



文京博覧会 (ぶんぱく) 2009が開催されました	1
文京箱店 (BUNKYO-HAKOTEN) 開催中!	2
「B-ナビ (文京ビジネスナビゲーション)」オープン!	2
コスト削減に繋がる中小企業の環境 (省エネ) 対策	3
「省エネセミナー」、「省エネルギー診断」を実施いたします	3
加藤 ^{いちちゅう} 一胃氏に「名誉都民」の称号が贈られました	4
平成21年度 東京都功労者表彰を 国際ディスプレイ工業(株) 会長 伊藤 ^{れいじろう} 禮次郎氏が受賞	4
文京区今期の特徴点	5
特別調査「中小企業における災害等への取組状況 (事業継続計画(BCP))について」	6

文京産業ニュース

ビザパー

Vigor

文京産業ニュース **98**

編集・発行
 本紙掲載記事に関するお問い合わせ先
 文京区民部経済課
 〒112-8555 文京区春日 1-16-21
 TEL 5803-1173
 FAX 3818-2600
<http://www.bun-net.ne.jp/>

BUNレンジャー初出動!! 『文京博覧会(ぶんぱく)2009』が開催されました

文京シビックセンター地下2階【産業とくらしプラザ】のオープンにあわせ、今年の『ぶんぱく』は例年より早く10月4日～5日にシビックセンター内で開催されました。

『ぶんぱく』は、地域産業の活性と発展を目的としており、地場産業である印刷業を中心に、伝統工芸、消費者団体、区内商店などが出展し、展示・販売・実演を行いました。また、例年好評をいただいている同時開催の物産展では、新潟県魚沼市をはじめ2県4都市が集まり、多くの方にご来場いただきました。

そして、今回の目玉の一つである「BUNレンジャー」が、ついにこの『ぶんぱく』でデビューしました。「BUNレンジャー」は、3年前に考案されたキャラクターですが、今回実物となって初登場しました。

オープニングセレモニーでは、レンジャー達が軽快なリズムによって登場し、決めポーズでは観客を大いに盛り上げました。その後、会場内を歩きながらお客様を案内し、訪れた方からは笑顔で握手や記念撮影を求められました。今後は各イベントに登場し、文京区の顔として成長していくことでしょう。



全員集合! 初出動にやる気マンマン



どこから見ていいか迷うな～



まずはギャラリーシビック会場を一回り



印刷団体の製品をじっくり拝見



伝統工芸は匠の技を披露



産学連携コーナーで女子大生とコラボ



塗り絵コーナーで子供達の作品を見せてもらったよ



アンテナスポット会場でスタッフと記念撮影



アートサロン会場でエコをアピール



物産展入口でお客様をご案内



着物姿に思わず見とれてしまいました



チラシ配りにも挑戦

これからも
 区内産業振興のために
 頑張ります!



お買い物は文京区で!!

文京箱店 (BUNKYO-HAKOTEN) 開催中!

～ 12月11日(金)まで【午前9時～午後6時 最終日は午後5時まで】～

今回で10回目を迎える「文京箱店～ぶんきょうはこてん」。装いも新たに文京シビックセンター1階にあるBunkyoアンテナスポットで開催されています。(共催：文京区・文京経済交流会／後援：東京商工会議所文京支部)

自社のイチオシ商品や事業内容について、出店者の皆さんが工夫を凝らして箱型のディスプレイ(＝箱店)で紹介している光景は、まさに圧巻!「名前を聞いたことはあるけれど」どこにあるのか知らなかったお店、「文京区にこんな会社があったとは!!」ビックリの企業などなど、新たな発見があるかも…。

箱店をご覧いただいたお客様への特典も用意しています。是非お立ち寄り下さい!



■ 文京経済交流会とは・・・

文京区内で活動するおおむね50歳以下の経済人が集まり、異業種交流や自己研鑽を図っている団体です。平成12年に設立され、現在会員は50名(平成21年4月現在)おり、勉強会や区内でのイベントへの参加など、積極的な活動を行っています。

【問合せ】 経済課産業振興係 (文京シビックセンター地下2階) 電話：03-5803-1173

文京区産業情報ポータルサイト 「B-ナビ (文京ビジネスナビゲーション)」オープン!

「B-ナビ」(<http://www.b-navi.gr.jp/>) は文京区の産業情報を全国に発信するポータルサイトです。インターネットに接続できる方なら、どなたでもご覧になれます。



「B-ナビ」ではこんなことができます

■ お手元のパソコンや携帯電話から

ホームページ上の記事を編集・更新できます。

自社のホームページへのリンク貼り付け、画像掲載も可能です。さらに、編集した記事の公開は即時にできます。

■ 動画やチラシ・リーフレットを掲載することができます。

Youtubeの動画を配信することや、web上でチラシをめぐったり拡大したり、動きのあるホームページを作ることができます。

会員になる方法

登録会費は無料です。登録できるのは、区内に事業所のある企業または団体です。

お手元のパソコンや携帯電話から、会員登録画面 (https://www.b-navi.gr.jp/m_registration/) にお進みください。web上から情報を「送信」していただいた後、会員用のIDとパスワードを区からメールでお送りします。

コスト削減に繋がる中小企業の環境(省エネ)対策

東京都地球温暖化防止センター(クール・ネット東京)
副センター長 林 眞一郎 氏

1 省エネ対策の必要性

鳩山総理が、国際社会に向かって、我が国の二酸化炭素を25%削減すると発言しました。京都議定書での6%削減義務達成も危ぶまれている状況では、この25%という数字は、実現不可能という見方もありました。しかし、その後、経済界からは支持する声も出始めており、徐々に具体策が発表されることと思います。

東京都は、独自の立場から、環境減税、二酸化炭素排出の総量削減義務化、中小規模事業所向け制度の実施など二酸化炭素削減の新たな策を次々に打ち出しております。

地球温暖化を防止するためには、温暖化効果ガスである二酸化炭素排出量を抑制することが必要です。しかし、我々の現在の生活を維持するためには、経済活動に大きなブレーキを掛けることはできません。したがって、経済活動を継続しながら二酸化炭素排出量を減らす方を模索する必要があります。そのための有効な方策の一つは、少なくとも無駄なエネルギーを使用しないことです。

2 制度の紹介とコスト削減

クール・ネット東京が、東京都からの委託を受けて実施している無料省エネ診断は、無駄なエネルギー使用を発見し、改善策を提案する事業です。以下この制度について簡単にご紹介します。

(1) 対象規模

診断対象規模は、原油換算で15 KL以上1500 KL未満の事業所となります。原油換算というのは、電気、ガス、水道などエネルギー源の使用量に換算係数を掛けて算出したものです。簡単にいいますと、年間の電気使用量が100万円程度が15 KLに相当します。したがって、月額で8万~9万円程度となります。この数字を下限にして、この100倍までが診断対象となります。また、診断対象は原則建物単位なので、大企業であっても、ある事業所の消費エネルギーがこの範囲に入っていると診断対象となります。

(2) 対象区域

東京都事業ですので、対象事業所の所在地は都内に限られます。したがって、仮に本社が都内にあって工場は埼玉という場合は、都内の本社のみが診断対象となります。逆に本社が千葉県、工場が東京という場合は都内の工場のみが診断の対象とあるわけです。

(3) 診断実施者と必要時間

診断を実施する者は、当センターが派遣する診断のプロです。これまで数多くの事業所を見て来ておりますので、それらの事業所と比較して問題点と対策を適切に指摘できます。また、診断に長い時間を掛けるのではなく、できるだけ短時間に所要所の問題点を発見いたします。通常半日から1日で行います。

(4) テナントの場合

都内の事業所にはテナントが入っている所も多いと思います。その場合は、オーナーさんとの関係がどうなのかなど基本的なことを確認しております。できれば、オーナーさんの協力を得て診断を実施した方が効果が大きいからです。

(5) 診断内容と提案事項

診断が終わると、後日報告書をお送りします。この報告書には、通常、設備改善と運用改善の提案を記載いたします。後者の運用改善は、設備投資の不要なものです。ご希望があれば、再度訪問して実際に運用改善に立ち会うこともできます。これを運用改善支援と呼んでおります。

診断結果の提案・アドバイスは、診断を受けた事業所に実施義務が生じるものではありませんが、提案を参考に、計画的に省エネ活動をすすめていただきたいと思います。

(6) 必要経費

この省エネ診断、運用改善支援は無料です。東京都から東センターが委託を受けて実施する事業であるため受診希望者の負担はありません。

(7) 削減効果

診断どおり実施されますと、二酸化炭素は平均10%以上削減できます。光熱水費も同様です。この数字は平均ですので、これまで省エネ活動をやったことのない事業所はもっと大きな削減が可能です。

3 実施例の紹介

昨年度から実施していますこの無料省エネ診断は、受診された方からは好評をいただいております。中には、続いて関連の事業所の診断を申込みされる方もあります。

ここでは、昨年度受診された方の状況をいくつかご紹介します。

(1) 本社ビル

足立区にある事業所です。診断では、設備改善で2件、運用改善で2件の提案を行いました。この提案を受けて、この事業所では、診断員の提案以上の取組みを、次々に実行に移していきました。給湯器の改善、エアコンの効率化、待機電力削減、OA機器の集約などです。これらの取組みで、例えば給湯器改善の場合、投資した約15万円は4ヶ月でほぼ回収した等多大な省エネ効果を実現し、それらの取組みはNHKの「おはよう日本」でも取り上げられ反響を呼びました。また、当クール・ネット東京主催の省エネセミナーでも事例発表していただき、参加者からは「とても身近に感じ勉強になりました」などの感想が寄せられました。

(2) 飲食店

ある有名な飲食チェーンのお店です。本部主導で、ある店舗の診断をしました。この店舗では、食器洗いに使用するガス給湯器の温度設定の2℃見直し、空調室外機の設置環境に問題あり、等を提案しました。提案を受けて、チェーン店本部では、早速、①マニュアルの変更、②従業員の評価項目に環境項目の追加、③開発担当者は店外も検討、と改善を進められました。この1店舗で提案した内容は約1000店舗に応用されることになったのです。

(3) 事業所

大田区の分析を業務とされる事業所では、8項目の提案をしました。冬季以外の給湯器使用中止、エアコン設定温度の設定、蛍光灯の効率化、トイレのエアタオルの使用中止。照度を確認しながらの照明管の間引きなどです。これらの提案の実施で電気使用量が削減できて、年間200万円のコスト削減の見込みということでした。

4 みんなで地球温暖化防止に貢献しよう!

省エネ診断を受診し省エネを実現する場合光熱水費の削減は平均10%以上とご紹介しました。この削減額を、仮に粗利益率5%の事業所に当てはめると、光熱水費の削減額の20倍の売り上げに相当することになります。さらに、単なる経費削減に止まらず地球温暖化防止に大きく貢献することになります。

一人ひとりの、あるいは1事業所での削減量は地球温暖化防止への寄与は小さいかもしれませんが、みんなが力を合わせれば大きなものになります。それは、あたかも非常に大きな綱引きに参加しているようなものです。自分一人が抜けても大勢には影響しないかもしれませんが、その姿勢が伝染すると負に繋がります。みんなが力を合わせれば綱を引き合えば、どんな協力的な相手にも勝てるのです。

経費削減の効果を楽しみながら地球温暖化防止に貢献しようではありませんか。それこそが、持続可能な社会の実現になるのです。



文京区での中小企業の省エネルギー対策支援 ～「省エネセミナー」、「省エネルギー診断」を実施いたします～



文京区では、中小企業等の省エネルギー対策を支援し、経営に優しいコスト削減と環境に優しいCO₂の削減の両立を推進するために、クール・ネット東京と共催で「省エネセミナー」、「省エネルギー診断」を無料で実施いたします。

●中小企業のためのコスト削減に役立つ「省エネセミナー」

【日 時】平成22年1月19日(火) 14:00~16:00
【場 所】文京シビックセンター地下2階
産業とくらしプラザ 研修室
【参加費】無料
【その他】詳しくは下記へお問合せください。

●省エネルギー診断

【受 付】随時
【診断料】無料
【申込み】申込書を文京区経済課産業振興係、クール・ネット東京で準備いたしておりますので、ご記入のうえ、申込みください。

【問合せ先】文京区経済課産業振興係 電話：03-5803-1173

クール・ネット東京(東京都地球温暖化防止活動推進センター) 電話：03-5388-3439 ホームページ：http://www.tokyo-co2down.jp/

文京区技能名匠者 加藤一胃いっちゆう氏に 「名誉都民」の称号が贈られました

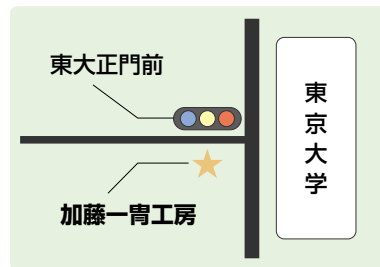
平成14年に文京区技能名匠者に認定された文京区伝統工芸会会員 加藤一胃いっちゆう（本名 加藤 博）さんに東京都より「名誉都民」の称号が贈られ、平成21年9月24日（木）都庁で開催された顕彰式で顕彰されました。加藤さんの顕彰理由は、五月節句よらいかぶとの鎧兜よろいの製作のかたわら実物の鎧兜の製作・修理を行う甲冑師かろうしとして約60年の長きにわたり匠の技に取り組んでいること。また、各地の社寺や博物館に展示されている国宝級古甲冑の復元模造は、確かな時代考証と卓越した技法により、日本の伝統工芸の粋を伝えていることが顕彰の事由となった。さらに、加藤さんは後継者育成に力を注ぐとともに、子供たちに江戸甲冑の製作技法、節句の由来等の講義を行うなど、文化資産・地域産業としての江戸節句人形の振興に尽力されており、その道一筋に精魂を傾け、「職人は、生涯、勉強が必要」と弛まぬ研鑽を積まれておられます。



加藤 一胃 氏



加藤一胃工房
 文京区本郷 6-2-7 香川ビル 1F
 定休日：日曜日
 電話：03-3811-5042



平成21年度 東京都功労者表彰を 国際ディスプレイ工業れいじろう株式会社 会長 伊藤禮次郎氏 が受賞

国際ディスプレイ工業れいじろう株式会社 会長 伊藤 禮次郎れいじろうさんが、特許登録された優れた業績により産業の発展と都民生活の向上に貢献したとして技術振興功労表彰を受賞されました。

昭和30年代、日本ではまだ動くPOP広告が普及していなかった当時、伊藤さんが振り子モーターを開発したことで、ムービングディスプレイが販促ツールとして広く普及しました。その後、室内の光で発電する太陽電池を使った「ソーラームーバー」（平成11年特許取得）を開発し、環境にも配慮した製品作りを進めています。

伊藤さんは、東京都技術振興功労賞受賞を機に、「今後も先を行く技術研究に励み、皆様のご要望、ご期待に応えるべく努力し、その新技術が実施化され皆様から賞賛のお言葉を頂いた時の感激を胸にがんばります。」と熱く語っておられます。

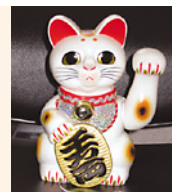


伊藤 禮次郎 氏



「ソーラームーバー」を使用し、動きのあるディスプレイでお店を演出してみませんか。梅レッドの刀も「ソーラームーバー」で動いているんだよ。

「ソーラームーバー」で左手が動く、「ソーラー招き猫」は、福を招く開運まねき猫として、全国の主要宝くじ売り場に置かれております。



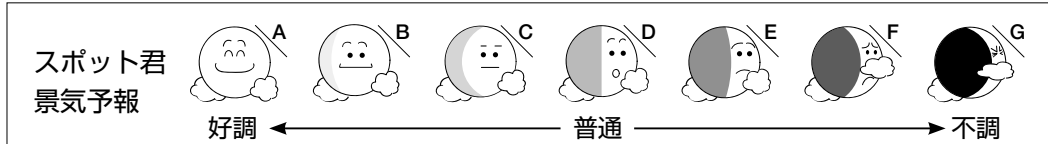
国際ディスプレイ工業株式会社
 〒113-0023 文京区向丘 2-15-5 電話：03-3828-2286
 ホームページ：<http://www.kokusai-dsp.co.jp/>

文京区今期の特徴点

平成21年7月～9月

調査時期 21年9月中旬

調査方法 面接聴取



有効回答事業所数

製造業 114

小売業 44

サービス業 47

製造業は幾分厳しさが和らぐが、小売業、サービス業は厳しい状況が続く。

製造業



製造業の業況は、わずかながら悪化幅が縮小し、幾分厳しさが和らいだ。個別にみると、売上額は減少に歯止めがかかった。しかしながら、収益は前期並みの厳しさが続いている。受注残は前期並みの減少傾向である。

業種別にみると、「精密機械器具」の業況は、前期と比較して大幅に悪化幅が縮小した。一方で、前期に上向いた「繊維工業、衣服・その他の繊維製品」の業況は、一転して低調感を強めた。「出版、印刷、製版、製本業」は、前期並みの厳しさが続き、4期連続で悪化の状況は変わっていない。

製造業の価格動向については、販売価格は前期並みの低下基調である。しかし、原材料価格については、前期よりわずかながら上昇が弱まっている。原材料在庫数量はやや不足感が出てきている。

資金繰りは前期同様苦しい状況が続いている。「借入難易度」は厳しさを増している。

経営上の問題点は「売上の停滞・減少」が59%で1位、「同業者間の競争の激化」が44%で2位、「利幅の縮小」が28%で3位と、ここまでは前期と順位の変動がなかった。「原材料高」が12%で4位となり、原材料価格の上昇自体は弱まっているものの、経営上の問題となってきた。

重点経営施策は、「販路を広げる」と「経費を節減する」がともに68%で1位となった。次いで「情報力を強化する」が21%で3位となり、「新製品・技術を開発する」が15%で4位となった。

小売業



小売業の業況は、前期と同様厳しい状況が続いている。個別にみても、売上額は前期並みの減少が続き、収益も前期同様の減少幅であった。

業種別にみると、「衣服・呉服・身の回り品」の業況は、前期と変わらず厳しい状況が続いている。一方で「飲食料品」の業況は、わずかながら悪化幅が縮小し、厳しさが和らいでいる。「家電・家庭用機械」は大幅な悪化に転じ、厳しさを強めた。

小売業全体の仕入価格は、下降に転じ好感が出てきている。一方で、販売価格は下降傾向が強まり、厳しさを強めている。

在庫数量は、前期並みの過剰感となった。資金繰りは前期同様厳しく「借入難易度」も非常に難しい状況となった。

経営上の問題点は、「売上の停滞・減少」が55%で前期と同じく1位、「同業者間の競争の激化」が32%で3位から2位に、「大型店との競争の激化」が25%で2位から3位となった。「商店街の集客力低下」が23%で4位となった。

重点経営施策は、「経費を節減する」が46%で1位、「品揃えを改善する」が39%で2位、「売れ筋商品を取り扱う」が30%で3位、「宣伝・広報を強化する」が27%で4位となった。

サービス業



サービス業の業況は、前期と同様の厳しさが続いている。しかしながら、個別にみると売上額はわずかながら減少幅が縮小し、収益も減益に歯止めがかかった。

料金価格は前期並みの低下基調であった。また、材料価格は良好感に多少かげりが見えている。

資金繰りは窮屈感が増し、前々期並みとなった。

経営上の問題点は、「同業者との競争の激化」が60%で前期と同様1位、「売上の停滞・減少」が55%で同様に2位、「取引先の減少」が19%で前期の4位から3位に、「利幅の縮小」が17%で3位から4位となった。

重点経営施策は、「経費を節減する」が70%で1位、「販路を広げる」が49%で2位、「宣伝・広告を強化する」が30%で3位となり、4期続けて順位に変動がない。

特別調査「中小企業における災害等への取組状況(事業継続計画(BCP))について」

(2009年9月調査)

本調査結果の特徴

企業が普段意識をしている災害は「地震」が最も多く、回答企業のうち71%、次いで「火災」が48%、次に「新型インフルエンザなどの伝染病」が42% (重複回答) であった。ところが、事業継続計画を作成、または作成を予定している回答企業は12%にとどまっている。一方で、「緊急時の経営者代行がいる」と答えた企業は64%、「従業員と連絡が取れる」は81%であった。地震対策では「転倒防止」が47%、「事務所の耐震補強」が29% (重複回答) だが、「対策はしていない」とする回答企業も34%あった。災害に備えた預貯金は34%が1~3ヶ月分であった。

問1 普段、どのような災害をもっとも意識していますか。(3つ以内の複数回答可)

単位 %

項目	総計	製造業	小売業	サービス業
1. 地震	71.4	76.1	70.5	54.3
2. 火災	47.6	46.9	61.4	47.8
3. 水害 (台風など)	21.1	24.8	22.7	10.9
4. 1~3以外の自然災害	0.4	-	-	-
5. 新型インフルエンザなどの伝染病	42.3	42.5	29.5	50.0
6. 犯罪行為 (大規模テロなど)	2.6	2.7	2.3	-
7. その他	-	-	-	-
8. あまり意識していない	11.0	10.6	6.8	15.2

問2 「事業継続計画(BCP)」の作成について。

単位 %

項目	総計	製造業	小売業	サービス業	
作成した場合、 そのきっかけについて	1. 行政からの薦め	0.9	-	-	2.2
	2. 業界団体からの薦め	8.5	10.7	4.5	2.2
	3. 取引先からの要求	0.4	0.9	-	-
	4. 他社が災害を受けた	0.9	0.9	2.3	-
	5. 自社が災害にあった	-	-	-	-
	6. その他	1.3	0.9	-	-
作成していない場合、 現在の状況について	7. 日常業務が忙しく余裕がない	17.0	23.2	13.6	8.7
	8. 策定のための人材がいない	5.8	7.1	4.5	6.5
	9. BCPについてよくわからない	30.9	33.9	34.1	26.1
	10. 当社には必要ない	34.1	22.3	40.9	54.3

問3 災害時の対策(人的資源などの状況)について。

単位 %

項目	総計	製造業	小売業	サービス業	
経営者が不測の事態で 不在となった場合、 代わりの者がいる	1. はい	63.7	72.6	65.9	34.8
	2. いいえ	32.7	24.8	29.5	60.9
	3. 不明	3.5	2.7	4.5	4.3
緊急事態がおこった 場合、従業員と連絡を 取り合うことができる	4. はい	80.5	82.3	81.8	71.7
	5. いいえ	10.6	8.8	6.8	21.7
	6. 不明	6.6	5.3	9.1	6.5

問4 大規模地震で自社や取引先が被災した場合に備え、 どのような対策をしていますか。(3つ以内の複数回答可)

単位 %

項目	総計	製造業	小売業	サービス業
1. 事務所の耐震補強	29.0	30.0	29.5	23.9
2. 設備の転倒防止 (固定等)	47.1	44.5	61.4	39.1
3. 施設を分散し、他所で事業可能	4.5	5.5	4.5	2.2
4. 原材料を他企業から代替調達可能	3.2	4.5	-	-
5. 当面、協力企業へ代替生産依頼が可能	2.7	3.6	2.3	2.2
6. 災害用の損害保険への加入	24.0	26.4	20.5	15.2
7. その他	0.5	-	-	-
8. 特に対策はしていない	34.4	34.5	27.3	43.5

問5 災害対策として、現預金を常に一定程度保有することが望ましいとされており、 貴社では現預金をどの程度保有していますか。なお、現預金の保有が最も少ない時期 (売掛金の回収直前など) を想定してお答えください。

単位 %

項目	総計	製造業	小売業	サービス業
1. 売上げの3ヶ月以上	11.2	9.9	9.1	15.2
2. 売上げの1~3ヶ月分	33.5	35.1	38.6	26.1
3. 売上げの2週間分~1ヶ月分	13.8	9.9	9.1	23.9
4. 売上げの2週間分未満	8.0	7.2	11.4	8.7
5. ほとんど所有していない	11.2	14.4	9.1	6.5
6. 把握していない	22.3	23.4	22.7	19.6