

2021 年度

大東企業

いいね！探しプロジェクト



「新型コロナウイルスの影響と対応」

大阪産業大学経営学部経営学科

矢寺ゼミナール学生

大東市

大東商工会議所

はじめに

「大東企業“いいね！”探しプロジェクト」は、だいとう産業活性化協議会（大東商工会議所、大東市、大阪産業大学）の一つのプロジェクトとして、大東市内の企業のご協力のもと、大阪産業大学経営学部経営学科矢寺ゼミナールの学生を中心に行われております。このプロジェクトをとおして、大阪産業大学の学生の地元企業についての認識を高めるとともに、調査協力企業に対しては、学生が企業のどのような所に魅力を感じているのかを明らかにすることによって、自社の良いところを再確認し、さらに大東市内の企業の新規雇用促進に繋げることを目的としています。

2021年度のプロジェクトは、大東企業の新型コロナウイルス対応をテーマにスタートしました。2021年9月下旬から、学生(18名)が、企業を訪問、職場見学、インタビューを行いました。本報告書は、調査によって明らかになった、新型コロナウイルスの影響と対応についてまとめたものです。

新型コロナウイルス感染症による影響が長引き、様々な対応をする中で、本プロジェクトにご賛同いただき、ご協力を賜りました多くの皆様に、改めて感謝を申し上げたいと思います。

昨年度から新型コロナウイルスの影響や企業の対応については、各種メディアで報じられることが多く、学生たちも見聞きする機会は多かったと思いますが、実際、現場に足を運び、直接、社長や従業員みなさまがたから話を聞くことができたことで、より現実を把握できたのではないかと、メディアでは語られることのない苦労や工夫を知ることができなのではないかと考えております。プロジェクトを通じて、学生たちの「企業を見る目」が少しでも良い方向に変わることを願って止みません。

今回の活動と本報告書が、学生自身のみならず、ご協力いただいた企業様をはじめ、大東市内の企業様のお役に立てることができたら幸いです。

今後ともご協力、ご指導賜りますよう、よろしくお願い申し上げます。

大阪産業大学経営学部経営学科 准教授 矢寺 顕行

報告書作成

大阪産業大学経営学部経営学科矢寺ゼミナールメンバー

青木 稜真	飯島 由利恵	井上 初音	上谷 瞭雅	大岡 希美	笠嶋 凜
梶 拓真	岸本 匠	佐々木 皓清	澤田 拓己	竹瀬 悠葵	田畑 雅希
田淵 聖茉	中西 悠大	馬場巧 空登	宮崎 海成	吉田 康平	米本夏 望

2021 年度

大東企業いいね！探しプロジェクト

「大東企業の新型コロナウイルスの影響と対応」

- 目 次 -

0 はじめに

1 株式会社アートウインズ

5 株式会社 アカカベ

9 アッセンブル産業株式会社

13 共栄化成株式会社

17 ひらかたパーク



01 株式会社アートウインズ

株式会社アートウインズは 1995 年 10 月に設立された。主な事業内容は、製品開発段階における試作・開発支援事業であり、家電から光学・精密機器、自動車、雑貨、建築材料まで、多種多様なアイテムのデザインモデルやワーキングサンプル、注型品を製作している。デザインの検討や平面情報の 3D データ化、実製品のモデル製作は、高品質、高精度、短納期である。また、発注モデルのデザイン提案、設計上の提案に対応して、試作品制作におけるコストの削減に成功している。

①バーチャルな営業の仕方の工面

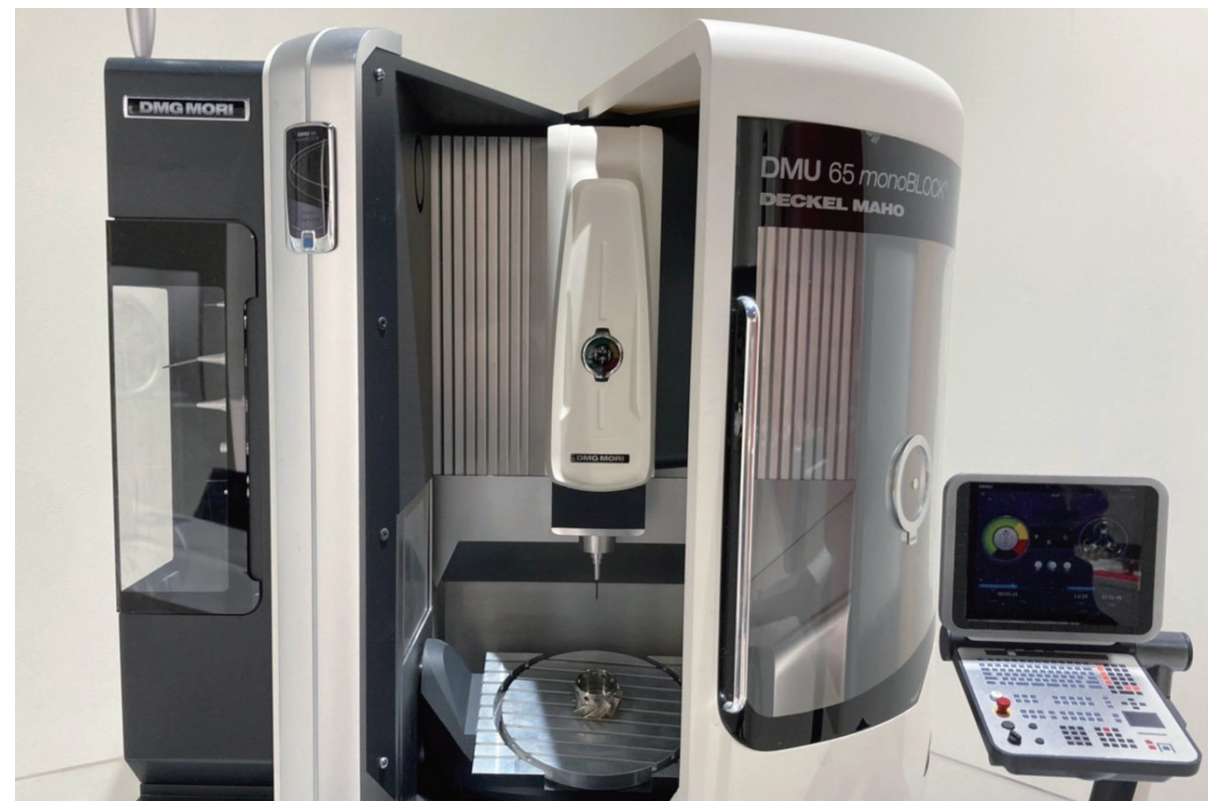


↑コロナ禍により生まれた製品
※組み立ててマスクの中に入れるとリップなどがつかなくなる

同社ではコロナウイルスによってどのような影響を受け、どのような対応をとることになったのだろうか。コロナ禍で対面での仕事は制限されてしまっている。多数の会社がリモートワークを推奨している中、わずかながらではあったが同社でもリモートワークを取り入れていた。同社では主に Zoom を使い、多数の業者やメーカーと製造したサンプルを映像や画面共有で発信していた。同社がリモートワークを使用していて感じたデメリットは、業者やメーカーの人たちは顔を出すのを拒むため何をしているかわからないという事や複数の人がい

るため誰が話しているかわからないという様なことが多くあった。逆にメリットとして、実際にサンプルを提供することはできないが業者やメーカーへの資料を Zoom を通して共有ができるといった点は同社にとって便利な機能であった。

さらに、同社は営業面でのダメージももちろん少なくなかった。苦労したことは他社との商談数の減少であった。コロナにより展示会・商談などのリアルな活動が制限され外部企業とのかかわりを持つのが難しくなった。だが、インターネットなどの ICT の活用によってこれを補っている。例えば、「CEATEC AWARD」という情報通信ネットワーク産業協会・電子情報技術産業協会・コンピューターソフトウェア協会が毎年 10 月に幕張メッセで開催するアジア最大級の規模を誇る IT 技術とエレクトロニクスの国際展示会がある。ここでも、コロナウイルスの全世界的な拡大により、バーチャルでの開催となっている。対面での活動が不可能な場合は、このように、ICT を活用した商談会を実施する事で新たな営業の仕方の工面を行っている。



②機械の進化によるリモートでの操作

ICT の活用による対応の他に、銀行が仲介役、つまり仕事の発注と受け取る間の役目をし、受注につなげるという方法もとられた。コロナ禍で受注をうけることが難しい中、銀行が企業と企業をつなぐことにより、企業側には商談が成立し、銀行にとっては、資金需要が生まれるといった Win-Win の関係が成立する取り組みである。こうした様々なインターネットやバーチャルなど外部とのかかわりを有効活用し商談の数を保っているものの、やはりコロナウイルスからの影響は少なくはないため、コロナ前の商談数からおおよそ 30% 減少してしまっている。

続いて、同社では他企業やメーカーとのリモートワークを通じた商談において、情報漏洩の対策を行っている。具体的には、個人ファイルでの管理、データの外部持ち出しの禁止の 2 つである。従業員のセキュリティ教育として個人ファイルでの管理については、特定の人や従業員の人が見ることができる個人フォルダーを作り管理することで不特定多数の人に情報が漏れないようにパスワードをかけるなどの対策を行っている。さらに、リモートワークでの業者やメーカーとの商談以外は会社からパソコンを外部に持ち出すことを禁止している。こうした対策もあって、これまで同社にお

③コミュニケーションの重要性

いて情報の漏れは起こっていない。

近年、技術の進歩によって、リモートで工作機械のメンテナンスもできるようになった。物を作り出す工作機械のメンテナンスは直接人が行わず、リモートワーク・インターネットを通して会社や業者から遠隔での操作・メンテナンスができる。今後は、コンビニや飲食店でみるセルフレジのように AI の導入が進み、従業員がいなくてもインターネットを通してリモートで操作・メンテナンスができる時代が近くまで来ていることは明確だ。

コロナ禍で外出自粛・時短営業で日本の多くの企業が経済的に大きな影響を受け、リモートワーク、オンライン会議といった方法が注目を集めたが、同社では、そうした対応はあまり多くはなかった。実際の現場での仕事がメインとしており、休むことなく交代で出勤・時間差出勤をして仕事を行っていたためである。

従業員はコロナ禍での感染症対策の為、社内コミュニケーションは目に見えて減っているそうだ。機械化が進む社会において、あまりコミュニケーションを取らなくても良いと思う人がいるが、その反面、やはりコミュニケーションをとれる場があった方が従業員間での仲は深まるものである。

同社はコロナ以前に、会社の敷地内でバーベキューを行ったり、金沢の観光地へ、研修を行ったあと、バスでの研修旅行や、飲み会などで従業員同士でコミュニケーションを取れる場を積極的に設けていた。

しかしそんな中、コロナ流行に伴い、飲食店や旅行会社は大人数を受け入れることを制限されてしまった。だが、従業員同士はソーシャルディスタンスを考慮しながらも積極的なコミュニケーションの場を作り、従業員個人同士でのサイクリングなどのイベントも行っていた。

コミュニケーション不足によるトラブル



を未然に防ぐための対策として、同社では、普段からの会話の積み重ね、コロナ禍を乗り越える努力の重要性を強調する。仕事のリモートになり、会社に出社できていなかった状態から急に出勤しなければならない、という状況になった時、急に会社に来て何をすれば良いのだろうといった不安感がある。だが、そういった事象も日ごろの研修で工場に設置されている工作機械を誰もが使えるようにしておく事で、不安感を軽減できた。いつ何が起こるか分からない現代社会でも、それに伴った磐石な対応をとることの出来る会社だといえる。

④新しい働き方を目指して

同社はコロナウイルスによって従業員とのコミュニケーションの手段、取引先との営業における利便性、会社が得ることができずだった利益を奪われ、どれだけ大きな影響を受けてきたかがわかる。前文以外にも、自身での健康管理、電車やバスなどの公共機関は避け、車や自転車などで会社に来てもらうようにしていたそうだ。また、パート従業員は、コロナ以前のシフトとは違い、それぞれ順番ごとに休みをとってもらうようにしていた。そういった影響があってもなお、会社のスローガンである『TRIAL ONE「世界ではじめてのひとつ」

を創る』を掲げ、世の中がコロナウイルスで暇になっている間は仕事がなかったが、収束に向かっている今、営業面で社会が忙しい時には積極的に営業を取るように心掛けてしているそうだ。

コロナウイルスによってパンデミックが起きてしまったあとの社会の事をポストコロナ社会、パンデミック以前の社会の事をプリコロナ社会という。そんなパンデミック後のポストコロナ社会の今、新しい働き方と言った意味で「ニューノーマル」という言葉がある。

代表取締役である小林氏によると、「他の会社と比べて大きく何かが変わったといえるようなことはあまりなかった」と仰っていたが、確かに他の会社と比べてしまえば、打撃は少なかったのかもしれない。だが、展示会などの制限、商談のオンライン化などの、大きなシフトチェンジは行われている。「その時々に必要な、社会が求めているものを作る」、そんな、新しい物を生み出していく会社だからこそ、新しい働き方、ニューノーマルにすぐに切り替えることが出来たのかもしれない。



02 株式会社アカカベ

～暮らしと“つながる”ドラッグストア、アカカベ～

1954 年の創業以来、「地域医療に貢献すること」を理念に、地域とのより強いつながりを築きながら、店舗展開を広げてきた。地域のインフラとしての店舗運営、超高齢化社会を見据えた取り組みにもいち早く着手し、すべての人が健やかに暮らせる地域社会を実現するためこれからもより良いサービスの向上と、大阪府内 500 店舗を目指している。医薬品から化粧品・日用雑貨・食品まで、さまざまな商品を取り扱う同社だが、新型コロナウイルスによって大きな影響を受けた。

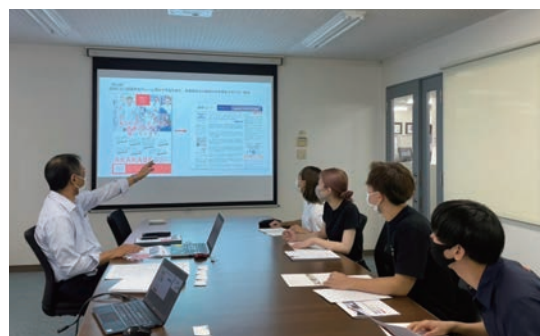
①マスクの神の決断

2020 年 1 月 15 日、日本で初めて新型コロナウイルスの感染者が報告された。そこから日本中に感染が広まり、大阪でも感染者が大幅に増加した。1 月 29 日から 6 月 13 日が第 1 波とされている大阪ではマスクが日々不足し、手に入らなかった。そんな中、マスクを手に入れることに奮闘した。社長自身が陣頭指揮をとり商品調達に奔走すると共に、日本ではマスクが手に入らないと判断した同社は海外に製造拠点を求めた。この決断には「取引先に逃げられるかもしれない」、「大量に入手したにもかかわらず在庫が余り損失額も大きくなるかもしれない」など様々な懸念があったが、そのリスクを背負いながらもマスクの入手に成功した。

一般的には、店頭に並ぶ商品は物流会社を経由して各店舗に配下される。しかし、この時は店頭での欠品ゼロを目指し、できるだけ早く店舗にマスクを届ける必要があった。そのため社長をはじめとする本社の社員、各店舗の店長らが自ら物流センターに商品を取りに行き、そこから各自、自家用車で店頭へと

搬送した。こうすることでいち早くマスクを店頭に並べることができた。

代表取締役社長の皆川友範さんに当時の心境を伺った。「通常では考えられないスピード感で、大きな数量の仕入れを決断する必要がありました。また、新規の会社との取引も必要になる中で、商品が確実に納品される確約はなく不安もありましたが、あの時は怖さよりも「自分たちが何とかしないと」という使命感が勝っていたと思います。どこにも売っていないマスクがアカカベに行けば店頭に並んでいる、お客様からは本当に喜んでいただきました。」と当時を振り返った。この時マスクの調達を極めた皆川社長は周囲から「マスクの神」と言われていたという。



②地域のインフラとしての使命を果たすために

新型コロナウイルスが大阪に感染拡大した当初、マスクやアルコール、消毒液が不足し、手に入れることが困難となった。そこから、マスクなどを求めて早朝から店舗の前に長蛇の列や大量購入をする人々も現われた。同時に、そのような行為が難しいとされる高齢者や勤め人はマスクを買うことができない状況も生まれ、入店制限、個数制限、開店時にマスクを販売しないなどの対策を行った。緊迫した状況が続く中で、マスクをはじめとする衛生商品の調達に注力すると共に、店舗で働く従業員を感染から守るための対策にも力を入れた。

地域のインフラとしておこなったことは、通常の営業面での努力だけではない。第 1 波、2 波の間で、大阪府・府内各市な

どの行政や医療機関、学校等にマスク 60 万枚の他、防護服や消毒液、体温計、フェイスガード、ゴーグルなど寄付し、2020 年 12 月 20 日第 3 波時には感染対策設備を備えた移動型診療所「モバイルクリニック」を国立病院機構大阪医療センターに寄贈した。また、行政からの依頼を受けて在宅療養者への食料品、日用品の支援対応、ホテル療養者へは薬剤師が電話で服薬指導や処方箋対応を行っていた。

普段現場に立つことのない本社の方々も第一線に立ち、全社協力体制の下、従業員が一丸となって大東市をはじめ大阪府内を支えた。その結果が「感謝の言葉」という形でたくさん届き、それが大きな達成感と次への活力になっているという。



③「ありがとう」があふれる企業

同社は、ドラッグストアを軸にスポーツジムや飲食店など多彩な事業を展開している。コロナ禍で外食する機会が減り、多くの飲食店が閉店や休業、時短営業を余儀なくされたが、同社が経営している飲食店もその一つである。同社では、飲食店でアルバイトをしている人達の雇用を守るために、希望するスタッフに対しては、コロナ禍で繁忙となったドラッグストア部門で就業をしてもらうなどの対応を取った。

ドラッグストアでは、商品の欠品に対してお客様が声を荒げることも稀にあり、従業員の心のケアが課題となっていた。そこで同社はお客様からの感謝の声をポスターにし、店頭に掲示。従業員からは、感謝の声の共有により力をもらったという声も多くあった。これは、同社の経営方針（「ありがとう」があふれる企業）を実現できているのではないかと考える。

コロナ禍をターニングポイントと捉えた同社の挑戦として、新しいエリアへの積極的な出店が挙げられる。コロナの影響で都心繁華街立地の家賃が下がったこともあり、現在三店舗、来春にはもう一店舗出店の予定である。出店地域の拡大によって、同社の企業理念、「一人ひとりが輝き、支え合う」が大阪全体に浸透していくことを目指している。

同社では、このように従業員はもちろんのこと、地域の一人ひとりを大切に思い、地域の暮らしに貢献することによって、地域にとってなくてはならない存在となっている。



④従業員にやさしい社内改革

社内の対応として第一に挙げられるのは、従業員の健康チェック及び感染対策の徹底だ。具体的な例としては、電子体温計を健康管理用に貸与し、出勤前、37.5℃以上の熱があった場合、出勤を控えて上長に相談することとした。また国内出張を禁止し、3密となる場所への外出も控えさせた。第二に挙げられるのは、感染対策の例としては会食の人数制限や、ソーシャルディスタンス・消毒手順の徹底をおこなった。そして、従業員とご家族分のマスクを無料で配布した。無償分がなくなった場合には従業員の優先購入を可能とした。マスクの無料

配布については、エッセンシャルワーカーである自分たちとご家族を感染から守り、地域のインフラとして店舗の営業を継続するために取られた対応でもあった。

リモートワークやサテライトオフィス（企業の本社・本拠地から離れた場所に設置されたオフィスのこと）での勤務を実施するために、2020年9月に勤務ルールを策定し、その月に勤務ルールの見直しをした。そこから2021年4月に新たに勤務ルールの見直しをした。勤務ルールの主な見直しとしては、Zoom 利用時のルールで複数での参加において、時間制限なく使うことができた。参加案内ではメールやラインワークスで案内することで、より分かりやすくした。どの会社にも言えることではあるのだが、リモートワークなどは始めたての会社が多い中でこのように課題を話し合っ

て、対応をすることは重要であった。新型コロナウイルスのワクチンに関して接種率をできるだけ上げたいということで、接種時間を勤務時間として扱うように指示をした。職域接種の取り組みとして、従業員・家族取引先の方にワクチンの職域接種の機会を提供し7月、8月で約500名が接種完了していた。さらに、ワクチン検査キットを福利厚生の一環として希望者の従業員への割引提供をした。このような対応を見てとても迅速であり従業員の方々やその家族の方々を思いやっていて大事にしていることを感じた。

話し合いや会議などを直接会ってすることが難しくなったので社長自身が従業員に対して現状や今後の話をオンデマンド動画にして配信していた。ほかに、Zoom などを使い、なるべく多くの対面での話し合いができる機会を作った。そのような機会を多く設けることにより、コロナ渦で今まで通りとはいかないが、そこでモチベーションを落とすことなく仕事をすることができた。

最後に、35歳で社長になった皆川友範社長は「数字」にこだわっていて「口だけではなく結果で示す」というような考えをお持ちである。アカカベさんの社内対応を調べてみて従業員だけでなくその家族や地域の方々にもマスクの配布や職域接種などを実施している面など、とても優しい会社であると感じた。



03 アッセンブル産業株式会社

アッセンブル産業株式会社は、主に金属製品の板金加工から梱包出荷までを一貫して生産を行っている。「きづいてきずき、きずいてきづく」を経営理念とし、お客様第一の思想のもとで、お客様がより使いやすいような品質の高い製品を提供し続けることで、社会貢献と社員ひとりひとりの成長を目指している。同社の強みは、製品の板金加工から塗装、組立、梱包出荷までの工程を一貫して生産できることであり、通常では製品の塗装や組立などで個別かかる費用や手間などを一括で行うことで削減し、一貫生産だからこそできる品質の向上とコスト削減を提案する。

① コロナがもたらした会社全体への影響とは？



アッセンブル産業株式会社がコロナで受けた影響は大きく分けると、第一に、コロナ前と比べて仕事の勢いなくなり、それが継続している状況であるということ、第二に、マスクをつけて作業をしなければならなくなったこと、第三に、財務的な影響の3つだ。

同社では、コロナ前と比べて仕事の勢いなくなり、それが継続している状況だという。同社では、2020年の末ごろからコロナの影響で仕事量が減少し、売り上げも例年に比べ減少している。2021年の夏ごろに学校や教育機関で使用するタブレットの収納庫を作成する新たな仕事があったが、全体的には仕事量はコロナ前と比べてあまり

多くない。業務以外では、製品を制作していく上での材料の入手が困難になっている。例えば、木材をカットし刷毛（はけ）塗りで塗装する製品において、板材を使用するが、その板材が入手困難となっている。理由は、使用している木材が、主に東南アジアなどの海外から輸入しており、コロナの影響で入手困難となり、価格も高騰したためである。木材以外にも、仕事上で使用する鉄の材料なども軒並み高騰している。

作業の面で影響が大きかったのは、マスクをつけて作業しなければならなくなったことだ。コロナの影響で、感染を予防するため、マスクをしないといけない状況が続いていることもあり、仕事をする上で、マスクなしで作業ができない状況が続いている。同社ではコロナに感染した従業員はいなかったが、もし従業員が感染した場合は、作業に支障が出る場合がある。例えば、商品の納入日が急ぎの場合は、作業に支障が出ることもある。急ぎの納入以外の、ゆとりのある場合は、1人くらいなら問題がないそうだ。

② コロナがもたらした従業員への影響

「コロナの対策をしていない」と竹原社長はいう。この言葉の背後には、メディアを賑わすようなりモートワークなどの対応を、現場で作業をしなければならない中小企業では行うことができないことや、コロナの対応は当然のことであり「対策」として取り上げるものではないという謙遜であったのだろうと私たちは考えている。対策はしていないと言われたが、まるっきり前と同じように作業するわけにもいかないし、変化せざるを得なかった部分もある。

まず、先にも取り上げたマスクでの作業である。コロナ禍においてマスクをつけることが最低限必要なこととなり、工場内で作業をする時でも外さずに作業をしている。熱い工場内でマスクをつけて今まで通りの作業は厳しいところがあるので、体調が悪くならない程度に下げたりもしているそうだ。その中でも、もっとも徹底して意識していたことは、マスクの着用、マスクが出来ないという環境を避けるようにしたことである。

清潔にするということも防止対策として行われた。約10人が同じ工場内で働いているが、その中で、工場の入り口に消毒液を設置したこと、工場内で使う共用の手袋は乾燥させ、清潔に保つということを意識をしたこと、溶接マスクを使用するときにもマスクをつけ、できるだけ、顔が当たる部分の接触をなくすようにしていたこと、などである。当然これらの対応は、コロナ



禍の中でこれまで以上に意識されることになったものである。

会社全体に関わる部分では、他の企業との関わり方が大きく変わった。例えば、出張に行くことがあったとする。コロナ前では、代表取締役の竹原さんが直接企業に訪問していたが、コロナが流行りだしてからはオンライン上でのやり取りが増えている。画面上ではなく直接顔を見て、実際に会う雰囲気을大事にしたいとおっしゃっていた。

工場内の密対策だ。アッセンブル産業の従業員は 10 人程度であり、1 人でも抜けてしまうと仕事が出来なくなってしまう。しかし、もともと 10 人程度ということで、人数制限の必要はなかったが、夏場の作業では、熱中症対策も兼ねて作業に支障が出ない範囲での水分補給を欠かさず行っていた。

③コロナがもたらした工場内への影響とその対策

作業現場での対応について、より詳しく見ていくと、工程ごとの対応が見えてくる。

まず、同社の作業工程について簡単に説明をしておきたい。作業工程は 4 つに分かれている。1 工程目は金属の板金である。板金とは、常温で金属等に型を押しつけて目的とする形状をつくる。「塑性加工」と呼ばれ、金属をはじめとする固体が、一定の力によって変形すると元に戻らないという性質（塑性）を利用した加工方法である。

2 工程目は焼付塗装である。焼付塗装とは、金属製品に対応する塗料を塗布し、塗装皮膜（熱硬化性樹脂）を一般的には 140 度以上で焼付乾燥し塗膜を硬化させる方法である（右画像参考）。3 工程目は製品の組み立て、4 工程目は梱包となっている。製品によっては 3 工程目がない製品もあれば、4 工程目だけ行う製品もある。

工場は特別広いという訳では無い。1 工程目だけを行う工場と、2 から 4 工程目の 3 つの工程を行う工場の 2 つの工場を持ち合わせていて、後者の工場は前者の 2 倍近くの広さを持つ。

先述のように、元々従業員数が少ないこともあるが、コロナ対策として人数制限をすることは厳しい。必要最低限の人数で作業を行っており、最後の組み立て、梱包作業では人手不足を感じることもあるという。商品やその数により状況は異なってくるが、どうしても人員が足りないという場合には、塗装の作業をしたのちにその作業を一旦止めて、全員で完成品の梱包に取り掛かることもある。ちなみに塗装は止めてしまうと生産性が落ちてしまう。

他の直接的な対応としては、それぞれ工場入口付近に消毒液の設置、工場内での恒常的なマスク着用の義務付けがある。同社が行う作業はほぼ全てが流れ作業である。流れ作業では、従業員同士の間隔を取りずらく、また、作業スペースの都合上、アクリル板を設置することも難しい。極力間を

開ける努力をし、作業を行っていた。

こうした条件で感染防止を徹底するために、マスクやこまめな消毒といった基本的な感染防止策や、元々共通で使用していた手袋は、個々で持ち合わせて使用すること、軍手等は塗装の乾燥炉で乾燥させ水分を蒸発させるなど、様々な対応を行っていた。

このように、大東市内の身近な町工場でもコロナの影響は間違いなくあり、現場での作業という状況においても、コロナ対策が徹底されていた。

③将来に向けて考えている経営方針の変化や今後の対応とは？

アッセンブル産業株式会社が今後に向けて考えている経営方針は、新たな分野への進出だ。同社では現在、粉黛塗装に対応できる設備を導入することで、新たな業種に進出することを目標としている。

粉黛塗装というのは、例えば、完成した商品を白色に塗装する状況で、通常の塗装では綺麗に白という色を出すことが難しいことがある。そこで、通常の塗料とは別に粉黛塗装の塗料を使用することで、通常の塗料では出すことのできない綺麗な白色を問題なく出すことができ、塗装の品質を上げることができる。

このような粉黛塗装という新たな分野を、同社は現在導入しているが、その設備はまだ十分だとは言えないそう。なぜな

ら、本格的な設備を導入するには多額の費用が掛かり、その設備を導入するための新たな場所も必要となってくるからだ。現在の時代の流れとしては粉黛塗装が主流になってきており、新たな設備を導入するなら全自動のロボットを導入できればと考えている。しかし、それらを導入するには多額の費用と設備の導入が必要となり、現在の課題となっている。

今回の企業訪問で、竹原さんは人とのコミュニケーションをととても重要視していることが、とても強く感じられた。コロナの影響で、以前と比べてコミュニケーションを取る機会が少なくなっていると竹原社長は感じている。企業訪問を受け入れていただいた理由は、大学生とのコミュニケーションの場を大切にしたいからだと答えてくださった。大学生と出会う機会はあまりなく、コミュニケーションを取れるのはとてもありがたいと思ってくださっていたようだ。断ってしまうのもあまりいいことではないし、コロナを怖がってばかりでは何もできないとおっしゃられた。竹原社長の懐の深さが、訪問を受け入れて下さった一番の理由だろう。



04 共栄化成株式会社

共栄化成株式会社は、1972年7月1日に創業した、プラスチック射出成形品といわれる再生ペット成形、2色成形・異材質成形などの製造業を営む企業である。「お客様・社員・地域、そして地球まで、共栄化成（株）と関わったすべての人が栄え、幸せであるように。」という経営理念のもと、お客様の幸せ・社員の幸せ・地域の発展の為又、リサイクル成形を通じて地球環境保護のため、社内一丸となって努力している。

① コロナによる売り上げへの影響

昨年度売上は一昨年約 10% 減少した。主な取引先の自動車業が半導体不足や遠距離移動の制限により自動車自体の売り上げが減少、それによって各自動車メーカーの生産が停止し自動車のエアコンなどのセンターコンソール部分のパーツ（画像①）の需要が減少した影響である。また、コロナ禍に伴う一般家庭での収入が減少したことによって車の全体の購入数が減少し需要が減少したことも挙げられる。また、医療メーカーでは一見コロナの影響で来院者が増えそれに伴い医療器具などの売り上げが上がる事が予想されたが病院内でのコロナの感染を危惧する来院者が来院頻度を減らしたことにより薬剤の包装紙などの消費が落ち込んだ。そして、コロナ対策で手洗いうがいやマスクの着用がより強化されたこと

により例年よりもインフルエンザなどの流行病を発症する人が少なかったことで薬剤の包装紙事業なども売り上げが減少した。

共栄化成株式会社の主な製品である虫よけネット（画像②）防虫材売上は一昨年約 10% 増加した。なぜなら、コロナ禍におけるおうち時間の増加に伴い自宅での作業が増え自宅の害虫対策に目を向ける消費者が増えたため虫よけネットの消費が増えた。

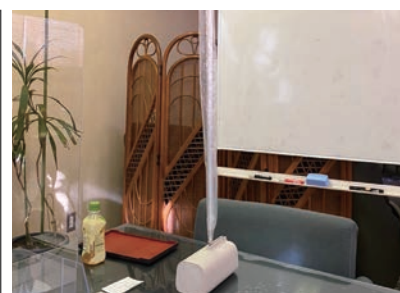
また中国で生産されていたコロコロ（画像③）がコロナの影響で輸入が止まり、そして中国での生産が中断した。その結果コロコロを共栄化成で新しく製造した事により売り上げが上がった。また共栄化成で新たに普通に部屋に置いてもお洒落なデザインのコロコロや立ったまま掃除のできるサイズの大きいコロコロを製造した事も大きな要因だと言える。



画像①センターコンソール



画像②虫よけネット



画像③コロコロ

② コロナ禍でもポジティブなマインド

先行きの見えないコロナ禍で、経営難や働き方が大きく変わる企業が少なくない中、ネガティブなマインドで仕事をしている人が多くなっている。しかし共栄化成ではそうしたネガティブな声は聞かれず、むしろポジティブに考えている人が多いのだという。

そのわけは、売上としては確かにコロナ前と比べて落ち込んでいるものの、国からの補助金によってあまり給料に影響しなかったことである。また工場の稼働率が下がったことで休日が増えて、うれしく感じる従業員もいた。

この2つの要因以外で印象深かったのが職場の雰囲気、環境、社長の人柄が大きく関係していると感じた。話をしてもらった代表取締役の松原美奈さん、営業部の松原海さんの2人はとても気さくにどんな質問でも答えてくれた。また、新入社員や若い人たちの考えや気持ちを気にかけているこ

とが伝わってきた。インタビューをした2人以外にも会社内ですれ違うすべての人が気持ちのいい挨拶をしてくれた。

このようなことから職場内での環境が素晴らしいものであると感じた。この職場の素晴らしい環境が共栄化成のポジティブなマインドに関係している。

③ コロナ禍における勤務形態の変化

コロナ禍以前の勤務形態と比較して一番変化したところは、新型コロナウイルス感染拡大を防止する対策である。主な対策として、マスクの着用、消毒、出社記録、事務室や食堂等のアクリル板の設置と椅子を離すなどのソーシャルディスタンス、休憩時間を増やし、2組に分けるなどといった基本的な感染対策を行っている。



呼びかけ、社内にも忘れた場合のストックを常備するといった対策を行っている。新型コロナウイルスの感染が拡大し始め、マスクの入手が困難になったときには、中国からの独自ルートでマスクを取り寄せ社員に配布していた。また、出社記録については、訪問者に記入を促している。訪問者のほとんどは記入してくれるが、稀に記入漏れがある。記入漏れは今まで何度かあったが、訪問者に感染した方は出てきていないので未だ大きな問題にはなっていないという。

共栄化成の社員数は約 40 人弱である。その半数が中国人だが、中国からの派遣ではなく、日本に永住・定住しているのでコロナ禍による入国制限や隔離期間とは無関係である。また、ほとんどの社員が地元に住んでおり、電車通勤の社員は少ない。数人の電車通勤の社員には、社用車を貸し出し

て通勤させるといった対策を行っている。これによって電車内での三密を回避することができる。事務社員はリモートワークなどの在宅勤務は行っていない。その理由としては 2 つある。まず、事務社員の人数が 2 人である。そして、工場勤務の社員の休憩時間中に 24 時間稼働している工場を回すためという理由があるため、リモートワークは行われていなかったが、他社との打ち合わせの場合は、オンラインで行っている。

このように、コロナ禍であっても勤務形態はほとんど変化していない。それに、社内で未だ一人の感染者も出ていない。その理由は、社員の自宅から職場までが近く電車通勤の三密を回避できるという利点がある。だが、このような結果になっているのは社員一人一人が呼びかけ、そのルールを守って行動した結果である。



④今後について

事業面においては、コロナ以前に行っていた事業を引き続き行っていくという事だ。一方、コロナ禍の影響を受けて続けていきたいと感じたことがある。それは遠方の取引先との際にリモートでの話し合いの継続である。県をまたぐ移動が緊急事態宣言などでできない状況であった際に行われたことであるが、今後も続けていきたいとのことである。

感染対策の面においても、これまでに行ってきた感染対策を引き続き徹底していくとのことである。一方で、この先どこまでマスクを着用しての業務を続けなければならないのかなど、先の見えないコロナ対策に関しての不安もあるようである。

業務面以外では、社員間でのコミュニケーションを増やしていきたいというものがあつた。中でも新人社員とのコミュニケーションの面では従来、新入社員が入社すると歓迎会をおこなっているとのことだが、コロナ禍の影響により、飲食店に対しての酒類の提供自粛や、時短営業の要請、人数制限などの制度化により、新入社員歓迎会などが行えない状況が続いている。このような要請が解除されれば、新入社員歓迎会を行ってより一層親睦を深めていきたいとのことだ。また、会社自体もこのまま現状維持だけではなく、会社を大きくしたいという声があつた。具体的には、金型部門を設けることや、第二工場を設立したいなどがあつた。

現在も出口の見えないコロナ禍の影響が続いているが、これまで通り感染対策を徹底し、営業面ではこれまでの事業を引き続き行い、コロナ禍の中から見出した遠方の際リモートでの会議といった新たなスタイルも取り入れつつ、一番の影響である売り上げの減少を改善に向けて取り組んでいく。また、コロナ禍がもう少し落ち着けば、社員間での親睦も深めより一層強固となった社員同士の連携で事業を行っていくことだと考えられる。



05 ひらかたパーク

ひらかたパークは、大阪府枚方市枚方公園町にある、京阪レジャーサービスが運営する遊園地である。1910年(明治43年)に「香里遊園地」として開園し、後の1912年(大正元年)に「ひらかたパーク」として開業した。同社は、現在まで営業し続けている日本の遊園地の中では日本最古である。アトラクションをはじめ、イベントやプール、スケートなど、さまざまな娯楽があり、「安心・夢中・想い・発見・平等」を大切に、お客さまに笑顔と感動を与えている。テーマパークは新型コロナウイルスの影響を大きく受けた業界の1つで、ひらかたパークも例外ではない。

①新型コロナウイルスによる影響

ひらかたパークは、新型コロナウイルスにより多大な影響を大きく分けて、2つ受けていた。1つ目は、パークの営業面についてだ。来場者数・売り上げは例年に比べて大きく減少した。臨時休業の回数は、2020年の春に1回、21年の春に1回の合計2回実施され、来場者数は、前々年比から約5～6割減となった。

緊急事態宣言などでイベントが急にキャンセルになったことで、イベント会社との日程の調整などに多く影響を受けた。イベントが急になくなったことを、イベント会社と日程の調整もオンライン会議などで対応をせざるをえなくなった。

ひらかたパークはお客様に来ていただき、エンターテインメントを届けることが本望であったため、コロナ禍でお客様が来園できなかったことは、ひらかたパークにとって一番営業面で困ったことだった。ただ、こうした状況の中でも、ひらかたパークを選んで来園していただいているケースもある。それは、地元の団体のお客様である。遠出を避ける場合が多いなか、近場の

ひらかたパークに来園していただいた。

2つ目は、従業員の働き方に対する影響だ。ひらかたパークの職場は事務所とパーク内に分かれている。事務所勤務では在宅勤務やオンライン会議などが取り入れられた。加えて、出張の制限などを行ったことから、イベント会社など遠隔地の企業との調整でも、オンライン会議を活用していた。ただし、全ての会議がオンラインになったわけではない。会議内容によって対面が必要な場合は3密にならないように行っている。これからコロナウィルスが終息した際は、必要に応じてリモートワークを取り入れていく。

西日本遊園地協会の「遊園地・テーマパークにおける新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」に従って営業するにあたり様々な変化があった。他社ではコロナウィルスの影響を受け時差出勤を取り入れていたが、ひらかたパークではもともと担当部署によって出勤時間が異なっているため、以前から、出勤の分散がおこなわれていた。



②誰もが安心できるパークづくり

ひらかたパークの来場者数は昨年に比べて約半分にまで減少した。インバウンド傾向は海外からのお客様がいないため同じく減少。売上利益としても同様に大幅に落ちている。営業面に関しては休業しているためイベントは中止や調整をしている。しかし、コロナの面で困ったことは、お客様にエンターテインメントを届けられないことが最大の問題とのこと。

会社内でのコロナのルールとしては検温・消毒・体調管理を徹底している。コロナ対策を徹底しているので現段階で従業員の中に感染者はいない。仮に感染者が出た場合は会社にすぐ連絡することを徹底しているので安心できる。コロナ対策は、1月20日現在では、6歳以上の人はマスクの

着用をお願いしている。園内に仮設の手洗い場やアルコール洗浄剤を設置している。安心して園内をご利用していただくため、新型コロナウイルス接触確認アプリ「cocoa」と、大阪コロナ追跡システムの利用をお願いしている。

コロナ禍における集客を得るための戦略としては、cmでのイベントの宣伝や、SNSを使いグッズ販売などを宣伝している。入園券の販売については、販売枚数を制限しており「アソビュー！」または「ローソンチケット」で事前購入とのこと。営業時間については、現在10:00～17:00で日により変更がある。休園日は不定休で主に夏休みなど混雑時を除き、水曜の場合が多い。

③感染者 0 の徹底した対策

パーク内での対策はもちろんのこと、従業員の雇用形態においても変化があった。それは、バイトの雇用を調整することである。コロナ禍で会社の売り上げが下がっているということは、従業員に支払う給与にも影響してくる。そのため、適正な人数を雇うこととなった。

社内でのコロナ対策については、「遊園地・テーマパークにおける新型コロナウイルス感染拡大予防ガイドライン」に基づいて実施された。同社では、コロナの感染者は今のところ出ていない。それだけしっかりと対策をされているということだ。もし感染者が出たりクラスターが発生したりした場合は、ガイドラインに従い臨機応変に対応する。

次に、社内での会議については、会議内容ごとに分けられている。対面が必要な場合は会議室が密にならないように人数を守り、対面が必要でない場合は、リモートワークをしているスタッフとオンラインで会議をすることもある。

就活生に対しての会社説明会は、個別に実施した。合同説明会を予定していたがコロナの影響を受け、個別に対応した。説明会当日は、アルコールによる手指の消毒や検温を実施した。さらに個別説明会の人数を上限 2 人にするなど、対策を徹底した。

新入社員に関しては、研修内容は通常と比べて変化はない。しかし新入社員の方は、「実際に現場に出て研修をしたが、お客さんが少ないので思った以上に業務に慣れない」と感じたそう。

同社では、SNS にも力を入れている。Twitter (@hirapar_pr) は 2013 年 1 月から、Instagram (@hirakatapark) は 2016 年 12 月から開設されている。パークの普段の様子や、イベントやローズガーデン、イルミネーションなど、さまざまな写真を投稿している。そして、コロナ禍でもひらかたパークのことを皆様に忘れられないようにと、休園中にも投稿を欠かしていなかった。それらの投稿には、「早く開園して欲しい」というコメントが多く寄せられた。この SNS は、お客さんにとって、パークに遊びに行けなくても雰囲気を楽しむことができた。そして従業員にとっても、コロナ禍で営業ができなくてもお客さんに楽しんでもらおうと、SNS に投稿することで、モチベーションを保つことができたのだ。

このように同社では、パーク内とは別にしっかりとしたコロナの対策を実施、徹底している。これにより、社員の感染者数 0 という数字を出すことができ、パークに訪れるお客さんも安心して楽しむことができるのだろう。そして、パークに遊びに行くことができない人も SNS で楽しむことができるのだ。



④将来の方向性

ひらかたパークは、コロナの影響を受けて売上が前々年比で約 5 ～ 6 割減少していたため何かお客様に喜んでいただけるものはないかと考えていたところ、オンラインショップという案が出た。コロナが流行する前にはオンラインショップはなく、現地に来てもらって商品を購入してもらう一般的な形で行っていたが、コロナの影響で入園者数の半減、営業時間の短縮など現地では売れ行きが悪くなっていたため、オンラインショップを開設した。現地に来られない他県の方や海外の方、医療従事者の方やそのお子さんなどひらかたパークに行きたくても行けない人に利用してもらいたいという気持ちで設立した。

さらには新たな試みとして、VR を導入しようという声があった。VR とは、バーチャルリアリティの略で、ゴーグルのようなものをつけ、現実ではないがあたかも現実かのように、五感を含む感覚を体感してもらい楽しむものだ。VR は現実のようにリアルで、実際にそこにいるかのように思わせることができる。例えばジェットコースターだと、乗り物に乗っている景色と変わらず、高さや速さを感じることができ、ジェットコースターが苦手な方でも VR で体験してみて、どのような乗り物なら乗れるかを考えて、パークに来ていただいた際にスムーズに目的の乗り物に向かえるので、効率的に楽しんでいただくことができる。

そのような考えが出ている中、ひらかた

パークではコロナの長期化が懸念されていたが、現在ではコロナワクチンの 3 回目の接種も始まっており、11 月 17 日現在では 18 人まで減ってきている。世間的には、2021 年の冬も第 6 波が来るといわれている。その要因は大きく 2 つある、1 つは、若い世代がまだ十分にワクチン接種が行われていないことだ。11 月 1 日公表時点では、12 ～ 19 歳で男性約 40 %、女性 35 %で 40 ～ 60 代の接種人数の半分にも満たない人数しか摂取されておらず、コロナウィルスに無関心な若者がマスクを着けていなかったり、電車などの空間で、大声で話していたりする様子をよく見かけることがある。

2 つ目の要因は、オミクロン変異株だ。注目されているのはその感染速度だといわれていて、それは南アフリカで急速に広がっている。それらの要因に対応するためにも、社内でのルールやお客様への配慮、アルコール消毒などを徹底的にしなければならないと思う。いつまた、変異株が日本に来るかもわからない状況で、働くことは自分にも危機が及ぶが、それでもお客様の笑顔のためのパークにするため、いつ終わるかわからない今の環境を乗り越えるために、ひらかたパークのこれからを守るために働いている。