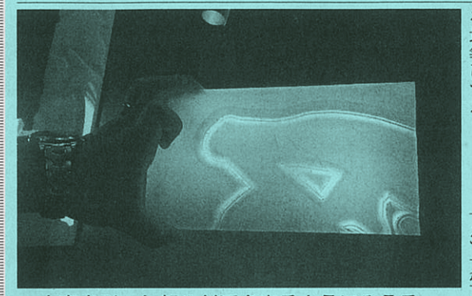
筆文字映える和風看板

協同工芸社、千葉大と研究へ

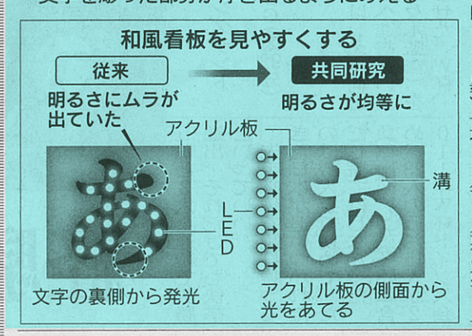
ムラなく発光 訪日客に照準

看板製造の協同工芸社（千葉市、箕輪晃社長）は訪日外国人客向けに和をイメージした看板づくりに乗り出す。千葉大学と共同で、筆文字など和風の繊細なデザインでも文字の明るさが均等になり、見やすいアクリル製の発光看板を開発。レストランや商業施設などに売り込む。2020年東京五輪・パラリンピックを見据え、日本独自のデザインをアピールする。

和風看板はこれまで文字の裏側に発光ダイオード（LED）を配置していたが、筆文字の先端の細い部分に光が届かず、明るさにムラが生じていた。新たに開発する和風看板は表面に彫った溝で光が乱反射するアクリル樹脂の特性を生かし、看板の側面から光を当てることで文字全体の明るさを均等にする。



文字を彫った部分が浮き出るようにみえる



8月からデザイン科学を専門とする千葉大学の寺内文雄教授らと組み、文字を彫る溝の深さや幅、LEDの配置について最もきれいに発光する条件の研究を始める。あえて文字を暗くし、墨で書いた文字を再現するなどデザインの幅を広げられるようにする。

2億4000万円を投じ、10月に千葉市美浜区に新工場を設ける。アクリルを細かく切断するレーザー加工機や、彫刻用のルーターなどの導入により、筆文字など繊細なデザインが描きやすくなる。工場の増設に伴い既存の製品の生産能力も倍増。16年6月期の売り上げは15年6月期比で1割増の15億円を見込む。

同社が和風看板の開発に乗り出すのは、20年の東京五輪に合わせ、訪日外国人客をターゲットにした商戦が活発化すると見込んでいるためだ。来春からは中国語や韓国語表記の看板製作も始め、外国人が見やすい看板づくりを本格化する。

同社は工場新設に伴い千葉市から補助金を受けることも決まった。企業立地を促す助成制度で、新設工場に対する固定資産税・都市計画税相当額を5年間受けられる。箕輪社長は1日、千葉市役所で熊谷俊人市長から通知書を受け取り「日本のデザインを世界に発信していきたい」と述べた。

公募型投信 取り扱い

千葉銀 運用目的に応じ2種

千葉銀行は17日から、公募型の投資信託の取り扱いを開始する。2月に投信の運用業務に参入すると発表して以来初となる商品で、顧客の運用目的に応じて2種類を用意した。千葉銀とちばぎん証券（千葉市）で販売し、ちばぎんアセットマネジメントが運用する。

新商品の「ちばぎんコア投資ファンド」は、顧客が資産形成のため中長期的に保有することを目的に設定した商品。債券や株式、不動産投資信託（REIT）などに分散投資する。債券などの比率が高い安定型と、株式などの比率が高い成長型の2種類を用意し、顧客の目的に応じて選べるようにした。

17日から募集し、31日から運用を開始する。三井住友信託銀行が受託会社を務める。

千葉銀ではこれまで外部の運用会社の投信を販売し、販売手数料で収益を得ていた。自前で運用することで顧客の需要に沿った投信を設定しやすくなる。千葉銀もこれまで運用会社が得ていた信託報酬を取り込み、収益源を広げられる。

地元高校生の記事紹介

新京成 ブログに沿線の魅力

新京成電鉄は新京成線沿線の飲食店や観光スポットを紹介するブログで、地元の高校生の投稿を紹介する。フェイスブックやツイッターなどの交流サイト（SNS）で身近な情報を発信する機会が多い高校生の目線で魅力を発信してもらい、沿線の活性化につなげる。

千葉県立鎌ケ谷高校と組み、同校の1年生が夏休みの宿題として、7月下旬以降に新京成線の駅から徒歩圏内のおすすめスポットを取材する。沿線の飲食店や公園などジャンルは問わない。高校生が取材から記事の執筆まで1人で手がける。

8月上旬から順次、同社ホームページ内のブログ「CiaO×CiaO（チャオチャオ）」で公表する。高校生に地域住民とコミュニケーションをとる機会も提供する。

千葉興銀、タブレット導入

営業強化で400台 金融商品など紹介

千葉興業銀行は9月末をメドに、営業活動の強化を目的にタブレット（多機能携帯端末）計400台を導入する。まず店舗で資産運用などの相談を受ける担当者を中心に130台を配布＝写真。今後は外回りの営業担当者などにも配布し、業務の効率化につなげる。

7月から順次、営業店で米アップルの「iPad Air 2」の導入を開始した。投資信託など資産運用に関する相談に訪れた顧客に対し、タブレットを使って市場の相場や売れ筋の金融商品などを紹介する。リアルタイムで表示でき相談に役立つなど上につなげる。

企業や営業担当者広げる目的から社内で提示できるして必要な情報化や資料作失を減らす。

小学生に職場体験

千葉市がイベント 百貨店などで

千葉市は8月、小学生を対象にした職場体験イベント「ワクワクワークデー」を開く。市内の百貨店や千葉商工会議所などでつくる実行委員会が主催し、百貨店や鉄道会社など107カ所で開催する。子どもの仕事に対する関心を高めるとともに、市街地への集客を促す狙いだ。

東日本旅客鉄道（JR東日本）では駅長の制服を試着したり、実際に運転士が使用する運転シミュレーターを体験したりできる。そごう千葉店はインフォメーションでの案内業務や食品売り場での商品の陳列などを用意する。8月22日の朝から夕方にかけ、4回に分けて実施する。1回の体験時間は事前の説明を含め、1時間半。

市内に住む小学3～6年生を535人受け入れる。

上野の文化施設 共同で街づくり

東京国立博物館や西洋美術館など東京・上野の文化施設8館は月内にも共同でまちづくり団体を立ち上げる。東日本旅客鉄道（JR東日本）や上野

第2288回 東京都宝くじ ＝幸運の女神くじ

◇1等（3000万円）
09組 169939
◇1等の前後賞（1500万円）
◇1等の組違い賞（10万円）
◇2等（100万円）
24組 108822

千葉

一点突破 千葉企業の実力

生命の森リゾートで積極策

新施設、子ども連れ誘客

日本土地改良（長柄町）

《profile》
1969年設立。年間売上高は約30億円で、約2500人のゴルフ会員、約2100人のスポーツ会員も抱える。

日本土地改良が運営する生命の森リゾート（千葉県長柄町）

ゴルフ場やホテルを備える大規模レジャー施設「生命の森リゾート」（千葉県長柄町）が矢継ぎ早に顧客拡大策を打ち出している。バブル崩壊後、施設を運営する日本土地改良（同）が経営破綻するなどの経緯を経たが、経営再建が完了。期間限定で子ども連れを狙った特設エリアを初めて設けたり、新しいアトラクションを導入したりと、積極策にかじを切り始めた。

今年の大型連休。生命の森リゾートの田中秀幸支配人は、子ども連れの多さに目を丸くしていた。5月2日から5日間限定で、子ども向け遊具やディスクゴルフ場を設けて軽食もできるようにした有料エリア（入場料500円）を設置したところ、想定の倍にあたる3300人が来場した。

子ども連れを対象にした特設エリアは初めて。田中支配人は「これまではニーズに気づいていなかった」と苦笑する。来場者の中には生命の森リゾートにやってくること自体が初めてで「こんな施設があったこと自体を知らなかった」との声も目立ったという。秋にも同様の企画を実施する。

生命の森リゾートの広さは約330万平方㍍。東京ドーム70個分の巨大な敷地に、計45ホールのゴルフ場、プール、ホテル、遊戯施設、移住者を受け入れる戸建て住宅やマンションまで備える。年30万人が訪れるが、ゴルフ客や企業の研修などの団体客が中心だ。

日本土地改良の経営は取引先だった北海道拓殖銀行が破綻したことをきっかけに暗転する。1998年、千葉地裁に会社更生法の適用を申請。いわゆる"連鎖倒産"だった。その後、ミサワホームのグループ会社だった現在のリゾートソリューションが支援に名乗りを上げ、現在は同社の全額出資子会社だ。

ただ、今年に入って一部残っていた金融機関向け債務の支払いも完了し、経営再建は完了。新しい投資余力が生まれたことから、積極策に転じた。

精緻な調査 成功のカギ

最近の来場者を調べたところ、近隣の茂原市や市原市の在住者がわざわざ宿泊を伴って訪れるなど、想定していなかったパターンでの利用が増えているという。逆にシニア層と孫が一緒にパターゴルフを楽しむ、といった想定した利用方法は少ないのが現状だ。

消費者の意向をすべてくみ取るのは容易ではないが潜在顧客を拾い切れていない可能性はある。田中支配人は「知名度を上げ、まず足を運んでもらうことが重要」と強調する。それに加え精緻なマーケティングが成功のカギを握りそうだ。

若年層を呼び込むことを目指し、14年春には施設内に長さ445㍍のロープに体をつり下げるようにして滑り下りるアトラクションを導入。施設内を移動するためのカートを取り入れ、3世代で楽しめるパターゴルフ場も整備した。

政府が高齢者の移住を促す「日本版CCRC構想」を打ち出していることも追い風となるかもしれない。

約15年ぶりに施設内のマンション分譲も再開した。すでに約200人が施設内に住むが、将来的にはさらに全国からシニアを呼び込むことで、人生の第2ステージを支援するもようだ。

子ども連れの若年層やシニアを含む3世代家族などの顧客を開拓し、経営の第2ステージを成功させることができるのか。正念場を迎える。

☎ 千葉支局 043-227-4346

全国町村会 藤原会長4選

長野県川上村村長

全国町村会は2日の