

アルミ情報

A L U M I N U M
I N F O R M A T I O N
M A G A Z I N E

アルミファクトリー株式会社

アルミ板材から削り出して立体的に仕上がった会社看板は、重厚感がある世界に一つだけの商品になります。

私たちは量産物を得意としておりますが、単品であってもお客様のニーズに応じた商品を作り続け、顧客価値の提供と社会への貢献をめざしていきます。



2022●SPRING

03 令和4年2月例会
最近の金融経済情勢について
日本銀行金沢支店 支店長 武田 吉孝氏

07 デザイン導入による経営支援へ向けて
富山県総合デザインセンターのご紹介
富山県総合デザインセンター 統括研究員 窪 英明氏

10 会員企業紹介 | 29
アルミファクトリー株式会社

12 富山市ガラス美術館での
展覧会活動について
富山市ガラス美術館 主任学芸員 古澤 かおり氏

14 令和3年10月例会
小さな会社の大きな変革
～ハンデをプラスに変える発想法～
有限会社中里スプリング製作所 代表取締役 中里 良一氏

20 NEWS & TOPICS
新会員紹介
東京フラッグ株式会社
有限会社 荒木商会

17 第11回アルミ用途開発講演会
「E261系サフィール踊り子の概要」
東日本旅客鉄道株式会社鉄道事業本部
運輸車両部車両技術センター 在来線車両グループ課長 水谷 恵介氏

22 各委員会の動き・91
アルミの統計

23 私のひととき 第89回
三協立山株式会社三協アルミ社 常務執行役員 井上 雅夫氏

VOLUME
395

最近の金融経済情勢について



日本銀行金沢支店 支店長
武田 吉孝 氏

01

北陸3県の景気は持ち直しから一服するも、先行き再び持ち直しに向かう可能性

日本銀行が公表した今年1月の地域経済報告では、景気判断を九つの地域全てで前回(昨年10月)から上方修正しました。背景には、新型コロナウイルス感染症(以下、コロナ)の落ち着きとともに経済活動が前向きとなり始めたということが挙げられます。しかし、オミクロン株が急激

地域経済報告(さくらレポート)

	2021年10月の判断	前回との比較	2022年1月の判断
北海道	新型コロナウイルス感染症の影響から引き続き厳しい状態にあり、横ばい圏内の動きとなっている	➡	新型コロナウイルス感染症の影響から引き続き厳しい状態にあるが、持ち直しの動きがみられている
東北	新型コロナウイルス感染症の影響などから、持ち直しの動きが一服している	➡	新型コロナウイルス感染症の新規感染者数が落ち着く中、一部に持ち直しの動きがみられている
北陸	一部に下押し圧力が続いているが、総じてみると持ち直している	➡	持ち直している
関東甲信越	サービス消費を中心に引き続き厳しい状態にあるが、基調としては持ち直している	➡	サービス消費を中心に感染症の影響が幾分和らぐも、持ち直している
東海	持ち直しの動きが一服している	➡	持ち直している
近畿	全体としては持ち直しているが、新型コロナウイルス感染症の影響により、消費への下押し圧力が強い状態にある	➡	消費への新型コロナウイルス感染症の影響が和らぐも、全体として持ち直している
中国	持ち直しの動きが一服している	➡	持ち直しの動きがみられている
四国	新型コロナウイルス感染症の影響から、持ち直しのペースが鈍化している	➡	新型コロナウイルス感染症の影響が和らぐも、緩やかに持ち直している
九州・沖縄	持ち直しのペースが鈍化している	➡	新型コロナウイルス感染症の影響から引き続き厳しい状態にあるが、持ち直している

出所: 日本銀行

に流行拡大し、消費・生産活動を下押ししていることから、昨日(2月9日)発表した金融経済月報では、北陸3県の景気判断を「持ち直しの動きが一服している」と下方修正しました。ただし、企業の前向きな設備投資マインドや家計の消費マインドが冷え込む状況には至っておらず、先行き、再び持ち直しの動きが強まる可能性は高いのではないかと考えています。

世界経済は、国際通貨基金(IMF)の見通し(2022年1月時点)によると、2022年も過去40年間の平均成長率を上回るという見通しは変わりませんが、2021年10月時点での予測に比べると、やや下振れています。これも、コロナの再拡大が大きく影響しています。ただし、アジアでは感染を抑えるために移動を控える傾向にあることから、経済活動の停滞が目立つのに対し、欧米ではワクチン接種が進む中で、経済活動との両立を図る動きが強まっており、着実な回復が続いています。

02

供給制約の背景

世界経済の回復に影を落としているのが供給制約の問題です。その背景は大きく三つあります。

1点目は、需要の急回復です。実需がしっかり戻ってきているに加え、納期が長引く中で複数の先に仮発注し、調達出来たらキャンセルする、いわゆる仮需の動きが需給タイト化に拍車をかけています。実需であれば、中長期的には、需要に見合った生産能力増強を促すことで経済活動に対してプラスに働くことが期待できます。一方、仮需は、かく乱要因ではありますが、いずれは解消に向かうと考えられます。

2点目は、供給能力の不足です。需要に合わせて速やかに生産能力を上げることができれば良いのですが、需要の盛り上がり短期的なものに止まることを懸念して工場や設備の増強に及び腰な企業が少なくないようです。また、国・地域によっては、コロナ感染拡大に伴う経済活動の制限を背景として工場の稼働率低下を余儀なくされたことで、部品不足が生じている面もあります。

3点目は、物流の混乱です。アメリカを例に挙げると、トラック輸送の積載量はコロナ前に戻っていません。コロナを機に離職したトラック運転手が戻り切っていないからですが、高齢者ドライバーがリタイアしてしまい、物流インフ

フラの正常化には時間がかかるとの見方も出ています。また、船舶コンテナや船舶そのものも不足しています。

このような供給制約の下、経済活動は足をかなり引っ張られており、世界経済は予想よりも下振れしました。しかし、供給制約は、コロナが落ち着くにつれて徐々に解消に向かうと考えられます。実力としての需要がしっかりしていれば、能力増強投資に踏み切る動きも増え、次第に経済活動は前向きな方向に向かうでしょう。

国・地域別の経済指標をみると、アメリカは、コロナ前よりも高い伸びを示しています。ヨーロッパは、アメリカほどではないものの、コロナ前の水準に近づいており、特にサービス関係の指標がしっかり戻っています。こうした中で、新興国経済も順調に回復しています。一方で、不動産問題などを背景にやや陰りが見られるのが中国です。今年には北京冬季オリンピックや共産党大会という大きなイベントがあるだけに、急速に落ち込むことはないでしょうが、これまでよりは減速するものとみられます。

03

日本経済の今後の動き

世界経済の回復とともに日本の輸出入も回復基調にあります。半導体などの部品不足による自動車関連の減産など、供給制約が生産の伸びを鈍くしている面も見られます。

もっとも、企業マインドは崩れていません。設備投資は、全国的にも伸びており、とくに北陸（短観〈2021/12月〉、全産業）では、前年比+20%近い伸びを示しています。ポ

イントは、コロナで人手不足に悩んだ企業の多くが自動化設備の導入などデジタル関連投資に前向きになっている点です。また、蓄電池をはじめ電気自動車（EV）向けの製品開発や環境対策（省エネ・省資源、再生利用など）の投資も目立っています。こうした中、先行指標である機械受注も、しっかりと回復しています。オミクロン株の流行により、設備投資を見合わせたという話も聞きません。これは、コロナ感染拡大が短期的に繰り返すことを踏まえた上で、長期的な戦略に立って設備投資を行う企業が多いからだと思えます。

住宅投資は、コロナの影響で2020年にかかり落ち込みましたが、2021年は回復しています。公共投資は、全国・北陸ともに弱めの動きとなっています。とくに北陸は北陸新幹線工事のピークアウトも影響していると考えられます。ここ数年、北陸新幹線工事の予算には毎年度3000億円程度が計上されてきましたが、2022年度は930億円程度にとどまる見込みです。もっとも、国土強靱化対策など一定の下支えが見込まれることから、大幅な落ち込みは避けられるのではないかとみています。

一方、個人消費は、年末年始までは、持ち直しの動きが強まっていたましたが、1月半ば以降のオミクロン株拡大によって持ち直しの動きが一服しています。百貨店の売上をみると、統計が公表されている11月までは回復していますが、年明け後は、オミクロン株拡大に伴い客足が鈍くなっており、再び下押し圧力が強まっているとみています。スーパー売上高は、この2年間、巣ごもり需要により好調でしたが、さすがに前年並み程度に低下しています。一方、

ドラッグストアの売上高は好調に推移しており、北陸は全国を上回る伸びとなっています。この間、新車登録台数は、自動車減産を背景として2021年後半にかけて大きく落ち込みました。受注は好調なのですが、販売する車がない状況です。ただ、自動車の減産緩和を受けて、昨年暮れからやや動意がみられており、今後の動向に注視しています。家電も巣ごもり需要を背景に好調でしたが、2年も続くとさすがに一服し始めています。一方、サービス産業（宿泊・飲食）は、年末にかけて底入れ気配が窺われていましたが、オミクロン株の流行によって再び厳しい状況に置かれています。

雇用に関しては、とくに北陸は全国に比べ、厳



しい人手不足が続いています。なお、コロナ禍の下での特徴をみると、限界的な部分を非正規雇用で調整し、正規雇用は雇用調整助成金などを活用しながら抱え続けることが分かります。その結果、家計にとっては所得の下振れ懸念がかなり和らぎ、個人消費の萎縮に繋がることは避けられたのではないかと思います。したがって、コロナが落ち着けば、個人消費や生産活動は息を吹き返し、回復していくものとみえています。

気になるのは物価動向です。足もとの物価上昇の要因は、世界景気の急速な回復によるエネルギーをはじめとする商品市況の上昇です。日本では、原材料価格や運送費の上昇を受けた価格転嫁の動きから0.5%程度物価が上昇していますが、海外に目を向けると、アメリカは5%超、ヨーロッパも3%程度と、多くの中央銀行が目安としている2%よりも高い上昇率が定着しつつあるように窺われます。こうした中、米欧では、物価上昇に歯止めをかけるために金融政策を変更する必要があるかどうか議論されていますが、日本ではまだ時期尚早なのではないかと思えます。

なお、生産者段階の物価をみると、日本でも5%以上上昇していることには注意が必要です。生産者段階の物価が上昇しているにもかかわらず消費者段階の物価は抑えられており、中間段階で各企業が価格転嫁の回避に努力していることが窺われます。もし、各企業が収益を削って価格転嫁を回避しているのであれば、設備投資や人件費の原資を食いつぶしている訳で、将来的には経済の足を引っ張ることになりかねません。徐々にではありますが、販売価格を引き上げる話も広がっているようなので、今後、生産者段階の物価上昇につれて消費者物価も上がるという普通の経済活動がみられていくのかどうか、しっかり見極める必要があると考えています。日本においては、今後、経済がしっかりと持ち直し、継続的に物価が上昇するような環境になったところで、現行の緩和的な金融政策をどうすべきかが検討されることになると思います。

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS



04 SDGsの活用で広がる可能性

最近では持続可能な開発目標（SDGs）に取り組む企業が増加しています。しかし、必ずしも目に見えた改善が図られている項目は多くないようです。

例えば5番目の目標である「ジェンダー平等を実現しよう」に関していえば、北陸は、女性の就労率が全国でも高く、共働き世帯が多いことが分かります。もっとも、管理職に占める女性の割合は全国でも低く、女性登用があまり進んでいません。12番目の目標である「つくる責任 つかう責任」に関しては、持ち帰り用のポリ袋をひとつとっても、使い続けている人が少なくないなど、便利さやコスト面の問題で総論賛成・各論反対につながりやすく、一段の意識改革が必要だと考えられます。

こうした中で、持続可能性に関する情報を定期的に開示すべきという動きも強まっています。その背景には、企業に求められる課題の変化があります。従来の企業には、株主の利益を最大化することが求められてきました。しかし、現在は、株主だけでなく、顧客や調達先、社員、地域社会、環境などに対してもプラスになるように努めることを通じ、長期的かつ持続的に成長することが求められるようになってきました。SDGsへの取り組みは企業イメージを向上させ、社会課題に対応することで地域から評価され、生存競争で生き残るツールとなったり、イノベティブな活動ができたりするという前向きな可能性を秘めています。しかし、SDGsの取り組みが必ずしも収益につながるとは限りません。投資家の評価も一定ではあり

社会が企業に求める課題

SDGs	Sustainable Development Goals 「持続可能な世界の実現」
CSR	Corporate Social Responsibility 「企業の社会的責任」
ESG (ESG投資)	Environment (地球環境保全) 気候変動・再生可能エネルギー、水資源、生物多様性 Social (社会的課題) 人権、ダイバーシティ、ワークライフバランス、 労働安全衛生、児童労働、地域貢献 Governance (企業統治) コンプライアンス、情報公開、 BCP (事業継続計画)、社外取締役の独立性
PRI	Principles for Responsible Investment 「責任投資原則」

ませんし、SDGsに取り組んだからといって優秀な社員が集まってくるとも言いきれません。ここに多くの企業がSDGsに取り組むべきと分かっているにもかかわらず、踏み切れない背景があります。

ここで、SDGsの13番目の目標である「気候変動に具体的な対策を」について考えてみましょう。地球温暖化につれて、気候変動関連の自然災害の発生件数が増え、被害額も大きくなっています。地球温暖化の原因とされているCO2排出量をみると、日本では、ここ2～30年の間、横ばいで推移していますが、人口1人当たりでは中国よりも排出量が多く、GDP当たりではEUの2倍前後です。どこを基準に、どの程度削減すべきか、といった問題はありますが、排出量のさらなる削減が求められるであろうことは疑う余地もありません。CO2排出量の削減は、日本に限らず全世界共通の課題であり、成長産業と見込まれる環境関連産業への投資額は右肩上がりとなっています。

こうした中で、気候変動対策が経済活動の前提条件になり始めている点には注意する必要があります。例えば、繊維業界では、欧米のハイブランドを中心として、環境対策に配慮した生産ラインで製造された素材でなければ使わないとか希少動物保護の観点から毛皮を木材由来のフェイクファーに置き換えるといった動きが急速に強まっており、対応できない企業との取引は打ち切るという先もあると聞きます。今後、様々な製品についてカーボンニュートラルが求められるようになれば、業種を問わず、素材や部品を含めた取引先選別の動きが強まっていくものと考えられます。つまり、気候変動問題は単なる企業努力の問題ではなく、経済活動の基盤に影響する問題となっているのです。

こうした中で、各国の中央銀行も気候変動問題に対して主体的・積極的に取り組み始めています。日本銀行としても、海外情報の収集・調査に努め、それを社会に還元するとともに、物価の安定と金融システムの安定という使命に沿って各種の施策を検討・対応していきたいと考えています。その方策の一つとして、気候変動対策の資金を金融機関にゼロ金利で供給する気候変動対応オペを導入し、積極的に環境対応を行う企業へ資金が行きわたるよう支援しています。この方策はまだ始めたばかりであり、金融機関によっては対象となる環境対応融資の商品を作るところから始めている先もあるようですが、今後の着実な浸透を期待しています。こうした取り組みを通じて日本銀行としては、各企業が少しでも環境対策へのハードルを低くし、着実な成長につなげていけるよう支援することで、国民生活の健全な発展に資するよう努めていきたいと考えています。

気候変動対応オペ概要

対象先・対象投資 ▶ 対象投資の判断を金融機関に委ねつつ、一定の開示を求めることで規律付け

- 気候変動対応に資するための取り組みについて、一定の開示を行っている金融機関
- その取り組みの一環として実施する、わが国の気候変動対応に資する投資
- 類型としては、以下のような投資を対象
 - ①グリーンローン／ボンド
 - ②サステナビリティ・リンク・ローン／ボンド(気候変動対応に紐づくもの)
 - ③トランジション・ファイナンス

貸付条件等 ▶ 長期に亘って取り組みを支援

- 貸付利率：ゼロ％(貸付促進付利制度上は、カテゴリⅢ(付利金利ゼロ%)の対象)
- マクロ加算残高への「2倍加算」
- 貸付期間：1年間。実施期限まで借り換え可能→実質的に、長期資金のファイナンス
- 実施期限：原則として2030年度まで実施

武田 吉孝 (たけだ よしたか)

1964年10月生／東京都出身
出身校／早稲田大学政治経済学部

- '88年 4月 日本銀行入行
- '01年 5月 人事局調査役
- '10年 7月 文書局管財物品調達課長
- '11年11月 札幌支店次長
- '14年 6月 総務人事局人材開発課長
- '15年 6月 名古屋支店次長
- '17年 6月 青森支店長
- '19年 7月 金沢支店長



デザイン導入による経営支援へ向けて 富山県総合デザインセンターのご紹介

富山県総合デザインセンター 統括研究員 窪 英明 氏

HIDEAKI KUBO



01 はじめに

新型コロナウイルス感染症拡大による景気低迷やDXの進展によって日常のあり方が問い直されるとともに、我が国の社会構造の変化もよりスピード感を増しつつあります。ご承知のとおり産業界では、ウィズコロナやアフターコロナに向けた事業再構築や、様々なビジネスにおけるオンライン化も大きく進展しました。こうしたなか、厳しい時代を乗り越え、本県産業が更に発展するためには、デジタルをはじめとする新たなテクノロジーの活用に加え「クリエイティブ」や「デザイン」といった知的創造を取り入れた新商品やサービス、業種の垣根を超えたイノベーションなど、企業自身による経営改革への取り組みが重要と考えます。今回は、デザイン導入によって企業を経営支援する立場から、私ども「富山県総合デザインセンター」の取り組みをご紹介します。

02 県デザイン拠点の沿革と 県総合デザインセンターの設立

富山県におけるデザイン拠点の構築については、1983年の富山テクノポリスの指定を契機に、本県の製品のデザインを支援するセンターの必要性が提唱され、'88年には、旧(財)富山技術開発財団[現(公財)富山県新世紀産業機構]内に、前身となる「富山インダストリアル・デザインセンター」が開設されたことに始まります。このセンターでは、各種イベントを通じたデザインの普及啓発事業に着手。'91年には県の総合計画にグラフィック、クラフトなど更に分野を拡大した総合デザインセンターの設置が盛り込まれ、'99年にはデザインを専門とした県試験研究機関として「富山県総合デザインセンター」がオープン。(図1)県総合デザインセンターでは、モックアップ(製品開発で試作する実物大の模型など)を活用したデザイン性の高い製品の創出を目的に、3次元CADを中心とした「デザイン工房」やNC加工機を備えた「モックアップ工房」を全国で初めて整備しました。併せて、デザインの専門研究員も配置し、商品開発機能を大幅に強化しています。以後「クリエイティブ・デザイン・ハブ(2017年)」や「バーチャルスタジオ(2019年)」など、時代に対応した機能拡張を行い、現在に至っています。(図2)



図1 ■富山県総合デザインセンター



図2 ■VR活用によるモノづくり(バーチャルスタジオ)

03 県総合デザインセンターの事業展開

当初の設立目的は、「消費者ニーズに合致したデザイン性に優れた製品開発」と「デザインによる産業の活性化」が主であり、県内企業とデザイナーによる商品開発を中心に事業を展開していました。

しかし、時代とともに、デザインに関わる分野や領域が拡大して、当センターの支援内容も、従来の製品単体の開発から、ブランド構築や差別化を図る企業のデザイン戦略やイノベーション、コロナ禍におけるオンラインによるプロモーションなど、変化と拡張を続けています。次に当センターの主な取り組みを具体的にご紹介します。

01 ■デザイン相談と開発支援

当センターでは、主に県内企業の皆様からデザインに係る幅広い相談を受け、新商品のデザイン、既存商品のパッケージの変更、ロゴマークやパンフレットの制作、企業のブランド構築やデザイン導入などについて、無料でアドバイスを

しています。また、当センター所在地の高岡市以外にも、富山市及び魚津市に相談窓口を設け、皆様からの相談を付けています。相談後、要望があった場合には、当センターとの共同開発をはじめ、外部デザイナーとのマッチングや、デザインコンペを活用した商品開発など、皆様のご要望に合わせてコーディネートし開発をサポートしています。

02 ■ 富山デザインコンペティションによる商品化

「富山デザインコンペティション」は、全国で初めて「商品化」を前提としたデザインコンペとして1994年にスタートし、全国のデザイナーと県内企業のものづくり技術を組み合わせることによって、魅力的な商品を創出する取り組みです。毎年開催するデザインイベント「富山デザインウェブ」の中核事業として28年以上継続開催してきました。(図3)コンペの優秀作品は、当センターが県内企業の協力のもと商品化に取組み、これまで40点以上の商品化に成功し、ヒット商品や新ブランド創出につながった事例も多くあります。(図4)これまで延べ9千人を超えるデザイナー等が参加し、現在では「若手プロダクトデザイナーの登竜門」として認知され、「デザインの富山」の発信に寄与しています。



図3 ■ 富山デザインコンペ25周年特別展 (2018年)



図4 ■ コンペからの商品化事例 (中村製作所 ifuki)



図5 ■ 富山土産のブランド化 (越中富山 幸のこわけ)

03 ■ 「越中富山 幸のこわけ」によるブランド構築とビジネス化

当センターは、2009年に越中富山お土産プロジェクトを企画し、デザインを活用した富山土産の統一ブランド「越中富山 幸のこわけ^{さち}」として、2011年に18商品を発表しました。(図5)女性の視点を活かしたデザインと富山らしい商品群が評価され、現在では26企業35商品をラインナップしています。その特徴は、①富山在住の女性による土産に対する視点を重視したこと、②複数企業の商品を「小分け」スタイルでデザインを統一したこと、③ブランドを商品群で魅せ富山の名産をわかりやすくPRしたことなどがあげられます。これまで全国のメディアから地域ブランドの成功例として高い評価を得ており、現在では累計販売数は350万個を超え、その累計販売額も15.1億円(2021年9月現在)に至っています。本事業は、行政による物産品の取組みを加速させ、本県のお土産業界へのデザイン導入に大きく貢献したと考えています。

04 ■ クリエイティブ・デザイン・ハブ機能の追加

県内産業の競争力強化策の一つとして、2017年に「クリエイティブ・デザイン・ハブ」機能を新たに追加しました。従



図6 ■ イノベーションによるプロジェクトの開発

来の「自社技術を起点とした開発」だけでなく、「異業種交流を起点としたイノベーション開発」をめざしています。具体的には、第一線で活躍する異分野の専門家や企業が集う「未来研究会」で未来のシナリオを描き、テーマ毎に分かれた「プロジェクト会議」で未来に求められる新たな価値やプロジェクトについて参加者が検討します。これまで「素材」・「移動」・「ヘルスケア」などの分野に取り組み、複数企業によるプロジェクト化や研究開発への取組みが生まれています。(図6)また、「デザイン経営」を推進するため、「とやまデザインビジネススクール」を開催したほか、個別企業の新たな事業スキーム作りについても支援しています。

05 ■産学官連携による「とやまデザイン・トライアル」

県内企業とデザイン系学生のマッチング等を目的に、産学官連携による「とやまデザイン・トライアル」を実施しています。先にデザイン系大学の教員との人的なネットワーク会議を実施して本事業を企画し、これまでに多くの企業とデザイン系大学とをコーディネートした実践型のワークショップを開催してきました。さらに2021年は、県内2社でのワークショップのほか、8社のインターンシップにも取り組みました。参加した学生には今後のキャリア形成にプラスとなる学びの機会を提供できたほか、参加企業においても人材育成や企業PRにつながっています。(図7)

04 今後の取組み

本県では、成長戦略ビジョンとして「幸せ人口1000万〜ウェルビーイング先進地域、富山〜」を掲げており、富山県民が自分らしく暮らし、魅力を感じる多くの方々が富山県に集い、共に発展することをめざしています。当センターではこれに基づいて、第1に「ブランド戦略」に関連して、幸のこわけに続く富山の新たな魅力づくりと発信を目的に、富山の自然から育まれる「美のプロダクト」と富山での特別かつ丁寧な時間を共有する「美の体験」を組み合わせた「美のこわけ」ブランドをプレス発表したところです。第2に「新産業戦略のDX化」に関連し、2019年に機能追加したバーチャルスタジオにおいてVR技術を活用したDX型ものづくりを推進するとともに、ウィズコロナやアフターコロナに向けて映像、音響、照明等のオンライン設備も拡充して、高品位で迫力のある映像の投影や配信も可能としました。今後は、企業の新商品発表会やプロモーション活動について



図7 ■デザイン系学生と企業による開発ワークショップ

も支援を強化したいと考えます。第3に「創造的活動を行う人材の育成」に関連し、県内のデザイン人材に対するリカレント教育についても取組みを広げたいと考えています。

05 終わりに

終わりに、県デザイン行政に携わる者の一人として振り返ると、当初目的のデザイン性に優れた製品の開発については、当センター支援による開発実績は200点以上を超え、性能及びデザインに優れた県内製品の「富山プロダクト」は、現在376点に至っています。これまでの取り組みによって県内企業から多くのブランドや商品が生まれたほか、製品以外でも地域ブランドや観光分野などにもデザインの活用が進むなど、デザインによって本県産業の活性化が進化したと考えています。

今後も県内企業の皆様のニーズに対応したデザイン支援を進めてまいります。貴会の会員企業の皆様方におかれましては、設備の利用をはじめ、デザインに係る諸課題の相談がございましたら、お気軽にご連絡いただければと思います。最後に、貴会の機関紙に当センターについて情報提供する機会をいただき、誠にありがとうございました。

参考 ■富山県総合デザインセンター

所在地：高岡市オフィスパーク5番地

休館日：土・日・祝日・年末年始(展示室は土日も開館しています)

E-mail：dc5@toyamadesign.jp、TEL：0766-62-0510(代)

最新情報については下記をご覧ください。



Web



facebook

頼みたくなる理由がある。

幅広いネットワークと社内の一貫生産にて様々な顧客価値を提供

私たちアルミファクトリーは、産業機械や自動車、医療機械部品などで用いられるアルミ加工品の製作を得意としています。

幅広いネットワークを活用して、お客様に最適な素材を調達し、アルミの切断から切削加工、板金、製缶、組立までを一貫して対応させていただいております。

短納期、低コスト、大量生産、少量生産、複雑加工、改善提案、など様々な顧客価値を提供します。

当社の5軸複合作業機では、高精度が求められる部品加工を得意としています。またバーフィードャーによって、丸材(～Φ100)からの部品加工を実現しており、量産加工が可能となっています。3D CAD/CAMを駆使し、最適な条件での切削加工を行うことで、高い顧客価値を提供しています。

また当社では、2019年度より社内のDX化に力を入れてきました。1人1台タブレットを所有し、日々の日報入力をタブレット上で行います。これによりデータが蓄積され、過去データや現状の数字を意識しながら

の生産を行うことが可能になりました。さらに受注情報の共有、実績数字の見える化が促進され、事務所と現場の情報格差がなくなってきました。DX化によりペーパーレスだけでなく業務効率化促進と情報格差排除による社員満足度向上を創り上げてきています。



- 創 業 1974年(昭和49年)4月
- 資 本 金 1,000万円
- 従 業 員 数 38名(男性23名・女性15名)
- 所 在 地 富山県射水市戸破字針原69-16

Mechanical Equipment& Digital Transformation 機械設備とDX化



■量産部品加工に特化●一度に旋削・切削が可能な5軸機械



■社内DX化の推進

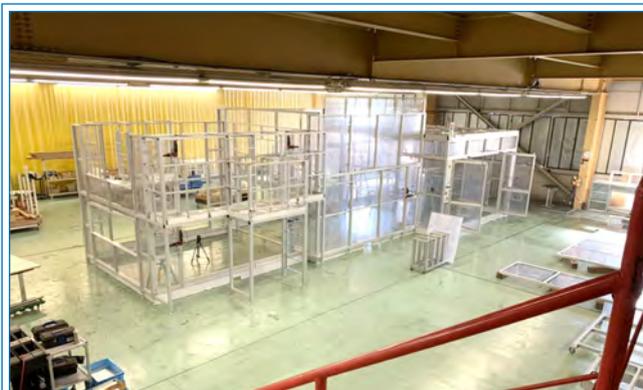
アルミファクトリー株式会社

〒939-0307 富山県射水市戸破字針原69-16



アルミファクトリー株式会社

Factory facility 工場施設

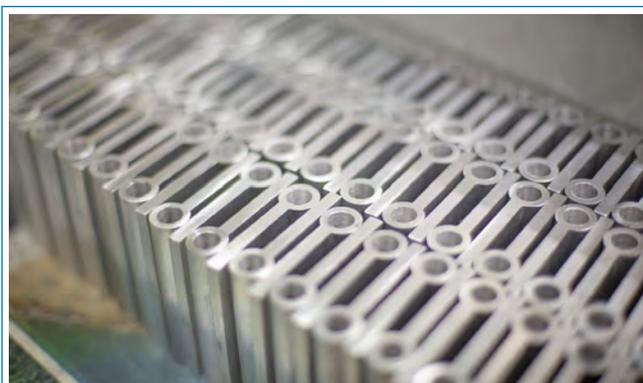


■ 広大な敷地を生かし、大型組立物件や長尺対応も可能

Technology 施工技術



■ 顧客の単品小ロット部品も対応 精度の高い製品は3次元測定器で計測管理



■ 顧客に応じた多数の押出型材を所有 量産も得意としている

TEL:0766-56-1133 FAX:0766-56-0500 [ウェブサイト] <https://alumifactory.com/>



「リノ・タリアピエトラ ライフ・イン・グラス」展示風景
会期：2019年10月12日（土）～2020年2月9日（日）
富山市ガラス美術館 撮影：末正 真礼生



「アレナ・マチェイカ 神秘的な世界への旅」展示風景
会期：2018年7月7日（土）～9月3日（月）
富山市ガラス美術館 撮影：渡邊 修

富山市ガラス美術館では、年間で4回から5回の企画展を開催しています。本稿では、これまで開催された企画展をもとに、当館における展覧会活動についてご説明します。



当館では「ガラスを軸とした現代の多様な芸術表現」を紹介することを基本方針としています。主に1950年代以降の現代ガラスを収集する当館において、自館のコレクションや、同時代的に生み出されるガラスを用いた多彩な造形に対する研究に基づき、様々な展覧会を企画してきました。2015年の開館に際して開催された当館初の自主企画展「アイ・ガット・グラス！アイ・ガット・ライフ！情熱の現代ガラス芸術」は、急速に変化を見せる現代社会の中で、「自然や人間、素材、技術、そしてガラス」と向き合いながら、独自の表現を展開する国内外18名の作家に光があてられました。作品を通して作家たちの制作姿勢や造形の多様性を明らかとする本展は、まさに当館の基本方針を体現するものとなりました。以降、現在までの6年以上にわたる美術館活動の中で、29本の企画展が開催されています（2022年1月末日時点）。それら企画展の多くが、

「ガラス」を用いた作品を紹介する点で共通するものの、展示される作品の表現手法や規模、出品作家の素材を捉える視点は多岐にわたります。

2015年に開催された「藤田喬平の芸術—『現代』としての伝統」展や、2016年の「スタニスラフ・リベンスキー ヤロスラヴァ・ブリフトヴァ」展、2019年の「リノ・タリアピエトラ ライフ・イン・グラス」展など、現代ガラス分野を牽引し、その形成と発展に大きな影響を与えた作家を取り上げる個展では、初期から晩年、或いは現在に至るまでの作品を体系的に展示し、それぞれの活動のあゆみを辿るものでした。また、2018年の「アレナ・マチェイカ—神秘的な世界への旅」展、2021年の「高橋禎彦 playtime」展など、現在精力的に活動を展開する国内外の作家に焦点を当てた個展では、作家の代表的な作品とともに、展覧会の開催に合わせて制作された最新作が並び、新たな表現の展開を紹介するものとなりました。

この一方で、担当する学芸員それぞれの視点から、特定のテーマを基に複数名の作家を紹介するグループ展も開催されてきました。その例として、2017年には「うごき」

富山市ガラス美術館での 展覧会活動について

富山市ガラス美術館 主任学芸員 ● 古澤 かおり



「マイクロコスモス：あらたな交流のころみ」展示風景
会期：2020年2月29日(土)～9月22日(火・祝)
富山市ガラス美術館 撮影：末正 真礼生



「富山ガラス大賞展2021」展示風景
会期：2021年7月10日(土)～10月3日(日)
富山市ガラス美術館 撮影：ジェイライツ 板村 光一郎

と「へんか」をキーワードに富山市の所蔵作品で展示を構成する『『うごき』と『へんか』の視点－富山市ガラスコレクション展』や、2018年には北陸三県(富山・石川・福井)で活躍する作家12名に焦点をあてた「北陸のガラス作家たち：多様化するガラス造形」展などが挙げられます。そして、2020年に開催された「マイクロコスモス：あらたな交流のころみ」展のように、活動の場を広げつつある若手作家たちにも注目し、今現在の表現を紹介するものも企画されています。

この他にも当館は、トリエンナーレ方式で行われる国際的な公募により集結した作品から、現在も多元化し続けるガラスを用いた造形表現の今を展観する「富山ガラス大賞展」(2018年、2021年)や、全国各地を巡り、実行委員会形

式で開催される大規模な巡回展の会場ともなっています。

さらに、これら展覧会活動の一環として、展覧会カタログの発行や関連イベントの開催も行っています。各展のカタログでは、出品作品の鮮明な画像とともに、作家の言葉や担当学芸員・外部寄稿者による論文、作家略歴など、展覧会の趣旨や作家と作品の理解に繋がるような様々な内容を収録しています。そして会期中には、担当学芸員による作品解説やガラスの技法を体験するワークショップなど、展覧会にあわせた関連プログラムが実施されています。中でも、アーティストトークや公開制作は、出品作家の制作意図やプロセスが作家自身の言葉や活動によって説明される大変貴重な機会となっています。



カースティ・レイ《とどまるもの》2019年 作家蔵
撮影：デイヴィッド・ペイターソン

さて、当館では2022年3月12日より新たな企画展「カースティ・レイ：静けさの地平」を開催します。本展は、オーストラリア在住の作家カースティ・レイ(1955-)の日本初となる個展であり、作家が「場所とのつながり」を探求する中で生み出した、1980年代の初期作品から現在に至るま

での作品およそ50点が展示されます。これからも、「ガラス」を基軸として、現代の様相を反映しながら拡張し続ける現代ガラスの豊かな表現について、展覧会活動を介して皆さまへご紹介していきたいと考えています。富山市ガラス美術館の展覧会活動にご注目いただければ幸いです。

小さな会社の大きな変革 ～ハンデをプラスに変える発想法～

有限会社中里スプリング製作所 代表取締役 中里 良一 氏



01

七つの大きな改革

私は学校を卒業後、東京で商社マンをしていたのですが、オイルショックによって実家の町工場が大ダメージを受けたため、実家の町工場に入社することになりました。すると、非常に驚いたことがありました。それは社員のレベルの低さ、お客さまのレベルの低さ、そして経営者のレベルの低さです。

そこで私は、社員の再教育と入れ替え、お客さまの総入れ替え、経営システムの早期交代という三つの目標を掲げ、そのために七つの改革を進めました。

一つ目に、社員の意識改革です。残業を廃止し、生産性を高める大切さやコスト意識を徹底して教育しました。

二つ目に、お客さまの分散化です。当時のお客さまは地元中心の3～5次の下請けクラス15～16社しかなかったので、できるだけ多業種のお客さまを確保しました。資金繰りの危険を考え、支払い条件の異なるお客さまを意識的に開拓しました。

三つ目に、同業他社との差別化です。

四つ目に、財務内容の強化です。現金支払い100%を進めました。

五つ目に、営業資料の作成です。

六つ目に、特殊材の加工へのチャレンジです。将来の発展性を感じていただくことが狙いでした。

七つ目に、夢を語り、同じ夢を見ることができる社員を入社・昇格させました。

これらの改革によって、小さくても比重の高い会社づくりを目指していきました。



02

自社製品の開発

その過程で、自社製品の必要性を感じ、開発を進めました。製品開発は四つの大きなステージのサイクルを回しながら成長発展させるものだと考えています。第1ステージはアイデア・発想の段階、第2ステージは自社製品が売れるかどうかをテストする段階、第3ステージは製品を浸透させる普及期、第4ステージは将来の夢を現実化する拡大期です。第1ステージでは、自社設備だけで製作できるものにターゲットを絞ること、第2ステージでは自分の感性を信じて決断力を持つこと、第4ステージでは商品は常に進化・変化させるものという感覚を身に付けることがポイントとなります。



独自商品の開発は少数で行うべきものであり、みんなが納得する商品では、当たり前の商品、どこかの物まね商品しか生まれません。だからこそ、小さな会社の方が自社製品の開発がしやすい、恵まれた環境にあるのです。

自社製品を持つメリットは二つあります。一つは、新規取引先の増加です。弊社は地元15～16社の下請け工場しかお付き合いできなかったのが、今や47都道府県、総数2200社のお客さまを持つに至りました。もう一つは、従業員の意識改革ができることです。以前は下請けということで心の貧しさがありましたが、自社製品がお客さまに浸透していく過程を実感することで社内の活性化につながりました。

自社製品は最高の営業マンであり、自社製品というカ

タログがお客さまを連れてきてくれます。だからこそ、よそが作りたくても作れない商品が勝負となるのです。

しかし、問題もあります。それは適正価格の付け方です。自社で売りたい価格を付けるのではなく、お客さまに買いたいと思わせる価格を付けることが重要です。納期もお客さまが欲しいと思った瞬間に供給できることが真の技術なのです。

自社製品開発に失敗しないためのキーワードは三つあります。自社製品を良い製品だと信じて疑わない「思い込み」、自社製品が売れない製品だと気付かない「思い違い」、自社製品が売れることしか考えない「思い上がり」です。これらを捨てるのが、失敗しない3原則です。

03

経営者にとって必要なこと

皆さんそれぞれの立場で熱心に学んでおられると思うのですが、大多数の方はそれを知識として持っているだけで実践できていません。勉強することでプライドを保つことはできますが、実践しようと思うとプライドを壊されることは分かっているので、何も行動できないことが多いと思います。ですから、プライドを壊す努力が必要です。頭がいい人は、先の先まで読んでうまくいかないという結論を出し、何の行動もしません。でも、一歩でも二歩でも希望を持って前に進めば、長いスパンで考えると大きな違いになるでしょう。

また、中小企業だからこそ自社のイメージアップも大切です。わが社が初めて取り上げられたときは、地元紙に3行程度載っただけでした。しかし、話題が話題を呼び、全国の雑誌に取り上げられるようになりました。メディアに求められる要素は、ナンバーワン・オンリーワン・新規性の三つです。革新的な経営を行うために、自社の存在感のアピールを始めてください。そこで最も大切なのは継続です。何度も取り上げられれば、業績が好調だと思ってもらえますし、お客さまからも一目置かれます。中小企業だからこそ、メディアとうまく付き合うメリットは無限なのです。

営業マンでも成績のいい人と悪い人がいます。この差は何でしょう。大きな努力の差ではなく、ほんの少しの努力の質の違いです。それは、先人の知恵を学んで味方にするだけなのです。自分より努力している人だけを目標にしたいと思っています。



そして、一日一日の違いを感じ取ってください。今日も明日も同じではありません。小さな変化も1年もたてば大きな違いになります。小さな変化に敏感になることが大切です。周りの小さな変化に気付くには、自分の仕事に愛情を持っていること、第三者視点で物事を見ることが必要です。

04

中小企業経営のポイント

皆さんの会社でもコンサルタントや税理士などの指導を受けていると思います。そのときに、コンサルと自分の目的が一つになり切れるかどうか大切です。会社経営の目的は何か、経営者の夢は何かという、目的の明確化は絶対に必要です。

いいものづくりと、いい人材づくりは表裏一体です。ビジネスにおいて7対3の法則がよく聞かれますが、中小の社員教育では9を捨てて1を伸ばす発想が大切です。人によって褒める基準を変えるのです。大企業のやり方をまねすれば100%負けます。しかし、隙間に手を入れれば100%勝てるのです。

企業経営の一番のポイントは、将来あるべき姿を社員やお客さまに示せるかどうかです。社長はお金もうけが得意でなくても、方向を指し示す人であるべきです。逆に、5年、10年後を語れない経営者は成り立ちません。また、イエスマンには管理職は務まりません。社長の仕事で最も大切なのは決断です。

日々の仕事の中でできないこともあると思いますが、それとに付き合っていくかが企業人として腕の見せどころでもあります。



駄目な社員や管理職の特徴は、人に厳しくて自分に甘いことです。相手の力を認めることは時に自尊心を傷つけますが、認めることで自分の向上につながります。

経営者の皆さんには、「夢を持つ」「正直になる」「目標に向けて頑張る気持ちを共有する」「冒険する」「常に全力投球する」「責任は自分で持つ」「良妻を持つ」ことを七つ道具として、戦いに臨んでほしいと思います。特に、夢を語り合える相方を持つことで中小企業の経営は左右されます。これらを身に付ければ、革新的な経営者として勝利できます。ただ、中小企業経営を取り巻く環境は厳しくなっていくので、さらに8番目の法則として「執念」を持ってほしいと思います。

お客さまと楽しく仕事をする方法は、好きなお客さまに全力投球することです。感じがいい人だと思えば相手もそう思ってくれます。また、好きなお客さまは尊敬できるお客さまであり、やりがいのある仕事といえるでしょう。逆に尊敬できないお客さまの仕事は絶対にするべきではありません。

05

最後に

私は「努力する人は希望を語り、怠ける人は不満を語る」という言葉が好きです。いい仕事をするためには、いい人と出会うことが大切です。そのためには自分もいい人でなければいけません。だからこそ自分を磨くことが重要です。

仕事は大変だからこそ楽しむ工夫が必要です。限界を決めているのは自分自身であり、限界がないと考えることが自分の成長のために求められます。

大きな目標と日々の目標の両方を持つことで夢をかなえることができます。当社は47都道府県全てにお客さまを

持つという夢を5～6年前に達成しました。月5件、年間60件の新規顧客を開拓するという日々の目標も、私が社長になった1985年から継続しています。日々の目標は一步の努力でかなえられますが、こちらも大きな目標と同じだけの価値があります。それは小さな積み重ねが大切だからです。

中小企業だからこそ社員に夢を語り、一緒にどう頑張っていきたいかを考えて行動することが経営者の役割です。豊かな発想や想像力は、中小企業に与えられた最大の武器であり、その武器を持って実現に向かって頑張っていきたいと考えています。



中里 良一 (なかざと りょういち)

- '52年 群馬県高崎市に生まれる
- '74年 立正大学 経営学部を卒業後、東京の商社に入社
新規取引開拓を重点とした営業職を担当
- '76年 有限会社 中里スプリング製作所に入社
- '85年 有限会社 中里スプリング製作所 代表取締役役に就任

主な著書

- 「嫌な取引先は切ってよい」
- 「不況に負けない「すごい会社」」
- 「楽しい会社を作りましょう」～夢を共有できる職場の作り方
- 「負けるな!町工場」～ハンデをプラスに変える発想法
- 「町工場経営の必勝発想法」～生き残りのための44の法則 など

「E261系サフィール踊り子の概要」

東日本旅客鉄道株式会社鉄道事業本部
運輸車両部車両技術センター 在来線車両グループ課長

水谷 恵介 氏 MIZUTANI KEISUKE



1 開発の背景

JR東日本(東日本旅客鉄道株式会社)では2018年に、グループ経営ビジョン「変革2027」を策定しました。「鉄道を起点としたサービスの提供」から「ヒトを起点とした価値・サービスの創造」に転換することを基本方針とし、新たな価値を社会に提供することを目標としています。取り組みのひとつとして「都市を快適にする」ことをあげていますが、お客さまのニーズに合わせた付加価値の高い移動空間と輸送ネットワークを提供することをこれまで進めてきました。このような背景の中、移動を楽しく、快適・便利にするためにE261系サフィール踊り子を開発しました。

さらなる人口減少や自動運転技術の実用化など、2027年頃までの経営環境の変化を見据え策定した「変革2027」ですが、2020年初頭より発生している新型コロナウイルスのまん延により、10年先、あるいはその先に想定していた状況が今まさにここにきてしまいました。JR東日本は「変革2027」をより速く確実に推し進めてまいります。

2 コンセプト

新型車両のE261系「サフィール踊り子」は、伊豆を世界に発信したいという思いと、伊豆への新たな観光流動を

つくる狙いから導入した車両です。特に、伊豆エリアは首都圏から多様な手段でのアクセスが元々可能な地域ですが、今まで移動自体を快適に楽しく過ごすことに主眼を置いた移動手段がありませんでした。そこで、移動空間でも面白さや驚きを感じる非日常体験を提供する付加価値の高い特急車両開発を進めることにしました。

なお「サフィール」とは、サファイヤを意味するフランス語です。サファイヤのような伊豆の海と空をイメージし、上質・高級で優雅な旅を楽しんでもらいたいという願いを込めた名前です。

コンセプトワードは、「大人のIZU 本物のIZU」です。全車をグリーン車にし、当社初のプレミアムグリーン車というグレードを設定しました。従来の在来線よりゆったりしたプライベート感とくつろぎの空間を提供しようと設定したもので、新幹線のグランクラスや当社の特急のグリーン車とは異なる方式となっています。グリーン車個室も作り、グループのお客さまにより楽しんでいただけるようにしています。さらにカフェテリアを設置し、本格的な出来立ての料理と景色を楽しめるようになっています。

サービス面の強化もコンセプトとしています。ビジネス客より観光客が多いため、大型荷物置き場を設置し、各座席にはコンセントを設置しているほか、車内インターネット用のWi-Fi装置、フルアクティブ動揺防止装置、防犯カメラなどを設置しています。

エクステリアは青を基調としたデザインです。車両の先頭から後方につながるラインが特徴的で、カラーリングは伊豆の自然をモチーフにしています。側面は火山岩をイメージした城ヶ崎グレー、海と空をイメージした伊豆アズール、そして前面は白い砂浜をイメージした白浜ホワイトで構成しています。



E261系「サフィール踊り子」車両全体

第11回 アルミ用途開発講演会●「E261系サフィール踊り子の概要」

3 客室の様子

車両は8両編成で定員は164名です。コロナ禍が始まったばかりの2020年3月14日に運行を開始しました。運行区間は東京・新宿～伊豆急下田で、伊豆急下田行きの先頭車である1号車をプレミアムグリーン車としています。

内装デザインとしては、基調色を8号車から1号車に行くにつれて明るい白系から落ち着いた黒系へと変化させています。全車に天窓を配置し、開放感ある車内を演出しています。可視光透過率の低いガラスを使用しているため、まぶしさを感じにくくなっています。



1号車・プレミアムグリーン車両・腰掛

1号車のプレミアムグリーン車は、1列当たり2名配置の定員20名です。天窓からダイナミックな車窓を楽しんでいただくため、荷棚を廃止して収納スペースは座席下に設置しました。座席は進行方向前後に回転できるだけでなく、窓側に30度程度回転させて固定することもできます。1人用のバックシェル付きなので、後ろのお客さまを気にせずリクライニングできます。なお、シートは本革使用です。

2・3号車は4人用、6人用のグリーン個室車両です。落ち着いたくつろげるカフェをイメージしたプライベート空



間で、家具調ソファをイメージし、自由に動かせる構造となっています。6人用個室では、グループのお客さまが窓二つ分を独占できるぜいたくな広さです。

4号車はカフェテリア車両です。非日常体験として景色を眺めながら食事を楽しんでいただきたいという思いや、海外のお客さまに日本の食



4号車・カフェテリア車両

文化を味わっていただきたいというコンセプトから実現しました。海側はカウンター席、山側は4人で楽しめるソファ席で構成しています。車両の半分はオープンキッチンスペースです。全体的にアンティーク調でシックな空間となっており、ソファにはグリーン個室と同じ本革を使用しています。

ミシュランの星を獲得したシェフ監修のメニューで、気軽に食べていただけるヌードルや軽食を提供しています。旅館やホテルとメニューが重ならないように配慮していて、現在はスパゲッティ類が中心ですが、一時期はラーメンも提供していました。空きがあれば当日予約で食事していただくこともできますが、基本的に事前予約が必要です。

5～8号車がグリーン車です。1+2列の座席となっており、各号車のデッキ付近に大型荷物置き場を設けました。座席は新幹線E5系グリーン車の腰掛けをベースとし、高級感を出しつつ開発費低減を目指しました。天窓から降り注ぐ太陽光を感じていただくため、荷棚についてはガラスとアルミフレームで構成しています。

5号車では、バリアフリー対応として車いすのまま入れる大型洋式トイレを用意しているほか、電動車いすでも入れる多目

2・3号車 6人用グリーン個室

的室を用意しています。こちらは授乳時などにも使うことができます。このほかのバリアフリー設備として、各号車のデッキ部に側引戸の開閉表示灯や点字表示、各号車の客室の端部に大型化した案内表示器を設置しています。

セキュリティ面の取り組みとしては、防犯カメラを客室、通路、デッキ部、荷物置き場に設置しています。各車客室および全てのトイレには、乗務員と通話可能な非常通話装置を設置しています。大型洋式トイレでは、倒れているときでも押せるようにボタンを低い位置にも設置しています。



5～8号車・グリーン車内

4 車体構造

E261系は、アルミ合金の中空押出型材を用いたダブルスキン構体となっています。当社が近年製作している特急型車両は、全て同じ構体構造です。ダブルスキン構体とは、外板と内板の間をトラス状にした断面形状の中空型材を車体全長にわたって連続溶接した構体構造です。溶接箇所削減、車体剛性の向上、寸法の誤差の低減などのメリットがあります。

同様に、先頭部分もアルミ合金の削り出し部材で構成しています。構造的な特徴としては、運転室にクラッシュブルゾンを設け、万一の衝撃事故から運転士とお客さまの安全を守る構造になっていることがあげられます。乗務員を守るサバイバルゾーンとお客さまを守るサバイバルゾーンの間、相対的に弱い構造のクラッシュブルゾンを設けて、衝撃を吸収する仕組みで、当社の特急車以外でも同様の構造もった車両があります。

客室に関しては、インテリアデザインに合わせ1号車と2～8号車で天井の高さを変えています。また、客室の天井高をより高く確保できるように各車両の空調装置を床下に配置し工夫しました。

5 要素技術

E261系の要素技術の一つとして、列車情報管理装置

(INTEROS)があげられます。山手線E235系で初めて搭載したもので、当社の特急車両としてはE261系が初めてです。これまでの車両形式ではTIMSという管理装置が使われていましたが、より大容量の送受信が可能となったことで、地上システムに車両の情報を送信する機能により、将来的に機器の劣化状態の推測に活用することを検討しています。

MT79形主電動機は、山手線などのE235系でも採用されているものです。全閉構造で内部清掃不要であり、主電動機を分解しなくても軸受の保守が可能であるなど、メンテナンスを考慮した構成です。

この他に、乗り心地向上を目的とした動揺防止制御装置を設けています。この装置により、走行中に生じる車体の振動を打ち消す方向にアクチュエータを動かし、左右方向の振動を積極的に低減させます。

6 最後に

都内と伊豆方面の移動時間に、お客さまそれぞれの移ろい方を楽しんでいただくとともに、伊豆の自然をコンセプトにデザインしたE261系が市内や海岸沿いを軽やかに走る姿にもどうぞご注目ください。

水谷 恵介 (みづたに けいすけ)

- '00年 東日本旅客鉄道株式会社 入社
- '00年 郡山工場(現 郡山総合車両センター)
- '03年 東急車輛製造(株)(現(株)総合車両製作所) 出向
- '04年 新津車両製作所(現(株)総合車両製作所 新津事業所) 設計課
- '11年 運輸車両部 車両技術センター 在来線車両G 主席
- '16年 (株)総合車両製作所 技術部(装設計) 出向
- '18年 高崎車両センター高崎支所 副支所長
- '20年 運輸車両部 車両技術センター 在来線車両G 課長

NEWS 01

年末例会開催

年末例会を開催しました。



12月7日(火)にホテルニューオータニ高岡において2年振りに年末例会を開催しました。荒井会長の挨拶に続き、橋本副会長の乾杯で懇親会をスタートし、和気あいあいと久々のコミュニケーションを楽しみ、最後は西川副会長の一丁締めで閉会しました。出席者は51名でした。

NEWS 02

賀詞交歓会開催

富山県ものづくり団体合同
新年賀詞交歓会が開催されました。

1月14日(金)にホテルグランテラス富山において、来賓に新田新知事をお迎えし、新年賀詞交歓会を開催しました。

今回はコロナ禍の中での開催ということもあり、3密を避けるため各社からの出席者制限や飲食を見送る等、

十分な感染防止策を執る中で開催されました。会式では、山下会長(富山県機電工業会)の年頭所感に続き、新田知事からご祝辞を賜り、そのあと、八十島会長(富山県プラスチック工業会)と谷口代表幹事(とやま技術交流クラブ)が年頭所感を述べられ、賀詞の交歓が始まりました。最後に荒井会長(富山県アルミ産業協会)の一本締めで閉会しました。



NEWS 03

研修会開催

「上級社員モノづくりマネジメントセミナー」
を開催しました。

1月28日(金)・29日(土)M&P研究所とやまの所長竹村氏を講師に迎え、会員企業の上級者・管理者を対象とし「成果を上げる業務改善」講座をポリテクセンター富山で開催しました。業務改善能力とマネジメント能力を高め、会社としての生産性・収益性を高める考え方・手法について演習やグループ討議等で参加者の交流も交え学んで頂きました。

尚、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、会場の消毒・換気、参加者のマスク着用や密集を避けるため、参加人数は10人に制限し行いました。



Welcome fellow !!

新会員企業紹介

東京フラッグ株式会社

〒933-0981 富山県高岡市二上町122
富山県ものづくり研究開発センター210号室
TEL:0766-30-3300 FAX:0766-30-3301

弊社は昭和63年に橋梁架設における現場溶接工事会社として設立いたしました。設立当初よりお取引先各様との連携、協力関係を築き上げながら社会貢献に努めております。おかげ様で北海道から沖縄まで、全国の現場で貴重な経験を積むことができる規模にまで会社は成長いたしました。これからも将来にわたり、難度の高い工事を率先して受注し、社会インフラへ確実に貢献できる持続的成長企業を目指します。そのためには「市場ニーズに応えられる、より高品質で付加価値の高い新しい現場溶接工法を確立して、技術提案として提供し続けることが必要不可欠である」と結論に至りました。



社長室長 高岡支店長

石川 将行

ISHIKAWA MASAYUKI

生年月日●1973年2月25日

趣味●ゴルフ



このような経緯からこの度、富山県高岡市に拠点を設けました。新技術溶接工法であるレーザー・アークハイブリッド溶接の研究開発をすすめ、現場施工の実用化を目標に取り組みます。更には、本技術を発展させたアルミ材料を用いた橋梁や構造体の現場溶接工法

の研究開発にも挑戦します。実用化を成し遂げて、富山県アルミ産業の新たな市場開拓に貢献させていただきたく存じます。

Welcome fellow !!

新会員企業紹介

有限会社 荒木商会

〒933-0951 富山県高岡市長慶寺755番地
TEL:0766-28-9333 FAX:0766-28-9336

弊社は昭和31年に設立し、現在、産業廃棄物収集運搬処分及び金属スクラップ等の買取りをメインとするリサイクル業として、富山県と石川県を営業エリアとして活動を行っています。

工場は処分場ではありませんが、リサイクルする為の機械設備は最小限に先代から受け継いだ人の手による選別、解体を軸として、徹底的に価値あるものに分別することができる知識と分業することで誰でも働ける環境構築を強みとしており、何でも捨てるのではなく、リユース、リサイクルの観点から価値あるものを見出し、ゴミを減らすリデュースに繋げることが地球に



代表取締役社長

荒木 信幸

ARAKI NOBUYUKI

生年月日●1976年3月6日

趣味●筋トレ、麻雀



も、地域にも、意義あることだと自負をしております。またお客様にも価値あるものを発信していき、同じ知識を得てもらうことで、ゴミのない社会を作り出すことが当社の使命だと考えています。

当社では地場産業であるアルミの取り扱いが最も多く、家屋解体現場や製品不良などの理由で廃棄されるサッシなどを買取りし手解体した後、資源としての循環を行っています。これからはアルミ産業の発展に微力ながらも寄与できれば幸いです。

今後とも、宜しくお願い致します。

委員会報告

各委員会を開催しました。

2月21日(月)総務広報委員会、2月22日(火)技能技術委員会、2月24日(木)経営労務委員会を開催しました。2021年度所轄事業の進捗、2022年度の事業計画(案)について審議されました。
また、経営労務委員会では、第44回優良従業員表彰者の選考・承認がされました。

運営委員会報告

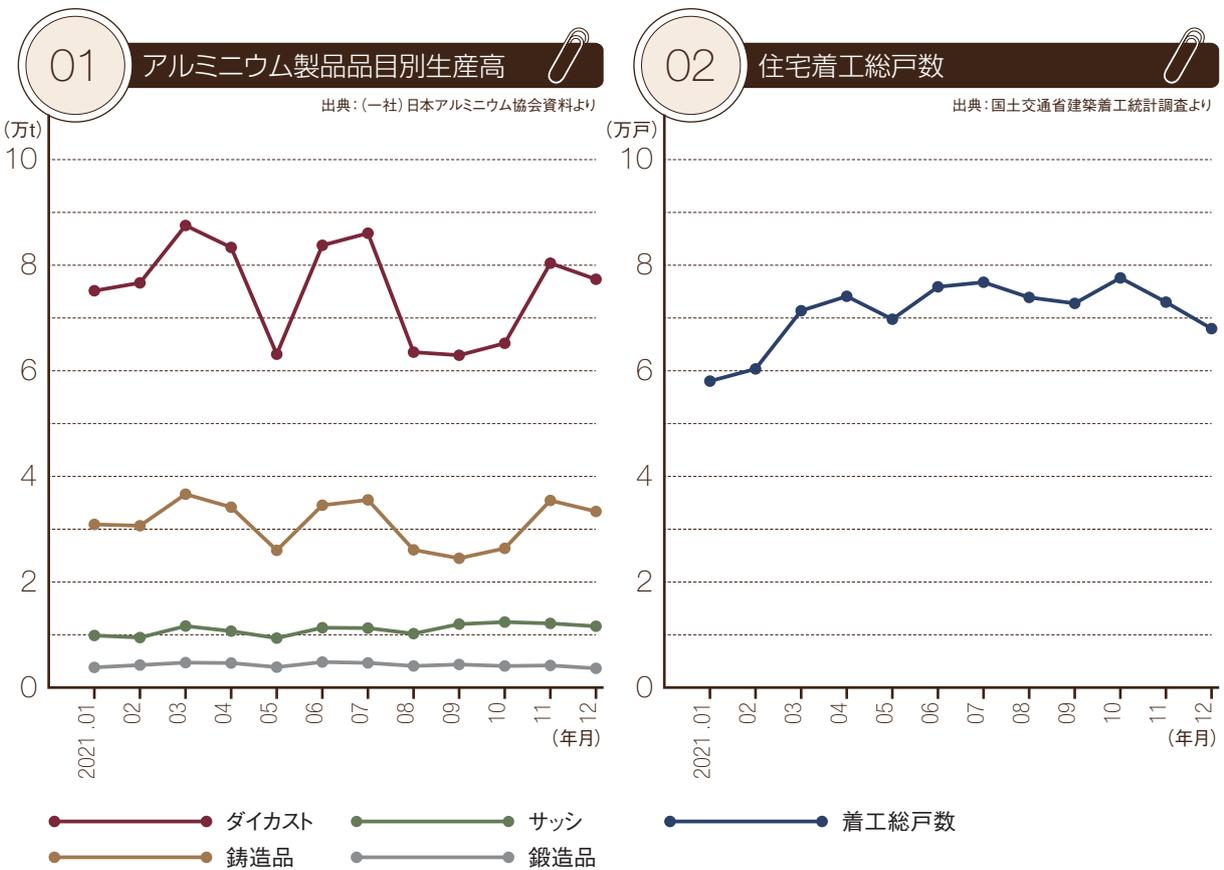
運営委員会を開催しました。

1月11日(火)…2021年度補正予算(案)、次年度事業計画(案)、役員改選(案)について審議承認頂きました。来年度の新社員研修・例会や主要行事等と今後の事業計画の内容について報告いたしました。
3月8日(火)…2021年度事業報告並びに決算見込みについて報告しました。また、次年度事業計画(案)及び収支予算(案)役員改選(案)について審議されました。

Statistics of aluminum

アルミの統計

「アルミニウム製品品目別生産高」
「住宅着工総戸数」



編集委員会 | 高畑敏夫、林和彦、稲垣芳則、阪口政博、竹平雄式、八田正人、堀田泰弘 (2022.3.31発行)

すばらしきパートナー

MY HAPPY TIME

今年も造り酒屋に蒼々とした杉玉が吊るされる時期となりました。日本酒は、毎年秋に収穫されたお米を、冬から春にかけての寒い時期に仕込みます。そうして醸造されたお酒を搾った時期に新酒ができたお知らせのサインとして掲げられるのがこの杉玉です。奈良県の大原神社（醸造の神様が祀られている）が起源となっている様で、祭事にあわせ杉玉を掛けたことが全国に広まったそうです。

私は毎春花粉に悩まされており、杉に関しては天敵のごとく避けて（まあ、逃げ切れず、憂鬱な日も多い…）いますが、こと杉玉に対しては好意的に接しております。

というのも、ビール、焼酎、ウィスキー、ワインなど幾多あるお酒のなかで、私にとって日本酒は別格なのです。その味わいのバリエーションの多さは無限大ではないかと思えます。我が家の冷蔵庫には常に何種類もの4合瓶が鎮座しており、物が入らない!との批判をあびつつ、至福の晩酌タイムを堪能しております。

山の幸を頂くときは、山の造り酒屋を、海のものは海のそれ、というふうにしてその土地にあった風土で育った酒はその土地の食材がマッチします。（山菜やジビエは五箇山の酒、海の幸には水見の酒というふうには）

また、頂く温度（冷酒からとびきり熱燗まで）や酒器（素材：陶器、磁器、ガラス、金属（錫）/形状：容量、口径、かたち）によっても香りの立ち方や、手ごたえ、見た目のすっきり感や重量感などが違い、その特徴と酒がマッチしたとき、さらにおいしく感じられます。舌は勿論ですが、五感をフル活用して楽しめる日本酒はこれからは飽きることなく、常に新しい発見を私にもたらすベストパートナー（奥さんは別格）です。

実は私、若い頃は全くの下戸で、妻との結納では、少々日本酒で意識が遠のき、気がつけば介抱されていたという苦い思い出が…それからは周りの方々の励ましと本人の努力の賜物で、今日の私ができあがっているものと感慨に耽る訳であります。

あれから、おおよそ40年…子供もそれぞれ家庭を持ち、孫を連れて勢ぞろいする際には、各々好みの酒は

三協立山株式会社 三協アルミ社

常務執行役員

井上 雅夫

INOUE MASAO

ありますが、欠かさないのは日本酒のあれこれ。（気が早いもので、今年10歳



を迎える孫が成人し、一緒に盃を重ねることを密かに心待ちにしております）

以上、いろいろ語りましたが、もし興味がありましたら、みなさんも酒の奥深さ、そして自分の舌でいろいろな面白さを見つけてもらえたら、それがその方のベストマッチング!です。





一般社団法人 富山県アルミ産業協会

〒933-0912 高岡市丸の内1番40号 高岡商工ビル6F
TEL:0766-21-1388 FAX:0766-21-5970
E-mail ●toyama-al@alumi.or.jp
URL●<http://alumi.or.jp>