Vol.22
2020 Autumn

GOOD SMILE

ひがしんコミュニティ誌 “グッドスマイル” ――あたたかく ―― 人へ・街へ

ウィズコロナ時代の新たな光と色と形

コロナ禍をチャンスに変えた中小企業の経営者たちに迫る。

東京東信用金庫

特集 ウィズコロナ時代の新たな光と色と形

新型コロナウイルスの感染拡大によって、世界は新たな局面を迎えました。日常生活はもちろん、経済活動においても、多様な変化が起きています。中小企業・小規模事業者にも大きな影響を与え続けていますが、コロナ禍をチャンスに変える経営者の方々がいます。

ひがしんのコミュニティ誌「ＧＯＯＤ　ＳＭＩＬＥ」第22回の特集テーマは「ウィズコロナ時代の新たな光と色と形」です。”コロナ禍をチャンスに変えた“その経緯や背景に迫り、この時代を生き抜く、さまざまなヒントをお届けします。ひがしんは今後も”夢を夢で終わらせない信用金庫“として、地域の持続的発展に貢献できるよう全力で取り組んでまいります。

Contents

匠光
20世紀が電気の時代ならば、
21世紀は光の時代になる。
コロナに負けない光がある。

04

岡本硝子株式会社　代表取締役会長兼社長 岡本毅氏
千葉県柏市十余二380

変革
スタッフたちがゼロからフェイスシールドを作って、
宣伝して、受注につながった。
私は何もやっていない（笑）。

06

有限会社三幸　代表取締役 小沢頼寿氏
東京都足立区東和5-12-24

空想
それが描きづらい世の中になった。
だからこそ、もう一度、
現実的な空想を書く――。

08

株式会社ほたか　代表取締役 広瀬琢磨氏
東京都台東区三筋1-6-2

共創
お店を閉めたことで、
さらに足指を解放できるアイデアがでた。
売上減の中でも、ワクワクしていた。

10

オレンジトーキョー株式会社　代表取締役 小髙集氏
東京都墨田区緑1-24-2

前進
「あれぐらいなら、うちでもできそうだよ」。
その言葉が嬉しかった。
常に先駆け、アイデアをカタチにしていく。

12

株式会社ミヨシ　代表取締役 杉山耕治氏
東京都葛飾区西新小岩5-19-14

寄稿　乾杯！小規模企業　東京東信用金庫 前会長　髙橋 久雄 氏　14

特集／ウィズコロナ時代の新たな光と色と形

試行錯誤の技術力が放つ コロナに負けない光

特殊ガラスと薄膜で
光の時代をリードする

岡本硝子株式会社

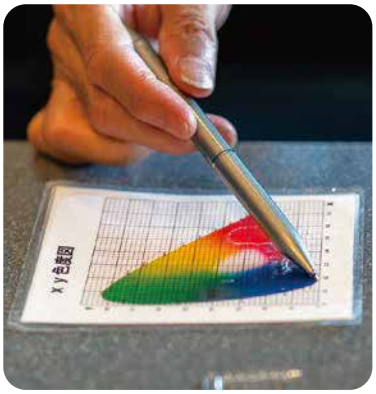
代表取締役会長兼社長 岡本毅氏

光分野における商品開発を行う特殊ガラス製品メーカー。ガラス成型、薄膜蒸着技術等を駆使してガラスの高付加価値に取り組む。プロジェクター用反射鏡、同マルチレンズ、歯科用デンタルミラーは世界トップシェアを誇る。

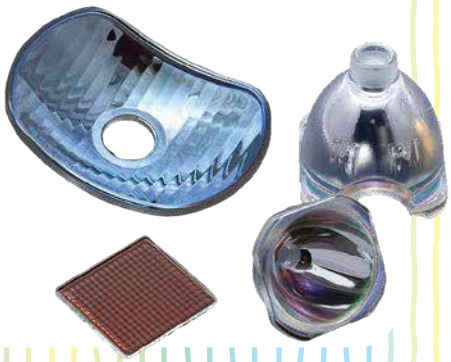
Topic01 使用機会の減少による大きな打撃

コロナ禍に見舞われ、世界中で外出自粛・禁止の動きが広まった。ビジネスシーンにおいても、リモートワークが推奨され、人が集まる会議や打ち合わせなども中止に。そのため「プロジェクターの使用機会そのものが縮小し、需要が急激に落ち込みました」と岡本硝子㈱代表取締役会長兼社長の岡本毅氏は語る。同社はプロジェクター用の反射鏡やマルチレンズを製造し、世界トップシェアを誇るが、プロジェクターを使用するイベントや映画館の中止・休館が相次いだことも重なり、「大きな打撃となり、何か手はないかと思案していました」と続ける。

暗闇を照らす光は、同社の技術力と科学力によって生まれる。それが新型コロナウイルスを殺菌・不活化させる紫外線高反射膜（UV膜）だ。同社は、耐熱性のある特殊ガラスの開発や、金型とガラスの緻密な温度コントロールによる精密成型技術とともに、曲面のある立体形状の製品に、数十層の薄膜を均一、または不均一に成膜する技術を持つ。ガラス表面に金属や化合物の薄膜をつけることで新たな機能が加わるため、コロナ禍以前に、同社ではUVを反射する膜の依頼や高い反射率を求める注文に応えていた。それらの技術を組み合わせることで、「新型コロナウイルスの不活化に効果的とされる265ナノメートル付近の紫外線を効率良く反射させるUV膜を開発することに成功しました。さまざまなメーカーさんと組むことで、物質の表面や空気、水などの殺菌・滅菌装置として展開でき、広く感染予防に寄与すると考えています」。岡本氏はピンチをチャンスに変え、ウィズコロナ時代に向けた新たな事業戦略を推進させる。



▲紫外線領域について説明する岡本氏



Topic 02

Try&Error その蓄積こそが基盤

UV膜だけではなく、IoT時代を見据えて「特殊ガラスを用いた次世代通信技術である5G通信部品用材料の開発や、次世代自動車のヘッドライト、安全センサー用部品の開発に取り組んでいます」と岡本氏は未来を見据える。「一口にガラスといっても、その用途は多様。耐熱性の高い特殊ガラスは物理的に割れにくく、鋼以上の強さをもちます。主原料の二酸化ケイ素のほか、数十種の原料があるため、その組み合わせは無限大です。我々のような小さな会社が世界で勝負できるのは、これまで磨き続けてきた職人の技と、トライ&エラーの蓄積があるからです」と力を込める。同社の工場ではベテランと若手が共に汗を流し、女性も活躍する。職人の技は次世代につながっていく。

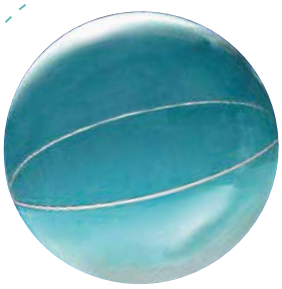
岡本氏に、今後の展望を尋ねると「20世紀が電気の時代であったならば、21世紀は光の時代になります。白熱灯から蛍光灯へ、そしてLEDと進化し、その先にレーザーがある。レーザー光源の台頭により、複雑な立体形状のガラスへのニーズはこれまで以上に高まると考えています。光の効果を高め、コントロールするのがガラス。光の時代をリードし、多様な商品・サービスを提供していきます」。同社は、匠の技を活かし、世界と未来に向けて〝匠の光〟を放ち続ける。

▲匠の技はベテランから若手へ継承され、確かな技術力と高度な科学力が融合する。

EPISODE

はみ出しSMILE

UV膜の開発成功の裏に苦労あり。開発に当たった社員は、「反射波長域をUV-Cまで低減させるために、材料の選定や混ぜ合わせ方に苦労しましたね」と吐露する場面も。



フリーフォール型深海探査機

「江戸っ子1号」

岡本硝子㈱の技術を物語る製品に、耐圧ガラス球がある。高い圧力がかかる深海でも割れないこのガラス球を利用した「江戸っ子1号」は、深海調査・研究に活用されている。現在では、深海底での生分解プラスチック分解試験を実施。海洋資源調査や、宇宙から降り注ぐ素粒子、ニュートリノの観測への活用が予定されている。

電子部品を支えるミクロなガラスや新成膜技術など、岡本硝子㈱はガラスの可能性を広げ続けている。

特集／ウィズコロナ時代の新たな光と色と形

医療を支えるアクリル 神風を吹かせた社員のチカラ

世界中をカラフルに。
人々を笑顔に。

有限会社 三幸

代表取締役　小沢頼寿氏

アクリルパーツの加工専門工場、オリジナルのアクリル板の〈Tokyo Acryl〉ブランドを立ち上げる。お店には常時700種類以上のアクリル板が並び、多種多様な色合いのアクリルを使ったアクセサリー作りも楽しめる。

Topic01 ゼロからの開発。試行錯誤と神風

新型コロナウイルス感染症の予防を目的に、マスク以外の防護具として注目されたのが、飛沫の拡散を防ぐ〝フェイスシールド〟。3月中旬、㈲三幸代表取締役の小沢頼寿氏はTVでフェイスシールドの存在を知り、「これならうちでも作れる。感染予防に役立つことができる」と開発を決意する。同社は、アクリル板の加工を手がけ、主にアクセサリーパーツを製造。コロナ禍で不振に陥ったアパレル業界の影響をまともに受けながらも、試行錯誤を繰り返し、今までつくったこともなかったフェイスシールドをゼロから開発する。試作数は数百を超え、努力は実り、ようやく製品化にこぎつける。

しかし、材料も加工技術もあったが、販路をもっておらず、当初はお店の前に陳列するにとどまっていたという。「その時に、神風が吹きはじめました。製品の強度を確かめ、改善点を見つけるために、通勤時でも常にフェイスシールドをかぶっていた専務が、そのまま歯医者へ。そこで、その歯医者さんから注文をもらったんです」と小沢氏は大きく笑う。

▲改善を続けるフェイスシールド

歯を削る際など飛沫を防ぐフェイスシールドを求めて、近所の歯科医からも注文が入りはじめる。マスク同様にフェイスシールドも品不足であったこともあり、小児科医や多くの人が集まる倉庫で働く人たち、窓口業務を必要とする自治体など多くの人の目に留まりはじめる。

さらにメディアに紹介されたことで一気に注文増となるが、ここで問題が起こる。「電話やFAXでの受注であったため、その対応に追われ、在庫管理が困難になってしまいました」。

Topic 02

誰かのために。笑顔を咲かせる意志

注文増は嬉しい悲鳴に聞こえるが、小沢氏は「夜中に医療従事者の方から電話をもらったこともあり、現場のみなさんが逼迫していることを実感しました。長崎、広島、北海道と全国から問い合わせがくるようになり、フェイスシールドを必要とする方々の期待に応えられるように、いつでも注文が受け付けられるよう、自社のECサイトを立ち上げることを決めました」。人のため、社会のため、その温かな想いが原動力となり、困難を乗り越えていく。当時を振り返りながら、小沢氏は「僕は何もやっていないんですよ(笑)。スタッフ一人一人が問題意識をもち、製品をつくり、改善を続けてくれました。そして、宣伝し、サイトをつくってくれたんです。本当にスタッフに恵まれました」。社員を想う気持ち、社長を支えたいという気持ち、神風が吹いたのは決して偶然ではない。

今後の展望をお聞きすると「〝世界中をカラフルに。人々を笑顔にする〟ことですね」と快活に語る。アクリルは多彩な色、多様な形に変化させることができる素材。同社のフェイスシールドは額があたる部分にウレタン製のスポンジを付け、長時間装着していても疲れにくいだけでなく、ヒゲをデザインしたバージョンも開発し、心配りと遊び心にあふれる。最後に小沢氏は「これからも変革を続けていきます。今まで通りでは前に進めないのであれば、自分たちが変わっていくしかない」。アクセサリーとして、防護具として、アクリルの可能性を広げながら、たくさんの笑顔を咲かせ続ける。

三幸の直営ショップ

TOKYO ACRYL

東京都足立区東和5丁目12−24
東京メトロ千代田線北綾瀬駅 徒歩8分
OPEN 13:00〜17:00／月・水・(土不定期)
お店では、アクリルパーツを組み合わせてピアス（イヤリング）を作るワークショップなどを開催。詳しくは
https://www.tokyoacryl.miyukiacryl.tokyo/

Tokyo Acryl Online store
https://www.tokyoacryl.miyukiacryl.tokyo/onlinestore

▲珊瑚色や群青色、ラメや和紙を封入した多様なアクリル板などが並ぶ

EPISODE

はみ出しSMILE

取材に訪れると、社員が小沢氏の誕生日を祝っていた。照れ笑いを浮かべる小沢氏は「本厄に突入しました！」。三幸の温かな社風がうかがえる。

特集／ウィズコロナ時代の新たな光と色と形

人が来られない。ならば"書く、たのしさ"に出逢える入口を

「書く」ことを
たのしむ場の創出

株式会社ほたか

代表取締役 広瀬琢磨氏

2010年、ものづくりの街ともいえる蔵前で「書くきっかけを作る」文具店として「カキモリ」をオープン。オーダーノート、オリジナル文具など、他では手に入らない商品や体験が得られる文房具店です。2020年より、ブランドサイトも展開。

Topic 01

インバウンド比率25%から一転

書くことのたのしさを広げていく――。㈱ほたかが運営する文具店「カキモリ」は、自分仕様のオーダーノートや、多様なオリジナル文具を販売し、国内だけではなく、海外のファンも多い。お店を訪れる外国人観光客の姿も年々増え続け、売上に占めるインバウンド比率は約25%までに伸長していたという。その経営戦略は業界のなかで高く評価され、「2019年の経営は順調そのもの。2020年はインバウンド比率を60%にしよう!と社内で盛り上がっていました」と㈱ほたか代表取締役の広瀬琢磨氏は振り返る。

しかし、コロナ禍の暗雲が垂れ込める。人の流れが止まり出したことで、広瀬氏はいち早く行動を開始する。緊急事態宣言の出る前に臨時休業に入ったのだ。従業員の命、健康を守るために、そして、新しい小売りのカタチを模索するために。「既存のWEBサイトをリニューアルすることに重点を置きました」。〝書く、たのしさ〟を提供するカキモリでは、Face to Faceの接客が欠かせない。そのため、これまでのWEBサイトの立ち位置は、遠方のリピーターからの注文を受け付けるだけの場所だった。それを「店舗と同様にカキモリのブランドコンセプトやストーリーを体感できる場所にしようと思いました。オンラインチャットを導入して、コアなカスタマイズ注文にも対応できるように。サイトがカキモリの入口の役割を果たすように」。オンラインの技術が格段に進歩している今だからこそ、できることは多いと続ける。多言語化にも対応したリニューアルサイトはこれまで以上に大きな入口となる。

▲美しさと使い勝手を両立するガラスペン

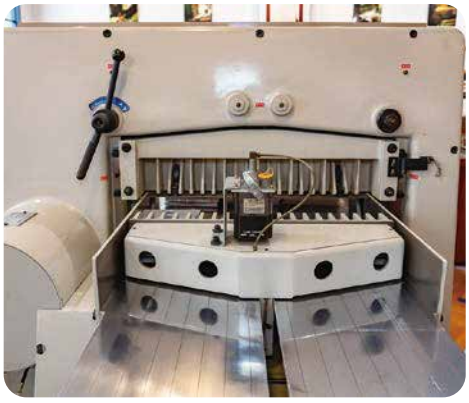
Topic 02

新しい小売りのカタチを模索

それではお店はどうなるのであろうか、なくしてしまうのか――。「お店は残します。そしてリニューアルします。誰もが訪れることのできる広い入口がサイト。そして、より深くカキモリの魅力を体感できる場所がお店です。双方によって、新しい小売りのカタチを目指したいですね」と広瀬氏は笑みをこぼす。

具体的にはお店で取り扱う品数を減らし、1つ1つの文具の背景やストーリー、作り手の想いにフォーカス。ワークショップの開催も含めて、書く体験の創出も図るという。また東東京の蔵前の地に店を構えるメリットとして「多種多様なつながりが生まれますね。草木染めや革を扱う業者さんがいて、近所の飲み屋で飲んでいると、新しいノートの表紙のアイデアが実現することも(笑)。ものづくりのまちだからこそです」と広瀬氏は地域に根ざし、地域を愛する。

大きな転換期を迎えた広瀬氏は最後に「今だからこそ、空想を描くことが大切。それが描きづらい世の中になった今、私もスタッフも、現実的な空想をたのしく、書くところからはじめています」。カキモリの新しい物語がはじまる。



▶店舗ではさまざまな機械を駆使して、オーダーメイドの要望に応える

▲店舗リニューアルとともに、カキモリは完全キャッシュレス化も目指す

EPISODE

はみ出しSMILE

現在の心境を「空想」の文字で表した広瀬氏。実はちょっと迷っていて「覚悟、忍耐、ん～現実逃避…、逃避はまずいですね(笑)」。

たのしく、書く人。

カキモリ

東京都台東区三筋1-6-2
都営浅草線 蔵前駅：A1出口徒歩8分
JR浅草橋駅：西口徒歩10分
OPEN11:00～18:00／火曜～日曜・月曜定休（祝日は営業）
※予約なし、混雑時は入場制限をいたします。
詳しくは、https://kakimori.com/

地に足をつけ、商品改良へ ふっくら、やわらかな足元へ

足指を解放する、布ぞうり

オレンジトーキョー株式会社

代表取締役　小髙集氏

地域に根ざした地場産業「莫大小」（めりやす）に源流を持ち、2012年にオリジナル布ぞうりブランド「MERI」を発表。繊維に関わるものを原料としデザイン（企画）から製造（物づくり）、そして販売（事づくり）までを行う。

Topic 01

売上倍増計画から、急転直下する

墨田区両国――。地場産業である莫大小（めりやす／編み物・ニット）の技術を基盤にして、この地で新しい商品を企画・製造・販売まで一貫して行うのが、オレンジトーキョー㈱代表取締役の小髙集氏。ニット素材の布ぞうりブランド「MERI」は、その履き心地の良さ、足指が解放される感覚から高齢者はもちろん、そのデザイン性の高さから若者、また子どもをもつ親御さんにも人気の商品だ。羽田や成田空港にも商品を卸し、外国人の愛用者も多く、店舗はすみだ北斎美術館や江戸東京博物館の近くにあるため、小髙氏は「インバウンド需要を見込んで、2020年は売上倍増計画を立てていましたが、その矢先のコロナ禍。4月の売上は70％ダウンでした」。

▲莫大小によって編まれ、柔らかな履き心地の布ぞうり

多くの中小企業と同じように、同社も売上減の日々が続く。しかし、小髙氏は「少し語弊があるかもしれませんが、ワクワクしている自分もいました」と当時の心境を語る。「ひがしんさんは良くご存じでしょうが、この商売は全然、儲からないんですよ（笑）。1つ1つの工程は職人さんの手作業で、原価率も高い。そのため、〝作る〟と〝売る〟の両輪で走り続けるしかなかった。それが、コロナ禍によって空白の時間ができたことで、商品改良に取り組むことができるようになったんです」と、まさにピンチをチャンスに変えた経営者の目が輝く。

Topic 02

リスタート 足指を解放する商品を編む

特に足のサイズの大きい外国人から要望が多かったという改良点は「そうりの構造上、とても困難なこと。当初は諦めていましたが、スタッフたちとアイデアを出し合ううちに、〝あれ、これなら出来るじゃん！〟」と一気に道が拓けたという。最近では大きめのサイズを求める日本人のお客さんも増えている。これまで以上の履き心地に期待できる。

改良された布ぞうりは、2021年2月頃の発表予定だが、その道はさらに未来に続く。「オーダーメイドを目指しています。今回、商品改良の道筋が立ったこともあり、お客さま一人一人と向き合い、その方の足に合わせたものづくりが実現できると思っています」とお客さんに寄り添う最高のカタチを追求する。コロナ禍は同社にとって、リスタートの機会になったといえる。

地域に根ざし、商品を見直し、地に足をつけた経営戦略に、巣ごもり需要の追い風も吹く。在宅勤務のビジネスマンがルームシューズである布ぞうりを買い求めるようになったのだ。しかし、まだまだ予断を許さぬ状況。小高氏は「基盤のインバウンド需要が回復するのか、否か、まだ不透明です。それでも、オレンジトーキョーの強みは、自分たちで企画し、デザインし、技術のある職人さんと商品を作り、自分たちで売る、〝共創〟です。これからもみんなと協力していきます」。オレンジ色に輝く太陽は、また昇る。

▲多様な色合いをもつ莫大小紐。商品はハンドメイドで編まれる

EPISODE

はみ出しSMILE

地下鉄の広告キャンペーンでお店を紹介されたが、その際の店舗情報の最寄り駅が「錦糸町」に。「錦糸町からだとちょっと遠いですよ、最寄りは両国です」と小高氏。

オレンジトーキョー販売店舗

MERIKOTI（メリコティ）

東京都墨田区亀沢1-12-10 平井ビル1F
都営大江戸線 両国駅A3出口徒歩5分
OPEN 10：00～18：00月曜定休
※月曜が祝日の場合は営業
ニットで編み上げた布ぞうり「MERI」や指割れ靴下「TUTUMU」などを販売する直営店舗。詳しくは、
http://www.meri-koti.tokyo/

オンラインショップ甘橙東京

https://www.daidai.tokyo/

上手くいかなくてもいい。まずは試す、先駆ける

捨てられない、人の役に立つ、ものづくり

株式会社 ミヨシ

代表取締役　杉山耕治氏

高精度な金属加工・プラスチック製品の金型・成型によって、試作や小ロット量産を行う。自動車の電装部品、コネクタ、ワイヤーハーネス等プラスチック製品のほか、デザイナーやベンチャー企業との共同開発・開発サポートなど多くの実績をもつ。

Topic 01 「試作」畑で培った技術で問題解決へ

㈱ミヨシは高精度の金属加工、金型の設計・製作によって自動車の電装部品などの試作を手掛けていたため、コロナ禍によって多くの仕事の流れが止まる。㈱ミヨシ代表取締役の杉山耕治氏は「何かできることはないのか、自分たちで仕事は作れないか、とにかく動くしかないという気持ちでした」と話す。経営者としての不安や焦りを抱きながらも、杉山氏は常に前を向く。行動を続け、立ち上げたのが自社のECサイト。デザインにもこだわったオンラインショップで、自社商品の販売をスタートさせる。

その1つが小鳥をモチーフにしたスマートフォンスタンド「COTORI」だ。リモートワークやオンライン飲み会など、ビデオ通話を行う機会が増え、杉山氏も「ティッシュ箱にスマホを立てかけていましたが、いつの間にかスマホがすべり落ちてしまって。社員にどうにかできないか相談したんです」。その社員がすぐにもってきたのが、写真の試作第一号。機能性だけでなくインテリアとしてのデザイン性にも優れ、短時間で試作したとは思えない出来栄えに、杉山氏は「私と同じように悩んでいる人はきっといるはずだと思い、さらにブラッシュアップをして製品化することに決めました」と話す。困り事や悩み事、その課題を解決するためのモノづくりを実践する。

▼社員が作ったスマホスタンド「COTORI」の試作第一号

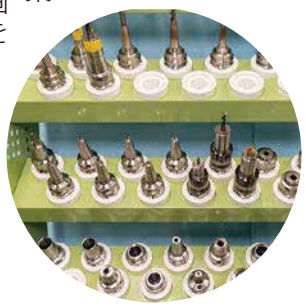
Topic 02

出来ることから。他社を想いながら

ECサイトの立ち上げとともに、杉山氏が取り組んだのがYouTubeを活用した動画による会社紹介。「営業活動もできず、展示会もない状況のなかで、うちの会社だけではなく、他の中小企業もコストをかけずに自社をアピールする方法はないかと模索し、挑戦しました」。そのため、杉山氏は大掛かりな撮影機材を使うのではなく、2分程度の動画をスマホ1台で撮影。自社だけのPRに活用するのではなく、葛飾区の仲間にも声をかけ、現在では〝サプライチェーンチャレンジ〟としてさまざまな中小企業が同様の動画をアップする。「同業者から、〝見たよ、すごいね〟ではなく、〝あれぐらいなら、うちもできそうだよ〟と言ってもらえたことが、すごく嬉しかったですね。小さな会社でも、広く情報発信できる方法を知ってもらい、実践してもらうことが大切ですから」。中小企業の技術力と、それを必要とする人をつなげることで「社会全体が良くなっていくのだと思います」と杉山氏は力を込める。

自社だけではなく他社、社会全体に心を配る杉山氏は環境にも配慮する。「無駄のない、捨てられないモノづくりを通じて、人の役に立ちたいと考えています。お客さまからのご依頼に応える仕事を軸に、自分たちでも新しいアイデアを出し、問題を解決するモノづくりを行っていきたいですね。現状維持は衰退と同じ。周りの変化に気づかない〝茹で蛙〟にならないよう、前進を続けていきます」。上手くいくか、いかないかではなく、まずは試す。その積み重ねによって未来を先駆けてゆく。

▲道具や材料など整理整頓が行き届いたミヨシの工場内



EPISODE

はみ出しSMILE

杉山氏は、町工場の仕事が体験できるイベント「かつしかライブファクトリー」の実行委員長を務める。「参加者の満足度は100％です。今年から区も支援してくれます」と、ひがしん担当者に目を向ける。

工場直販オンラインショップ

ミヨシ工房

自社商品として「COTORI」とともにラインアップされるのが、チョコレート型の「Resiina-R（レジーナR）」。レジーナRは、角Rの立体見本を板チョコの形にまとめた、デザイナーやエンジニア必携の設計補助ツールおよびコミュニケーションツール。製品などの角の丸みを数値や視覚だけでなく、手触りもわかる優れもの。

https://miyoshikobo.thebase.in/

YouTube「サプライチェーンチャレンジ」も検索

Top Message

乾杯！小規模企業

ピンチがチャンス、明日に向かって走れ

東京東信用金庫 前会長
高橋 久雄 氏

1956年、大学を終え信用金庫に職を得た。月日を経て、80歳で全ての職を辞した。

小規模企業と呼ばれて

近年、小規模企業という言葉が生まれ、私はほっとし、納得したところだ。一言で中小企業といっても大小さまざまで、小さい企業は零細企業と公式の場でもよく呼ばれていた。零細といわれる企業にとってはあまり耳障りのいいものではないし、不快感さえ感じる響きがある。

その後、小規模企業という適切な呼称が出てきて、ほっとした。小規模企業が今日の日本再生の礎となって多大な貢献をした。またこうした企業から今日大きく成長し立派に経営している会社が数多くみられる。

小規模企業の定義では製造業・その他は従業員20人以下、商業・サービス業は従業員5人以下となっている。

その他に家内企業とか町工場（こうば）とかがよく使われるが、特に町工場については地域創生の一環として考えるべきではないか。職住学遊で地域一体となって生活を支え、地域に賑わいをもたらしていた。地域再興を考える上で職住学遊から多くの示唆を得ることができる。

中小企業の社会的地位の引き上げ

現在、中小企業で自社製品を作って成功している企業も少なくない。しかし一次二次三次の下請け企業が大半だろう。中小企業を支援する法律が整備されてきているが、仕事を出す側と請け負う側との精神的ギャップは例外を除いて埋まっていない。特に小規模企業にとってはその感が強い。金融機関の支店長と零細企業の社長あるいは工場長とでは、社会一般からの評価あるいは対応はどうだろうか。

ドイツのマイスター制度では、各職業について必要な知識と実務の国家試験があって、それに合格すれば職人の最高職位としての称号を得られる。また一般社会にも立派な職業人・社会人としても認められる。例えばオーケストラの指揮者もマイスターである。

日本では東京都が、東京都優秀技能者（東京マイスター）として東京都知事賞を設けている。これは中小企業等における技能者の育成を図るとともに、広く社会一般に技能尊敬の気風を浸透させ技能者の向上を図ることを目的としている。東京都の政策は当を得ていると思うが、残念ながら一般社会での認知度が今一つ上がっていない。中小企業の高い技術力や優秀な人材が広く認められて一般社会での地位の向上を図ることが必要である。そのためには各地の行政、商工会議所等でマイスター制度を設け、地区内の各種イベントなどにマイスターを招待する、例えば地域での賀詞交歓会や学校の卒業式に出席してもらう等が考えられる。

社会の変改

第4次産業革命と叫ばれ大きく社会変貌を遂げようとしている。そのテコになっているのはなんといってもＩＴであろう。碁、将棋で人間はＡＩに敗退した。ＩＴによって社会が大きく変貌を遂げようとしている。製造、流通、交通、医

療、農業、金融業等あらゆる分野でイノベーションが起きて、労働のあり方、安全、ベーシック・インカム（所得のあり方）まで変化が起きてこよう。

繰り返しの判断業務はＡＩの仕事、インターネットに繋げば物は集中管理される。こんなことで社会に変革を迫ってくるが、その結果生産性は向上し、働き方にも変化がもたらせられる。

変化が進む時こそ変化に素早く対応のとれる小規模企業の出番である。社会で問題になっている、介護、一人暮らしの見守り、保育、子供の安全等まだまだ改善する事がたくさんある。アイデアによっては新製品も生み出されてこよう。更に事務部門では製造部門ほど改善運動が盛んではないため、多くの改善の余地がある。

小規模企業でＩＴの知識も技術もないのにどうするのか。大概の開発品はソフトとハードウェアが一体となってその対象となる。すでにいくつか例があるが、商工会議所、自治体、ないしは金融機関等を軸にして各種の小規模企業のグループ化を図り、互助の精神で共同作業を進めることが必要であろう。

40年間続けていた絵は85歳の時に筆を置いた。機会があればもう一度筆を握りたい。

社会のアイデアを実現する

異業種交流会が随所に作られたが、しばらくするとその運営の難しさに気づかされる。異業種の間では意思疎通に時間がかかり、問題の討議がなかなか進まない。互いに相手の専門用語が理解できないからで、単なる情報交換の場では専門用語の理解だけでなく、肝心の会員相互の親交をも難しくなる。その解決には具体的な目標を持つことが大事で、何々の製品を作るとか、何々の開発をして商品化を図るとか、全員が一体となって成し遂げる情熱が必要であろう。

最近ＮＨＫで放映された番組で新商品開発を請け負う会社が紹介されていた。たまたまこの会社の社長と自分は知り合いであったので、さすがあの社長も新しい分野に進出したなと感じ入った。新商品を作りたい客から開発の意図を聞き、製造に必要な事柄の打ち合わせを行って製造に入る。ここの社長は以前から小規模企業のグループ化を図っていた。自分の会社にない技術は他会社で補い、相互依存、相互扶助の精神で交流が進み、具体的な目標を達成していく。

アイデアを持っている人は多くいる。そのアイデアを実現できなければアイデア倒れになる。アイデアを実現させ花を咲かせる会社があってもいい。どんなことでも開発します、開発を請け負いますと言って世に看板を掲げ発信する事で小規模企業の夢が大きく開花する。

年齢を重ねた人達からすると、世の中は本当に不便だらけで毎日の生活で困っている事が多い。不便こそがアイデアの発生源であり、そこにビジネスチャンスがある。

小規模企業は相互依存、相互扶助の精神でグループ化の推進を提言したい。

コロナを契機としたビジネスチャンス

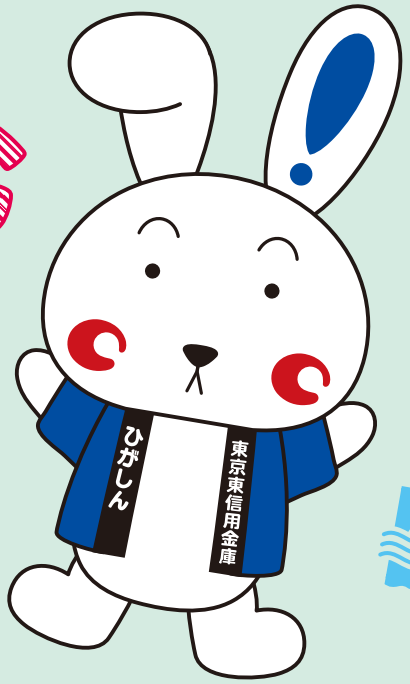
大きな変革を迎える中で、コロナウイルスによって社会システムは頓挫した。人間は否応なく今後コロナと共存していかねばならない。そのための新しい世界を創らなければならない。社会システムの再構築が必要、その基本となるものは余裕である。特に時と場そして連携が鍵になる。勤務形態も変わってきた。定時帰宅ができれば、家庭孝行もさることながら、地域貢献とか他の仕事にも精を出すことも可能になる。ソーシャルディスタンスはウイルスも避けられる。今まではすべてが狭すぎた。これでは良い知恵も浮かばない。余裕が必要なのだ。コロナを契機に環境整備が社会的課題として一層意識されてこよう。

中小企業は日本企業全体の99.7％を占めていて、その内82％超が小規模事業者である。小規模事業者はアイデアに溢れていて、力のある先が全国に点在している。これを結集して互いに利用しようとした試みがあったが、大きな効果を発揮するまでには至らなかった。現在は情報システムの進歩により状況が一変した。これにより全国に点在するアイデア、技術、販売網、生産力等を集結することにより、大企業にない力を発揮できる。

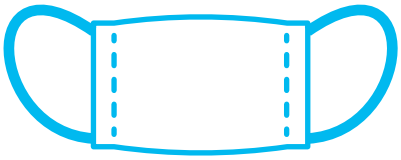
日本経済の元を支えているのは、小規模事業者群である。コロナを契機に日本の社会を変革させねばならない。日本の変革は小規模事業者群にかかっていると言っても過言ではない。変革には難問が山積するだろう。この難問を一つ一つ解決してこそ、小規模事業者の洋々たる明日はひらけるのだ。

がんばれ　小規模事業者
明日に向かって走れ

地域と歩む新しい日常へ！



Step01 マスクを忘れずに！



Step02 距離を保とう！

Step03 窓を開けよう！

Step04 手を洗おう！

Step05 除菌をしよう！

夢を夢で終わらせない信用金庫

東京東信用金庫

新型コロナウイルスには負けない!地域と共に生きる《ひがしん》
「ひがしんMOVIE」ひがしんの活動を動画でご覧いただけます。▶

●発行日／令和2年11月9日　●発行／東京東信用金庫地域支援部　●編集協力／（株）東京アドレップ　（株）モスデザイン研究所
●写真／馬杉真理子　【お問合せ先】電話：03-5610-1129　MAIL：chiikishien-1190@higashin.co.jp