

CONTENTS

トップインタビュー..... 2
 ファンド事業 Q & A..... 6
 金融制度ご案内..... 9
 企業誘致推進グループ.....12
 ベンチャー企業支援グループ...13
 研究開発プロジェクトグループ...16
 都市エリアプロジェクトグループ...17
 情報セキュリティ対策について...22



大村湾を臨む西彼杵郡時津町の工業団地内に、お菓子やジュエリー向けのギフト用貼箱の企画・製造販売を行っている元気印の企業があります。
 昨今の景気低迷のなか、他社メーカーの参入や価格競争に打ち勝つために、新たな分野へ参入し販路拡大を目指している(株)旭屋 代表取締役 吉岡英一さんをご紹介します。

ながさき元気企業紹介 トップインタビュー

「これからも、人と人の心をつなぐ大切な絆のギフトシーンのお手伝いをしていきたい」と語る吉岡社長

【表紙について】



戸ノ隅の滝

長崎観光百選の一つに戸ノ隅の滝があります。南島原市を流れる有家川の支流、清水川の中流域に位置し、県立公園「戸ノ隅公園」内にあります。

この滝は、昔の公文書には、「天狗岩の滝」とも呼ばれ、高さ15尺、幅5尺、滝つぼは縦24尺、横12尺と報告されています。滝の上部に天狗岩があり、「怪神墓(がま)」が住み着き、村人に悪さをするので、「龍若彦命」が請われて怪神墓を退治し、その時の血潮で川石が赤褐色になったと伝えられています。規模・水量とも長崎県一といわれており、滝全体に充滿したマイナスイオンが訪れた方をリフレッシュさせています。

写真提供：南島原市

“ 永久を期して全体の幸せを図る ”

～人と人の心の絆を包む貼箱を専門とする企業～

株式会社 旭屋 代表取締役 **吉岡英一 氏**

ギフトシーンにおいて、“人と人のふれあいの表情”を豊かに...それが、(株)旭屋の大切なテーマです

創業は昭和28年、父が蒲鉾やべっ甲細工、お菓子向けの箱作りを家内工業として始めたのがきっかけで、その後、私が昭和52年に入社し、父と一緒に箱作りの仕事をするようになりました。

その後、ものが豊かな時代へと移り変わり、付加価値が高い宝飾(ジュエリー)ケースや、お菓子箱、お茶箱、時計ケース等のギフトパッケージを主力製品として手がけるようになり、又、自社のパッケージブランドを展開するなどして製品アイテムを徐々に増やしてきました。

現在、当社工場においては、月産約90万ケースを製造し、東京・大阪などの都市圏を中心とした全国約500社の代理店様を経由して、13,000軒のエン



当社製品は長崎県内のデパートやお菓子屋さんでも広くご利用いただいております。

ドユーザーのお店で当社製のオリジナルパッケージをご利用いただいております。

これまでに製作したケースは約20,000種類で、お客様のニーズに合わせ高品質な製品を少しでも早くお届けできるよう生産体制を整えています。



貼り箱の元となる裁断作業
40年前に導入したプレス機が活躍



生地貼り作業



仕上げは丁寧な手作業で行う

当社のケースは、機械工程とプラスして、丁寧に繊細な手作業で仕上げ作業を行うことが特徴で、複雑な形状のものを製作することができます。

様々なギフトシーンにおいて交わされるプレゼントは、いつの時代にも“人と人とを結ぶ大切な心の絆”です。ギフトパッケージの専門業者として、お客様の大切な商品がより引き立つよう可能性を追求してまいります。

紙製パッケージ業界を取り巻く経営環境は

様々な製造業の生産拠点が海外へ移りゆく傾向は、当社でも例外ではなく、大量生産が可能で発注ロットが大きい製品は中国へとシフトされていきました。現在では回復しましたが、4～5年前には、仕事が一気に中国へと流れていき、1億円程度売上げが減りました。

また、5年前に4つの経営目標を立て、その中に「売上高の達成目標10億円」を掲げましたが、昨年後半からの世界同時不況による市場冷え込みの影響もあり、当社も今年に入ってから苦戦しています。付加価値が高いパッケージに入れるギフト商品そのものの売上が低迷しており、今後1～2年間は足踏み状態が続くと予想しています。

会社は、自らを取り巻く環境の目まぐるしい変化に柔軟に適應する体質を作ること、存続できると思っています。

パッケージ業界における当社の商品構成は10年スパンで変化しつつあります。

30年前の設立当初の売上の主力製品は、現在では全体の1%を切るほどに減りました。

20年前の主力製品は現在40%近くになり、逆に、15年前から新たに開発した商品が半数以上の60%近くを占めており、最近では、特徴ある難しい仕事が増えています。

これからは、ギフトパッケージの専門企業として、お客様の大切な商品が市場において、よりアピールすることができるよう開発、製造、管理に努力するとともに、環境問題に対する取り組みも始め、様々な可能性を追求していきたいと考えております。

経営目標をかけた、生き残りをかけた経営戦略

平成16年に“経営目標”として、4項目を目指しました。

1. 6年後までに、売上高10億円を達成する
2. 貼箱業界でのオンリーワン企業を目指す
3. 自己資本比率を70%にする
4. 経常利益率を8%以上にする

上記の目標 項目2～4に関してはこれまで達成することができましたが、1の売上目標については、今期は達成が非常に厳しい状況です。

また、“達成目標”として、以下の5つの目標を目指しました。

1. 社員一人一人のコスト意識の向上
2. パート従業員さんの各業務に対する意識アップ
3. 顧客に対する存在感の確立
4. 従業員全体で共有する良い企業風土の確立
5. 顧客、仕入先、地域との共存共栄を図る

これらの達成目標もほぼ達成し、それに伴う効果が出て経営目標の達成率を押し上げていると思います。

短納期・小ロット・多品種化生産対応への方向転換

他社との差別化を図るため、自社ブランドのパッケージを開発し、カタログによる販売を始めました。20個～100個単位の小ロット販売と倉庫(在庫管理)機能を充実させることで、代理店から発注頂いた商品をその日のうちに代理店名で直接ユーザーへ発送することができ、代理店の物流コストを削減しています。

また、カタログ商品の中からネーム入れ、サイズ変更等の別注品に関しては、最低100個からの製造依頼を受け、ユーザーの負担減を図っています。

1個の平均単価100円程のパッケージでは、少品種大量生産の方が効率が良いはずですが、エンドユーザーの裾野を広くすることの重要性を感じたために、当社は15年前より小ロット多品種に移行しました。機械等の工場生産システムを小ロット化に移行し、更に短納期化にも取り組むことで、全国のユーザー様の満足度を高めました。現在では、売上高の7割が小ロット多品種生産を占めています。

当初、小ロット化は作業効率が悪く、ロス率も高



特殊なサークル箱(円形)の製作





228パレットの収納能力がある増設した立体自動倉庫
立体自動倉庫の大きさは、横1.5m、高さ1.85m、奥行き1.35m

かったのですが、大きいロットのものは人件費が安い中国へと仕事が流れ、受注量が激減する可能性が高かったため、いち早く方向転換したことが、現在の安定した受注につながっているものだと思います。

立体自動倉庫導入で在庫管理を一元化

貼り箱は完成体で販売するため、折箱よりも保管スペースが必要となります。既製品箱の繁忙期用の収納スペースが不足してきたため、先行投資として、今年6月に立体自動倉庫2基目を増設しました。

売上の大半が、11月～2月のクリスマス・バレンタイン商戦シーズンに集中していますので、シーズン前の9月までにはより多くの在庫を作り貯めしておく必要があります。

既存の自動倉庫（360パレット）に加え、増設した自動倉庫はビルの高さ5階建てほどで、フォークリフト228台分のパレットが収納可能です。パソコンによる入出庫指示や、在庫問い合わせ機能などにより一元的に管理することができます。多品種・小ロット・短納期発注へ迅速に対応し、売上と信頼アップにつなげるための体制整備には、今がチャンスだと思い、倉庫機能の充実化を図りました。

「第3の柱」となる分野への参入を目指して...

当社の製品は、お菓子向けが約60%、ジュエリー向け（ブランド品など）が40%、この2本柱が主力製品です。

厳しい環境の中、これまでのような順調な売上の伸びは期待できないと思い、次の手「第3の柱」を立てることを考えました。常に新しい商品を考え、投入していかないと既存製品では成長が困難だと実感しています。

あるお菓子屋さんで使われている100の包装資材のうち、当社の商品は5%くらいです。残りの95%は簡単な折箱であったり、手提げ袋であったりして、当社の製品はギフト向けの箱のほんの一部なのです。

当社で作られる製品の約6割が関東地区へ、2～3割が関西地区の代理店へと納品され、残り1割が九州向けです。殆どが東京の代理店さんを拠点にして全国に販売されています。

昨年より東京での大規模展示会に出展し、新分野

への参入を図り、販路拡大を目指しています。東京ビックサイトでの「東京パック展」、今年9月開催予定の「東京インターナショナルギフトショー」への出展などで新たな営業活動を行っています。

この2つの展示会はものすごく来場者が多く、当社のブースにお越しいただいた方々の中からターゲットを絞り、5名の営業担当が関東・関西方面の新規顧客見込先に対してアプローチし、将来の売上増につながる努力をしています。

今年7月からは、東京へも拠点を置き、各営業担当が交代で張り付き、迅速な営業活動を行っています。これからはこういった活動に積極的に取り組みたいと思います。

元気印の秘訣「他社がまねのできないことをやること」

これまで長年、付加価値の高い貼箱を作ってきましたが、これらが浸透していくまでには20年以上かかりました。様々な商品を開発・営業し、定着させるまでには早くも3年から5年かかります。

1回の発注ロットが少なく、その都度100個・200個単位での受注を数多く取り込んで製造するものだから、非常に大変です。小ロットの製造工程をまとめるなど段取りを工夫し、収益性をカバーしています。

こういう会社は全国的に数少ないと思います。他社はあまり真似ができないでしょう。他社が感じる大変さを克服することが付加価値につながっているのだと思います。

関東・関西地区で、在庫用倉庫を確保して1個100円の商品で利益が数円の事業をやろうとしても、土地、建物代、それに人件費が高く、多分できないと思います。地方だからできるものである仕事だと実感しています。

人材育成について...

企業の基本である「5S運動」「安全衛生管理」等を全従業員が自発的に行っています。安全で安心に働ける職場づくりに心がけています。

また、社員全員の海外・国内関連会社への視察や交流を行い、顧客、仕入先、協力工場、機械メーカーなどとの親密な関係の構築に努めています。



倉庫管理システムで保管状況を一元管理



当社製品
ブランドジュエリー向けパッケージ

海外向けの複雑な形状の
パッケージも製作可能



週1回の朝礼、毎朝の社員ミーティング、月数回の部門別ミーティング等で全従業員のコミュニケーションを図っています。一人の特定の技術に頼らず、サブスタッフを育成し、技術者の長期休暇でも対応できる育成を心がけています。

中小企業においては、人材育成が最優先順位だと思います。それは、社内に志が豊かな「人財」さえいれば、一時的な不況とか、急激な環境変化にも耐えることができる社内体質を作ることができる。そう思えるからです。

財団の企業支援制度の活用

創業者である父が、40数年前に財団の設備導入支援制度の第一号を活用し、紙プレス機械を導入しましたが、現在もその機械はフルに活躍しています。その後、数回、設備導入支援制度を利用しながら多くの機械設備を導入してきました。

また、昨年の展示会出展に関しては、20年度長崎県地場企業チャレンジ支援事業費補助金の交付を受け、出展費用などを補助していただきました。今回新設した自動倉庫は、20年度長崎県地場企業支援ファンド事業助成金の交付を受け、設備投資の一部を助成してもらいました。

2つの事業に関しては、単年度の効果は未知数ですが、販促活動と同時に社内体制を確立し、今後の会社発展の先行投資だと捉えています。

このような支援制度は、少しハードルを上げて投資しようと考えている会社にとって、前向きになる制度なので、もっと幅広く宣伝をして、多くの企業に知ってもらい、活用できるようにして欲しいと願っています。

吉岡社長の夢は...

最近、簡易包装とかECO活動とか言われていますが、簡易包装は、それ

はそれで続けていくことが大切だと思っています。当社のターゲットはギフト箱ですから、「親しい人へのプレゼント」の商品価値を高めるなど、もらった方が喜んでもらえるための演出の一部なのです。

当社の経営理念である“永久を期して全体の幸せを図る”を基本として、従業員全員が、永続的に健康で安全、安心して働き続けることができる会社になることです。

会社が存続することによって、顧客、仕入先、地域社会に貢献ができ、永久的に存続する必要性を確立することが大事です。

これからも、細く長く仕事を続けることができるよう、精一杯頑張っています。

この記事の財団支援事業について...

当財団ではこういった事業を行っています。

地場企業の活性化支援

地場企業の県内立地や事業拡大、新分野進出及び新事業展開に取り組む県内中小企業者等の方々に支援します。

工場等の県内立地(大規模設備投資)への支援

製造業等を営む地場中小企業が、県内で新規雇用を伴う工場増設や設備増強を行う場合に、各種助成制度をご用意しています。

新分野進出や事業拡大などへの支援

優れた技術を持つ地場企業(製造業・情報通信業)が新分野進出や新技術導入、事業拡大に取り組む際の人材確保、技術等研修、設備投資等について総合的な支援を行います。

企業概要

企業名 株式会社 旭屋

本社所在地・工場
〒851 2101 長崎県西彼杵郡時津町
西時津郷1000 - 200
TEL (095) 882 - 1230
FAX (095) 882 - 8114

URL
<http://www.asahiya-net.com>

創業 昭和28年4月

設立 昭和51年9月

資本金 5,000万円

従業員数
108名(うち、パート88名)
他 自宅内職者 約180名

事業内容
ジュエリー・お菓子・お茶・時計・
お酒等の紙ギフト箱の企画、製造、
販売

セールスポイント

自社ブランドの開発
昭和63年
ジュエリー用パッケージブランド
「CHALAZA(カラザ)展開を開始
平成6年
お菓子ギフト用パッケージブランド
「ALLES(アレス)展開を開始

交通アクセス

