

NEXT

ネクスト ステージ

Saitama City
Support Magazine

2011年
No.25

STAGE (財)さいたま市 産業創造財団

さいたま市の中小企業と創業する方のための支援センター



「変化」と「こだわり」 100年企業を目指す社長の決断

100
年100周年を迎えるスミダに受け継がれる“^{ぜいへん}蛻変の経営”

※1

スミダ工業株式会社 代表取締役 半田 正一

さいたま市浦和区で総合建設業を営むスミダ工業株式会社は、何と今年で創業100周年を迎える老舗企業です。今では、地元から厚い信頼を寄せられる企業ですが、今までの100年の歴史の中で、様々な環境変化を経験し、変容を遂げてきました。



■ 当社100年の歴史

当社は、大正元年に荒川区南千住の隅田川の近くで産声を上げました。創業当初は建設業ではなく、石材問屋を営んでおり、石材運搬に利用していた隅田川の雄大な流れにあやかり、社名を「隅田川石材合名会社」にしました。当時の建築は木造が主流でしたが、建築用石材は、城の石垣などに見られるように、歴史を見ても重要な建築資材です。また、当時は、西洋風な建物など、石造りや煉瓦造りの建物が増えており、当社も東日本を代表する石材販売業者に成長しました。

ところが、大正12年に発生した関東大震災で事態は大きく変わりました。木造のみならず、石材建築物も大きな被害を受け、耐震性が強く求められるようになりました。そこで、創業者である私の祖父が、「これからは耐震性に優れた鉄筋コンクリート造りの建築が増える」と考え、それまで続けてきた石材販売業を行う傍ら、セメント販売業に新規参入したのです。

その後、昭和に入り太平洋戦争が起これと、ご存じのように

全国各地が焼け野原になりました。そのため戦後復興材の需要で厚型スレート瓦の需要が大幅に伸びていました。そこで当社は、浦和駅東口駅前に厚型スレート瓦の製造工場を設立し、今度は製造業に新規参入したのです。その頃には、それまで続けてきた石材販売業から撤退しました。

その後、しばらくは主に厚型スレート瓦の製造を行っていましたが、工場を移転した際に工場跡地に商業ビルを建設しました。洋菓子店、写真店など東京の有名なテナントさんも入居する商業施設で、建設した昭和35年当時、お客さんの行列ができるほど人気がありました。そのビルに大手ハウスメーカーさんが入居してきたため、それに合わせて当社は販売代理店となり、当時需要のあったプレハブ住宅の販売業に参入したのです。

ところがその後、何とそのハウスメーカーさんの販売代理店制度が廃止されることになり、住宅販売事業からの撤退を余儀なくされました。そしていよいよ建設業へと参入し、ウェイトを移していく訳です。また、平成17年からは高齢者向け優良賃貸住宅の運営も行っております。

■ “蛻変の経営”

当社は前記のとおり、石材卸売業、建築資材製造販売業、不動産賃貸業、住宅販売業、総合建設業、建設関連サービス業とさまざまな事業を展開してきましたが、自分では特別なことをしてきたとは考えていません。その時その時に、当社を取り巻く環境、社会的趨勢に合わせて事業を展開する“蛻変（ぜいへん）の経営”（昆虫などが成長しながら様態を変化させていくように、環境の変化に合わせて経営を変えていくこと）を続けているだけです。どんな業界でも市場が拡大している時は比較的問題ありませんが、市場が停滞、縮小している時などは、限りあるパイを奪い合っているだけです。当社はそのような時に事業撤退や新規事業への参入を行ってきた訳です。但



約70年前の当社の写真

し、いくつかのポイントがあることは確かです。

- ①一貫して当社の強みである建設関連に関わりを持ってきたこと
- ②環境に大きな変化が生じた時は、事業撤退を恐れなかったこと
- ③建設業もサービス業と考え、サービス、ソフトの提供、地域社会の発展に注力してきたこと

これらは、当社100年の歴史の中で、常に貫き続けてきており、もちろんこれからも継続していくつもりです。

「蛻変の経営を陰で支える“事業撤退”

事業の環境が変わったときは、売上も伸びず、事業の継続すら危ぶまれ非常に苦しいものです。でも、企業が変わらなければならぬのはその時ではないでしょうか。私どもも、何度となく事業からの撤退をしてきました。こんな話を聞いたことがあります。太平洋戦争の時の、アッツ島とキスカ島の戦いの話です。アッツ島の戦いでは、指揮官が玉砕を選択し、部隊は全滅してしまいました。キスカ島の戦いでは、指揮官が撤退を選択し、敵が来た時に陣地はもぬけの殻だったそうです。廃業や事業撤退は負けたような気がして非常に苦しいものですが、“勇気ある撤退”というのもあるのではないのでしょうか。そのおかげでまた打って出ることも出来るのです。

“先慮断行”

私が、事業の新規参入や撤退などを行う際に大切だと思うのは“先慮断行”です。やはり経営者は先のことを考えなければなりません。考えれば考えるほど決断が鈍ってしまいます。ひらめきや思い付きでの経営は失敗もあり、やはり良く考えて決断することは大切ですが、決断したら何としても実行する覚悟が必要だと思います。また“先慮”する際、例えば、池で魚釣りをするのなら、道具選びではなく、釣り場選びを熟慮することが大切だと思います。素晴らしい釣り道具を使い魚のいない池で釣りをすると、安い釣り道具でも魚がいる池で釣りをするとでは、釣果の差は目に見えているのではないのでしょうか。

「これからのスミダ」

当社は総合建設業者であり、いわゆる“ハコモノ”を提供する企業ですが、箱の中身（サービス）は非常に大切です。日本に昔からある「おもてなしの心（奉仕の精神）」を大切にしながら、先人が果敢にチャレンジしてきた新たな取り組みも続けていきたいと思っています。そのDNAを継承しつつ、「Don't Give Up」の精神で皆様とともに発展していきたいと考えております。

※1：蛻変（ぜいへん）とは、蟬の卵が幼虫になり、さなぎになり、羽化して成虫になっていく様をいいますが、その都度脱皮を繰り返し形を変化させるのでこういわれています。



浦和駅東口駅前「スミダビル」



第2スミダビル



当社が運営する高齢者向け優良賃貸住宅「ひまわり緑館」

スミダ工業株式会社 プロフィール

- 所在地：さいたま市浦和区前地3-14-12 第2スミダビル
- 設立年月日：1912年9月20日
- 事業内容：中高層ビル・マンション、店舗などの設計・施工及び管理。貸ビル業、不動産売買・管理等
- 従業員：30名
- TEL：048-882-0166
- URL：<http://www.sumida-kougyou.co.jp>

50
年超

印刷を核に、材料から製品までつくる企業へ
～仕事を楽しみ「ノリ」を生んでいる企業事例

田中産業株式会社 代表取締役 田中 裕

印刷業で培った技術をコアにプラスチックの成形加工技術や製缶加工技術まで手掛けることでワンストップ対応によりイノベーションを起こしている企業を紹介します。田中産業株式会社は社員数140名、製缶業の株式会社MGSは80名、グループ全体で200名以上の人員の会社です。創立は1953年で、1981年には日本でまだ非常に少なかったA倍判5色オフセット印刷機を導入し差別化を始めた。更に次々と日本初という大型印刷機や特殊印刷機を導入し差別化を深耕させる。その甲斐もあってバブル崩壊後の印刷不況の中、この20年で売上を6倍に伸ばした。

現在では我々の生活のあらゆるシーンで田中産業の印刷技術を目にしている。



経緯

当社は1953年創立。最初、紡績用紙管製造業としてスタートし、1960年に段ボール製函業に進出することで業容を拡大していきました。

1970年代、オフセット印刷機を導入して本格的にオフセット印刷に進出、その後も特殊印刷や大型印刷の機械を導入して、積極的な展開をしてきました。

1997年のK判8色+コーター印刷機導入に伴いフィルム印刷等の特殊素材の印刷を本格開始しました。しかし、購入するフィルム素材に印刷適正上の問題が次々と発生し、それをきっかけに、自社内でフィルム製造ができないか？ との思いが出てきました。

21世紀に入り、その思いを実現すべく社内でのフィルム製造について本格的な検討に入りフィルム製造部門を立ち上げまし

た。成形装置も社内で作りこんでいき、当社の持つ特殊印刷技術との相乗効果により、ドンドン技術を高度化してきたのです。

そのひとつの事例として「**再生率70%以上の高再生率とフルカラー印刷を両立させる技術の開発**」を行い、エコマークを取得し2008年2月より事業化しております。この製品は2009年度さいたま市ニュービジネス大賞優秀特別賞を受賞しました。

これまで技術的に困難とされてきた再生率70%以上のPP製シートにフルカラー印刷したクリアファイルとPPバックを開発しecoPPi(商標登録済)製品として2008年2月より事業化してきました。これを可能にしたのは、当社がこれまで長きに渡って培ってきた印刷技術と今後の成長の為に事業として立ち上げて数年経過したシート製造技術の高度な擦り合わせ能力の結果であります。

今後はこのコア技術と新技術の擦り合わせ能力をさらに発展させることでクリアファイルとPPバックだけではなく新たに包装用容器等の分野へ本格展開して新たなビジネスの創生と社会貢献を目指していきます。

また、2008年に製缶業である株式会社MGSを田中産業グループに迎え入れ、金属加工を新たなコア技術として育てていく体制を整えました。

このように現在、当社は長年、培ってきたコア技術である印刷技術を軸にプラスチック成形と金属加工の技術を内製化することで、材料から最終製品まで製造する「印刷技術を持った製造業」へのシフトを行っております。

製造業としての足腰を強くするという意味で理工系の大学との連携も積極的に行っており、今後も外部のシーズやリソースを活用しながら社内のものでづくり人材の育成・高度化を



再生率70%以上の再生率とフルカラー印刷を両立させたパッケージecoPPi

行っていきます。

今後はグループ全体での相乗効果をアップさせて、経営効率を一層高めていきたいと考えております。

社会貢献

当社では、点字印刷技術を高度化して、社外の協力者とNPO法人ユニバーサルデザイン絵本センター(UD絵本センター)を立ち上げました。UD絵本(点字絵本)の制作・出版や点字カレンダーの制作をやり、全国の盲学校などに寄贈します。現在では日本にある約30冊のUD絵本のうち、約4割の印刷をを同社(UD絵本センター)が行っております。

同社がユニバーサルデザイン絵本づくりに取り組んで約11年が経ちますが、最初のきっかけは印刷技術をさらに高めるために非常に難易度の高い点字印刷にチャレンジしたことでした。様々な情報を集める中で、点字絵本(点字が付き、絵にも凹凸があり、視覚障がい者だけでなく晴眼者も楽しめる絵本)が少ない、価格が非常に高い、そして種類が少ない等様々な課題があることを知り、自社の持っている技術を活かして、社会貢献できる事業として本格的に取り組み始めました。

今後の展望

社内ではいろいろな研究開発が進んでおりますが、そのひとつの例が3Dレンチキュラー印刷技術の高度化です。

現在、さいたま市産業創造財団のメニューを活用しながら技術の高度化や今後の本格的な事業化に向けた研究を実施しております。

キーワードは「ノリ」

早稲田大学ビジネススクール教授でローランドベルガー会長の遠藤功氏の著書に「伸び続ける会社の『ノリ』の法則」という本があります。その中に「ノリがよくなれば生産性が高まる。品質もサービスもよくなる。新しい商品や事業も生まれる。そして、間違いなく業績も良くなる。」というアドバイスが書かれておりました。

当社の社是である「もっとたのしく もっとゆたかに」とは現状に満足しないで常に新しい事や難しい事に挑戦し成長して、今以上に仲間や社会に貢献することです。

これからも「もっとたのしく もっとゆたかに」を目指して挑戦していきます。



本社



茨城県坂東市にあるMGSG工場



成形された缶。これが身近な生活の中の随所に登場します



あらゆる生活シーンに登場する
田中産業の印刷技術

レンチキュラー・シート生産、データ処理、印刷、加工まで、徹底的な管理で最高品質の一貫生産。右はレンチキュラー効果の参考イメージです。



田中産業株式会社 プロフィール

- 所在地:さいたま市中央区本町西4-16-15
- 設立年月日:1953年3月8日
- 事業内容:大型印刷、厚紙印刷、特殊印刷等
- 従業員:140名(グループ全体220名)
- TEL:048-653-8101
- URL:<http://www.printer-tanaka.co.jp>

50
年超

省資源と環境貢献を目指して

キムラセンイ株式会社

代表取締役社長 木村 秀之

キムラセンイ株式会社は、大量消費された衣料及び繊維全般のリサイクルを行うことで、社会・環境貢献を推進し国内外の企業や団体等のネットワークを築き、地域に根付いたビジネスをグローバルに開拓展開している企業です。ここまで成長してきた背景には、時代変化に揉まれながら柔軟な対応をしてきたトップの判断力にあるのではないだろうか。



キムラセンイは、昭和28年（1953年）に個人商店「木村商店」として、古繊維のリサイクルを業として、約5名程の人員で立ち上げました。17号国道も未だ簡易舗装で有り、行き交う自動車もその数は未だ少ない状況でありました。

当時の一般的所得水準はかなり低く、労働者の給与も「ニコヨン」と表される「日給240円」程でありました。従って、そうした生活水準の中で廃棄される古着は、「つぎ」が当たった物の方が多く、「東海道53継ぎ」との笑い話がある程でありました。

そうした時代背景の中で、「物を惜しむ精神」は横溢しており、廃棄される物量はそれ程多くは有りませんでした。

経済の高度成長時代の現出

昭和40年代、所得倍増計画に基づく経済発展がもたらされ、東京オリンピックが開催されるにに合わせて首都高速道路が建設され、新幹線が走り始め、時代は「高度成長」の活気に溢れ出しました。

マイホーム、家庭電化、マイカー等の夢を育み、「元氣な時代」が現出し始めました。一般の生活水準も高まり、廃棄される衣服も「つぎ」の当たっていない物に変貌し、その排出量も増え始めてきました。



コンベヤーによる古着選別作業

木村商店の営業範囲も拡大し、「関東一円」からの古着を回収し、そのリユースとリサイクルに注力しました。

有限会社への法人化

1973年、業容の拡大とともに、「木村繊維有限会社」として法人組織化を図りました。この頃から、集荷した古着の中約40%位を、東南アジア諸国（フィリピン、香港、シンガポール、インド、パキスタンetc.）に向けて輸出する業務を開始しました。

古着の行政回収の普及と工場の複数化

大量生産、大量消費、大量廃棄の生活態様の中で、排出される衣料も大量となり、行政によるゴミ減量を目的とした「資源物回収事業」が始まり出しました。

そうした変化の中で、古着の受け入れ量も「大量化」し、その「用途別選別」において、かなりの人数が必要となってきました。本社工場（旧与野市）1か所だけでは従業員の確保が難しくなり、1975年騎西工場設立、1980年加須工場を設立し、トータルでの従業員の確保を図りました。

1970年代、すでに米国やヨーロッパ先進諸国において、古着文化が定着しており、日本においてもヤング系の古着ショップが流行し始めてきました。

当社においても、こうした流れの中で、「ヤング系古着ショップ」を3店舗、「ファミリー系リサイクルショップ」を10店舗開設しました。しかしながら、時代変化の流れは早く、若者文化としての「ヤング古着」の流行もやや下火となり、ヤング系の3店舗をクローズし、「ファミリー系リサイクルショップ」により注力しました。

バブル勃興と労働力不足

1980年代末に至りバブル経済が勃興し、労働集約的職場において、「人手不足」が顕在化してきました。従業員の不足は深刻となり、当時としては「外人労働者」に依存する比率が高まってきました。当社においてもフィリピンからの人達約35名

程働いていただいていた。

しかしながら、バブルの崩壊とともに、国の雇用政策として国内労働力の雇用を優先する方向性の中で、「外人労働者」の締め付けが強化され、その雇用が難しくなってきました。

■ グローバル時代への変遷と対応

1989年のベルリンの壁崩壊に象徴される東西冷戦終結が実現し、世界市場がボーダレス化し、グローバル化した経済が現出してきました。

そうした世界的環境変化と、当社の業務の拡大に伴い、2000年に「キムラセンイ株式会社」に改組し、スタッフ全員の力を結集できる様、組織的運営の研鑽に努めております。同時に労働集約的な仕事の本質の中で、日本における「雇用の難しさ」を克服するために、海外工場の構築を模索し始めました。

■ マレーシア工場の設立

そうした中で、海外工場の適地をどこにするかのケーススタディーを行い、フィリピン、ミャンマー、マレーシア等の比較検討を行いました。

その結果、2001年に「海外開発部」を創設し、マレーシアのペナンに「現地法人」を設立し、海外生産工場と海外販売の拠点を構築しました。

■ BOPビジネスとしての古着リユース

最近、BOP(ベースオブピラミット)と云う事が云われてきております。全世界人口の中、約70%以上の人々が年収3,000ドル(約24万円)以下で生活していると云われております。こうした低所得層の人々にとって、いまや日本の古着は必需品となっており、こうした需要を満たして上げる為には、日本の古着の回収率をより高めて行く必要性が生まれています。

当社においても、新たな回収システムの構築を目指して、「フレスト事業部」を立ち上げ、「回収率の向上」に向けて努力しております。また、マレーシア現地小売店舗の開設を図り、11店舗程の営業にこぎつけ、現地低所得層のお客様から大変喜ばれております。

■ 古布団のリサイクル工場の設立

2008年、日本における、「粗大ゴミ」のトップとして、全国的に焼却されている古布団を活かすべく、「燃やさずに活かそう!」を標榜し、「省資源」と「CO2の削減」を通じて環境貢献に寄与すべく、「古布団のリサイクル工場」をマレーシアに立ち上

げ、リサイクル Cotton の生産と、現地雇用の創出を生みだしております。

■ 感謝のビジネス

思えば、変転きわまりのない時代変化に揉まれながら、約半世紀に亘り経営の継続を図ってこられたのは、円高不況、オイルショック、リーマンショック等々幾多もあった苦難や逆境の時、心からの協力をいただいていた国内及び海外の、社員スタッフ従業員の奮闘と努力有ればこそであり、感謝感謝であります。

また、仕入先お得意様、販売先お得意様、店舗のお客様、多くのサポートをいただいていた関係者の皆様には、感謝感謝であります。

■ 第一期創業から 第二期のグローバル的发展に向けて

企業は創業時の小さな「溪流」とも云うべき源流が有り、それが「川」となり、さらには「河」となって、「社会と云う海」に注ぎこまれてゆく様に思います。

第一期創業から、第二期のグローバル的发展に向けて、「次なる世代」に経営を承継し、たえず「新しい人材」を求め、育成し、時代と社会から必要とされる存在に進化発展を志して行くべきだと思っております。



市民祭りにおける衣類回収の啓蒙活動



マレーシア工場

キムラセンイ株式会社 プロフィール

- 所在地: <本社>加須市南小浜370-1 <さいたま営業所>さいたま市浦和区常盤9-34-17
- 設立年月日: 1973年6月1日
- 事業内容: 中古衣料の輸出・輸入、ウエス製品の製造・販売、リサイクルショップ、リサイクル商品開発等
- 従業員: 100名
- TEL: 0480-65-6784 ●URL: <http://kimura-seni.co.jp>



本社工場

株式会社ウェイブサイバー

代表取締役 白山 大地

今年で創業10周年を迎え、3つのコア技術(精密測定装置、レーザー溶接技術、制御システム)を柱に、新たな発想で製品開発を行ってきた株式会社ウェイブサイバーをご紹介します。

今回、メインで取り上げるのは、医療研究現場(大学病院等)で使用されている生体測定機(精密測定機)の開発経緯と、10年を乗り切ってきた会社の基本方針です。

創生期から発展期へと向かうにあたり、会社の根底に流れる基本的考え方や製品価値を高める方法等をご参考いただければと思います。



会社の特徴

当社は典型的な技術開発型企业であり、独自の技術力でニッチ市場を開拓しています。現在では独自技術が評判となり、大学病院から研究開発依頼が数多くきています。きっかけは、当社がスキンケア測定機として開発した「皮膚粘弾性測定機」の技術であり、医療研究現場で新たな用途として注目されています。

研究開発が進んでいる医療分野は、産婦人科、皮膚科、眼科、整形外科、リウマチ科等で、将来的には医療技術の進歩に大きく貢献することが期待されています。

今年度は、さいたま市産業創造財団の支援のもと、金沢大学附属病院との調査研究がスタートしており、新たな医療用測定機の開発が望まれています。

英科学誌ネイチャーと オックスフォードジャーナルに掲載される

技術力は、専門家から“お墨付き”をいただいています。海外の科学誌(英国のネイチャー、オックスフォードジャーナル)に論文発表し、ハイライト紹介等でとりあげられました。これらは、すべて大学との共同研究の成果でもあります。また国内でも、日本経済新聞、日刊工業新聞等で「皮膚用粘弾性測定機」や「全自動針入度計」などの製品がとりあげられています。

その他にも、「埼玉県ベンチャー企業ネクストステージ支援企業」や「埼玉県ベンチャー企業優良製品コンテスト入賞」等に認定されています。これらは、企業価値を高め、顧客からの信用も高めてくれる営業ツールでもある訳です。実際に医療関係者や大学の研究者等からの研究依頼は、これらが接点となっています。

成功の秘訣は、 有名企業に製品を使ってもらうこと

当社の製品の信用や評判を良くさせるには、大企業、中でも有名企業に使うことです。そのために当社では、現場

のニーズ、大企業の弱みに着目し、世の中にないものをゼロから研究開発してきました。

そこで必要になるのがスピード力と開発力であり、なお且つすべてにおいて内製化を徹底することにより、コストパフォーマンスと独自技術の競争力がつくりだされています。

それらの結果から、大企業からその関連企業や取引企業へと、顧客が顧客を呼んで製品が浸透していくというメカニズムが働きだすことになります。

チャンスは“女性のお肌”から始まった

方向転換の第一歩は、女性のお肌を測定する装置でありました。社長は「お客様は今、何を必要としているのか?」「市場では何が求められているのか?」を常に考え、生の情報を集めます。それは、直接、お客様であったり、取引先や営業先の企業でもあったりします。

このお肌測定機から工業用測定機の開発がはじまり、新たな企業との取引へとつながって行きました。この新たな取引企業の開拓には、相手を徹底的に調べ、弱みを見つけ出し、どうしたらこの企業に役立つことができるか?を徹底的に情報収集することでした。

それには仕掛けも必要ではありますが、とにかく相手先企業に必要とされる製品をもつことです。

強みは、卓越した技術力と 社長のしなやかな発想力

当初はヘルスケア分野の測定機(お肌向け油水分測定機、皮膚粘弾性測定機)、その後は工業用測定機(工業用粘弾性測定機、全自動針入度計等)そして医療用測定機開発へと、しなやかに発想の転換を図り成長してきました。

工業用測定機、医療用測定機への方向転換は、すべて“お客様からの一言”からです。これは、お客様との信頼関係はもとより、それに対応できる卓越した技術力により可能となるのです。

医療機器という新たな領域へ

新分野への進出は、医工連携による大阪大学や東邦大学等との共同学会発表、共同開発による生体検査機器開発がはじまりでした。

最近では、いくつかの大学病院からも医療用検査機器の共同開発の依頼が来ています。今年度も、さいたま市産業創造財団の支援のもとに金沢大学との共同研究調査がスタートしており、更なる応用展開に積極的に取り組んでいます。

ニッチな市場を発見し、独自の技術で勝負する

当社の基本方針は、以下のようなものであります。

- ①最初から大量生産対応の製品開発を狙わない。
- ②大企業と同じ土俵では戦わない。
- ③基板の設計から製造まで、すべて内製化し、リスクとコストを軽減させる。

これらの方針は中小企業ならではの共通したものではありますが、キーとなるものはやはり独自の技術開発力をどう創りだすかであり、それらを生む優秀な人材の確保が課題となってくると考えられます。

これからの人材投資と育成が重要課題であると考え、やる気のある理工系の人材を確保し育成することを、今後の最重要課題としています。



粘弾性測定機



携帯式粘弾性測定機



全自動針入度計



一壁面に飾ってある賞状

株式会社ウェーブサイバー プロフィール

- 所在地:さいたま市南区別所1-12-18
- 設立年月日:2000年8月31日
- 事業内容:光学・電子・制御技術応用製品の製造、販売
- 事業領域:
 - ①精密測定装置 工業用/生体用(医療、スキンケア)
 - ②微細レーザー溶接技術・製品 工業用
 - ③制御システム(組込系ソフトウェア) 工業用
- 開発実績:
 - ①レーザー精密溶接装置
 - ②同軸CCDカメラ付きYAGレーザー照射ヘッド
 - ③多機能クロスライン発生器
 - ④皮膚の映像・水分・油分測定装置
 - ⑤画像測定機
 - ⑥LDモジュール高低温特性測定システム
 - ⑦無線携帯式工業用粘弾性測定機
- 従業員:4名
- TEL:048-837-7209
- URL:<http://www.wavecyber.com/>

20
年超

顧客へ直接技術を届けること。
それが私たちのスタイル

コスモリサーチ株式会社 代表取締役 伊藤 武司

コスモリサーチ株式会社は通信とデジタル信号処理の分野で、官民の研究所を主要顧客にビジネスを展開しています。同社の規模で無線から信号処理まで完結した製品を開発する会社は珍しく、その小回りの良さと技術力は、顧客の熱い信頼を獲得しています。そんなコスモリサーチ株式会社の伊藤武司社長へのインタビューをお届けします。



Q.コスモリサーチ(株)はどんな会社でしょうか？

コスモリサーチは、今年で創業23年を迎える開発型企業です。主にデジタル通信の分野で、国や企業の研究機関の研究成果を実証する実験機の開発や製品化を主たる業務としています。

Q.コスモリサーチ(株)を経営する上で重視していることはどんなことでしょうか？

当社の営業戦略で一番大切にしていることは、「エンドユーザーと直接取引をする。」ことです。当社は、社員22名の中小企業です。エレクトロニクス業界で当社くらいの規模であれば、大手企業の下請けや孫請けであることが一般的です。少し前なら、日本的な系列に属していればとりあえず仕事はいただけたかもしれませんが、結局、受け身の仕事しかできません。それでは社員は楽しくない。

Q.創業のきっかけをお聞かせください。

私は、かつて大手通信機メーカーの関連会社で防衛関連の電子機器の開発に従事していました。大手の関連会社と言っても様々な規模の会社があり、私の勤めていた会社はとても小所帯でした。良く言えば自由に仕事ができる風土があり、悪く言えば、管理がずさんだった。とにかく20代の頃は好き勝手に開発にとりこんでいました。

しかし、徐々に社員も増え、規模が大きくなるとだんだん窮屈になってきました。ユーザーよりも、組織の都合で仕事をするようになってきたのです。ジャパンアズナンバーワンなどと言われた1980年代、日本の会社はなにか勘違いをしてしまったんですね。

とはいえ、一度自由に仕事をする楽しさを知るとそうそう組織人には戻れません。そこで一念発起「シンプルな組織で、腕の良い技術者が正しく評価される。」そんな会社を目指してコスモリサーチを創業しました。

Q:創業した時に苦労されたことを教えてください。

1988年、満を持して1人の部下と共にコスモリサーチを創業しました。とりあえず生活の為に、当時立ち上がりつつあった、独立系LSIデザインサービス会社の下請けでLSI設計をはじめました。その頃、LSI設計はかなり特殊な技術で結構な実入りにはなりました。年に3~4個チップを設計すれば二人で楽々食べていけた良い時代でもありました。また、このLSI設計技術が後のビジネスにおおいに役にたつことになります。

しかし、元来セット設計者である私にはLSIは部品ですからどうにも物足りない。どんな製品になるのかも、どんな人が使うのかもよくわからない訳で面白くなかった。そんな中、様々な人達との交流から、当時の通信総合研究所の研究者の試作品を作る機会に恵まれました。

とても小さなオーダーでしたが、顧客の要望を聞きながら製品を設計、製造して納入する。それを使って顧客はさらに研究を進める。おかげで良い論文が出来たよと言われたときは、「やっぱり技術者は製品を作ってナンボだよなあ」と思った瞬間でした。

もちろん、創業から日の浅い当社にそうそう「好きな仕事」ばかりが来るわけではありません。でも、自社なりのスタイルにこだわる仕事をしていくうちに、今のスタイルが出来上がってきたわけです。



天体からの電波を2GHzでサンプリングし
デジタルデータ化する装置

我々の業界では、下請け仕事は主に工数仕事になります。ある開発を何人月かかるからいくら、という見積もりをするわけです。法律の縛りもあり、工賃＝人件費は、毎月締めで現金で支払われます。これは、資金力の無い企業にはありがたい。

それに対して製品で受注すると、民間であれば納入後何ヶ月後に手形でというような支払いになります。また、官庁の支払いは現金振り込みですが、春に受注して納入は年度末...なんてこともあります。政局の混乱で予算の審議が滞ると、支払いが先送りにされるなんて笑えない経験もしました。それなりにキャッシュフローがなければ出来ない仕事なわけです。

しかし、目先の現金よりも、少しだけやせ我慢をして好きな仕事をする。これが当社の美学であります。時がたつと同時にキャッシュフローも徐々に厚くなってきました。

Q:コスモリサーチ株式会社のコア技術を教えてください。

エンドユーザーに製品を売るんだ!といっても、20人かそこらの中小企業にはそう簡単な話ではありません。

そこで次なる当社の戦略は、コアとなる技術を持つことです。例えば、OFDM(直交周波数分割多重方式)という技術です。難しい話は抜きにして、地デジ、無線LAN、WiMAXなど今のデジタル通信のベースとなる技術です。十数年前、いくつかの顧客からOFDMの実験機を作りたいという相談が持ち込まれました。当時のLSI技術では実用レベルの製品つくるのはまだまだ困難でしたが、コアとなる回路を設計し、それに顧客の特注部分を追加して実験機を納入しました。

ここで大切なことは、コアの部分を顧客の丸抱えで開発しないこと。顧客の費用で開発すれば、当然所有権も渡さざるをえません。

当社では、コアの部分は自前で開発し、その部分は使用料をもらうという形で提供します。周辺の特注部分のみ開発費をいただく訳です。すべての権利を独り占めしたい大手との契約は簡単ではありませんが、この点だけは絶対に譲りません。本当にその技術に価値があるなら、最後は納得してもらえます。

そして同じコアを使った製品を複数の顧客に提供する＝利益を上積みすることが可能になるわけです。

当時、それがどんな製品やサービスになるのか、今ひとつわかりませんでしたが、「こいつはいける」という臭いがありました。十数年後の今、デジタル通信技術の基本中の基本になっています。当社でも、OFDMの技術をベースに数多くの実験機や実用機を多くの顧客に提供することが出来ました。「こいつはいける」を嗅ぎ分けるのが私の仕事なのだと思います。

Q:採用や人材育成方法について教えてください。

会社設立から10年後、社員が10名を越えた頃自社ビルを新築しました。きれいな自社ビルがあれば新人の採用も楽になる...と思ったのですが、残念ながらそうでもありません。

技術者として大成するには、持って生まれた才能がとても大切です。瞬間のひらめきみたいなものは、努力だけで身につくものではありません。

全入時代の大学生の学力の低下、優秀な学生の理系離れ、

そしてなにより大指向は、我々のような企業にとって深刻な問題です。現在、新卒採用を中心に若手の中途採用などをしていますが、これだけは、永遠に試行錯誤と失敗の繰り返しでしょうね。簡単に、いくつもの会社にエントリー出来る今のシステムも困ったモノです。

ひとたび、メガネにかなった新人が採用できれば、OJTでびしびし鍛えます。入社6～7年、30才くらいになると、見違えるような技術者に育ちますよ。

Q. 今後の展望をお聞かせください。

今後も、次世代の技術を先取りし、それをベースにビジネスを提案していくスタイルは変わりません。ただ、この国に少なからず閉塞感を感じるのは私だけではないでしょう。

なんでもかんでもコストの安い海外、ということでは寂しすぎます。まず、若い才能にチャンスを与えなければならない。そして、若い技術者に仕事の楽しさを教える。これがわたしの残されたミッションです。



ITSの公開実験に使用された700MHz帯の送受信機



コスモ製汎用FPGAボード。
このボードに信号処理回路を搭載する

コスモリサーチ株式会社 プロフィール

- 所在地
さいたま市北区宮原町3-148-5
- 設立年月日:1988年4月1日
- 事業内容:通信機器の開発
- 従業員:22名
- TEL:048-653-8101
- URL<http://www.cosmoreserch.co.jp>



BCP(事業継続計画)は、この震災で役立ったのか？

一つの単純な疑問が頭から離れない。3月11日の東日本大震災に起因した福島第1原子力発電所で世界的な規模で不安を巻き起こしてしまった東京電力はどのようにBCPに取り組んでいたのだろうか？ 勿論であるが、世界第1位の規模を誇る電力会社である東京電力が、BCPをはじめとするリスクマネジメントに取り組んでいなかったとは考えられない。ネットで調べてみると、『危機管理産業展2006』（東京国際展示場、2006年10月24～26日）で南関東地域での大地震発生を想定して開催された「BCPに不可欠なライフラインをどう確保するか」のパネリストの一人として、当時の東京電力 総務部防災グループ グループマネージャー 大橋 裕寿氏が参加し、『東京電力の広域災害対策としては、「被災しにくい設備づくり」「設備構成の多重化などによる被災時の影響軽減」「復旧用資材の確保等による被災設備の早期復旧」を3本柱としている。また、大地震が発生した場合のシミュレーションによれば、発電所は、十分な耐震設計をしているので、深刻な被害は発生しないと想定している。変電所では一部に被害が出る可能性はあるものの、別のルートからのバックアップがあるので、1日程度で復旧するだろう。』と発言した記事が、2007年2月20日付で日経BPnet SAFETY JAPAN (<http://www.nikkeibp.co.jp/sj/2/special/208/index.html>)に掲載されている。

断片的な発言で今回の原子力事故に関する批判の種とすることは差し控えたいが、超大企業の行っているBCPについてさえ、『本当に効果がある活動なのか？』の疑念を生じるのは、東日本大震災直後の身にとって自然な考えであろう。

BCPとは言いながらリスク対応型防災計画の域を出ない活動に終始し、『地震に対してのシミュレーションでは発電所に深刻な被害発生は無い』との考え方で、想定される地震リスクのみに対応した点に問題が有ったのではないかと。地震に対するリスク検討の結果は問題が無かったとしても、『同時多発テロではどうなのか？』、『竜巻が起こったらどうなのか？』、『津波ではどうなのか？』と、防災対策としての活動では数限りないリスクに対して活動が求められることになる。

その結果として「現実にかかる可能性は殆ど無い」と評価された『想定を超える高さの津波』による影響で当然予想される悲惨な結果は、その結果を認識すらしないままに対応策の検討項目にも取り上げられずにリスク脅威そのものを遺棄してしまったのではなかろうか。

組織の事業が中断することが問題であって、それを引き起こすリスク事象は何であって良いとするBCPやBCM(S)（事業継続マネジメントシステム）のアプローチ手法では、電力会社の基幹業務である電力供給停止期間短縮の面から『発電できなくなったらどうするか？』の視点で発電所に起こった事故の復旧に注目点に移り、危機管理面から取り上げられる『原子炉の非常冷却が出来なくなったらどうするか？』との視点からの検討は重要視されなかったのではないだろうか？

ましてや『非常用電源は確保されるという前提が崩れた場合

はどうするのか？』という、今回の事故が発生する以前では非現実的と思われた疑問への対策は置き去りにされてしまったのではないだろうか？ 例えばBCPやBCMのアプローチ手法を持ち込んで、その理由の如何（例えば地震に対しては安全と判っていたとしても）を問わずに『可能性は無いと言われているが、万が一発電所の非常用電源が喪失したらどんな影響があるのか？ どのような対応を取るべきか？』と“可能性がゼロではない”リスク事象にも、万が一リスクが具現化（発災）した場合の検討と対応を予め検討し準備していたら最悪事態の回避や低減が出来たのではないのか？

この疑問に対する回答の一つが、防災計画、もしくはBCP(BCMS)、何れか一方のアプローチで“これだけで良い、十分だ!”とする考え方の間隙を突かれ、せっかく策定したBCPで思いが及ばなかった欠陥を鋭く突いてリスクが具現化（発災）した現象であるように思えてくる。

結論を言えば、一通りの防災計画やBCPで満足しないで自社に最も良く合った形で、事業継続の面ばかりではなく危機管理面から安全な形での事業の停止を含めた防災型リスク対応を組み込んだBCM(S)を構築すれば、想定を超えるような災害が発生したとしても奈落の底への転落を食い止めてくれるのでは、との期待を持てる。このような新しい形のBCM(S)構築活動が是非必要であると思う。現在のBCM(S)の基本を変える必要は無く、安全確保の立場から事業インパクト分析(BIA)を事業継続と停止の両面から検討するだけで良い。

防災計画だけで十分ではないのか？

一般的な防災計画や企業防災計画は、従業員の生命と会社の財産を守る目的で、天災が起こった後の対応計画の策定を活動の主な対象としている。従って、リスクの対象が具体的であり活動に取り組み易いが、種々の天災や脅威によって発災するリスク毎に対応策を策定する必要がある。取り組みをしていない災害には無防備のままリスクが残る。

防災計画的アプローチでは、際限のない労力とコストが要求される。この危惧は、経済産業省の『事業継続計画策定ガイドライン』にBCPの特性の中で“リスク毎にBCPを作成すれば、企業として危機発生後、対策の漏れは少なくできる。しかしながら、全てのリスクについてBCPを作成すれば、そのコストは多大なものになり、また企業内に浸透させる場合も効率的に実施できなくなる。”と指摘されている。

防災計画は、人為的な事故や火災以外は人のコントロール範囲を超え神のみが采配を担う『天災に対する備え』であり、活動の主体は災害(リスク)が発生した後(発災)の対応計画の策定である。発災前に出来るのは、避難計画の事前演習ぐらいであり、後は運任せの部分が大い。

対するBCP(BCMS)の対象は、企業活動中断期間や範囲の削減と復旧・復元対策が主であり、原因を限定しないで発災前から効果的な活動を実践できる。この点が防災計画に対する大きなアドバンテージと言える。防災計画とBCP(BCMS)の関係

を図1に示す。

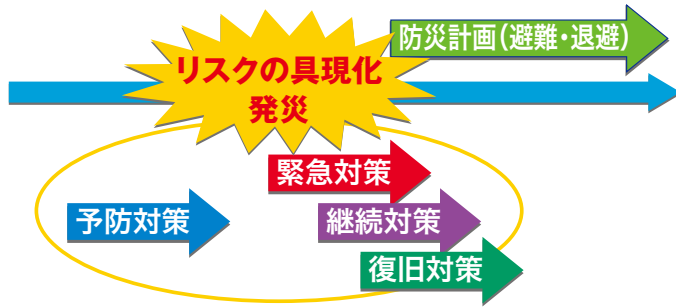


図1.防災計画とBCP(BCMS)

BCPで充分なのか、BCPとBCMS(事業継続マネジメントシステム)は何か違うのか？

BCPは何らかのインシデント(リスクが災害として具現化した時)発生時(発災)に備えて、その対応を文書化したものと理解される場合が多い。起こりうる事故や災害を洗い出して十二分に検討して作成された対応策であっても、それだけで十分な備えとなるのであろうか？

企業活動の源泉である『人・物・金・情報・物流』は常に社会情勢や科学の進歩によって移り変わり、変動し変遷している。『原料入手・製造加工・出荷・販売』というプロセスの環境も、刻々と社会の変化に合わせて変わっている。この変化に常に追従する仕組みを提供できるフレームワーク(骨組み)が、図2のPDCAサイクルを持った『マネジメントシステム』であり、BCP活動がマネジメントシステムに組み込まれてBCMSとなる。

BCPを一時的な活動とはしないで、常に見直され改善されるBCMSとして構築する価値は、せっかく作るBCPを陳腐化させず常に効率の良い活動に保つ点にある。

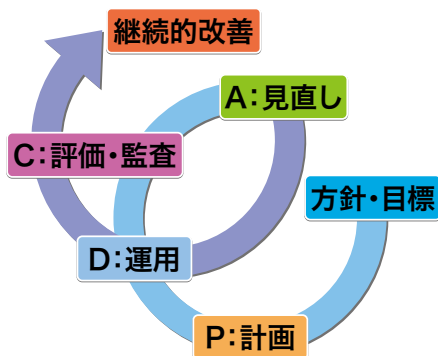


図2.PDCAサイクルを持ったマネジメントシステム

QMS(品質マネジメントシステム)やEMS(環境マネジメントシステム)に加えてマネジメントシステムを増やしてどうするか？

ISO9001の品質マネジメントシステムから始まった『マネジメントシステム』の企業への導入(認証制度)は、SO14001の環境、ISO27001の情報セキュリティ、OHSAS18001の労働安全衛生等々にまで範囲が広がったが、ISO50001のエネルギー、ISO26000の社会的責任へと、図3に示す如く留まることを知らない勢いで拡大を続けている。

世界各国には事業継続に関して40を超えるガイドラインや法規制がある。2007年に英国規格協会(BSI)が公開した

BMCSの要求事項を規定するBS25999-2での第三者認証も始まった。そう遠くない時期の制定を目指してISO化の作業も開始されている。

世界の英知を集結して作成される種々のマネジメントシステムへの要求事項は、企業経営に役立つことに疑いをさしはさむ余地は無い筈である。しかるに少なからぬ企業で活動が形骸化し、ISOの要求する活動から遊離した状態で本来の導入目的や期待した成果が生み出されていないのは危機的状況ともいえる。

時には大企業向けのサンプルをそのまま導入して、マニュアルや記録用紙のタイトル名など多少の変更だけで自社のマネジメントシステムとして運用し、心ならずも第三者認証の取得と継続を目的とした活動を見受けることがある。高額な維持審査費用を払い続け日常業務だけでも忙殺されている時間を割いて受審準備をするのであれば、一度思い切ってマネジメントシステム自体を自社の実情に合わせて再構築する方がより効果的ではないだろうか。認証書という紙切れ1枚に価値があるわけではない。本来のISOマネジメントシステム活動は無意味な活動を要求しているはずもなく、企業にとっての箴言と福音を与え続けるものであると信じたい。

企業の改善活動は、5Sであれ、品質マネジメントシステムであれ、根本的な活動手法(手法そのものがマネジメントシステムである)に大差はない。種々のマネジメントシステムの構築を要求されたり自ら目指したりするとしても活動形態は全く同一であり、目的とする活動目的や関連する業務内容によって、品質(QMS)とか環境(EMS)、時には労働安全衛生(OHSMS)として、その部分の活動が区別されるだけの違いである。

特に何らかのマネジメントシステムを導入済みの企業にとって、BCMSの導入を機に、マネジメントシステムの活動方法を整理しより有効で効率的な活動に変貌して頂きたいと切望する。初めてのマネジメントシステムとしてBCMSを導入する場合は、今後の拡大を考えながら役立つ改善活動として、マネジメントシステムが要求する基本に忠実な活動体制と体系構築の、またとないチャンスである。



図3.マネジメントシステム

著者紹介:中谷 二三男

エヌティーエム技術士事務所代表。
技術士(総合技術監理部門、電気電子部門)、
ISO9001,14001審査員、日本技術士会
員、電気学会上級会員。主に埼玉県やさい
たま市内で、経営支援や技術指導を展開。



節ちゃんの節電報告

総務課 坂本節子

節電と言えば、もちろん総務の出番です。…とは言うものの「いったいどのくらいの節電をしたらいいの?」「何をしたらいいの?」と、あたふたしているときに、当財団主催の『節電相談会』に出席したのです。講師の先生の「どの企業の担当者も電力のことは分からない人が多いですよ。」の言葉に励まされ、とにかく、先生の指導のとおり一つずつ節電アクションです。



● 節電プロローグ 担当者の準備

エアコンは何台? 蛍光灯は何本? スイッチはどこ? それぞれの消費電力量は? 「?」を調べ状況把握することが最初の一步です。ここまでが意外と大変でした。

● アクション 1 エアコンの消費電力量を抑えることが節電の鍵

温度設定は28℃、風量設定はこまめに変更、ブラインドを閉めて間欠運転を心掛けます。消費電力量の小さな扇風機を配置し冷気を循環させる。もちろん涼しい日は窓を開けてエアコンは停止です。

社内に扇風機?
体感温度は
かなり下がるはず

● アクション 2 照明の間引き・パソコンの設定変更

照明は照度計で明るさを測り間引きをしました。パソコンは20分でスタンバイモード、5分でモニターの電源オフの設定をしました。確実に節電できるはず。

えっ、今までの明るさは
精密作業の照度!

● アクション 3 具体的な行動計画の作成

必ず出来ることで15%の削減! 加えて努力目標を設定しました。さあ、後は実行あるのみです。

当財団の目標は20%削減

7月、前年より30.2%削減達成!!^{※1}

先生に節電をするのに一番重要なことは、節電担当を決めみんなに節電してもらうようにアピールすること、節電をするという意識を持つことだと教えていただきました。最初は、昼休みに電気を消すことや退社時間にエアコンをとめることにためらいがありましたが、今では、ためらうことなく「パチっ!」と消せます。手前味噌ですが、セミナーは本当に役立ちました。みなさんも節電がんばりましょう。

※1: 7月中旬には20%前後の削減に毎日やきもきしていました。節電と天気の関係は大きく、中旬以降はエアコンを使用せず窓を開ける日が続いたため、大幅な達成となりました。正直ビックリしています。

財団の事業紹介



会社やお店の福利厚生を応援！ 少ない負担で魅力あるサービスがいっぱい

ワークジョイさいたまは、さいたま市内の中小企業で働く皆さんの福利厚生の充実を図り、中小企業の振興と雇用の安定、地域社会の発展に寄与することを目的に設立されました。

入会していただきますと、共済給付制度や人間ドック受診料の一部補助、人気レジャー施設の割引利用等、これまで一社単独では実現が難しかった福利厚生を事務の負担を増やさず低コストで充実できます。

私たちが
会社の福利厚生を
サポートします!!



事業主の思いやりをカタチにできる“共済給付制度”

会員が結婚した時、出産時、お子さまが小学校・中学校に入学した時のお祝金。傷病により休業した場合や、住宅災害時のお見舞金。会員や配偶者、子供、親が死亡した時の弔慰金を給付します。

健康維持増進、余暇活動もばっちりサポート

人間ドック・脳ドック受診料の一部補助(最大**6,000円**)、東京ディズニーリゾートや東武動物公園等の人気レジャー施設がお得な会員料金で利用可能になります。さらに、映画鑑賞券やファミレス、居酒屋等で利用できる食事券“ジェフグルメカード”が会員料金で購入できます。

また、提携旅行代理店で宿泊を伴う旅行を利用する場合に**4,000円**の補助、他にも、いちご狩り・さつまいも掘り等の収穫体験等のイベントも実施しています。



入会のご案内 **会員募集中**

入会できるのは、さいたま市内の事業所(従業員300人以下の会社・工場など)に勤務する勤労者及び事業主です。入会時に会員1人につき入会金500円、月会費500円を納入していただきます。

入会方法や詳しいサービス内容等、まずは気軽に電話でお問合せください。事業所への訪問説明をいたします。

勤労者福祉サービスセンター(愛称:ワークジョイさいたま)

ワークジョイさいたま



検索

お問合せ先 TEL 048(840)1133 FAX 048(859)1711 E-mail: saitama@saitama-wsc.com

JETRO 地域間交流支援事業(RIT事業)～ドイツ訪問報告

さいたま市産業創造財団はJETROの平成23年度地域間交流支援事業(RIT事業)の採択を受け、JETROやさいたま市等と連携しながらドイツ・バイエルン州との地域間交流事業を開始しました。

6月にバイエルン州を訪問してメカトロクラスター企業との商談会、医療クラスター企業との商談会、KUKA、シーメンスヘルスケア等への企業訪問を実施しました。

参加した企業は(株)興電舎様、後藤精工(株)様、(株)ベルニクス様、(株)MIKAMI様の4社です。

さいたま市産業創造財団では、今後、バイエルン州の企業を招き、さいたまエリアの企業とのマッチング等を実施していく予定です。



プレゼンテーションでまずは企業の内容を説明



白熱した議論が繰り広げられる場面も



商談会を終えてほっと一息

日本初、株式会社ベルニクスが米EDN2010イノベーション・アワード グランプリを受賞しました

「さいたま市テクニカルブランド認証企業」の(株)ベルニクス(代表取締役社長 鈴木正太郎 さいたま市南区根岸)が開発したDC-DCコンバータ「BSV-nano」が米国のEDN2010イノベーション・アワード電源部門でグランプリを受賞しました。

同アワードは米国の情報誌「EDN」が主催し、2010年に世界で発売されたエレクトロニクス製品から優れた製品を表彰するもので、日本企業としては初めてのグランプリ受賞です。

7月4日に鈴木社長と鈴木常務がさいたま市役所で清水市長を表敬訪問し、受賞報告をしました。



前列中央:ベルニクス鈴木社長



左:ベルニクス鈴木社長
清水市長にクリスタルトロフィーを披露

事業主の皆様へ 内職求人情報提供のお願い

さいたま市では、内職の求人情報を募集しています。事業所登録後、提供いただいた求人情報の条件に適合する内職希望者をあっせんさせていただきます。

ご連絡をいただければ、市内職開拓推進員が登録手続きにお伺いいたします。

登録及びあっせんに費用はかかりません。

申込み・問合せ▶さいたま市内職相談窓口

■所在地 浦和区北浦和3-3-1

北浦和インフォメーションセンター1階

■担当 さいたま市ふるさとハローワーク内生活就労相談担当

■電話 048-834-6166

■利用時間 月～金曜日 9時～17時(祝日・年末年始を除く)

上記以外の問合せ先 さいたま市経済局経済部労働政策課 TEL 048-829-1370

共同と創造で新たなビジネスチャンスを生み出す、埼玉県下最大規模の商工見本市 さいたま市商工見本市

コラボさいたま2011



開催
決定

2011
11/

金

土

12

日

さいたまスーパーアリーナ
10:00▶18:00
最終日のみ16:00まで。入場無料



商工業の共同共生を図り、新たな創造・ビジネスチャンスを生み出すため、「コラボさいたま2011 さいたま市商工見本市」を開催します。

さいたま市誕生10周年記念事業として開催するほか、「心はひとつ、ともに明日へ」を掲げ、「東北応援コーナー」を設置し、被災地の復旧復興を応援いたします。更に、「出展者応援コーディネーター」の配置や、「就職合同面接会」など、ビジネス支援内容を充実した「コラボさいたま2011」へのみなさんのお来場をお待ちしております。

イベントに関するお問い合わせ さいたま市商工見本市実行委員会 ☎048(829)1364 詳しくはホームページで。[コラボさいたま] で検索!

Next Stage <2011年(平成23年)9月1日発行> No.25

◆財団法人 さいたま市産業創造財団

〒338-0002 さいたま市中央区下落合5-4-3さいたま市産業文化センター4階
TEL 048-851-6652 FAX 048-851-6653
URL <http://www.sozo-saitama.or.jp> E-mail shien@sozo-saitama.or.jp

◆産学連携支援センター埼玉

〒338-0001 さいたま市中央区上落合2-3-2新都心ビジネス交流プラザ3階
TEL 048-857-3901 FAX 048-857-3921

