

CONTENTS

七十七ビジネス情報 第54号(2011年夏季号)

2

巻頭言

ごあいさつ

公益財団法人七十七ビジネス振興財団 代表理事 鎌田 宏

4

第13回(平成22年度)七十七ビジネス大賞受賞企業インタビュー

車用品販売の「イエローハット」のフランチャイジーにおいて日本一の店舗数を誇るなど宮城県を中心に全国へ展開、車社会のインフラとして社会に大きく貢献

株式会社ホットマン

代表取締役 伊藤 信幸氏

10

第13回(平成22年度)七十七ニュービジネス助成金受賞企業インタビュー

東北大学との連携により新規医療機器「内視鏡用消毒装置CM-5」の開発に成功、安定した洗浄力・消毒力と安価なランニングコストを実現

株式会社エーゼット

代表取締役 菅野 稔氏

16

特集

東日本大震災に伴う宮城県内の
経済的被害状況について

七十七銀行 地域振興部 調査課

20

私の趣味

サハラで磨いたアウトドアクッキング

宮城大学理事長・学長 西垣 克氏

ごあいさつ

6月開催の理事会にて、勝股代表理事より代表理事を引き継ぎ就任いたしました。今後、これまで勝股代表理事が築いてこられた実績を受け継ぎながら、より一層宮城県内の産業振興と活性化に尽力してまいりますので、よろしくお願いいたします。

さて、当財団は平成10年に設立されて14年目を迎えました。設立当時の状況ですが、日本経済はバブル崩壊後の「失われた10年」の真直中にあり、県内も厳しい不況の中で経済の回復・活性化への取り組みが強く求められておりました。七十七ビジネス振興財団はそのようなニーズに応じていくため、県内産業の振興と経済の発展に資することを目的に、七十七銀行の創業120周年記念事業として設立されました。これまでと異なり財団として新しい視点から取り組むこととし、宮城県を本拠として県内の産業・経済の発展に寄与した企業等の表彰や新規事業活動を志している起業家への支援を行うとともに、経営に関する相談業務、各種セミナーの開催、経営に関する調査・研究・情報誌の発行等を行ってまいりました。特に、財団の第一の役割であるニュービジネスの育成・支援では、これまで累計で40先に助成金による資金支援を行い、支援機関としての機能をはたしています。

この14年で、県内経済をめぐる環境はさらに変化しました。人口の減少、少子高齢化の到来、公益事業の削減、経済のグローバル化に伴う地域間・企業間競争の激化などで、情勢は一段と厳しさを増しております。リーマンショック後の低迷もありましたが、その中で、製造業の集積促進を目指した宮城県の地道な誘致活動等により、県内では自動車・半導体などの大手企業の進出が見られ、新たな地域資源として県内産業の大いなる成長が期待されておりました。



代表理事

鎌田 宏

平成 23 年 6 月 13 日に当財団の定時理事会が行われ、退任された勝股代表理事の後任として、鎌田宏氏が新代表理事に就任いたしました。

しかし、3月11日の「東日本大震災」の発生により、県内の産業・経済は未曾有の被害を受け、先行き予断を許さない状況となりました。県内の被害総額は過去に例のない規模まで増加することは確実で、復旧・復興にかかる年月も計画では10年にも及ぶ長期間となっています。現在も、宮城県や各市町村、民間団体、企業等により一丸となった復旧・復興活動が進められていますが、依然先行きが見えておりません。

当財団ではこのような状況を踏まえ、今一度設立の目的に立ち返り、地域との連携を強めて「地域再生の担い手」として活動するとともに、大震災から復旧・復興し、さらに発展を目指す県内産業・ものづくりの支援に尽力して参りたいと存じます。社会的使命を有する公益法人として、これまで以上に当財団として成しうる息の長い貢献を目指してまいります。

産学官ならびに地域の皆様におかれましては、今後共一層のご支援、ご協力を賜りますようお願い申しあげ、就任のご挨拶といたします。

七十七ビジネス大賞受賞

第13回(平成22年度)

企業 インタビュー

Interview

株式会社ホットマン

代表取締役 伊藤 信幸 氏



会社概要

住 所：仙台市太白区西多賀4丁目4番17号

設 立：昭和50年(創業：昭和48年)

資 本 金：1,330.3百万円

事業内容：自動車関連商品等小売業

電 話：022(243)5091

U R L：http://www.yg-hotman.com/

車用品販売の「イエローハット」のフランチャイジーにおいて日本一の店舗数を誇るなど宮城県を中心に全国へ展開、車社会のインフラとして社会に大きく貢献

今回は「七十七ビジネス大賞」受賞企業の中から、株式会社ホットマンを訪ねました。当社は車用品販売の「イエローハット」を主力に、ビデオレンタルの「TSUTAYA」、中古車用品販売の「アップガレージ」、中古車買取・販売の「ガリバー」、100円ショップの「ダイソー」、アミューズメントの「SEGA」を運営しており、宮城県を中心に、関東・中部6県に合計91店舗を展開するメガフランチャイジー企業です。車社会のインフラとして社会に大きく貢献しているほか、社会貢献活動や雇用の拡大に積極的に取り組み、地域経済の発展に大きく貢献しています。当社の伊藤社長に今日に至るまでの経緯や事業の特徴などについてお伺いしました。

地域社会をより豊かに、より楽しく

——七十七ビジネス大賞を受賞されたご感想をお願いします。

七十七ビジネス大賞を受賞することができ、大変名誉なことだと思っています。当社が今まで取り組んできた事業活動や、雇用の確保、そして社会貢献活動を通じた地域社会への貢献度が総合的に評価されたことに対し、私たちの取組んできたことは間違いではなかったと再認識することができました。表彰式で賞状をもらった時は、本当に感動いたしました。

——設立から現在の事業形態に至った経緯についてお聞かせください。

当時、私は23歳まで日産プリンスで車のセールスマンをやっていました。その当時から独立志向が非常に強く、いつか必ず独立しようと考えていました。そして昭和48年にミュージックテープ等の販

売を目的とした「古川ステレオパックセンター」を個人創業しました。個人創業をしていた2年間はとにかく、モノを売るのに必死でした。そして、昭和50年に資本金100万円で株式会社ホットマンを設立し、古川バイパスに土地を購入してカーショップ「ホットマン」をオープンいたしました。これが現在のホットマンを設立した経緯です。

その当時は、電気も電話も通ってなく、大変苦労したのを覚えています。その後、昭和53年に仙台市、昭和55年に名取市、昭和56年に佐沼、石巻市、昭和58年に多賀城市とホットマンを店舗展開してきました。

会社を設立して以来、さまざまな苦境を乗り越えて会社を拡大してきましたが、今後の事業展開や、会社の進むべき道についていろいろと悩んでいるときに、イエローハットの創業者である鍵山秀三郎氏と出会いました。この出会いが、現在のホットマンの営業展開や経営理念に大きく影響しています。当時、鍵山氏と出会い、社会貢献に対する考え方や他人を思いやる生き方に深く感銘したのです。また、今後事業展開していくには優れた会社と手を組むことが必要だという考えから、イエローハットのフランチャイズへの加盟を決意いたしました。そして、昭和59年にホットマン多賀城店をイエローハット多賀城店に店名変更し、以来宮城県を中心にイエローハットを展開し、店舗を拡大してきました。

その後、車の点検や、タイヤ交換等で越しいただいたお客様に対し、待ち時間を退屈させないようにするために何か良い手段はないかと考え、平成10年にアミューズメントのSEGA、平成11年にビデオレンタルのTSUTAYAをイエローハット店舗の横にオープンさせました。

現在では宮城県を中心に、岩手、福島、茨城、栃木、長野と出店地域を拡大させ、チェーン展開をさせていただけるようになりました。

——経営理念についてお聞かせください。

当社では、「他人（ヒト）のしあわせが、自分のしあわせ」を経営理念の一つに掲げています。

商売をするということは「他人（ヒト）」を幸せにするということだと思います。「他人（ヒト）」を



イエローハット店舗

幸せにすることが自分の幸せにつながり、地域社会を豊かにすることにもつながっていくと確信しております。

業界のリーダー企業として

——現在の事業内容について教えてください。

イエローハットのチェーン展開は、現在宮城県を中心に74店舗を運営しています。カー用品業界のフランチャイジーでは日本一の店舗数を運営しており、規模、社内制度、福利厚生面においても業界トップクラスの水準を維持しています。

また、TSUTAYA 7店舗、ガリバー 3店舗、アップガレージ 4店舗、ダイソー 2店舗、SEGA 1店舗等と合わせると合計91店舗を運営し、それぞれの利点を活かした「メガフランチャイジー」としての企業経営を行っております。

——御社の特徴について教えてください。

当社は、お客様が遠くまで移動しなくても、お住まいの地域でサービスを受けられるよう、お客様の利便性を重視した地域密着型の店舗展開をしています。例えば、ご自宅から車で15分程度走行すれば近くの店でサービスを受けることができます。さらに、降雪エリア地域を中心に出店していることも当社の特徴だと思います。

イエローハット店舗は東北運輸局の認証工場、指定工場の認可を得ており、宮城県内の整備業界でも最大の工場数を有しています。また、一法人で所有している工場数も日本トップクラスであり、車検、

修理等にも緊急に対応できる体制を構築し、さらに利便性を高めています。

事業拡大とともに、雇用拡大にも努め、現在従業員数は1,090名です。雇用拡大が地域への貢献であることから、出店エリアに在住する若年層や女性の正規雇用を従業員獲得の柱に据えており、毎年60～80名の新卒者と経験者の中途採用を行っております。このような積極的な採用実績を高く評価していただき、平成19年に日本政策投資銀行より、小売店としては東北初となる出資を受けました。



本社社屋

ナンバーワンと組む

——フランチャイズのメリットについて教えてください。

フランチャイズのメリットはやはりブランド名だと考えております。例えば、「カーショップ伊藤」という名前です。事業を大きく展開していくには、信用を得るまで相当苦勞すると思いますし、ブランド名に知名度があると、社員を募集しやすいというメリットもあります。社員研修も本部の充実した研修制度を利用することができます。また、営業面でもブランド名における販売促進効果が期待できます。フランチャイズならではの知名度やスケールを活かした広告・宣伝等も行うことができるので、とても効率的です。

他に、フランチャイズのメリットとしては、様々な業種のフランチャイズと提携することで、多種多様な事業を複合展開していけることがあげられると

思います。私たちは、複合展開をしていくことで常にお客様に満足していただくことを目指しています。

そして当社が、メガフランチャイジー企業として発展するためには、「ナンバーワン」と組むことが重要だと考えています。業界のナンバーワンからノウハウを学ぶことができるというのは、フランチャイズの大きなメリットですね。細かい指導を受けることもあります。しかし、私たちはそういった細かい指導や要望にも応えていける企業にならなければならないと考えています。ナンバーワンと付き合うということは、人間的にも大きく成長することができますし、さらには店全体のレベルアップにつながっていくと思います。



上から
アップガレージ、
TSUTAYA、
ガリバー

——人材育成についてお聞かせください。

企業経営を取り巻く環境は、絶えず変化し続けています。人も企業も成長し続けるためには、常に変化し、日々向上していかなければなりません。企業の成長は社員の成長だと考えており、社は「社員の成長なくして、会社の発展無し」と常日頃より人間的成長を重視しております。

また、求める理想の社員は「明・元・素」な人

です。学校の勉強ができる人ということではなく、とにかく明るく元気で素直な人を求めています。

当社では男性も女性も賃金格差はありません。女性の店長も何人もいます。接客業においては、女性の方が“気付く”ことや“気が利く”ことが多いのではないのでしょうか。出産して落ち着いてから戻って働く社員も沢山います。

また、当社には150名を超える整備士がおります。専門学校を卒業した人を主に採用していますが、入社後に免許をとることもできます。そういった面でも研修制度は整っています。

企業は人なりと言いますが、当社も「人間的成長」を高められる場所として在りたいと考えております。



社内風景

掃除から学んだこと

——「日本を美しくする会、宮城掃除に学ぶ会」についてお聞かせください。

「日本を美しくする会、宮城掃除に学ぶ会」は、イエローハットの創業者である鍵山秀三郎氏が毎日トイレ掃除を中心に事務所掃除や近隣掃除をすることで心磨きをしようとはじめたものです。

もともとのきっかけは、場を綺麗にすることで、社員の心の荒みを少しでもなくせるのではないかという思いではじめたものでした。それ以来、イエローハットの社員がトイレを中心に掃除をする社風になったのです。当社もイエローハットグループということで、16年前に事務局を立ち上げ、以来毎年、

学校や市役所のトイレを借りて掃除の実習を行っています。

また、全国各地に掃除に学ぶ会があり、どなたでも参加することができます。台湾掃除に学ぶ会、中国、沖縄、北海道、近いところでは山形掃除に学ぶ会、岩手掃除に学ぶ会と各地区にあり、今回の震災でも各地域の掃除に学ぶ会の方々に大変お世話になりました。



宮城掃除に学ぶ会で掃除をしている風景

——掃除に学ぶ会に参加することで社員にあった変化について教えてください。

ただトイレ掃除をするということだけではなく、他県に社員を連れていくことで人間的な成長の場を作ることができたと思っています。掃除を行う前日に、出向いた先で講演会を聞いたり、立食パーティーをしたり、日常の業務では得られない経験をさせてあげることができました。

店と自宅の往復だけでは人間は成長できません。人は外部の違う土地に行ったり、初めて会う人と名刺の交換をしたりすることで成長していくのだと思います。外に出ないと分からないことはたくさんあるものです。掃除に学ぶ会に参加した社員からも「謙虚な気持ちを持つことができました。」「他人に対して思いやりの気持ちを持つことができました。」等といった声もあり、成果を感じています。人との接し方や話し方にも良い変化が見られましたし、モチベーションアップにもつながったようです。

青森では、青森県掃除に学ぶ会の紹介で、ねぶた

祭の跳人（はねと）をしたこともありました。ただ見学するだけではなく、貴重な経験をさせていただいたと思っています。こういった経験は目に見えない形で人間力が向上し、企業力、会社の力になるものだと思います。人間力をつけるための根っこ作りですね。宮城掃除に学ぶ会を行うことはそういった面で特に成果があったように感じています。

レンタカー事業への参入

——今後の事業展開についてお聞かせください。

今年の3月からレンタカー事業に参入いたしました。イエローハットの店舗でレンタカーの受付もできるようになり、12時間2,525円からご利用いただけます。他社と比較しても約半額程度と低料金の設定となっていますので、近隣にお住まいの大学生や家族の方に気軽にご利用していただきたいと思えます。

レンタカー事業への参入はやってよかったと思っています。コンビニエンスストアで物が買えるというだけでなく、ATMがあったり、宅配便があったり、コンサートチケットが買えたりするように、当社も様々なサービスを提供できないかと考え、レンタカー事業に参入しました。車社会のインフラを担う企業として、お客様の利便性をこれからも追及していきたいと考えております。

時代とともに今の形態プラスアルファを提供していく必要性を感じています。そして、時代の変化と生活者のニーズに応えるために、今後も積極的にフランチャイズ事業に参加していく方針です。

当社では、イエローハット100店舗、他の店舗も含め合計200店舗構想という目標を立て、将来的には上場を目指し、日々頑張っています。この目標は社内報で発表するなどして、社員のモチベーション維持にもつなげています。また、上場の実現に向け、社内では持株会の促進を図っています。持株会の促進後は、社員から営業推進に対する意見や提案がたくさんでるようになり、自分たちの会社であるといった自覚や責任感が芽生えてきたように感じています。



イエローハット店舗内

——このたびの東日本大震災についてお聞かせください。

当社社員の安否確認を第一に行いました。最終的に全員の無事を確認するまでに3日かかりました。連絡手段については多少マニュアルを作成していましたが、ここまで大きな災害になるとは想像していませんでした。

連絡がとれるようになってからは各店の店長と破損状況についてなど確認のやりとりをしました。まず、誰も犠牲者がいなかったのがよかったと思っています。当社では石巻店、多賀城店、陸前高田店、原町店の4店舗が被災しましたが、4月には石巻店を再開し、7月には多賀城店を再開できそうです。

震災後、2店舗ほど店を新たに出店しました。イエローハット田村店とイエローハット土浦北店の2店舗です。田村店は原発から45キロ地域にありますが、風評被害で苦しんでいる地域の方のお役に立ちたいという気持ちからオープンを決めました。広



インタビューに応じる伊藤社長

告等の宣伝は自粛したのですが、オープン当日はたくさんのお客様に来店していただき、大変嬉しく思いました。

また当社では、震災直後の3月12日から、簡易トイレや懐中電灯等の一部商品の販売を被害の小さかった店舗から随時はじめました。とにかく少しでも早く被災者の方の生活を助けられればという想いでした。

このたびの震災で当社は、今後より一層積極的な店舗展開で雇用を拡大していかなければならないと思っています。また、地域社会の人たちに「開いていてよかったな。」と思っていただけるよう本業を中心に邁進していきたいと思っています。



看板

「益はなくとも意味はある」

——最後に宮城県の経営者の方へアドバイスをお願いします。

「益はなくとも意味はある」という言葉があります。今の世の中、益を求め、損か得かということばかり考えがちです。もちろん仕事をする上で利益を求めることは不可欠です。しかし、意味があること、例えば人の教育や地域社会に対する活動等も積極的に行って欲しいと思います。

ひとつひとつの積み重ねが地域の貢献につながります。そしてそれが世の中を良くしていくことだと考えます。

車のハンドルにもあそびがあるように、ある程度無駄なことも必要ではないでしょうか。利益はなくとも、意味があること、そこに働くことの醍醐味があると思います。

また、この度の大震災において、経営者は頭を切り替えた営業展開が必要です。未曾有の大震災とともに乗り越えていきましょう。



本社前にて伊藤社長

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後ますますのご発展をお祈り申し上げます。

(23. 5. 25取材)

七十七ニュービジネス助成金受賞

第13回(平成22年度)

企業
インタビュー

Interview

株式会社エーゼット

代表取締役 菅野 稔 氏



会社概要

住 所：仙台市青葉区木町通2丁目3番19号

設 立：昭和61年

資 本 金：20百万円

事業内容：医療機器製造・販売

電 話：022 (219) 1681

U R L：http://www.az-ltd.co.jp

東北大学との連携により新規医療機器「内視鏡用消毒装置CM-5」の開発に成功、安定した洗浄力・消毒力と安価なランニングコストを実現

今回は「七十七ニュービジネス助成金」受賞企業の中から株式会社エーゼットを訪ねました。当社は、東北大学との連携により、環境に優しく、安心・安全な新規医療機器「内視鏡洗浄用消毒装置CM-5」を開発。様々な分野への事業拡大に挑戦する当社の菅野社長に、今日に至るまでの経緯や今後の事業展開などについてお伺いしました。

世界に通用する企業となるために

——七十七ニュービジネス助成金を受賞されたご感想をお願いします。

大変有り難いことだと思っております。当社の技術力を高く評価していただき、今までの努力が報われたような気持ちでいっぱいです。

また、以前から入賞を目指していましたので、実現することができ、嬉しく思っています。

設立当初、資金的に厳しい時に、銀行から融資を受けることができたのですが、当社のために一生懸命行動してくれた担当者の姿は今でも忘れることができません。銀行に助けられたという想いですね。そういった苦勞を乗り越えて今回受賞できたということは、本当に有り難いことだと思っています。お世話になった方々にこれから何らかの形で恩返しをしたいと思っています。

——創業の経緯を教えてください。

当社は私が以前30年ほど勤務しておりました会社での職務経験を活かし、昭和61年に設立したカメラの専門店でした。

順調に推移しておりましたが、平成11年に外国の研修会へ参加した際に、「フィルムは今後5年以内に半分に減る」と言われ、驚いたのもつかの間、磁気で映像を記録するデジタルカメラの普及が始ま

りました。さらに、この10年の間でカメラ業界は大変革をとげてしまいました。当社は研修会の参加後早々に方向転換を決め、19店舗あったカメラ屋はほとんど手放し、今は2店舗のみです。方向転換後、現在の事業内容であるメディカル事業、洗浄事業、ポレハ事業へとシフトしていきました。

——社名の由来について教えてください。

エーゼットという社名は私の友人が使っていたものをいただきました。世界中のどんな言葉でも発音でき、わかりやすいものにしたいと思っていたのでアルファベットのAとZから銘々したのですが、英語で「Z」の発音は「ゼット」ではなく「ズイー」と発音するようで、その点では思惑が外れてしまいました。

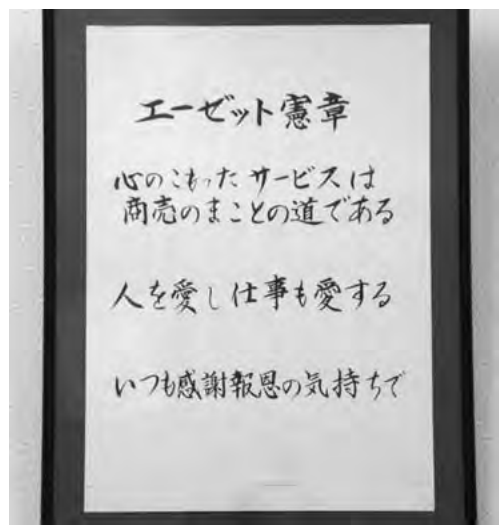


本社社屋

——経営理念についてお聞かせください。

私が独立したての頃、二・二六事件で青年将校に襲撃された渡辺錠太郎教育総監の次女であり、学校法人ノートルダム清心学園の理事長を務めた渡辺和子さんの本を読み、『どんなに偉大なことをしたとしても心に愛がなければなにも残らない。』という

言葉を見付け、深く感銘を受けました。人を愛するということについて考えさせられましたね。当社の経営理念は「心のこもったサービスは商売のまことの道である。」「人を愛し、仕事も愛する。愛は人生の豊かさを生む。」「感謝報恩の念。」の三つですが、この全てに愛という言葉が影響しています。何事も愛をもって取り組めば、より良い製品ができると考えています。作業のひとつひとつにお客さんの笑顔、喜んでもらう姿を考えながら作業をすれば、絶対にミスなど起こるはずがありません。これは今、社内で盛んに呼びかけています。愛が足りないようでは世界に通用する企業にはなれませんので、今後もお客様のことを思いながらより良い製品を提供していきたいと考えています。



エーゼット憲章

時代のニーズに合わせて

——事業内容について教えてください。

当社の事業内容は、「メディカル事業部」「洗浄事業部」「ポレハ事業部」「フォトイメージング事業部」の事業に分類されます。

「メディカル事業部」では、医療現場における情報システムや医療機器、医療消耗品の企画・開発・販売を行っています。カメラ等で培った技術を活かし、当初は内視鏡フィルムからスタートしたものでしたが、その後のデジタル化に伴い、今では内視鏡画像管理システムや電子カルテシステム等を扱っております。

「洗浄事業部」では、今回受賞の対象となった強酸性電解水による内視鏡機器洗浄装置等の開発を行っています。

「ポレハ事業部」では、果物・生鮮食品の保存性を高める保存シート・保存袋や手指消毒用アルコール剤の研究・開発を行っています。「ポレハ」は、天然ポリフェノールや天然トレハロース等を原料とし、素材に染み込ませることで消臭・抗菌を行うことができる製品です。商標登録をとっており、私が名づけの親です。

また、ポレハ事業部では宇宙航空研究開発機構における生鮮食品への輸送協力も行っています。当社製の保存シートで包んだリングを宇宙飛行士の若田光一さんが宇宙食に持参し、宇宙でリングをかじる姿も世界中に公開されました。

「フォトイメージング事業部」では、写真のプリントサービス等を行っています。利益だけを考えると続けていくことは厳しい事業なのですが、長年ご愛顧いただいているお客様もいらっしゃいますので、やめるにやめられないですね。これからも地域のお客様とのコミュニケーションの場としてサービスを提供していければと思います。



ポレハ事業

安心・安全な消毒装置の実現

——「内視鏡洗浄用消毒装置CM-5」の開発の経緯について教えてください。

少子高齢化社会により医療現場では高度な医療機器が導入されています。しかし、高度な医療機器を使用することによる医療ミスの問題が多く報じられるようになったのも事実です。このため、我が国では、医療政策において医療の安全確保を最重要課題として位置づけ、科学的根拠に基づく安全対策が求められました。現在、医療現場で使用する機器装置や器具類の安心・安全の重要度は一層増しています。

そこで当社では、東北大学との間で「内視鏡洗浄用消毒装置」開発の産学共同研究事業に着手しました。そして今回、科学的根拠に基づく新規医療機器『内視鏡洗浄用消毒装置CM-5』の開発に成功したのです。

同装置は、内視鏡洗浄用消毒装置としては平成17年4月1日に施行された改正薬事法下では初の認可取得機器であり、東北大学との産学連携で初の厚生労働省「医療機器製造販売承認書」を取得しております。

——具体的な装置の内容について教えてください。

内視鏡は主に人体の内部を観察することを目的とした医療機器であり、大腸がんや胃がん等の検査に用いられますが、その使用後は毎回洗浄・消毒を行わなければなりません。同装置はその際、強アルカリ性電解水によりタンパク汚染物を排除し、強酸性電解水により消毒を効果的に行えるシステムとなっています。

当社の装置では、水の電気分解を利用し、洗浄消毒工程の度に強アルカリ性電解水、強酸性電解水をその都度新たに生成します。その新鮮な電解水により、常に安定した洗浄力、消毒力を保つことができます。

電解水は、言葉は難しいですが、当社では水と塩化ナトリウム（塩）を使用しています。特殊な薬品を使用しないため、環境に負荷をかけず、薬品の臭いも抑えられます。皮膚や粘膜に対しても安全です。

——他社製品との違いについて教えてください。

他社の内視鏡洗浄用消毒装置の洗浄・消毒は、特殊な薬剤が用いられていることが多く、洗浄消毒作業者の人体への影響や、使用後の廃液による環境への影響が懸念されています。そうした多くの懸念に対して、今般当社が開発した内視鏡洗浄用消毒装置は環境に優しく、安心、安全に視点をのぞいた装置であるといえます。

他にも当社製品のメリットは、“使い捨て”であるという点です。消毒液の使用回数を間違えたことによる洗浄機の機械事故が新聞に掲載されていましたが、当社の製品は1回ごとに捨てるタイプなので、そのような事故が起こることはありません。常に新鮮で使い捨てタイプのもは当社製品だけであり、非常に好評いただいております。

また、当社の装置に使用するのは局処方¹の塩化ナトリウムと精製水であり、他社の装置に使用する薬剤価格と比較し、極めて安価なランニングコストを実現しております。さらに、洗浄・消毒工程に費やす時間は6分程度と、7～14分を費やす他社装置よりもスピーディーな洗浄消毒を可能にしました。



内視鏡洗浄用消毒装置CM-5

事業の転換期

——今後の事業展開についてお聞かせください。

現在洗浄事業とポレハ事業は事業の割合で言えば微々たるものです。まだ事業比率を算出するまでももいたっておりません。しかし、今年には必ずある程度の比率まで成長してくると思います。洗浄事業やポレハ事業での技術開発により、新分野へのビジネスチャンス²を期待しています。

現在、洗浄事業の派生製品の事業計画を立て、商品開発を進めています。具体的には、飲食店等で利用できる床清掃用の消毒液といった商品の開発を検討しています。当社の製品は臭いもなく、くさみもとれますのであらゆる現場で活用していただける商品になると確信しております。

また、洗浄機については今後も東北大と提携して新しいものを継続して開発していく計画です。商品は時間が経つと陳腐化³します。今までの商品でも販売を続けることは可能かもしれませんが、常に商品を開発し続けていかなければ会社は存続できません。新しい商品を出すには、改めて医療機器としての承認が必要で、2年の構想期間と許可をとるためにかかる期間3年と合わせて5年かかりますので、新商品を出したらまたすぐ次の商品に取り掛かしなければなりません。商品が市場に出まわるまで5年もかかるので、その頃には内視鏡を口に入れるという方法も変わっているかもしれないですね。市場の変化に合わせて洗浄機の使い方も新しいものを考えなければならず、考えてみれば、2年に一度は新しい商品を考えるサイクルとなっています。

ポレハ事業においては、保存シートを利用した新しい商品開発に取り組んでおります。例えば、米の保存袋への利用です。お米は3年も5年も保存すると糠の油の酸化⁴で臭いが気になるようになってきます。その酸化を抑えるのがポレハの特徴です。ポレハをねり込んだペレットを溶かして米袋にしています。現在、米袋の他、カット生野菜、枝豆、トウキビ等のPP袋、果物のリンゴ、桃、ブドウ、デコポン、甘夏等の長期保存に使用していただいています。



産学共同研究事業で提携した東北大学未来科学技術共同研究センター (NICHe)



研究所の様子

——海外進出についてお聞かせください。

内視鏡洗浄機はヨーロッパ、アメリカ、アジアなどの海外の医療機関の方たちから多くの関心を集めています。当社では、アジアの中でも特にマレーシアを中心に販売していく予定です。知り合いを通じてマレーシアの大学の責任者の方とお会いすることができ、洗浄機の販売について話も進んでいます。

ヨーロッパや、韓国、タイなどではポレハにも興味を持っていただいています。タイには果物もたくさんありますので、鮮度と美味しさを保ったまま保存できるポレハのシートはとても期待できます。例えば、ポレハの保存シートでつつんだバナナでシェイクを作ると、新鮮で甘いシェイクを作ることが可能です。

海外への販売は、話の進捗度合いが早いですし、販売量も大きいので、海外進出は今後も積極的に行っていく考えです。海外進出で大切にしていることは、顧客のニーズを的確にとらえ、当社の製品の利点をよく理解してもらえるよう誠意をもって丁寧に説明し、販売していくことです。丁寧に説明し販売していくことで顧客のニーズを発掘することができ、これからも継続していこうと考えています。

——海外進出での苦労などあれば教えてください。

これから洗浄機を世界に販売していきたいと考えていますが、海外で販売をするには厳しい審査や国際規格を取得しなければなりません。

当社ではすでに医療機器の品質マネジメントシステム ISO 13485 という国際規格を取得しています。この ISO 13485 は ISO 9001 を基本として各国の法規制における医療機器に特有な要求事項を満たし、安全で有用な製品の継続的な製造・供給を行うための規格です。

ヨーロッパでの販売にはこの他に CE マークを取得しなければなりません。CE マークとは、ヨーロッパ連合 (EU) 地域で医療機器を輸出する際に貼付が義務づけられている安全マークのことです。日本の JIS マーク (日本工業規格) よりも厳しい基準となっており、設計や製造工程、製造設備なども EU の基準を満たす必要があります。

早くヨーロッパでの販売を開始したいのですが、CE マークがないと輸出できないため、当社では、CE マークの取得に向け、社員一丸となって取り組んでいます。CE マーク取得に向け努力することで社員のスキルアップも期待できますし、製造工程での無駄の改善、コストダウン等企業の成長にもつながってくると思います。いち早い取得に向け、会社全体で努力していきたいです。

技術力を震災復興へ活かして

——このたびの震災についてお聞かせください。

この度の東日本大震災におきまして被害にあわれた方にはお見舞い申し上げます。

なんともいえない悲惨さを感じております。当社ではあまり被害といえるものはなかったのですが、連日テレビ等で経営者の悲壮な気持ちが報道されており、まず初めに私が考えたことは、わが身だったらどうするかということでした。経営者として一番悩むのは従業員が食べていけるかということだと思います。私が経営者であればどうするべきか、明確な答えをだすことはできませんでしたが、すぐに立ち直り、経営を続けていくために必要なことは、お金でも不動産でもなく、技術やノウハウではないかと考えました。潰されても、流されてもまたすぐ開発できる能力があるというのは宝であると思います。今回の震災で被害にあわれた蒲鉾屋さんでも、技術やノウハウを活かして一枚ずつ手焼きしながら店を開けていましたからね。味も全然落ちていなかったですし、私はとても感動しました。そしてなにより、大切なのは働き手の熱意ですね。熱意だけは忘れてはいけないと思います。

——震災後の御社の取り組みについてお聞かせください。

当社では震災翌日、東京支社より新潟経由で物資を調達し、仙台市や石巻市の避難所へマスクやウエットタオル、紙オムツ等の衛生用品の提供を行いました。地域の皆様から感謝の言葉を頂戴し、少しでもお役に立つことができ、よかったと思っています。

また、当社の技術力を活かし、トイレの消臭にもなるトイレットペーパーの製作を行っております。仮設トイレ等はいくら消臭してもすぐ臭いが気になるとかと思っております。今後は、ポレハ製品を染み込ませた当社のトイレットペーパーで代用していただければ臭いもストレスも軽減していただけたらと思っています。仙台市と取り組んで加齢臭等、トイレ、廊下にも使用テストを行い好評を得ております。(老人ホーム用)

他に当社で取り組みたいと考えているのは下水処

理です。当社の強酸性水は非常に薄い塩水ですので身体にも環境にも優しく、下水処理に役立てることが出来ると思います。

当社の技術は今後、復旧・復興に何かお役に立てることができるのではないかと考えておりますので、今後も宮城県の企業として貢献活動に積極的に取り組んでいきたいと思っています。

——最後にこれから起業する方へメッセージをお願いします。

商売はどんなに素晴らしい技術・商品を開発しても、そこに顧客のニーズがなければ商売として成立しません。常に顧客目線で商品を開発していくことが大切だと考えます。お客様の立場にたって素直に物事を考えることから始めてみてはいかがでしょうか。そうすることで新しい発想が生まれたり、大ヒット商品を開発したりすることができるかもしれません。また、売れるということの厳しさは格別です。乗り越えてください。

「本気でやればたいがいのことはできる。本気でやれば楽しくなる。本気でやれば誰かが助けてくれる。」私も今まで本気でやってきたからこそ、今日があると思っています。自分を信じて頑張ってください。



社長室にて

長時間にわたりありがとうございました。御社の今後のますますの発展をお祈り申し上げます。

(23. 6. 1取材)

東日本大震災に伴う宮城県内の 経済的被害状況について

七十七銀行 地域振興部 調査課

1. 資本ストックの被害額

本年3月11日に発生した東日本大震災（以下、震災といいます。）の影響により、宮城県内は沿岸部を中心に多くの住宅等が被害を受けたほか、道路や港湾などインフラ関連なども甚大な被害を受けました。平成23年3月23日時点における内閣府の試算では、図1のとおり今回の震災による被災地域7道県（北海道、青森県、岩手県、宮城県、福島県、茨城県、千葉県）の資本ストック（社会資本・住宅・民間企業設備等）の被害額を16兆円～25兆円と推計しています。この推計値をベースに、津波による浸水面積などを勘案し当部で試算した結果、宮城県の被害額は、図1のとおり約9兆円～14兆円と推計されます。宮城県の資本ストックの総額は、図1のとおり約37兆円と見込まれますので、今回の震災により県内の資本ストックの約3割が失われた計算となり、被災地全域の中でも宮城県内の被害額の大きさが突出していることがうかがわれます。なお、震災の被害は調査継続中につき、被害状況については今後も拡大するものと予想されます。

図1. 資本ストック被害額・資本ストック総額の推計値

	資本ストック被害額	資本ストック総額
被災地全域（7道県） <内閣府推計値>	16兆円～25兆円	175兆円
宮城県 <当部推計値>	9兆円～14兆円	37兆円

注) 内閣府では平成23年6月24日に、東日本大震災の被害額の推計を16.9兆円と再試算しています。

資料：内閣府

2. 主な産業の被害状況

(1) 農業

図2のとおり、宮城県内における農業は、震災後の津波により、耕地面積全体の約11%が浸水し、甚大な被害を受けています。

耕地の被害面積率から耕種農業（コメ、野菜等を生産する農業）の農業生産被害額（生産減少額）を推計すると、図2のとおり宮城県全体では156億円に達するものと推計されます。これを市町村別にみると、亘理町が38億円（被害面積率78.6%）と最も大きく、次いで山元町の22億円（被害面積率77.8%）、仙台市の21億円（被害面積率40.7%）、名取市の19億円（被害面積率52.2%）などとなっており、コメのみならずイチゴ等の野菜・果物を栽培する仙南地域の被害が甚大なものとなっています。

なお、岩手県と福島県の農業生産被害額（生産減少額）については、岩手県が13億円（被害面積率1.2%）、福島県が58億円（被害面積率4.0%）となっており、被災地3県の農業生産被害推計額の合計は約227億円となっています。

図2. 農業生産被害推計額

(ha、%、億円)

	耕地面積	被害(浸水)面積		耕種農業 産出額	被害推計額 (生産減少額)
			被害面積率		
宮城県	136,300	15,002	11.0	1,180	156
亘理町	3,450	2,711	78.6	59	38
山元町	2,050	1,595	77.8	29	22
仙台市	6,580	2,681	40.7	68	21
名取市	2,990	1,561	52.2	43	19
石巻市	10,200	2,107	20.7	104	18
東松島市	3,060	1,495	48.9	36	16
岩沼市	1,870	1,206	64.5	21	12
気仙沼市	2,220	1,032	46.5	13	6
七ヶ浜町	183	171	93.4	2	1
南三陸町	1,210	262	21.7	6	1
松島町	1,030	91	8.8	8	1
多賀城市	365	53	14.5	5	0.4
塩釜市	73	27	37.0	0.5	0.2
女川町	25	10	40.0	0.1	0.0
岩手県	153,900	1,838	1.2	1,124	13
福島県	149,900	5,923	4.0	1,931	58
被災地3県(宮城県・岩手県・福島県)の農業生産被害推計額の合計					227

注) 表中の耕種農業産出額は平成21年の数値

資料：東北農政局

(2) 漁業

宮城県内における漁業は、震災後の津波により漁船の大半が流出・損壊したほか、漁港や養殖施設も大破するなど、壊滅的な被害を受けています。特に、漁船については、全体の9割にあたる約1万2千隻が大破するなど甚大な被害となっています。

宮城県内の漁業生産額は図3のとおり、平成20年度において海面漁業が598億円、養殖業が231億円の合計829億円となっていますが、本格的な操業再開までには相当の期間を要するものと見込まれることから、生産面における被害額も甚大なものになると予想されます。また、図3のとおり漁業生産額の全国のシェアをみると、宮城県は5.4%、岩手県は2.9%、福島県は1.3%となっており、被災3県の全国シェアは9.7%と約1割に達しています。

なお、図4より被災3県の魚種別生産額の全国シェアをみると、わかめ類が岩手県を中心に8割を超えているほか、かき類(種苗)が宮城県を中心に8割弱、さめ類が7割弱を占めるなど、総じて高いシェアとなっています。こうしたことから、震災の被害は全国的な漁業の生産動向や消費動向にも多大な影響を及ぼすものと予想されます。

図3. 被災3県の漁業生産額の概要(平成20年)

(億円、%)

	漁業生産額			全国シェア		
	海面漁業	養殖業	合計	海面漁業	養殖業	合計
宮城県	598	231	829	5.3	5.5	5.4
岩手県	314	139	453	2.8	3.3	2.9
福島県	204	4	208	1.8	0.1	1.3
合計	1,115	374	1,489	9.9	9.0	9.7

資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計」

図4. 被災3県の主な魚種別生産額の全国シェア（平成20年）

(%)

	宮 城 県	岩 手 県	福 島 県	合 計
わかめ類	23.6	57.4	0.0	81.0
かき類（種苗）	76.8	0.5	0.0	77.3
さめ類	57.3	10.0	1.3	68.6
かじき類	28.2	3.1	2.3	33.6
あわび類	9.5	19.2	1.4	30.1
かき類	17.3	10.0	0.0	27.2
さんま類	10.8	7.6	7.4	25.8
こんぶ類	1.6	22.2	0.0	23.9

資料：農林水産省「漁業・養殖業生産統計」

（3）水産食料品製造業

宮城県内水産食料品製造業は、震災後の津波により加工工場や設備、在庫が流出・損壊したことに加え、原材料の調達・流通にかかる漁業や、漁港、魚市場等の水揚施設、冷凍倉庫などが壊滅状態にあることから、その被害は甚大なものとなっています。

宮城県内水産食料品の製造品出荷額等は図5のとおり、平成20年度において2,837億円、全国シェア8.3%となっていますが、生産設備や関連する産業、施設の復旧には相当の期間を要するものと見込まれることから、出荷額等の大幅な減少は避けられない状況となっています。

なお、被災3県の水産食料品製造品出荷額等の全国シェアは図5のとおり11.9%となっているほか、主な水産食料品別の全国シェアにおいても図6のとおり、水産缶詰・瓶詰が19.9%、冷凍水産食品が16.7%、水産練製品が13.4%となるなど高いシェアを占めており、今後、全国的な水産食料品の生産動向に多大な影響を及ぼすものと予想されます。

図5. 水産食料品の製造品出荷額等（平成20年）

(億円、%)

	製造品出荷額等	全国シェア
宮 城 県	2,837	8.3
岩 手 県	784	2.3
福 島 県	425	1.3
合 計	4,046	11.9

資料：経済産業省「工業統計調査」

図6. 被災3県の主な水産食料品別製造品出荷額等の全国シェア（平成20年）

(%)

	宮 城 県	岩 手 県	福 島 県	合 計
水産缶詰・瓶詰	8.4	11.5	0.0	19.9
冷凍水産食品	12.4	4.0	0.3	16.7
水産練製品	9.8	0.0	3.6	13.4
冷凍水産物	8.8	2.8	1.0	12.6

資料：経済産業省「工業統計調査」

3. 東日本大震災の被害状況等（阪神・淡路大震災比較）

（平成23年6月28日現在）

項 目	阪神・淡路大震災		東日本大震災		うち宮城県
発 生 日 時	平成7年1月17日 5時46分		平成23年3月11日 14時46分		—
マグニチュード	7.3		9.0 (日本観測史上最大)		—
最 大 震 度	7		7		7
死者・行方不明者 発生都道府県数	3府県		12都道県		—
人的被害(負傷者含む) 100人超の都道府県数	2府県		7県		(宮城県面積) 7,826km ²
	(上記2府県の総面積) 10,292km ²		(上記7県の総面積) 56,424km ²		
合 計	死 者	6,432人	15,506人		9,189人
	行 方 不 明 者	3人	7,297人		4,642人
		6,435人	22,803人		13,831人
避 難 者	ピーク時 約317千人		ピーク時	450千人超	不明
			直近時	約112千人	約16千人
住 家 被 害	全壊 全焼	108,054戸	104,290戸		63,990戸
	半壊 半焼	144,341戸	99,446戸		43,712戸
被 害 額 (ス ト ッ ク)	約9.6兆円		16兆円～25兆円 (平成23年3月23日時点における内閣府推計)		9兆円～14兆円 (当部推計)
津 波 の 状 況	な し		津波警報等	大津波警報、津波警報、津波注意報が日本の沿岸全都道府県に発令	
			最大遡上高 (津波の高さ)	岩手県宮古市 推定約39m	女川町 推定約18m
			2m超の津波を 観測した範囲	北海道根室～千葉県銚子	
				上記海岸線 推計 4,472km	宮城県海岸線 828km
			直線距離	約1,610km	約140km
			津波浸水範囲	東北～千葉 561km ²	328km ²
				北上川河口から10km以上上流まで浸水	
市街地の30% 以上が浸水した 市町村数	13市町村	10市町村			
原 発 の 状 況	な し		福島第一原発事故発生、事態収拾の目処立たず		

※新聞報道、宮城県、警察庁、消防庁等の資料より当部で集計。

サハラで磨いたアウトドアクッキング



宮城大学理事長・学長 西垣 克

依頼原稿を書くときにいつもおちいる病気がある。迂闊にもお願いする人の熱意と、締め切りはまだ先のことで何とかなるというささやきが頭の中にうまれ、つつい引き受けてから、しまったと思う病気である。今回は、この思いと合わせて社会状況により重症である。

3月に生じたミレニアムな大震災の余震もさめやらず、悲しみに打ちひしがれている方々も数多くおられるのが現状である。正直、明るい未来を目指して前を向き立ち上がろうといわれても、今一つエネルギーが満ち足りてこないのが現実ではないだろうか。

このような時に何をのんびりと「私の趣味」なる原稿がそうスラスラと書けるものだろうか。今日を生き延びる人々が数多くおられる現実を思うと、筆は心地よくすべらないのである。

そこで、アフリカのサハラ砂漠の国で仕事をしたり、ソ連邦が崩壊したときの緊急人道支援、ネパールでの暴動などに身を置いて活動していたときのことが頭に浮かんだのである。実態は異なるが、それぞれの地域で人々は今回と同じように命の安全保障が失われた状況に置かれていたのである。

その時たまたま趣味としていた事柄が、生き延びるのに役に立ったことを思い出した。その趣味とは料理をすることである。料理を始めたきっかけは、中学生時代からやんちゃなガキ大将だったことにある。たぶん先を心配した親父が何かを思い、突然ボーイスカウトの隊長を務めるある寺の職のところに連れていったことに始まるのである。

瀬戸内の無人離島での訓練を始め、アウトドアクッキングの始まりである。何が食べられるか、どのようにしたらおいしく食べられるかが問題となる。竈の作り方、飯合での炊飯、木の葉を利用した蒸し焼き、薪を使った焼き物、干物の作り方など生き延びる知恵を学ぶフィールドワークである。その後、図書館で獲物の生態学的特性と可食部ならびに毒性について学習した。

サハラで感心したのは、ハンターから買ったヤマアラシの料理法である。たぶんアフリカで最もおいしい肉料理である。料理法はいとも簡単であり、聞けばびっくりするものである。料理をする道具でも、同じようにタフで便利なものがある。この愛用の道具を紹介して、この原稿の責務を免じてもらおうと考えている。アメリカ開拓史を支えるダッチオープンである。この道具の秀逸な点は、どのような燃料でも調理ができ、かつ様々な調理法が応用できる点にある。現在はだいぶ普及したので、アウトドアを扱う店でぜひ実物をご覧いただきたいと思う。避難所でカップラーメンにお湯を入れて食事をする映像を見るたびに心が痛むのである。たくましく、開拓時代のように夢と希望を抱いて前に進むために、ダッチオープンで料理した食べ物を一緒に食べようではありませんか。