

TOKYO 商工連

とうきょう商工連プラザ

Plaza

2021

3

vol.358

商工会は 行きます 聞きます 提案します



卓上型の水蒸気蒸留器でヒノキ精油を製造

CONTENTS

②~④

緊急調査 コロナ禍の影響と今後の経営
「多摩島しょ小規模事業者経営動向調査」

⑤ 多摩地域商工会エリアの景況(平成2年度第3四半期)

⑥ <連載> 多摩おこし・島おこし「ウッドボックス」(三鷹市)

⑦ <連載> わが社の経営革新計画「VIVID productions」(狛江市)

⑧ <連載> ぶらり訪問 商店街の繁盛店
コロナ禍でも利益確保! 飲食グループ「帆翔」の積極経営(西東京市)

ヒノキ精油の次はジャガイモ焼酎です!

株式会社ウッドボックス 吉田 光世 専務

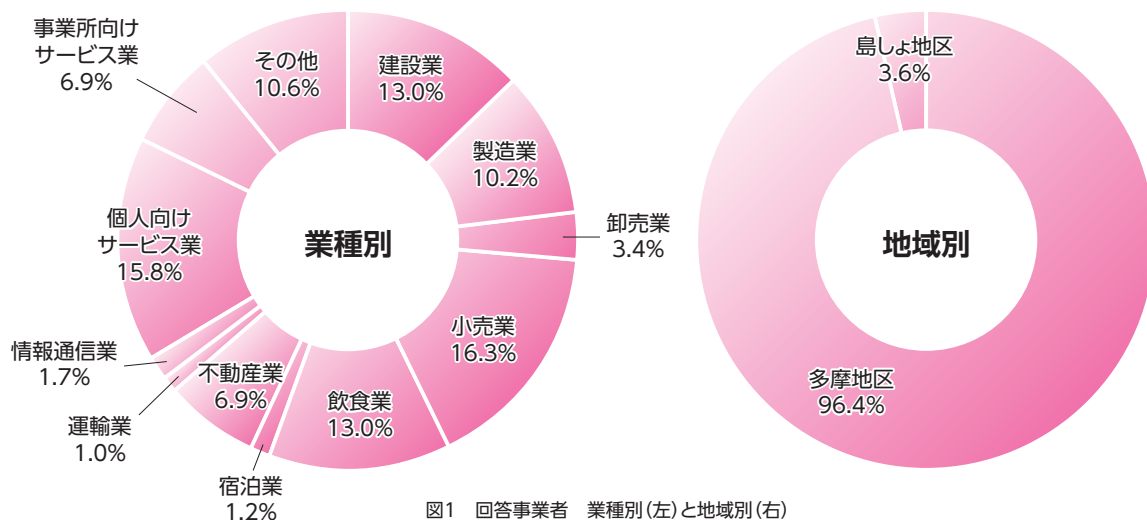
関連記事:P6「多摩おこし・島おこし」

緊急調査! コロナ禍の影響と今後の経営

多摩島しょ小規模事業者経営動向調査

東京都商工会連合会の「多摩・島しょ経営支援拠点」は、昨年12月、多摩地域および島しょ地域の小規模事業者に対して「多摩島しょ小規模事業者経営動向調査」を実施しました。本号では、新型コロナウイルスによる経営への影響や今後の経営についての調査結果を報告します。

本調査では、多摩地域および島しょ地域の小規模事業者10,000事業者に調査票を配布し、2,528事業者から回答を得ました。



■8割近い企業がマイナスの影響 飲食業や宿泊業への影響大

新型コロナウイルスの経営に対する影響では、全体の77.4%が「マイナスの影響あり」と回答しています。業種別にみると最も影響を受けているのが宿泊業96.2%、次いで飲食業92.8%、個人向けサービス業86.7%、製造業85.9%と続いています。

具体的な回答としては、「時短営業や席数減少による売上減少(飲食)」「観光客の減少(宿泊業)」「トラックの稼働率低下(運輸)」など、厳しい状況に直面しています。

また4.3%が「プラスの影響あり」と回答しており、「医療器具関係や空調関係部品の受注増加(製造業)」「出前やテイクアウトの増加(飲食)」「テレワークや業務のデジタル化への対応(情報通信)」など、売上を伸ばしている事業所もありました。

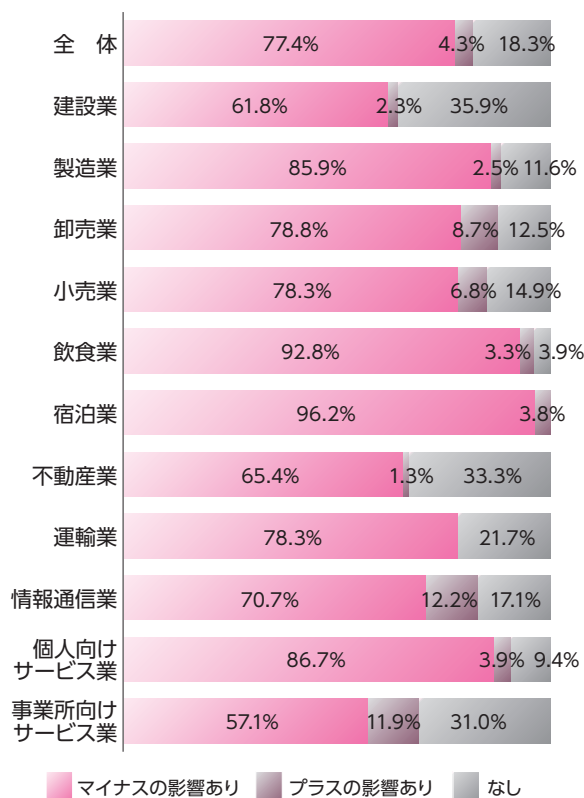


図2 コロナの経営に対する影響(業種別)

■ 資金繰りに課題が「ある」企業と「ない」企業の明暗がくっきり

現在の資金繰り状況については「ひっ迫して全く余裕がない」との回答が26.5%と全体の4分の1を占めており、「あと〇日程度でひっ迫する」8.9%と合わせると35.4%の事業者が資金繰りに課題があるとしています。

一方で「心配は全くない」との回答が44.5%となり、給付金や協力金、各種融資制度などの金融支援により一時的に手元資金が確保できていることが予想されます。その結果、資金繰りに課題がある事業者とない事業者の明暗がくっきり出ています。

業種別にみると宿泊業と飲食業が資金繰りに余裕がなく、建設業、運輸業、事業所向けサービス業、卸売業は資金繰りに余裕がある事業所が多い結果となっています。

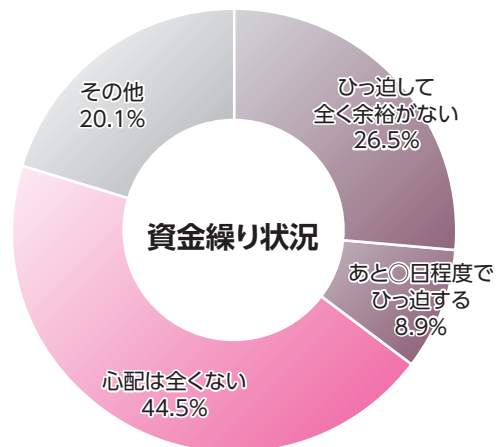


図3 現在の資金繰り状況

■ 昨年と同じ売上高に戻る時期は「見込みがない」が4割以上

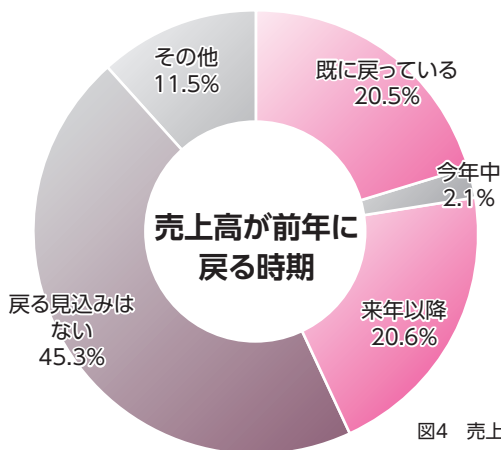


図4 売上が前年に戻る時期

前年と同じ売上高に戻る時期への問いには、「既に戻っている」と「来年以降」がそれぞれ20%に対し、45.3%が「戻る見込みがない」と回答、約半数の事業者が今後の経営に対して厳しい見方を示しています。

■ 半数以上が赤字 飲食業や宿泊業では7割超

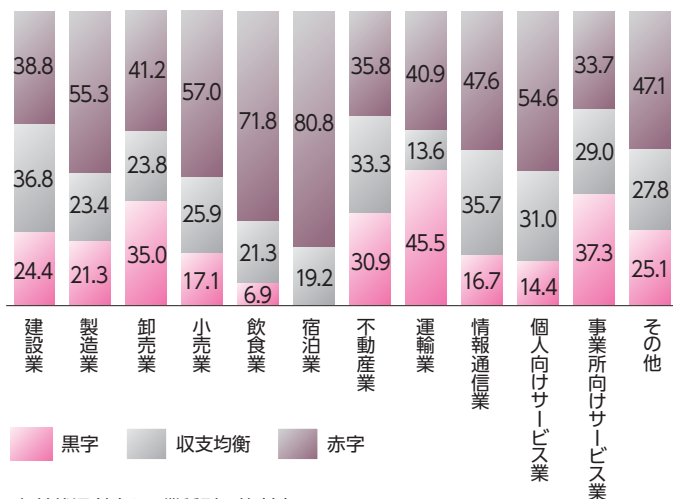
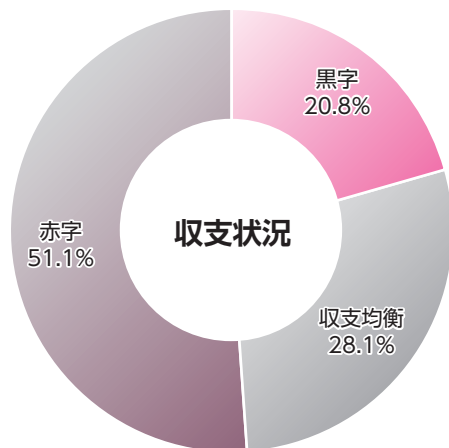


図5 令和2年1月～10月の収益状況(左)と 業種別回答(右)

令和2年1月～10月末時点の収益状況では、全体で51.1%が赤字と回答しています。業種別では、赤字が宿泊業80.8%、飲食業71.8%、小売業57.0%、個人向けサービス業54.6%と多く、厳しい収益状況となっています。

■今後の事業(ビジネス)は「変えない」と「変えていく」に2分

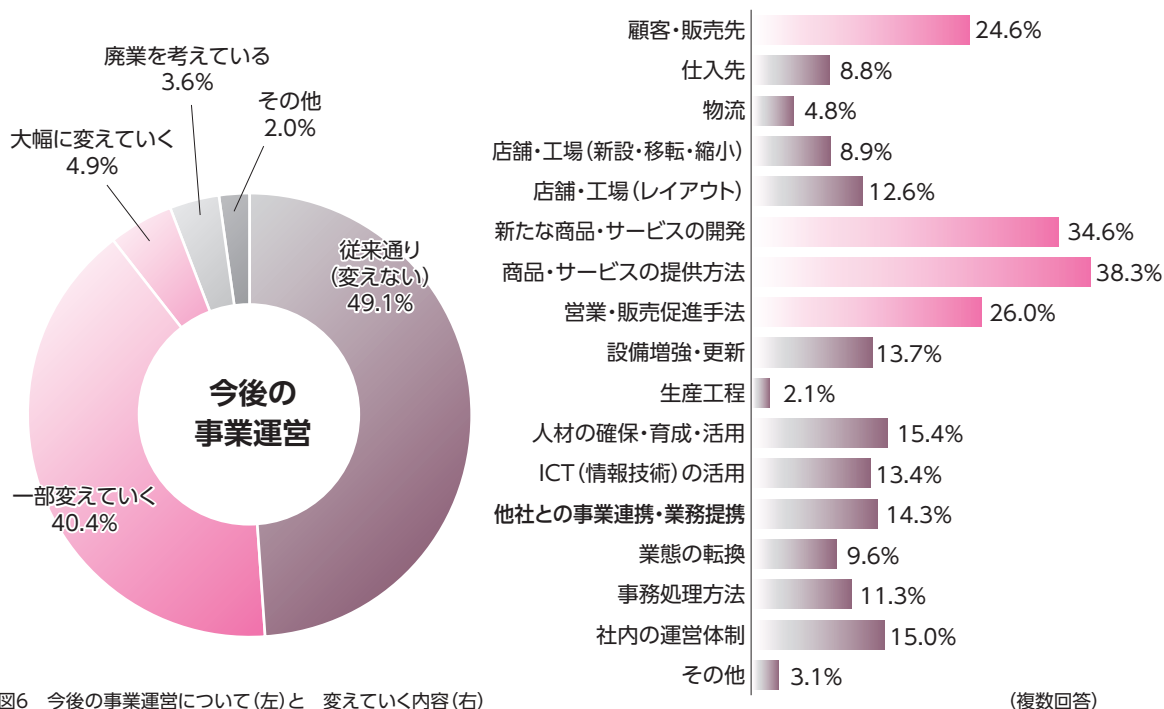


図6 今後の事業運営について(左)と 変えていく内容(右)

今後の事業(ビジネス)について「従来通り(変えない)」との回答が49.1%に対し、「一部変えていく」「大幅に変えていく」の合計が45.3%と2分される結果となりました。「従来通り」と回答した事業者の意見として「高齢なので変えることができない」や「資金的な余裕がない」などの意見もあり、変える意思はありながら変えることができない事業者も多く見られました。

また変えていく内容としては、「商品・サービスの提供方法」38.3%、「新たな商品・サービスの開発」34.6%、「営業販売促進手法」26.0%、「顧客・販売先」24.6%が上位となり、電子化・オンライン化をはじめ、業務提携による新サービスの導入、業態転換や経営の多角化などを挙げています。

新型コロナウイルス感染症の拡大は依然として収束の兆しが見えず、今回の調査以降、小規模事業者を取り巻く経営環境はより一層厳しさを増しています。

現在、この厳しい環境変化への対応が求められ、多くの事業者が事業継続に向けた新たな取り組みに着手しております。

商工会では、経験豊富な経営指導員を各商工会に配置し、さまざまな相談に対応しております。今後の経営に関するお悩みがありましたら、ぜひ、お近くの商工会にご相談ください。

*多摩・島しょ経営支援拠点では、コーディネーターと専門家による最大12回の訪問により、小規模事業者の経営課題の解決に向けたサポートを行っております。事業承継や事業継続に向けて個別のご相談にも応じております。まずは一度、お気軽にご相談ください(☎ 042-540-0130)

産業交流展、初のオンライン開催!

696社・団体が出展

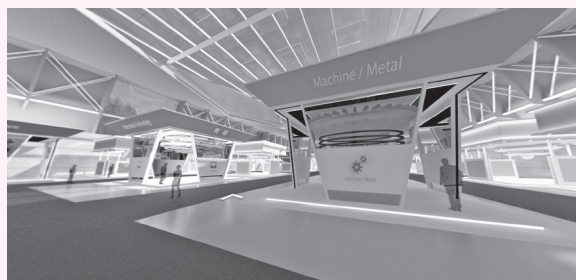
東京都、東京商工会議所連合会、東京都商工会連合会などが主催する「ヴァーチャル産業交流展2020」が1月20日から2月19日まで1カ月間、開催されました。コロナ禍でリアルでの展示会が開催できず、オンラインで開催されることになりましたが、3次元空間上に展示会場を再現し、ZOOMなどのオンラインコミュニケーションツールを使ったリアルタイムの商談機能やテキストチャット機能などを準備しました。出展社数は696社・団体、712ブースで国内最大級のオンライン総合展示会になりました。

最新バーチャルリアリティ (VR) 技術を用いて、リアル展示会に近いオンライン開催を実現しました。会場内をPC、タブレット、スマホを使って自由に移動することができるよう工夫されています。個々(個社)のページでは、WEB商談機能、チャット機能などを通じて担当者や直接商談が行なえるようにしました。

また、ロボット研究の第一人者である石黒浩阪大教授の基調講演をはじめ、新型コロナ対策で評価が高い、台湾のオードリー・タンIT担当大臣などの特別公演も行われました。



▲ヴァーチャル展示会場のイメージ



中小企業景況調査

多摩地域商工会エリアの景況

製造、建設、小売の売上高DIは2期連続改善
次期見通しは厳しい

2年度
第3・四半期
10~12月

製造業

売上高前期比DIは改善。採算期中DIは横ばい。資金繰りDIはプラス圏に大きく上昇。経営上の問題点の第1位は5期連続「需要の停滞」。

小売業

売上高前期比DI、採算期中DI、資金繰りDIのいずれも改善。経営上の問題点の第1位は3期連続「需要の停滞」。

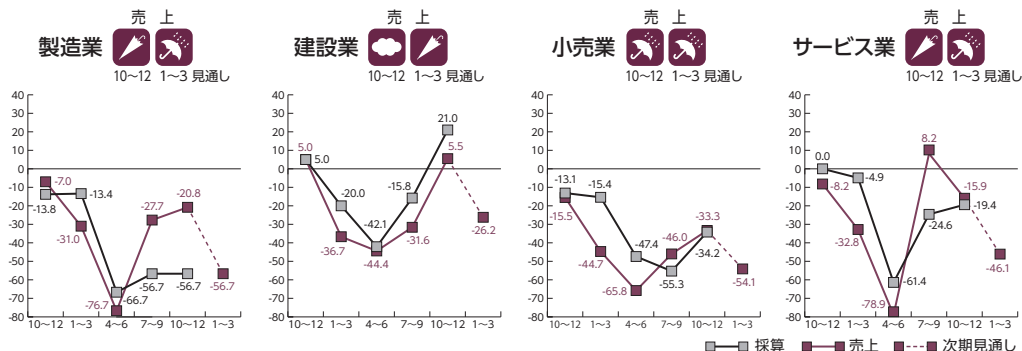
建設業

売上高前期比DIと採算期中DIはプラス圏に大きく上昇。資金繰りDIは悪化。経営上の問題点の第1位は2期連続「従業員の確保難」。

サービス業

売上高前期比DIは悪化。採算期中DIは改善。資金繰りDIは悪化。経営上の問題点の第1位は3期連続「需要の停滞」。

売上高(前期比DI)・採算(期中DI)の推移



調査企業の声

- *新型コロナウイルスの影響で受注が停滞している。動き出すのは4月以降と予想。(プラスチック板・棒製造業)
- *在宅で壁の汚れが気になり、抗菌作用のあるクロスに張り替える方が多くなっている。年末の清掃依頼も前倒しの傾向がある。(建築リフォーム工事業)
- *プレミアム商品券やGoToEATを機会に新規客も増えることを期待したい。(パン小売業(製造小売))
- *地域イベントがすべて中止の状況でモチベーションを保つための独自イベントを開催するが、緊張感乏しい。(スポーツ・健康教授業)

注1. DI値(景気動向指数)のプラスは好転、マイナスは悪化とみる。
注3. サンプルは多摩地域150企業原数値採用。

注2. DIマーク ※:+30~ ☆:+10~+30 ☁:+10~-10 🌧:-10~-30 🌩:-30~
注4. 採算は当期中の「好転」-「悪化」のDI値



ヒノキ精油の次は
ジャガイモ焼酎です!

株式会社 ウッドボックス
専務 吉田 光世 氏

多摩おこし・島おこし 三鷹市

この人に聞く

No.23

—吉田さんはウッドボックスの専務であり、「東京檜研究所」の所長として檜原産ヒノキを使った雑貨や工作キット、ヒノキ精油とその関連商品の開発・製造に取り組んでいます。そもそも「ウッドボックス」という社名は、大手制御機器メーカーを退職した山口雄二さんが2008年に創設した電子計測機器やシステムを開発する会社の名前。山口さんが若かりし頃に作ったバンド名でもあったそうですが…。

そうです。話せば長いことになるのですが、私はその会社の新事業部門の部門長という役目で、今、東京都檜原村の古民家で水蒸気蒸留法による、ヒノキ精油の製造を行っています。さらに、今年中には固形化したヒノキ精油の新商品を開発し、同時に檜原村特産のジャガイモを使った焼酎作りにも取り組んでいきます。

—社長の山口さんとの出会いは?

山口社長に言わせると、私は“そこいら辺に落ちていた逸材”(笑)らしいのですが、モノを作って生きていこうということでは、方向性が一致したみたいです。元々はグラフィックデザイナーで、筑波大の芸術専門学群を出て、デパートのハウスエージェンシー、大手広告代理店、JALの選任デザイナーなどを経験しました。会社生活10年で一息入れようとフリーになっているときに出会いました。2014年のことです。

—そこからの展開が急でした。

ウッドボックスには、ジャンルを問わずに「モノづくりで地域に貢献する事業体」という“きまり”がありました。本社は山梨県大月市で三鷹市に事業所を置いています。三鷹の事業所ではレーザー加工機や3Dプリンターを使った雑貨、キットなどを扱っていましたが、良質の国産ヒノキ材がレーザー加工に向くことが分かり多用していました。すると、女性スタッフがヒノキの香りに目(鼻?)を向け始め「これを事業化できないか」ということになりました。

ウッドボックスが運営する三鷹市のものづくり工房「ファブスペースみたか」で、ヒノキ精油を紹介したところ、お客様に大変喜ばれたことから、2018年に檜原村のヒノキを使い精製をスタートしました。私自身も「ヒノキの近くに住まなければ」ということで拠点を檜原村に移しました。2019年1月に工場開設場所を決定し、3月には檜原村からの企業誘致が決まり、製品開発が始まりました。

忙しい時期でしたが、抽出法や成分などを学び、試作・改良を重

ね、製品化しました。山口社長も蒸留装置の改良などで後押ししてくれました。その年の暮には、東京都の事業である、「TOKYOイチオシ応援事業」に「多摩産檜の間伐材を活かした香りの固形化」という事業が採択されました。

—焼酎の製造も目標に入っているようですね。

檜原村から、指定管理者として、焼酎工場の運営の委託を受けました。村特産のじゃがいもをベースにした焼酎の生産・販売です。早ければ今年中にも実現したいと、今、酒造免許の取得を目指しています。焼酎工場は、物販、飲食などの機能も併せもつ場所なので、将来的には、村民、特に若い人の働く場所となることが目標です。

—吉田さんにとって、商工会の存在は?

はい。三鷹商工会さんは資金のことも、マネジメントのことも、気軽に相談にいける近くの経営相談所です。専門家派遣や活力向上プロジェクトでは、ダメなところ、ステップアップが必要なところを指摘され、その都度、助言をいただいています。特に、工業部会さんにはお世話になっています。一度宴会に参加すれば、もう10年来の仲間として扱ってくれる心優しき先輩方の集まりです。

—今後の事業展開をどう考えていますか。

変化の激しいこの時代に、「自分の仕事は自分で作る」ことを基本として、地域・行政・そしてお客様とのつながりを大事にしたビジネスを展開していきたいと考えています。そのためには、常に視野を広く持ち、必要な技術や知識を習得し、多くの人と知り合い、学び続ける努力をしていきたいと思っています。

株式会社
ウッドボックス
東京檜研究所

〒190-0205
東京都西多摩郡檜原村
桶里4341
TEL: 042-588-4602
URL: <http://plusfff.com>

ウッドボックスが運営する
「ファブスペースみたか」



協会けんぽ東京支部の加入者・事業主の皆様へ

令和3年3月分(4月納付分)からの 協会けんぽ東京支部の保険料率についてお知らせします

	令和3年2月分まで (3月納付分)	令和3年3月分から (4月納付分)
健康保険料率	9.87%	9.84%
介護保険料率	1.79%	1.80%

保険料額表は協会けんぽの
ホームページから
ダウンロードできます。

協会けんぽ東京

検索



新製品・新事業への挑戦で、さらなる飛躍を!

わが社の 経営革新計画 PART2 No.19

すでに米国やカナダの事業者が瞑想アプリや入眠アプリをスマホアプリなどの形で提供し、米国の事業者などは月間3億円近く売り上げるなど、全世

米国事業者が 月3億円を売り上げている

人間の耳に聴こえる周波数の上限を超えて複雑に変化する超高周波の音(ハイレゾリューション音)CD音質をはるかに上回る高解像度音質)を含む「ハイパーソニック・サウンド」が注目されています。聴こえない超高周波音を体の表面から受けることで基幹脳の血流が増え、やすらぎ、好感の形成、健康の増進などのポジティブな効果を体にもたらすことが科学的に証明されています。これを「ハイパーソニック効果」と呼んでいます。日本でも鼓膜では聴き取れないハイレゾ音源をヘッドホンで聞いた場合「脳が快感を感じる」という実験結果が出ています。

やすらぎ、好感の形成など
ポジティブな効果を体にもたらす
ハイパーソニック・サウンドを提供



有限会社
VIVID
productions

代表取締役
西本 憲吾 氏

界でユーザーが広がり現在5000万人を超える市場が形成されています。当社も2017年から同分野に事業性があると感じ、リラクゼーション効果があるとされるさまざまな自然音やアコースティック音楽をハイレゾで収録したCDを販売していました。また、2019年3月からは、日本国内を中心に、独自開発したハイレゾ対応のスマホ音楽アプリとして高音質(圧縮音源ベース)のコンテンツを配信しています。ただ、世界の音源圧縮技術の進展が予想以上に遅く、やむなく30年前に開発されたMP3という古い圧縮方法を使わざるを得ないなど、CD、アプリ共にハイレゾの最大のメリットである超高周波をユーザーに届ける環境が整っていないのが現状です。

NHKで15年間「音作り」ポプスからドキュメンタリーまで

当社は、2001年にNHKを退職して立ち上げた音楽制作会社です。録音技術をベースに音楽制作を行い、自社で録音機材、スタジオを備えて、TV用の楽曲制作や録音、CD制作、および著作権管理を主体に事業展開しています。私自身は、NHKで製作技術部門の音楽担当で、15年間録音技術師として音作りに携わりました。分野は、ポップス、ジャズ、クラシックなど音楽コンテンツの制作、ドキュメンタリー番組、教育番組など広範にわたりました。スーパーハイビジョン(8K)の音響システム作りにも関わりました。

5Gが追い風! ハイレゾ&日本らしさが狙い

数年前から、ハイレゾで自然の音を録音し始めました。ストレスの多い現代社会において、欧米だけでなく日本でも「これまでのメディアでは再現できない高い周波数によるリラクゼーション効果が期待できる」と評価され始めてきたからです。気に入った波の音を取りに20カ所以上の海岸を駆け回ったこともあり、たぎ火の音を録音するために3カ月ほどかけて栗の木が燃える音がいいことを発見しました。また、ハイパーソニック効果が望める有効な高周波を多く含む、鹿おとし、水琴窟などの日本固有の自然音や、琵琶や琴、尺八などの和楽器のハイレゾ音を積極的に収録しています。狙いはズバリ、ハイレゾ&日本らしさです。こうした厳選されたハイレゾコンテンツを多く保有することが、今後の事業展開を有利に進めていくカギになります。

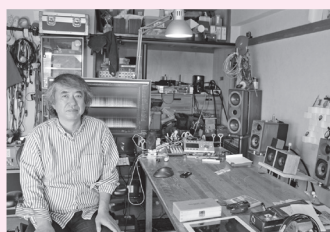
もう一つ私どもの事業展開の追い風となる大きな技術的変革があります。通信の新規格である5G(第5世代移動通信システム)です。今月下旬から一部地域で使えるようになります(サービス地域は順次拡大予定です)。これで、4Gでは6分程度かかっていた約4・147GB(キガバイト)のハイレゾ音声のファイルがわずか3・6秒でダウンロードできるようになります。長さやコストのストレスなく利用できるようになります。当社のハイレゾコンテンツは大半が60分サイズです。そ

の質の高さは、欧米勢を現時点でも凌駕していると思っています。

多言語化で世界へ Apple、Googleのプラットフォームで運用

今回、経営革新計画の承認を目指すことになったのは、当社が得意とする高度なハイレゾ音の録音技術が生かせること、5Gサービスが本格化すること、コンテンツの蓄積量が豊富になってきたことなどが大きな理由です。また、既存事業の「音楽制作および録音・販売」が安定的な経営基盤を維持している間に、今後の事業の核となるハイレゾ音の提供事業を立ち上げようと考えました。

今後、ハイレゾ音質による新たなコンテンツ提供のため、アプリ機能の開発を進めていきます。多言語化なども含まれます。開発終了後、Apple、Googleのプラットフォームで運用を開始します。ツイッター、インスタグラムなどのSNSの活用も視野に入れています。



▲小さな音楽工房からヒットの予感

住所: 〒201-0014
東京都狛江市東和泉2-20-301
TEL: 03-5761-7116
URL: <http://www.vvd.jp>



コロナ禍でも利益確保! 飲食グループ「帆翔」の積極経営

西東京市
株式会社 帆翔 社長 山本 泰嗣 氏



チャンスがあるなら挑戦する。
やらないで後悔より、やって失敗したほうがいい!!

新型コロナウイルスの勢いは未だ衰えず、中でも飲食業は最もコロナ感染症拡大の影響を受けている業種だ。非常事態宣言下では全く客が寄り付かず、度重なる営業時間の短縮要請も経営を圧迫し、深刻なサバイバルゲームの真っ只中にあるというのが現状。こんな厳しい環境下において、創業11年になる飲食店グループがしたたかな事業展開を見せている。西東京市を中心に業容拡大し、前年同期と遜色ない経常益を出している「株式会社 帆翔」がそれ。地域密着型の飲食店グループとして、その積極経営が注目されている。

帆翔の経営を担うのが山本泰嗣社長(41歳)。地元の高校を卒業後、さまざま飲食店を経験し、飲食業のいいところ悪いところを熟知した上で、初めての店舗「カジュアルダイニング 邑(ゆい)」を2009年に開業した。その時山本さんは30歳。資金は全部借金。親や親せきを拝み倒して集めたそうだ。

背水の陣で始めた「邑」の基本理念は地域貢献。“地元へ愛される店、サービスの地域No1”を目指した。「洋風居酒屋という、それまで田無にはなかった業態。仕事帰りの30代、40代が利用してくれたし、何より仲間や地元の方に支えられた」と述懐する。

12年に「株式会社 帆翔」を設立。16年には邑の開業以来の知人が他の事業にシフトするというので、知人が保有するラーメン部門を買収し「麺屋ジャイアン本店」と「麺屋ジャイアン2」の2軒のラーメン店を田無に開店した。続けて花小金井に「麺屋ジャイアン花小金井店」を開いている(現在は本店を閉め、ジャイアン2が田無本店に)。

ラーメン店への進出では「季節に左右されないし、安定的な売上が期待できる。とんこつ味のコッテリ系のラーメンで、20代、30代がターゲット」などを理由に挙げた。ラーメンの味を決めるため「3カ月間、1日3食ラーメンを食べる日が続いた」と笑いながら振り返る。

さらに19年には東久留米市の洋菓子店を買収し、「菓子工房 pure」として開業する。これは主にファミリー層や女性向けの新事業。クリスマスには2カ月分の売上が見込めるというメリットもある。

3つの業態で4店舗。たまたまそうなったのか、意識的にそのようになるようにしたのか?お客さんの年齢層や性別、来店目的がそれぞれ違うことが、1つの店舗が不採算になった場合に他の店舗がカバーするという、相互補完の形に巧まらずに

いるようだ。同じ業態のチェーン店ではこうはいかない。

これが、「今回のコロナ禍で非常に大きな力を発揮した」と山本さん。「邑は、コロナ禍の前からテイクアウトやケータリングに力を入れていた。それでも単体では対前年比(11月決算)で30%は落としている。逆にそのくらいで済んだのが大きかった」。

だが、ラーメンのジャイアンは、特に大きな対策はしていなかったそうだが、現在は同90%程度にまで戻っているようだ。

一方、菓子工房pureには、緊急事態宣言下の4月にあえてリニューアルするほど力を入れている。「自宅でのパーティーなどで、より盛り上がりたいたくため、ケーキやクッキーにプリントできる(食べれるシートを作る)フードプリンターを導入したのがヒットした」とのこと。売上は10月に対前年比40%増、11月は60%増を記録した。

結果として3事業4店舗の決算(2020年11月期)は「売上高ではさすがにマイナスだが、補助金などもフル活用したため、経常益は昨年と同等になる」という。堂々たるものだ。コロナ禍でも生き抜ける飲食店グループとしての面目躍如というところか。

さらに2月には田無駅前のビスタにあった邑を閉め、その跡にサンドイッチの店「カサネヤ」を開店した。見切りも早い。「同じ田無エリアに競合店がない。見て楽しい、食べて美味しい、体に優しいサンドイッチを提供したい」。また、新しいチャレンジが始まる。

「私は基本、スーパーポジティブ」と山本さん。「チャンスがあるなら挑戦する。やらないで後悔より、やって失敗したほうがいい」という考え方。「イベントやお祭りが大好き。地域が笑顔になるのなら何でもやる」と意気軒高だ。現在、西東京商工会青年部長でもある、地域おこしのため、次世代を担う若手の育成にも力を入れている。



〒202-0015
西東京市保谷町5-6-22
TEL:042-455-1015

▲力を入れている菓子工房「pure」

URL: <http://www.hanshou.co.jp>