

荒川区が進める MACC プロジェクトは、荒川区独特の多彩な産業集積を活かし、区内企業の顔の見えるネットワークの形成を支援し、新たな荒川版産業クラスターの形成を目指しています。

MACC 通信では、MACC プロジェクトの「今」をお伝えしていきます！

マスコミを“マキコミ”（巻き込み）販路を拓く！

～テレビで放映され、ヒット商品の様相～

～板垣製作所の試み～

新製品開発の成否は、消費者にいかにか売り込むかにかかっています。その有効な手法のひとつがマスコミの話題に上ること。どうすれば、マスコミが取り上げてくれるか。その身近なモデルとして、テレビ局に積極的にアタックしたことが奏功して番組で紹介され、新製品を世に出すチャンスをつかんだMACC会員企業の板垣製作所のケースを紹介します。

金属パイプ加工が得意な板垣製作所（代表取締役・板垣隆氏）は、早くからMACCプロジェクトに参加して産学連携を実現し、高齢者向け健康福祉用具として、自立する杖『フェレット』（意匠登録済）を製品化しました。その新製品は、今年2月にMACCプロジェクトが主催した「高齢者ニーズの新製品発表会」の中でお披露目されましたが、この発表会自体をNHKが取材し、その模様がNHKの総合テレビ番組「こんにちはいっと6けん」で放映されて、大きな話題を呼びました。



テレビ東京の取材を受けている板垣社長

マスコミの反響を目の当たりにした板垣さんは、次の課題である販路開拓を図るため、自社独自でマスコミにアプローチする方法を模索しました。手っ取り早くインターネットを活用し、「新製品」や「発明」「募集」など

をキーワードにTV、新聞、雑誌へのコンネクションを検索していくうちに、テレビ東京の「ワールドビジネスサテライト（WBS）」という番組でユニークな新製品を紹介していることに目を付けました。さっそくWBSの番組



板垣隆社長

あてに『フェレット』の概略と写真をメール送信し、NHKの番組でも話題になったことも添付して売り込んだそうです。その2～3日後に、WBSから返答があり、メールの内容を確認したうえ、取材日が設定されたという経緯です。

TV局の対応も早く、取材した2日後の5月9日、テレビ東京が夜11時から放映している「ワールドビジネスサテライト（WBS）」の「トレンドのたまご」（略称トレたま）のコーナーで『フェレット』が紹介されました。その内容は、①実際に使用している人（池田はつえさん）のコメントと歩く姿を映し出し、②板垣社長の「製品開発のきっかけと狙い」「実用化までの経緯」「開発に伴うエピソード」のインタビュー、③実際に製品を製作している場面も紹介する、というストーリーでした。進行役の前田真理子アナウンサーが「この新製品は、荒川区が支援するMACCプロジェクトの成果です。高齢者用に開発したが、骨折した人や体重の重い人、身長の高

い人にもオーダーメイドの多用途な杖」と説明していた点が印象的でした。

何と、放映後の反響がすごかった！昼夜の別なく、「自立するとは、どういう構造？」「足の不自由な人や、体重100kgを超える人にも適するか？」「買い物袋が吊り下げられるって、本当？」といった電話が続々かかってきたという。ある程度の反応を見込んで、予め電話回線を増やし、電話FAXでの受付と問い合わせに備え、インターネットでも注文に対応する仕掛けをしていたものの、反響は大きく、一時的に2台の電話が通話中という状態が続いたそうです。

どれほどの受注量があったか…を先に言えば、5月末の時点で合計70個を超える注文を受け、いまま断続的に注文と問い合わせが続いている状況です。「代理店になって、量販店や健康用具専門店販売したい」との商談も進行中とか。しかも、その成果は多くの注文を受け、販路が拓けてきたということに止まりません。電話でやり取りした板垣さんは「お客さんと直接的に話しをする中から、どうして杖が必要なのか、どんな問題を抱えているのか、何を解決したいのかといったニーズ調査ができて、そこから次につながるビジネス展開のヒントを得たことは大きい」と実感し、意を強くしています。

受注の内容は、電話注文の比率が高いそうですが、番組「トレたま」が地方でも放映されたため、四国や九州など遠方からも寄せられました。購入者は杖を使う本人以外に、杖を贈り物にしたいという親族・友人からの注文も目立ち、栃木県の外科医から「出不精になった母親にプレゼントしたい」と母の日に向けて注文を受けたというエピソードもあります。また、荒川区内企業が参加している新製品PRサイト「あらかわショッピングモール」によると、板垣製作所の『フェレット』の売り上げ件数は、4月に1件だったのが、5月度は29件、同サイト2番目のヒット商品となっているという状況です。



自立する杖『フェレット』

今回、杖の用途はリハビリ、介護、医療、散歩、買い物、通勤、贈答用など広い意味の健康福祉分野が対象になることが再確認できました。コーディネータからのアドバイスもあり、併せて、高齢者に限らず、杖を必要と

するニーズが高いことにも目を向けて、身長、体重に応じて利用できるオーダーシステム体制を作り上げました。

『フェレット』は4つのサイズで、各2色の計8種類の商品化し、生産体制も整えて、価格1万5000円と設定し、本格販売を開始したところです。

一般的に、TVで紹介されただけで、たちまち商品販売が軌道に乗るわけではありませんが、マスコミの話題に上がることは販路開拓には有効です。消費者への大きなアピールポイントになります。また、一度取材されると新たな取材へとつながり、ビジネス展開も優位に進められます。そのことを自社のホームページの目立つ箇所にアピールするだけで、「信用」と「実績」が得られ、相乗効果でアクセス数や成約数もアップする点も無視できません。積極的な働きかけは、無駄にはならないでしょう。



トミーのひとこと

マーケティングで4Pと言うと、PRODUCT（製品）、PRICE（価格）、PLACE（流通チャネル）、PROMOTION（販売促進）でありますが、今回は4つ目の“P”のプロモーションで、特に有効なツールであるテレビ、新聞、雑誌等のパブリシティ活用について検証してみましょう。

広告宣伝として活用する場合は、資金投入コストが大きく一般に資本力のある大企業向きツールと言えます。しかしながら、無料の記事掲載となると話は別です。その商品に話題性、希少性があれば経済ニュースとしての価値は十分あるといえます。

多くの中小企業の場合、記者がわざわざ取材にくるまで、期待を胸に首を長く、ひたすらじっと待っています。しかし、取材依頼の電話は待てど暮らせど1度も鳴らないことが多く、既に諦めた中小企業も数しれないのです。それならば、注目度をあげるには、自ら情報を提供し発信する。確かにいざ新商品情報をマスコミに提供したところで、記事になるのは僅かです。しかしながら、その確率は買わなくてはならない宝くじより大いに高いし、新商品開発の千三つよりもさらに高いといえます。そして、何より投入コストがほとんど“ゼロ”に近いのです。

MACC会員の皆様は、板垣製作所さんの成功を大いに参考にして、“チャレンジ”してみてください。きっと新たな企業価値のステージに登っていくことでしょう。

「若手経営者の会」が発足！

未来の荒川区を担う次世代経営者をめざして顔の見えるネットワークを形成

MACCプロジェクトでは、台頭してきた若い世代を対象に「新事業創出のための若手経営者の会」（仮称）を結成することになりました。新世代の経営者同士の顔の見えるネットワークを形成して、相互に研鑽し合い、交流を深めて、それぞれの経営革新に役立て、時代に対応した新事業創出に取り組みます。近く正式発足し、会の運営をサポートする若手コーディネーターを配置して、平成20年7月から活動を始める予定です。

多様な産業が集積している荒川区では、平成に入ってから、既存企業の世代交代が進み、その一方で若い世代の創業・起業も目立ってきました。ニューパワーが台頭しているわけですが、様々な経営課題をどう解決していくか、激しい競争に立ち向かう戦略や新事業を立ち上げる方策などに腐心する若い経営者は少なくありません。

こうした状況を背景に、MACCプロジェクトでは、新世代の経営者や後継者が自らの経営課題を克服していく自己啓発型の横断的組織として「若手経営者の会」（仮称）を結成し、未来の荒川区を担う新世代経営者の育成と、新事業創出による地域活性化に役立てたいと考えています。

■自ら「明日の飯の種」を生み、育てる

新設の会は、活動内容を重視し、参加者の一人ひとりが会運営の主役となって能動的・活発な取り組みを行うことを大きな特徴としています。そのため、会の目的を①新商品・新技術開発等に関する研究と経営の多面的な勉強を通して、自社の新事業をつくる。②若手経営者の顔の見えるネットワークをつくる事としています。「明日の飯の種」を生み出し・育て・成果を得るために、会員が相互研鑽しながら、自ら考え・行動するという活動スタイルをイメージしているわけです。

メンバーの対象は、MACC会員で年齢が概ね50歳未満の経営者・後継者かつ、「自主的・積極的に新事業創出に取り組む方」「会に積極的に参加し、会員同士の相互理解と相互啓発に基づくネットワーク構築に取り組む方」が条件です。これらのメンバーは月1回の定例会を開き、「新商品開発に関する研究・経営に関する多面的な勉強」「若手経営者のネットワークの構築」「参加者一人ひとりによる自主的運営」を基本に、具体的なテーマを設定して活動を進めていきます。

■谷口MACCコーディネーターが全面的にバックアップ

さらに、「若手経営者の会」（仮称）は、MACCプロジェクト専属の若いコーディネーターを配置し、メンバー

と一緒に問題・課題を考え、全面的に会の運営をサポートします。そこで、新たに配置される谷口浩二（たにぐちこうじ）コーディネーターに会運営の抱負や活動方針などをインタビューしました。

——谷口さんは、この4月からMACCコーディネーターに就任されました。まずプロフィールをお伺いしたいと思います。20代で会社を経営なされた経験があるとか？

谷口：父親の不慮の事故から、急遽経営者となりました。

若くして経営の苦しさや父親の偉大さを嫌というほど味わいました。中でも、販路拡大や財務には、頭を悩ませました。このようなご苦労をされている方がたくさんいるのであれば、それを解決したいと考え、早稲田大学院で



谷口浩二コーディネーター

中小企業の研究に励みました。

——大学院卒業後、現在まで経営セミナー講師等を務められたさい、心がけられてきた点は何ですか。

谷口：確かに理論を学ぶことはとても大事なことだと思います。しかしながら、その理論をどう使うのかが

わからなければ意味がないと、

いつもに考えています。それゆえ、グループワークを中心としたセミナースタイルにし、受講者の方々に「明日から即実践」できるような講義を心掛けてきました。加えて、グループワークには、「思考能力」「コミュニケーション能力」が高まる効果もあります。今回の『若手の会』でも、これまでの経験を活かし、より良いものを提供できればと考えています。

例えば、「マーケティング」の勉強会があります。顧客のニーズ抽出や自社分析の仕方などを、「これか

「こんなこと会社で起こりそうだな」というような事例を用いて、グループ演習で行います。また、「マネジメント・ゲーム」もあります。これは、チームになって頂き、製造部・営業部・経理部に分かれ、最終的に決算書を提出します。これにより、経営感覚が身に付くばかりでなく、財務を意識した生産・営業を行うことができるようになります。つまり、全社的視野が養われます。

まだまだ沢山やれること、やりたいことがあります。さらに会員の皆様のニーズをきめ細かくお伺いし、皆様と一緒に会を運営していきたいと思えます。

——すでに『若手の会』のお話が出てしまいました。この谷口さんの“初舞台”となる若手の会が目指す『新事業』とはどのようなものなのでしょうか、教えてください。

谷口：企業経営は、いかに順調に見えても、成長期⇒成熟期⇒衰退期というライフサイクルが繰り返されます。成熟期や衰退期に陥る前に、つまり、成長期に新事業開発に着手することが大事であるということをお大学院時代幾度も耳にしました。新事業というと難しく考えられがちですが、酒蔵が木製酒樽で売っていたのを瓶詰めにして売り出すだけで立派な新事業（イノベーション）と呼べるのです。このようにご参加して頂いた方には、自社の伝統と技術に工夫できる視点を養って頂きたいと思えます。

——いろいろなところに若手経営者の会がありますが、ずばり、MACC 若手の会のアピールポイントは何ですか？

谷口：経営者には、「自主性・自立性」が欠かすことができません。この会も会員皆様の自主的運営を MACC

コーディネータがサポートする形を目指していきたいと考えています。そのために現在、先輩の豊泉コーディネータと一緒に若手経営者のもとを訪れ、若手経営者・後継者の考えやニーズ、悩みなどをお伺いしています。これらにきめ細かく対応していくことで、会の方向性を会員の皆様と一緒に考えていきたいと考えています。ですので、単なるセミナー形式や、懇親会がメインの若手の会ではなく、「明日の飯」を真剣に考えられる、顔の見えるネットワークを構築ができる、少数精鋭の若手経営者会に育って欲しいと思えます。

——最後に MACC コーディネータとしての抱負を一言。

谷口：4月に就任以来2ヶ月たちました。正直言ってまだまだ不慣れな部分がたくさんあると思いますが、若手の会以外に、個別の企業支援として、販路拡大に向けたホームページの再構築や、新製品の販路拡大等に取り組んでいます。経営者の方とそれぞれの

企業が抱える課題をお話させて頂けば頂くほど、この仕事のやりがいを感じてきています。色々な形で支援ができると思いますので、今後ともよろしくお願ひします。



谷口浩二コーディネータ

若手経営者の会参加者募集！！

【お問い合わせ】荒川区産業経済部経営支援課 福島、宮原 宛
(TEL 03-3802-4683) まで

「区内企業の受注拡大の可能性のためのアンケート調査」 へのご協力のお願ひ

荒川区では、6月初旬に、区内事業者の皆様の受注拡大に向けた支援策を検討するための標記のアンケート調査票を、従業員数10名以上（5月現在）の区内事業者の皆様に、郵送にて御送付致しました。ご回答の締め切りを6月16日（月）とさせていただきますが、回収数がやや少なく集計作業を待っているところです。

荒川区では、近年の製造事業所を中心とした受発注環境の変化を、区内事業者の皆様にとっての業容拡大の新たなチャンスとして位置づけ、積極的に支援していきたいと考えています。本調査はそのための荒川区独自の支援策を検討する基礎資料として、皆様の御意見等を頂戴したいと考え実施させて頂くものです。

時節柄、ご多忙の折かとは存じますが、ご協力方、再度お願ひ申し上げます（ご回答は同封の返信用封筒、もしくは FAX（03-3803-2333）にて）。

【本件に関するお問い合わせ】荒川区産業経済部経営支援課 福島、宮原 宛（TEL 03-3802-4683 FAX 03-3803-2333）まで

第3回MACC産学交流会（「MACC推進協議会設立」準備総会のお知らせ）

第3回目となる今回の産学交流会では、これからのMACCプロジェクト推進の強力なエンジンとなる「MACC推進協議会」の設立準備総会を実施し、活発な意見交換を行いたいと考えています。区内事業者の皆様の奮ってのご参加をお待ち致しております。

☆開催概要☆

○日時：平成20年7月4日（金） 16:00～18:00（懇親会：18:00～19:00）

○会場：荒川区役所 3階 304会議室（懇親会：荒川区役所地下1F「さくら」）

○内容：（予定）

第一部「交流会・推進協議会設立準備総会」（16:00～18:00）

- 1 19年度活動実績報告（健康・福祉関連製品開発プロジェクト進捗状況、MACC会員企業パンフレット作成等）
- 2 20年度活動予定報告（大企業・中堅企業との連携、MACC若手経営者の会等）
- 3 MACC推進協議会の設立について
- 4 首都大学東京の産学連携とMACCプロジェクト（首都大学東京産学公連携センター産学公連携コーディネータ 室山 丈夫）

第二部「懇親会」（18:00～19:00）【会費 2千円（予定）】

第3回 MACCプロジェクト・フォーラム 開催のご案内

荒川区では、第3回MACCプロジェクトフォーラムを開催します。

MACCプロジェクトも3年度を経過し、会員企業の皆様の精力的な活動により、各種製品化が実現するなど、活動の成果は着々と実を結びつつあります。

今回は、これらの成果を紹介するとともに、中小企業論を専門とし、わが国中小企業政策にも数多くの提言を実施してきた専修大学教授 黒瀬直宏氏を招いて、そしてMACC会員企業のさらなる発展に向けた課題についての対話を実施します。日程等は以下の通りです。詳細は検討中です。決定次第、改めてご案内申し上げます。奮ってご参加ください。

【開催日時】9月10日（水）16:00～19:45（交流会 18:15～19:45） 【会場】首都大学東京健康福祉学部（首都大学東京荒川キャンパス）

【その他】詳細は検討中。お問い合わせは、荒川区産業経済部経営支援課（03-3803-2311）まで。

MACC ゼミナール

～第2回～ 新商品創出のステージ別管理（Ⅱ）

MACCシニアコーディネータ 豊泉光男

皆様、こんにちは。梅雨空が続きますが、体調を崩したりしておられませんか？

さて、前回は「開発マインドの確立」についてお話ししました。第二回目は、「商品コンセプトの確立—アイデア、オリジナリティー、強み」についてがテーマです。

全ての生き物には、寿命があります。会社の寿命は、日経ビジネスで30年と言われて久しいのです。企業の寿命は、事業の寿命、主力商品の寿命と重なる。成熟化、情報化した日本市場では、事業寿命は、5年～15年であり、さらに短命に向かっています。

これに対し、企業のゴイングコンサーンを続けていくには、新しいプレイヤーの登場を常に生み続けなければならない。つまり企業の継続には、新しい商品、新しい社長が必要になってくるのです。

寿命の過程は、ライフサイクル（創業期・成長期・成熟期・衰退期・消滅）で表されます。自社の事業は、今どこ過程にあるのか、理解する必要があります。しかし、新事業の創出は、企業の主力事業が衰退期に入ってからでは遅

すぎます。

“明日の飯の種”の創出は、たとえ事業が成長期にあっても、トップは危機感を持って、新商品開発のイメージを常に頭の中に創造していかなければなりません。

一方限られた国内市場には、多くの競合プレイヤーが存在します。成熟社会での顧客は、すぐ同じ物では、飽きてしまうのです。もし同じものしか提供できないなら、“より安い”モノへと走る。しかしこの分野は人件費の安い輸入品には到底勝てません。

今までに無いモノ、成熟社会の顧客は、そこにこそ新たな価値を見出します。

しかし、今までに無いモノを創るのはそう簡単ではありません。

言われたモノを言われただけ作ってきた企業は、急にそう言われても、どこから手をつけてよいか迷ってしまう。

それには、まずは、自社、自らを棚卸ししてみましょ。まずは己を知ることから始めましょ。

自社の生い立ち、自社の強み、自社の弱み、競合との比較、自社のチャンス、自社の周りの脅威について、まとめてみましょ。（SWOT分析、5フォース分析）等、自らのアイデンティティの中に独創的な創造力が秘められていることを忘れないで下さい。

MACCコーディネータ TOMMYの部屋 VOL. 5

△▼△荒川さんかく物語△▼△

MACC シニアコーディネータ 豊泉光男

とうとう梅雨、突入ですね。恵みの雨とは言うもののはやり、こう続きますと外へでるのもついおっくうになってしまいますよね。それに気分も“レイニーブルー”になりませんか。と、言うことで今回は、“三角”について考えてみましょう。(三角と関係ないじゃん。まったくー！)

三角といえば、「おにぎり」、(丸いのも、俵のもあるんじゃないですかね。)



縁を結ぶ事や結んだら離れない縁起をかついで、「おむすび」とも言いますよね。何で三角かといえば、食べやすいとか両手で作りやすいとか言われますが、実はお皿の上に乗せた時、きちんと一個でも立ってますよね。これが丸いとそうはいきません。

力学的に安定と言え、皆さんスーパーで二人でお買い物して、買い物が詰まったレジ袋を二人で楽に持つコツご存知ですか？(そりゃー二人なら楽に決まってるでしょう。)

そうなんですが、仲良し二人は一つのレジ袋を少し離れて二人とも片方ずつで持ってみてください。近くに一緒に持つよりずっと軽くなっていることを実感できますよね。(そんなこと、みんな知ってるよ。フーンだ。)

いやいやこれは失礼いたしました。これが、二人の間にできた三角の効用ですね。

ここまで、きましたら、もう一つ、製図第三画法について、触れさせて下さい。(なんか小難しいこと言うんじゃないでしょうね。)先週、MACC 会員企業が大学と共同で実用新案出すことになりました。これは大変喜ばしいことですよ。その手続きの最中に弁理士の先生から製品の図面の提出を求められました。「これって、中学校の技術で勉強した。三角法で、書きましようか。」と言うことになりましたが、随分むかしの事と学習要綱も変わって、知らない方も増えてきたように思います。そこで今回は、お節介ですが、製図第三画法の復習を少しして、

お問い合わせ先

荒川区産業経済部経営支援課

TEL : 03-3803-2311 FAX : 03-3803-2333

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

MACCホームページアドレス

<http://sangyo.city.arakawa.tokyo.jp/macc/>

思いだしてみてください。(まあ、しょうがない。仕事に役立つなら少しは、聞いてもいいけど。)

それでは、少しお話をさせていただきます。

“ものづくり”を行う場合、もっと長く、もっと丸くとか、顧客の要望は、定性的な場合が殆どです。また、同じ定性的な言葉であっても、顧客と“ものづくり”担当者とは、頭の中の寸法は、異なることが多いのです。

特に、顧客の発想ベースは、使いやすさを中心に形状・寸法を要望していきます。

“ものづくり”企業サイドは、成形性やコストの発想ベースで形状・寸法を要望していきます。と言うことで、同床異夢になりやすいわけです。お互いの行き違いを防ぐにはやはり、定性化から定量化が必要になります。

“ものづくり”の定量化の第一歩が図面化と考えていただければ解りやすいでしょう。

その中で、もっとも基本的な表現方法が、第三角法です。機械製図では、勿論、CAD を志す方、“ものづくり”に関わる方は、やはり基本を抑えていきたいですね。

第三角法は、難しいものでは、ありません。

多くの方々は、中学校の技術課程で、コンパス・定規・製図用紙を使って、体験していることでしょう。

今回は、もう一度振り返って思い出してみましょう。

まずは、解りやすい HP と本をご紹介しますので、復習してみてください。きっと、“ものづくり”の仕事を推進していくには、お役に立つことでしょう。



① 機械設計のための基礎製図(HP)

<http://www.nmri.go.jp/eng/khirata/mechdesign/ch04/ch04.html>

② はじめに設計者として(HP)

<http://www.mechanical-design.co.jp/newpage1.htm>

③ これでわかる製図の基礎(本)

パワー社 ¥840

以上で、今回のお節介な復習を終わりにさせていただきます。最後までお読みいただき誠にありがとうございます。(ちょっと今回、固すぎたかなー！ごめんなさい。)