

Naniwa Economy Winning Story

回一カル大阪経済

創業は1981年。99年に引越し事業に参入したが、現在3500億円といわれる市場のうち約7割強は大手社社に占められているという現状に、高年齢専務(40)は「このままでは価格競争に巻き込まれるだけ。ターゲットを絞り直す必要があるのでは」と飽和状態の業界への危機感を抱いた。

従来は若年層単身者のワンルームマンションが主な顧客だったが、景気の低迷によって単身者の減少が加速し、引越しの需要も縮小

「高齢者の引越し」着眼

セイコー運輸

(大阪市住之江区泉1丁目)

■代表者 宮高浩
 ■所在地 大阪市住之江区泉1の3の18
 ■電話 (0120) 751359
 ■URL <http://www.1359.co.jp/>
 ■資本金 1500万円



宮高浩社長

「要介護」対象、業界初

引越しは1981年。99年に引越し事業に参入したが、現在3500億円といわれる市場のうち約7割強は大手社社に占められているという現状に、高年齢専務(40)は「このままでは価格競争に巻き込まれるだけ。ターゲットを絞り直す必要があるのでは」と飽和状態の業界への危機感を抱いた。

従来は若年層単身者のワンルームマンションが主な顧客だったが、景気の低迷によって単身者の減少が加速し、引越しの需要も縮小

「要介護」対象、業界初

高齢者の利便性、生産効率の向上を考慮した際、派生的に、トラックと運転手を時間貸しする「タイムレンタル住む」が、という新たな商品が生まれた。最短1時間からレンタル可能なシステムで、庭の枝の処分やたすの移動、道具の整理までを請け負う「すっきり」として商品化。それは若年層の座標を見直すきっかけともなり、業務運搬をはじめ学校関係での引越し合いも増える相乗効果を生んでいる。

現在では、引越し部門の売り上げのうち、高齢者の引越しが6割を占めており、今後も特化していく方針だ。協力企業とともに6月には賃貸、8月には奈良でも事業を開始する予定で、「同じ志を持つ中小企業同士が協力し合い、地域活性化に貢献したい」と今後には目を向ける宮高専務。

「高齢者の引越し」といえば、「住む」と言われる存在になれば」と将来像を描いている。

(藤木俊治)

年中ヘルパーいます



運送業の「セイコー運輸」は、要介護高齢者向け引越しサービス「シルバー住む」を事業展開している。一年中いつでも自宅からヘルパーのいる引越屋さん」を旗印に、福祉施設への入退居などに際して大団対にスタートした「業界初」のサービスで、5月からは、パートナ企業と提携して首都圏(東京・埼玉)でも事業を進めるなど、全国に目を拡大していく方針だ。



顧客と見積りもりの打ち合わせをする従業員(右端)

社会人の出前教育へ新組織

関西経済同友会が提言

関西経済同友会が、学校教育への社会の力の投入などを求める次世代育成について提言を取りまとめた。同団体としても「大阪キャリア教育支援プラン」準備会(仮称)を4月中旬に発足、来年度から社会人の出前授業を推進する方針。

提言では学校教育を「閉鎖的」で内向きな方向から、広く地域社会の力を取り込んだ社会人育成の舞台へと変え、

大阪総会を同じ日程で行うし、理事を選出します。ことにしました。大阪同友会の会員約500人が参加。その後、リーマンショック業務へ。

い。連絡は電話06(69)44-1251、同友会事務局へ。

しなければならぬ」と指摘。社会人による出前授業や職場体験の充実などを求めた。準備会は、呼び掛けにこたえた関西生産性本部と大阪科学技術センター、連合大阪スタート予定。今後は関西経済連合会や大阪商工会議所などにも呼び掛け、組織体制や活動内容などを検討するとい

「千客万来都市」のロゴ作成

大阪商工会議所は、本年度から3カ年の中期事業ビジョン「千客万来都市OSAKAプラン」を全員参加で『大阪』『大関西』をつくらう」のロゴマーク=写真=を作成。趣旨に賛同する会員企業などに活用を呼び掛けている。

同ビジョンは、「大大阪」と呼ばれた大正後期～昭和初期、急成長した大阪の活気を思い起こし、大阪の魅力



大商、活用呼び掛け

向上させようと策定。大阪市との連携などにより、大阪城を核とした観光振興や国際メディアカルポリスの創成などを主な取り組みに掲げている。

ロゴマークは大商の印刷物やホームページなどに掲載。企業の看板や名刺、封筒などでの利用申し込みを受け付けている。またロゴ入りバッジ(ちょうピン式、400円)や名刺シール(500枚分、800円)も販売する。

問い合わせは電話06(6944)6324、大阪商工会議所総務広報部へ。

「要介護」対象、業界初

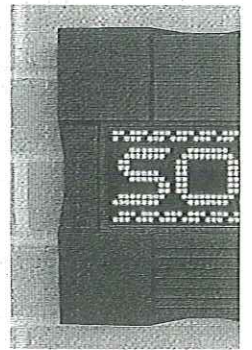
引越しは1981年。99年に引越し事業に参入したが、現在3500億円といわれる市場のうち約7割強は大手社社に占められているという現状に、高年齢専務(40)は「このままでは価格競争に巻き込まれるだけ。ターゲットを絞り直す必要があるのでは」と飽和状態の業界への危機感を抱いた。

従来は若年層単身者のワンルームマンションが主な顧客だったが、景気の低迷によって単身者の減少が加速し、引越しの需要も縮小

三和計

村木 靖彰

(大阪市淀川区塚本1)



緊急通報機器

野尾豊開発部長は「LEDは消費電力も少ない上に耐久性も高く経済的。緊急時はもちろん、防犯面にも効果的」と話している。

問い合わせは電話06(6885)2503、同社へ。(藤林敏治)

「私本主義」のすすめ

子孫への遺産として「自分史」を書く!

(ホームページ)(Eメール) in

新聞連載