

# MACC通信

Monozukuri Arakawa City Cluster

## 第32号

2015年3月31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、「第36回荒川区産業展」、「MACC会員企業の受賞について(荒川区新製品・新技術大賞、TASKものづくり大賞)」、「MACCプロジェクトフォーラム開催報告」、「第2あすめし会活動報告(町工場見本市への出展、定例会の実施)」等について掲載します。

## 「第36回荒川区産業展」開催報告 MACC会員企業、連携する支援機関・大学が出展

3月14、15日に「第36回荒川区産業展」が開催され、1万人を超える来場がありました。

MACC会員企業の中から下表の11社(1金融機関を含む。)からの出展があり、各社の特色を示す製品やサービスの紹介・即売が積極的に行われました。

さらに、“第2回荒川区新製品・新技術大賞表彰式”も執り行われ、志幸技研工業(株)と精電舎電子工業(株)の2社が表彰を受けた(受賞案件は次頁に掲載)ほか、“出展者プレゼンテーション”では、志幸技研工業(株)による「電気の使用量からわかる見守りサービス(ネットミル)」の発表がありました。

また、荒川区が連携している(独)中小企業基盤整備機構、首都大学東京、山形大学工学部に加え、本年3月に新たに連携協定を締結した、「(地独)東京都立産業技術研究センター」、「東京電機大学」、「東洋大学」も初出展し、各機関の特徴、支援メニューや産学連携等の取り組みについての説明がありました。



会場の様子



第2回新製品・新技術大賞表彰式



出展者プレゼンテーション



支援機関・大学によるPR

### 第36回荒川区産業展に出展したMACC会員企業(五十音順)

企業名	所在地	出展内容
(株)アポロ製作所	西日暮里1	高級ファッショングッズ等の特価販売
石川金網(株)	荒川5	金属製フィルター、金網製品各種の紹介
(株)折原製作所	西日暮里1	マホータイシリーズ、トイレサニタリー製品の紹介
志幸技研工業(株)	西尾久5	電気の使用量からわかる見守りサービスの紹介
城北信用金庫	荒川3	城北信用金庫のPR及び中小企業への相談対応
大東工業(株)	西尾久7	耐熱シールレスギヤポンプの紹介
(有)武井工業所	荒川3	自社製品(認知症グッズ、手元墓 等)の展示販売
(株)東京ベル製作所	西尾久4	自転車用ベル、自社開発商品の展示販売
(株)日興エボナイト製造所	荒川1	万年筆であそぼう! めいる・パズル体験
(株)増野製作所	荒川2	粉碎機のパネル展示
(株)マツダ自転車工場	東尾久1	CYCLE STUDIO LEVEL(手づくり自転車)の紹介

# MACC会員企業の受賞について (荒川区新製品・新技術大賞、TASKものづくり大賞)

## 第2回

### 荒川区新製品・新技術大賞

区では本年度、区内中小企業が開発した優れた新製品・新技術を表彰するとともに、新製品等の開発機運を醸成し、区内産業の活性化を図ることを目的に「第2回荒川区新製品・新技術大賞」を実施しました。

この度、最優秀賞1件、優秀賞3件、入賞2件の計6件の受賞案件が決定し、MACC会員企業からは、2社が受賞しました。

また、産業展のステージにおいて、表彰式を実施し、西川区長から表彰と激励の言葉がありました。

### 優秀賞



『低価格で利用可能な見守り装置「NetMil」Wi-fi対応型、LTE対応型』  
(志幸技研工業(株)(西尾久5))



### 優秀賞



『カテーテルチューブ溶着装置 MS-TK102』  
(精電舎電子工業(株)(西日暮里2))



## 第9回TASKものづくり大賞

TASKプロジェクトとは、台東(T)・荒川(A)・足立(A)・墨田(S)・葛飾(K)の5区が共同してものづくり産業活性化を目指す取り組みです。このプロジェクトの一環として、優れた生活提案製品を表彰する「第9回TASKものづくり大賞」が開催されました。

この度、全体で大賞2件、優秀賞7件、奨励賞11件の計20件の受賞案件が決定し、MACC会員企業からは、3社4製品が受賞しました(荒川区では4社5製品が受賞)。

受賞企業は、特典として2月に東京ビッグサイトで開催された「第79回東京インターナショナル・ギフト・ショー春2015」のTASKブースにて製品をアピールし、多くの来場者の興味を集めていました。

### 単独部門・優秀賞



左：『超薄型TV台クリアプラスA12』  
右：『水に濡れても破れないブックカバー』  
(株)アポロ製作所(西日暮里1))

### 共同部門・奨励賞



### 単独部門・奨励賞



『かまどコンロ』  
(有)徳栄商事(荒川1))

### 単独部門・奨励賞



『風鈴(消音機能付)TB-F1』  
(株)東京ベル製作所(西尾久4))

# MACCプロジェクト女性限定フォーラム開催報告 「女性のチカラ、つながり、未来」を語りました

MACCプロジェクトは、女性限定のフォーラム「WOMEN'S NETWORK ~女性のつながりが未来をつくる~」を2月2日にサンパール荒川で開催しました。今回のフォーラムでは女性経営者として活躍する3人のゲストの体験談を通じて、女性のチカラを語り合い、働く女性のネットワークを広げる交流が活発に繰り広げられました。

## ~「働きやすい環境を整備」と西川区長~

第9回をむかえるMACCプロジェクトフォーラムには、区内外から約50人の女性経営者・起業家・管理職らが参加しました。

特別区長会会長でもある西川太一郎区長が冒頭の挨拶の中で、「女性の社会進出が加速し、女性の活躍の幅が広がることへの期待は大きい。それを応援するために、垣根のない社会システムの構築が必要。官民が連携し、女性の能力を活かすビジネスモデルをつくり、職場環境の整備にも努める」とエールを送りました。



## ~3名のゲスト「自信を持って前へ！」~

3名のゲストをむかえたトークセッションでは、横田響子氏（㈱コラボラボ代表取締役）がファシリテーターを兼ね、宮本直美氏（コッコトグループ代表）、猪熊真理子氏（㈱OMOYA代表取締役）がそれぞれの創業体験談を披露し、女性の感性を活かしたビジネスの事例を紹介しました。

その中で、女性の強み・優れている点について、「男性とは違った創造性を持つ」「知らない人でもコミュニケーションをとってつながっていく能力に優れている」「生活者の幸せを志向する傾向が強い」などと説明。それら女性のチカラを発揮するた



左からゲストの横田氏、宮本氏、猪熊氏

め、「自信を持って、自分の想いを形にし、実績を積み上げていくことが次の展開を拓く」と異口同音に強調し、「女性の強い想いを世の中にいかにして伝え、事業化するかは工夫が必要」と加えました。

相談者

## ~「メンターを持とう」の勧めも~

また、女性の活躍舞台を広げるためには、「世代を超えて、異分野の人や価値観の違う人との多様なネットワークが欠かせない」と、3人のゲストが共通して積極的な出会いを誘い掛け、「一人のスキルは小さくても、集まることで大きな仕事ができる」

「迷った時に相談し、課題解決のヒントを得るメンター（相談者）を持つことも勧めたい」とのアドバイスもありました。



ゲストのトークに聞き入る参加者

## ~交流会でネットワークづくりを実践~

フォーラムの後半は、ゲストを含め、参加者同士の「交流会」が行われました。あちらこちらで活発に名刺交換や歓談する光景が目立ち、参加者からは「モチベーションが高まった」（30代・管理職者）、「人脈づくりのチャンスとなった」（50代・経営者）などの声がありました。

### 横田響子氏（㈱コラボラボ代表取締役）

平成18年、㈱コラボラボを設立。1500社を超える女性社長コミュニティのサポート、女性社長が集まるイベントや女性社長の逸品を販売するサイトを企画運営。メディアへの出演、大学・官公庁で多くの講演をされています。

### 宮本直美氏（コッコトグループ代表）

平成20年、㈱コッコトを設立。2児の母で、「ママが自然体で働ける社会」がライフワーク。女性の在宅ワーカーを活用した人材サービス、女性の発信力を活用したプロモーション事業を展開。現在までに5社をグループ化しています。

### 猪熊真理子氏（㈱OMOYA代表取締役）

平成26年、㈱OMOYA（おもや）を設立。女性の可能性を社会に還元するプロデュースをはじめ、女子未来大学の立ち上げなど女性の活躍、起業を支援する事業を展開。伝統文化の人材を次代につなぐ活動も行っています。

## 第2あすめし会活動報告① 葛飾発信 町工場見本市2015への出展

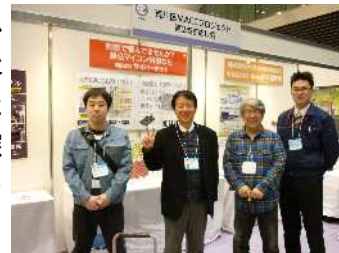
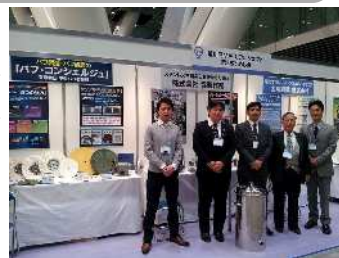
販路開拓の能力向上を目指し、2月12、13日に東京国際フォーラムで開催された「葛飾発信 町工場見本市2015」に出展しました。

葛飾区が主催した本見本市は、同区及び周辺の製造業が集い、町工場の技術・製品を一堂に展示することで、販路拡大・技術連携促進・新規顧客開拓に繋げるため、初めて開催されたものです。

第2あすめし会の会員は、(有)中央パフ製作所の倉澤諒氏を中心に、忙しい仕事の合間を縫って何度も集まり、出展に向けての準備を進めました。そのかいもあり、各日3社ずつの計6社が出展した第2あすめし会ブースには多くの来場者が足を止め、各社の技術や製品の説明に聞き入っていました。

出展した各社に感想を聞いたところ、「早速商談

に繋がっている」「多くの来場者と名刺交換ができた」「出展しただけで終わらず、アフターフォローをしていく」「初めての見本市への出展であったが、思った以上に成果があった。今後見本市をもっと活用したい」「会員同士の絆が深まった」などの、前向きな声が寄せられました。



出展の様子  
上：初日、下：2日目

## 第2あすめし会活動報告② (12月・1月定例会)

12月定例会が12月19日、1月定例会が1月30日の17時から産業経済部研修室にて行われました。

12月定例会では、2名の会員による自社の経営計画等についてのプレゼン、1月定例会では「社長学」についての勉強会が行われました。

### ～12月定例会「会員による経営計画発表」～

11月定例会に引き続き、会員による経営計画と月次決算の発表が行われました。まずはトーコーアドサービス(株)の河内氏から30分間の発表があり、発表を受けた会員からは、月次決算の迅速性と、キャッシュフロー経営をいち早く導入したことへの羨望の声があがりました。

続いて、(株)マツダ自転車工場の松田専務から30分間の発表があり、発表後には「経営計画を社長と専務が共有して作成するにはどのような苦労があるか」といった踏み込んだ質問があり、白熱した議論が交わされました。

### ～1月定例会「社長学」～

1月の定例会から、第2あすめし会の総集編として、社長としての基本スキルを学ぶ「社長学」が開始されました。1年間に渡る長期プログラムで、社長とは何かを伝えるものです。第一講目のテーマは、「社長学 入門編～心構え～」です。

会員は事前に、「社長の器とは何か」「社長の器を成長させるにはどうするか」について考えてきた上で、当日、「社長の仕事とは、明日の事業を創ること、明日の社長(右腕)を育成すること、経営計画を作成し、月次決算会議で管理のサイクルを構築すること、高いところから全体を把握する鳥の眼と、流れを読み取る魚の眼を持つこと、幸運の女神を捕まえること」との話をつとミー塾長から受け、学びに繋がりました。



### 支援機関・大学との連携の幅が拡大しました！！

荒川区は、本年3月に(地独)東京都立産業技術研究センター、東京電機大学、東洋大学のそれぞれの機関と地域産業振興に関する連携協定を締結しました。

産学公連携の更なる推進、連携機関の高度な知見を生かした取り組み、支援プログラムの拡充等により、地域産業振興に繋がっていきます。これらの機関をはじめとする支援機関・大学等との橋渡しを積極的に行いますので、ご興味のある方はコーディネータまでお声掛けください。

連載～その14～



# 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

今回から「イノベーション創出思考法」を説明していきます。前回の号では、この思考法の特徴として、「意識的な“自問自答”を繰り返すこと、そしてそれを文章化すること、文章化の過程で“気づき”や“ひらめき”を発見していくこと」とお伝えしました。

それでは、この思考法の基本的な考え方を説明していきます。

### 自問自答の視点

この思考法では、2つのルールに従って「自問自答」を繰り返すことで、1人でユニークな発想をすることができます。自問自答は次の3つの視点で行います。1つ目に“手段”、2つ目に“可能性”、最後に“目的”という視点です。「自問自答」を「展開する」という意味で、それぞれ“手段展開法”、“可能展開法”、“目的展開法”と呼ばれています。イノベーション創出思考法は、この3つの展開手法を組み合わせてユニークなアイデアが出やすい脳の状態を作っていくものです。

### 自問自答を記述することで新たな発見を促す

「自問自答」のポイントは、ただ頭の中で考えるだけでなく、紙などに記述して自問自答することです。この思考法では“紙に書く”ことで新たな発見やアイデアが生まれます。この、紙に書く、つまり文章化することが自問自答の1つ目のルールです。

### 人が作れるモノやコト

また、私たちが意図をもって新しいモノやコトを発見して作っていくために必要なポイントがあります。それは「意図を持った言い方をする（書く）」ということです。意図を持った言い方とは次のように表現することです。

「川を山から流す」

○川を山から流すという意図を持った仕組みを作ることができます。

「川が山から流れる」

×川が山から流れる状態を表しています。

「石を山から落す」

○意図をもって石を山から落という意図を持った仕組みを作ることができます。

「石が山から落ちる」

×石が山から落ちる状態を表しています。

「港に船を泊める」 ○

「港に船が泊まっている」 ×

意図を持った言葉を使うと、新しいモノやコトを実現する仕組みを作ることができそうだと思いますか？意図を持たなければ“仕組みとして”実現することはできません。ただ単に水が流れたり、石が落ちたり、船が泊まっている状態を思い描いても状況を認識するだけで仕組みとして作れないということです。

意図を持った言い回しを注意深く見ると「〇〇を××する」という言葉を使っています。語尾が「～いる」・「～なる」や「～できる」のような表現は使っていません。「～する」という意図を持った言い回しであれば、人がそれを実現する仕組みを作ることができそうなので、「〇〇を××する」という言葉は重要な意味を持っていると言えます。これから説明していく3つの展開法は全てこの「を××する」という言葉を使うことを覚えておいてください。これが2つ目のルールになります。

この思考法は **自問自答することから始まります**。そして、自問自答では **文章化する（紙などに書く）**、**意図を持った表現をすることがルール**です。この3つのポイントを押さえましょう。

さて今回は3つの展開法の最初の手法である「手段展開法」を紹介します。（以下次号）

# MACCコーディネータ TOMMYの部屋 VOL.31



## 「荒川新商品開発物語(1)」

MACCシニアコーディネータ 豊泉光男



桜便りに胸躍る時期がやってきました。

荒川区のMACCプロジェクトは、区内モノづくり企業の活性化を目指しています。中でもモノづくり企業の新商品開発は中心的課題です。

新商品開発の一例として、X社のケースを紹介します。金属加工の老舗企業であるX社は、産業機器メーカーとのBtoBでの取り引きが中心で、一般の消費者に商品を提供することは殆どありませんでした。しかし、ある時自社のコアコンピタンスを生かしたハウジング分野へのBtoB商品の開発を、デザイナーとのコラボレーションで目指したところ、途中で最終消費者に向けたBtoC商品である袋物の開発が企画され、そちらを先行して実施することになりました。

ターゲット顧客が一般消費者となるこのようなケースでは、市場ニーズを踏まえ、使用シーンを明確にし、市場の属性を細かく分けるセグメンテーションを実施することで、ターゲット顧客を明確化して開発する必要があります。X社がこれまで取り扱っていた商品と、このケースで開発することとなった商品のターゲット顧客は異なるので、この分析はとても重要です。

また、X社が袋物の商品開発を先行することとなったように、新商品開発には当初の計画から変更や修正が発生することが多くあります。変更や修正は、市場や顧客の反応をきっかけに発生します。特に、プロトタイプが完成し、展示会出展等でお披露目すると予期せぬ反応があがってきます。その際に、落ち着いて消費者の声を聞き、効果的に商品開発に取り入れることが大切です。X社の計画変更も、展示会出展時に受けた声がきっかけとなっています。

商品開発で特に注意したいことに、開発商品のラインナップがあります。2種類、3種類と商品ライン



早咲き桜の  
河津桜と共に

ナップを増やすことは、売上アップに有効だと一般的には思われています。しかし、ラインナップを増やしても、従来の売れ筋商品の売り上げがダウンし、新商品もさほど伸びない、開発費やPR費用をつぎ込んだが元が取れない、自社のシェア向上に繋がらないなどといった事態が起き、なぜなのか考え込んでしまうことがあります。これらの原因は、既存商品と新商品のターゲット顧客が共通していることにあります。つまり、多くの顧客は既存商品から新商品にスイッチングしただけで、他社からのスイッチングや新規顧客獲得には至らなかったということです。このように自社商品間で顧客を奪い合うことをカニバリゼーション(共食い)と言います。これを防ぐ対策としては、ターゲット顧客のセグメント(年齢、好み、地域等)を分けること、新たなブランドを構築(例：ラグジュアリーブランド企業がカジュアルブランドを新たにつくる。)すること、4P(製品・価格・流通・広告)を見直すことが有効です。このようなマーケティング戦略を実施した場合、新商品と既存商品の差別化を明確にすることができ、他社からスイッチングする顧客や未開拓の新規顧客を獲得することが可能になります。これらの対策の結果、売り上げが増加すれば、新商品と既存商品が売り上げ向上に対して共にシナジー効果を発揮したと言えます。

今回は、BtoB商品を中心的に扱う企業がBtoC商品を開発する場合の特に陥りやすいポイントについてお話をさせていただきました。今後も、荒川区モノづくり企業のお役に立つことができる、生きた新商品開発のヒントを事例も交えて紹介していきます。次号もぜひご覧ください。

### < 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

登録番号(26)0002号 04