

# MACC通信

Monozukuri Arakawa City Cluster

第44号

2018年3月30日発行

## 《主な内容》

- ・平成29年度MACCプロジェクトセミナー  
Webで集客・注文をとるための「Webで販売促進！  
動画・ECサイトの基礎知識」を開催
- ・MACC会員連携で売上げ向上！  
旭モーディング㈱×カラーワークス㈱
- ・連載：「中小企業に有利な資金調達制度Vol.4」

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。

## 平成29年度MACCプロジェクトセミナー Webで集客・注文をとるための 「Webで販売促進！動画・ECサイトの基礎知識」

平成29年度MACCプロジェクトセミナー「Webで集客・注文をとるための～Webで販売促進！動画・ECサイトの基礎知識～」を2月22日に開催しました。「荒川区ICT活用セミナー」でも講師を務める、小野正博氏(株式会社マインズ・ICTコンサルタント)が講演し、動画やEC(電子商取引)サイトを活用したマーケティング戦略について解説しました。

### Webプロモーションは マーケティングの延長で考える

講師の小野氏は、はじめに「Webプロモーションはマーケティングの延長にあり、“誰に”、“何を”、“どのように”伝えるかを決定し、活動していくことが重要」とマーケティングの考え方を示しました。

また、「Webを使った広告は競争が激化していて、成果を出すためには戦略的なプロモーション展開が強く求められる」と昨今の状況を説明しました。

Webプロモーションの主な取り組みとしては、Web広告やSNSなどによる「集客・広告施策」、閲覧して欲しい

情報をより多く閲覧してもらう「回遊・接客施策」、同じ人に何度も来てもらう「リピート施策」の3分類が



小野氏の講演

あり、動画やECサイトなどのツールを組み合わせ、顧客とつながっている時間を長くすることがプロモーションでは重要」と強調しました。

### 目的を明確にしたプロモーションを！

ECサイトを活用した販売促進活動については、

- ・Amazonや楽天などの大手モールに出店して販売する。
- ・事業者のサービスを利用して販売する。
- ・自社でECサイトを開発して販売する。

この3つの方法がある。これらを比較検討し、行っているビジネスに最適なものを選び、他店との差別化と利益率向上の戦略を図ることが注文につながると話しました。

また、「訪問者にとって価値のある情報を共感しやすい形で展開することで見込顧客の発掘や優良顧客の育成につながられる」としました。

動画を使ったプロモーションでは、「動画は文字を読むことに比べて視聴時間や通信料など、ユーザーにかかる負担が大きいことを理解したうえで、ユーザーの興味・関心がどこにあるのか、制作目的や制作後の目標は何か明確にして自社制作・発注する必要がある」とアドバイスしました。

# MACC会員間連携で売上げ向上！ 旭モールディング(株)×カラーワークス(株)

ここ最近、MACCプロジェクトにおける会員間での連携が活発になってきています。そこで、MACC通信ではこの企業間連携に注目し、各種成功事例等を紹介していきたいと思えます。

まず第一弾として、旭モールディング(株)の新製品「積層成形ブロック」(3月にMACC発新製品に認定)について展示会出展時のブースデザイン及びカタログデザインを手掛けた、カラーワークス(株)との企業間連携の事例紹介です。

「ものづくり補助金取得 経営革新計画承認 特許取得 新規設備の導入」により、新事業開発を進めている旭モールディング(株)(代表取締役 福田晴通氏：荒川区東尾久5)の新製品「積層成形ブロック」が、本格的に市場に受け入れられ始めました。

「積層成形ブロック」とは、積層状の肉厚樹脂板材のことです。本製品が生まれるまでは、樹脂材の試作品製作において、一部の汎用樹脂材の板材を除き、適当なサイズの量産に使用したい樹脂板材を手に入れることが不可能でした。

皆さんもご経験があるかもしれませんが、市場デビュー当初の多くがぼつんぼつんと受注が入る程度です。本製品の想定市場は広いものの、年間売上げが100万円程度で、どのようにすればこの製品を待ち望む関係各社に存在を知ってもらえるのか、福田社長は悩まれたそうです。

2016年4月に開催された「高機能プラスチック展」で初めて展示会に出展し、続く2017年4月開催の同じ展示会にも出展。1回目よりは2回目とそれなりの評価は得られたものの、残念ながら飛躍的売上げ向上には繋がっていませんでした。

そこで、福田社長は「ただ出展するだけでなく、製品を最大限アピールしてくれるブースや販促物に費用をかけ出展しよう」と決断され、デザイン企画会社を探しました。運よく、感性が合い、イメージぴったりの提案をして

くれて、会社も近いMACCプロジェクト会員のカラーワークス(株)(代表取締役 川島陽太氏：荒川区東尾久8)と出会うことができ、ブース製作とカタログ製作を依頼しました。

何度も打合せを重ね、文字の「てにをは」の修正、色へのこだわり等、喧々諤々と議論しました。そして、思い通りの製品カタログとブースデザインができ、昨年10月に幕張メッセで開催された「IPF JAPAN 2017」と今年2月に東京ビッグサイトで開催された「新機能性材料展2018」に出展し、この連携で大きな効果を得ることができました。

「積層成形ブロック」の価格は、小さいものが4万円～で大きいものが8万円～です。

「IPF JAPAN 2017」では、展示期間4日間で240社を越す名刺交換、15件以上の見積り依頼、中には展示会場で即受注いただき、200万円超の売

上げ、カメラ・事務機器の最大手C社から「センスが良いブースだ」とのほめ言葉もいただきました。続く「新機能性材料展2018」では、展示期間3日間で115社と名刺交換、10件の見積り依頼、2月の売上げは100万円程度。リピートしてくださる大手企業もあり、新しい樹脂材にもチャレンジしながら受注を伸ばしています。



左より、カラーワークス(株)川島社長、旭モールディング(株)福田社長、旭モールディング(株)小早川氏、カラーワークス(株)デザイナーの川島氏

# 中小企業に有利な資金調達制度Vol.4

昨年度、4回に分けて資金調達ツールの一つとして「クラウドファンディング」について特集してきました。今年度は、「“クラウドファンディング”以外の資金調達ツールとしては何があるのか？」をテーマに「中小企業に有利な資金調達制度」について考えていきます。

## —ビットコインと資金調達—

### 1. ビットコインとは

ビットコインは、仮想通貨の1つであると言われていて、ビットコインは目には見えないけれどもお金のように使うことができるというもので、航空会社のマイレージや小売店のポイントに類似するとも言われています。マイレージやポイントとは異なる点がいくつかありますが、その1つは、ビットコインは取引所と呼ばれる会社が仲介し、売手と買手が折り合った金額で売買されることで価格が変動していることです。

仮想通貨の市場は700種類を超えており、時価総額は140億ドル(2016年12月)、そのうち85%はビットコインと言われています。ビットコインは、終値で105万円(2018年3月12日)です。ここ3年のビットコイン市場みると、2015年6月には2-3万円だったビットコインは、2017年5月には高値で50万円を超え始めます。2017年12月には安値で100万円、高値で238万円を超えてマスコミでも大きく取り上げられるようになります。

そして、2018年1月に大きなニュースが報じられます。仮想通貨取引所大手のコインチェック社が不正アクセスによって約580億円分のビットコインが消失したと発表しました。この影響もあり、上昇基調であったビットコイン市場は下降しつつあります。

この事件は、以前のマウントゴックス社の事件を想起させます。当時、世界のビットコインの70%の取引をしていたマウントゴックス社は2013年11月に顧客の出金に遅延が生じたニュースが出始め、翌年の2014年2月には合計85万ビットコインと28億円を消失したと発表されました。そして、間もなく経営破綻しています。

コインチェック社は、消失した金額を返金保証すると言っていますが、以前のマウントゴックス社も当初全額返金を保証すると言っていました。今後のコインチェックの行方が気になります。ちなみに、マウントゴックス社は倒産したため返金を受けた人

はいなかったと思われます。後にマウントゴックス社の事件は、元社長による不正流出であり、横領であったことが明らかとなりました。

コインチェック社事件は、技術的な難しさや人材が不足を理由に不正にアクセスされる可能性のある方法で管理していたと言われていています。つまり、セキュリティ上の課題があることを認識していながら顧客への情報提供が十分ではなかったことが露呈したのです。コインチェック社のようにビットコインの購入、売却および送付等の手数料によって収益を上げるビジネスモデルの場合、儲けてしまえばこっちのものと考えていたのではないかと疑問を投げかけられても仕方のないことです。投資家の保護ははたして十分といえるのでしょうか。今後、悪質なケースは米国のように懲罰的な法制度をも整備していくべきではないでしょうか。

先進国を始めとして多くの国がビットコインの売買を禁止する中、日本では未だにビットコインの売買が禁止されておらず、現在の売買の多くは日本人によるものだと言われております。そうであれば、数少ない市場参加者での取引が続いていると考えることができます。少ない市場参加者の中での売買は価格の急上昇または急降下が起き易い不安定な市場の状態とも言えます。市場参加者が限られている市場では、一部の投資家によって市場が恣意的にコントロールされるケースも考えられるため、あまり投資を進められる状態とは言えません。

### 2. ビットコインの今後

ビットコインに期待される特徴として通貨の代わりとして利用することが挙げられています。例えば、送金や通貨のように買い物をする事です。しかしながら、ビットコインの価値が乱高下してしまう場合、安定した取引を実現することは困難です。例えば、1万円分を送金する場合、ほんの数秒で価値が大幅に変わってしまうこともあり得ます。投機商品としては問題ないのですが、通貨の代わりに流通するとなると問題が残ります。

これ以外にもビットコインには、いくつかの問題点があります。ブラックマーケットの資金洗浄によるマネーロンダリング問題、不正流出等のセキュリティー問題、預金のように保険による保証がない等インフラ問題等です。

ところで、ビットコインの裏付けとなる技術は、ブロックチェーンと呼ばれています。ブロックチェーンは、データを複数の人が持って、その情報を共有する方法(分散管理)をとっているため、分散している全ての情報を改ざんすることは困難だと言われています。一方、データを集中管理するために多大なコストや時間をかけているケースがあります。データを集中管理している代表例は国の行政機関です。データの改ざんが行われると大きな損失が生じるため、膨大なバックアップ体制をとり、セキュリティー体制を強固にしなければならないのです。図1の左は集中管理の概念図であり、右は分散管理の概念図です。

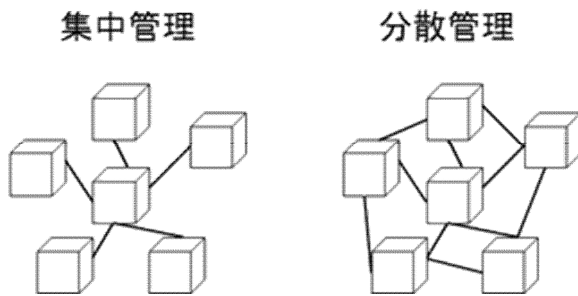


図1

さまざまな国家がブロックチェーンの技術が優れていることに着目しており、強い関心を示しています。例えば、世界トップクラスのIT先進国と言われるエストニアでは、特殊なブロックチェーン技術を用いたセキュリティーによってデータ改ざんの防止に安価な費用で、正確に、素早く行っています。例えば、確定申告は最短3分、法人登記完了まで最短18分だそうです。日本の行政機関においてもブロックチェーンは研究されており、今後、取組みが本格化しそうです。

### 3. 企業の資金調達

さて、ビットコインにより中小企業が資金調達するには、次の2つの類型を考えることができます。

1つ目は、ビットコイン事業を行うことで投資ファンドから投資を受けることです。ビットコインに関連する事業を開始する必要があります。2つ目はビットコインにより資金決済や資金調達をすることで。今回は2つ目の例を紹介します。

ICO (イニシャル・コイン・オファリング) という手法が注目を集めていると報じられています(週刊東洋経済2017年10月)。ALIS社という日本の企業は市場から自社で仮想通貨を発行し、約4億円を調達したそうです(図2)。

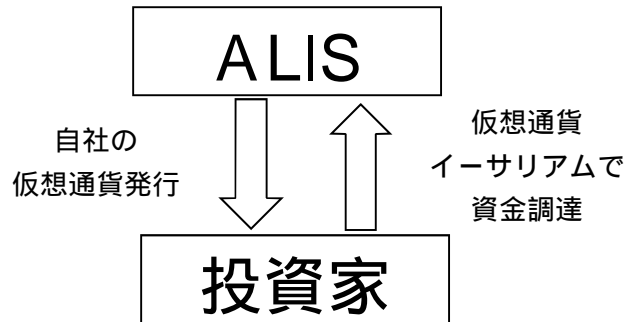


図2 週刊東洋経済を加工

(<http://toyokeizai.net/articles/-/195268?page=2>)

ALISは、さまざまな事業のうちの1つとして、コミュニティサイトの投稿者に記事を書いてもらったときに自社で発行する仮想通貨を報酬として提供し、記事を見た顧客からは仮想通貨で対価をもらう仕組みを考えているようです。

現在、ビットコインを始めとする仮想通貨のビジネスで収益をあげているのは、ビットコインや仮想通貨そのものではなくて取引所等仮想通貨の周辺ビジネスです。ビットコイン等仮想通貨に関わる周辺事業を創造すること、或いは、仮想通貨での支払いや支払いといった機能を利用することで新たなビジネスや資金調達への展望が開けるかも知れません。

著者略歴 相馬一天

博士(経営学) 埼玉学園大学大学院。

専門は金融市場論。

近年は、日米の中小企業を中心に研究。

大学卒業後、銀行、ベンチャー企業を経て、

大学教員(東京福祉大学)。

荒川区高度特定分野登録専門家



連載～その26～

# 牛山博文の！ 毛～ひと工夫！



MACCミドルコーディネータ  
牛山博文

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。

## 新しいモノやコトを生み出すための 発想技法

ここ数年、新しいモノやコトを生み出すための発想法・思考法について考える機会が増えています。今回はその中で新しいアイデア発想を邪魔するものについて考えてみましょう。

新しいモノやコトを生み出すための発想技法は、ブレインストーミング法・チェックリスト法・KJ法・瞑想法などがよく知られています。発想自体を促すには、これらを単体で使う場合もあるでしょうし、複合的に使う場合もあるでしょう。どのような発想技法を使うにしても注意すべき重要なポイントは、“固定観念”と“既成概念”に縛られないようにする事です。

固定観念とは「いつも頭から離れないで、その人の思考を拘束するような考え方」簡単に言えばその人特有の「思い込み」や「先入観」でしょうか。例えば、「若者はだらしない」「自動車はドイツ製に限る」「目玉焼きにはソースをかけるのが一番」など、いくら人が説得しても自分の考えを曲げない考え方(主観)です。

既成概念とは「客観的に広く社会に認められている考え方」です。簡単にいうと“常識”です。例えば、「駅のエスカレーターの右(左)側を急ぐ人のために開けておく」「通勤電車の中で飲食しない」など、みんなが共通的に思っている内容です。

どのような発想技法を使っても、この固定観念と既成概念に縛られていると“現状打破”や“創造・革新”など「新しいアイデア」を生み出すことはできません。そのために例えばブレインストーミングでは「他人の意見を批判しない」とか「過去の経験から判断しない」とかルールを設定して始めることが多いのです。

でも、なかなか固定観念と既成概念を払拭することはできません。特に固定観念は自分自身の思い込みですから、既成概念より難しい問題かもしれません。

発想法の講義では受講者に向かって「それはあなたの固定観念ではないですか？」とシツコク問いかけをしています。そうすることで、受講者自身に「固定観念に縛られていないかどうか」をチェックしてもらうことができるからです。自身でも自問自答をするようお願いしています。

固定観念や既成概念で自分自身や同僚の素晴らしいアイデアを闇に葬らないように気をつけて、様々な発想法を試してみてください。



『MACCプロジェクト企業紹介パンフレット第6版』・『平成30年度版 企業支援メニュー』が出来ました。ご希望の方は、産業経済部 経営支援課 産業活性化係まで!!!

# MACCコーディネータ TOMMYの部屋 VOL.43



## 「荒川理念経営物語」 MACCシニアコーディネータ 豊泉光男



春を告げる紅白の梅花も一斉に先を争って開花を迎えています。

2017年度の日本経済は好調な成長を記録しました。米国を中心に世界経済も拡大し我が国の上場企業の多くが増収増益を更新しました。



一方、我が国、中小企業の業績はまだら模様で平均では大きな業績回復には至っていません。この課題の第一は大企業と中小企業の労働生産性の格差です。中小企業の生産性が低いと長時間労働を行っても利益の創出が小さく、いわゆる「労多くして利有らず」になってしまいます。

第二には将来への仕事です。今日の仕事、特にQCD(品質、コスト、納期)に関連する仕事は待たなしで毎日忙しく追われています。とても一年、二年先の事を考える余裕はありません。しかし、振り返って見れば去年の一年も一昨年の一年も確実に「過去」の時間は過ぎていきます。同じように今年の一年も、来年の一年も、「未来」の時間も過ぎていきます。結局の所、一年先の事は考えていなくても一年後にはちゃんと来てしまうということです。

社長の最重要な仕事は一つ目「明日の飯の種を創る。」(今日の飯は社長以下で稼ぐ、社長はこれから稼げる飯の種を創り出す。)二つ目は明日の社長を育成する。(社長業は過酷です。そして有限です。次期社長を育成するのは社長の最も大切な仕事です。)経営理念、経営計画がなくても一年は過ぎていきます。しかし理念経営を行っていけば将来の目標、夢の実現は高い確率で達成できます。理念経営は経営理念から出発点して、経営方針、経営計画、経営戦

略に展開して、企業の長期的な発展を実践していくメソッドと言えます。これから事例について、ご紹介いたします。

事例1、A社は金属加工メーカーで従業員40名で、2代目社長が新たな経営理念を構築し、経営計画、行動指針を作成し、成長している会社です。特に新規受注においては経営理念との整合性を重視し、受注獲得に成果をあげています。

事例2、B社は食品メーカーで従業員は150名規模ですが、8代目社長が経営理念の原点から深掘りし、新たな経営計画策定、新商品開発にも成果を上げています。特に人材育成に展開し、研修制度、新人事考課制度、表彰制度をとり入れ、社員のモチベーションアップを達成しました。特に今まで困難を極めた新卒の採用も昨年では定員の100倍を超える応募に繋がっています。

事例3、C社は樹脂加工メーカーで従業員は130名ですが2代目社長が新たな経営理念、経営方針、行動指針、経営計画、経営戦略を策定し、実行した結果、新規顧客、新商品、新事業が大幅に増加し、新卒の採用も容易になりました。それに伴って、売り上げも利益も3倍増しました。このように理念経営はきちんと運用すれば企業の成長、発展に大いに貢献する事ができます。しかし、理念経営の欠点は定着、成果が出るまで時間がかかります。経営理念、経営方針、行動指針、経営計画、経営戦略策定に1年、定着に1年、成果に1年、計3年間、諦めずに取り組むことが必要です。これは企業経営のイノベーションでありトップ自らしかできません。お問い合わせはMACCの豊泉まで。

<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(29)0008-04号