

特集

ECサイト初心者のための 情報ガイド

ECサイトを制作するなら、
必ず知っておきたい知識と現況

DOYUピックアップ

小田原市女性活躍推進
優良企業認定制度「小田原Lエール」
神奈川同友会 小田原支部4企業が認定

かながわPOWER

株式会社えびす屋ダイニング

SCHEDULE

※日程変更の可能性もあります。 e.doyuをご覧ください。

6月



マークの行事はどなたでも参加できます。参加ご希望の方は事務局までご連絡ください。TEL 045 (222) 3671

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
	1 赤口 中同協第53回定時総会 関東学院大学講義⑦ 相模原支部幹事会 湘南支部幹事会	2 先勝 横浜ブロック幹事会	3 友引 求人委員会 正副代表理事会 県央支部幹事会 経営基礎講座③	4 先負 2年目社員研修会 広報委員会	5 仏滅 経営指針作成 部会 1 日合宿	6 大安
7 赤口 たま田園支部幹事会 県南支部幹事会 川崎支部幹事会	8 先勝 関東学院大学講義⑧ 横浜みなと支部例会 ■ 青年部会幹事会	9 友引 かなカン実行委員会 理事会	10 大安 求人委員会 経営指針作成部会⑧ 経営基礎講座④	11 赤口 幹部社員研修 障害者福祉部会定例会	12 先勝 幹部社員研修	13 友引
14 先負	15 仏滅 関東学院大学講義⑨ 経営戦略研究会 横浜北支部例会 ■ 湘南支部例会 ■	16 大安 横浜中央支部例会 ■	17 赤口 求人委員会 社員教育委員会 経営基礎講座⑤	18 先勝 県央支部例会 ■ たま田園支部例会 ■	19 友引	20 先負
21 仏滅 横浜ブロック会議 小田原支部幹事会	22 大安 関東学院大学講義⑩ 相模原支部例会 ■ 川崎支部例会 ■	23 赤口 横浜北支部例会 ■	24 先勝 求人委員会 経営指針作成部会⑨ 経営基礎講座⑥	25 友引 幹部社員研修 ダイバーシティ委員会	26 先負	27 仏滅
28 大安 組織委員会 同友会を知る為のオリエン テーション ■	29 赤口 関東学院大学講義⑪ 県南支部例会 ■ 第24回女性経営者全国交流 会	30 先勝				

7月

MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT	SUN
			1 友引 求人委員会 正副代表理事会 経営指針作成部会発表会 政策委員会	2 先負 相模原支部幹事会	3 仏滅 経営指針入門 「礎」	4 大安
5 赤口 たま田園支部幹事会 県央支部幹事会 県南支部幹事会 川崎支部幹事会	6 先勝 関東学院大学講義⑫ 湘南支部幹事会	7 友引 横浜ブロック幹事会	8 先負 求人委員会 経営基礎講座⑦	9 仏滅 女性部会 ダイバーシティ委員会	10 赤口	11 先勝
12 友引 小田原支部幹事会	13 先負 関東学院大学講義⑬ 経営戦略研究会 横浜中央支部例会 ■ 青年部会幹事会	14 仏滅 かなカン実行委員会 理事会	15 大安 求人委員会 社員教育委員会	16 赤口 幹部社員研修 たま田園支部例会 ■	17 先勝 経営指針実践 セミナー	18 友引
19 先負 横浜ブロック会議	20 仏滅 関東学院大学講義⑭ 県央支部例会 ■ 湘南支部例会 ■	21 大安 横浜北支部例会 ■	22 赤口 海の日	23 先勝 スポーツの日	24 友引	25 先負
26 仏滅 財務委員会	27 大安 県南支部例会 ■ 相模原支部例会 ■ 川崎支部例会 ■	28 赤口 横浜みなと支部例会 ■	29 先勝 求人委員会 組織委員会 同友会を知る為のオリエン テーション ■	30 友引 幹部社員研修	31 先負	

特集

ECサイト初心者のための情報ガイド



ECサイトを制作するなら

必ず知っておきたい 知識と現況

昨年から今年にかけて、新型コロナウイルス感染拡大に伴うウイルス感染対策のため、対面での営業が困難となりECサイトを制作する動きが加速しています。ECサイトとは、Electronic Commerceのことで、日本語では「電子商取引」と訳されます。他には、「Eコマース」や「ネットショップ」などとも呼ばれています。

経済産業省が2020年7月に公表したEC市場調査レポート「令和元年度内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業（電子商取引に関する市場調査）」によれば、2019年のEC市

場規模はB to C-EC（消費者向け電子商取引）で19.4兆円（前年比7.65%増）、B to B-EC（企業間電子商取引）で353兆円（前年比2.5%増）に拡大し、今年はさらに大きく成長することが予想されています。実は、市場規模は過去5年で約1.5倍に拡大しています。しかも、コロナ禍にあつて、その勢いは更に加速しているようです。

そこで、これからECサイトを制作しようと検討中の企業や、すでに制作してみたけれどあまりうまくいっていない企業のために、今回はECサイト制作のイロハや現況をご紹介しますことにしました。



EC市場規模は、 コンビニの市場規模に迫る勢い

EC事業を成功させるためには、まず市場動向を見極める必要があります。1998年より経済産業省から公表されている「電子商取引に関する市場調査」では、国内のEC市場規模と動向、インターネット利用動向、EC市場トレンド、推定市場規模および動向が報告されています。
(<https://www.meti.go.jp/press/2020/07/20200722003/20200722003-1.pdf>)

そこに報告された数字を見ると、EC市場規模は、すでに百貨店の市場規模の約6.3兆円やドラッグストアの市場規模の約6.8兆円を越えており、コンビニの市場規模約12.2兆円に迫る勢いであることがわかります。EC市場の成長率は直近5年間で増加傾向で推移しています。

中でも、成長率が一番大きいのが物販系分野で、伸び率は8.09%増です。総務省の調査によると、インターネット利用者(個人)のうち、インターネットの使い道として、「商品・サービス購入・取引」を行っているとした消費者の割合は、2019年時点で55.8%でした。ここから、ネットユーザーの半数以上がネットショッピングを利用しているということがわかります。

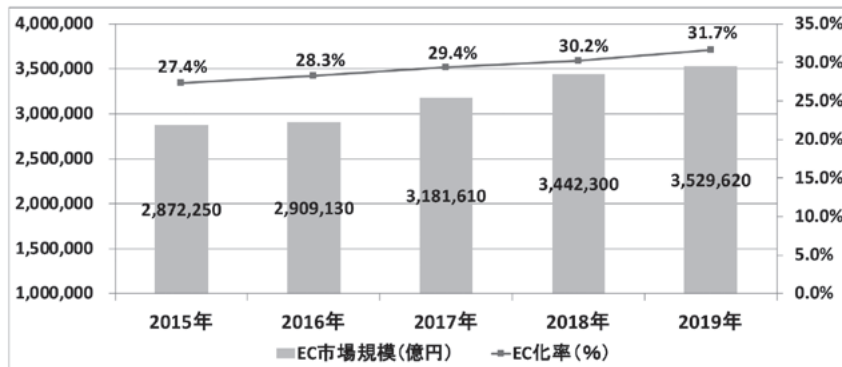
(https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/statistics/data/200529_1.pdf)

ただし、市場規模の大きさとEC化率は比例していません。例えば、「事務用品・文房具」は市場規模が小さいですが、EC化率は高く41.75%です。一方、市場規模が1.8兆円を越える「食品・飲料・酒類」のEC化率はわずか2.89%です。このように、EC化しやすい商品と、しにくい商品があるようです。実物を見ないと品質がわかりにくい商品は、総じてEC化率が低いと言われています。

しかし、従来EC化しにくかった商品も、コロナ禍にあって色々な工夫がなされ、EC化されるようになってきています。例えば、高級食材のお取り寄せなどは、コロナ禍でアクセスが急増したものの一つです。試着をしないと購入に結びつきにくいアパレルも実店舗に勤務するショップスタッフが商品を着用・コーディネートした写真をSNSで発信した結果、ECサイトにユーザーを誘導することに成功しています。

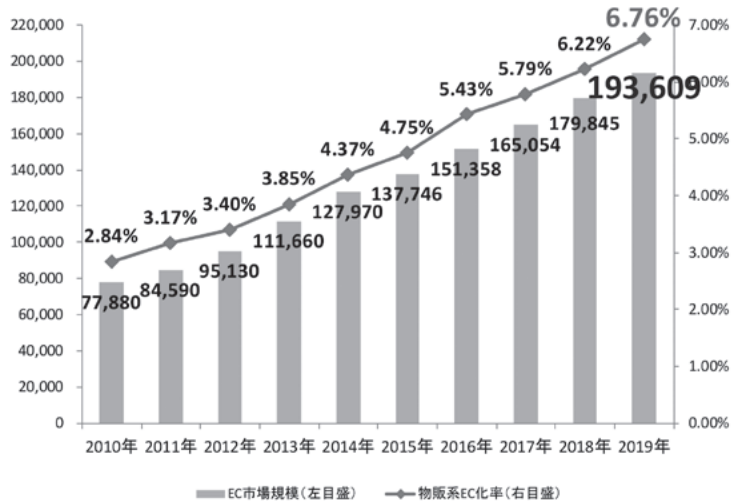
ライブ配信で商品を紹介し、視聴者とチャットなどでやりとりをしながら商品購入に結びつける「ライブコマース」を利用するという動きも、アパレル業界の「BEAMS」や化粧品業界の「資生堂」などで昨年から使われ始めています。

BtoB-EC 市場規模の推移



*経済産業省 商務情報政策局 情報経済課 令和元年度 内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業(電子商取引に関する市場調査)より抜粋

BtoC-EC の市場規模および物販系 EC 化率の経年推移 (単位: 億円)



*経済産業省 商務情報政策局 情報経済課 令和元年度 内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業(電子商取引に関する市場調査)より抜粋

BtoC-EC 市場規模および各分野の構成比率

	2018 年	2019 年	伸び率
A. 物販系分野	9 兆 2,992 億円 (EC 化率 6.22%)	10 兆 515 億円 (EC 化率 6.76%)	8.09%
B. サービス系分野	6 兆 6,471 億円	7 兆 1,672 億円	7.82%
C. デジタル系分野	2 兆 382 億円	2 兆 1,422 億円	5.11%
総計	17 兆 9,845 億円	19 兆 3,609 億円	7.65%

*経済産業省 商務情報政策局 情報経済課 令和元年度 内外一体の経済成長戦略構築にかかる国際経済調査事業(電子商取引に関する市場調査)より抜粋

ショッピングモール型と自社サイト型



ここまで説明すると、「時代の波に乗り遅れないように、うちもECサイトを早速作ろう!」と、考えた方も多いのではないのでしょうか?

ECサイトには、「ショッピングモール型」と「自社サイト型」の2つがあります。

「ショッピングモール型」は、1つのECサイトの中に複数のEC店舗を構築する方法で、有名などころでは楽天やamazonなどがそれにあたります。比較的簡単に作れるだけでなく、集客も安定していることが特長ですが、機能やデザインなどで独自性を出すことは難しく、費用もかかります。広告費をかけないと、上位に掲載されないというデメリットもあります。しかし、楽天株式会社が発表した2020年4-6月期(第2四半期)における楽天市場やラクマなどショッピングEコマースの流通総額の伸び率は、前年同期比48.1%増でした。コロナ禍で市場が飛躍的に拡大したことがわかります。

それに対して、「自社サイト型」は自社商品を販売するために独自に構築されたサイトを指します。必要な機能やデザインをカスタマイズできる反面、決済・店舗運営システムや集客対策などを自分で導入しなければならず、WEBマーケティングの知識がなければ、実績を上げることは困難という面も併せ持ちます。

ショッピングモール型 ECサイトの一例



「スマイルガーデン」
(株式会社スマイルワン 横浜みなと支部)
<https://item.rakuten.co.jp/smilegarden/>

自社サイト型 ECサイトの一例



「トナー246」
(スプレッド株式会社 横浜北支部)
<https://www.toner246.com/>

ECサイトは何を使って立ち上げるか?



まずは無料のECプラットフォームから

実際に自社のECサイトを構築する方法としては、既存のECサイト構築システムを使う方法と、事業者のビジネスにフィットしたオリジナルのECシステムを作る方法の2つがあります。

既存のECサイト構築システムを利用する場合で、個人で初めてECサイトを作る場合なら、まずは無料で制作できる「BASE」や「STORES」がおすすめです。初期費用、月額費用とも無料で、商品が売れたときだけに決済手数料を3%~5%ぐらい支払えば良いというシステムで、費用負担が少ないのが特長です。(費用は使用するECプラットフォームにより異なります。)これらは、個人だけでなく、規模が小さい中小企業でも利用されているシステムです。「BASE」の2020年4-6月期の流通総額は、前年同期比196.5%増で、何と310億円を売り上げています。コロナ禍で「BASE」でECサイトを構築した個人また

は企業が多くなったことがよくわかります。ただし、将来的にECビジネスを拡大する予定がある場合は、ドメイン管理が可能な有料ECプラットフォームを選択するのが得策でしょう。

一方、法人の場合、ECサイト制作の依頼先や費用相場は「ビジネスの規模」によって変わってきます。

ECプラットフォームには「ASP(アプリケーション・サービス・プロバイダ)」、「オープンソース」、「パッケージ」、「フルスクラッチ」といった大きく分けて4つの分類があります。WEBマーケティングのノウハウ、または専門知識や経験があるスタッフが社内にはいない場合には、導入費用が安く、ECサイトを立ち上げるまでの期間が短い有料ASPから始めることが推奨されています。

「ASP」は、共通のECプラットフォームを複数のEC事業者がインターネット経由で利

用する方法です。サービス毎に価格や機能、スペックが異なりますが、中にはリピート通販専門カートや商材特化型のカートがあるものもあり、ECのフロント機能(お客様が接する商品画面や決済画面のこと)としては運営面での不足はあまりなくなってきていると言われています。代表的な有料「ASP」には、「カラーミーショップ」、「shopify」、「ショップサブ」、「MakeShop」、「futureshop」などがあります。

また、「オープンソース」は、ソースコードが公開された無料のECサイト構築プラットフォームです。「WordPress+WooCommerce」や「EC-CUBE」などが代表的です。自由度が高く、システムに費用がかからないといったメリットがある反面、サイト構築やセキュリティ対策を全て自分で行う必要があるため、高い技術力が求められます。プログラムが公開されているため、不正アク

セスの標的になりやすいというデメリットもあり、古いバージョンのオープンソースを利用していると、顧客情報漏洩のリスクを抱えてしまう場合もありますので、注意が必要です。

「パッケージ」は、ECサイトに必要な標準機能を備えたシステムを基盤として使い、企業毎にカスタマイズしてECサイトを構築する方法です。カスタマイズの自由度が高く、企業独自の機能を追加することができるのが

特長です。自社の基幹システムや倉庫管理システム、実店舗のPOSとの連携も可能です。ただし、導入の開発コストは数百万円から数千万円規模と、EC事業が年商1億円未満の企業の場合、費用対効果が合わないと言えます。主な製品には、「EC-ORANGE」、「ecbeing」、「SI Web Shopping」、「Commerce21」、「HIT-MALL」などが挙げられます。

「フルスクラッチ」は、名前の通りデザインも機能も自社用で作ってもらうもののな

で、前述されたものに比べ自由度は格段に上がります。ただ、自社のために全てを1から作ってもらいますので、構築費用も日数も大幅にかかりますし、サーバー費などもかかります。初期費用が数百万円・数千万円となるため、中小企業向きではありません。

まずは、自社の事情に合わせて、ECプラットフォームを選択することが第1歩になりそうです。



ECサイトを作っただけでは売れない！

費用対効果を考える

ところで、無事にECサイトを構築できたとしても、それで安心してはいけません。

「ECサイトを作ったら、すぐに売れると思っている方が意外と多くて困ります。」と、IT事業者は口を揃えます。数多あるサイトの中から、貴社のサイトにたどり着くのは、実は星をつかむような話なのだということを、まずは肝に銘じたいものです。確かに全国に市場は広がるのですが、全国に知らしめてこそその市場なのだと言うことは意外と認知されていません。

「ネット通販は、コロナ禍においても完全非対面で商品を販売できる数少ない方法ですが、実は立ち上げから事業を軌道に乗せるまでの時間とコストがかかりすぎるので、推奨できない」と、新規ECサイト構築に警鐘を鳴らす専門家もいます。

もちろん、自分でサイト構築できれば良いのですが、制作会社に依頼すると、簡単な物でも30万円以上かかりますし、商品数によっては100万～200万円、または内容によってはそれ以上のコストがかかることもあります。しかも、それだけ費用をかけても、すでにネットショップで販売されている商品であれば、見向きもされないこともあるでしょう。しかも、制作には相当な時間を要することも見逃せません。

ECサイトは緻密な計画の上に成り立つビジネスです。だからこそ、「必ず事業計画をきちんと立ててください。」と、IT業者は語ります。時間をかけて検証しなければ、効果が出にくいツールなのだとすることを、きちんと把握しておく必要があるでしょう。また、ネット上ではありますが、サービス業であることに変わりはないので、注文者とのコミュニケーションをマメに取ることも、サイトへの信頼性を高めるのに大切なことです。受注の連絡、発注の連絡、注文者からの質問への返答などが、それに当たります。

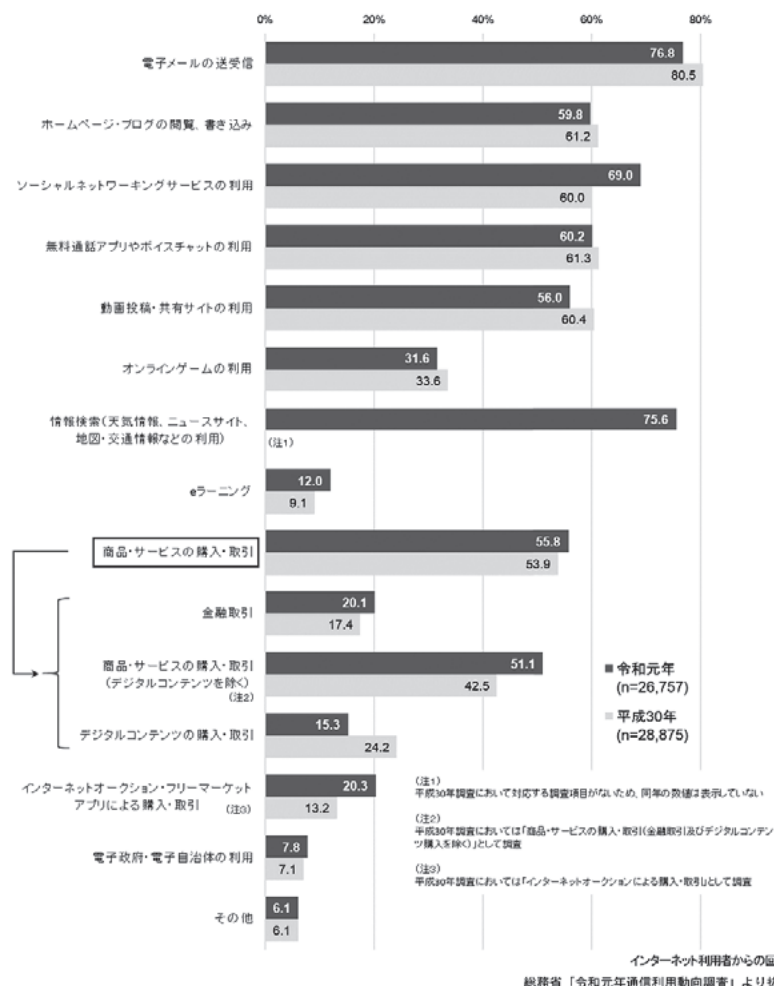
さらに、ショッピングモール型であれば、売上10%ぐらいの手数料が経費として必要になります。加えて、カード決済手数料やアフィリエイト手数料、システム使用料など、様々な利用料金が発生します。自社サイトの運営であったとしても、検索エンジン対策（SEO）やリスティング広告に費用がかかります。

だから、現状では自社サイト運営よりもショッピングモール型の方が、利益が出やす

いと言われています。

また、売上の中には、送料や梱包費も含まれていることを忘れてはいけません。そして、同じような商品が並ぶ中では、実店舗での販売とは異なり、販売価格のみで判断されることも多くなります。従って、価格競争力のない商品は見向きもされません。だからこそ、ニッチな商品であるか、ストーリー性のある商品に仕立てることも大切になってきます。

インターネットの利用目的・用途（複数回答）



ECサイトもスマホシフト



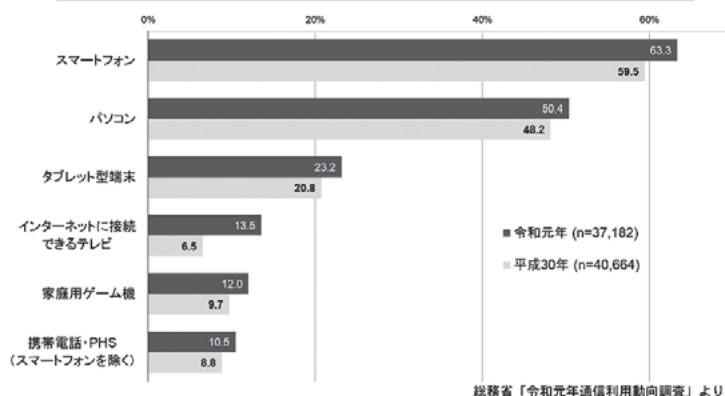
日本国内のインターネット利用率は2019年時点で89.8%と9割に迫っています。年齢階層別に見ると、6～12歳および60歳以上の利用割合が急上昇しています。中でも、80歳以上の利用率は、平成30年までは20%台を推移していたにもかかわらず、令和元年には57.5%にまで伸びています。60代ではすでに90.5%がインターネットを利用していると答えています。

また、スマートフォンを保有している世帯割合は8割を越えており、個人の保有率も67.6%になりました。その結果、EC業界でも「スマホシフト」が起こり、2019年のEC市場（B to C物販）のうちスマートフォン経由の市場規模は4兆2618億円で、EC市場全体のうちスマホEC比率は42.4%になっています。

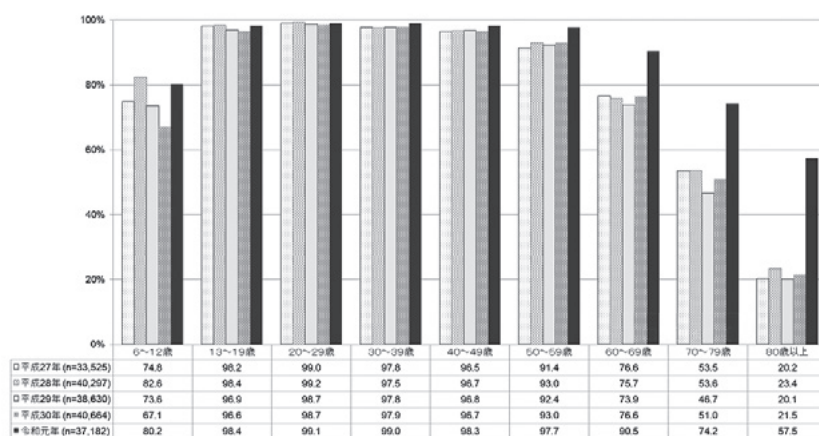
このため、今後のECサイトの構築には、スマホ画面を意識した構築が大切になってきそうです。

そして、インターネット利用者に占めるSNS(ソーシャルネットワーキングシステム)の利用者の割合は69%になり、前年度より9%も増加しています。利用目的は、「従来からの知人とのコミュニケーションのため」が86.9%ですが、次いで「知りたいことについての情報を探すため」が63.6%になっています。そして、スマホユーザーは、情報や商品を探すときにGoogleなどの検索エンジンを利用する頻度がパソコンユーザーよりも低く、SNSやECアプリから目当ての商品や口コミ情報を探すことが多いと言われています。そのため、ECサイトを立ち上げたら、InstagramやTwitter、Facebookを利用して商

インターネット利用機器の状況（個人）



年齢階層別インターネット利用状況の推移



品の露出度を高める努力も必要です。パソコンユーザー向けには、ブログに小まめに紹介記事を掲載するのも有効な手段です。

このように、スマホシフトが加速している

今、自社の商品に関する情報をSNS上に増やしていく取り組みの重要性が加速しているようです。

人は視覚情報から得る情報が87%

だから、情報のビジュアル化が重要



ECプラットフォームを選択したら、次は内容を詰めていきます。まずは商品の選択、写真や説明文等のデータを揃えていきます。

この際、商品の特長をいかにわかりやすく表現し、魅力的に見せるかが売上に直結する大切な要素であることは言うまでもありません。

ところで、人間は五感から情報を得ていますが、中でも87%もの情報は視覚情報から得ていることがわかっています。そのため、サイト構築に一番大切なのは、情報の視覚化(ビジュアル化)ということになります。

人は通常1分間に「読む」文字数は1000文字程度と言われていますが、「見る」ことでは約2000文字分の情報を処理することができるそうです。また、取り入れた情報の記憶に残り方を調べると、「聞く」より「見る」方が記憶に残りやすいと言われています。いかに情報をわかりやすく視覚化するかということと同時に、写真のクオリティが商品のクオリティや企業への信頼度に繋がることは、意外と知られていないことです。とりわけ、化粧品のようにイメージが大切な商品には、ビ

ジュアル要素が重要なのは言うまでもありません。

機械や機器であれば、機能をわかりやすく視覚化するというのも良いでしょう。そのためは、使用工程を動画で見せるというのも一つの方法です。「聞く」と「見る」行為を同時に使用すると、2時間後でも60%の情報が記憶に残っているというデータがあるそうですから、音声も使用出来る動画は一定の効果が得られそうです。

「知らなかった」では済まされない！ 法律の専門家が説く、ネット販売の盲点

コロナ禍の下、対面販売がなかなか難しい状況ではありますが、そんな中でも「インターネットで直販すれば売れるかも！」ということでネット販売に商機を見出そうとする経営者の方もいらっしゃるかと思います。そんな経営者の皆さんがネット販売をする際に気を付けなければいけないことを、法律家の観点からまとめてみました。

1. 特商法上の表記

まずは特商法上の表記になります。ほかのネットショップで「特商法上の表記」という記載を見かけたことがあるかもしれません。これはちゃんと法律で記載が義務付けられているものです。

特商法は「特定商取引法」という法律で、20年ほど前までは「訪問販売法」という名前でした。この法律は、消費者保護のための法律で、ネットショップも通信販売にあたることから特商法の規制を受けます。そして、消費者保護の観点から、ネット販売をする事業者はさまざまな事項について告知するよう義務付けられています。その中に、「事業者の氏名（名称）、住所、連絡先」や「通販事業責任者の名称」があります。「このサイトは私たちが運営しています！」ということが消費者にわかるように表示することが義務付けられていますので、裏を返せば、これらの事項が載っていないサイトは「怪しいサイト」と思われます。ネットショップをやるのであれば、しっかりとこれらの事項を告知するようにしましょう。

2. 古物商許可証について

ネットショップを開設して商品を販売する際、他人から買い取った品物を中古品として販売するような場合、ほとんどのケースでは古物営業法で定められた古物商の許可が必要となります。

一般的に、中古品というのはどこから入手したものなのかハッキリさせる方法はなく、野放しにしてしまうと盗品を「中古品ですよ！」と偽って売りさばくことが横行しかねません。そのため、古物営業法は、リサイクルショップなどを運営する人に対して、「ちゃんと公安委員会（要するに警察ですね）の許可を得てからやりなさいよ」と規定しているのです。この許可を得ないまま古物営業をすると、3年以下の懲役が科されることもあり得ます。暴行罪や脅迫罪が2年以下の懲役なので、まずまず重い犯罪と言えます。販売する品が中古品（新品と呼ばれるものも含まれます！）である場合は、必ず許可を取りましょう。

3. 薬機法について

古物の無許可販売もまずまず重い罪でしたが、ネット販売の盲点として気を付けてほしいのが薬機法です。薬機法は主に医薬品、医薬部外品、化粧品の製造販売について規制していて、当然ですがその目的は国民の生命・身体の安全を守るためです。効果もよ

くわからないようなものが勝手に「薬です！」と売られていたら安心して医薬品を購入できませんし、それこそ深刻な健康被害が生じかねません。

先ほども書いたように、薬機法は医薬品、医薬部外品、化粧品の製造販売について主に規定していますが、ここでは一番みなさんに関係ありそうな化粧品の製造販売に絞ってお話します。「化粧品？ そんなの自分には関係ないよ」と思われるかもしれませんが、いわゆる化粧品だけでなく、シャンプーやリンスや歯磨き粉だって薬機法では「化粧品」ですから、思った以上に関係がありそうだと思いますか？

まず、販売する化粧品についての広告の規制です。薬機法上、治療の効果が生じる表現をしていいのは医薬品だけで、化粧品に治療の効果があつたてはいいけません。例えば、「この化粧水で肌荒れが一気に改善！」は問答無用でアウトです。一方で、「この化粧水は肌荒れを防ぎます！」であれば治療ではないのでセーフです。どうですか？ かなり微妙ですね？ ただ、「防ぐ」ならなんでもいいかというところでもなくて、誇大な広告はダメです。なので、先ほどの表現も「絶対に肌荒れを防ぐ化粧水」とアウトになります。

次に、製造販売についての規制です。医薬品や医薬部外品だけでなく、化粧品についても製造販売についての許可制度があります。ただ、ちゃんと許可を受けたメーカーが作ったものを単純に仕入れて販売するだけであれば、ネットショップ自体に販売許可は必要ありません。ただ、小分け販売しようとするとは話は別です。いくら大手のメーカーが作った安全なものだとしても、小分けの段階で清潔さが保たれているかどうかはわかりませんので、小分け販売しようとするのであれば、そのショップ自体も化粧品製造販売許可を受ける必要があります。海外の化粧品やシャンプーでも同じで、仕入れ元が製造販売許可を持っていて、そこから仕入れてただ販売するだけなら許可は必要ありませんが、小分け販売をしようとする、やはり許可が必要です。小分けにして無駄を省く、とか、お試ししやすくする、という発想はユーザー目線で素晴らしいと思いますが、こういう制限もありますのでよく気を付けてください。

このように、ネットショップには商機もある一方で盲点もたくさんあります。ネットショップを開く際にはいろいろなことに目配りをして、あとから問題が生じないように気を付けましょう。

+ONEグループは、法務・税務・労務の専門家である各種士業が連携して、中小企業のためのワンストップサービスを提供するグループです。経営者向けのセミナーや交流会も開催していますので、企業経営上のお悩みごとがございましたら是非ご参加ください。また、士業連携に興味のある各種士業の方もお待ちしております。

詳しくはQRコード▶



WRITING



LM総合法律事務所
弁護士 網野雅広

コロナの影響で売上が激減 株式会社伊藤商会が“ECサイトでの販売”に挑戦

横浜中央支部に所属する亀卦川 基喜氏が代表をつとめる「株式会社伊藤商会」は、贈答品などギフト商品を扱う企業です。コロナ禍で売上が激減する中、この度インターネット上のお店（ECサイト）「cadeau du soleil-太陽の贈りもの」を立ち上げました。

2019年台風19号は神奈川県のおちこちに被害を出しました。多摩川があふれ、武蔵小杉にある亀卦川氏の会社も水害に遭いました。社内にあった商品も、顧客データも水に浸かり、損害総額1,500万円以上。それだけでも大変な経験だったのですが、翌年2020年初旬から新型コロナウイルスで世の中がひっくり返り、今までのビジネスが成り立たなくなりました。

今までの伊藤商会のクライアントは、主にイベント会社や葬儀社。コロナでイベントはどんどん中止に追い込まれ、ある県の葬儀参列者にクラスターが発したのをきっかけに、葬儀も縮小され家族葬が主流となり、返礼品

は不要となってしまいました。

そこで、コロナで直接営業が出来ないため、商品をインターネット上で販売をすることにしました。最初はモール型のECサイトに申し込み、これで販路拡大ができるかと思ったものの、ホームページを作ったり、写真を加工したりする技術や知識が乏しかったことで結局オープン出来ずに何ヶ月も過ぎてしまったと語ります。

その後、同友会の仲間に相談し、比較的費用が少ない別のプラットフォームで再度ECサイトを立ち上げることとなりました。

今回は「自分では出来ないことを把握し、必要であれば専門知識のある人に相談をすることが大切」と感じた亀卦川氏は話します。

台風やコロナという苦難がありましたが、ECサイトが出来上がり、「あとは売っていくことに専念します！」と意気揚々と語る亀卦川氏がとても印象的でした。

〈取材・文／株式会社ハマ企画 松村 千代〉



cadeau du soleil-太陽の贈りもの
<https://gift-itoshokai.com/>

会社情報

株式会社伊藤商会
川崎市中原区上丸子山王町2-1371
TEL：044-411-7171

「小田原Lエール（小田原市女性活躍推進優良企業認定制度）」に 同友会小田原支部の4社が認定される

少子高齢化が進み、生産年齢人口が減少傾向にある中で、女性の労働力人口は増加しています。また、性別にかかわらず多様な働き方が求められるなど、企業の経営を取り巻く環境は大きく変化しています。そうした中「女性の職業生活における活躍の推進に関する法律（女性活躍推進法）」が平成28年4月に施行されています。（令和元年6月に改正。）

そこで、昨年度、市内の事業所の98%が従業員100人以下の企業である小田原市でも、中小規模の事業所において女性活躍の取組みを促進するために、市独自で「女性活躍推進優良企業を認定する制度」を創設しました。「誰もが働きやすい職場づくりの実現に向けて、女性活躍推進に積極的に取り組んでいる市内の企業などを認定する」というものです。この制度には、公募で「小田原Lエール」という愛称がつけられました。

国が認定する制度としては、すでに女性活躍推進法に基づき一定の基準を満たし、女性の活躍推進に関する状況などが優良な企業を認定する「えるぼし認定」がありますが、小

田原市が認定する「小田原Lエール」は、中小の事業所が一歩ずつでも経営環境を整えていくことを目指して、まずは積極的に取り組んでいるという姿勢も評価のポイントになっているのが特長です。

認定の基準となるのは次の4項目です。

- 意識・職場風土の醸成
- 女性の活躍推進の取組
- ワーク・ライフ・バランス実現に向けての取組
- 独自の取組（制度化されていないが、実態として実施されているものなど）

また、取組みの状況に応じて、「ゴールド」「シルバー」「ブロンズ」の3つのランクが設定されています。初回の昨年度は33社が認定されましたが、そのうち4社が同友会小田原支部の会員企業から認定されました。

●ゴールドステージ

有限会社川田製作所／株式会社エイチ・エス・エー／株式会社まるだい運輸倉庫

●シルバーステージ

株式会社アシスト・ワン



認定証。『「L」=ladyの活躍推進に向け行動（アクション）している企業へのエール』の意を込めたデザインになっている。（写真：小田原市提供）

認定を受けると、働く環境が整備されている良い会社であると認識され、企業のイメージアップが期待できます。また、女性の職業生活環境が向上するということは、男性も含めたすべての優秀な人材の確保にも繋がるでしょう。さらに、性別にかかわらず持てる力を発揮でき、誰もが働き甲斐を感じることが出来る労働環境が整うと、それが企業の成長につながっていく…。それこそが、持続可能な社会の実現にも繋がっていくのではないのでしょうか。

〈取材・文／ODCatalyst 本木和子〉



2021年度全県例会・第58回定時総会は オンラインで開催

2021年度全県例会・第58回定時総会が2021年4月21日(水)Zoomにて完全オンラインで開催されました。昨年開催された第57回定時総会もオンラインでしたが、初めての緊急事態宣言の中、オンラインもまだご不安な方が多かったと思います。しかし、1年後の今回は皆がオンラインにも慣れ、大変スムーズに運営されました。

総会は15時からスタートし、1時間弱で終了しました。

その後、記念講演が16時10分から始まりました。テーマは、「働き方改革と幸福学 ～社員と社会を幸せにする経営とは!～」。慶應義塾大学大学院システムデザイン・マネジメント研究科 前野隆司教授が登壇しました。前野教授は、普段「機械工学」などロボットの研究をしている方です。一見、人の「心」とは一番遠いところにいる方ですが、色々たどっていくうちに、「人の幸福学」の研究も行うようになったそうです。

「大手企業の有名な経営者たちが経営を語るときに、『幸せ・幸福』という言葉を使いますが…」ということから話が始まりました。経営者達が語る「幸せ・幸福」とは、「Happiness」ではなく、「Well-being」を指すといいます。「Happiness」とは感情的に幸せのことを指しますが、「Well-being」とは「身体的な健康」「感情的に幸せ」「社会的な福祉」の3点を表す言葉だと語ります。アメリカなどでは、社員の幸せが会社の売上にも影響すると考えられ、「Well-being経営」という経

営手法が唱えられているそうです。

それに対し、日本では働き方改革のため「ライフワークバランスの改善を!」と、未だ声高に言われています。しかし、欧米では休暇を増やし、自分の時間を増やすことで、幸せに…という考え方では不足で、仕事中でも休暇中も幸せで過ごせるようではなくては意味がないと言われているのです。

そして、前野教授がさらに提唱したのは、次の5つでした。

- ・幸せは感染る
- ・利己的な人より利他的な人の方が幸福な人が多い
- ・主体的な人の方が幸福になれる
- ・視野の狭い人より視野の広い人の方が幸せになれる
- ・創造性の高い人ほど幸せになれる

哲学的な話ではなく、統計学の話から始まりましたが、説明を受けると納得で頷ける内容ばかりでした。

その後、行われた今回のグループ討論のテーマは、「幸福学をどのように企業経営に生かしていきますか?」でした。どのグループでも「幸せは感染る」という言葉がとても印象的だったようで、経営者がまず幸せで笑顔でいないといけなくと指摘する声が多く聞かれました。

幸せな経営者が社員に幸せをもたらし、幸せな社員がお客様を幸せにする。そして会社は、新しく創造した仕事をし、売上が上がり発展していく。そんな企業が増えれば、社会全体も幸せになっていく。これこそが「幸福学」が企業経営にもたらす効果です。

〈文責/株式会社ハマ企画 松村千代〉

2021基本方針宣言

私たちは、同友会の、あらゆる可能性を最大限に生かし、健全な経済活動を通じて少しでも社会に貢献し必要とされる企業になります。

神奈川県中小企業家同友会／2021年度役員体制名簿

〔順不同・敬称略〕

※各支部長は予定
※（ ）は年目

1	代表理事	田中 勉 (3)	(株)エイチ・エス・エー	再	
2	代表理事	本多 修 (3)	(株)東邦プラン	再	
3	副代表理事	榎本 重秋 (3)	ぜんち共済(株)	再	
4	副代表理事	深澤 正司 (3)	(株)FCC	再	
5	副代表理事	渡辺 学 (6)	ニイガタ(株)	再	
6	理事	坂巻健一郎 (1)	MINATO(株)	新	横浜ブロック長
7	理事	井出 哲郎 (3)	伝馬知的財産事務所	再	横浜みなと支部長
8	理事	志田 真人 (3)	(株)カラー	再	横浜中央支部長
9	理事	鈴木 幹男 (3)	キソー工業(株)	再	横浜北支部長
10	理事	姫野 裕基 (1)	(株)マネジメントプレーン	新	たま田園支部長
11	理事	赤原宗一郎 (4)	(株)赤原製作所	再	県央支部長
12	理事	奥原誠太郎 (3)	(株)奥原商事	再	川崎支部長
13	理事	横江 利夫 (3)	旭フォークリフト(株)	再	相模原支部長
14	理事	菅野 恒宏 (1)	サン興産(株)	新	湘南支部長
15	理事	中筋 悠貴 (3)	(株)天・地・人	再	県南支部長
16	理事	小林 淳一 (4)	(株)アシスト・ワン	再	小田原支部長
17	理事	中村 暢宏 (3)	(株)アートプロジェクト	再	総務委員長
18	理事	湯澤 剛 (3)	(株)ユサワフードシステム	再	財務委員長
19	理事	荒井 昭貴 (3)	(有)荒井電気工事	再	組織委員長
20	理事	中林 正幸 (5)	(有)マス・クリエイターズ	再	広報委員長
21	理事	星野妃世子 (4)	(株)スタックス	再	政策委員長
22	理事	山田 進弘 (2)	(株)山装	再	経営労働委員長
23	理事	佐々木純子 (4)	(株)ビードッツ	再	社員教育委員長
24	理事	横山 草太 (2)	(株)神奈川機関紙印刷所	再	共同求人委員長
25	理事	川田 俊介 (2)	(有)川田製作所	再	ダイバーシティ委員長
26	理事	鳥海 直行 (4)	(株)ホンモク	再	産学交流委員長
27	理事	三瓶 修 (1)	日崎工業(株)	新	ものづくり広場長
28	理事	高橋 裕一 (2)	(株)リードコーポレーション	再	青年部会長
29	理事	梅田八寿子 (2)	(株)開明製作所	再	女性部会長
30	理事	梅田 英樹 (1)	YEBISU DINING	新	飲食物販業部会長
31	理事	上野 貴之 (21)	神奈川県中小企業家同友会	再	事務局長



神奈川同友会に10年ぶりの新部会 飲食・物販業部会が誕生！

4月21日に開催された神奈川同友会定時総会にて、「飲食・物販業部会」設立が満場一致で承認されました。「ものづくり広場（製造業部会）」「青年部会」「かながわ女性経営者ネットワーク（女性部会）」に続く4つ目の部会となり、実に10年ぶりの新部会誕生です。

発起人は、横浜市の関内でビアレストラン「エビスダイニング」を営む株式会社えびす屋ダイニング代表取締役の梅田英樹氏で、初代部会長に就任しました。

梅田社長は、現店舗をオープンして8年ですが、それまでもピュッフェ、居酒屋、ちゃんこ店、海鮮居酒屋等で、赤字店舗の立て直しに携わってきました。

多様な業態の店長として働いた経験や、同友会に入会して経営指針を受けた（55部会）

ことで気づけたことを今、店の経営に活かしています。

経験豊富な梅田社長が「飲食・物販業部会」を立ち上げたきっかけは、同友会の例会や指針に参加して感じた違和感でした。「まず1つ目は例会の開催が金曜日であること。稼ぎ時の金曜夜に開催されても、飲食業は参加できない。2つ目は製造業とは向いているベクトルが違うこと。例えば飲食業ではない「特許」の話。特許を取ったら強いと言われても、飲食業はハンバーグに特許は取れないし、新料理はすぐに真似されるので、話を聞いても腑に落ちなかった」と梅田社長。そんな中、コロナが始まって飲食業の会員が辞めていくと聞き、同友会で専門的なことを勉強し合える場が必要だと考えました。さらに、「僕は、

昨年5月の時点でコロナに勝ったと思っていました。協力金が入るし、コロナが落ち着いたらときにお客さんは必ず自分の店に戻ってくると確信を持てましたので、休業しても全然怖くありませんでした。でも、飲食業のほとんどの経営者は、不安の中で営業していってしやる。だから、それぞれが抱える悩みを例会のような場があれば聞けるし、情報交換もできれば少しでもお役に立てるのではないかと思います。また、同業種が集まることで、会も活性化しますよね。」と語りました。

第一回目の部会は6月8日(火)に開催予定。特に参加して欲しいのは、飲食業だけでなく、花屋、床屋、かばん屋、エステなど、販売業と接客業の同じ悩みを抱えた経営者たち。

梅田社長は、今後取り組みたいこととして3つを掲げました。①「会員店舗のサイトマップ」の作成、②会員による共同仕入れ、③全国の同友会との連携です。「同友会には多様な業種が集まっていて、数が集まることで大企業と戦える力が生まれると思います。生き残っていくために力を合わせられればいいですよ。同友会を使い倒せ！です。」と語る梅田初代部会長と「飲食・物販業部会」の活動に期待が膨らみます。

〈文/ゲートプランニング 堤 由里恵〉



※一部の会合は実際会場に集まるリアル形式とオンライン会議のZoom形式の併用で行いたいと思いますが、緊急事態宣言期間が続く場合はZoom形式のみの開催予定となります。
※会場は変更の可能性がございますので詳しくはe.doyuをご確認ください。

横浜北支部

申込みはコチラ

6月15日(火) 午後6時30分～

テーマ：勘違い経営者の驕り
～オレみたいになるな!!～

報告者：横浜サンミラー(株)

代表取締役 山下裕一氏

場 所：鶴見駅前ホール（リアル&Zoom含）

会 費：無料



相模原支部

申込みはコチラ

6月22日(火) 午後6時30分～

テーマ：多様な生き方、働き方に会社は何が出来るのか!?～変革し続ける、企業家の実践に迫る～

報告者：(株)エナメディカル

代表取締役 伊藤千明氏

場 所：ぼっぼ町田（リアル&Zoom含）

会 費：無料



横浜中央支部

申込みはコチラ

6月16日(水) 午後6時00分～

テーマ：波瀾万丈な女社長の逆転劇
～変化を受け入れたものが生き残る～

報告者：(株)スタックス

代表取締役会長 星野妃世子氏

場 所：神奈川中小企業センタービル（リアル&Zoom含）

会 費：無料



湘南支部

申込みはコチラ

6月15日(火) 午後6時30分～

テーマ：特許事務所独立奮闘記！
～もがき続けた9年間、「俺のビジョン」から「みんなのビジョン」へ～

報告者：あさかぜ特許商標事務所

所長 中山俊彦氏

場 所：藤沢商工会館ミナパーク（リアル&Zoom含）

参加費：無料



横浜みなと支部

申込みはコチラ

6月8日(火) 午後5時30分～

テーマ：「エビス顔のすずめ」
～裸の大将が服(福)を着て変わったこと～

報告者：(株)えびす屋ダイニング 代表取締役 梅田英樹氏

場 所：belle関内（リアル&Zoom含）

会 費：無料



県南支部

申込みはコチラ

6月29日(火) 午後6時30分～

テーマ：(仮) 経営実践報告

報告者：(株)ミナシアホールディングス

代表取締役会長 本庄浩義氏

場 所：横須賀市産業交流プラザ（リアル&Zoom含）

会 費：無料



たま田園支部

申込みはコチラ

6月18日(金) 午後6時30分～

テーマ：たまでんクラブ活動説明およびPR交流会
場 所：てくのかわさき（リアル&Zoom含）

会 費：無料



小田原支部

申込みはコチラ

6月23日(水) 午後6時30分～

テーマ：同友会と私…改めて語ります。
～自社の経営実践と同友会運動は車の両輪～

報告者：(株)エイチ・エス・エー 代表取締役 田中 勉氏

場 所：おだわら市民交流センターUMECO（リアル&Zoom含）

会 費：無料



川崎支部

申込みはコチラ

6月22日(火) 午後5時00分～

テーマ (仮) 経営実践報告

報告者：(株)アップ総合企画

代表取締役 田中勇人氏

場 所：川崎市産業振興会館（リアル&Zoom含）

会 費：無料



【その他のセミナー】

同友会を知る為のオリエンテーション

申込みはコチラ

6月28日(月) 午後6時30分～

場 所：神奈川中小企業センタービル
（リアル&Zoom含）

同友会と私：(株)カラー 代表取締役 志田真人氏

会 費：無料



県央支部

申込みはコチラ

6月18日(金) 午後6時30分～

テーマ：(仮) 経営実践報告

報告者：(株)赤原製作所

代表取締役 赤原宗一郎氏

場 所：ユニコムプラザさがみはら（リアル&Zoom含）

会 費：無料



ダイバーシティ委員会

申込みはコチラ

6月25日(金) 午後3時00分～

テーマ：(仮) 神奈川同友会実習受入企業Zoom
現場中継例会

※「Zoom」を使用したオンライン開催となります。

会 費：無料



かながわ AREA ネットワーク

第6回 横浜北支部

“ゆるキャラ揃い”ながら 学び合いの場が豊富

横浜北支部の担当地域は、横浜市港北区、鶴見区、青葉区、緑区、都筑区。ここは、横浜市内人口の36%を占めるエリアです。新横浜を中心に活動しているため、新幹線を利用して訪れる東京在住の方や静岡から通って来られる方など、神奈川県在住以外の方も在籍しているのが特長です。現在、支部長は「キソー工業株式会社」代表取締役の鈴木幹男氏が務めています。この支部が設立されたのは、わずか2年前。横浜支部が3支部に分かれた際に、横浜中央支部、横浜みなと支部と共に設立されました。現在の会員数は81名（2021年3月31日現在）です。

スローガンは、「みんなで笑顔になろう」

支部の一番の特徴が、「誰でも溶け込みやすいと感じてもらえる“ゆるさ”」だと、副支部長の田利 純氏（スプレッド株式会社）は語ります。

「全般として、ガツガツしておらずスローな感じで、見た目“ゆるキャラ的”な感じの方が揃っています（笑）。そして、だらかな方が多いです。とはいっても、土業の方はもちろんのこと、コンサルティング業やサービス業、製造業の方など、それぞれの業界をリードする会員も多く在籍していますので、頼りになります。」

中には、すごい特許を保有する企業もあるのだとか……。「とにかく、その分野分野で飛びぬけている方が非常に多い。わりとゆるーい感じを醸し出しておられるのですが、能ある鷹は爪を隠す。そういう会員がいらっしゃるおかげで、日頃いくら学んでも学び足りない経営者にとっては、大変心強い支部です。」

お酒好きの方も多いとのこと。懇親会ではついつい目をつぶっている“瞑想中！？”の方もいるのだとか。気張らず、気軽に参加できそうです。

キタの社外取締役会

横浜北支部の活動の一つに、支部会員の経営の課題や悩みを徹底的に議論する小グループ活動があります。これまでは、「ガチで語る経営者、キター！」と言っていましたが、この度「キタの社外取締役会」と名称が変わりました。変わらず、会員相互が学び、課題解決をする場になっています。

例えば、「新規事業を立ち上げたのだが、そこで社員にどうしたらモチベーションをもって働いてもらえるのか？」といったことや、「代替わりをした時にどうすればいいのか？」「社員教育をどうすべきか？」など、テーマとなる課題は多彩です。会員同士の信頼関係をベースに、他の会員から意見をもらい、それを自社の経営に活か



していきます。本当の「社外取締役」ではありませんが、まさに、社外取締役“的”な集まりとなっています。

「社外取締役」は支部の会員です。支部の例会とは別に年3～4回ぐらいを目途開催され、定員10名で実施しています。話し手とテーマを事前に決め、集まったその場でとことん話し合っています。

キタのセミナー

この他にも、土業やコンサルティング業の会員などが主導する各種セミナーも実施しています。

たとえば、社員教育や就業規則を切り口に、経営に役立つ様々な講義をいただいています。こちらも「キタの社外取締役会」同様、年に3～4回を目途に定員20名ほどが集まれる場所を用意して開催しています。これは、会員企業の役に立つだけでなく、セミナーの提供を仕事にしている会員にとっても、自社の仕事のアナウンスの場になっています。



キタ酒場

昔ヒットした歌謡曲の題名のようなのですが、酒を酌み交わしながら色々語り合える場があるのも、横浜北支部の活動の特徴の一つです。仕事だけではなく、それ以外のさまざまなことも語り合える場づくり、仲間づくりにとって欠くことのできない活動になっています。

このように横浜北支部は、学び合いの場を豊富に持ちながら、仲間づくり、組織づくりを確実にを行っています。

「この一員でいることで、組織を運営するために知りたいことを色々知ることができ、学べることばかりです。何よりこの支部は会員を飽きさせません！空気感があえば、どなたにも来て頂きやすい支部だと思いますよ。」と田利さん。

他支部の方々も、気軽に参加できそうです。

担当地域：横浜市港北区、鶴見区、青葉区、緑区、都筑区
支部長：キソー工業株式会社 代表取締役 鈴木幹男氏
会員数：81名（2021年3月31日現在）

〈取材・文／ODCatalyst 本木和子〉

シリーズ

ちよっと
気になる
素顔拝見!

vol.27

一生懸命生きて
いる女性を
応援したい！
輝かせたい！

株式会社ビードッツ

代表取締役 佐々木純子氏

(横浜みなと支部 社員教育委員会委員長)

●株式会社ビードッツ

横浜市戸塚区品濃町539-3 エクセル東戸塚210 TEL 045-826-4663

実家の会社の1階でママ友と一緒に
家賃ゼロのリサイクルショップ

31歳で長女を出産し、次いで34歳で長男を出産すると、幼稚園のママ友と協力して、子供服のリサイクル品と手作りアクセサリーのショップを立ち上げる。開業したのは、実家の会社の1階である。人が人を呼び、商売はたちまち広がっていった。

その頃、自身の体調不良からアロマセラピーを習い始めていた。すると、長年悩んでいた体調不良がみるみる改善していった。「同じように体調不良に悩んでいる方達の役に立ちたい！」そんな想いがどんどん膨らんでいき、1999年にアロマセラピーサロンを開業する。次いで、エステティックの勉強もし、リラクゼーションエステを始めた。

その後、兄の助言で2006年に東戸塚駅前に移転を決めた。だが、移転すると客が半減した。悩んだ佐々木さんは、空き時間を利用して商工会議所主催の起業セミナーに通うことにした。当時、時代は脱毛ブームだった。「これだ！」と思った佐々木さんは、光脱毛の機械がどうしても欲しくなった。すると、商工会議所の起業セミナー講師から、法人化したら商工会議所のマル経融資（小規模事業者経営改善資金融資制度）が受けられることを教えてもらう。その頃は、経営のことは何もわからなかったが、とりあえず早速法人化し、「株式会社ビードッツ」を立ち上げ、融資を受けた。2007年のことである。

神楽坂店、上野店を次々にオープン
そして、スタッフのサボりが発覚！

法人化した年の秋に、早速2号店「RHB神楽坂」をオープンした。だが、1〜2ヶ月で開

店休業状態になってしまった。

「スタッフとのコミュニケーションがうまくとれていなかったのが原因でした。当時はまだスタッフは取り替えがきくと考えていました。」それでも、2010年には、まっぴらママサロン「まっぴらママさん上野店」もオープンした。フランチャイズ店舗である。月商100万円を見込んでいたのに、いつまでたっても3分の1ぐらいいしかなかった。おかしい。上野は絶対に人が来る。それなのに、売上が伴ってこない。不思議に思い、ある日上野店に行ってみた。インターネット上は予約でいっぱいなのに、手書きの予約台帳はがら空きだった。この時、任せることと、ほったらかしにすることは違うのだと知った。

同友会との出会い。そして、黒字企業へ

2014年、神奈川県中小企業家同友会に入会し、経営指針43部会を受講した。すると、受講後2年目に赤字が解消し、3年目には黒字に転じたという。今期は数値目標を達成し、前年比40%増になった。

実は、5年前の12月に「RHB神楽坂店」を閉店し、一昨年3月に「まっぴらママさん上野店」をフランチャイズ元に売却した。現在は、横浜西口店と東戸塚店の2店舗を運営する。そして、今年6月に今度はまっぴらママさんのサロンを横浜にオープン予定だ。

現在社員は11名。エステ未経験者も育成し新卒採用もするなど、攻めの姿勢は変わらない。そんな多忙な佐々木さんの癒やしになっているのが、トイプードル犬の「蘭丸」だという。今は蘭丸が癒やしの存在であり、家族の架け橋にもなっているようだ。

今期は数値目標を達成し、前年比40%増になった。

実は、5年前の12月に「RHB神楽坂店」を閉店し、一昨年3月に「まっぴらママさん上野店」をフランチャイズ元に売却した。現在は、横浜西口店と東戸塚店の2店舗を運営する。そして、今年6月に今度はまっぴらママさんのサロンを横浜にオープン予定だ。

現在社員は11名。エステ未経験者も育成し新卒採用もするなど、攻めの姿勢は変わらない。そんな多忙な佐々木さんの癒やしになっているのが、トイプードル犬の「蘭丸」だという。今は蘭丸が癒やしの存在であり、家族の架け橋にもなっているようだ。

今期は数値目標を達成し、前年比40%増になった。

実は、5年前の12月に「RHB神楽坂店」を閉店し、一昨年3月に「まっぴらママさん上野店」をフランチャイズ元に売却した。現在は、横浜西口店と東戸塚店の2店舗を運営する。そして、今年6月に今度はまっぴらママさんのサロンを横浜にオープン予定だ。

現在社員は11名。エステ未経験者も育成し新卒採用もするなど、攻めの姿勢は変わらない。そんな多忙な佐々木さんの癒やしになっているのが、トイプードル犬の「蘭丸」だという。今は蘭丸が癒やしの存在であり、家族の架け橋にもなっているようだ。

人見知りだった幼少時代

今回お話を伺ったのは、株式会社ビードッツ代表取締役 佐々木純子さん。裏表のない人柄に、信頼を置く人は多い。神奈川県同友会の社員教育委員長に就任して、今期で4年目を迎える。だが、エステティックサロン経営という華やかな経歴をもつ傍ら、どんなことがあっても人を見ることが忘れず、努力を続ける日々があったことは、あまり知られていない。

1964年、建設業を営む両親の元に生まれた。3歳年上の兄と、7歳年下の弟に挟まれた紅一点。自宅近くには父が営む建設業の木工や職人の宿舎もあり、賑やかな



小さい頃は、人見知りだった

環境で育ったが、幼少期はとても恥ずかしがり屋で人見知りだったという。実は、小学校時代は手芸部だった。母が洋裁をするのを見て育ったためか、物作りが好きだった。だから、高校卒業後は、ファッションの専門学校を志望した。そこで待ち受けていたのは、ひたすら課題制作の日々。そして、先生の紹介で原宿にあるブラックフォーマルの会社に入社を決めた。小さな会社だったので、洋服作りのすべての流れをここで学ぶ。

その会社を退社すると3日目に「コシノヒロコ」にパタンナーとして入社した。そこで待ち受けていたのは、新ブランド立ち上げのための寝る暇もない忙しさだった。

だが、そこでパートナーと知り合う。そして、入社後2年目、29歳で結婚退職した。



1984年、東京モード学園のイベントにて。テーマは、未来のワーキングウエア。



コシノヒロコでパタンナーをしていた頃



顧客倍増計画!!!

資料ダウンロードできます



名刺とチラシが合体したメーチャ



㈲デザインスペースマジック **MAGIC inc.** ☎045(875)0633

経営者のみなさまへ

伝えよう あなたの会社の思い!!

記念誌 広報誌
機関紙... etc

〒236-0004 横浜市金沢区福浦 2-1-12
TEL (045) 785-1700 FAX (045) 784-6902
株式会社 神奈川機関紙印刷所

Hi! Hi! Hi! 会員訪問

〒213-0002 川崎市高津区二子2-8-8
TEL: 044-822-2540

有限会社 木村屋 代表取締役 木村憲司さん（川崎支部）

江戸時代の賑わいが色濃く残る大山街道沿いで「駄菓子屋の木村屋」を営む傍ら、賃貸不動産管理をしているのが「有限会社木村屋」です。「自主系大家」を名乗り、入居者好みの部屋と一緒に創るという「仕立てる賃貸」をしています。

また、マンションにシェアキッチンをつくるなど、取り扱い物件を「コミュニティ賃貸」という差別化を図った物件に刷新し、不動産屋の域を超えたユニークな経営をして注目を集めています。

社長の木村さんは、地元、川崎市高津区出身。14年前にサラリーマンをやめて大家業を継ぎ、駄菓子屋の運営を始めました。そして、その横にある「なか庭」を開放して街に開かれたコミュニティースペースも開設しています。

この「なか庭」は、隔週で新鮮な採れたて野菜マルシェや紙芝居、ミニ四駆のレース会場として、広く地域の人たちに知られ使用され、人々が集う場所になっています。

「住む人にもっと地域のお店を知ってもらい、愛着を持ってもらえるような街にデザインしていかないといけない。そのためには世代間交流が大切ですね。」と、語ってくれました。

〈訪問取材／(有)テラーマックス 外木宏明〉



NEW FACE 新会員紹介

	会社名	社内役職	会員名	所属支部	入会日	事業概要	紹介者
1	ミノン(株)	代表取締役	豊田 智朗	小田原	2021年4月7日	産業機器製造	事務局 (HP)
2	やまきた人事サポート事務所	代表	富樫 元気	小田原	2021年4月12日	労務の専門知識と経験と選択理論で経営者と一緒に人の問題を解決します	事務局 (HP)
3	(株)栄和産業	代表取締役	伊藤 正貴	県央	2021年4月12日	建設機械部品製造、自動車部品製造	事務局 (HP)
4	(株)ニブラ	代表取締役	星野 辰二	横浜みなと	2021年4月16日	ビルメンテナンス業	守田 明
5	(株)ESTRELLA	代表取締役	野中バルディア 万里夫	横浜みなと	2021年4月16日	飲食店（カサデルリオ、ステーキハウス&パル「リオ」）	安藤憂誠
6	(株)ヤマモトヤ山本幸子	代表取締役	山本 幸子	県央	2021年4月27日	サンドイッチ製造販売	小泉早苗

2021年5月1日現在会員数：779名（全国会員数：45,452名）

会員Information～会員皆様からの情報をお待ちしております～

会社名・住所変更

一般社団法人ディーセントワールド スワンカフェ&ベーカリー
さがまち店 理事・店長 天野広美（相模原支部）

旧：スワンカフェ&ベーカリー町田2号店

〒194-0037 東京都町田市木曽西2-17-21 SC305内

新：一般社団法人ディーセントワールド

スワンカフェ&ベーカリー さがまち店

〒252-0206 相模原市中央区淵野辺4-37-17 スコーレ会館1F

※TEL・FAXの変更はございません

編集後記

機関紙「DOYU knagawa」は、今年度より16ページ構成になりました。一社でも多くの会員企業情報やお役に立つ情報を掲載し、会員の皆さまに喜んでいただける「会員情報誌」を目指して参ります。

これからも機関紙「DOYU knagawa」と神奈川同友会広報委員会にぜひご期待ください。

有限会社マス・クリエイターズ 中林正幸



1円の安さより、大事にしたいのは 信頼できる仕事のパートナー

～社員、お客様、取引業者と共に繁栄する会社を目指す～

社員も取引業者も 大事な仕事のパートナー

「僕、以前勤めていた海鮮居酒屋で、死神と言われていたんですよ。」人懐っこい笑顔で、ドキッとする言葉。声の主は、横浜市内で、ビアレストラン「エビスダイニング」を営む株式会社えびす屋代表取締役の梅田英樹氏だ。今年8年目を迎える店で、エビスビールと美味しいお肉、新鮮な野菜をお客様に提供する。カーボン素材の鉄板で焼く「あつぎ豚」は店の看板商品だ。お客様目線に立った細やかな心遣いの接客に常連客も多い。「コストを下げ、少しでも安い業者にしろ」という話を聞きますが、うちにとっては、それが絶対正解ではないと思います。取引業者さんを信頼し、共に繁栄していく。社員、お客様、取引業者の3つが満足すれば、ビジネスは必ず成功すると思っています。1円の安さを求めるのではなく、大事にしたいのは、店のことを考えた提案をしてくれる仕事のパートナーです。」と、梅田社長は語る。

人より会社の利益が 一番大事だと思っていた

では、なぜ死神と呼ばれたのか。33歳の時に、ビュッフェレストランに入学。その後、大手居酒屋店へ。1年半でマネージャーに抜擢されたが、過酷な働き方を強いられた。次に移ったちゃんこ店は入社9か月で倒産。次の海鮮居酒屋は、人件費がかかりすぎて6年連続赤字だった。給与が月70万円の板長を含め7人いた職人を2人に減らし、黒字化するために奔走した。しかし、無駄なことに容赦なく大ナタを振る人々を排除し続けた結果、周りから「死神」と言われるようになった。その会社も本業の魚の卸業の売上が低迷し、資金繰りが悪化。独立を決めた。

ビール会社の支店長が、信用金庫の支店長を紹介してくれ、無担保で1400万円を借りることができた。その御恩から店で扱うビールは「エビスビール」。そして、店名も「エビスダイニング」と命名した。2014年4月、正社員4人とアルバイトの8人でスタートした。が、昼夜営業しても月の売上は450万円にしかいかず、利益の50%が人件費に消えた。翌年1月、ついに資金が底をつき、開業時出資した社員から辞めて欲しいと言われて店を去った。しかし、その年の11月、取引先の酒屋から支払いが滞っていると電話が入った。ここまですなくなるかと思うほど、お客さんがいなくなっていた。復帰後は、リピーターを増やしていき、半年後に売上は前年比150%になったが、会社第一主義だけは変わらなかった。

何のために会社を経営するのか。 やっと答えが見つかった!

神奈川県同友会の経営指針の勉強の場に参加した時に、「なんのために会社をやっているんですか?」と聞かれた。えっ?答えられなかった。先輩社長が「会社というのは世の中の人のためにやるんです。何か役に立つ。それがなければ会社なんて絶対できないんですよ。」と、言った。その言葉に梅田社長は、「雷が落ちたような衝撃でした。今までやってきた



「梅ちゃんいる?」
お客様は、
梅田社長との会話も楽しみに
来店する。

ことが、一気に恥ずかしくなってきました。自分が周りから支えてもらっていたことに、初めて気づきました。」と、語った。社員に相談するようになると、仕事も社員との関係性も一気にうまくいくようになった。

新たな挑戦! ブラックではない働き方を 飲食業で実践する

来年、昼と夜で業態の異なる店舗として営業することを計画している。「結婚しても子育てと両立して女性が働き続けられる会社になりたいですし、長時間勤務できついイメージのある飲食業の働き方を変えていきます。期待してください!!」同友会でも新たに「飲食・物販業部会」を立ち上げ、初代部会長に就任した梅田社長が新たに取り組む先には、どんな景色が広がっているのだろうか。ワクワク感が止まらない!

(取材・文:ゲートブランニング 堤由里恵 / デザイン・レイアウト:(有)デザインスペースマジック 佐藤慎治)

彩時季
6月

(有)大沢自動車整備工場
大澤 千代子
(おおさわちよこ)
(県央支部)



我が家の門をくぐると、左側には池、右側には樹齢100年の梅の木がある。100年の間には、台風・大雪・地震・雷雨等最悪な天候とも出会った事だろう。それでも何も無かったかの様に、春には可愛らしい白い花を咲かせ素敵な香りを放ち、訪れる人を魅了する。そして大きな青梅の実を付ける。南高梅にも引けを取らない実を。その実を手でもぎ取り毎年恒例の梅酒・梅ジュース・梅干を漬ける。嫁いで51年、過ぎし日々を振り返りながら...

【広報委員】

【横浜中央支部】 中林正幸、網野雅広 | 【横浜みなと支部】 野田博文、松村千代、堤由里恵、今井鉄平 | 【川崎支部】 本田新市、川崎貴智郎、木村亮太 | 【相模原支部】 外木宏明、野崎綾二 | 【県央支部】 岡部達彦、天野哲也 | 【湘南支部】 鈴木大 | 【県南支部】 荒岩理津子 | 【小田原支部】 小山暢宏、本木和子 | 【たま田園支部】 佐藤慎治、鈴崎治男、佐々木良司

表紙/photo: 中林正幸 (有) マス・クリエイターズ / design: 佐藤慎治 (有) デザインスペースマジック

神奈川県中小企業家同友会 | 2021年6月1日発行(月刊) 毎月1回1日発行 編集責任者/中林正幸 発行/神奈川県中小企業家同友会 〒231-0015 横浜市中区尾上町5-80
同友かながわ第427号 | 神奈川中小企業センタービル3F TEL:045-222-3671 FAX:045-222-3672 制作・印刷/株神奈川機関紙印刷所