INNOVATION

6月に取材した
県内の
独創企業

CAMP & CRAFT

こだわりの商品並び地産地消も

キャンプ歴20年、夢を実現

キャンプ好きにはたまらない店にー。4月にオープンしたCAMP&CRAFT（キャンプアンドクラフト、相模原市緑区三ケ木、☎042･785･6404）は、ガレージブランドを中心としたこだわりのキャンプ用品と、木のぬくもりを感じさせるクラフト製品の製造･販売を手掛ける。「キャンプ場に来てみたら『これが必要だった』というものや、限られた店でしか購入できない品をそろえています」と、氏家正一オーナー。キャンプ歴約20年。長年の夢を店に結実させた。

キャンプ場の立地が"日本一"とされる山梨県･道志村にも近く、トップシーズン前でも、休日は朝から日に50～60組が訪れる店だ。ターゲットは50代前後の父親層。子育てが落ち着き、自分の趣味に時間とお金を使えるようになった世代を狙う。

氏家オーナー自身も、20年以上にわたり家具職人向けの木工材の営業をしていた経験がある。それだけに「こだわりのガレージブランド製を中心にそろえました」ときっぱり。少し高価だが、キャンプ生活を豊かにする高品質のものを求める愛好家向けに、手作りの一点物を多くそろえる。

例えば、こぼれ出る炎の光が影絵のように映るデザイン性があるたき火台、素材のぬくもりが感じられるような木製品などだ。産地や木の材質にもこだわりがある。

■地域に還元も

キャンプ用品の地産地消も進める。軒先では地元産の間伐材で作った薪や炭、たき火用の枝などを販売。「私たちが消費していくことは森林保護にもつながります」（氏家オーナー）と、地元木材などを使ったオリジナルブランドの製品開発も進める。また、近くECサイトでの販売も始める予定だ。

共栄商会

日給制や業績給も導入

独自のビジネスモデルで成長

共栄商会（横浜市南区永田台、☎045･741･5553）は、景気の波や社会情勢の変化に影響を受けにくい独自のビジネスモデルを構築する。空調設備や換気、水回り、床暖房など、業種･ジャンルにとらわれることなく、販売から工事、メンテナンスまでを一気通貫で手掛ける。そのため、お客さんのどんな要望でも、ワンストップ対応できるという。また、頑張りを収入に反映させる日給制に業績給も付加することで、モチベーションアップにもつなげている。＝関連記事1面

「当社の事業を説明するのは難しいです」と渡辺昭仁社長。1971年の創業時は上下水道関連の卸売業から出発したが、次第に取り扱う品目を増やし、2代目の渡辺社長が引き継いでからは業容拡大に成功。「『当社にしかできないことは何か』を追求しているうちに、現在の事業形態になりました」（渡辺社長）と言う。

具体的には、住宅設備の関連製品の仕入れから卸売、設置工事、メンテナンスのコールセンターなどを担う。

例えば、お客さん宅に水道の蛇口修理で出向いたとしても「ついでに空調やガス回りも見てほしい」との要望があれば、対処できる。通常なら、それぞれに専門業者がいるものの、総合力を身に付けたことで、お客さんのあらゆる要望に応えられるという。

一方、社内では日給制を導入。営業部門なら、本人の毎月の業績を1年間累計し、その平均業績を考慮。それに加え、会社の業績や周囲の評価なども照らし合わせた上で決定。結果にすぐにつながる業績給もプラスしている。

Daikichi グループ

不動産事業にも進出

若い人材、口コミで相次ぎ入社

26人いる社員の9割は知り合いや口コミによる入社。最高齢は40歳が1人だけ…。採用にコストをかけず若い人材を集めているのが、Daikichiグループ（大和市中央林間、☎046･205･4092）の特色だ。「社員は仲間。失敗しても、自分がフォローできることだったら何でも任せます」。そんな大吉浩社長の姿勢が、挑戦意欲のある若者の共感を呼んでいるようだ。

地上アナログ放送が終了し、ある日突然テレビが真っ暗に―。そんな話があちこちで聞こえたのは2011年のこと。携帯電話などの急速な普及により、地上アナログ放送からデジタル放送へ全国一斉の切り替えが行われた。

当時、ケーブル通信事業の営業職をしていた大吉社長は、経営者の「君ならできるよ」の言葉に背中を押され、独立を決意。ライフライン事業のDaikichiコミュニケーションを設立した。

営業をしていると、ライフラインに関する顧客からあらゆる相談を受けるようになる。「電気はどこがおすすめ?」「ガスは?」。ニーズに応えるため、次々と事業を拡大。17年には不動産に関する相談を受けようと、不動産関連事業の「Daikichiホーム」も設立した。

「社員は、身内、知り合い、口コミで入った人ばかり。仲間だから、大事にします」と、大吉社長。以前はハローワークや求人情報誌などで人材を募集したことがあったが、なかなか定着はしなかった。一方、ツテや口コミで入社してきた人材は定着率が高いという。

3月には自社ビルが完成したばかり。昨年のコロナ禍で大企業を中心にテレワーク導入が加速しており、不動産ニーズの高まりを背景に、県央や都内への拠点拡大も予定。10年以内には50人規模まで拡大していきたい考えだ。

岩田屋

旧川崎宿の名物ビールで地域活性化

街道沿いに工場、老舗4代目の挑戦

2023年に開設400年を迎える旧東海道川崎宿。その街道沿いに創業して127年となる輸入ガラス商、岩田屋（川崎市川崎区本町、☎044･222･5450）が、クラフトビールで地域を盛り上げようと奮起している。川崎ゆかりのデザインをふんだんに取り入れて設計した工場「東海道BEER川崎宿工場」は、カリスマ醸造技師のつくるビールが客を集める空間になっている。

岩澤克政社長は4代目で、生まれも育ちも生粋の川崎っ子。旧東海道川崎宿の開宿400年を目前に、地元である川崎宿跡のにぎわいを取り戻したいと、本業を生かした新事業を模索していた。

かつて松尾芭蕉がこの地で「麦の穂を　たよりにつかむ　別れかな」と詠んだように、昔から川崎には麦畑があった。そんな川崎には麦酒（クラフトビール）がふさわしいと工場の新設を決め、18年12月に川崎駅東口近くにオープンさせた。醸造技師には、独特なセンスでファンも多い田上達史氏を迎えた。

川崎宿をイメージしたビール「1623」、県立川崎高校養蜂部の生産したはちみつを使用したビール「薄紅の口実」など、定番のものから季節ごとの限定ビールまで、約10種類が味わえる。「ジャパン･グレートビア･アワーズ2020」も受賞した。

また、1級建築士でもある岩澤社長自らがデザインした店内は、「日本空間デザイン賞2019」入賞も果たした。カウンター越しにはガラス張りのビール工場のタンクも見える。「ここ（カウンター）から、川崎の工場夜景を楽しんでもらいたいとデザインしました」と、岩澤社長。

平日は地方からの出張ビジネスマン、週末には千葉、埼玉などからも客が足を運ぶ。コロナ禍で飲食店の時短営業が続く中、ECサイトでのビール販売も好調だという。

社長さんが知っておきたい 冠婚葬祭のマナー

新型コロナウイルスの脅威が依然として続く中、不安な日々をお過ごしのことかと思います。

さて、今回もみなさまの不安を少しでも和らげられればと、コロナ禍での葬儀での食事について、ご遺族の方々からお問い合わせがあった事例をご紹介いたします。

大人の知恵袋⑦
～コロナ禍の葬儀での食事は？（続編）～

Q. 葬儀での会食は自粛したいが、どの様におもてなしをしたら良いですか?

A. 最近では火葬場や寺院会館などでも「会食NG」の場所なども増えてきているため、持ち帰りのお弁当などをご用意して、ご自宅にて故人様をしのびながらお食事をしていただく、という形式がよく選ばれています。

また、季節柄、お持ち帰りがご心配という方には、お食事代わりのギフトをご提案させていただいております。

Q. お食事代わりのギフトとは何ですか?

A. 本来、一般的な仏式の葬儀であれば、通夜・葬儀の際に、ご会葬者に故人の供養とおもてなしの意味も込めて、通夜振る舞いや精進落としの食事をご用意いたします。

コロナ禍の葬儀でそれらが叶わない場合、特に何かご用意せずとも、ご会葬の方々はご理解していただけているので大丈夫です。

それでも、やはり食事の代わりになるものをとお考えの場合は、返礼品とはまた別の、お食事代わりのギフトをご用意し、食事の用意ができない旨のお手紙を添えたお品物をお持ち帰りいただけるような、ご提案をしております。

また、葬儀で当日返しをされる方の中には、会葬品や香典返しの金額を、ワンランク上の物に変えてお食事の代わりにされる方もいらっしゃいます。

コロナ禍での葬儀は、喪主から参列者への配慮が必要になってくる場面も多いので、ご家族ごとに心配事の少ない、希望に近い形式を選択できるよう、葬儀社とよく相談するとよいでしょう。

最後に、新型コロナにより、葬儀を行う際にも新しい生活様式が求められています。お見送りの形もさまざまですが、みなさまのご協力のもと無理のないよう、新しい形を受け入れて、行動していくことが大切なことのように思います。

今回も、ご参考にしていただけたら幸いです。

（fami友葬・清水ふじ代）