

世田谷の元気な産業が見えてくる

TAKE FREE

# せたがや エコノミックス

No.53  
SETAGAYA ECONOmix

令和元年(2019年)12月15日

特集

## 卵の殻をリユースした商品を開発 日本エムテクス 株式会社



TOPICS

第53回世田谷区産業表彰式・  
第13回世田谷区男女共同参画先進事業者表彰式を開催しました  
確定申告書作成会場開設のお知らせ  
「新春経済講演会」のご案内

世田谷  
いいとこ、  
見つけた

## 卵の殻をリユースした 商品を開発 日本エムテクス株式会社

### 卵殻が持つ機能を建材に活用

食卓で日常的に目にする卵。その殻にはガス交換のための約1万個もの小さな穴があり、通気はもちろん余分な湿気を吸収し臭いも吸着させるメカニズムがあるのをご存知でしょうか？ 駒沢に本社を構える日本エムテクス株式会社は、そんな卵の殻を活用した様々な商品を開発しています。

「もともとは家族経営の工務店だった」という同社。業務中に様々な建材を目にするなか、「もっと良いものができるはず」と考え、建材メーカーへと事業を変更。しかし、最初の4~5年は特長ある商品が生みだせず厳しい状況が続いたといいます。そんな状況から脱却するきっかけとなったのが卵殻を使った建材開発です。

粉状にした卵の殻と漆喰を混ぜた塗り壁材「卵漆喰」を皮切りに、塗料やタイル、壁紙などに卵殻を活用した建材を次々とリリース。いずれも卵殻がもつ吸湿性や消臭効果が活かされているうえ、天然素材の建材はシックハウス症候群などの健康被害の低減が見込めることもあり、多くのユーザーの支持を獲得。右肩あがり売り上げを伸ばし続けているヒット商品になっています。



素材や工具がお洒落にレイアウトされた雑貨屋のようなショールーム



用途にあわせて様々な粒径を用意しているという卵殻の粉末



アートではありません。東京卵日和のバスマット「UFUFU(ウフウフ)」です



企業のOEM商品として使われることも多いという「卵のコースター」



テーマパークにあるような小屋は卵漆喰を使った施工例(駒沢ショールーム見学可)



「卵殻活用事業に誇りをもっている」という代表取締役の三浦征也さん

### 資源循環型社会の推進に貢献

環境にやさしい取組みもポイントのひとつ。材料となる殻はすべてマヨネーズの製造過程で発生する卵の殻をリユースしており、キュービー株式会社がおこなう環境への取組みの一環としても機能しています。そのため、キュービーの工場見学者通路の一部には、日本エムテクスのエッグウォールが使用されています。また、これから世界が目指す資源循環型社会の推進にも合致するため、TV・雑誌などメディアに取り上げられることや、環境問題に敏感な企業からの発注も増えています。

「僕たちが頑張れば環境が良くなるので、社会に貢献できている実感があります」という三浦社長は、建材だけではアプローチできない人たちにも卵殻素材の良さを知ってもらうため、約5年前から雑貨ブランド「東京卵日和」を展開。すると、こちらもエンドユーザーだけでなく企業とのOEM契約も多いブランドになっているといいます。環境への意識がさらに高まるであろうこれから、人にも環境にもやさしい日本エムテクスの商品はますます広がりを見せそうです。

日本エムテクス株式会社

駒沢2-16-18 ロックダムコート3階

TEL:03-5433-3450

<https://nmtecs.jp>

世田谷を熱くする  
人・モノ・技術のご紹介



代表取締役 大津博次さん

有限会社  
大津琴三絃  
代沢5-29-2  
TEL:03-3412-4671  
http://www.okoto.jp

## 伝統工芸を発展させる 職人の心構えと創意工夫

材料の選定から仕上げまでほとんどの工程が職人の手作業でおこなわれ、すべての製品が一点ものという伝統和楽器「東京琴」。創業以来、東京琴を118年間つくり続けているのが、下北沢に店を構える大津琴三絃です。現代表である三代目・大津博次さんは、極めて優れた技能をもつ職人として、東京都伝統工芸士に認定されているほか、東京都優秀技能者（東京マイスター）も受賞しています。

「休業期間なんてもんは、気障っぽく言えば一生。（琴職人は）なんとか形になるまで10年。あとは自分で考え、工夫してやるしかない」という博次さんの姿勢は、琴・三味線の制作技術にとどまりません。邦楽人口増加の妨げとなる「和楽器は高いというイメージ」を覆すため、低価格で提供できるリサイクルの仕組みを構築したり、近年増えつつあるという海外ユーザーへの宣



自らの意思で稼業に入ったという四代目・亮さん

伝・配送にもいち早く対応。さらに、大学と協力して新たな素材の開発にも取り組むなど、和楽器を取り巻く環境のアップデートにまでおよんでいます。

常に工夫を忘れず新たなものを創り出す職人の心構えは、時代のニーズを伝統に組み込み、和楽器をさらに発展・継承させています。



「仕事の楽しさを伝えることも大切」という三代目・博次さん

## 飲食店の開業を後押しする 三軒茶屋の「フードホール」

今年4月、三軒茶屋にオープンした「FORT MARKET」は、飲食店開業に必要な設備が整えられたフードホールで、それぞれカフェ&バー向け／ベーカリー&スイーツ向け／多業種対応のキッチンをもつ3店舗と共有のイートインスペースで構成されています。

特徴は、飲食店を開業したいという方が使いたい店舗と曜日・時間帯を選択して営業するスタイル。一般的な飲食店開業時に必要な不動産や厨房機器設置などにかかる費用・時間を低減できるうえ、本格的開業の前にプレマーケティングができるのも大きなポイント。飲食店経営に挑戦したいと考える個人や企業を後押ししてくれます。

このサービスを始めたきっかけは「自分が飲食店をやってみたかったから」という中村さん。オープン時は自身も出店し「他の出店者がとりにいるので、いろいろ話を聞いたり相談できることもメリット」と感じたそう。また、区の特設創業支援等事業を受けて開業していることもあり「特に区内の飲食店開業支援に力を入れたい」と語ってくれました。自慢のフード・ドリンクメニューをお持ちの方は、まず「FORT MARKET」で事業化への一歩を踏みだしてみても。最低1か月の契約からスタート可能です。



来店者にとっては最新の店舗やフードメニューを体験できる魅力的な高感度スポットに

SETAGAYA  
NEW  
POWER!

世田谷区から  
誕生した  
話題のサービスをご紹介します



株式会社なかむら商会  
代表取締役 中村忠明さん

FORT MARKET  
Sangenjaya  
三軒茶屋2-11-24  
サンタラズA 2階  
https://www.fortmarket.jp

世田谷  
ぶらっと

あなたの身近な魅力発見!

世田谷まちなか観光交流協会  
さまざまなまち歩きを楽しむモデルコースなど区内の身近な魅力満載のアプリ「世田谷ぶらっと」をぜひダウンロード(無料)してください!

世田谷の魅力を一挙に集めた観光情報サイト「エンジョイ! SETAGAYA」。多言語にも対応しています。ぜひ、アクセスしてください!

## 主催者に聞く! イベントのポイント 東京都指定無形民俗文化財 世田谷ボロ市

日程/2019年12月15日(日)・16日(月)  
2020年1月15日(水)・16日(木)  
時間/9:00~20:00  
会場/世田谷一丁目の「ボロ市通り」と周辺  
お問合せ/世田谷総合支所地域振興課 地域振興・防災  
☎03-5432-2831

### せたがやボロ市保存会 事務局長に聞きました

#### ●世田谷ボロ市の歴史を教えてください

戦国時代の楽市に端を発する伝統ある市場で、小田原城主の北条氏政が天正6年(1578年)9月29日世田谷新宿あてに発した「扱書」が残っていることから、442年前には開かれていたことが分かっています。江戸時代になると、農家が副業で作る草鞋に編み込むボロが安く売られるようになって、いつとはなしにボロ市と呼ばれるようになったそう。現在は東京都の無形民俗文化財にも指定されています。



思わぬ掘り出し物との出会いに期待

#### ●ボロ市の特徴は?

開催日は扱書に従って変えておらず、毎年同じ日にちで実施しています。かつては名前の通りにボロ布や草鞋などが多く売られていましたが、近頃はバラエティに富んだ様々なモノが並び、売れ筋商品も年々変わってきています。毎年大人気なのは名物の「代官餅」で、数時間待ちの行列になることも珍しくありません。

### 世田谷を楽しもう! オリジナル缶バッジプレゼント



世田谷にお越しの際は三軒茶屋にある観光案内所「SANCHA<sup>3</sup>(サンチャキューブ)」にお立ち寄りください! 本紙(せたがやエコノミクス53号)をお持ちいただいた方に、オリジナル缶バッジをプレゼントいたします。  
※お一人様につき1点、先着30名様  
期間/2020年3月15日まで  
時間/詳しくはホームページをご確認ください



←サンチャキューブは東急世田谷線三軒茶屋駅改札のすぐそばです!



伝統あるボロ市で  
安心して買い物を  
楽しんで!

せたがやボロ市保存会  
事務局長 村石圭樹さん



毎年長蛇の列ができる代官餅売り場

#### ●せたがやボロ市保存会の活動についてお聞かせください

伝統を継承することを目的に、全会員がボランティアでボロ市を開催・運営しています。力を入れて取り組んでいるのは約700店におよぶ出店者の募集や管理で、反社会的勢力が出店できないよう警察署にも協力をいただき、出店者・来場者ともに安心して売場できる環境づくりを心がけています。

#### ●地域への貢献で意識している事はありますか?

ふだんから地元の方たちと協力しながら活動しています。ボロ市があることで、出店している地元商店街はもちろん近隣店舗の活性化に貢献できているのではないのでしょうか。また、東日本復興支援物産展にも協力しています。

#### ●おすすめのルートを教えてください

世田谷線世田谷駅で下車してボロ市通りを見学し、世田谷線上町駅の方へと歩くルートがオススメです。



東京商工会議所世田谷支部  
TEL:03-3413-1461 FAX:03-3413-1465  
https://www.tokyo-cci.or.jp/setagaya

公益財団法人世田谷区産業振興公社  
TEL:03-3411-6613 FAX:03-3412-2340  
https://www.setagaya-icl.or.jp

世田谷区経済産業部  
TEL:03-3411-6653 FAX:03-3411-6635  
https://www.city.setagaya.lg.jp

〒154-0004 世田谷区太子堂2-16-7世田谷産業プラザ

# 世田谷区における中小企業の景況

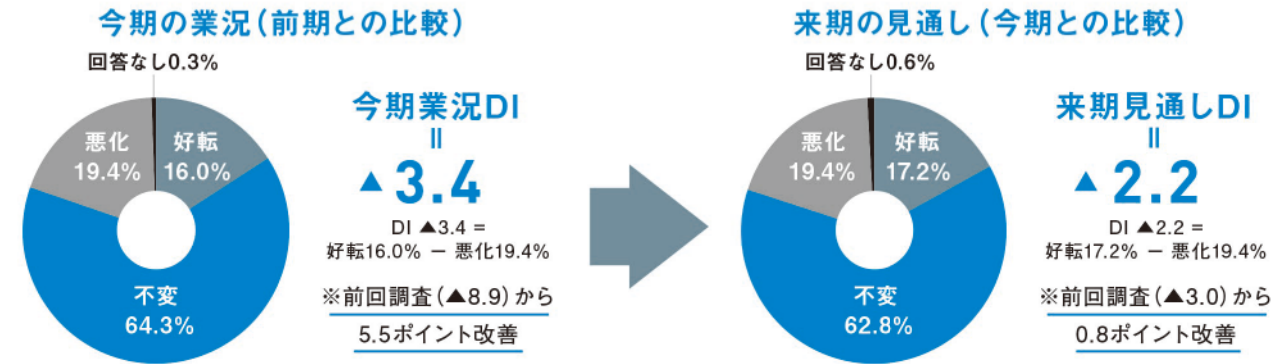
## 第69回調査実施概要

1.調査時期:2019年10月1日~10月10日 2.対象期間:2019年7月~2019年9月期、および2019年10月~2019年12月期見直し 3.調査対象:東京商工会議所世田谷支部会員(3,013社)①製造業・建設業・運輸業・その他の業種(②~④を除く)②卸売業③資本金3億円以下、または従業員300人以下 ③卸売業④資本金

1億円以下、または従業員100人以下 ③小売業④資本金5千万円以下、または従業員50人以下 ④サービス業⑤資本金5千万円以下、または従業員100人以下 4.調査方法:調査票郵送~郵送・FAXにて回収。世田谷信用金庫・昭和信用金庫に協力依頼。5.回収状況:合計325社(回収率10.7%)製造業③38社・不動産業③35社・小売業(飲食業含む)③69社・建設業③52社・卸売業③51社・サービス業③80社 ※数値については小数点第2位を四捨五入しており、計算値が一致しない場合がある。

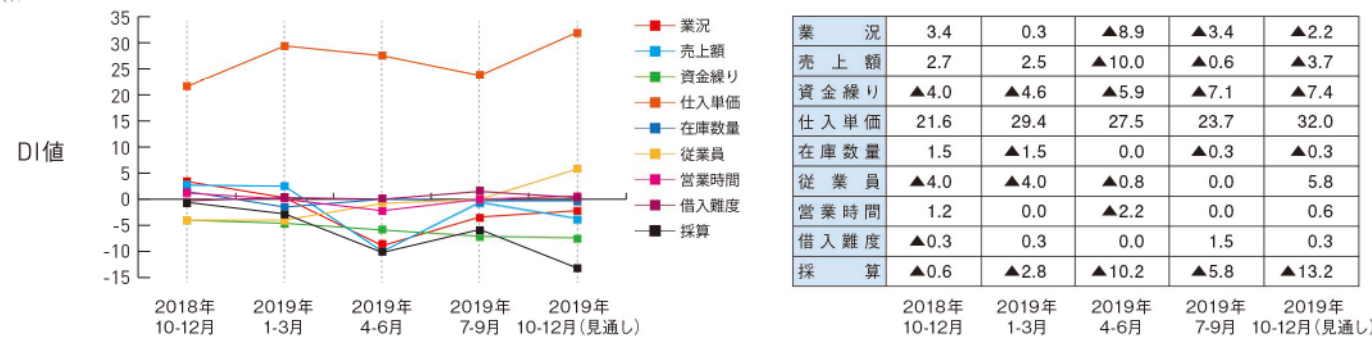
### 業況

今期(2019年7~9月期実績)の業況DIは、▲3.4ポイントで前期から5.5ポイント改善となった。来期の業況見直しDIは▲2.2ポイントとなり、前回調査より0.8ポイント改善する見通し。



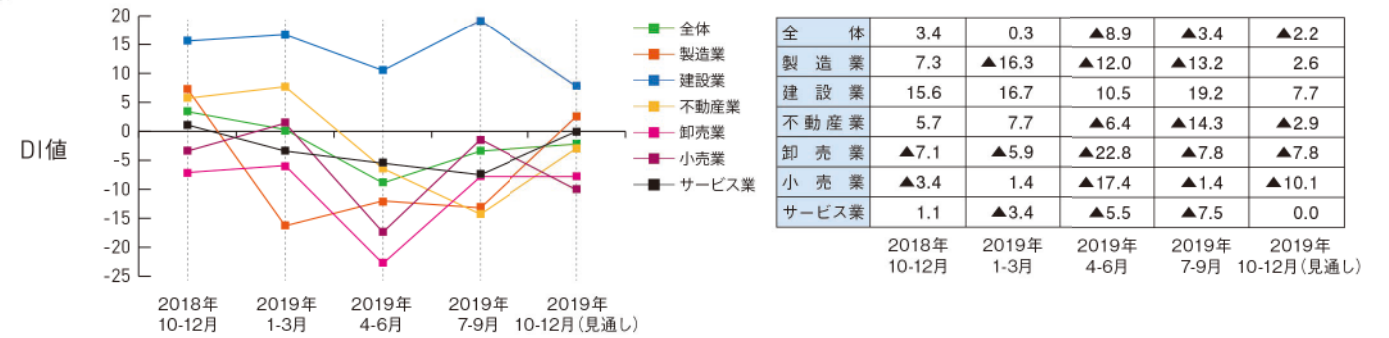
### 主な指標別の傾向

今期は、売上額▲0.6(前期比+9.4)、採算▲5.8(同+4.4)など5指標でポイントが増加し、仕入単価23.7(前期比▲3.8)、資金繰り▲7.1(同▲1.1)などの3指標でポイント減少となった。来期見直しは従業員5.8(当期比+5.8)、営業時間0.6(同+0.6)など3指標でポイントの増加が見込まれ、売上額▲3.7(当期比▲3.1)など4指標でポイント減少が見込まれる。



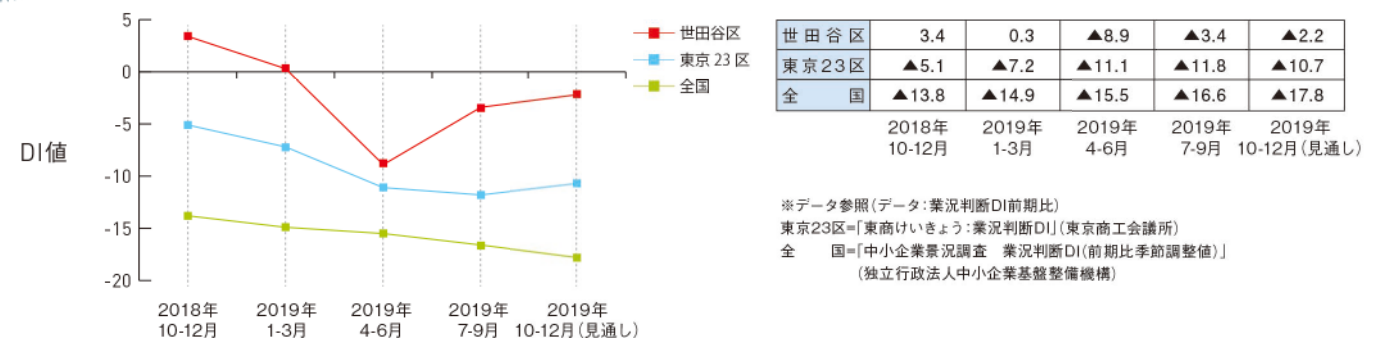
### 業種別の動向

今期の業種別DIは「小売業」▲1.4(前期比+15.9)、「卸売業」▲7.8(同+15.0)など3業種で改善。一方、「不動産業」▲14.3(同▲7.9)など3業種でポイントが減少した。来期は「製造業」2.6(当期比+15.8)など3業種でポイントが増加し、「建設業」7.7(当期比▲11.5)と「小売業」▲10.1(同▲8.7)はポイントが減少する見通し。



### 東京都・全国との比較

「世田谷区」(▲3.4ポイント、前期比+5.5)はポイントが増加。「東京23区」(▲11.8ポイント、前期比▲0.7)、「全国」(▲16.6ポイント、前期比▲1.1)はポイントが減少した。来期は「世田谷区」(▲2.2ポイント、当期比+1.2)、「東京23区」(▲10.7ポイント、当期比+1.1)はポイント改善の見通し。一方、「全国」(▲17.8ポイント、当期比▲1.2)はポイントが減少する見込み。



## 主要景況指数表[今期の状況(前期比)]

(注)調査項目:業況(好転⇨悪化)、売上額(増加⇨減少)、資金繰り(好転⇨悪化)、仕入単価(上昇⇨低下)、在庫数量(増加⇨減少)、従業員(増加⇨減少)、営業時間(延長⇨短縮)、借入難度(容易⇨困難)、採算(好転⇨悪化)

	業況	売上額	資金繰り	仕入単価	在庫数量	従業員	営業時間	借入難度	採算		
全体	▲3.4	4.0	▲0.6	7.1	▲7.1	23.7	▲0.3	0.0	1.5	▲5.8	
製造業	▲13.2	▲10.5	▲23.7	▲7.9	▲18.4	42.1	▲13.2	▲5.3	2.6	▲2.6	▲13.2
建設業	19.2	23.1	17.3	30.8	9.6	26.9	0.0	3.8	5.8	5.8	17.3
不動産業	▲14.3	▲5.7	▲8.6	5.7	▲11.4	17.1	0.0	2.9	▲2.9	5.7	▲20.0
卸売業	▲7.8	5.9	5.9	11.8	▲11.8	19.6	11.8	5.9	0.0	2.0	▲3.9
小売業	▲1.4	1.4	▲1.4	▲7.2	▲1.4	21.7	1.4	▲8.7	▲1.4	0.0	▲10.1
サービス業	▲7.5	3.8	▲1.3	8.8	▲12.5	20.0	▲3.8	2.5	▲2.5	0.0	▲8.8

## 主要景況指数表[来期の見通し(当期比)]

	業況	売上額	資金繰り	仕入単価	在庫数量	従業員	営業時間	借入難度	採算
全体	▲2.2	▲3.7	▲7.4	32.0	▲0.3	5.8	0.6	0.3	▲13.2
製造業	2.6	0.0	▲5.3	36.8	7.9	0.0	0.0	0.0	▲7.9
建設業	7.7	7.7	3.8	36.5	▲5.8	15.4	0.0	7.7	▲5.8
不動産業	▲2.9	▲2.9	▲2.9	17.1	▲2.9	2.9	0.0	5.7	▲8.6
卸売業	▲7.8	▲3.9	▲5.9	43.1	▲3.9	9.8	5.9	2.0	▲11.8
小売業	▲10.1	▲15.9	▲17.4	31.9	4.3	▲8.7	0.0	▲2.9	▲30.4
サービス業	0.0	▲2.5	▲10.0	26.3	▲1.3	13.8	▲1.3	▲5.0	▲8.8

概況:<DI(Diffusion Index)とは>> DI(%)=[「良い」「増加」等企業割合-「悪い」「減少」等企業割合]

DIとは、各設問の項目について、「増加」「好転」したとする企業の割合から、「減少」「悪化」したとする企業の割合を差し引いた値です。したがってDIがプラスを示している場合は、全体として「増加」「好転」したとする企業の割合が多く、景況(またはそれぞれの要素)が上向きの傾向にあることを示します。逆にマイナスを示している場合は、景況が低迷の傾向にあることを示します。

## 経営上の問題点

1位「従業員の確保難」33.5%(前期比▲2.8ポイント)は14期連続で1位。また、2位「人件費の増加」28.9%(同+1.4ポイント)、3位「仕入単価、下請単価の上昇」23.7%(同+0.5ポイント)、4位「人件費以外の経費の増加」20.0%(同▲2.6ポイント)、5位「購買ニーズの変化への対応」17.2%(同▲2.2ポイント)、6位「需要の停滞」16.0%(同▲0.2ポイント)と1位~6位が前期と同順位となった。7位「販売単価、製品単価、請負単価の低下・上昇難」13.5%(同+1.1ポイント)が前回順位8位より、13位「事業資金の借入難」4.0%(同+0.8ポイント)は前回順位15位より上昇。16位「購買力の他地域への流出」2.5%(同+0.1ポイント)、17位「金利負担の増加」2.2%(同+1.6ポイント)も前回順位より上昇した。

順位	項目	回答数	回答率	前回順位	順位	項目	回答数	回答率	前回順位
1	従業員の確保難	109	33.5%	- 1	11	店舗・倉庫の狭隘・老朽化	28	8.6%	- 11
2	人件費の増加	94	28.9%	- 2	12	その他	19	5.8%	- 12
3	仕入単価、下請単価の上昇	77	23.7%	- 3	13	事業資金の借入難	13	4.0%	↑ 15
4	人件費以外の経費の増加	65	20.0%	- 4	14	在庫の過剰	12	3.7%	- 14
5	購買ニーズの変化への対応	56	17.2%	- 5	15	取引条件の悪化	10	3.1%	↓ 13
6	需要の停滞	52	16.0%	- 6	16	購買力の他地域への流出	8	2.5%	↑ 17
7	販売単価、製品単価、請負単価の低下・上昇難	44	13.5%	↑ 8	17	在庫の不足	7	2.2%	- 17
8	新規参入者の進出や同業者の増加	42	12.9%	↓ 7	17	金利負担の増加	7	2.2%	↑ 19
9	大企業(大型店)進出による競争激化	41	12.6%	- 9	19	代金回収の悪化	6	1.8%	↓ 16
10	生産設備の不足・老朽化	30	9.2%	- 10	20	生産設備の過剰	3	0.9%	↓ 19

※複数回答(3つまで選択)のため、回答率の合計は100%を超える。

