

新宿 ビズタウンニュース

No. 14
平成23年9月30日号

目次	ものづくりの現場を訪ねて……………1-3	インフォメーション……………6-7
	東日本大震災復興緊急保証(国の制度)案内…4-5	中小企業の景況……………8

ものづくりの現場を訪ねて



新宿区内には3万所以上の事業所がありますが、その大半を中小企業が占めています。中小企業は、その経済活動を通じて、区内の産業の活性化と地域社会の発展に大きな役割を果たしており、区ではこうした中小企業を応援する様々な支援策を実施しています。今回はその中でも「ものづくり産業」に対する支援に注目します。

ひとつは、ものづくり産業の同一業種に長年従事し、優れた技術・技能を持つ方を認定する「新宿ものづくりマイスター」制度。平成20年度発足時から昨年までに18名の「技の名匠®」が誕生しています。今回はその中のお一人、サカモト彫刻、坂本国雄さんの工房を訪問し、お話を伺いました。

また、区の「ものづくり産業支援事業補助金」制度を活用して特色ある新製品、新技術を開発し、成果をあげている企業の中から、革新的な7弦ギターを開発したイー・ステーションの武藤公一さんにお話を伺いました。この制度は区内で「ものづくり産業」に取り組む中小企業者に対して、新製品・新技術開発、販路開拓にかかる経費の一部を助成するものです。

では、早速ものづくりの現場を訪ねてみましょう。





2010年世界柔道選手権大会のメダル

赤銅板を手に夢をふくらませるサカモト彫刻代表・坂本国雄さん

手彫りへのこだわり

坂本国雄さんは、メダルやバックル、社章などをつくるための金属の原型を手彫りで製作する職人さん。現在は機械彫りが主流ですが、坂本さんはさまざまな素材の違いを、自らの手で感じられる手彫りにこだわりの続けています。

技術のベースは「タガネ」による彫金。数百種類のタガネを駆使して精緻な模様を彫り上げていきます。

欧米の有名ブランドを彩るロゴ金具はブランドの顔ですが、その金型の依頼が多いのは、坂本さんの技術の確かさゆえ。機械では出せない繊細な仕上がりに、高い付加価値を見出しているからこそです。

「いい金型がなければいい品物は作れません。逆に言えば、いい金型さえあれば、高いレベルの品物をいくらでも作ることができる。手間も時間もかかる割に報われることの少ない仕事ですよ」

ヨーロッパにも腕利きの職人さんはいるはずですが、日本の彫金にも長い歴史と伝統があります。

「日本の工具は手前に引く力を使います。タガネだけでなく、ノコギリやカンナも同じ。タガネは力が手前に向かうように、頭の部分を金槌で叩きます。ところが西洋の工具類は、前に押す力を使う。そのあたりに微妙な仕上がりの違い

があるのかも知れません」

写真からメダルを制作

坂本さんは平成21年度に「技の名匠（新宿ものづくりマイスター）」に選ばれています。

「技の名匠の記事やホームページなどを見たという依頼がときどきありますね。手彫りの良さを知っている人が、職人を探さなければならぬ時代なのかも知れません」

趣味でアクセサリー作りなどを学ぶ人は増えていますが、本格的な彫金職人は減る一方。しかも金型製作のみならず、他の分野でも後継者不足が懸念されています。

2010年9月に東京で開かれた世界柔道選手権のメダルの金型は、坂本さんが製作したもの。柔道の父といわれる嘉納治五郎の生誕150周年を記念し、その肖像と「精力善用 自他共栄」という嘉納の教えが彫られています。

「まず写真から版下を描き起こし、出来上がりの数倍の大きさに粘土の原型を作ります。そこから樹脂型を取って縮小機にかけて、目的の大きさになるよう、土台に彫り込んでいきます。そこからは手彫りの腕の見せどころですね」



金属に彫った型。少しずつ、丁寧に仕上げていく

新宿区内の企業のご活用を!!

を使ってプレス機で型打ちし、余分な地金を取り除いて形を整える。坂本さんのような「型屋」と「プレス屋」の連携プレーです。

「ところが仕上げの『磨き屋』さんでそれなりの仕事ができる人は、もう今は一人しかいない。この状況には、彫金に係わる関係者全員が危機感を抱いています」

江戸の粋の象徴・赤銅を再現へ

オリジナル製品も手がける坂本さんは、来年の干支の龍のデザインを考案中ですが、もうひとつ、江戸時代の粋人が愛用した赤銅の技術の再現に取り組んでいます。赤銅は銅に金を混ぜた日本独特の合金で、日本刀の鍔や根付けなどの装身具に用いられますが、金を8%含む八分挿しの赤銅の加工技術はいつの間にか途絶えてしまいました。

「色揚げという発色処理を施すと、光沢のある紫黒色が漆のような独特の風合いを見せる。それをぜひ再現したい。先輩たちから、硫酸銅と緑青で煮込んで大根おろしを入れると聞いています（笑）。その量やタイミングがどんなものか、調べているところです。が、きつと日本らしくて品のいいものができると思う。それを日本ブランドとして、新宿から世界に発信して行きたいですね」

サカモト彫刻

所在地 天神町83

電話 (3235) 0226

URL <http://sakamoto.pendako-yubiraku.com/>

有限会社 イー・ステーション

7弦ギターでライフスタイルを創造

ピンクのギターで新規参入

「T映像製作会社を経営する傍ら、新たなギター・ブランドを立ち上げた武藤公一さん。きっかけはレコーディングで使ったギターの音に不満を感じ、いいエレキギターを探し回ったことでした。」

「通常のギター・マニアの人が何十年かかけるところを、僕は数年で駆け抜けてしまった。ある楽器店でこれ以上のものはないんですかと尋ねたら、あとはもう自分で作るしかないですよ……(笑)。それまでデジタルの仕事をしていたので、アナログなモノづくりをやってみたいという気持ちもありました」

こうして武藤さんがゼロから取り組んだ6弦エレキギターは、NIL(無)というブランド名で2005年に登場するや、エレキギター業界に大きな衝撃を与えました。それまで



NIL 製作の最初のイメージカラーだったピンクのギターとともに。代表の武藤公一さん

にない鮮やかなシースルーのピンク色だったからです。

「初めて弾いてみたとき、その音色がピンクだと感じたんです。ピンクは幸せを感じさせ、元気にさせる色だと思う。エレキギターとしての見た目も大事なので、思いきってピンクを勝負色にしました」

業界の話題はさらったものの、売上げはもうひとつ。量産品でないため、価格が高かったからです。

ピンクの7弦エレキギターで認知度アップ

高くても売れるエレキギターには長い歴史的背景とストーリー性があり、著名なギタリストが使っているというお墨付きも必要です。後発メーカーが食い込むには別なアプローチが必要でした。

「ギターを製作する過程で新しい出会いがあり、ピンクの7弦エレキギター『NANAGEN』を製作しました。低音の弦を1本追加した製品で、従来からあるものです。」

一般的ではありませんが、どうせならブロの人に使うてもらえるモノをつくりたい。音楽を職業として認める人の道具として認められたいと思っただけです」

より良い音を追求し、素材の木にもこだわりました。提携している工場に入荷したい材料からさらにいい部分を厳選する。数ヶ月に数本という単位でしか



左はリップルグラマラストップ、右が最新のNAMADA表面のカーブにそれぞれ特徴があり色も豊富です

エレアコ7弦

NANAGENのカラーを改良したり、仕上げを薄くするなどのマイナーチェンジを施す一方、武藤さんは次の一手を考えていました。それはエレキギターとしてもアコースティックギターとしても使える高品質の7弦エレクトリック・アコースティックギターの製作です。

「7弦のエレキギターのユーザーの大半は7弦のアコースティックギターを使いたいです。6弦のアコ



カラーバリエーションが豊富な7弦エレクトリック・アコースティックギター「NAMADA」

製造できないものの、多くのミュージシャンが今までになかった音色の7弦エレキギター『NANAGEN』に関心を示すようになりました。「ライフで映えるようにデザインにもこだわっています。カラーはコンセプトカラーでもあるピンクをはじめオリジナルカラーのオーダーに応えるようにしました」

スティックギターよりも低音域が出せるので、その愛好者が新たなユーザーになる可能性もある」

そう分析した武藤さんは、7弦エレキギターで培ったノウハウを存分に活かして7弦エレクトリック・アコースティックギター「NAMADA」を開発、2009ギターショウでプロトタイプを発表しました。

さらに新宿区の「ものづくり産業支援事業補助金」制度を活用してプロトタイプを改良し、ピンクを含む6色のカラーバリエーションをそろえ、8月9日から販売を開始しました。

「モノづくりとはプロアコースティックで、今までにないものを生み出す小さな未来づくり。楽器本来の部分をおろそかにすることなく、楽器の製造販売を通じて新たなライフスタイルを提案していきたい。日本人のものづくりの技術は本当に素晴らしいが、もの売りは下手(笑)。そこがこれからの課題です」

有限会社 イー・ステーション
所在地 新宿1-3-12 壱丁目参番館
電話 (5367) 6039
URL <http://www.e-st.co.jp/nilguitar/>

申請はわかりQ&A



1 Q

当社は、建築工事業者です。福島県福島市(特定被災区域内)のA社の工場で製造された浴槽を新宿区(特定被災区域外)の卸業者であるB社を通じて仕入れていました。震災によってA社が直接被害を受けたため、B社から浴槽を仕入れることができず、建物の完成に遅れが生じました。その影響で当社の売上が15%以上減少しました。当社の申請は認定申請書(2)①、(2)②のどちらですか？

A

認定申請書(2)②での申請となります。今回のケースでは、特定被災区域内のA社との間に特定被災区域外のB社が介在しています。そのため、申請会社(当社)とA社との取引関係は2次的取引関係(間接的な取引関係)となります。認定申請書(2)①で申請する場合は、特定被災区域内にあるA社と直接取引関係があることが必須要件となります。

2 Q

当社は、食料品の卸売業者です。今回の震災により、宮城県仙台市(特定被災区域内)に事業所があるC社からの仕入れ(直接取引)が減ったことにより売上が8%減り、新宿区(特定被災区域外)に事業所があるD社からの仕入れ(直接取引)が減ったことにより売上が5%減ったため、当社全体の売上が13%減少しています。全体の売上が10%以上減少しているため、当社は、認定申請書(2)①で申請できますか？

A

できません。認定申請書(2)①で申請するためには、直接取引のある特定被災区域内の事業所との関係で、全体の売上が10%以上減少している必要があります。今回のケースは、会社全体の売上が13%減少していますが、特定被災区域内の事業所との直接取引による売上減少はC社の8%だけですので、必須要件を満たすことができず、認定申請書(2)①では申請できません。なお、認定申請書(2)①で申請するためには、特定被災区域内の取引先との震災前からの継続的な直接取引を確認する資料として、3月11日以前の日付と取引先の名称・所在地等が明記された資料のコピーが必要になりますので必ずご提出ください。

※資料の例→契約書、取引伝票、配送伝票、納品書のコピー

3 Q

私は飲食店を営んでいます。震災後、自粛ムードから、当初予約の入っていたお客様から宴会のキャンセルが相次ぎ、売上が落ち込みました。認定の対象になりますか？

A

宴会の自粛によるキャンセルは認定の対象外です(震災に起因した風評被害など、外部環境に起因する売上減少が客観的に確認できれば、認定の対象となる場合があります。)。また、自粛のほかに、計画停電、節電などの理由も認定の対象外です。



4 Q

当社は印刷業を営んでいます。震災後の3、4、5月は震災により原材料のインクと紙の仕入れが止まったことにより売上が大きく減少していました。6月以降はインクと紙の仕入れが震災以前に戻ったことから通常の事業活動ができていますが、景気の低迷により売上の減少が続いています。このような状況で、10月に申請ができますか？

A

申請するためには、売上の比較対象期間となる3か月間に、震災に起因した理由により、売上が減少していることが必須要件となります。

今回のケースでは、売上の比較対象期間(7、8、9月)の売上減少理由が景気の低迷であるため、申請することができません。

5 Q

添付書類である『認定理由書』はどのように記入したらよいですか？

A

まず、『認定申請書』の理由等の番号(項番)の該当する部分に○をつけてください。

その○をつけた項番の内容にそって、売上減少となっている理由等を認定理由書に具体的に記入ください。その際、震災発生からどのような経緯で申請会社(当社)の売上に影響があったのかを時系列的に詳しく記載してください。

なお、認定申請書に該当する項番がない場合は、申請することができません。

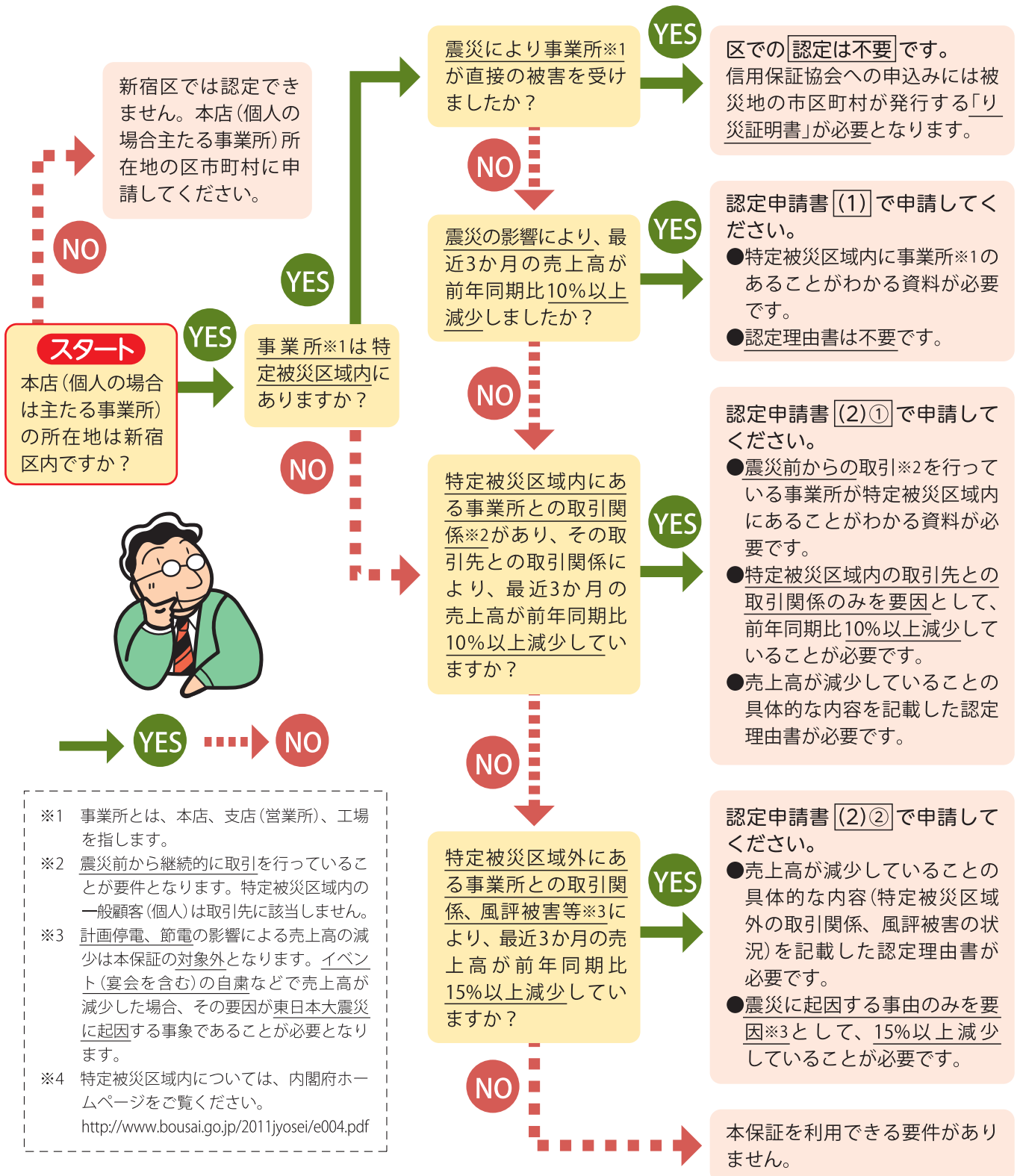
東日本大震災復興緊急保証(国の制度)のご案内

東日本大震災により、直接または間接的被害を受けた中小企業の方々が、金融機関から事業の再建または経営の安定に必要な資金の借入を行う際に、信用保証協会が保証する制度です。認定を受けると、一般保証、セーフティネット保証等とは別枠で最大 8000 万円まで無担保でご利用いただける点が大きな特徴です。詳しい内容は産業振興課ホームページでご覧いただけます。

●産業振興課ホームページ http://www.city.shinjuku.lg.jp/jigyosangyo01_001031.html

【申請要件のフローチャート】

申請の前に要件を満たしているかどうか、下記のフローチャートにてご確認ください。



- ※1 事業所とは、本店、支店(営業所)、工場を指します。
- ※2 震災前から継続的に取引を行っていることが要件となります。特定被災区域内の一般顧客(個人)は取引先に該当しません。
- ※3 計画停電、節電の影響による売上高の減少は本保証の対象外となります。イベント(宴会を含む)の自粛などで売上高が減少した場合、その要因が東日本大震災に起因する事象であることが必要となります。
- ※4 特定被災区域内については、内閣府ホームページをご覧ください。
<http://www.bousai.go.jp/2011jyosei/e004.pdf>

今年もやります!

新宿文化ロード2011

10/21(金)

11/25(金)

どうぞお楽しみに!!

区では、靖国通りから青梅街道沿いの一帯を「新宿文化ロード」エリアとし、周辺地域にある商店街や企業・学校等の協力を得て、文化・観光イベント等を継続的に実施し、新宿の魅力を広く発信します。



こちらも恒例。モア4番街の夕景を彩る「美濃和紙あかりアート」展



「よしもと流ビジネスコミュニケーション術」を学びませんか?



季節の植木と新鮮なフルーツが、お手軽価格で買えます!



オフィスロビーでのランチタイムコンサート



プロ・アマ100のバンドが新宿三丁目界隈で熱く演奏します



損保ジャパン東郷青児美術館では対話式美術鑑賞会があります



新宿文化センターでは各国の踊りが楽しめます



今年も本庁舎前での街頭ライブをどうぞ

◆問い合わせ先◆ 新宿文化ロード協議会事務局 (地域文化部 産業振興課内) 電話 (3344) 0701

内職を発注したい事業主の方へ

新宿区では、内職を発注したい事業主の方(区外可)に内職希望者(区民のみ)を紹介しています。事業主の方が内職希望者の紹介を受けるためには、事業者登録と求人票の提出が必要です。事業者登録は一年間有効です。

登録後、区が募集要件に合う内職希望者を紹介し、希望者と個別に条件等を相談していただきます。現在、登録事業者が少なく、多くの内職希望者が仕事を待っている状況です。内職を発注したい事業主の方は、消費者支援等担当課までご連絡ください。

◆問い合わせ先◆ 地域文化部消費者支援等担当課就労支援係 電話 (5273) 3925

産業振興施策の実施状況を公表します

区は、産業振興に関する基本的な考え方を示す「産業振興基本条例」を平成23年4月1日に施行しました。条例の第9条に基づき、平成22年度の主な産業振興施策の実施状況を公表します。

公表内容は産業振興課・区政情報センター(本庁舎1階)・区立図書館で閲覧できます。新宿区ホームページでもご覧いただけます。

主な産業振興施策

- ・ 中小企業活性化支援
- ・ 地場産業支援
- ・ 商店街活性化支援
- ・ 産業振興施設
- ・ 産業情報の発信

主な実施状況

- 中小企業向け制度融資
 - ・ 利子補給 7,404 件、6 億 1,111 万 3,934 円
 - ・ 信用保証料補助 1,590 件、2 億 1,762 万 435 円
- 商店街にぎわい創出支援事業
 - ・ 95 事業、8,623 万 6,000 円

◆問い合わせ先◆ 地域文化部産業振興課 電話 (3344) 0701

「平成23年度商店街空き店舗活用支援事業」交付対象者が決定

新宿区では商店街の空き店舗対策として、「商店街空き店舗活用支援事業」を行っています。この事業は新宿区内の商店街の空き店舗を活用して事業を始めようとする個人・中小企業者などを対象に、初期費用の一部を助成するというものです。

平成23年度は、下記の3件に交付決定しました。

平成23年度商店街空き店舗活用支援事業交付決定者(敬称略)



空き店舗活用例 2

- ・ (仮称)「荒木町情報コミュニティカフェ」 申請者 志賀 信也
店舗住所 新宿区荒木町6 ルミエール四谷2階(四谷荒木車力門会)
- ・ (仮称)「居酒屋 とろん」 申請者 河崎 紘子
店舗住所 新宿区西早稲田1-16-8 虎屋ビル1階(早稲田商店会)
- ・ (仮称)「産直ショップ まん菜ばたけ」 申請者 原島 敏夫
店舗住所 新宿区高田馬場3-33-5(高田馬場親栄会)

なお、詳しい事業内容については今後の本誌で紹介していきます。



空き店舗活用例 1

◆問い合わせ先◆ 地域文化部産業振興課 電話 (3344) 0701

東日本大震災により被災された皆さまに謹んでお見舞いを申し上げます

新宿区では、東日本大震災被災者への義援金を受け付け、多くの商店会等の皆様からご協力をいただきました。

◆ご協力いただいた主な商店会等(五十音順)

牛込中央通り商店会 西新宿一丁目商店街振興組合 薬王寺商交会 柳町親和会 早稲田大学南門通り商店会

※平成23年5月13日～8月9日現在 ※新宿区総務部総務課にて受付を行った団体のみを掲載しております。

お預かりした義援金は、日本赤十字社を通じて、被災地へ送ります。

日本チェーンストア協会に商店会加入を

協力要請

新宿区と新宿区商店会連合会(以下、区商連)は、平成23年7月12日(火)、日本チェーンストア協会(港区虎ノ門1-21-17)を訪問し、会員企業店舗の商店会加入促進への協力を要請しました。

区は、今年4月に施行した「新宿区産業振興基本条例」で、産業振興に関する区の基本的な考え方を示しています。なかでも商店街は、地域の安全・安心を支えるなど、地域コミュニティの核としての役割を担っていることから、商店街で小売業等を営む事業者は商店街の重要性を理解し、商店会に加入することを努力規定として定めています。

当日は、中山区長をはじめ区の関係者と区商連の会長、副会長等が訪問し、中山区長は「商店街は地域コミュニティの中心であり、まちの元気を担っている。大規模な商業活動を担うチェーンストアは大きな力となるはず。商店会活動にもご尽力いただきたく、加入促進へのご協力をお願いし

たい」と依頼しました。

また現在、区商連では「加入促進強化月間」(9月1日～11月30日)として、商店街の組織力の強化と活性化を図るための活動に取り組んでいます。



日本チェーンストア協会へ要請書を渡す、中山区長と大室会長(写真右)

新宿区と新宿区商店会連合会は商店会への加入を促進しています!!

新宿区 中小企業の景況

平成23年
4月～6月期

新宿区では、区内中小企業に対する「景況調査」を年4回実施しています。

- 1 調査時期 平成23年6月下旬
- 2 調査方法 郵送アンケート調査
- 3 調査対象業種 製造業(44件)、印刷・同関連業(34件)、染色業(24件)、建設業(48件)、情報通信業(44件)、卸売業(42件)、小売業(60件)、飲食・宿泊業(72件)、不動産業(40件)、サービス業(93件)
※カッコ内は有効回答数 合計 501件
- 4 調査機関 (株)東京商工リサーチ

