

# 経営者表彰

## 埼玉県知事賞

埼玉産業人クラブ(さいたま市浦和区、増田文治会長＝マスタック会長)は、埼玉県内にある中小・ベンチャー企業の経営者を表彰する「第18回埼玉ちゃんじ企業経営者表彰」(埼玉県、埼玉りそな銀行、日刊工業新聞社など後援)の受賞者を決めた。県内の金融機関や産業団体から推薦のあった経営者16人のうち、事業・財務内容に優れ、地域社会への貢献度が高い5人が選ばれた。

毎年「今期の指針」を出していますが、今年度は「やってみなきゃわからない」にしました。経験を積んでくると、やる前から「多分ダメだろう」と思ってしまうがち。でも、やらなければわからない。とにかく社員に何か新しいことをやってもらいたくて指針にしました。

住田光学ガラス 社長  
住田 利明氏



「新しいことは正しい。会社をどんどん変えていこう」と常々言っています。今年はずっと70期。同じことをやっていては長くは続かない。新しいことを常に違うことを目指してやっていきたいという気持ちを言葉にしました。

光ファイバー関連とレンズ関連の売上高がほぼ半々。お客さんから頼まれたものは別ですが、開発は基本的に目標を設定しませ

ん。開発する人間が、自分の持つ知識と技術を生かして、さらにそれを先を目指してかんばる。そこに制約は設けない。開発担当が思ったことをやる。どんなにやってももう。どんなものが開発できるかわからないじゃないですか。分らないの口を挟むから、話がややくくなる。黙って任せたい方がいい。

## 新しいこと 面白い仕事・製品 活力に

売れる売れないは関係ありません。面白い面白くないか。技術的に面白ければどんなにやろうと。短期的に儲かったとしても、長期的にはどうなのかと考えると、もうなごころになりません。

面白い仕事をして面白い製品を作り出した結果として、利益が出て次の原資になっていく。そういう考え方を当社はしています。新しいものをどんどん出せるような活力のある会社をこれからも目指します。

### 企業データ

- ①1953年②4900万円③3800人④光学機器・レンズ製造業⑤さいたま市浦和区

## 埼玉産業人クラブ会長賞

協同商事の社名には、農家と生活者が協力して新しい農業を作ろうという意味が込められています。1970年代に有機農業の取り組みを始め、産地直送の仕組みも作り上げてきました。農業が1次産業の殻に閉じこもるのではなく、生産や加工を通じ、付加価値をつける。その一つにビールがありました。

協同商事 社長  
朝霧 重治氏



COEDOビールは2006年にできましたが、ビール参入からの10年間は試行錯誤の歴史でした。当時、地ビールブームが去り、業界全体が停滞していました。撤退する事業

れた緑肥としての麦と規格外のさつまいもを有効活用する手段として考えたのが「COEDOビール」の原点であり、いまの「紅赤」の中に息づいています。COEDOビールは2006年にできましたが、ビール参入からの10年間は試行錯誤の歴史でした。当時、地ビールブームが去り、業界全体が停滞していました。撤退する事業

者も多く、「地ビールは癖がある」と吐き捨てるように言われたことを覚えています。地ビールが認知されていない、社会に必要とされていない状況でした。振り返ると地ビールの多くが観光や地域おこしを目的としており、ビールにしっかりと向き合っていないかった。度数や色、香りなどビールのカテゴリーは100種類以上あり、作り手にアイデアが委ねられています。多様性があった、ものとしての素晴らしさがある。ビールはそもそも美しく、楽しいものであるということ。「Beer Beautiful」というコンセプトに込め、当社は地ビールではなく、「職人による手作りのクラフトビール」にフォーカスし、新しいポ

## 「職人による手作りビール」に焦点

「職人による手作りビール」にフォーカスし、新しいポ

### 企業データ

- ①1982年②9900万円③109人④青果物卸売り・ビール製造など⑤埼玉県川越市

## 第41回 西海記念賞

埼玉産業人クラブ(増田文治会長＝マスタック会長)は、研究開発や創意工夫で優れた成果を出した会員企業の技術者をたたえる「第41回西海記念賞」を決めた。受賞したのは「市町村や地域ごとの地下水量を分かりやすく提示する『地下水価格マップ』」を開発した日さく(さいたま市大宮区)の橋本拓弥さん、工業塗装専用IoT(モノ)のインターネットシステム「KCW-CMS」を開発した久保井塗装(狭山市)の窪井要社長。同賞は埼玉産業人クラブで2代目会長を務めた三輪精機の西海國至王夫氏による寄付金で創設。2021年に日刊工業新聞に掲載された記事から候補を選び、技術士ら専門家に協力を仰いで決めた。

### 日さく(さいたま市)

市町村や地域ごとの地下水量を分かりやすく提示する「地下水価格マップ」の開発

地質調査本部 地下水研究グループ 橋本 拓弥さん

地下水は目に見えないから分からない。地下水に関わる仕事をしていくとよく耳にする言葉という。それと裏腹に、地下水は人々の生活に深く根付いている。例えば同社が本社を置くさいたま市の水道水源のうち、9割は河川などから取水し1割は地下水を使っている。日さくはその地下水をくみ上げる井戸を掘り、人々に命の水を届けている。そこで身近に地下水があることを周知し有効活用してもらおうと開発・公開したのが、デジタルデータ「地下水価格マップ」だ。

同マップは産業技術総合研究所との共同研究において開発。全国を各市町村や地域ごとに500メッシュで区切り、地下水量のほか対象の地下水の価値を示す価格を表示する。また万一環境汚染の可能性がある場合はどの程度掘ったら悪影響が出るのか、といったデータも含む。マップ活用により災害用井戸を建設したい自治体や、きれいな地下水のある地で工場建設を目指す半導体メーカーなどへ、科学的・工学的な地下水利用についても提案する。さらに飲料メーカーやレジャー施設などにも訴求。地下水への理解を深めてもらった上でサステナブルな事業活動などへの活用を見込む。

開発グループの一人が、地下水研究グループの橋本拓弥氏。入社4年目、20代の若手社員だ。マップにどの程度の精度を担保するのか、地下水の価値をどう表現するのか(同)。業界でも初めての試みに悩むことも多かったという。そんな中失敗しても構わないからどんどん前に進もうという若林直樹社長の言葉も後押し。完成にこぎ着けた。マップの精度を確認するためにも現地調査を行い、より実際の地下水を捉えたものにしたい(同)。若き研究者は奮闘を続ける。

中長期的には、人工知能(AI)を活用し、今後の気象変化や人口の増減といったデータををもとに変動するマップの開発を見据える。これにより利用者は将来を見据えた上での都市開発や防災用井戸の開発が実現する。日さくの挑戦は今後も続く。



地下水価格マップを開発する橋本さん

地下水価格マップ

地下水価格 (1m<sup>2</sup>当たり円) 3,000 0



地下水価格マップは、地下水を価格に換算。地下水の量などを細かく把握できる。