットを優先した発想から「メディカルゾーン」事業を現在25店舗で展開、そのうち22店舗が新規開業ドクターが共存するエリアである。新興住宅地の中で多様な医療サービスを提供することで地域の魅力がアップし、遠方から患者も多く訪れており、1日当たりの処方箋受付枚数も増えている。

工夫・苦心のポイント

「医療の原点はやさしさ」をモットーに薬剤師をはじめとする社員教育（新人研修、中間管理者研修、全薬剤師研修）を充実させ、役員及び幹部社員へと育成している。患者から選ばれる調剤薬局（ひとりひとりのいつもの薬局）を目指すために培ったノウハウを、グループ内で共有化して全薬局のレベルアップを図っている。

今後の課題・戦略

医療・介護・福祉の人材育成に力を注ぐとともに、関連会社の（株）クレアメディコが取組む小規模多機能型居宅介護を増やす。

株式会社エム・エー・シー (上越市)

■人材育成



《企業情報》

- 〒943-0884
新潟県上越市上中田1178
- 設立 平成16年11月
- 資本金 2000万円
(親会社:(株)エム・エー・シーテクノロジー 昭和59年3月設立)
- 従業員 174名
- 事業内容 建設資材卸・半導体製造装置の周辺装置製造・パーツ販売・洗浄業務
- 代表者 山口 昭夫

《問合せ先》

- TEL : 025-525-8181
- FAX : 025-522-5725
- URL :
<http://www.mac-ltd.co.jp/>
- メール : inquiry@mac-ltd.co.jp



人財こそが我が社の根幹

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

全社員の自立を促した中で「人材育成」を目指し、「個を活し、個を結ぶ」を経営スローガンに掲げている。大企業であろうと中小企業であろうと組織は必ず存在し、そして、企業の業績は組織の構成員であるヒト・ひと・人によって左右される。

当社の場合、建設材料の卸売と半導体製造装置及びパーツ販売・メンテナンス、周辺装置の設計・組立、洗浄業務といった業種的には異なるものが同一の会社組織に存在するところが特徴・特色であり他社との優位性と言える。

しかし、人的集約型業種に変わりはなく、人材育成こそが当社の根幹と捉えている。特に半導体業界では関西以西に工場が多く、当社も既存の岡山営業所を発展させた形で姫路営業所を開設し、石川営業所を移設新築するなど販売拠点拡充を推し進めてきた。情報の集積地である東京にも進出し、合計11拠点を営業展開している。その過程で人材育成が必要不可欠となっている。



工夫・苦心のポイント

営業所を開設し実際に運営を行うと、それぞれの地域における「ヒト」「モノ」「カネ」の動きや「縁」と共に情報の把握がスムーズとなり、その都度の戦略が有効に立てられるようになった。反面、新設や移設のための現地調査や人の採用については、地元でないだけ不慣れな部分が多く戸惑いを感じた点が多かった。

また、拠点の範囲が広いため、社員を統率し、同じ方向性を見失わないよう心がけている。

今後の課題・戦略

業務に関わる資格取得などの人材教育。また、資格を持った即戦力となる人材の確保が引き続き課題となる。

平成18年には当社をバックアップして預ける仕入先による「エム・エー・シー苦楽富」を創設、より豊かな人間関係、人脈の創出と情報の共有に取り組んでいる。

平成19年よりM・A・C構想を策定し、県内外及び国内に於いて、構想の具現化を目指している

カネヨ運輸株式会社 (糸魚川市)

■新ニーズの掘り起こし ■新商品開発 ■人材育成 ■その他

《企業情報》

- 〒949-0301
新潟県糸魚川市大字須沢3413
- 設立 昭和52年10月
- 資本金 2000万円
- 従業員 170名
- 事業内容 運送事業、産業廃棄物収集運搬中間処理業、土木工事
- 代表者 猪又 一義

《問合せ先》

- TEL : 025-552-2520
- FAX : 025-561-7044
- URL :
<http://www.kaneyounyu.co.jp>
- メール :
kazuyoshi-inomata@kaneyounyu.co.jp



リサイクル事業への進出で成長

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

運送業が主たる業務。同業者と比べて差別化が図りにくい業種であるため、付加価値を創造するための商品開発に取り組んでいる。

地域を含めて環境型社会構築というニーズが高まったことからセメント製造へのサーマルリサイクル燃料やマテリアルリサイクル原料を提供する産業廃棄物中間処理施設「カネヨリサイクルセンター」を新設した。また、多様化する顧客ニーズに対応するため、運送部・環境部・土木部の3事業部制を取り入れた。導入にあたっては指示系統を明確化するため、管理職の人材育成と社員教育に注力。

商品の企画力と提案力で他社との差別化を図っている。未だ発展途中だが、継続して企画提案し続ける努力を惜しまない組織に成長しつつあり、それは特命受注といった形で成果が現れ始めている。

工夫・苦心のポイント

現場のニーズに対して、当社で企画提案したものが目に見える形で応えられることで成功事例が増え、社員のモチベーションの向上につながった。また、成功することでチームワークが強化され、チームとしての達成感という新たな喜びに結びついている。

ただ、社長から管理職へ、管理職から社員へと指示の伝達が確実に行えていない。

今後の課題・戦略

平成18年から組織改革に取り組み、2年間で移行期として位置付けてきた。今後は運送部・環境部・土木部の3部門の特徴を強化する組織作りを目指す。そのためには具体的で明確な各部門の目標設定を掲げること。また、引き続き現場からのニーズに素早く対応し、提案できる商品開発力・企画力の強化にも取り組んでいく。

株式会社カンダ (燕市)

■新商品開発 ■企業イメージアップ



《企業情報》

- 〒959-1272
新潟県燕市杉柳912-1
- 設立 昭和44年4月
- 資本金 1200万円
- 従業員 38名
- 事業内容 業務用厨房用品卸販売、家庭用雑貨卸販売
- 代表者 神田 智昭

《問合せ先》

- TEL : 0256-63-4541
- FAX : 0256-64-2960
- URL :
<http://www.kankuma.co.jp/>
- メール : info@kankuma.co.jp

中国料理用道具に特化して急成長

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

地場産業のステンレス加工品を中心とした業務用厨房用品・調理道具・卓上備品などを取扱っている。特に中国料理業界における専門的調理道具、卓上備品に力を入れ、商品の品揃えやお客様の要求する商品の開発を常に考え提案してきた。

東京にショールームを開設し、直接エンドユーザーに営業を行い、「お客様に喜んでいただく」をモットーにレスポンスよく対応している。また、中国料理道具ブランド『燕舞 (Yan Wu)』を立ち上げ、安心・信頼のできる商品を提案・開発している。

カタログ販売が定着し、お客様に喜んでいただく商品が薄れていると感じ「お客様が要求する商品開発をしたい」という思いから取り組みが始まった。自社が得意とする中華関連の商品から専門的に進め、中国料理道具なら「カンダ」というイメージも出来あがり、新規取引先が増加。専門性が要求される商品が中心であり利益率も改善された。



工夫・苦心のポイント

専門化・特筆化したことで目標が統一できた。会社の特徴が明確になり信用度も向上、イメージアップや売上増加につながった。専門道具を調べ、その品揃えや仕入ルートの確立、商品開発には苦勞した。専門知識の必要性など今まで以上の営業ノウハウが必要となり、人材育成にも力を注いだ。思うようにいかない面も多々あった。

今後の課題・戦略

使いやすい道具とは何かを常に考え、より良い商品を生み出すため、日々商品開発に取り組んでいる。商品作りの基本姿勢である「作り手の立場ではなく、使う側の立場に立った商品開発」を貫くことこそがカンダの成長を支えている。

株式会社北村開発 (新潟市)

■地域貢献 ■サービスのモデル化・最適化



《企業情報》

- 〒950-0973
新潟県新潟市中央区上近江4-12-20
- 設立 平成2年3月
- 資本金 2000万円
- 従業員 17名
- 事業内容 不動産賃貸業
- 代表者 北村 泰作

《問合せ先》

- TEL：025-281-2111
- FAX：025-281-2115
- URL：
<http://www.dekky401.com>
- メール：kibushi@dekky401.com



常に新鮮さをキープする大型商業施設

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

複合商業施設「デッキ401」は新潟バイパス女池インターと新潟県庁から程近い場所にある。かつてこの場所にはバスや冷凍車など特装车を製造する工場があったが、工場の移転に伴い跡地の再開発のため当社が設立された。

自社で再開発計画に着手し平成6年9月にオープン、「トイザラス」が日本で初めて出店説明会を開催し全国で紹介された注目の店舗である。オープンから5年後の平成11年10月には新潟市初のシネマコンプレックスを開設した。オープンから14年が経過しているが、年間来館者数は過去最高を更新している。

「デッキ401」の商圏内にも次々と新しい大型競合店が進出し、過当競争の影響も見られるようになったが、全面改装の実施により、テナントも物販以外に「メディカル」として皮膚科、歯科、矯正歯科、「いやし」としてマッサージ、岩盤浴などが入居。リニューアル効果で来館者数が着実に増加している。



工夫・苦心のポイント

かつては週末にお客が押し寄せる郊外型大型SCとしてスタートしたが、今では中心部に位置し、無料駐車場を完備するなど安心して買い物や映画鑑賞ができる平日型の店舗に変わりつつある。

地域密着型のSCを目指して地域の方との交流を大切にしてきた。店内テナントも地域の方の利便性を考えた店に入れ替えをし、乳幼児向けの広い無料遊び場、各種教室や会合に利用できるコミュニティルームも設置している。

今後の課題・戦略

近くに小学校、中学校があり、地域の自治会とも交流を深めている。小・中学校の行事に合わせて駐車場を無料で開放、そして乳幼児向けの広い無料遊び場を設置し、コミュニティルームも各種教室や会合に利用して頂くなど、今後も地域に密着した運営に取り組む方針である。

有限会社共栄堂 (新潟市)

■ IT導入・活用 ■ 人材育成



《企業情報》

- 〒956-0862
新潟県新潟市秋葉区新町1-2-24
- 設立 昭和40年6月
- 資本金 300万円
- 従業員 264名
- 事業内容 保険調剤薬局の経営
- 代表者 小林 清

《問合せ先》

- TEL : 0250-24-8600
- FAX : 0250-24-8605
- URL :
<http://www.kyoeido.net>
- メール : kyoeui@js4.so-net.ne.jp



薬歴のシステム化に全国で初めて成功

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

昭和40年代より調剤薬局を開始しており、調剤薬局としては日本一古いと言われている。組織として新しいものへ取り組む姿勢が風土化しており、今現在に至るまでも様々な取り組みを行ってきた。なかでも欠かせないのが、コンピュータ（CP）薬歴のシステム化とレセプトの電算化であり、何れも全国で最初に開始・成功した薬局として、業務量の軽減化と事務処理の迅速化を実現、同時にコストの削減にも成功した。

新潟県はレセプト電算処理の普及率で全国一位であるが、これは当社が牽引役となって進めてきたもの。

調剤薬局にとって薬歴管理は不可欠だが、手書きの薬歴簿作成は猥雑かつ入力に多くの時間を費やした。そこで使い勝手の良い電子薬歴システムの導入を考え、メーカーとの二人三脚でシステム化を実現した。

調剤レセプトの電算化についても、ペーパーレス化によるコストの削減、薬局としての競争力を高めることが不可欠として取り組んできた。近い将来、新潟県内ナンバーワンの売上も視野に入っており（店舗数は県内一）、組織力の強化に大きく貢献している。

工夫・苦心のポイント

どんなに素晴らしい機能を持って、使うのはあくまで人間。環境を整備するのに一苦労があり、薬剤師のキーボードアレルギーを克服すべく、コンピュータ初歩教育、ワープロ入力、マウス操作に加えて、機能熟知の徹底に努めた。現在も研修・勉強会、e-ラーニングの実施など人材投資は惜しまず、会社全体でスキルアップを促している。

今後の課題・戦略

会社が急成長を遂げている反面、管理部門の強化にやや遅れをとっている悩みがあり、今後は更なるIT化（自店間のネットワーク形成）により情報を共有、各店の弱味・強味を顕在化することで組織力の強化を図っていく。また、営業開拓の分野でも課題を抱えているが、調剤薬局としての立場から、在宅医療、福祉施設等へも積極的に進出したい。

株式会社くびき野ライフスタイル研究所 (上越市)

■地域貢献 ■新ニーズの掘り起こし ■サービスのモデル化・最適化

《企業情報》

- 〒943-0834
新潟県上越市西城町2-10-25
- 設立 昭和51年9月
- 資本金 5000万円
- 従業員 50名
- 事業内容 有料老人ホームの運営、不動産賃貸
- 代表者 大島 誠

《問合せ先》

- TEL : 025-524-0057
- FAX : 025-522-4618
- URL :
<http://www.sankusutakada.co.jp>
- メール :
info@sankusutakada.co.jp



まちなかの遊休地で老人ホーム

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

空き店舗が多く空洞化した街の中心部に地元町内会と連携して地域初の有料老人ホームとショートステイを開設した。常時満室の状況で50名程度の新規雇用も生み出している。また、ホームの交流室を積極的に地元住民に開放し、入居者との交流を図るなど地域活性化にも大きく貢献している。

取り組むきっかけとなったのは、近郊での大型商業施設の開店等から空洞化が進む中で、連携を図ってきた企業の工場群が移転するなど街中に大規模な遊休地が生まれ、その有効利用の一環として有料老人ホームの建設計画が浮上したことである。

これらの実績を踏まえ、隣接地に地域初となる本格的な住宅型有料老人ホームの建設を計画、大島企業グループとして街の中心部にこだわって事業展開していく。



工夫・苦心のポイント

福祉施設を街の中心部に開設したことで、介護だけでなく地域の街づくりを進めることができた。一方で、計画段階から地域住民に参加して頂いたため、会議の開催や行政との調整に手間取り、開設までに時間を要した。

今後の課題・戦略

お客様の満足度アップのためにお客様本位の多種多様なサービスを用意する。そのためにも人材確保と介護員の能力アップ、長く安定した雇用の実現が課題となるなかで、優れた介護員の育成を進めている。

株式会社シーキューブ (新潟市)

■サービスのモデル化・最適化 ■新ニーズの掘り起こし ■人材育成 ■国際展開



《企業情報》

- 千950-0961
新潟県新潟市中央区東出来島1-30
- 設立 平成12年1月
- 資本金 4560万円
- 従業員 46名
- 事業内容 製造業システム販売・サービス、技術者派遣、インターネット事業
- 代表者 本川 勇次

《問合せ先》

- TEL : 025-290-0011
- FAX : 025-284-3724
- URL :
<http://www.ccube.co.jp>
- メール :
yuji.motokawa@ccube.co.jp



CAD/CAMの百貨店

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

CAD/CAM/CAEの販売、技術サポート、技術者派遣を一貫として実施。また、ネットショップ『CAD百貨』の運営などに取り組んでいる。加えて、中国・インドの技術者育成・派遣事業も展開している。

当社のようにCAD/CAM/CAEの販売から技術サポート、技術者派遣までを一貫して行う企業は北関東・北信越では唯一。

システム販売やサポート事業は北陸・長野・北関東に加え、東北・関東への進出も視野に入れている。設計技術者派遣においては、人材研修施設であるCADステーションを設置し、人材募集・3次元CAD研修を実施し、システムの販売先に喜ばれている。『CAD百貨』は、売上を着実に伸ばしており、主要商材の周辺ソフト販売や全国に広がる客先への2次商品販売を展開中。

グリーンシート株式公開を果たすとともに、地域活性化への取り組みにより創造性豊かな社風も地域に定着しつつある。

工夫・苦心のポイント

独立性・自由な事業展開を維持したことや敢えて面倒な自社技術者による技術サポートを実現したこと、客先の業務立ち上げまで踏み込んだことなどが業績拡大の要因。

苦労した点は独自マーケティングによる商談の発掘や技術サポート、派遣技術者の育成及び確保、先行開発に対する資金確保など。

今後の課題・戦略

システム販売・サポート事業は今後も他県への展開を進める予定。販売コンサルを行う人材育成には時間が掛かるため、個人的な伝承ではなく育成の仕組みを作ることが課題。また、国内技術者不足を補うため、北京・西安やインドで研修施設を開設する。育成した中国人・インド人技術者を国内製造業に派遣する他、黒龍江省などの中国東北地域での展開も検討中。

下村企販株式会社 (燕市)

■新技術開発 ■新商品開発 ■人材育成 ■企業間連携



《企業情報》

- 千959-1276
新潟県燕市小池4803-4
- 設立 昭和48年7月
- 資本金 8000万円
- 従業員 26名
- 事業内容 台所・卓上・製菓用品等卸売
- 代表者 下村 啓治

《問合せ先》

- TEL : 0256-64-5588
- FAX : 0256-64-5064
- URL :
<http://www.simomura-kihan.co.jp>
- メール :
info@simomura-kihan.co.jp



満足度100%を目指した商品作り

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

家庭用調理用品の卸売業。業界では、競争力を維持するために取扱商品に常に新しいアイデアが要求される。そこで毎週月曜日に行う商品開発会議では社長同席のもと積極的な意見交換を行い、「ユーザーの要望を100%満足させる」をモットーに常に新しい商品を市場に投入している。

また、積極的に若手を登用して決裁権のある担当に任せることで、斬新なアイデアが出やすい現場の雰囲気作りに取り組んでいる。

本社のある三条・燕地区は刃物・洋食器の産地として知られるが、他社と同じ商品を作っているのは生き残ることができない厳しい地域でもある。そこで商品開発では特に「収納」や「汚れの掃除」といった基本的なニーズに留まらず、「業務用の鉄鍋を家庭で使いたい」といったセミプロ料理人のニーズなど、マイクロトレンドを見逃さない開発に努めている。

・開発事例 IHクッキングヒーター用に開発した調理補助具では安全性と掃除の手軽さを考慮して素材に結晶化ガラス（800℃の耐熱設計）を使用。協力業者との連携により雲母粉末や不燃紙など新素材を使用して商品化。

工夫・苦心のポイント

社内の企画会議で好評を得ても、市場に出してみなければ商品がヒットするかどうかは分からない。1つのヒット商品は、数多くの失敗（ヒットしなかった商品）の上に成り立っており、失敗した後で真摯にユーザーの声を聞き、ユーザーから教わることが次のヒット商品を産み出すアイデアとなっている。

今後の課題・戦略

近年は、ホームセンターや量販店まで直接買い物に行かずに通販やネット販売で調理用品を購入するユーザーが増えている。ユーザーが商品を求める手段の多様化に対応できるような販売ルートの検討と、特命買いされるような商品の開発に注力したい。

株式会社スリーク (新潟市)

■企業イメージアップ



《企業情報》

- 〒951-8063
新潟県新潟市中央区古町通6番町988
- 設立 平成15年9月
- 資本金 1500万円
- 従業員 48名
- 事業内容 時計、バッグ、雑貨、衣料品小売
- 代表者 中村 修

《問合せ先》

- TEL : 025-223-0171
- FAX : 025-227-3120
- URL :
<http://www.threec.jp>



ブランド品で差別化

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

時計、バッグ、雑貨、衣料品の仕入先（メーカー）から、新潟地区で大手業者を凌ぐ販売力のある小売業者との評価を受け、企業イメージアップとともに信用度も確立されている。

新商品・新ブランドの立ち上げについては、各メーカーが販売を確実なものとするため、優先的に当社に提案してくる等、営業面でも優位な立場にある。また、商業施設で出店スペースが空いた場合にもオーナーから出店依頼の要請がくるケースが多く、有利な条件で且つ、スムーズに売場新設ができる環境が整ってきた。

業務拡大を目指し、これまでブランド品の開拓に力を注ぎ、他社との差別化を図ってきた。品揃えの面で有力小売業者を凌ぐ在庫を保有、また、新潟地区で通用するブランド商品を発掘し育てているが、企業イメージアップが功を奏した結果であり、業績も店舗開設の効果や扱ひ商品の充実から大幅に伸びている。



工夫・苦心のポイント

店舗の開設と企業イメージが定着し業績拡大に寄与している。自社で5階建の商業ビルを開発し売場の拡大も進めた。しかし、業績拡大や設備投資に伴い一時的な費用が先行し収益が安定しない時期もあり、設備投資の抑制を余儀なくされたこともあった。

今後の課題・戦略

小売業は消費低迷から苦境に陥っているが、逆にメーカーからの新商品の提案や有利な条件（家賃等）での店舗開設など新店舗出店には適している時期でもある。足もとの業績を固めたうえで店舗開設を拡大し営業基盤を一層強固なものとしていきたい。

株式会社タカヨシ (新潟市)

■ IT導入・活用



《企業情報》

- 〒950-0141
新潟県新潟市江南区亀田工業団地1-3-21
- 設立 昭和35年4月
- 資本金 6000万円
- 従業員 135名
- 事業内容 印刷業務、コミュニケーション業務
- 代表者 高橋 春義

《問合せ先》

- TEL : 025-381-2000
- FAX : 025-381-4800
- URL :
<http://www.takayoshi.co.jp>
- メール : info@takayoshi.co.jp



ITを駆使した経営で「IT経営百選」を受賞

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

印刷業務が主たる業務。経済産業省が選定する「IT経営百選」を平成16年、平成18年と相次ぎ受賞。中小企業経営者の手本となる魅力ある企業として、当社のイントラ・エキストラネットによる業務効率化が評価された。

業務の効率化を図っていく上でIT化への取り組みは避けては通れない道であり、当社は業界内でも早くから試行錯誤を繰り返してきた。その結果、平成11年にイントラネットが完成し、情報開示と迅速性を実現。情報開発部が中心となってパソコン導入から普及促進を行い、プログラムの安定性とユーティリティを更に追求している。

印刷市場の縮小が予想される中、コンサルタント的な業務に事業を拡大。印刷の受注を受けるとともに、商品を買ってもらうための戦略、展示会で注目を受ける展示方法、効果的なダイレクトメールの発送などを積極的に提案している。

工夫・苦心のポイント

平成4年よりコンピュータ化に着手し、これが基幹業務システムの構築に繋がった。システムの開発にあたっては、当社の全プロセスを管理し、生産効率の向上を図る重要なツールとなるため、社内の人材だけでなく外部システム会社の協力の下で構築しており、お客様からの問い合わせに素早いレスポンスを可能とすることができた。

今後の課題・戦略

HPの管理等について技術部門を拡充し業務の内部化を図っていく。営業や企画部門を中心にプロジェクトチームを発足させ、IT関連の専門家を招き、ノウハウを蓄積するなど、ワンストップサービスを積極的に展開して顧客の囲い込みを図っていく。

株式会社東新林業 (北蒲原郡聖籠町)

■新技術開発 ■新商品開発 ■企業間連携



《企業情報》

- 〒957-0122
新潟県北蒲原郡聖籠町大字三賀288
- 設立 平成7年1月
- 資本金 5000万円
- 従業員 50名
- 事業内容 無垢建材商品の製造、販売
- 代表者 赤塚 幹夫

《問合せ先》

- TEL : 0254-27-3477
- FAX : 0254-27-1432
- URL :
<http://www.toshin-r.jp>
- メール : yamato@toshin-r.jp



無垢材を一貫して取り扱う

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

当社はグループ会社で住宅建築を行う(株)夢ハウスがその基礎となっている。社長で創業者の赤塚幹夫が木工として独立し創業したのがはじまり。お客様に本当に喜んでいただける住宅建設を目標に一貫生産の住宅づくりを目指し、製材工場・生コン会社・設備会社の設立などの中で、無垢材のオリジナル商品の開発を始めたのがそのきっかけである。

住宅建材の中で取り扱いが難しいとされる無垢材を資材調達から製材・乾燥・加工・販売まで一貫して行っている。特に木材の乾燥技術においては木材高温乾燥機(特許取得)を自社で開発し、大手建材メーカーでは真似のできないオリジナル商品800品目を量産体制工場から供給している。

全国の工務店に対する直販の一方、グループ会社の(株)夢ハウスや全国200社の工務店で組織される夢ハウスビジネスパートナー(年間物件棟数2500棟)への安定的な販売基盤を構築している。住宅建築の本物志向の拡大、健康住宅への回帰などの流れの中で順調に業績を拡大してきた。

工夫・苦心のポイント

無垢建材を独自の乾燥技術を用いて大量生産することで、本物でも安価に供給することができる完全一貫生産体制が構築できた。中国・ロシアなど海外からの資材調達も行っている。海外貿易を始めた当初は多額の損失をこうむることもあった。それでもあきらめずに人間関係を構築する中で安定した海外生産と供給が可能になった。

今後の課題・戦略

平成20年2月より(株)東新林業の建材に「Very Wood」(ベリーウッド)というブランド名が誕生した。全国の工務店が無垢材を使うなら「ベリーウッド」だとか、あるいは一般のお客様が「ベリーウッド」の建材を内装に使ってほしいと言われるようなブランド構築を進めている。

株式会社トップライズ (新潟市)

■新技術開発 ■技術導入・活用



《企業情報》

- 〒956-0861
新潟県新潟市秋葉区北上2-22-29
- 設立 平成10年5月
- 資本金 4000万円
- 従業員 69名
- 事業内容 測量業、建設コンサルタント、補償コンサルタント
- 代表者 大滝 充司

《問合せ先》

- TEL : 0250-24-4648
- FAX : 0250-24-4674
- URL :
<http://www.toprise.jp>
- メール : izumida@toprise.jp



新技術・開発で顧客満足度が上昇

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

アウトソーシングサービスとしての建設業者を対象に技術提供を行っている。客先からの様々な要望や依頼を満足させるためには新技術の導入や開発は必然的なことである。

当社では、舗装・トンネル・コンクリート構造物等のひび割れ調査では、今までは人手が必要であった。そこで、これらの調査に対して飛躍的に能率化・コスト低減化できる自動クラック計測システムを自社で開発した。また、3Dレーザースキャナーシステムを導入し従来の測量技術を大幅に改善、客先へ速やかに対応できる業務体制を確立した。客先からの評価も高まり、新規の取引先や顧客開拓も進み、成果が業績面にも顕著に現れている。



工夫・苦心のポイント

客先の要望を満たすことを大前提に業務遂行しているが、要望の中には時間的な制約や現場制約など多岐にわたる。そういった状況を解消することを目標として積み上げてきたことが成功の要因。

苦勞した点としては、成熟した技術の提供と新技術を広めるための時間が予想以上にかかったこと。

今後の課題・戦略

新技術が多くの企業の業務改善に寄与しており、営業戦略として有利に展開できた。今後も商圏の拡大や技術改善により新規顧客先を獲得し、多岐にわたり技術を広めていく。併せてさらなる技術開発と向上を目指していく。

株式会社ナビック (新潟市)

■企業イメージアップさ ■その他



《企業情報》

- 〒950-0064
新潟県新潟市東区松島1-2-8
- 設立 昭和4年4月
- 資本金 9500万円
- 従業員 49名
- 事業内容 エンジニアリング、建材建機、農業・
農業資材販売
- 代表者 上原 敦

《問合せ先》

- TEL : 025-271-9171
- FAX : 025-271-2193
- URL :
<http://www.navic-n.co.jp/>

顧客との安定した関係を確立

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

当社の業務はエンジニアリング、建材建機、農業・農業資材販売の3部門から構成される。創業は明治4年、会社設立は昭和4年と長年の業歴から地元の有力企業を中心に販路を固めている。

顧客とともに伸びて栄えることを経営理念とし、これまでもユーザーが市況悪化から苦境に直面した時には全力でバックアップしてきた。顧客本位の姿勢がユーザーとの安定した関係を築き上げ、企業のイメージアップにもつながっている。特にエンジニアリング部門では高度化するユーザーニーズに応えられる様、先進的な技術、情報を活用した技術者集団を形成しており、ユーザーからの評価も高い。

人と人とのつながりが、顧客との信頼関係の強化につながる。これら経営方針が、ユーザーに対する納入シェアの拡大や新規案件の受注開拓、売上拡大に結びついている。



工夫・苦心のポイント

平成15年に景気変動の影響から事業所閉鎖などリストラに着手しなければならない事態となった。しかし、この苦境を乗り切ったことでコストが削減され収益体質は改善、その後の安定した業績に結びついている。

今後の課題・戦略

人と人とのつながりとイメージアップが功を奏し業績拡大に寄与した。人間的成長を相互支援し、また、先進的な情報と技術の活用できるエキスパート集団の拡大を目指しており、今後ともお客様とともに伸びともに栄えることを念頭に取り組んでいきたい。

株式会社新潟食品運輸 (新潟市)

■技術導入・活用 ■サービスのモデル化・最適化 ■その他



《企業情報》

- 千950-0801
新潟県新潟市東区津島屋3-219
- 設立 昭和56年4月
- 資本金 2億5704万円
- 従業員 440名
- 事業内容 貨物運送・倉庫業・軽油販売等
- 代表者 井越 鉄雄

《問合せ先》

- TEL : 025-273-1401
- FAX : 025-275-4942
- URL :
<http://www.nsu365.com/>
- メール : mat@nsu365.com



法規制強化にすばやく対応して信頼を確保

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

食品輸送を専門とし、仕分・梱包・集管・集配を行う総合物流会社である。平成13年の自動車NoX法で規制強化されたPM（粒子状物質）について、その除去装置の早期導入により、東京・大阪など都市圏の流通にも対応出来るようになり流通の幅が広がった。また、24時間365日の受け入れ態勢を確立したことで、お客様のニーズにいち早く対応してデیلیーサービス業務にも取り組んでいる。

都市圏を中心に全国各地への配送業務が多く避けて通れない問題でもあり、当社はいち早く指定地域対象車輛へのPM除去装置を設置し対応してきた。設置当初は費用の増加など負担はあったが、売上の増加や補助金の活用などにより目に見える効果があった。環境に配慮しつつ、安全・安心でユーザーに信頼される物流企業を目指している。



工夫・苦心のポイント

早期にPM除去装置を設置し対応できたことが大きな成功の要因の一つとなった。苦勞したことと言えば、資金面の圧迫とドライバーへの指導に時間を費やした点である。

今後の課題・戦略

今後は販路の拡大・荷主の増加に努めていきたい。一方で採算の合わない荷主との交渉で、少しでも採算が向上する営業に取り組んで行く方針である。また、より一層の物流のネットワーク化を図り、お客様に信頼を得られるような会社を目指していきたい。

パール金属株式会社 (三条市)

■新商品開発 ■国際展開

新たな情熱でスタート!

スーパーハブ流通ステーション構築
■社名 株式会社パール金属
〒955-1118 新潟県三条市五明190
TEL 0256-45-6767 FAX 0256-45-6770
■資本金 6000万円
■従業員 525名
■事業内容 家庭用品、アウトドアレジャー用品等
企画・販売
■代表者 高波 久雄

パール金属株式会社
本社 〒955-4598 新潟県三条市五明190番地 TEL 0256-35-3111 (内代) FAX 0256-35-3120
本社工場 〒955-4598 新潟県三条市五明190番地 TEL 0256-35-3111 (内代) FAX 0256-35-3120
スーパーハブ流通ステーション 〒955-1118 新潟県三条市五明190番地 TEL 0256-45-6767 (代) FAX 0256-45-6770

《企業情報》

- 〒955-0821 新潟県三条市五明190
- 設立 昭和42年5月
- 資本金 6000万円
- 従業員 525名
- 事業内容 家庭用品、アウトドアレジャー用品等
企画・販売
- 代表者 高波 久雄

《問合せ先》

- TEL : 0256-35-3122
- FAX : 0256-35-5950
- URL : <http://www.p-life.co.jp>
- メール : toshihiro.kanekawa@meil.p-life.co.jp



商品アイテム数は業界トップ

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

リビング用品やレジャー用品などのオリジナル商品の開発では地元業界の最大手。現在約35,000アイテムを取り揃えている。

パイオニアスピリットとオリジナリティが企業生命と考え、新製品の企画開発に取り組んできた。「新しい生活文化を提案し、現代人のハイクオリティライフの実現をフォローする」というポリシーをベースとした製品開発の結実と言える。

昭和57年に西ドイツ・ケルンにおいて国際見本市に業界初となる単独出品、翌58年にはアメリカ・シカゴでも単独出品し好評を得た。

このような新商品開発に対して平成6年には中小企業研究センター賞全国表彰や新潟県経済振興賞などを受けている。

また、中国人研修生の受入れも行い、意欲・能力のある現地人を責任者に抜擢し100%出資の子会社を設立するなど国際展開も進めている。



工夫・苦心のポイント

比較的早期に海外との交流・取引が開始できた。中国では信頼できるパートナーを得たことで有力なスタッフが揃い、堅実に事業を推進することができるようになり拡販も可能となった。

今後の課題・戦略

頻繁に変わる中国の法律、異なる商習慣、社員の意識の違いなど課題は多いが、有力な市場であることに間違いはなく、今後も各都市の有力な小売店（日本から進出したデパート、スーパー等）への更なる拡販に努めていく。

株式会社パブリシティコア (新潟市)

■人材育成 ■企業イメージアップ



《企業情報》

- 〒950-0951
新潟県新潟市中央区鳥屋野289-1
- 設立 昭和47年6月
- 資本金 1000万円
- 従業員 31名
- 事業内容 サービス業、広告代理店
- 代表者 齋藤 三十志

《問合せ先》

- TEL : 025-281-7266
- FAX : 025-281-7267
- URL :
<http://www.corenet.co.jp/>

広告代理店として、周辺事業の拡充に取り組む

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

主たる業務の広告代理業は、近年、企業の広告出稿が落ち込んできたことから、長期安定的な売上・利益を求めて、住宅展示場の開発・運営を推し進めた。現在、新潟県内3ヶ所に展開している。積極的な営業活動を行うため、人材育成はもちろんのこと組織の効率化にも努め、営業個人の売上とともに、全社的に収益性を高める組織作りに取り組む体制を整えた。

また、本社を賃借ビルから自社ビル建設に踏み切った。日本一の交通量を誇る新々バイパス沿いに新社屋を建設したことで、取引先からも顔の見える広告会社として信頼度はアップ、広告塔設置により長期安定の高収入も実現できた。

さらに、移転と同時に組織の再編成を行い営業部・企画事業部・媒体部・デザイン制作部・総務経理部と細分化し、一人一人の役割が明確化され、専門性を高めることによる効果が大きく表れた。

工夫・苦心のポイント

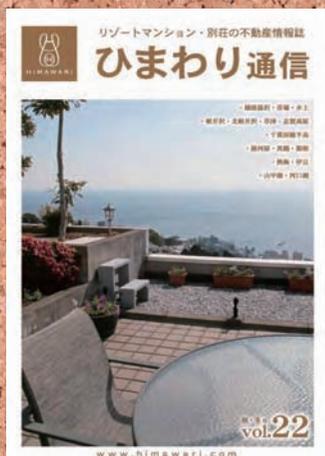
本社社屋の建設で社員のモチベーションが上がった。幹部社員の一人一人が将来に希望を持ち、自信と責任感が強くなった。組織の再編成では、適材適所を実現することの難しさを改めて感じた。

今後の課題・戦略

長期5ヶ年計画を策定中。管理体制確立のための情報収集と新規取引先の開拓、信頼される広告会社としての人材育成に努める。急成長が無理な時代は「慌てず、騒がず、ゆっくりと」を心掛けている。

株式会社ひまわり (南魚沼郡湯沢町)

■ IT導入・活用 ■ サービスのモデル化・最適化 ■ 地域貢献 ■ 企業イメージアップ



《企業情報》

- 〒949-6101
新潟県南魚沼郡湯沢町湯沢1-1-15
- 設立 昭和63年6月
- 資本金 3292万円
- 従業員 39名
- 事業内容 リゾート物件中心とした不動産業
- 代表者 新保 光栄

《問合せ先》

- TEL : 025-785-5575
- FAX : 025-785-5013
- URL :
<http://www.himawari.com>
- メール : info@himawari.com



リゾート物件流通全国一を目指す

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

リゾートエリアの湯沢・軽井沢・房総・湯河原・熱海・東京に不動産業の店舗を展開。リゾートマンションの年間契約件数売買717件・賃貸241件と全国トップクラスの実績を誇る。また、長岡本町店・今朝白店の2店舗でアバマンショップを展開。年間賃貸契約件数454件と長岡エリアトップクラスの実績を持つ。全契約の6割以上がホームページ経由。リゾート物件情報誌「ひまわり通信」を年2回、湯沢エリアのリゾート情報クーポン誌「VITA湯沢」を年4回発行するなど、情報を積極的に公開・発信している。

平成元年頃から越後湯沢エリアで約2万戸のリゾートマンションが建築・分譲され、バブル崩壊とともにリゾートマンションの売却・賃貸のニーズは高まったが、これを本業として取り扱う業者は少なく当社がパイオニア的な存在となった。

創業当初からオリジナル情報誌を発行したり、自社HPを作成し、多くの購入・賃借希望者からの支持を得て多店舗展開を進めることができた。

工夫・苦心のポイント

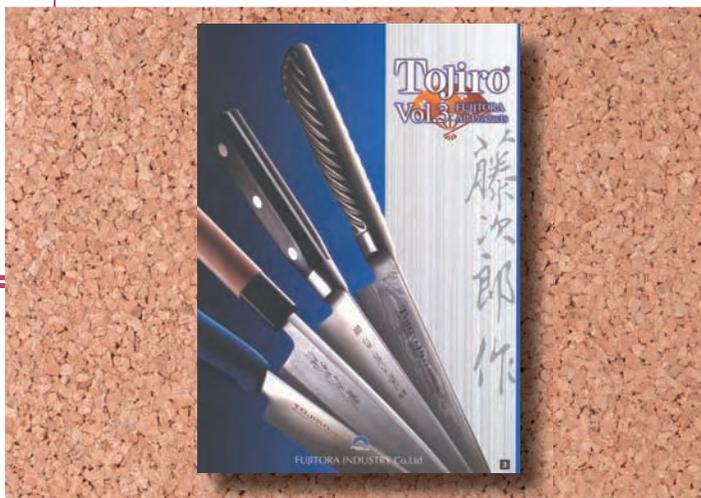
創業以来「質・量ともにリゾート物件のNo.1」を目指し、「大切な親戚」「古くからの友人」に勧める気持ちでお客様と接し、迷惑な訪問・電話等は行わない。当社営業はノルマがないため、お客様の立場に立ち、不動産物件の良いところも悪いところも率直に伝え、低額物件でも力を抜かず取り扱うなど、基本に忠実で丁寧な営業を心掛けている。

今後の課題・戦略

リゾート分野では、伊東店・那覇店・京都店など全国に出店を行い、「質・量ともにリゾート物件流通のNo.1」を、また、現在計画中の長岡に支店を平成21年中に完成させ、「質・量ともに長岡不動産業No.1」を目指したい。そのためにも、支店運営を任せられる店長をはじめ、社員の育成に努めていきたい。

富士カトラリー株式会社 (燕市)

■国際展開



《企業情報》

- 〒959-1277
新潟県燕市物流センター1-13
- 設立 平成12年4月
- 資本金 1000万円
- 従業員 4名
- 事業内容 包丁・台所用品 卸売業
- 代表者 藤田 進

《問合せ先》

- TEL : 0256-63-7730
- FAX : 0256-64-3811



美しいデザインがヨーロッパで好評

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

包丁の国内市場は、人口減少から縮小傾向にあり、量販店は安価な海外製品との競合から苦戦していた。これを打破するために海外市場の開拓に着目してきた。

語学に堪能な社員を採用し、フランクフルトなどの海外の見本市に出店し顧客開拓を進めた。「美しいデザイン」、「切れ味のある」和包丁はヨーロッパで評価され、ユーザー開拓につながった。

フランクフルトの見本市に出店した以降もヨーロッパを中心に顧客開拓を推進してきた。他メーカーがヨーロッパ地域ですでに営業を展開していたこともあり、営業開始時には和包丁の知名度は浸透しており、順調なスタートを切れたのは幸いであった。

寿司を初めとした日本食ブーム、映画などで取り上げられた日本の「刀」の魅力もあって当社が扱う和包丁がスムーズに受け入れられた。国内向けは厳しい環境にあるが、輸出は好調で、毎期2ケタの増収に結び付いている。



工夫・苦心のポイント

人材バンクを通して語学（英語、中国語）の堪能な社員を採用できたこと、海外市場開拓については見本市を利用して展開できたことが成功の要因。生産はグループ会社である藤寅工業で行っているが、同社で製造する「美しいデザイン」、「切れ味のある」和包丁の商品力も決め手となった。

今後の課題・戦略

美しいデザインが好評で、ヨーロッパでの販売も軌道に乗ったことから、今後は中国、韓国、台湾などアジア圏での販売を軌道にのせたい。

北越急行株式会社 (南魚沼市)

■新技術開発 ■地域貢献 ■新ニーズの掘り起し



《企業情報》

- 〒949-6633
新潟県南魚沼市六日町2902-1
- 設立 昭和59年8月
- 資本金 45億6800万円
- 従業員 100名
- 事業内容 地方鉄道業
- 代表者 大熊 孝夫

《問合せ先》

- TEL : 025-770-2820
- FAX : 025-770-2825
- URL :
<http://www.hokuhoku.co.jp>
- メール : honsya@hokuhoku.co.jp



日本初のシアターレイン

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

鉄道利用客の減少に対処するため、日本初となるシアターレイン「ゆめぞら」号(列車内の天井をスクリーンに見立て、プロジェクターにより動画を映し出す車両)を新造し県内外にアピールした。

また当社のほくほく線沿線は手付かずの大自然を貫く鉄道であることから沿線市町・民間施設とタイアップし、首都圏の子供達と年間を通して交流が出来るよう「田舎体験事業」に積極的に取り組み、沿線の活性化も図っている。

ほくほく線は全線59.5kmのうち、約7割がトンネル区間であり大自然を貫く鉄道とはいえ車窓の景色を楽しむことが出来ない。そこで、暗闇となるトンネル区間を逆手にとり、映像を楽しむシアターレインを開発した。この電車を田舎体験事業等に優先的に使用し、単なる移動手段ではなく、旅の思い出づくりや楽しみづくりを提供することにより快適な移動空間として多くのお客様から好評を得て利用客は増加している。

工夫・苦心のポイント

日本初のシアターレインは全国的にアピールすることができ、今では5種類の映像を月ごとに変えて上映している。しかし、曲線で構成される天井の端部に歪まない映像を投影する技術や各プロジェクター画面の合成箇所の位置あわせには特殊な技術が必要であり、現在も保守管理については苦労している。

今後の課題・戦略

現在、「ゆめぞら」号は1編成しかなく車両の検査時や定期運用以外には、乗車を希望される多くのお客様に迷惑をかけることが多々発生している。このため、平成20年度内に2編成目の「ゆめぞら」号の計画実現に向けて努力中。完成時には臨時団体列車の車両として旅客サービスの向上に努めるとともに運行範囲の拡大を進め、「ほくほく線」の着地営業の強化や沿線の活性化に寄与していきたいと考えている。

(編集部注：平成20年12月13日「ゆめぞらII」デビューしました。)

株式会社丸山自動車 (三条市)

■人材育成



《企業情報》

- 千955-0093
新潟県三条市下須頃621-5 (事業本部)
- 設立 昭和51年9月
- 資本金 3000万円
- 従業員 143名 (グループ全体)
- 事業内容 自動車車検・整備、自動車钣金・塗装・修理
- 代表者 丸山 正男

《問合せ先》

- TEL : 0256-36-5513
- FAX : 0256-47-7227
- URL :
<http://www.mykobac.com/index.php>
- メール : masao@mykobac.com

経営資源を車検事業に集中

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

格安車検で有名な「車検のコバック」のフランチャイジー。自動車車検・整備を主力に自動車钣金・塗装・修理、自動車販売をグループとして手掛けており、県内下越及び県央地区に10事業所を構える。車検の扱い台数は新潟県内で群を抜き、「車検のコバック」のフランチャイジーの中でもトップの実績を誇る。

経営資源を車検業務に集中させ、地域ナンバーワンの店舗を目標に積極的な経営を行っている。なかでも、顧客満足度を高めるべく人材教育・育成に力を注いでおり、リピーター率の向上、業績への貢献となって表れている。

平成9年12月に2号店を出店、当初は出店効果で車検台数・売上ともに順調に伸びたが、暫くして落ち込むようになる。「ただ漫然と営業をしていた」、「社員教育が疎かになっていた」ことに気付き、それから人材育成に取り組んだ。新入社員研修、中堅社員・幹部クラスを対象にした研修を大きな柱とし、接客向上に加え、目標の立て方・進め方・具体的な行動方法についても研鑽。社会人としての人間性を磨くことにも努めている。

工夫・苦心のポイント

研修は外部から講師を招くのではなく幹部社員の手により行っている。自社で行うことがより説得力を持たせているほか、幹部クラス社員のスキルアップ・責任感の向上が研修制度の成功につながっている。

今後の課題・戦略

シェアを高めるため、車検業務に経営資源を集中させ、圧倒的なナンバーワン店舗として明確かつ具体的な数値目標を設定している。また、成績が落ちてきた場合には原因を早期に突き止めて対策を施すこと、エリア制を敷いて幹部社員への権限付与することなどにも取り組み、更なる業績拡大を目指していく。

株式会社山忠 (加茂市)

■サービスのモデル化・最適化 ■新商品開発



《企業情報》

- 〒959-1361
新潟県加茂市下条甲496-1
- 設立 昭和38年7月
- 資本金 6000万円
- 従業員 69名
- 事業内容 繊維製品の製造及び販売
- 代表者 中林 功一

《問合せ先》

- TEL : 0256-52-1728
- FAX : 0256-52-8711
- URL :
<http://www.ashinotaika.co.jp/info/company.html>
- メール : <http://ashinotaika.co.jp/>



進化した行商を目指す

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

流通業界においては複雑な流通経路をシンプル化する動きが顕著になってきている。

当社は繊維製品のノウハウを蓄積する中で健康機能性商品に開発領域を特化し、お客様の困りごとを解消する商品を提供してきた。現在もお客様の求める製品を直接お届けする先進的なビジネスモデルを追及し、その高度化を進めている。

当社の原点は行商である。製造直販の精神を基にお客様の声を聞き、開発と改良のサイクルを回すことで信頼を獲得し、成長できてきたことはすべて創業精神の積み重ねと考える。

平成20年で創業50周年を迎えた。今日の基礎は「足うら美人」の成功にある。この製品は弊社の商品開発のモデルとなり、また組織販売から個人通販への速やかな移行をもたらしてくれた。製品の成功は業績向上の他、商品への自信、やればできる達成感を社員にもたらし、会社の業績向上と活性化につながった。



工夫・苦心のポイント

従前の主力販売先であった婦人会等での売り上げは、いくら商品を良くしても伸び悩む状況にあった。「足うら美人」の成功を踏まえ、販売の主体を個人向けDMへ移行したことは、製造した商品を直接お届けする創業のスタイルに戻ったことにほかならない。

今後の課題・戦略

創業の精神を継承するとともに、新たな技術を生かした先進モデルの創造が課題。追求している販売形態は「進化した行商」とも言える。お客様が持つ潜在的ニーズを掘り起こし、具体的な商品として開発・提供することと、直接販売する業態の両輪により今後の発展を目指す方針である。

株式会社リビングギャラリー (新潟市)

■企業イメージアップ ■人材育成



《企業情報》

- 〒950-0-16
新潟県新潟市中央区米山2-6-3
- 設立 平成2年10月
- 資本金 1億2998万円
- 従業員 78名
- 事業内容 不動産仲介、賃貸、管理受託、不動産販売
- 代表者 藤田 幸成

《問合せ先》

- TEL : 025-246-0609
- FAX : 025-242-1333
- URL :
<http://www.living-gallery.com/>

甲信越・北陸エリアでは管理物件1位

成長・発展に向けた我が社の取り組み

取り組みの概要・効果

賃貸不動産の管理戸数は、甲信越・北陸エリアでは第一位。一般客に加え、学校、法人に営業基盤を築き、管理物件の入居率は高水準を維持している。また、充実した管理サービスと店舗ネットワークにより、不動産を所有するオーナーから信頼を得ている。

これらの実績が評価され大手ハウスメーカーから提案される新規物件も多く、管理戸数は毎期着実に伸び、業績に貢献するとともに、企業イメージアップにもつながっている。

営業は人と人とのつながりが大切で、最大の商品が社員であるとの考えから人材教育に力を入れている。顧客と不動産のオーナーに対し社員がきめ細かい営業を行うべく徹底した教育を実施。特に幹部スタッフは現場経験が豊富で、営業の苦勞を知っていることが社員教育の大きな後ろ盾となっている。

営業面のフォロー以外に社員の志気が上がるように各種プロジェクトなどで責任を待たせ、また、幹部社員とのコミュニケーションも充実させている。



工夫・苦心のポイント

学校、法人客など入居者の営業先は順調に開拓されたが、一方で知名度不足から不動産オーナーの開拓と物件確保には苦勞した。

しかし、仲介・管理で実績を残すなかで、知名度があがり取引先からの紹介やハウスメーカーからの提案を得られるようになり、管理物件も順調に増えて業績向上に結びついている。

今後の課題・戦略

不動産の仲介や賃貸需要は減少する流れにある。これをカバーするため、管理物件のリフォームに重点を置き、保険収入など不動産周辺事業にも力を注いでいる。また、人口が集中し市場が拡大している大都市圏での営業も強化。新潟県企業を対象に、全国展開を図る法人へ首都圏などで借り上げ住宅などの不動産需要の開拓、東京などに進学する学生の取り込みも充実させるなど、新たな市場開拓を進めている。

東北の 「光り輝く」企業たち

2009年 サービス産業版

発行

財団法人 東北産業活性化センター

〒980-0021 仙台市青葉区中央二丁目9番10号 セントレ東北9階

TEL. 022-225-1426 (代) FAX. 022-225-0082

ホームページ <http://www.ivict.or.jp/>

発行日 平成21年6月

調査・編集協力

株式会社 東京商工リサーチ 東北支社

〒980-0811 仙台市青葉区一番町三丁目3番16号 オー・エックス芭蕉の辻ビル8階

TEL. 022-262-3811 FAX. 022-266-6274

ホームページ <http://www.tsr-net.co.jp/>

Copyright 2009 by Industrial Vitalization Center for Tohoku 禁無断転載



