

1 首都圏 ①

新型コロナウイルスの感染拡大は経済に深刻な打撃を与えただけでなく、社会構造そのものをも大きく揺るがす。中小企業にとっては、自らの存立基盤さえ危うくなりかねない。しかし、そんな厳しい経営環境にあっても、前向きに事業展開する企業は少なくない。新型コロナがもたらしたニューノーマル（新常态）に挑む、中小企業の姿を追う。

変革2020

社内外で研修

端子盤メーカーのフジコン（東京都大田区）は社員個人の能力を生かした事業領域の拡大に挑む。すでにシステム管理を担当する

第6部 ニューノーマルに挑む 中小企業編

社員が、東京中小企業家同友会のマナーインストラクター認定を取得。社員が講師を務めるビジネスマナー研修事業を2019年から開始し、社内外で研修実績を持つ。この活動の強化でコロナ禍を乗り越える考えだ。

大島右京社長は「事業継続計画（BCP）の観点からも、モノづくり以外の価値提供を目指す」と社内副業を推進。「働きがいや会社への帰属意識の向上につながるのでは」と期待する。

NISSYO（東京都羽村市）は、産業機

副業、新事業につなぐ

技術者、営業も兼務

自慢の味、提供に工夫

器向けトランスや電源装置が主力で、この20年間で売上高を10倍に増やした。成長を支えるのは人材だ。久保寛一社長は「社員のキャリアアップなくして会社の成長はない」と強調する。教育研修費は1人当たり年間50万円。同社では技術者が営業も兼ね、顧客対応時に技術的な要素もすべて解決する。



新たな販路を開拓し、リピート客の獲得を狙う（チャーズ）

売り上げ激減

フレランチを主体として日本野菜ソムリエ協会の認定レストラン「チャーズ」を運営するチャーズ

デジタル化

デジタル化を加速す早く気付き、活用した



農地を自動走行する際にもAIを活用する（大起理化工業）

アーズ（さいたま市大宮区）は、2月ごろからの雨量増につなげようから予約のキャンセルがと考えているのが、大相次ぎ売り上げは激減した。活路を見いだそうと、弁当やオードブルのデリバリーサービスを開始した。掲げるテーマは「おうちレストラン」。果ごもり需要の拡大に対応し、普段の作物に適した耕し方を提供する。関沢容を指示するロボットを開発中だ。

「気候変動に強い作物をつくるには土づくりが重要。肥料や品種改良で何とかしようという傾向もあるが、大事なのはやはり育てる大地」と大石社長は強調。研究で終わらせず、コロナ後の農業で生かされるものにしたと力を込める。