

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生かした、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によって、荒川区の産業振興を図るものです。

「MACC通信」では、この『MACCプロジェクト』に関わるホットな情報をお届けします。

今回は、「荒川区高度特定分野専門家派遣事業 登録専門家の増員」「あすめし会活動報告 “第二回下町サミット” の開催」、「第2あすめし会活動報告」、「“あらかわアジアベトナムグローバルセミナー” の開催報告」、「MACC発新商品紹介」等について掲載します。

荒川区高度特定分野専門家派遣事業 登録専門家を新たに8名増員！きめ細やかな支援を拡大します！

平成22年度より実施している「荒川区高度特定分野専門家派遣事業」の登録専門家に新たに8名の専門家が加わりました。

増員に至った背景には、昨年に開催した「第8回MACCプロジェクトフォーラム」において、専門家と企業とのマッチングを行ったところ、多様な分野で専門家派遣のニーズが高まってきたことがあげられます。

増員した専門家は、法務2名、ビジネス支援5名、IT支援1名で、これにより総勢41名の専門家によって、問題解決に取り組む体制がより一層整いました。（分野ごとの人数は次頁に紹介しています。）

今回、5名の増員を図ったビジネス支援の分野では、海外企業経営（主にアジア）を専門とする人材や、国から経営革新等支援業務を行う者として認定を受けた人材を登用することにより、事業再生・経営改善・事業計画作成と一貫した支援が可能となりました。

また、法務分野では、契約書作成（国内・国外）や民事介入暴力対策を得意とする人材を、さらにIT支援の分野では、ISO27000シリーズ（情報セキュリ

ティ管理に関する規格）等の認証取得を得意とする人材を登用し、区内企業のあらゆる問題解決に挑みます。

登録専門家は皆、中小企業の重要性を十分に理解しており、「中小企業が自力で成長して行くことを念頭におき、日本経済の活性化に貢献したい」との強い思いを持っています。

これまでも、デザイン・知的財産権・税務・法務・ビジネス支援等数多くの問題解決に、この「専門家派遣」が活用され実績をあげています。また、例えば“新商品開発”という1つのテーマに向けて、区専門職員を中心に分野の違う専門家同士が互いに連携し、目的を達成するという場面も多く見受けられました。

26年度からは、荒川区内での起業を予定して準備をしている個人にも対象を広げ、より幅広く活用していただけるようになりました。

今後とも、利用しやすい事業となるよう充実させていきますので、「専門家に相談するのは敷居が高い」などと遠慮はなさらず、まずはお気軽にご相談ください。

荒川区高度特定分野専門家派遣事業 概要

【支援対象者】荒川区内の中小企業者、団体及び区内に創業を予定している個人

【利用者負担】無料（ただし、特別区域外への派遣となる場合、実費相当の交通費が必要）

【派遣時間】1企業、1団体及び1個人につき、同一年度内に10時間まで

（他の専門家の指導も併用している場合は、併せて10時間まで）

まずは、お気軽に経営支援課産業活性化係（TEL:03-3802-4683）にご相談ください。

登録専門家の内訳

登録分野	登録人数	備考	登録分野	登録人数	備考
法務	6名		生産管理・生産技術	9名	
税務	5名	内、公認会計士1名	IT支援	3名	
知的財産権	3名		エネルギー管理	2名	内、機械設計等1名
デザイナー	3名		ビジネス支援等	10名	
			合計	41名	

本事業の詳細や、登録専門家のプロフィールは、下記URLに掲載しています。

(今回登録した8名のプロフィールは、近日中に掲載予定)

<http://sangyo.city.arakawa.tokyo.jp/industry/senmonka/touorku/itiranidx.html>

あすめし会活動報告「第二回下町サミット」の開催

平成26年7月17日(木)18時30分からタワーホール船堀 江戸川区産業振興センターにおいて、「第二回下町サミット」が開催されました。当日は、企業・専門家・支援機関などから約80名の参加者が集まり、区の枠を飛び越えた「顔の見えるネットワーク」構築が図られました。

下町サミットとは、東京23区で精力的に活動している企業・個人・グループが集まり、情報交換をしてつながることを目的にしたイベントです。第一回目は昨年10月に、あすめし会が定期的実施するオープンセミナーの一環として開催されました。今回は、規模を広げ、活動拠点が荒川区の「あすめし会」、江戸川区の「江戸川で創る会(仮)」、豊島区の「池袋経営勉強会(通称：イケベン)」の3つの自主運営企業グループが連携して開催されました。

冒頭、主催者を代表して、江戸川で創る会(仮)会長で、(株)西川精機製作所代表取締役の西川喜久氏が、「一つの中小企業が持つ資源は限られているが、連携することでその資源を増やすことができる。幅広い連携を持ちたいと思い、グループを飛び越えて協力し、下町サミットを企画した」と、サミットに対する熱い想いを伝えました。

続いて、足立区において油圧機器事業等を営む(株)今野製作所代表取締役の今野浩好氏から、『「つながり」が新しい価値を生み出す!』をテーマに、基調講演がありました。今野氏は、連携に取り組むことは、ネットワークの構築に留まらず、製

品開発や人材育成にもつながり、新しい価値を生み出しているとして、自社の事例を交えて紹介し、「新しい時代を生き抜く力」・「新しいビジネスの創出」に連携を生かしていくことの重要性を講演しました。

講演後、「自社にとっての連携とは?」のテーマでグループワークを行い、「ギブ&ギブやテイク&テイクでなく、ギブ&テイクの関係を築くこと」、「情報収集、強みの構築、弱みの補完、ブランディング化の手段」、「自社の価値を最大化する手段」といった意見の発表がありました。

その後、あすめし会代表幹事で、(株)日興エボナイト製造所(荒川1)代表取締役の遠藤智久氏から、「企業を中心に様々な人が連携できる場を、facebookを活用してオンライン上に作る構想」の提案があり、参加者から多くの賛同の声が上がりました。

最後は、立食形式での懇親会が催され、参加者の間での「つながり」が生まれました。



(株)今野製作所
代表取締役 今野浩好氏



あすめし会
代表幹事 遠藤智久氏

第2あすめし会活動報告 (6月-7月定例会)

第2あすめし会の6月定例会が6月20日(金)、7月定例会が7月18日(金)の17時から産業経済部研修室にて行われました。

6月定例会では「経営トップとしての自社の販売戦略について」、7月定例会では「我が社のモノづくり戦略について」と題して各会員からのプレゼンがあり、活発な議論が交わされました。トミー塾長から下記のとおりまとめの講義が行われ、参加者は真剣に耳を傾けていました。

6月定例会「販売戦略作成の基本」

- 1 販売なくして、経営なし。モノづくり企業でも販売機能は重要。販売目標、行動計画を設けること。
- 2 商売の基本は好かれる事から始まる。トップは笑顔で人に好かれることが大切。ファン(=顧客)づくりの企業努力を欠かさぬこと。
- 3 経営には顧客の開拓が欠かせない。1年で顧客数は20%減少する。新規顧客の開拓は常に行うこと。
- 4 顧客管理の基本である顧客カードを作成すること。
- 5 トップが定期的に顧客訪問をすること。
- 6 営業日報に顧客のニーズ、ライバルの戦術を記載する欄を設けること。
- 7 自社の業界内のポジショニング(シェア、強み、弱み、規模)を把握し、ベンチマーク(目標企業)の設定をすること。
- 8 過去3年間の売り上げ、客数、利益がどのくらい増減しているかを把握すること。

7月定例会「モノづくり戦略作成の基本」

1「Q=Quality」(品質)

高品質は日本の中小企業が生き残る道である。MADE IN JAPANの信頼価値は高い。

品質のバラつきを減らすため、生産管理の3S(単純化[Simplification]、標準化[Standardization]、専門家[Specialization])と、技能の自動化が重要ポイントである。

2「C=Cost」(コスト)

景気の状態、新興国の工業化、為替政策等により「C」や「D」の要求がある。「C」は、規模の経済が強く働くので、中小企業の強みとするのが難しい分野である。

3「D=Delivery」(納期)

小ロット短納期に小規模企業の商機がある。

「Q」・「C」だけでは差別化は難しい。「D」に注力して差別化を図ることが肝要。

具体的な「C」・「D」対策として、原材料の海外調達、物流のムダ取り、半自動化・IT化、5S・カイゼン活動、専門企業へのアウトソーシング、異業種や大学等とのコラボレーション、海外事業活用、未利用資源活用の検討等が必要。



プレゼンの様子

「あらかわアジアベトナムグローバルセミナー」が開催されました

「あらかわアジアベトナムグローバルセミナー」(主催:NPOアジア起業家村推進機構、後援:荒川区)が、8月28日(木)にサンパール荒川で開催されました。本セミナーは、経済産業省委託事業「JAPANブランド育成事業」の一環として、23区でモノづくりが盛んな荒川区、墨田区、大田区を巡回して、海外市場の需要獲得支援をテーマに開催されました。

セミナーの冒頭、アジア起業家村推進機構副理事長の小林一氏からの挨拶に続き、来賓として西川太一郎荒川区長から「少子化を踏まえ、海外市場を視野に入れた支援活動を10年前から



西川荒川区長
(特別区長会長)

続けられているアジア起業家村推進機構の慧眼に敬意を表する」と挨拶がありました。

セミナーは、これから海外展開を狙う荒川区企業と既に現地進出している大田区企業によるパネルディスカッション方式で行われ、荒川区からは能田電気工業(株)(南千住5)社長の能田浩一氏、電光工業(株)(東尾久2)社長の河邊幸孝氏、大田区からは(株)並木金型(大田区大森西)会長の並木正夫氏、(株)東新製作所(同区大森南)社長の石原幸一氏、区からはMACCコーディネータの豊泉光男氏がパネラーとして登壇。日本工業大学大学院教授の横田悦二郎氏がモデレータとなり、ベトナム市場の実情や海外展開する上での留意点などについて意見交換が行われました。

現地人材の特質や現地への社会的貢献など論点は多岐にわたり、荒川区企業の現場感覚からの素朴な疑問や、現地進出している大田区企業ならではの体験談など真剣な議論が交わされ、会場は熱気に包まれました。

セミナー後には名刺交換会も行われ、パネラーと参加者の間で交流が図られました。



パネルディスカッションの様子

MACCプロジェクト発 新商品紹介！！

このコーナーでは、MACC発新商品を紹介していきます。今回は、昨年度にMACC発新商品に認定された(株)国立 T-Loop事業部の「TIMEDOMAINスピーカー用インシュレーター」と(株)東京ベル製作所の「森の鈴」の2つを取り上げます。また、その商品に対する経営者の想いをそれぞれ伺ってみました。

TIMEDOMAINスピーカー用インシュレーター

(株)国立 T-Loop事業部 (所在地：南千住6-18-3 TEL：03-3802-8071)

【製品紹介】

タイムドメインスピーカーの販売代理店にとどまらず、自らチューニングし、自社ブランド「T-Loop」を展開する(株)国立。MACCの活動に積極的に参加する中で、「インシュレーター」の開発、製品化に取り組んできました。

インシュレーターは、スピーカーの下に敷くことにより、スピーカー筐体の振動を吸収し、音質を向上させる効果を発揮します。様々な形状のスピーカーが最大限能力を発揮できるよう研究を重ね、スピーカーの種類に応じた形状・素材のインシュレーターを開発しました。

【関根社長より】

エポナイト製のインシュレーターは、私も参加する「あすめし会」メンバーでもある、(株)日興エポナイト製造所の遠藤社長からエポナイト素材の提供を、(有)中央バフ製作所の倉澤総務部長からそのエポナイトを綺麗に研磨するための力添えを得て開発することができました。あすめし会初のコラボ商品として自信を持っています。弊社にて試聴できますので、ぜひ一度足をお運びください。



試聴のご案内
(QRコード)



消音機能付き熊避けベル「森の鈴」

(株)東京ベル製作所 (所在地：西尾久4-8-4 TEL：03-3893-5741)

【製品紹介】

自転車用ベル以外の事業分野開拓に積極的に取り組む(株)東京ベル製作所が初の登山用品として開発した熊避け用ベルです。ベル本体を下に引くことにより、片手で簡単に音のon/offを切り替えることができる機能が特徴です。それにより、登山前の移動中などにベルの音がうるさいという登山者の悩みを解決しました。

また、自転車用ベル製造で培った「音」へのこだわりを發揮し、透き通った響く音を実現しています。

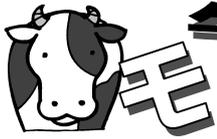
MACCコーディネータの紹介により、東京都中小企業振興公社が実施するニューマーケット開拓支援事業等を効果的に活用し、積極的に販路開拓にも取り組み、順調な売り上げを記録しています。

【市村社長より】

世界初のワンタッチ消音操作を採用しており、リュックに付けたままでも簡単に音のon/offを切り替えることができる優れたものです。多くのスポーツショップで販売しておりますので、見かけたら手に取って試してください。



連載～その12～



牛山博文の！ 毛～ひと工夫！

MACCプロジェクトでは4名のコーディネータによる、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による生産管理の事例やMACCコーディネータ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。



MACCコーディネータ

早稲田大学ビジネススクール特別研究員

牛山博文

デザイン思考法

○デザイン思考が必要とされる理由

ウィキペディアで広義のデザインを調べると【日本語では「設計」にもあたり、「形態」や「意匠」と訳されてきたが、それだけに限らず、人間の行為（その多くは目的を持つ）をより良いかたちで適えるための「計画」も意味する。人間が作り出すものは特定の目的を持ち、それに適うようデザイナー（設計者）の手によって計画されるのである。】とありました。どうやらデザインの対象は形態や意匠だけでなく、世の中の創造物つまり人間がある目的のためにたてる計画や仕組み（システム）全般に当てはまるようです。

このように考えるとデザイン思考は人間の創造活動全般にわたって必要な考え方であると同時に、今までも実際に行われていた考え方であるともいえます。ではなぜ最近になって「デザイン思考」なのでしょう？

企業にとって新しいビジネスや製品を生み出す方法は次の3つしかありません。一つ目は“模倣”、つまり真似です。二つ目は既存にあるものを“改善”すること。それから三つ目、これが“新しく作る”という意味での設計(デザイン)になります。

新しい商品やサービスを創造する方法を整理すると次のようになります。

方法1：模倣(例えばベンチマーキング)

方法2：改善(例えばVE・VA・QC・シックスシグマ)

方法3：設計(デザイン：世の中に存在しない新しいモノやコトを生み出す)

最初の2つの方法の考え方は、既にある過去の商品やサービスの模倣や改善をするわけですから、既にテーマが与えられていると考えることができます。

例えば、「都市部でカフェを開く」とか「新しい車を作る」とかの場合、“カフェ”や“車”があらかじめ意識にあつての創造活動と考えられます。最初にテーマがあるのですから、実際に活動するときには、最初に“競合する”製品・サービスの市場調査など“現状把握”をします。後にこれから作ろうとする商品(製品やサービス)の“良い悪い”を評価することになります。大まかな流れは調査・立案・評価・実行となります。

モノづくりを行う上での様々な問題解決はこの“模倣”と“改善”によって行うのが常套手段でした。しかし、この“模倣”と“改善”は過去の商品とかけ離れた“新しいもの”を生み出すことが難しいということも事実です。つまり“何らかのカフェ”や“何らかの車”を発想することになってしまい、“カフェに代わるもの”や“車に代わるもの”を発想することが難しいということです。

最近日本のあちこちで耳にする「失われた20年」という言葉は、「経済を活性化するような商品の提供が“模倣”や“改善”だけでは難しくなってきた」ということを表したものだと思えることができます。

そこで、最近注目を集めている「デザイン思考」が目指す一つの解が三つ目にあげた“設計”(デザイン)ではないかと思えます。“設計”とは“模倣”や“改善”とは違って、まったく新しいニーズを発見して、解決策を考え、具体化し商品化していくことと考えることができます。“設計”は過去にとらわれないという点が“模倣”と“改善”とは異なります。過去にとらわれないということは“設計”(デザイン)が画期的な商品サービスを創造する可能性が高い方法であると考えられるのです。

次号ではいよいよ「デザイン思考」について解説していきます。(以下次号)

MACCコーディネータ TOMMYの部屋 VOL.29



「荒川アントレ物語(1)」



MACCシニアコーディネータ 豊泉光男

今回はアントレプレナーシップ(略して、アントレ。起業家精神のことを指す。)について考える第一回目とします。

以下に5つの場面を示します。

- 1 我が国は失われた20年の間にすっかり起業率は低下し、廃業率は上昇していること。
- 2 地球温暖化による気温上昇は、温帯地域を亜熱帯地域に近づかせ、動物・植物・菌・ウイルスの生息域が大きく変わり、様々な影響が出ると考えられている。これらの温暖化の影響に対処し、顧客や家族を守るために、この状況に役立つ商品、サービスの開発に励む人がいること。
- 3 産学連携のオファーなどを企業に持ちかけた際、自社の新商品や新事業開発はリスクが高いため考えていないと断われたこと。
- 4 新商品・新事業の開発よりも、経営管理や販路開拓の支援をすべきではないかという意見を受けたこと。
- 5 企業の後継者から、「新商品・新事業開発はリスクが高い。先代からの財産を減らさないよう、あまり冒険せずに暮らしていきたいのが本音です。」との意見があったこと。

これらの5つの場面は、いずれも「アントレ」がキーワードになっている事例です。

ここでアントレについて考えてみましょう。

アントレとは、新しい事業や企業を創造するための態度や発想、能力の総称と言えます。

そこには経営技術・知識的部分と精神的部分があります。

前者は、マネジメント、マーケティング、ファイナンス等です。これらを教えるMBA、MOT等は世に多くあります。

次に後者は、起業家マインドという精神を教えることです。アントレとは、成功のためにたゆまぬ努力を目標点に達するまで継続できる忍耐力でもあります。それを最も可能にするのに必要なのは、夢を持ち、挑戦し続ける姿勢、考え方です。これは教室で学ぶのではなく、自らの内部に存在する“熱き想い”に気づき点火することで身に付くとトミーは考

えています。それには、熱き体験と熱き人との交流が欠かせません。熱き心を持った人は成熟社会、失われた20年の社会では極少数になってきています。しかし、少数でも必ず存在しています。

ここで私の経営の師から言われた言葉を披露します。

「優れた社長になりたければ、片手に“ソロバン”、もう一方に“熱き想い”を持ちなさい。」

荒川区の後継経営者に対しマネジメント(ソロバンの知識を提供するのは勿論、アントレ(熱き想い)の火付け役を今後も続けていく心づもりです。それがトミーのミッションであると信じています。

次号では引き続きアントレ物語(2)をお話しします。

(以下次号)



熱き想いに火をつけるためのトミー塾

(第2あすめし会にて)



熱き想いを持つ社長との交流
(株)浜野製作所
代表取締役 浜野慶一氏と)

< 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

〒116-8501 東京都荒川区荒川2-2-3

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

E-mail:macc@city.arakawa.tokyo.jp

URL:http://

sangyo.city.arakawa.tokyo.jp/macc/

登録番号(26)0002号 02