

## 造園ノウハウを活かした 文化財等の三次元測量と 高精度復元工事の提供



株式会社 金岡光輝園  
代表取締役 金岡 秀和

今回は志筑に本社を構える株式会社金岡光輝園の社長金岡秀和様にお話を伺いました。

造園工事、生花店、植物栽培を中心として営業してきた光輝園さんが経営革新に取り組んだのはものづくり補助金がきっかけだったそうです。生花店や植物の栽培部門ではホームセンターや大型店舗との競合により業況の厳しさを考え、造園部門を中心に「売上額重視」から「粗利額重視」に造園工事の営業方針を変える中で「造園技術」と「最新の測量技術」を兼ね備えた取り組みを考えられました。建築業界においてもスクラップ&ビルトの時代は終わり、ストックの活用へ向かっている時代、そして改修工事が新築工事を上回る時代の流れのなかで文化財である妙勝寺の庭園の補修を任されたことが今回の新しい技術の導入に踏み込んだきっかけだそうです。その技術とはレーザー光線での3Dスキヤニングでした。庭園の測量は、樹木、灯籠、景石等、個々によって形が異なるものが多く、精度の高い測量も難しく図面にする場合もスケッチや写真で図面の正確さを補いながらお客様に説明をしていた。しかし今回の3Dスキヤナを使用することで数

ミリ単位の色情報と位置情報を数値で記録することによりパソコンやタブレット上で様々な角度の立体図が表示可能になった。使用に際して英語のマニュアルしかなく習得に苦労はしたもののスキヤニングした後の3Dデータはコンピュータの中で自由に表示することができ、コンピュータ画面に再現された庭園はあらゆる角度から手に取るように見ることができ、断面までも自由に表示でき、お客様に説明する場合の大きな説得力を發揮します。



できたため経営革新計画書の作成にはさほど手間を必要とはしなかったそうですが、過去のデータから未来予測の数値など数字を記入するには手間取ったと話をされました。ものづくり補助金と経営革新計画は並行してスタートされたのですが経営革新計画も受理されたおかげで金利も優遇され今後の経営にも大きな希望が持てたのではないのでしょうか。自然を相手にする造園業は植物それぞれの個体に気を配り、自然の力を最大限に利用しなければならぬ、長いスパンで見守る仕事のため、時間を経ての庭園の変化を3Dスキヤナで、正確にしかも少しの間で数値データとして残されれば、大きな災害の後でも復元が可能になり、細かい指示もできる素晴らしい手段を手に入れたと思います。

測量技術を持った造園技術者という立場はこれまでの施工者・測量技術者・測量図面製作・施工といった数社を使うことより、経費の削減が可能になる。「造園会社でこの様な測量を提供できるのは兵庫県内初で、同業他社に対し優位な立場になった。」と金岡社長は胸を張って話していただきました。

(藤村良男)

## 夢の実現と厳しい現状

鮮魚仲買業の家に生まれた倉本さんは、幼い頃からの夢だったあなご屋を昭和61年に創業。独自の製法を駆使し、焼きあなご専門店として順調に業績を伸ばしてきた。お客様の要望があり、持ち帰り用あなご丼の製造販売にも取り組んできた。

ところが、近年漁獲量が減少し、活きのよいあなごが入り難くなり、仕入価格の高騰を招き、利益率の低下につながった。

そして、今や「焼きあなごは高級品」となり、年間売上の半分をお中元・お歳暮が占める事態となった。

そこで、経営革新セミナーを受講し、通年売り上げの安定化を図り、独自性を強化して、同業他社に負けない経営基盤を作るため、観光客向けに「炭焼き



あなご重」の開発販売に乗り出した。

年間1000万人の来島する観光客を収納する昼食施設がない淡路島では、車中でも、観光地でも食べられる弁当需要の増大が背景にある。

## あさじのあなごはなぜおいしい？

あさじのあなごは、肉厚でやわらかい独特の食感と、いつまでも口中に残る香ばしさと甘さに定評がある。

その秘密は、「活きあなご」へのこだわりである。炭火焼も、毎日のだしづくりも、活きあなごを使用する。そのため、畜養水槽を5年前に作った。漁獲量の減った活きの良いあなごを安定的に確保するためだ。

## 炭焼きあなご重の開発

香ばしい焼きあなごと冷めたご飯をいかになじませるかにこだわって、炭焼きと煮込みを組み合わせた新調理法を考案。

表面はカリッ、中はフワッと仕上げ冷めても柔らかいあなごごと、あなごエキスたっぷりのだしで炊いたご飯の組み合わせ

により夢の弁当の実現に向けて改良を続けている。

## 商品はお客様をうらぎらない

お客様の増加に備えて調理場を拡張し、隣地の土地を借り上げて駐車場も拡大した。

お弁当を温かいまま食べたいというお客様の要望で約8坪のイートインスペースも増築した。開放感のある全面ガラス張りの白基調のおしゃれな空間である。

ランチタイムには、多くの観光客で賑わっている。好評を聞きつけて地域のお客様も増えてきた。

派手なパフォーマンスを嫌う倉本さんは今まであまり自店の宣伝をしてこなかった。それでも順調に業績が伸びてきたのは、お客様の口コミによってお店の評判が拡がり、リピーターが増えてきたことによる。

「商品はお客様を裏切らない。良いものを提供し続けるのが私の使命だ。」と職人気質の倉本さんは語る。そして、「将来は他の魚も扱いたい、『魚ならなんでもあさじへ』となるのが次の夢だ。」と付け加えた。

(岡野雅年)

## 増大する観光客の昼食需要に対応 独自ノウハウであなご弁当を開発

炭焼きあなご

株式会社

あさじ

代表取締役

倉本

正富

# 経営革新