

マック MACC通信

Monozukuri Arakawa City Cluster

第51号

2019年12月27日発行

《主な内容》

- ・第14回MACCプロジェクトフォーラム
「ひらめきが、財産になる!!!『目からうろこの知的財産権活用術・知財経営ノススメ』」を開催
- ・連載:「知財経営のすすめVol.7」
- ・すがも「四の市」で(株)マツダ自転車工場が出店
- ・「荒川区ビジネスプランコンテスト2019」でMACC会員企業の(株)トネ製作所が奨励賞を受賞

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。

第14回MACCプロジェクトフォーラム

ひらめきが、財産になる!!!

『目からうろこの知的財産権活用術・知財経営ノススメ』

近年、中小企業の経営課題として注目を集めている知的財産権の活用に関心を当てた、第14回MACCプロジェクトフォーラムが10月17日に東京電機大学東京千住キャンパスで開催されました。今回は、「ひらめきが、財産になる!!!目からうろこの知的財産権活用術・知財経営ノススメ」と銘打ち、知的財産権を経営に生かしたコンサルを行っている押久保政彦国際商標特許事務所 所長・押久保政彦氏の講演と、区内企業3社及び東京電機大学・山形大学の各コーディネータを交えたパネルディスカッションを行いました。

第1部 基調講演:「知財経営ノススメ」

講師:押久保政彦国際商標特許事務所 所長 押久保政彦氏

知財経営とは?

知的財産によって企業の競争力を高めて、言うなれば自社を強くする、といった経営スタイルの事を知財経営と呼んでいます。

今までは「良い技術だから、とりあえず特許を取って保護しておきましょう!!!」「良いネーミングを考えたので商標を取っておきましょう!!!」と言った、言わば出口を考えないで取得しているケースが大企業・中小企業共に多かったように記憶しています。

業種を問わず、会社の中には必ず何らかの知財がありますが、目に見えにくく気付かない事が多く、また気付いていない事を生かそうとするのは、非常に難しいです。そこで、まず4つの質問を投げかけます。

- 1 あなたの会社は何をやっている会社?
- 2 あなたの会社の顧客は誰?
- 3 あなたの会社が顧客へ提供する価値は何?
- 4 それは、あなただけ?

会社に関係する様々な人たちは、企業の明確な提供価値を求めています。知財の見える化によって、自社の強みを客観的に把握・認識することが可能になってくるのです。

事業の承継における知的財産権の活用

近年、事業承継が問題になっていますが、承継をし

ない子どもの理由として、「将来性・魅力がない」といった意見が聞かれます。これは、子供が親の事業を把握していない。親もちゃんと伝える事ができていない事の現れだと思えます。まずは、魅力的な事業に見せ、次代の子供たちに伝える事が重要です。何もしなければ社長(親)の思いは伝わらない。知識の承継ができるかどうかで、後継者の事業がうまくいくかが決まると言っても過言ではないと思っています。

知財経営の最終目的は「ブランドづくり」

ブランド(顔が見える会社)とは、自分たちが何を提供するのか?何者なのか?をちゃんと理解して周りに伝えることができる会社です。

またブランドは、企業の中で作られるのではなく、お客様の中で作られるものです。

重要なことは「差別化」。それが他社がやれることなら、ブランドにはなりません!!

自分たちの得意技がわかっていれば、競合他社が多い業界でも、他社との差がうまく出せるはずですが。

今、事業運営されている方は、何か探せば必ず自分たちの得意分野がでてくるはずですが。それをキーにして、ブランドを作っていくことが必要だと思えます。

会社の周りには様々な経営資源(資金・顧客・事業機会・情報・人材等)が存在しています。ブランドのない



講演する押久保氏

会社はこれらを費用をかけて必死に取りに行きます。ですが、ブランドを構築した会社(顔が見える会社)には、外部からの経営資源が自然と集まります。顔が見える会社だからこそ、他人の目にも留まるのです。

付加価値となる「ビジネスモデル」が必要

優れた技術や商品の提供や製造のコストダウンだけでは、付加価値になりにくい。付加価値や利益の獲得を意図したビジネスモデル(「どこで儲けるのか?」「仕事の流れをどうするのか?」を決める。)が必要となります。良い技術があるからと言って、お客様を掴めるわけではありません。良い技術・良い製造プロセスがあったとしても、それを伝えるビジネスモデルがないとうまくいかないのです。

海外の企業は、自分たちで技術を持っている会社は少ないが、うまいビジネスモデルを作って、お客様を獲得しています。自分たちの技術に関連した知財を権利として加えることにより、他の人を排除するという手法を取っている会社が非常に多いように思います。

第2部 パネルディスカッション

パネラー

株式会社オフィスサニー 代表取締役 高橋淳一氏

志幸技研工業株式会社 代表取締役 吉川裕氏

株式会社トネ製作所 営業技術部 利根祐樹氏

東京電機大学 産官学交流センター 亀井隆夫氏

山形大学 工学部 荒川サテライト 田口英生氏

ファシリテーター 押久保政彦氏



左から田口、亀井、利根、吉川、高橋の各氏

【自社における知財取得・知財経営の活用】

高橋: プラスオレンジというブランドを作り、印伝のような紙を使った紙雑貨を販売しています。

荒川区と東京電機大学・静岡県立こども病院の作業療法士との産官学連携で、バーコ印刷の凸凹を生かし、指でひらがなをなぞる発達障害児への支援教材を開発しました。しかし教員への説明に苦労し、「特許を持っていても持ってるだけで何もならない事が多い」という事を強く感じました。「バーコ印刷自体が特殊で、凹凸がある教材を開発したのも特殊なのかもしれない。もしかして特許など必要ないかもしれない」と思いながら開発をしていましたが、それよりも凹凸教材を普及させることが特許を

活かすことになると気づき始め、現在は教員等を対象にバーコ印刷を使った凹凸教材のセミナーを開き普及に努めています。

吉川: 「中小企業が生き残るには、ブランドを持つ・市場を持つ・価格決定権を持つ。」この3つに集約されるかと思う。それを常に変化させていくのが、中小企業が生き残る道かな?と学びました。バックボーンとして大切なことは、「ブランドを持ち、その裏側にある知的財産・知財経営が必要なものである」と実感しました。

現在はアイデアが浮かんだ時点で、ほとんど特許と商標登録を出願し、結果、その実績を基に「技術的に国が認めている」「特許を持っているから他ではできない」というセールストークに活用しています。特許を取っておけば、将来それに守られて仕事ができる。自分がやっているのは、その土俵づくりと思っています。

利根: 「もう箸には戻れない」をキャッチフレーズに【卵を綺麗に溶きほぐす専用器具】、初のBtoCとなる自社製品【ときこち】を開発しました。当社のような板金加工業では技術に関して、機械があれば誰でもできてしまうため、特許出願にはなかなか至らず、今回初の自社製品に関しても検討はしましたが先行商品があるため、特許申請は見送り、関連意匠の申請準備をしています。

【産学連携における知財活用】

亀井: シーズPush型・ニーズPull型[技術相談]等、多数のメニューを取り揃えています。産学連携は敷居が高いとおもわれがちだが、どんなことでも良いからアイデアが出たら、相談してほしい。

田口: 特許は独占権ではない、禁止する権利があるだけで、そこを勘違いしている人が多い。

また、特許情報からは、先願情報のみならず視点を考えることによって、様々な情報が読み取れる。何をやっている会社なのか?どのような方向性でやってきたのか?知財情報は将来は見えないが、過去何をやってきたのか?の積み重ねで様々な分析ができ、これを企業支援に役立てています。

最後に、知財経営にとって一番重要なのは、「自分たちが何を作る会社なのか?どんなニーズがあるのか?どのように戦うのか?となります。意図をもって特許を取らないと活用もできません。」と押久保氏は語り、フォーラムを締めくくりました。

すがも「四の市」で(株)マツダ自転車工場が自社製品をPR 膝の曲りが悪くても乗れる自転車を高齢者にアピール

地域企業などが自慢の製品を展示・販売する第21回すがもビジネスフェア「四の市」が10月24日、豊島区巢鴨の巢鴨信用金庫本店で開かれました。

今回、MACC会員企業の(株)マツダ自転車工場(東尾久)も参加し、同社オリジナルの、膝が十分に曲らない人でもこぐことができる自転車「優U(ゆうゆう)」を出品しました。「おばあちゃんの原因」と呼ばれる土地柄、来場者の大半は高齢者で、その中には、膝の調子が悪い人も少なくないようで、持ち込まれた優Uに試乗するお年寄りが相次ぎました。

優Uは左右のクランクの長さを変えるなどで、膝が曲がりにくい人でも乗れるようにした自転車です。ペダルをこぐには膝を110～120度ほど曲げる必要がありますが、変形性膝関節症になると手術をしても90度程度しか曲がらなくなります。そんな人でも乗れるのが優Uです。

「四の市」会場に設置された2台の「優U」に、多

くの来場者が興味を示し、試乗する人が続出し、松田裕道社長が試乗者に、その仕組みや機能を丁寧に説明していました。



松田社長は「10年以上前に優Uを開発し、利用者は着実に増えているが、まだまだPR不足。今後、Youtubeなど動画サイトに載せ、併せて、荒川区の新ブランド『ara!kawa』を活用し、認知度を高めたい」と普及浸透への意気込みを語りました。

加齢と膝の疾患は相関し、超高齢化社会を迎えたわが国では、変形性膝関節症をはじめとする膝疾患の罹患者が1000万人を超えると見られています。「リハビリ効果もある」(松田社長)という優Uが大きな潜在市場をどう掘り起こしていくか、注目されます。

荒川区ビジネスプランコンテスト2019で MACC会員企業の(株)トネ製作所が奨励賞を受賞

今年で4回目を数える「荒川区ビジネスプランコンテスト」において、MACC会員企業の(株)トネ製作所が「奨励賞」を受賞し、11月19日ホテルラングウッドにおいて表彰されました。

荒川区ビジネスプランコンテストとは、区内の豊かな地域資源や歴史ある産業集積を生かしつつ、地域に根差す新産業の創出を支援し、区内産業の活性化を図ることを目的に、平成25年から隔年で実施されているもので、今年で4回目を数えます。

今回のコンテストでは、42件の応募者の中から厳正な審査を経て選ばれた、最優秀賞：1件、優秀賞：1件、城北信用金庫賞：1件、東京商工会議所荒川支部会長賞：1件、奨励賞：5件の計9人が、当日、この晴れの舞台に立ちました。



応募資格は、

- 1 創業予定者又は創業後概ね5年以内の中小企業者
- 2 新分野進出や新事業展開(以下「新分野進出等」)を予定している中小企業者又は新分野進出等後概ね5年以内の中小企業者

となっています。

今回奨励賞を受賞したMACC会員企業の(株)トネ製

作所(町屋8)は、自社初のBtoC製品「ときこち」(生卵攪拌機)をテーマに、ビジネスプランを展開しました。

過去MACC会員企業からは、第1回ビジネスプランコンテストで、(株)大洋技研の「持ち歩き可能な、うつぶせ寝専用オーダメイド「フェイスピロー」製造販売ビジネス」が受賞しています。

賞	受賞者	プラン名
最優秀賞	山本 展久	ものづくりの街で「らしく生きる」を形に!
優秀賞	川合 輝幸	街と人のストーリーを紡ぐプラットフォーム
東京商工会議所 荒川支部会長賞	古岡 ゆうみ	10代が本物と出会い未来の文化を生み出す場
城北信用金庫賞	清口 裕司	ニッポンの課題を協創ものづくりで解決する
奨励賞	田村 雅美	女性の自立を支援するエビテニスト協会
奨励賞	武藤 高史	介護のワークシェアリングサービス
奨励賞	鈴木 麻里子	働く母親を支援する 給食&弁当宅配事業
奨励賞	利根 通	これを知ったら箸にはもう戻れない
奨励賞	杉江 真理子	日暮里織維街への外国人コスプレイヤー誘致

受賞者一覧

お詫び：MACC通信50号の「MACCプロジェクト発新商品紹介!!」において(株)トネ製作所様の所在地、電話番号に誤りがありました。謹んでお詫び申し上げます。正しくは下記になります。
所在地：荒川区町屋8-13-6 電話番号：03-3895-7791

新二アス会報告

第8例会が2019年11月8日、セントラル荒川ビル4階で開催されました。例会前半は講義形式で1. アンゾフの成長ベクトル 2. 売上アップと3つの目3. 企業のライフサイクル(導入期・成長期)4. 企業のライフサイクル(成熟期・衰退期)5. プロダクトライフサイクル図、6. 企業の寿命 7. 事例研究 8. 外部環境分析とニーズについて 9. SWOT分析、10. PEST分析、11. 内部環境分析とシーズ について、学びを深めました。例会後半は市場ニーズから新商品開発のアイデア創出と4Pについてワークショップを行いました。ターゲットは高齢者セグメントに絞りこみを行いました。2時間という短い時間でしたがアウトプットとして1. 製品コンセプトの作成。2. Product(製品)売れる商品作り 3. Price(価格)売れる価格設定 4. Place(販路)どの販売チャネルを活用するか。5. Promotion(広報)売れるPR戦術とは 6. ネーミング 7. パッケージ 8. 事業計画概要作成に取り組みました。次回、新二アス会第9例会は12月6日に開催され、1. 製品コンセプトの作

り方、2. 4P(商品・価格・販路・広報)の深掘り、3. ネーミングの基本、4. パッケージデザインの基本についての講義を受け、グループワークで前アウトプットを改善・改良をしました。

新商品開発について初めて参加した会員も、2回のワークショップを楽しんでいました。特に新商品開発中の会員からは「実践的的確を射たワークショップでタイムリーだった。」と感想を述べていました。



サンアス会報告

10月の例会は、働き方改革をテーマに、10月30日にセントラル荒川ビル4階で開催されました。

皆様ご存じのように、我が国は、「少子高齢化に伴う生産年齢人口の減少」「育児や介護との両立など、働く方のニーズの多様化」などの状況に直面し、投資やイノベーションによる生産性向上とともに、就業機会の拡大や意欲・能力を存分に発揮できる環境を作ることが重要な課題になっています。

「働き方改革」は、この課題の解決のため、働く方の置かれた個々の事情に応じ、多様な働き方を選択できる社会を実現し、働く方一人ひとりがより良い将来の展望を持てるようにすることを目指し、

「年次有給休暇の時季指定」(施行はすべての企業を対象に2019年4月から)、「時間外労働の上限規制」(中小企業の施行は2020年4月から)、「雇用形態にかかわらず公正な待遇の確保」(中小企業の施行は2021年4月から)等が定められました。具体的には、は、使用者は、10日以上有給休暇が付与される全ての労働者に対し、毎年5日、時季を指定して有給休暇を与える必要があります。は、時間外労働の上限について、月45時間、年360時間を

原則とし、臨時的な特別な事情がある場合でも年720時間、単月100時間未満(休日労働含む)、複数月平均80時間(休日労働含む)を限度に設定する必要があります。は、正社員と非正規社員の間で、不合理な待遇差が禁止され、同一企業内において、正社員と非正規社員(パートタイム労働者、有期雇用労働者、派遣労働者)の間で、基本給や賞与などの個々の待遇ごとに不合理な待遇差が禁止されます。

これらについての講義と働き方改革に関連する助成金についての説明を行いました。参加者からは、「中小企業には酷な法律だ」とか、「景気が芳しくなく人材不足なのに、この法律を実施することで経営が苦しくなる会社がますます増えるのでは」という声が聞かれましたが、最後には、「企業努力で難局を乗り越えたい」ということで会を終了しました。

次回のサンアスは、2020年1月29日に「組織と人」に関する講義を行う予定です。

知財経営のすすめ Vol.7 -デザインと意匠の取扱いを考える-

今回は、技術とノウハウの取扱いを考えました。具体的には、知的財産のオープン・クローズを例として、自社の“得意技”に応じた“特許”と“ノウハウ”の使い分けや“特許”と“ノウハウ”の組み合わせの方針の検討など、自社の立場に応じた知的財産の取扱いが知財経営には重要であることを学びました。

知財経営に必要なのは“特許”と“ノウハウ”だけではありません。今回は“デザイン”と“意匠”という観点から知財経営を考えてみましょう。

自社の取扱商品が完成品であっても部品であっても、少なからず商品としての“デザイン”は存在します。商品企画や試作の段階においては、一つの商品コンセプトから複数のデザインを検討する場合があります。 “デザイン”は奇抜なものばかりではなく、商品の機能を実現するために採用する“デザイン”も多くあるはず。自社の技術やノウハウを活用して生み出される商品の使い易さ、組立てし易さ等の要素も“デザイン”に反映されることがありますので、技術を自社の得意技としている企業であっても“デザイン”は必要なのです。

しかし、“デザイン”は一見して分かるものであるため、斬新な“デザイン”や使い易い“デザイン”はすぐ模倣されます。いろいろな商品分野において同じような“デザイン”を採用した商品が複数の企業から提供されていることから“デザイン”の模倣容易性も見取れます。

このような特徴を備える“デザイン”は“意匠”による保護がより重要になってきます。知的財産権の一つである“意匠権”は、物品の外観デザインを保護する権利です。更に“意匠”は、上記した“デザイン”の特徴を見据えて様々なパターンで保護できる



ようにいろいろな制度を導入しています。具体的には、物品の全体形状を保護する「全体意匠」、物品の特徴的な部分的形状を保護する「部分意匠」、多数のデザインのバリエーションを保護する「関連意匠」、ナイフ・フォーク・スプーン等のセットで使用するセットものの商品形状を保護する「組物意匠」、一定期間秘密状態にする「秘密意匠」など、様々な保護パターンがあります。近年では、コンピュータソフトウェアが組み込まれた商品も多数提供されている現状から、画面操作タッチパネル等の「画面ソフトの意匠」等も保護されるようになってきました。

自社技術を駆使して製品開発した場合、特許は検討すると思いますが、“デザイン”や“意匠”は見落としがちです。せっかく企業努力をして良い商品を世の中に出しても“デザイン”を真似されれば企業の優位性は高まらないのです。いくら自社技術や自社製品に関連する特許権を取得しても、別な方法で同じような商品をつくることは可能なため、商品の見た目、すなわち“デザイン”と“意匠”は知財経営を実践する上で必要不可欠なものなのです。また、意匠権を取得していると海外で製造された製品の輸入を止める、いわゆる税関の水際取り締めりにも効果を発揮します。

来年には意匠制度の法改正があり、意匠の保護拡大が予定されています。一度“デザイン”と“意匠”の観点から自社商品を見直してみることをおすすめします。

著者略歴 押久保政彦（おしくぼまさひこ）

弁理士 / 知財経営コンサルタント / 1級知財管理技能士（特許、コンテンツ、ブランド）。

2005年 弁理士登録

2015年 博士（技術経営）学位取得

押久保政彦国際商標特許事務所 所長

関東経済産業局、特許庁事業 知財専門家



MACC会員企業4社を訪問 ～国家公務員(係長級)の行政研修を実施～

国家公務員の幹部職員育成を図る、行政研修(係長級特別課程)の一環として、MACC会員企業4社の現場を訪問する実地研修が12月5日に行われました。当日は、宮内庁、財務省、厚生労働省、法務省、国土交通省、環境省など各省庁の係長級職員20人が参加しました。

午前中、西ヶ原研修合同庁舎において、MACCコーディネータ4名から、それぞれ「荒川区とMACCプロジェクトの取組」についての講義が行われました。

続いて、訪問先企業の基調講演として、研磨用バフ製販業の(有)中央バフ製作所の倉澤諒・代表取締役が登壇。自身のプロフィールや、事業承継の経緯等興味深い話が展開されました。その中で、ユーザーとのやり取りの中で顧客ニーズを見出し、新製品・新サービスを提供していくビジネスモデル(バフコンシェルジュ)を紹介。さらに、「自社における経営革新の推進、若手経営者で構成する『あすめし会』を通じての中小企業同士の連携強化、自社のコアコンピタンスを見出し、独自の経営スタイルで企業力強化を図る」と、自社の取組を語りました。



講演をする倉澤氏

研修にご協力いただいた荒川区内企業(MACC会員)

(株)タカハシ(打抜きプレス加工業、東日暮里6丁目)
代表取締役：高橋弘明氏(3代目・平18年事業承継)
(有)中央バフ製作所(研磨用バフ製販業、町屋1丁目)
代表取締役：倉澤諒氏(3代目・平成29年事業承継)
石川金網(株)(金網製造販売業、荒川5丁目)
代表取締役：石川幸男氏(3代目、平成16年事業承継)
秋元ステンレス工業(株)(厨房器具製造業、西尾久8丁目)
代表取締役：秋元幸雄氏(2代目、平成16年事業承継)

午後の企業訪問は、研修員が2班に分かれて、それぞれ2社ずつ訪ね、モノづくりの生産現場を見学しました。

参加者からは、「それぞれの経営努力で、独自の経営スタイルを展開していると感じた」「実態を知ることができ、参考になった」などの感想が聞かれました。



経営者の説明に熱心に聞き入る研修生

山形大学との第10回定期連絡会を開催しました。

11月7日、山形大学米沢キャンパス(山形県米沢市)において、山形大学工学部と荒川区が第10回定期連絡会を開催しました。

山形大学工学部と荒川区は、協定を結んだ平成20年から11年間、荒川区の中小企業支援に共に携わってきました。

今回は、山形大学から飯塚博工学部長をはじめ、3名の教授と事務職員で、事業実績の報告や現状課題の共有、今後の事業イメージ等を議論しました。

冒頭、山形大学荒川サテライトにおける区からの業務委託や産学連携等の事業実績を発表し、続いて荒川区の販路開拓における支援の強化(BtoBやBtoC支援・ブランディング等)の実績と今後の展開について発表を行いました。



中でも区が山形大学へ委託している「地域金融機関連携携型課題解決支援事業」の「目利き力向上講習会」においては、他機関からも高い評価を受けているとの報告が山大側からありました。

「目利き力向上講習会」とは、地域の信用金庫職員を対象とした講習会で、従来の土地・建物等の担保にとらわれず、企業の事業性及び、その将来性を見込んで融資できるような“目利き力のある職員”を育成するための講習会です。

今年度4年目を迎えたこの事業ですが、今回の定期連絡会においても、来年度も更に目利き力向上に向けて事業運営していくような議論がなされ、次年度においても連携強化の方向で意見が一致しました。

翌8日は、有機エレクトロニクスイノベーションセンターを視察し、参加者は各々、様々なことを得て今回の定期連絡会を終了しました。

連載～その33～

毛～ひと工夫の！ 牛山博文



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。

「モノづくり」と「工場」

今回は「モノづくり」と「工場」についてお話ししていきます。

モノづくりはなぜ工場で行うのか？

工場でなくてもモノは作ることができます。なのになぜ工場でモノ作りが行われているのでしょうか？

一般的に人間の生産活動には2つの形があります。ひとつは自給自足的な生産活動で、もう一つは分業による組織的な生産活動です。

自給自足的な生産活動とはモノづくりの最初から最後まで一人で作業することと考えることができます。

いいモノをつくるためには作業の一つ一つに慣れることが必要で、一人前になるには時間がかかりますし、効率もよくありません。

一方、分業することで組織的にモノづくりをすると、生産の効率が大幅に向上します。さらに、専門化して同じモノばかりを常に生産すると、生産の効

率はもっと向上します。

たとえば陶器の茶碗を作る場合を考えてみましょう。まずは材料となる粘土を掘り出します。それから粘土をこねて茶碗を形づくりします。その後、高温で焼くことで茶碗はでき上がります。しかし、丈夫で使いやすく、美しさを備えた茶碗は簡単には作ることができません。丈夫なものを作ろうとすれば質のいい粘土を探さなければならないし、かたちをよくするには練習が必要です。さらに、焼き方を工夫しないと美しい色合いの茶碗はできません。

また、作業ごとに専用の道具があると生産効率が変わってきます。さらに技術や技能を教えてくれる人や、作業を手伝ってくれる人がそばにいれば楽にモノづくりを進められます。このような道具や人をいつでもスグに使えるようにすればいいということになります。これらがスグに使えるように一定の所に集められた場所が工場というわけです。

つまり、工場でモノづくりをおこなえば、生産効率が上がるというわけです。

まとめ

工場とは「材料・道具・機械・設備・人が一か所に集まっていて、効率的なモノづくりができる場所」である。



『MACプロジェクトパンフレット』と『MACCプロジェクト企業紹介パンフレット』が一つになり、新しく生まれ変わりました。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.50



『荒川事業承継物語 4』



MACCシニアコーディネータ 豊泉光男

事業承継物語も4回目となりました。今回は事業承継、特に親族内承継の当事者の方々の課題について考えてみたいと思います。

1) バトンを渡す現社長の場合、中々、承継時期が決められない理由について

退任後の不安(収入不安・生きがいの喪失)

会社に対する愛着(より所の喪失・肩書きの喪失・古参社員の行く末の不安)

後継者に対する不安(理念の継承・マネジメントスキル・コミュニケーションスキル)

事業に対する不安(業績回復課題・ゴーイングコンサーン課題)

健康に対する不安(加齢・慢性疾患・急性疾患)

相談相手不足(先送り・手順が不明・信頼できる専門家の不在)

2) 承継する後継者の課題

経営の自信がなく不安(経営経験・マネジメントスキル)

現代表者・社長への反発(世代間・経営方針の確執)

受け身の姿勢(親族の期待・親族への感謝と健康への思いやり・企業と家族が一体であること)

決意の不足(ゴール発見・道筋の確立・家族の賛同・外部専門家の不在)

最後に事業承継の筆者の過去の実体験に述べさせていただきます。

1) (1990年～) 日本FS工業組合青年部の取り組み。同業界は発泡プラスチック加工企業団体で全国に300社がありました。事業承継の要請は高まっていたが、中々進展しませんでした。後継者の会青年部を創設し事業承継推進が試みられました。特に筆者が部会長の時、事業承継アンケートと考察の出版 事業承継プログラムの作成と実施 1987年に

筆者は業界初の事業承継第一号のモデルケースとして、商工会議所、中小企業大学校、行政等で講演、それらの活動が各種パブリシティにも取り上げられました。これで業界は一気に数十社の事業承継が推進されました。

2) (2005年～) 埼玉県地域リサイクル事業の取り組み。当時、埼玉県は不法投棄問題が表面化して、産廃事業者には厳しい目が向けられていました。そのなかでも若手経営者は今後、近代的な業界への脱皮を志向していました。本庄早稲田リサーチパークからの依頼で十数社のリサイクル事業の後継者の皆さんと新しい事業のあり方と事業承継についてお手伝いをさせていただきました。

3) (2008年～) 荒川区あすめし会(あすの飯の種をつくる会)の取り組み。当時、荒川区ではMACCプロジェクト(モノづくり企業の活性化)がスタートしました。その中で区内の後継者が企業のイノベーションを達成するコア人材であり、人材育成の重要性に気づきました。あすめし会は、明日の社長、明日の事業を目指す会として、その後10社以上の事業承継を実現致しました。

4) (2016年～) 荒川区新二アス会の取り組み。あすめし会に続く、社長塾です。こちらは社長と後継者の方で「21世紀を生き抜く経営勉強会」です。年齢幅も広く30代～89歳までいらっしゃいます。この会から既に4社(電光工業・寺製作所・佐藤油脂工業・太陽興業)の事業承継が実現されました。事業承継は新社長が企業を成長軌道にのせて初めて達成といえます。これからも引き続きがんばって行きましょう。



<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(31)0001-3号