移動型授乳室 全国に普及

完全個室「ベビーケアルーム」

子育て中も外出しやすく

Ｔｒｉｍ（トリム、横浜市中区海岸通、☎０４５・２６４・４８６８）が開発した「移動型授乳室」が急速に普及している。自治体や商業施設、駅などが相次いで採用。昨年だけで全国４０カ所以上に設置した。完全個室型で室内での授乳のほか、離乳食やオムツ替えもできる“ベビーケアルーム”だ。街の至る場所に置かれれば、子育て中のママ・パパたちが気兼ねなく外出できるとして全国への普及を目指す。

Ｔｒｉｍ

「ｍａｍａｒｏ（ママロ）」と名付けたこの授乳室は、従来の授乳室と比べると、１０分の１程度のコストで導入できるという。幅１・８×高さ２×奥行き０・９メートル。キャスターで移動できるため、設置工事は不要だ。

昨年から本格展開を開始。北海道から九州まで、現在までに４４台を納入した。横浜市内ではすでに港北区役所などが採用している。

全国各地の授乳室やおむつ替えができる場所を地図上で表示する投稿型アプリ「Ｂａｂｙ　ｍａｐ（ベビーマップ）」とも連動。

ｍａｍａｒｏ室内に付けられたＩｏＴ（モノのインターネット）センサーを通じ、現在使用中なのかをリアルタイムで示す。

■アプリの限界感じ開発

もともと広告代理店を経て医療系ベンチャーにいた長谷川裕介社長。その会社で「Ｂａｂｙ　ｍａｐ」の開発に携わった。

分かったのは、日本は授乳室の数が少ない上、離乳食を与えたり、おむつ交換したりする場所は多目的トイレなどに限られているということ。

「アプリ開発に携わり、授乳室のニーズがあることが分かりました。しかし、アプリで情報だけを提供していても根本的な解決にはなりません」と長谷川社長。

起業後は全国に授乳室を設置するためのコンサルビジネスをやろうとしたが、大手商業施設などに話を持ちかけてもハードルは高い。「ならば、採用してもらえるものを自分たちで作ろう」と製作に当たった。

こうして完成させた「ｍａｍａｒｏ」。今年は全国２００カ所に設置する計画だ。

自社技術をサービスメニューに

営業方法に知恵、新規獲得

産業用電子機器製造、フェイス（相模原市南区大野台、☎０４２・７５９・４８６８）は、新規顧客の開拓に知恵を絞る。自社技術をサービスメニュー化し、それぞれに名称を付けてチラシでＰＲする。「わざわざ自社ブランド製品を持たなくても、サービスをアピールすることでお客さんの関心はひきつけられます」と山根浩之執行役員。すでに取引先数は３００社を突破。４月には、工場内に新棟も増設する。

フェイス

電子機器生産受託サービス（ＥＭＳ）を柱に展開する。半導体製造装置やＦＰＤ（フラットパネルディスプレー）製造装置、通信機器など、各種産業機器向けに多品種少量での製造委託を受けている。

「大手企業が海外生産にシフトしている中で、国内で生き残るには多品種少量しかありません」と山根執行役員。言い換えれば、付加価値の高い小ロット品の場合は、海外工場で生産すると、技術や輸送コストの面がネックになる。国内生産した方が客にとってもメリットだという。実際、同社では年間４０００種以上の製品を手掛けている。

ＥＭＳなど展開

■サービス力で勝負

ただ、国内でも同業他社がしのぎを削る中、同社が最大の差別化と考えるのは「サービス」。

「ＱＣＤ（品質・コスト・納期）はどこもやっているので差別化が難しいです。それならば技術力・調達力・対応力を兼ね備えた『サービス力』を追求します」と山根執行役員。

その一環として、もともと自社が持っている技術を改めて分析。“サービスメニュー”として名称を付けている。例えば「生産中止部品対策サービス」や「耐環境センサユニット生産受託サービス」などだ。これらを、あたかも自社ブランド製品のようにチラシを作って配ることで、営業の武器にしているという。

「技術力をＰＲするために自社製品を作る会社もありますが、製作費用や設備投資がかかるリスクもあります。しかし、このやり方ならリスクを負いません」（山根執行役員）。

■本社工場内に新棟建設

一方、同社では相模原市南区の本社工場が手狭になったため、敷地内に新棟を建設する計画だ。鉄骨造り２階建て、総床面積４４５平方メートルで、組み立て部門などが入る。設備投資も入れた総投資額は１億５０００万円を予定する。

突撃記者の取材にっき

生涯現役を貫いた松田編集委員

本紙「情報カプセル」を中心に執筆していた編集委員の松田文彦さん（元日本工業新聞横浜総局長）が昨年末、旅立った。思えば松田さんとの出会いは私がまだ駆け出しの記者だった 18 年前だった。日刊工業新聞の相模支局にいた私が、ある企業の取材で松田さんと同席した。

松田さんは当時、日本工業新聞（現フジサンケイビジネスアイ）の横浜総局長だった。取材相手が誰であっても、臆することなく質問を続ける松田さんの姿勢に、新人だった私は圧倒されるだけだった。

◇

「新聞記者」といえば、事件やスポーツ選手を追う派手なイメージがある。それに対し、企業取材が主体の経済記者は、比較的地味な存在だ。

同じ記者クラブにいた一般紙の記者たちから「また、企業の提灯（ちょうちん）記事を書いているの？」としばし冷やかされることもあった。それが嫌だった私は、一般紙への転職も考えたこともあった。そんな折、松田さんと飲みに行く機会があった。

経済記者のベテランである松田さんは「絶対に続けた方がいい。なぜなら（経済記者は）やればやるほど、自分の知識、人脈になってくる」。そう話していた。

◇

それから十数年後。私は起業し、地域経済新聞を創刊した。取材原稿だけでなく、協賛企業を得るための営業など、一人で駆けずり回っていた。ちょうど、松田さんは引退したばかり。「一人ではとても手が回らない。でも、おカネもない」と言う私に対し、報酬も取らず、多くの原稿を寄稿してくれた。

松田さんは長い記者生活の中で「『中小企業』と『地域』の視点に立つことを忘れない」という姿勢を貫いた。そのことが原稿からも読み取れた。

がんだと分かったのは２年ほど前。それでも懸命に闘病生活を続けた。「今は、かながわ経済新聞の原稿執筆が生きがい。早く病気を克服して取材に出ることだけを考えている」と言ってくれ、亡くなる２カ月前まで原稿を書き続けた。

◇

新聞記者の中には、大新聞の力と肩書きを後ろ盾に、偉そうに評論する人たちもいる。しかし、生涯現役・現場主義を貫いた松田さんのような人はどれだけいるだろうか。そんな松田さんが最後まで携わってくれたこの新聞を、私はこれからも頑張って続けていこうと強く思う。松田さん、ありがとう。想いは継承します。

（千葉　龍太）

進化する設備屋

顧客第一主義で成長

鹿島環境設備

鹿島環境設備（川崎市中原区下小田中、☎０４４・７７７・１４４０）は“設備屋から建設屋”へと進化を遂げた。もともと約５０年前、空調や給排水設備などを手掛ける企業から出発した会社だが、時代とともに業容を拡大し、増改築・リフォーム分野にも進出。「新築以外なら家一棟の面倒を全部見られます」と古谷和弘社長。住宅に関する困り事に対しオールラウンドにこなせるまでになった。

増改築・リフォームではデザイン性を重視。住宅だけでなくオフィスや店舗リフォームにも対応する。リフォーム後をイメージし、家具や絵画までプロデュースして提案することも。

リフォーム事業を始めようとしたきっかけは、店舗の水回りや設備工事の経験。「お客さんは店舗のトイレにおカネをかけるということに気付きました。ならば設備を知り尽くした当社にも、デザインを重視したリフォームができないかと思いました」（古谷社長）。

主力の空調・給排水設備の施工、メンテナンスを含め年間１０００件を手掛ける。「採算性で仕事を選びません」（同）とも。

古谷社長は「社員には『無駄なことをたくさんしなさい』と言っています。お客さんと１時間お茶をしてコミュニケーションを取ることも重要です。それがやがて大きな仕事につながります」と強調。顧客第一主義を全員野球で実践し、１００年企業を目指している。

社長さんが知っておきたい 冠婚葬祭のマナー

お年賀のごあいさつ ～先方が喪中の場合～

新年あけましておめでとうございます。今年もみなさまに有益な「社長さんのためのお葬式マナー」をお届けしてまいりますので、どうぞお付き合いのほどよろしくお願いいたします。

１月はお年賀などの節目としてごあいさつの機会が多いですが、お伺いする先方が喪中の場合はどうしたらよいかと、お問い合わせを頂きます。

そこで今回は、**「お年賀のごあいさつ　～先方が喪中の場合～」**のお話をいたします。

前回も少し触れましたが、お相手の企業が喪中のお知らせをされている場合は、お正月行事全般を行わないケースが多いため、お年賀は避けた方がよろしいでしょう。喪に服す間は、故人のご冥福を祈り、外出や社交的な行動を避けて身を慎む風習ですので、ご自身が喪中の場合にもお年賀のごあいさつはお避け下さい。

それでも、年末年始は節目ですので、ごあいさつにお伺いしたい社長様も多いのではないでしょうか。

その際は、お正月の松の内（１月７日）が明けてから、立春の前日（２月４日）までに**「寒中見舞い」**として季節のごあいさつをされるのが良いでしょう。

ただし、地域によっては松の内の期間が１月15日までなど、若干の前後がありますので、目安として１月中旬以降にごあいさつやお届け物をするのが最適です。

近年はメールやＳＮＳなどでのごあいさつ等を行う方々も増えてきてはおりますが、本来の形を理解した上で、どのツールがお相手に最適か選んで、気持ちの届くごあいさつをいたしましょう。

節目である時こそ大切なご縁をつなぐ良い機会ともなります。

是非、ご参考にして頂ければ幸いです。

（清水誠葬具店副社長・清水ふじ代）

上溝工場を新設

製造アウトソーシングの受注増に対応

ミヨシ・ロジスティックス

製造アウトソーシングのミヨシ・ロジスティックス（相模原市緑区下九沢、☎０４２・７７９・６６１９）は、同市中央区上溝に「上溝工場」を新設した。今月から本格稼働させる。

敷地面積約７００平方メートル、建築面積約４６０平方メートルの平屋建て。ファブレス企業などから組み立て業務を請け負っている既存工場が手狭になったことから新設を決定。受注に対応していく。

工場内は、倉庫スペースがあり、組み立てだけでなく製品保管もできる。ファブレス企業だけでなく、最近では、生産現場でも人手不足を理由に同社に組み立て案件を依頼する企業が増えており、常時取引先で２０社を超えているという。