

にいがた経済

変革 逆境乗り越え

世界的な感染拡大が続く新型コロナウイルスは、一人一人の行動パターンだけでなく、暮らしや社会のありようまで変質させている。ソーシャルディスタンスやマスク着用、消毒、検温は日常の光景になった。外出を控え、宴席などイベントに参加する機会も減っ



た。休業や販売不振で、企業の業績が悪化する事例は枚挙にいとまがない。一方、「ニューノーマル（新しい常態）」に対応した新たなサービス展開や製品作りの動きが、県内でも活発になってきた。逆境をはねのけようと奮闘する企業や現場の人々を追った。

感染防止具 技術生かし

飛沫対策が幅広い業界で常識となる中、県内メーカーは培ってきた技術を新たなビジネスチャンスにつなげようと奮闘する。

丸亀製麺にサイゼリヤ、フロンコビリー……。身近な大手外食チェーンの店内でも、飛沫防止ガードが至る所で目に付く。3チェーンが全国で設置するガードは、実は全て厨房機器製造のハイサープウエノ（三条市）が一手に請け負っている。

全国のメーカーが同様の製品を手掛ける中、なぜ同社が選ばれているのか。小越元晴

ものづくり

社長（47）の答えは明快だ。「スピード感と徹底した顧客第一の姿勢でしょう」

同社に取引先の外食チェーンから感染対策の相談が寄せられたのは、昨年4月11日。急速な流行拡大で、東京など7都府県に初めての緊急事態宣言が出されて4日後のことだった。

それまで厨房機器に特化していた同社だったが、「しつかりとした感染予防ができなければ利用客は来てくれない」と訴えるチェーン側の声を受け止め、すぐに参入を決める。リモートを使って必要な大き

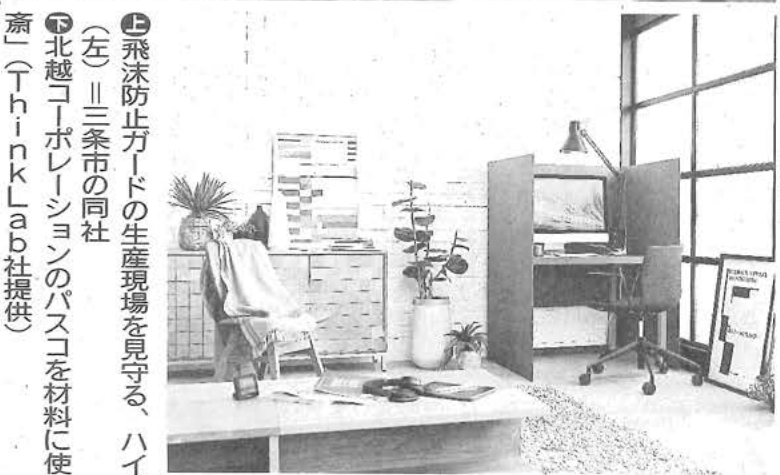
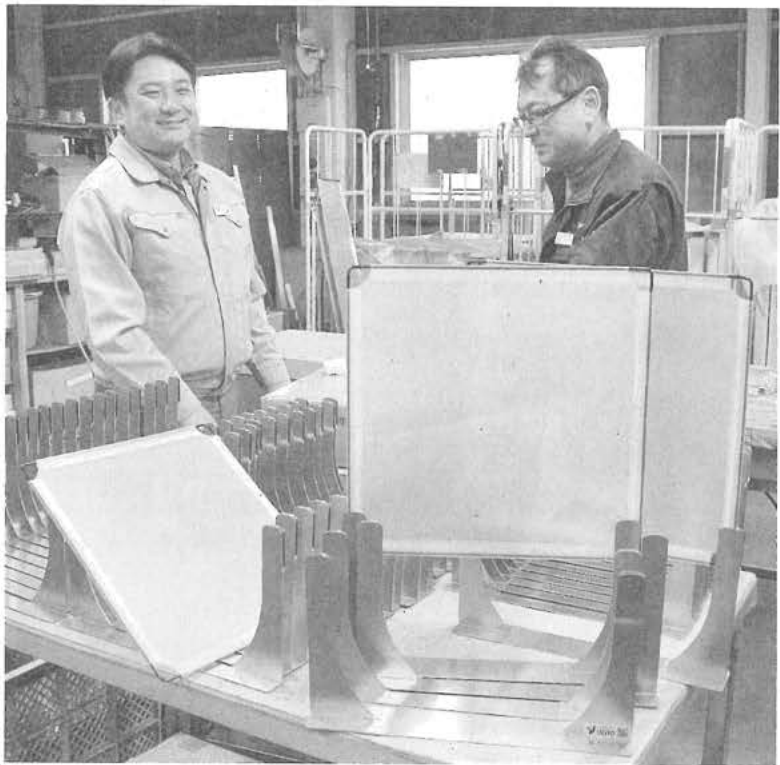
吉野家やリンカーハット、魚べいなども含めジャンルを超えて採用されるようになり、これまでの累計納品数は8万台超。本業の厨房機器が前年比約15%減に落ち込む中でも、売上高を維持できているという。

感染対策品メーカーとしての知名度を一気に高めたハイサープウエノ。小越社長は「顧客が困っていればすぐに応えが収益の多くを占めるように。情報把握から開発・製造まで、全てにおいて迅速に進められたのが大きかった」と振り返る。

同社は今後、ウイルス禍が好機になる面もあるとらむ。これまで首都圏の大企業は、製品開発の打ち合わせしやすい近隣の取引先を選ぶ傾向があったというが、現在はリモートでの協議が主流だ。小越社長は「距離で不利になることはなくなる。純粹に技術で勝負できるなら、新潟のメーカーにとってはビジネス拡大の契機になると思っ

「いい」と将来展望を描いている。

50年の伝統がある製品に思わぬ需要が生まれたのは、北越コーポレーション（長岡市）



①飛沫防止ガードの生産現場を見守る、ハイサープウエノの小越元晴社長（左）
②北越コーポレーションのパソコンを材料に使った、自宅用の「ブース型書斎」（ThinkLab社提供）

逆風が続く。そんな今だからこそ、主力品だけに依存せず

に続けてきた、幅広い紙製品作りが同社の強みとなっている。