環境関連事業を強化

鈴与商事

リサイクル建材拡充　専門部隊も新設

エネルギー・建材商社の鈴与商事（静岡市、入谷孝裕社長）は環境関連事業を強化する。自社製造するリサイクル建材の品ぞろえを拡充し、専門部隊も新設して公共施設や住宅向けに販促する。3年後をめどに6億円の売り上げを目指し、新たな収益の柱に育てる。さらに微生物を活用した土壌浄化工法を数年内に事業化する方針だ。

鈴与商事が開発したリサイクル建材「エコパルマ」

リサイクル建材「エコパルマ」は今年2月に開発した。製紙工場が出す廃棄物（ペーパースラッジ）と、家庭が排出する容器プラスチックなどを粉砕して混ぜ合わせてつくる。木目調を再現でき、水を吸いにくいのが特徴。デッキやテラスの素材として、住宅施工業者や設計事務所、官公庁などに売り込んでいる。

価格は1平方メートル当たり1万5000円からで、「ペーパースラッジの代わりに木粉を使う従来製品よりも低価格」（同社）という。

磐田市の工場で製造し、断面の形状やサイズ、色などが異なる製品をそろえる。発売当初は4種類3色だけだったが、11月までに7種類4色（チョコ、グレー、クッキー、ブラック）に増やした。12月1日から専門の営業チーム（7人）を設置。9～11日に東京ビッグサイト（東京・江東）で開く日本最大級の環境展示会「エコプロダクツ」に初出展する。

微生物を使った土壌浄化工法は石川県のベンチャー企業と組み、実証実験中。今年4月の土壌汚染対策法の改正で、汚染された土地の所有者がより厳しい環境浄化を求められることに対応して、事業化を目指す。工場、ガソリンスタンドなどの跡地の浄化に売り込む。

鈴与商事の2010年8月期の売上高は162億円。約80%がガソリン販売などエネルギー事業で、建材部門の比率は約10%。建材事業は公共事業の削減や民間設備投資の低迷のあおりを受け、環境関連事業を強化して需要を掘り起こす。

医療費助成継続を

静岡・浜松市　知事に申し入れ

県が政令指定都市に対し、「こども医療費」など医療費助成3事業を今年度で打ち切る方針を示している問題で、静岡、浜松両市の市長は2日、県庁に川勝平太知事を訪ね、助成を継続するよう求める意見書を提出した。

川勝知事㊧に意見書を提出した小嶋・静岡市長㊨と鈴木・浜松市長（静岡県庁）

静岡市の小嶋善吉市長は「政令市移行に伴って県から移譲された財源は宝くじ収入だけだ。福祉の問題で、同じ県民が区別のないようにしてほしい」と要請した。

浜松市の鈴木康友市長も「政令市の権限強化のために市民税が増えて県民税を減らすなら分かるが、県民税は他の市町と同様に払っている」と訴えた。

これに対し川勝知事は「これまで助成を続けてきたのは政令市移行に伴う経過措置だったはず。過去に延長もしている」と指摘。「自立した政令市を実現するには、甘えの構造を脱しないといけない」と助成廃止を撤回しない考えを示した。

県と両市は、政令市移行に伴う権限移譲などの内容を定めた基本協定を締結している。この中では、一定の経過措置をとった後に見直すと規定しており、静岡市は今年度、浜松市は2012年度が見直し時期にあたる。

松協　浜にぎわい

中国からの誘客に力

「おもてなし隊」を発足

浜松まちなかにぎわい協議会は、浜松市中心部の飲食店・ホテルなどと、中国人観光客の受け入れ態勢を強化する。2日、「浜松まちなかおもてなし隊」を発足させ、中国語の地図配布や接客・語学の研修をする。中国人が電話相談に応じる夜間限定のヘルプデスクも設ける。市内に宿泊する中国人を街中に誘導して活性化につなげる。

おもてなし隊には、25団体が参加。中国語の小売店・飲食店マップを3万部作製し、ホテルで1月から配布する。掲載店舗は中国人観光客に飲食代金割引などの特典を用意する。留学生の支援を受けてメニューを中国語に翻訳する。

ヘルプデスクは来年1月半ばからスタート。市内の企業で働く中国人2～3人が1日交代で、午後7時半～10時半に対応する。言葉が通じないなど、トラブルが発生した場合に、店舗がサポート役に電話をかけ、中国人同士で話し合って解決してもらう。

浜松市には中国人が年間約5万人宿泊している。ただ、東京と京都を観光する途中に立ち寄るケースが多いといい、街中の活性化に生かせていないのが現状だ。個人観光ビザの発給要件緩和で今後も中国人増加が見込まれるため、受け入れ態勢を強化する。

静岡の旬

AED普及へラッピング広告

設置者の金銭負担減　企業は社会貢献PR

「地域に根ざした社会貢献活動が会社の収益にもつながる新しいビジネスモデルを作りたい」――。バスやビルのラッピング広告などを手掛けているエスクリエイト（静岡市）の石川雅章社長（38）は、自動体外式除細動器（AED）の普及に向けて、企業のラッピング広告付きAEDを設置する事業を展開している。

AEDは心臓が正常に働かなくなったとき、電気ショックを与えて機能を回復させる機器で、公共施設を中心に普及が進んでいる。ただ、1台当たりの設置費用が約50万円かかり、メンテナンス費用も高額なことから、県内でも足りない地域が多数残っている。

そこで設置者の金銭的負担を軽減し、1台でも多くのAEDの普及を目指そうと石川社長が考案したが、ラッピング広告を貼り付けたAEDの販売だ。設置を希望する施設と広告スポンサーの募集をエスクリエイトが担い、設置者は広告収入で費用の大半を賄う。

AEDはスポーツ施設やコンビニエンスストアなど、人が多く集まる場所に設置されるケースが多く、広告効果は高いとみられる。AED設置への協力をアピールすることで、企業側にとってもイメージ向上のメリットがある。

岡崎選手の似顔絵入りAEDと石川社長（静岡市内の本社）

石川社長が祖父の代から続く印刷会社を継いだのは5年前。印刷物の減少など経営環境が厳しさを増すなか、県内でもいち早くバスや屋外施設のラッピング広告事業を展開してきた。

石川社長とAEDとの出会いは、08年夏に参加した都内の展示会。AED販売で国内シェアの半分を占めるフクダ電子（東京）の担当者から「年間で交通事故死の約3倍の人たちが心停止による突然死で亡くなっている」という話を耳にしたのがきっかけだった。

当時「受注型産業から、サービス業として顧客に貢献できる仕事をしたい」と考えていた石川社長にとって、AEDの普及活動は、自らが目指すビジネスにも結び付くと確信。昨年夏から事業展開を始めた。

今年3月からはサッカーJ1清水エスパルスのFW岡崎慎司選手の似顔絵入りTシャツの販売代金の一部をAED購入費として積み立てるチャリティー活動に参加。今月2日には岡崎選手の似顔絵を貼ったAEDを、アウトソーシングスタジアム日本平（静岡市）に設置するなど、普及活動に広がりが見えてきた。

今後の目標は、住民の誰もが設置場所を答えられるくらい、AEDを身近なものにすることだ。印刷会社の強みをAED普及に結び付けたビジネスは、石川社長が目指す「顧客サービスを第一に、時代とともに変化できる会社」を体現している。

焼きそばだけじゃない

富士宮の逸品売り込み

静銀、東京で食品商談会

静岡銀行は2日、東京都品川区の大井町支店で、食の商談会「しずぎん@gricom（アグリコム）in MICAN（富士宮ブランド）」を開いた＝写真。富士宮市の食品関連11社・団体が首都圏の小売店、ホテルなどのバイヤーら12人に商品をPRした。

同行が食品商談会を首都圏で開くのは4回目。今回は富士宮市も共催し、「当地B級グルメ「富士宮やきそば」の人気も手伝って、バイヤーが初めて100人を超す盛況ぶりだった。同市の小室直義市長が先頭に立って、商品をアピールした。

出展した商品は業務用の冷凍焼きそばのほか、乳製品、ニジマス加工品、肉製品、日本酒など。商談会の後、首都圏在住の一般消費者50人を対象に試食評価会も開いた。

仕入れ担当者からは「富士宮は焼きそばが有名だが、隠れた逸品があることがわかった」「日本一の生産量のニジマスは、調理法や食べ方の提案もしていて良かった」などの声が上がった。

静岡産業大

地域学研究センター

人材育成へコースも

静岡産業大学（大坪檀学長）は、情報学部（藤枝市）内に、静岡県の産業、文化に関する調査研究をする「地域学（しずおか学）研究センター」を設置した。地域学の理論をもとに、行政職員や農業経営者向けのカリキュラムを担うほか、韓国の提携大学を通じて、富士山関連の品などを収集や研究する。

センターは専門とする人を配置。増員も予定。大学によると、研究拠点を設置するのは全国的に珍しいという。

井大奥エコツアー

商品化の可能性

推進協がモニター

静岡県と静岡市、島田市、川根本町でつくる奥大井・南アルプスマウンテンパーク推進協議会は5日、県北部の奥大井地区でのエコツアー推進に向けたモニター調査を実施する。静岡市の山間地の井川集落で、参加者に地場産の雑穀を使ったもちを作り、ウオーキングなどを体験してもらう。参加者の感想を聞いて、旅行商品化の可能性を探る。

調査には応募した24人が参加し、島田、静岡両市の中心部などから貸し切りバスで集う。地域アルプスリズム推進協議会に協力を依頼する。

これまで井川エコツアー協が一般グループ向けのプログラムを作ってきたが、今回はそれとは別のニューを作る。県は「現地体験プログラムが難しい商品化でより気軽にうにしたい」（あい課）

浜松の

敷地内

ネッ

トヨタ自動車は4日、浜松市の型商業施設「ラ・ポルト浜北」内に、自動車販売店の施設内の駐車場を携して、買い物客の利便性を高めて、家族向けのサンスポーツ従業員専用に利用した。