

# MACC<sup>マツク</sup>通信

Monozukuri Arakawa City Cluster

第22号

2012年9月28日発行

荒川区が進める『MACCプロジェクト』は、荒川区の特徴である多彩な産業集積を活かした、区内企業同士の顔の見えるネットワークの形成を推進することで、荒川区の産業振興(商品開発や販路拡大など)を図ろうとするものです。

「MACC通信」は、この『MACCプロジェクト』に関わるホットな情報をお届けしていきます。今回は「第2あすめし会」での“工場見学会”と「グローバルビジネス研究会」における“海外へ売り込もう！ビジネスチャンスの作り方と貿易実務の初歩”と題した日本貿易振興機構による講演についてご報告します。

## 第2あすめし会活動報告 工場見学会(電光工業(株))

今年度新たに発足した「第2あすめし会」は、8月で4回目の定例会を終え、徐々にその活動を広げております。今回は、7月19日(木)の定例会と、8月23日(木)に行われた、電光工業(株)川口工場(埼玉県川口市)への工場見学のレポートとなります。

7月19日(木)の定例会では、「KJ法」(注1)を用いてのグループワークを行い、活発な意見交換を実施しました。

### グループワークによる意見交換

第3回定例会(7月19日(木))は、産業経済部4階研修室にて行われました。

始めに、牛山コーディネーターから7月4日(水)に参加したセミナー「先端素材(CFRP)への挑戦！」(主催：八王子市)の報告がありました。

この炭素繊維強化プラスチック(CFRP)は、現在、自動車や飛行機の部品の一部に使われている素材です。しかし、今後は熱可塑性(ねつかそせい)(注2)の性質を持つ一部のCFRPを使う事によって、小さな設備で加工が可能になり、車のダッシュボード用アクセサリや携帯アクセサリの様なデザイン素材に用途が広がる余地があり、今後注目すべき素材であるのではないかとの報告がありました。

牛山コーディネーターの報告の後、数人ずつ分かれ、「経営って、どうすればいいの？」をテーマにグループワークが行われ、KJ法を使ったブレインストーミング(注3)で、活発な意見が交わされました。

グループワークを始める前に「どのように経営したら良いか？」との問いに、講師の豊泉シニアコーディネーターは、「まずはPDCAサイクルが大事で



す。そしてその管理手法をデスクワークで学ぶよりも皆さんが現在行っている仕事で問題を出させ、対策を考え、それを実行していくことによって経営を深く理解できるようになります。皆さんがやっているところから始めてみてください。」また「“なぜ”を5回繰り返すことによって、思考力が身に付き、本当の理由がわかってくるのです。」とアドバイスをしました。

### (注1)KJ法とは？

データをカードに記述し、カードをグループごとにまとめ図解し、論文等にまとめてゆく手法。「創造性開発」(または創造的問題解決)に効果があるとされる。(Wikipediaより抜粋)

### (注2)熱可塑性とは？

常温では変形しにくいですが、加熱すると軟化して成形しやすくなり、冷やすと再び固くなる性質。プラスチックの性質のひとつ。(Yahoo!辞書より抜粋)

### (注3)ブレインストーミングとは？

米国で開発された集団的思考の技術。自由な雰囲気、他を批判せずにアイデアを出し合い、最終的に一定の課題によりよい解決を得ようとする方法。(goo辞書より抜粋)

## 工場見学(電光工業(株)川口工場)

第4回定例会(8月23日(木))は、会員の電光工業(株)川口工場(本社：荒川区東尾久2-41-5 <http://www.denkoh.com/>)への工場見学会を実施しました。



電光工業(株)  
代表取締役社長 河邊幸孝氏

電光工業(株)代表取締役社長 河邊幸孝氏の挨拶に始まり、MA(マネジメント)センター長 清水孝浩氏より「企業・活動紹介」が行われました。電光工業(株)は、国内唯一の始動器(注4)の製造メーカーで、昭和21年11月に創業。創業者が戦後苦勞して無接点始動器を開発。それを

基礎とし、新製品・新技術の研究を続け、紆余曲折を経て「始動器とその周辺技術によって、社会の幸福を願い、感謝の輪を広げ、誇りある『オンリーワン企業』を目指す!」という経営理念の基に、社員一丸となって会社発展に取り組んでいます。

主力商品である「可変電圧始動器Vスター」は、“宇宙戦艦ヤマト2199”というコミックの中でもヤマトの装置として、その名が記されている商品です。



また、電光工業(株)は、「本体だけでなく始動器関連のコンサルタント業務も行っており、負荷によ

るモータの選定及び計算から使用発電機の選定までトータルに提案できる技術と技能を持っているのが強みである」と語られるだけあって、ニッチな分野に効率の良い新製品を投入し特許を取得したことにより、多数の企業にその技術が採用されています。



工場見学は、設計部門→自動倉庫→巻線→組立→配線→検査の順に回り、最後は始動器展示場において様々な始動器の大きさ及び形、動きの違いなどを学びました。

見学会に参加したメンバーからは、

- ・各部門でお客様への対応が可能である。
- ・各部門が責任を持ち考えながら仕事をしている。
- ・“多能工”が実際に行われており、教育が行き届いている。
- ・デモ用装置一式があり、製品の特徴を実験する体制が整っている。

等の感想が挙がり、好評を博して工場見学会を終えました。

(注4)始動器とは？

電動機の停止状態から定常運転まで速度を上昇させる過程に用いる装置。スターターstarterともいう。(Yahoo!百科事典より抜粋)

## グローバルビジネス研究会活動報告 高橋弘紀氏が講演「海外へ売り込もう！」

第2回グローバルビジネス研究会が平成24年8月10日(木)産業経済部4階研修室で行われました。今回は、日本貿易振興機構(JETRO)関東貿易情報センター所長の高橋弘紀氏が「海外へ売り込もう!ビジネスチャンスの作り方と貿易実務の初歩」と題して、海外展開への積極的な手法を講義しました。

### 海外展開は中国一色からASEANへ

講師の高橋氏は、「企業が自社の製品を“海外に売り込もう”とする際は、海外マーケットの前提が大切です。つまり、どの国(市場)にどうやって売り込むかが重要ですが、その前提が整っていない企業が随分あると気付く点が多々あるので、



JETRO関東貿易情報  
センター所長  
高橋 弘紀 氏

今日のセミナーではその辺の基本的な手法についてお話したい」と前置きして、本題に入りました。

### コミュニケーションは英語で

企業の海外戦略で特徴的なこととして、「つい最近まで、海外展開の対象国は中国一色に染まっていたイメージが強かったが、風向きが変わって、現在はベトナムやインドネシアなどのASEAN(東南アジア諸国連合、加盟10カ国)に視野を広げる企業が増え

ている」とし、中国語圏を一步踏み出して、ASEANにマーケットを広げるには「グローバル性のある英語でコミュニケーションを図ることが望ましい」と指摘しました。

「日本はモノづくりが先進的で、技術力があるといわれるが、それを対外にどう発信するか。PRやマーケティングが下手なため、国際的製品を創出するのが苦手。ですからグローバル言語である英語をうまく活用して、コミュニケーションを高めることが必要です」「日本人は英語が不得意なのではなく、会話が苦手なだけ、読み書きのコミュニケーションレベルは高い」と説明を加えました。



### WEBページ作成は必須

どうやって海外に向けて発信するかについては、「英語（またはターゲットとする国の言語）のWEBページの作成は必須であり、製品カタログなどはPDFにして、いつでも閲覧可能な状態にしておく」とし、「問合せに対する基本的な返信の英文メールも何種類か用意しておく」と良い。その際、

- ①詐欺メールに注意
- ②WEBサイトは常に最新の状態にしておく

③文章は例えば、英文なら英語圏の人と言うように、その国の言語に精通した人にチェックしてもらう」

ことをポイントとして示されました。

### 海外見本市を利用しよう！

また、ビジネスチャンスの作り方のひとつとして、海外見本市の活用を挙げました。「日本ではお祭りと呼べる傾向があるが、海外では見本市を真剣な商談の場と認識し、これを基盤にビジネス展開している人も多い」と述べ、「見本市の期間・見本市の会場以外での商談も想定し、出展者同士のビジネス交流も行われるなど、有効な商談の機会となる」と強調しました。

それらの海外見本市や各種行事・サービスの情報を得る手段として、JETROのメールマガジン（登録無料）(<http://www.jetro.go.jp/mail/>)の活用を紹介しました。

### 海外展開に一步踏み出そう！

さらに、高橋氏は「貿易実務の全部を覚える必要はなく、値決め、支払い方法、契約条件の一部を抑えておけば、あとは代行業者や代理店をうまく使えばよい」とし、「まずは、海外展開に一步を踏み出してほしい」と呼び掛けました。

## MACCセミナー開催のお知らせ

MACCセミナーでは、効率的かつ効果的な意見やアイデアを引き出す手法のポイントを、実践を交えながらお伝えします。「**新たな挑戦をしたいけれども具体的なアイデアが思い浮かばない**」「**部下や同僚から意見を引き出すことができていない**」といった悩みや、様々な場面で直面する課題の解決に役立つ内容となっております。また、グループワークによる活発な意見交換も予定しております。是非、皆様ご参加ください。

- 【開催日時】 平成24年11月1日（木）15:00～17:30（交流会：17:45～19:15）
- 【テーマ】 「意見やアイデアを引き出す秘訣 ～課題解決、新製品・新事業創出を図る～」
- 【会場】 荒川区産業経済部4階研修室A（交流会は隣室にて開催）
- 【内容】 ①基調講演「知の資源を発掘する」  
講師：早稲田大学大学院商学研究科 黒須 誠治 教授 氏  
②グループワーク 「意見」や「アイデア」を引き出す手法の体験
- 【対象】 区内外・経営者等を問いません
- 【定員】 40人（申込み順）
- 【締切】 平成24年10月26日（金）
- 【費用】 無 料（交流会参加の方は2,000円）
- 【その他】 申込み・お問合せは、荒川区産業経済部経営支援課  
TEL:03-3802-4683 FAX:03-3803-2333  
電子メールアドレス [macc@city.arakawa.tokyo.jp](mailto:macc@city.arakawa.tokyo.jp)



講師：早稲田大学大学院  
商学研究科 黒須 誠治 教授

連載～その5～

# 牛山博文の 毛～ひと工夫！



MACCコーディネーター 牛山博文

MACCプロジェクトでは4名のコーディネーターによる、きめ細かい企業支援を行っています。

このコーナーでは、牛山コーディネーターによる生産管理の事例やMACCコーディネーターとしての活動報告等を、わかりやすく連載で皆様にお伝えしていきます。前号(21号)ではPDCAの中のPプラン(計画)とDドゥ(実行)を取り上げました。今回はCチェック(評価)Aアクション(改善)について考えていきます。

## 「もういちどPDCAをじっくり考えてみよう!(最終章)」

### (評価と改善)

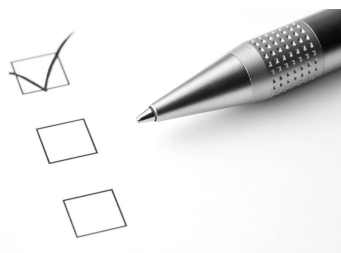
#### Cチェック(評価)とは

Cチェック(評価)とは計画された実行が、計画通りに進んでいるかを確認することです。何事も「やりっぱなし」は良くありません。実施したことをチェックすることで初めて管理状況がわかります。ではチェックとはどのように行うべきでしょうか?

チェックとは、すなわち現状を把握することです。そのためには何時までに何をどのくらいの頻度で管理するのか、ということが明確になっていなければなりません。チェックに必要な数値目標やチェックポイント、時期などを計画時に盛り込んでおくことでその後のチェック作業が楽になります。その際に具体的にチェックの方法も決めておくことで作業が楽になります。

具体的なチェック方法はいろいろ考えられます。例えば帳票を作って確認するかチェックシートを作る、毎朝朝礼で確認するなどが考えられます。要するに「実行状況をチェックする」という行動自体を習慣化する仕組みを作りこんでおくことが重要なのです。

さてここまでがチェックの現状把握の部分です。測定結果をさらに「分析・評価」することについてお話ししましょう。実はここがチェックCで重要な部分なのです。つまり測定した



結果が良いのか悪いのかを分析し、うまく行かない場合は何が悪かったのかということをしつかり検討することが必要なのです。そもそも計画が悪かった・・・。計画はわかっているけどその通り実施できなかった・・・。忙しすぎて実施できない・・・。目標がいつも達成できていないなど、実施段階での課題はいくらでも出てきそうです。

こうした課題を明確にすることは、次の段階であるA:アクション(改善)につながる重要な部分ですから、単に現状分析にとどまらず、管理のサイクルをまわすために確実に「評価」を実施していきましょう。1950年代にPDCAサイクルを提唱したデミング博士はその後Cチェックを単なるチェックから究明・研究・考察を意味するSスタディに置き換えたPDSAを80年代に提唱しています。それだけこのステップが重要ということですね。

#### Aアクション(改善)とは?

さて、最後のAアクション(改善)です。ここでいう改善とは、Cチェックのプロセスで評価結果をもとに改善案を策定し、新たな計画につなげていく行動を示しています。当初の計画がうまく行っていればさらに高い目標を設定した計画を立てる。評価の結果、うまく行っていないければ、評価項目ごとに改善案を作成して計画修正していきます。



注意しなければならないのは、うまく行かないからといって安易に計画目標値を下げないことです。そもそも達成可能性のある目標値を計画に盛り込んだわけですから、目標達成に向けた活動の実施手順やチェックが適正だった

かをまず確認しましょう。より高い目標を達成していく継続的な活動の指針としてPDCAサイクルがあるのですから、簡単に目標値は下げないことです。

最近では、このPDCAサイクルの考えは古く、まずはやってみるD、そしてチェックするC、それから計画するP、そして改善するAのDCPAサイクルを提唱される方もいます。しかし、これとてD実施の前には何らかの計画があることは当然のことです。とにかく「やってみることも重要だ」ということも一理あります。

そこで計画段階ではあまり厳密に考えず「とにかくこのような方向で」とか「まずはこれでやってみよう」といった仮の計画から管理サイクルを始めてみる方法が現実的かもしれません。私としては、管

理サイクルの初回は小さいp(仮計画)からはじめるのがいいと思います。pDCA-PDCA-PDCA…。小さいpなら初回のサイクルで目標値を適正に補正するのも許されます・・・よね？

『初心を忘れないことっていうのは大事ですが、初心でプレイしてはいけません。成長した自分がそこにおいて、その気持ちでプレイしてはいけません』  
By イチロー

## MACCコーディネーター TOMMYの部屋 VOL.20

今回は、今年度から自主運営となり、MACCプロジェクトから無事巣立って行った“あすめし会”発足当時の苦労話を書かせていただきました。【荒川区のモノづくり企業活性化】の重要ミッションを背負った“トミー”の手腕やいかに…

😊 「荒川あすめし会物語(船出編)」 😊

MACCシニアコーディネーター 豊泉光男

平成19年、目に若葉の5月、1ヶ月遅れの新入生、トミーは経営支援課の席に着いた。

荒川区のモノづくり企業活性化のミッションが、肩に重くのしかかった。一体私に何が出来るのか？自問・自答の中でスタートを切った。「そうだ。まず現場に行こう。荒川の企業は、どんな状態なのか？何か困っている事はあるのか？私で力になれるのか？まずは、生の声を聞こう。キャリアカウンセラーで培った傾聴こそ全ての出発点だ。」と、荒川区の多くの企業の経営者、工場現場を訪問させていただいた。この時、企業の抱えている様々な問題を耳にすることになった。中でも、企業の悩みワースト2は「仕事が年々減少し、それにとってもなって価格も売上も減少している。」ことと「企業経営後継者への承継問題は頭が痛い」ということで



あった。この2つの問題を解決する方法としては、新たな商品、事業を生み出し、売り上げを上げる。そして、それを実践できる若手人材の育成がキーであることに気付いた。それから、再度企業を訪問し、社長面談を試みた。「若手後継者の成長は、企業にとって、未来を築く力です。“今日の飯の種”を築いたのは、現社長ですが、企業が生き抜くために必要な“明日の飯の種”を作るのは、後継者です。立派な社長になるように、私が責任を持ってお預かりいたします。どうぞ、若手後継者育成の『あすめし会』設立にご協力をお願い申し上げます。」と熱い想いを社長にぶつけた事を思い出す。しかし、時には厳しく叱責されることもあった。「若手後継者として“ちやほや”され、深夜まで酒を飲んで遊んでいるのは、翌日の仕事に差し支える。そのような会ならうちの息子は、出せないね。」また、一方「私は社長を独学でやってきた。後継者には、経営と言うものを、きちんと教えてやって欲しい。会の目的は私が出来なかった『わが社の明日の飯の種を作る事』それは、大賛成だ。ぜひ、参加させてもらいたい。」と嬉しい言葉も多かった。勿論、現社長の意見だけでなく、後継者の希望も大いに尊重した。意見は、大きく2つに分れた。「今、業界、各種団体の

青年部に所属していて、時間が多く取られている。その上また、忙しいのに時間を取られる事は困る。」と他の団体の経験から消極的な意見も多かった。一方、「毎日、会社の中で、一日中仕事をしている。もっと、社外の事や他社の事も知りたいし、教えて欲しい。あすめし会の趣旨は、大賛成です。このような誘いを待っていました。ぜひ、早く入会させて欲しい。」と積極的な意見も多く聞かれた。このような中で、あすめし会会員の入会対象者の要件を絞り込んだ。

- ① 荒川区内モノづくり関連企業の若手（50歳以下）経営後継者である方。
- ② 新商品、新事業の開発意欲と実践力のある方。
- ③ 自社の経営革新に意欲のある方。
- ④ 1～2ヶ月に一回の定例会に7割以上出席可能な方。（例、第2木曜17時～19時）
- ⑤ オープンマインドを持ち、会員相互のコミュニケーションを行える方。

とした。また、活動内容としては、定例会（毎月ないし隔月1回）は、荒川区産業経済部研修室で、時間は17:00～19:00に行うとした。

さらに定例会のテーマは、マーケティング戦略、

ネゴシエーション、ビジネスプラン、ブランディング、デザイン戦略、パブリシティ活用、知的財産権戦略、5S、SWOT分析、新商品開発コンセプト、事業承継、4P（製品（Product）、価格（Price）、流通（Place）、プロモーション（Promotion））、経営革新計画、経営計画書作成、財務分析、金融機関の企業経営視点、グループワークと皆さんが希望するものを選定した。

活動計画は、

- ① 視察見学については、企業訪問（モノづくり優良企業、大学、研究機関、区内企業相談等）、セミナー、他地域との交流等を行う。
- ② 新商品・新事業開発について、産産連携及び、産学連携による新商品開発の取り組みを行う。
- ③ 会員企業間ネットワークについては、共同開発、共同受注、外部知の活用、自社の他社への貢献に取り組む。

かくして「あすめし会」は、構想1年半を経て、無事、現社長の同意と後継者の入会を得て、10社10人の会員で平成20年8月に、無事船出を迎えることができた。



あすめし会メンバー(平成21年当時)

#### <発行>

荒川区産業経済部経営支援課産業活性化係 MACCプロジェクト事務局

〒116-0002 東京都荒川区荒川2-1-5 セントラル荒川ビル3階

TEL:03-3802-4683 FAX:03-3803-2333

E-mail:macc@city.arakawa.tokyo.jp URL:http://sangyo.city.arakawa.tokyo.jp/macc/