

事務局だより

INFORMATION



11月

●3日 第12回ゴルフ大会  
(片山津ゴルフ倶楽部 山代山中ゴルフ場 いぬわしコース)  
14社31名が参加

◆優勝 柳瀬彰一 (協)金沢問屋センター  
◆準優勝 高田逸雄 北陸通信工業 (株)  
◆第3位 鍛冶彰秀 北陸通信工業 (株)

●4日 理事会

1. 事業戦略委員会より  
(1) 第7回情報化セミナー開催  
(2) 情報ネットワーク化を図るため、平成12、13年度の2年間、国・県の補助を得て、組合情報化事業に取り組むことに決定

2. 厚生委員会より  
平成13年の新規卒業者、合同企業説明会開催と第12回ゴルフ大会結果報告と第5回スキーツアー予定報告

3. 組合運営委員会より  
不燃物有料回収実施と金沢流通会館の利用状況報告と稼働率UP対策

4. 事務局より  
問屋神社鎮座30周年記念大祭 平成12年10月4、5、6日の3日間、4日の午前10時より慶賀祭

●15日 暴力団追放石川県民大会  
約1200名が集まり、金沢流通会館1階大ホール・パルスで行われた。



●24日 大阪・石川商いフォーラム'99  
大阪府内の卸売業界代表者と石川県の流通業界関係者が相互の交流を深めることを目的として開催された。基調講演の後のパネルディスカッションには、石川代表のパネラーとして当組合より宗廣理事長および若林理事が参加し、熱心な討論が行われた。



12月

●1日 第7回情報化セミナー  
「インターネット技術の最新動向と、オフィスと家庭への今後の普及」  
30社39名が出席

●3日 理事会  
1. 総務委員会より、新年互礼会、集団健康診断予定と運転資金転貸及び商工中金増資の件  
2. 厚生委員会より、経営者研修会、中堅社員研修の件  
3. 事業戦略委員会より、組合ホームページ完成の件  
●3日 新入社員フォローアップ研修

平成12年

1月

●4日 新年互礼会



●6・7日 初市(金沢問屋センター繊維同業会)



●13日 総務委員会 組合の中間決算と長期財務計画について

ホームページ完成

去る12月1日に、当組合のホームページが完成しました。組合員紹介や組合の概要のほか、今後いろいろな情報を提供していく予定です。皆様からもトピックスやニュースリリース等を募集しておりますので、ぜひ一度アクセスしてみてください。

<http://www.kimassi.or.jp/>



KIMASSI

Vol.76  
February

KANAZAWA

FEBRUARY 2000 KANAZAWA TOIYA CENTER QUARTERLY NEWS 金沢問屋センターニュース  
URL <http://www.kimassi.or.jp/>

年男 新年の抱負を語る。  
平成12年の経済見通し  
近代化研究会視察研修報告書

●TOPICS  
シリーズ「トレンド」を語る。  
生命の誕生をサポートする個性派店舗をめざして。

編集後記

2000年、これだけ世間が騒がしいと例年と違った新年を意識します。その割には何ら大きな問題もなく、穏やかな年の始めを迎えたような気がします。ただミレニアムという、21世紀への足掛りとなるべき新しい年は、今までの延長線上での経営をするのではなく、新しい流通・さらなる変化への対応に備えていかなければならないと思っております。この問屋センター「キマッシ カナザワ」の広報誌も昨年より新しく様変わりしました。これからは一人一人が、常に問題意識を持ち、プラス志向で、事業や経営に携わっていくことにより前進していくものと考えております。今年も、新しい形をめざし、広報誌ともどもよろしくお願いいたします。(A)



# 年男、新年の抱負を語る。



## “目きき”の目を養う第一歩を

株式会社  
五井建築設計研究所  
部長 西川 英治

新年明けましておめでとうございます。偶然にもこの記念すべき2000年ミレニアムに年男がめぐって来たことは、何か因縁めいたものを感じさせ、何となく今年はいいい年になりそうな予感もいたします。しかしながら、依然として厳しい経済環境は、私達の建築設計界にも大きな影響を及ぼしており、いやが上にも自らの体質改善を計っていかねばならない状況にあります。そのような中で大切なことは、私達自身のアイデンティティーを確認しながら時代に押し流されることのない創造性を発揮していくことであると考えております。建築を創るということは間違いなく経済的行為の一端であるわけですが、もっと本質的には地域に根ざしたひとつの文化を創り上げることだと思っています。建築のもつこのような側面は社会における一般流通商品と全く性格を異にするところであり、場の力を読み取り、地域にふさわしいデザインを考えていく重要性は今後とも変わらないと思います。建築界における近代主義は、この数十年間にわたって地域の特性を消し去り、いわゆるインターナショナルな箱型建築を世界中に出現させてきました。このことの功罪は誠に大きいと思います。今あらゆる分野でグローバル化の波が押し寄せており、その必然

性は受け入れなければならないわけですが、このことにより私達はナショナルな独自性を失ってはならないと思います。この金沢の地におきましても地域のアイデンティティーを発揮すべく、地域デザインに力を注いでいきたいと考えております。昨年、当問屋センターにおきましても、新しい街づくりを目指してCIが導入されました。この中で“といやまち、創って魅せる目きき街”というコピーは真に秀逸だと思いました。この“目きき”という言葉の意味を、私達は今一度考えてみる価値があるのではないのでしょうか。金沢は文化の薫り高い街であると常々言われておりますが、これはまさにこの街の“目きき”の人々が創り上げてきた文化であると思うのです。何事につけても“目きき”人の存在は大切であり、街の文化水準を保っていくのもこうした市民がどれだけ住みついているかにかかっているように思えます。美しい個性ある街を創っていくためにも、“建築”についての“目きき”人がどんどん増えて、そのデザインや手法を批判できる力を備えた市民が多数出現してほしいと思っています。新しい世紀を目前にひかえ、私自身専門外の分野についての“目きき”の目を養う第一歩を踏み出したいと考えております。



## 新しい時代に向かって

石川ゴム製品株式会社  
野小 正樹

新年明けましておめでとうございます。鳴り物入りで2000年の幕が開けた。Y2Kと呼ばれる2000年問題は、人間が考え出した時間の物差しをコンピュータ入力することから始まったのだろうが、とくに大きな問題も起こらずほっとしている(1月5日現在)。最近の世の中の変化が激しいのはコンピュータのおかげと言っても過言ではないだろう。私も先頃年賀状を作成するのにパソコンを利用した、写真入力から文書作成宛名入力まですべて指先でやってしまった(自分の字が下手なせいもある)。ようやく出来たと思った時にはまだ年賀状そのものはすべて白紙である。少し前の時代は早く出さないといけない人から順番に書いたのですが……。積み上げてある白紙の年賀状を見て出来たと言っている自分がとても不思議だった。ところで辰年はというと、新年の新聞では「辰年天井牛

しり下がり、未迷い申西騒ぎ戌笑い亥固まる、子繁栄丑つまずき、寅千里を走り卯跳ねる」証券業界には干支に託して相場先行きを占う言い伝えがあるそうで、辰年は「跳ねる卯」を引き継ぎ天井(高値)を目指す「昇竜相場」で、とても縁起が良いとのこと。前回の辰年はバブル全盛期にあり、3万円台の天井に乗せた年で戦後の4回の辰年はすべて年初めに比べ末の平均株価が高くなっているそうです。私も資金が有れば買ってみたいものです。話は変わりますが、私も今年で36歳になります。マラソンにたとえれば折り返し地点と思います。年々年の行くのが早く感じられますが気持ちをいつも新鮮にし、新しい年、新しい時代に向け切磋琢磨していきますので、今後とも宜しくお願い申し上げます。



## 心穏やかに

三和通商株式会社  
常務 北村 理治

新年明けましておめでとうございます。皆様方におかれましては、益々ご清栄のこととお慶び申し上げます。私個人といたしましても、2000年という記念すべき年を年男として迎え、本年は格別な思いで新春を迎えました。さて、2000年という節目にあたり、時代はどう変化していくのかを考えますと、相変わらず不透明で、経済・政治の先行き不安を感じます。さらには、コンピュータ・通信等の情報インフラのあまりにも急激な発展に伴う、情報過多を感じます。確かに1900年代に比べれば、労働環境・衣食住等の良化により、肉体的な苦痛は軽減されている世の中であると感じますが、その分非常に頭の中や心に緊迫感のある時代を迎えたと感じます。お客様におかれましても同様で、過剰な情報の中、その識別に余裕がなく、非常に迅速な判断を求められています。そういう時代であるからこそ、私たち問屋・商社は、これまでのようにお客様のニーズに答えるという受動的な商売形態から、こちら側で情報を整理し、ご提案をするというこ

とが不可欠になってきています。「キマッシ カナザワ」のキャッチフレーズのもと、既に私たちの母体の協同組合金沢問屋センターは、その変革に旗印を掲げました。私たち一社一社もオリジナリティを持ちながらも、この135社を有する企業をいかに集合体として魅力あるものにするか、各社にとっていかに有意義な集合体であるかを確立することが、必要であると考えます。例えば、大型スーパーはそのひとつひとつのお店は異業種であっても、お客様はその一店舗を訪れるだけでなく、その集合体全体に魅力を感じ訪れます。中には固有の目的がないにも関わらず、その集合体を訪問することを第一義とし、その中で知らず知らずのうちに買い物をする方も多数見受けられます。問屋センターの変革に併せ、弊社も変革の年であること心あらたに新年を迎え、頭の中が先行する時代であるからこそ、日頃「心穏やかに」精進したく新春を迎えました。最後に、問屋センターの若手の会であります「近代化研究会」に、一社でも多くの参加者をお願い申し上げます。

# 平成12年の経済見通し



## 大切なことは課題を克服する「強い挑戦力」をもつこと。

北陸銀行金沢問屋町支店 支店長 安原 一彦

新年あけましておめでとうございます。謹んでご祝詞を申し上げますとともに、日頃のご愛顧に対し厚くお礼申し上げます。さて、顧みますに昨年は、失われた10年とも言うべきバブル崩壊に端を発した長引く不況下、混迷を極めた90年代が終わり、ようやく長いトンネルの出口の明かりが見え始めた年ではなかったかと思えます。ただ現実的には、昨年第2四半期より景気回復の変化の胎動が始まったとはいえ、まだまだ実感できるには至っていないのが現実だと思えます。その意味でも、平成12年は来るべき21世紀を控え、日本経済の復活が確信できる一年であることを願っております。平成12年度の日本経済をどうみるか。私なりに述べさせていただければ景気は回復基調にあり、個人消費の緩やかな回復と昨年まで大きく落ち込んでいた民間設備投資のプラス回復を主因に、実質GDP(国内総生産)成長率は昨年を上回るのほぼ確実ではないかということです。昨年の実質GDPは、公共投資を主因に政府公約の0.5%を何とか達成し3年ぶりにプラスに転じる見通しであり、今年度は1~1.5%を予測したい。あえて強気の見方をすれば、今年度の政府見通しである1%を大きく上回る結果を期待したい。

②設備投資については厳しい見方も根強くありますが、最近では個人消費と同様に企業収益の回復や、情報技術関連投資の拡大を理由に今年はプラス転換との予測が多い。私もこれを支持したい。設備投資の回復なしには、日本経済の復活はあり得ない。過去の設備投資の手控えもあり、企業収益の改善により投資マインドの変化を期待したい。

景気回復への大きな牽引力である個人消費および設備投資を柱に、今年は自立回復の軌道に乗ることは可能と考えております。(参考 98年度GDPに対する寄与度 個人消費59.1% 設備投資16.0%) もちろん、日本経済にはいくつかの懸念要素や解決すべき課題があることも確かです。具体的には、第一に為替相場の安定(予想を上回る円高)、第二に米国経済の動向とそれに連動する欧州・アジアの景気動向、その他公共投資の減少、国債需給の悪化による長期金利の上昇圧力などが考えられます。しかし、これらの懸念要素を抱えておりながら昨年後半以降、本格的ではないが国内市場、株式市場に元気が戻りつつあり、またいろいろ是非はあるが景気最優先の政府施策により、マイナス成

長に歯止めがかかったのも事実であります。この兆候を前向きにとらえるべきではないでしょうか。経済見通しは各自、各機関の見方があり、楽観論・悲観論、積極論・慎重論など様々であり、どれが正解かを求めることは困難でありましょう。今回、私なりに敢えて悲観論を捨てて述べさせていただきます。今、大切なことは「景気が回復すれば……」ではなく、課題を克服する「強い挑戦力」が個人・企業に求められるのではないのでしょうか。日本の潜在活力は極めて高く、最大の強みである技術力と人的資源で失いかけた自信を取り戻し、辰年の平成12年が文字通り「昇竜」の勢いをもち、「豊かさや安定の21世紀」を迎えられる一年になることを願うものであります。組合員の皆様方におかれましても、経営環境に厳しさや変化がある中、自信をもって確固たる経営戦略の実践に邁進していけることと思います。私ども地域の金融機関も皆様のご期待に応えるべく、またお役に立てるよう精一杯努めてまいります。皆様方のますますのご繁栄とご健勝を心よりお祈り申し上げます。安原様におかれましては、1月12日付で人事部上席推進役に転出されました。

## 1999・2000年度の経済見通し

	(%)は前年比伸比率									
	実質GDP	名目GDP	個人消費	住宅投資	設備投資	公共投資	経常収支	為替相場	原油価格	住宅着工件数
	%	%	%	%	%	%	兆円	円/ドル	ドル/bl	万件
2000年度見通し ①	1.0	0.5	1.2	▲1.0	1.2	▲0.3	12.3	104.10	21.8	120.3
1999年度見通し ②	0.7	▲0.1	1.6	6.2	▲6.3	4.3	12.8	111.1	19.7	123.6
差異 ①-②	0.3	0.6	▲0.4	▲7.2	7.5	▲4.6	▲0.5	▲7.0	2.1	▲3.3

①、②とも今回集計したもの(主要経済調査機関の経済見通し平均値)

①個人消費については、強気弱気の見方がありますが、概して言えることは、底割れせずにプラス成長で推移するのではということです。昨年当初は、地域振興券や減税など政府のカンフル注射の効果もあり、消費性向に改善が見られたものの、企業のリストラ進行による所得の減少が徐々に消費性向の伸び悩みを招きました。しかし、今年は企業収益(平成12年3月期)も昨年比改善立ち直りが見込まれ、事業や生産活動が好転し労働時間や所得も増加傾向に転じ、消費者マインドの改善を促す見通しにあります。個人消費が景気の下支え役を担うのは可能と思われれます。

## 近代化研究会視察研修報告書

●平成11年11月10・11日／長浜市・黒壁視察

# ほんのちょっと知恵を出して うまく仕組みを作りあげる。

株式会社 コシハラ 越原 寿朗

近代化研究会の6月定例会でTMO（株）金沢商業活性化センターの坪内課長に、街づくりについてご講演いただいたことがありました。その際成功例として「黒壁」を挙げられ、「さびれつつあった町に、人を呼び込み活気を取り戻させた典型。是非一度見てくるべき」と絶賛されました。これがきっかけで今回の視察が決定しました。

長浜までバスで約2時間、インターを降りて5分位の街の中心部に黒壁はありました。ただ見るだけでは観光旅行と変わらないので、(株)黒壁の方のご好意によりこれまでの経緯を説明いただくことができました。

長浜は豊臣秀吉のお城があった街で、楽市楽座のおかげもあってその中心部にある商店街は滋賀県で一番にぎやかでした。ところがこの400年の歴史を持つ商店街も多分にもれず、近年の郊外型量販店にお客が流出しどんどんさびれる一方でした。昭和63年「黒壁銀行」の名で親しまれていた第百三十銀行長浜支店の取り壊しの話が持ち上がった際、これをなんとか保存できないかと立ち上がった地元の間企業と長浜市が出資し、第3セクターの(株)黒壁が設立されました。黒壁はこれまで縁も所縁(ゆかり)もなかったガラス製品の販売、環境をメインにしたフリーマーケットを定期的に開くといった企画を立てました。これが口コミで広がり、マスコミにも取り上げられどんどん人が集まってきたそうです。ガラス製品は質の確かな物を安価に提供することでリピーターを獲得し、一次的なブームに終わることなく現在では年間170万人もの集客をあげるようになりました。また商店街の空き店舗や閉店予定の店舗のリニューアルも手掛けており、「おかず工房」や「野菜工房」といった地元ならではの店をオープンさせ、大盛況しております。現在はこの街づくりのノウハウを、石川県の七尾市や岩手県の方にも伝えています。

といった内容のお話のあと、街中を案内し



ていただきました。黒壁のガラス館とガラス工房がある以外はどこにでもあるようなアーケード街でとくにこれといったものは目につきませんでした。私はガラスのことはよく分りませんが、加賀のガラス館の方が内装も品揃えも立派だったような気がしますし、値段も決して安かったとは思えませんでした。商店街の各店舗も薄暗くて入りづらく、また商品構成も購買意欲を掻き立てるようなものがあまりなかったように思えます。正直なところ、なぜこれを見にわざわざ県外から人がやってくるのか非常に疑問です。私の見識が浅いからなのでしょうが、そんな大層な仕組みがあるようにも見えませんでした。

しかし、そこに多くの人が集まってきて、おかげで街が潤っているというのは事実なのです。これはあくまでも自分の憶測の範囲ですが、商店街は少々古臭い店が大半を占めてい

ましたが、新しくリニューアルした店も何店舗もありました。ガラスというものを核とした新店舗群がけん引役となり、人を呼び込み、人が集まってくれば必然的にお金が落ちてくる機会も多くなってくる、そういう仕組みをうまく作り上げたのだと思われます。また、黒壁自身まだ発展途上で少しずつ変革している段階で、もう5～6年もすれば上記に挙げた点も改善され、モダンなショッピング街が形成されているのではないのでしょうか。

今回のこの黒壁の視察で、直接問屋センターに当てはめられるものはなかったように思えます。ただ一つ、何もお金ばかりかけるだけではなく、ほんのちょっと知恵を出してうまく仕組みを作り上げる。これが成功への一歩と学んでまいりました。この長らく厳しい不景気、知恵を出し、実行していくことで乗り切っていきたいと思います。

# TOPICS

●シリーズ「トレンド」を語る。②

## 生命の誕生をサポートする 個性派店舗をめざして。

ホリカワ

株式会社 堀川商店 代表取締役社長 堀川 善昭

昭和9年創業のおもちゃ専門問屋、堀川商店は今年7月、会社設立50周年を迎える。もともと本町で営業していたのが昭和47年、問屋センターに移ってきた。昭和40年代後半といえば、名鉄がスカイビルをつくり、その数年後に長崎屋ができ、ユニーがほていやを出し、いとはなが衣料品の店舗を構えるなど、金沢にも量販店が次々とできた、いわゆる業態変化が激しくなった時期だった。街中から八百屋や魚屋、肉屋など専門店が消え、量販店に吸収されていった。そんな時、周りから聞こえてきたのは「堀川さんはいいねえ、どんな世の中になっても子供はずっといるのだから」という声だった。しかし堀川社長は「子供はいなくならない、おもちゃもなくならない、でも、おもちゃ屋はなくなるかもしれない」と考えていた。なにもおもちゃ屋で売らなくとも、先のようにどこでも売られる時代が来ると予感したからだ。



そして昭和57年、本社とは別にアンテナショップとして、問屋センター第一号の小売店舗を出店した。当初、雛人形だけを扱っていたが、雛人形は半年の仕事、残りの半年店を遊ばせておくのはもったいないと、考えに考えを決めたのが今日のスタイルだった。

普通、おもちゃ屋というと雛人形からスタートする発想が一般的だが、ホリカワはさらにその前をたどることを考えた。つまり、生命の誕生をスタート時点としたのだ。女性にとって出産は産みの苦しみを伴うが、それまでの10ヵ月間は大きな期待と喜びにあふれている。しかしその一方で不安と苦痛を伴う。昔は金沢生まれの金沢育ち、金沢で結婚、出産し一生を終える女性がほとんどだった。ところが時代は変わり、北海道と九州の男女が出会い、金沢で暮らすという状況がまみられるようになる。そんな時、出産を控えた女性は疑問や不安をどう解消するのか、友人や雑誌からの知識だけでは満たされない部分があるはず、そんな時、出産体験者、育児経験者が店に立ってアドバイスし、快適で希望に満ちた10ヵ月をサポートしようというのがホリカワのコンセプトである。そして出産を終え、母親の目で、センスで考える子供のことを捉えられる3歳児を上限としたベビーの店にしている。だから、雛人形が最後の仕上げかもしれないという。

一人ひとりのお客様とのつながりをより密接にし、店の在り方を常に考えながら、個性的な店づくりに腐心している。

