ウーマンエキスポ　きょうから

「多様化で価値創造」

女性活躍企業　資生堂など表彰

女性の働き方や生き方に関する総合イベント「WOMAN EXPO TOKYO 2015」（日本経済新聞社、日経BP社主催）が23、24の両日、東京都港区の東京ミッドタウン・ホールで開かれる。開催に先立ち、22日に「日経WOMAN」と日経ウーマノミクス・プロジェクトによる「女性が活躍する会社BEST100 2015」の贈賞式があった。

式には2年連続1位となった資生堂をはじめ業種別トップ企業10社の代表が参加した。資生堂の魚谷雅彦社長は「新しい価値創造にはダイバーシティー（価値観の多様化）が不可欠」と強調。来賓の有村治子女性活躍相は「日本の持続的な成長にも女性の活躍が大切だ」とあいさつした。

23日からのイベントのテーマは「仕事を通じて輝く女性の応援」。作家の石田衣良さんとキャスターの小谷真生子さんの対談、女優・永作博美さんのトークショーなど仕事、健康、美容に関する展示や講演がある。

2年連続で「女性が活躍する会社」の総合1位を獲得し、講演する資生堂の魚谷社長（22日、東京都港区）

「女性が活躍する会社」
総合1位と各業種1位企業

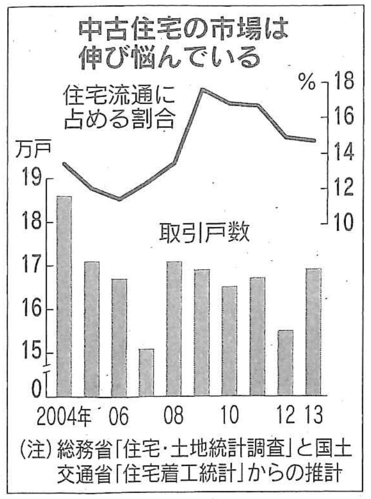
▽総合1位／化学・医薬品
資生堂
▽サービス＝個人・事務所・公共
全日本空輸
▽建設・不動産
大林組
▽食料品
サントリーHD
▽卸売・小売
セブン＆アイHD
▽電機・機械・自動車
ソニー
▽保険・証券・その他金融
第一生命保険
▽製造
帝　人
▽情報・通信
日本IBM
▽銀行
みずほFG

中古住宅　取引しやすく

大和ハウス　最低家賃保証

ミサワ　物件情報を集約

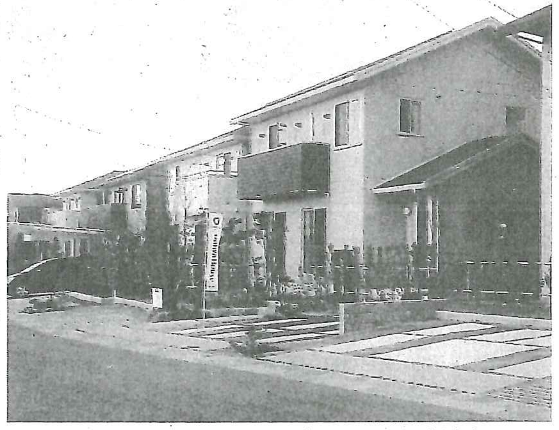
住宅各社が中古住宅の賃貸や売買の活性化に動き始めた。大和ハウス工業は高齢化などを理由に住まなくなった自宅を貸し出しやすくするための家賃保証サービスを導入する。ミサワホームはグループで分散していた物件情報を集約し、利用者が探しやすくした。人口減に伴い社会問題化している空き家を減らす取り組みがメーカー側にも広がってきた。



（注）総務省「住宅・土地統計調査」と国土交通省「住宅着工統計」からの推計

大和ハウスは住宅メーカーなどが設立した一般社団法人の移住・住みかえ支援機構と組み、過去に自社が販売した住宅を貸し出しやすくする。住人が高齢者施設に移るなどの理由で自宅を貸したい場合、機構が借り上げ、子育て世代などに転貸する。

同機構は立地などに応じて最低月3万～7万円の家賃を住宅の完成から50年目まで保証する。これより安い家賃しか設定できなかった場合は差額分を、借り手がいない期間も最低保証額を機構が支払う。


大和ハウス工業は熊本などの分譲地を皮切りに家賃保証サービスを広げる

実際は最低保証額を上回る家賃で貸し出せるケースが大半とみている。月額賃料の10%を手数料として機構が受け取って積み立て支払いに充てる。まず熊本県と三重県で新築の分譲住宅数十戸から導入し、全国に広げる。

ミサワホームは関東の4つのグループ会社が手がけてきた中古住宅の買い取り再販の事業を新会社に統合した。分散していた中古物件情報を一元管理し、消費者が好みの物件を素早く探せるようにする。複数の都県にまたがる物件の所有者も窓口を一本化する。

積水ハウスは三井住友トラスト不動産や綜合警備保障（ALSOK）と組み、空き家の売買・管理の支援体制を強化。空き家活用の相談などができるサイトも今春立ち上げた。

住友林業は2015年度に売買仲介子会社の店舗を首都圏で5店増やす。パナホームも奈良県の老朽戸建て団地の改修や賃貸・売買の仲介支援に乗り出した。

国内の空き家は約820万戸（13年10月時点）。全住宅の13・5%で20年前に比べ8割増えた。人口減に加え、新築志向が強く、中古の取引市場が未成熟なことも空き家増を助長している。

住宅取引に占める中古の割合も欧米に比べ6分の1程度にとどまっている。

政府は中古流通とリフォームを合わせた市場の拡大をめざし補助金などで後押しする。新築の販売に傾注していた住宅メーカーが中古の売買や賃貸の活性化に取り組めば、空き家の減少に一定の効果がありそうだ。

プリマハム101億円調達

公募増資など　茨城工場の設備増強

プリマハムは22日、公募増資などで最大101億円を調達すると発表した。主力の茨城工場（茨城県土浦市）内で予定するソーセージ工場の建設に充てる。食肉加工品やコンビニエンスストア向け総菜が好調で、今後3年間で470億円の設備投資を計画している。株価は約19年ぶりの高値水準にあり、株高を生かして成長資金を確保する。

同社の公募増資は資料が残る1980年代以降では初めて。発行する新株は最大2822万9千株で発行済み株式数の12・6%に当たる。

このうち公募が1488万5千株、筆頭株主の伊藤忠商事への第三者割当が約1111万2千株を占める。伊藤忠はプリマ株の39・4%を保有し、増資後も比率は変わらない。公募増資の払込日は6月8～10日のいずれかとする。今回の資金を投じる新工場は16年6月に稼働。ソーセージ工場の新設は約20年ぶりで、会社全体の生産能力を13%増やす。コンビニ向け総菜の増産なども合わせ、16年3月期の設備投資は前期比8割増やす計画。

今期の連結営業利益は37%増の99億円と2期ぶりに最高益を更新する見通し。ソーセージは主力ブランドの「香薫あらびきポークウインナー」を中心に販売を伸ばす。

スペースシャワーと提携

フジ・メディアHD、8億円出資

アジアへ番組配信協力

フジ・メディア・ホールディングス（HD）は22日、音楽専門チャンネルを運営するスペースシャワーネットワーク（SSNW）と資本業務提携すると発表した。6月8日付で第三者割当増資を引き受けるほか、既存株主からも株式を取得する。合計の出資額は8億円弱。音楽イベントの共同開催や、アジアへの番組配信などで協力する。

フジHDはSSNWへ16・65%出資し、持ち分法適用関連会社にする。伊藤忠商事に次ぐ第2位株主になる。社外取締役も1人派遣する。インターネット配信を視野にコンテンツ制作などで連携するほか、アジアでの番組配信など海外展開にも力を入れる。フジHDはSSNWの音楽コンテンツを生かし、魅力的な番組づくりにつなげる。

排水システムを3社が共同開発

ブリヂストンなど

ブリヂストンと野村不動産、長谷工コーポレーションの3社は22日、建物の水回り設備を自由に配置できる排水システムを共同開発したと発表した。

従来は建物の各階を貫く管の近くに置いていた水回り設備を離れた場所に設置できる。床下空間も低くできるため、室内空間も広がる。キッチンのほか浴槽や洗面台に適用する。

まず長谷工が自社施工物件の1割で採用を目指す。

けいざいじん

東北電力次期社長　原田　宏哉氏（59）

冷静かつ豪胆な「便利屋」

東日本大震災で大きな打撃を受けた東北電力を立て直す。自らを「機敏に動けるだけの便利屋」と謙遜するが、震災後に電力供給を維持した立役者として社内外の信頼は厚い。

学生気分が残る入社2カ月後に起きた宮城県沖地震が電力マンの原点だ。電力復旧に黙々と動く先輩の背中をみて「これが電力会社の使命だ」と痛感した。

口数が多いほうではない。中枢の企画部門などを歩んだが、部下にも物静かな口調で話す。大声で檄（げき）を飛ばすタイプからはかけ離れているが「原田さんの言葉は重く、心に響く」と周囲は耳を傾ける。

再び起きた大地震が人生を変えた。2011年3月、仙台市内の取引先に向かうさなかに東日本大震災が発生。「消えないでくれ」と祈るそばから周囲の建物の照明が次々に消えた。

原子力や火力など主要な発電所が相次いで止まる非常事態に、企画部長として計画停電の実施計画を担うことになった。現場が混乱を極めるなか、声も荒らげずに「被害が大きい沿岸部の電気は止めるな」「企業の発電設備から電力をかき集めろ」と矢継ぎ早に指示。計画停電をぎりぎりで回避した。海輪誠社長は「豪胆さも持つ」と評する。

震災後は東京支社長として電気料金の引き上げ審査などで国との難しい交渉に直面した。「机に向かう姿をほとんど見ない」と言われたほど霞が関などを歩き続けて物静かに、かつ粘り強く交渉を続けた。

歴史を学ぶのが趣味。「現代史はエネルギーの獲得競争」が持論で、部下と酒を飲むと決まって歴史の話になる。（真）

はらだ・ひろや　78年（昭53年）早大法卒、東北電力入社。11年上席執行役員東京支社長。14年取締役副社長。山形県出身。

湘南モノレール　三菱重工が売却

みちのりHDに

三菱重工業は22日、55・2%を出資する湘南モノレール（神奈川県鎌倉市）の株式を、交通事業支援を手掛けるみちのりホールディングス（東京・千代田）に6月中に売却すると発表した。譲渡額は明らかにしていない。

三菱重工は事業の選別を進め、主力事業に経営資源を集中する戦略を加速する。

みちのりホールディングスは三菱電機、三菱商事からも湘南モノレール株を取得することで合意しており、90%超を保有する見通し。

湘南モノレールは、大船と湘南江の島駅を結ぶ、6・6㌖の区間を運行しており、年間1000万人が利用している。

香港で機能性食品拡販

大塚製薬　オロナミンCなど

大塚製薬は香港で機能性食品を拡販する。このほど栄養ドリンクの「オロナミンC」、飲料などに溶かして飲む食物繊維食品の「賢者の食卓」を発売した。既に販売しているスポーツ飲料「ポカリスエット」や栄養食品「ソイジョイ」などに加え、販売品目を増やす。健康志向の高まりに伴い、ビジネスマンなどの需要を見込む。

オロナミンCはこれまで韓国や中東諸国で展開している。日本を除き8カ国・地域目となる香港は、社会ストレスの増加などを背景にビタミン飲料やエナジードリンクの市場が拡大している。価格は1本12・9香港ドル（約200円）と、日本（105円）よりも高めに設定し、ブランド化を目指す。

賢者の食卓は初の海外展開。糖分や脂肪の吸収を抑える効果があるとされ、外食の多いビジネスマンや富裕層への拡販を目指す。

2014年4～12月期の大塚ホールディングスの機能性食品事業の売上高は2381億円。国内販売は伸び悩むが、海外売り上げは増加傾向にある。