

Ⅲ. ポストコロナに向けた新たな事業展開や需要創造等に関する取組み

デジタル技術で「密」を回避 ～スマホによる制服採寸～

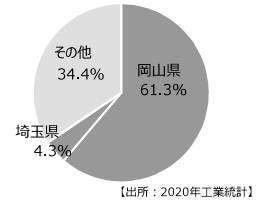
繊維物製学校服出荷金額の全国シェア

菅公学生服 株式会社

(所在地) 岡山県岡山市 (業 種) 学生服製造

(資本金) 100百万円 (従業員数) 2,919名

(企業概要) 学生服・体操服など学生衣料の製造販売を行う大手企業。岡山県に所在する同社、(株)トンボ、明石被服興業(株)の3社で学生服の国内シェアの8割を占める。

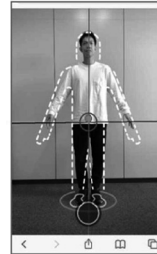


コロナ禍で表面化した課題

- 従来は、児童・生徒や保護者に学校や販売店等に赴いてもらい、当社社員が対面で一人一人を手作業で採寸。
- 採寸時に待ち時間や「密」が発生するため、非接触ニーズが増加。
- 3月に採寸作業が集中するため、当社にも大きな負担（人員確保、オペレーション）。

企業の対応

- 2020年11月、AIを活用した学校制服採寸サービス「スマート採寸」を導入。
- スマホのカメラで全身を撮影すると高性能AIが画像解析を行い、おすすめの制服サイズを提案。
- スマホにより、学生服の注文や決済等も非接触で対応可能。



スマホカメラで撮影



AIでおすすめサイズを提案

今後の展開・課題

- スマート採寸の利用を拡大させ、児童・生徒の安心・安全を確保するとともに、当社の生産性向上を目指していきたい。
- 高齢化等により販売店が減少していく中、スマート採寸による顧客との直接取引により、販路を確保していきたい。

Ⅲ. ポストコロナに向けた新たな事業展開や需要創造等に関する取組み

自社技術を生かした事業転換 ～安価な軽トラ・キッチンカー～

株式会社 みとも

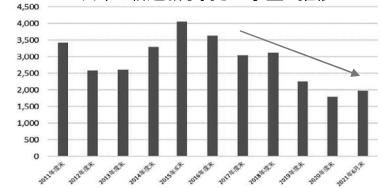
(所在地) 山口県下関市 (業 種) キッチンカー等の製造

(資本金) 20百万円 (従業員数) 10名

(企業概要) 船舶向けの階段や手すりの製造、塗装から、キッチンカー・キャンピングカーの製造に事業転換。



日本の新造船手持工事量の推移



当社の経営課題

- 造船業者からの受注減少のほか、価格競争も激しく、収益が悪化していたことから、造船関連以外で安定した新規事業を検討。
- 熊本地震をきっかけに、災害対応のシェルターの開発を開始。

企業の対応

- 船舶関連製品の生産で培った加工技術を活用し、2019年10月、軽トラにセットする「脱着式シェルター」を開発。安価で使い勝手が良かったため、災害対応のほかキッチンカー・キャンピングカーとしても販売。
- コロナ拡大に伴い、2020年春からキッチンカーやアウトドア需要が高まり、新聞やテレビでも取り上げられ、注文が殺到。
- 生産が追いつかないことから、他県の船舶関連企業2社に生産を委託したほか、当社従業員も増員予定(10名→15名)。
- 今年度の生産・販売は前年度比6割増の約160台の見込み。



脱着式シェルターは99万円より販売。シェルターは15分で脱着が可能。



5月の大型連休のキャンプ・キッチンカーイベントでは、2日間で3000人を集客

今後の展開・課題

- 集客力のあるキッチンカーのイベントにより、飲食店をはじめ、地域を盛り上げたい。
- テレワークや災害対応への活用もアピールしていきたい。

Ⅲ. ポストコロナに向けた新たな事業展開や需要創造等に関する取組み

イズミ×ヒロテック×広島大学で共同開発 ～紫外線でウイルスを不活化～

株式会社 イズミ

（所在地）広島県広島市（業 種）小売
 （資本金）196億1385万円（従業員数）正社員4,443名（連結）
 （企業概要）中国・四国・九州エリアに「ゆめタウン」などスーパーマーケットチェーン194店舗（連結）を展開。2021年2月期の売上高（連結）は6,797億円。 ※2021年2月末現在

you me

コロナ禍で表面化した課題

- 買い物がごの使いまわしによる感染リスクが増大。
- 使用済みの買い物がごを従業員が手作業で拭き取り、手間と時間がかかっていた。

企業の対応

- 紫外線がコロナの不活化に有効との広島大学の研究成果を知り、広島大学とヒロテック（自動車部品メーカー）と共同で、紫外線で買い物がごのウイルスを不活化する装置を開発。
- 使用済みの買い物がご50個に紫外線を約30秒間、照射。広島大学病院感染症科での検証によると、30秒の照射でウイルスの不活化効果は直接照射部で99.9%以上。
- 2021年4月より導入を開始し、現在グループ194店舗のうち、98店舗に導入済み。



紫外線で買い物がごのウイルスを不活化する装置



今後の展開・課題

- 地元の企業や大学の優れた技術に、消費者サイドのニーズを組み合わせるなど、産学連携を推進し、より良い商品・サービスを開発・提供していきたい。
- 地元の企業・大学との産学連携で開発したウイルスを不活化する装置なので、当社で独占するのではなく、地元中小企業等にも広く還元していき、地域のお客様が気持ち良く買い物できるようにしたい。

（令和4年1月会議報告）

事例紹介①（従業員への配慮：大企業）

広島県を代表するグローバル機械メーカー
～人への投資を重視し、世界基準の成長を実現する～

株式会社 北川鉄工所 kitagawa

（所在地）広島県府中市（業 種）生産用機械器具製造（東証一部）
 （資本金）8,640百万円（従業員数）1,450人（海外拠点）中国、アメリカ、メキシコなど6か国
 （企業概要）1918年創業。自動車向け鋳物部品（5割）、建設用タワークレーン、工作機械機器の製造など幅広い事業を展開。工作機械向けのパワーチャックは国内シェア6割を誇る。

世界基準の成長

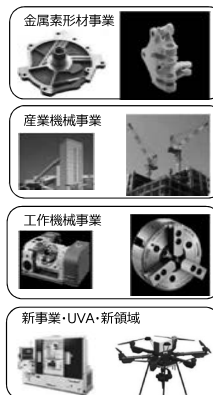
- グローバル市場で勝ち抜くため、「成長する世界」の基準で、変化し、成長することを目指す。

人的投資の強化

「人が会社を育てる」との想い

- イノベーション推進等のためには、従業員の満足度を高め、能力を最大限引き出していく必要あり。
- このため、人的投資を強化する方針。今後10年間で、平均年収を100万円増加させること等を表明。

<今後の基本戦略>



営業利益率の向上

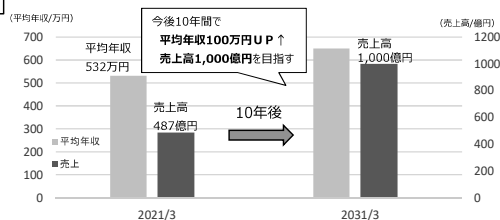
売上規模の安定成長

国内シェア6割を誇る
旋盤用/パワーチャック

海外売上高の拡大

事業の構築/新規参入

<今後10年間の平均年収と売上高の目標>



局長会議報告事例

事例紹介②（従業員への配慮：中小企業）

高度な研磨技術で成長する広島の中堅企業～「企業は人で成長する」～

西研 株式会社 Nishiken

（所在地）広島県広島市（業 種）切削工具の再研磨、加工
 （資本金）30百万円（従業員数）19名
 （企業概要）平成8年3月設立。工作機械用の切削工具の再研磨、加工。自動車関連企業との取引が約6割。令和2年3月「深穴加工用ドリル」（クレアボーラー）の特許を取得。

従業員への利益還元と企業の成長

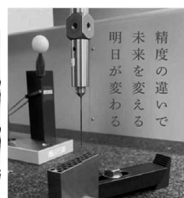
- 「企業は人で成長する」との想いから、従業員への利益還元を重視。
- モチベーション向上のため、創業以来、毎年3%程度の賃金引上げ（ベア+定昇）を継続。
- 技術力向上のため、国家資格（技能士）の取得を奨励。
- 高度な研磨技術を背景とした、迅速できめ細かい顧客対応により、着実に成長。

今後の展開

- 更なる成長に向け、特許製品を事業化し「価格決定権のある独立型企业」への転換を目指す。



モノづくりにかかせない切削工具。



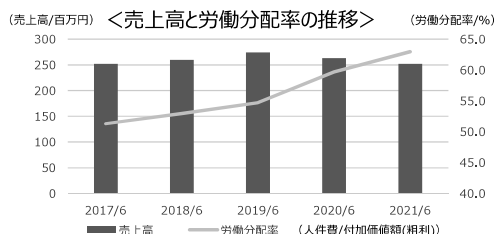
世界初の外部給油での「深穴加工用ドリル」を開発。



高度な技術が必要な手動式研磨機



「3S月一報告会」で働きやすい職場環境に改善。



事例紹介③（地域社会への配慮、社会的価値の提供）

広島・三原発の全国ブランド「八天堂」× 広島空港エリアの活性化

株式会社 八天堂

（所在地）広島県三原市（業 種）スイーツパンの製造
 （資本金）10百万円（社員・スタッフ数）190名（令和4年1月現在）
 （企業概要）昭和8年、和菓子店として創業。代表商品「くりむパン」は広島のほか関東・近畿エリアでも高い知名度を誇る。シンガポール、香港、カナダにも進出。

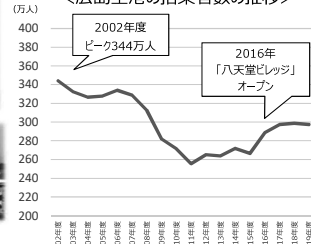


ふんわりとろける八天堂の「くりむパン」。



空の玄関口「広島空港」

<広島空港の搭乗者数の推移>



地域貢献への想い

- 地元・三原からの支援・応援により、全国ブランドに急成長。
- 地元・広島空港と地域経済の活性化に挑戦。

企業の対応

- 広島空港エリアに、生産・物流機能を含む食のテーマパーク「八天堂ビレッジ」を整備。観光スポットとしてにぎわいの創出に寄与。
- 地元企業等でDMCF(株)空・道・港を設立。八天堂の都市部・海外への販路を活用し、三原・世羅の農産物を全国にアピール。



体験型の食のテーマパーク「八天堂ビレッジ」。地元のフルーツを活用したスイーツを販売し、6次産業化にも寄与。

今後の展開

- 三原・世羅の特産品の販路を国内外へ拡大しながら、三原の知名度を上げることで観光誘客と広島空港エリアの活性化を目指す。