

がんばる中小企業のためのビジネス情報誌

ARGUS

12
2018
No.481
アーガス

国産3Dの先駆者

04

東京都立産業貿易センター浜松町館は新しく生まれ変わります

08

DesignColumn デザイン活用 きほんの「き」

連載第7回 新しい事業の柱をつくる(ビジネスデザイン)とは？

10

よくわかる「生産性向上」

生産性向上のためのIoT・AI・ロボット導入支援事業

② 産業用ロボット導入のポイント

12

■ 2018年度 公社中小企業表彰にて3社を表彰！

■ 海外展開の疑問・質問に無料でお答えします。

海外ワンストップ相談 申し込み受付中！

■ 2018年度「観光経営力強化事業」第2回募集中！

■ 第8回 あだちメッセ(展示商談会)開催！

キラリTOKYO

株式会社アспект 代表取締役社長 早野 誠治



公益財団法人 東京都中小企業振興公社

キラリ TOKYO

—輝く企業の現場から—

第147回 株式会社アスペクト



3Dプリンターはまだ歴史の浅い分野。若手社員を中心にして、
試行錯誤を繰り返しながら技術を高めている
撮影協力：東京大学 生産技術研究所 山中研究室

20年以上前から3Dプリンターを手がける

樹脂や金属などを固めて立体製品を生み出す3Dプリンターは、近年急速に認知度が高まり、大ブームを巻き起こしている。だが、アスペクトの代表取締役である早野誠治氏がこの分野に携わったのは、それよりずっと昔。総合商社に勤めていた1986年、積層造形(AM)の技術に初めて触れた早野氏は、1996年にアスペクトを創業してこの市場に参入した。

「ものづくりの方法は3種類に大別できるでしょう。そのうち、石器の製造から現代のマシニングセンターに連なる『切削』と、金型などを使った『成型』には長い歴史があります。一方、3Dプリンターのように素材をくっつけながら形をつくるやり方には、30年ほどの歴史しかありません。しかし、この新手法は、実に大きな可能性を秘めているのです」(早野氏)

切削は、刃物が入る素材でないと加工ができない。また、成型は金型を使うため、金型が抜けないような複雑な構造物をつくるのは難しい。これに対し、3Dプリンターはどんな複雑な構造物でも手がけられるのが長所だ。また、大量生産には向かない代わりに、一点ものの製品を生み出すのは得意だ。

「これからは、『自分だけのモノ』を求める時代です。パーツを

自分でデザインし、世界に1つしかない自動車や腕時計をつくりたいと考える人は、どんどん増えるでしょう。でも3Dプリンターを使えば、そうした望みもたやすく実現できます。また、工業製品を試作する際にも、短納期・低コストで一点ものの部品をつくることのできるのです」(早野氏)

企画・情報力を駆使して顧客に驚きを与える

アスペクトは創業当初、アメリカにある3Dプリンターメーカーの販売代理店業務も手がけていた。ところが2001年、そのメーカーは日本での販売を自力で行う方針に転換。代理店契約が打ち切れ、収益の大きな柱を失ったアスペクトは危機に陥ったが、早野氏はへこたれなかった。

「ピンチはチャンス。代理店契約がなくなったことで、自社オリジナルの装置の開発に専念できると頭を切り替えたのです。そこで東京都中小企業振興公社から助成金を受け、大学などと連携しながら、それまで販売していた輸入3Dプリンターより大きな製品をつくることのできる装置を開発しました」(早野氏)

同社には技術力という利点がある。これまでに蓄積してきたノウハウの厚みは、簡単にはまねできないだろう。しかし、最大の強みは「企画力」だというのが早野氏の見立てだ。

先端技術でものづくりの未来を変える

[会社概要]

代表：代表取締役社長 早野 誠治 氏
業種：3Dプリンターの開発・販売・保守など
資本金：3000万円
従業員：42名（2018年10月現在）
所在地：東京都稲城市東長沼3104-1-101
TEL：042-370-7900 FAX：042-370-7901
<http://aspect.jp.com/>



貢献する姿勢は何より大事

強烈な逆風にさらされた時期もありました。でも、そんなときに周りから助けられたのは、普段から社会に貢献しようとする姿勢があったからだと思います。



写真の「RaFaEi(ラファエロ)II 300」など、多くの自社開発製品を生み出している



社内には数十にもおよぶ特許証が掲示されており、技術力の高さをうかがわせる



装飾品や食品といった素材も加工でき、意外な分野で新製品を生み出す可能性を秘めている

「我々は、隠れたニーズや眠っている新技術を常に探しています。そして、社会の未来像なども見据えながら、技術を活かしてお客さまを『ワオ!』と驚かせる提案を練り上げる。その能力こそが、当社のもっとも自慢できる点ではないでしょうか。そこで大事なのは、情報を集めるネットワークです。

ただし、情報を得るために人とつながろうという発想はしません。それより、社会や産業に対して貢献することが優先です。基本は、ギブアンドテイクではなく『ギブアンドギブ』。世の中のために役立ち、人に与える姿勢を持つ人のところに、情報は自然に集まるものではないでしょうか」(早野氏)

未来を切り開ける仕事の醍醐味を満喫

現在、アスペクトでは、東京大学などと協力して義足の開発・製造を行っている。3Dプリンターを使って、機能的で美しい義足をより多くの人に提供可能なシステムをつくらうと研究を重ねているのだ。

「3Dプリンターが普及すれば、ものづくりのあり方は大きく変わるはず。また、医療や福祉、芸術などさまざまな分野で、人々の暮らしをよりよくしてくれるでしょう。もっとも期待しているのは宇宙開発。近い将来、人類が地球以外の星で建築を行

う際には、限られた素材で自由な形を生み出せる3Dプリンターが大活躍してくれると期待しています」(早野氏)

3Dプリンターという新分野に挑戦することは、社員にとっても早野氏にとっても心躍ることのようだ。

「3Dプリンターの世界は、まだまだ未成熟。解決しなければならない課題は山積みです。でも、ここで大きな仕事を成し遂げることができれば業界のトップランナーになれるでしょうし、世の中に大きなインパクトも与えられます。そうした思いがあるため、若い社員たちも楽しみながら仕事ができているようですね。そして私自身も、新たな分野に挑戦できる楽しさを、日々感じられているのです」(早野氏)

取材後記

先見の明があり、早くからAM(3Dプリンター)技術に携わっていたアスペクト様。知的財産への関心も高く、現在、公社のニッチトップ育成支援(知的財産戦略導入支援)をご活用いただいております。医療や宇宙など幅広い分野への探求心と、社会や産業に貢献する姿勢に対し、公社も全力でご支援させていただきます。(知的財産総合センター 七分 伽奈子)

2020年秋頃

東京都立産業貿易センター浜松町館は新しく生まれ変わります

都市再生プロジェクトとともに 新しく生まれ変わる 浜松町館

東京都内の企業のおよそ99%が中小企業であることをご存知でしょうか。

つまり、中小企業は東京都の経済にとってとても重要な存在です。

東京都立産業貿易センターは東京都における商工業および貿易の振興を目的に、見本市・展示会等のためにご利用いただける施設として設置されました。

より多くの中小企業の販路拡大と事業活動を支援するため、

安心してご利用いただける料金で施設貸し出しや出展サポートを行っています。

浜松町館は、東京都の都市再生ステップアップ・プロジェクト(竹芝地区)による地域開発の一環で閉館していますが、2020年秋頃にオープンいたします。

▶ 浜松町・竹芝の各駅から歩行者デッキで直結しています



←ゆりかもめ竹芝駅方面

JR浜松町駅方面→

竹芝エリアの都市開発事業に伴い、JR浜松町駅とゆりかもめ竹芝駅、さらに竹芝ふ頭をつなぐ歩行者デッキが整備され、地域内の歩行者の移動が格段とスムーズになります。

JR浜松町駅から産業貿易センターのエントランスまで、歩行者デッキを通過して徒歩約5分、ゆりかもめ竹芝駅からは約2分。

信号や交差点を渡ることなく、デッキに設けられる屋根により雨などの天候の影響も軽減され、来場者の方の快適なアプローチが可能となります。

▶ 歩行者デッキ



※掲載の画像はすべてイメージです

▶ 地上40階建ての業務棟



上階は事務所や店舗等
浜松町館は1階～5階部分です

展示室:2階～5階
会議室:4階
荷扱場・事務室:1階

▶ ～ほどよい広さの展示場～ 浜松町館はこんな方にお勧め!

自由なレイアウトで見通しの良い展示会を開催したい!

- ・4室とも約1,500㎡のほどよい広さと天井高5mの無柱空間(各室半室利用可)

アフターコンベンションが豊富な場所で開催したい!

- ・東京タワーや緑豊かな公園、東京湾観光など話題のスポットやホテルが充実のエリア



リーズナブルな料金の展示場を探している!

- ・中小企業にやさしい料金設定
- ・安くて便利な設備と備品

交通アクセスのいい場所で開催したい!

- ・JR浜松町駅から徒歩約5分
- ・ゆりかもめ竹芝駅から徒歩約2分
- ・羽田空港から約26分!
- ・屋根付きの歩行者デッキで快適なアクセス
- ・信号や交差点のないスムーズなアプローチ

◆東京都立産業貿易センター浜松町館 所在地◆
東京都港区海岸1丁目7番地1号

／ 私たちが自信を持ってお勧めします! ／



浜松町館開設準備室スタッフ一同

▶ 展示室の前室として来場者をお迎えする、明るく開放的なホワイエ



▶ 約30人・80人・120人規模の3つのタイプの会議室



▶ 展示室4室はすべて天井高5mの無柱空間で、用途に応じたさまざまなレイアウトのご要望に対応可



2020年度利用分の申し込み(2020年秋頃～2021年3月利用分)

- ・定期順位別受付期間/2019年4月～7月(予定)
- ・随時受付開始/2019年8月(空室がある場合、順位によらず申込順で随時受付)

※3月中旬頃に「利用者説明会」を開催予定です。詳細はお問い合わせください。

お問い合わせ (公財)東京都中小企業振興公社
東京都立産業貿易センター
浜松町館開設準備室
〒101-0025
東京都千代田区神田佐久間町1-9 2階
TEL:03-3251-7892 FAX:03-3251-7916
営業時間:平日 9:00～17:45
<https://www.sanbo.metro.tokyo.jp>





Karika Coaching代表 平田 香苗

CRR グローバル認定 組織と関係性のためのシステムコーチ
米国CTI認定プロフェッショナル・コアアクティブ・コーチ

第3回

組織変革のカギを握るリーダーの成長(2)

■あなたは周りの顔色をうかがっていませんか？

他者依存段階にいと、周りの評判や反応を気にして意思決定をしたり、行動してしまったりすることを前回お話ししました。

変化が激しく、前例や正解のない問題に取り組みなければならぬ今の世の中で企業が生き残るためには、借り物の意思決定基準ではなく独自の判断基準を持って、主体的に変化を起こしていかなければなりません。親会社や先代社長、取引先、大口顧客の顔色をうかがい、周りに合わせるように意思決定しては変化に太刀打ちできないのです。このため、リーダー自身が価値基準を自らの内側に明確に持つ必要があります。

しかし、この段階(自分で意思決定を行っていくため「自己主導段階」などと呼ばれます)へ移行することは簡単ではありません。なぜなら、これまで自分が頼りにしてきた自分自身の価値基準(「自分は/我が社は年商〇億だから価値がある」「自分は/我が社は有名大手企業〇〇と取引しているから価値がある」など)を手放す必要があるからです。

「他者からどう見られるか」ではなく「自分はどうしたいのか」を自分自身に問い続け、出てきたビジョンを自らの手で実現していくこととなります。

■自己との対話が成長を促進する

自分の中にしっかりと羅針盤を持つためには、自分の内側に

どのような声があるかに耳を傾ける必要があります。自分がどこに向かっていきたいのか、何を大切にしていきたいのかをしっかりと自分に問いかけるのです。

「自分が会社経営において何よりも大事にしているものは何だろうか」

「会社がサービスを顧客に提供するにあたり、何よりも譲れないものは何か」

こういった良質な質問を自らに投げかけていきます。

私たちは留まることなく毎日を忙しく過ごしていますが、会社の舵取りをするリーダーこそ定期的に自らとじっくり対話する時間を取ることが、実は本当に大切なのです。

※文章中の「他者依存段階」「自己主導段階」という言葉は、『組織も人も変わるができる！なぜ部下とうまくいかないのか「自他変革」の発達心理学』(加藤洋平著・日本能率協会マネジメントセンター刊)から引用させていただきました。

【今回の問い】

あなたは何のために今の仕事をして
いますか？

中小企業のための セキュリティ・ チェック



湯浅 壱道
はるみち

情報セキュリティ大学院大学学長補佐
情報セキュリティ研究科教授

第3回

「セキュリティ対策：何から始めたらよいのか」

中小企業の経営者や役員の方々からよく聞かれるのが、「サイバーセキュリティの重要性はわかったが、では何をすればいいのか」という質問である。またサイバーセキュリティ対策の必要性を認識した経営者から、「セキュリティ対策をしっかりとやるように」という指示を受けた中小企業の社員が、「対策といっても、具体的に何をすればいいのか」と途方に暮れる、ということもあるようだ。

このような場合、まずは自社の現状を診断する必要がある。それには、独立行政法人情報処理推進機構（IPA）から公表されている「5分でできる！ 情報セキュリティ自社診断」を活用するとよい。シートとパンフレットは、IPAのWEBサイトからダウンロードできる¹。

診断シートは25項目からなり、それらの項目に答えることで、自社の情報セキュリティの問題点を把握することができる。

次のステップとしては、「中小企業の情報対策セキュリティガイドライン」を参照するとよいであろう。本稿執筆時点では第2.1版となっており、IPAのWEBサイトからダウンロードできる²。

ガイドラインでは、経営者が行うべきことと、セキュリティ対策や管理を実際に行う管理者が行うべきことを分けて記載している。

経営者がまず参照すべきなのは、「経営者が認識すべき3原則」である。情報セキュリティ対策は経営者のリーダーシップを進める、委託先の情報セキュリティ対策まで考慮する、関係者との情報セキュリティに関するコミュニケーションはどんなときにも怠らないという3つの原則を理解する必要がある。その次のステップは、「経営者がやらなければならない重要7項目の取組

である。情報セキュリティに関する方針決定、対策のために必要な資源の確保、担当者への対策検討と実行の指示、対策の定期・随時の見直し、委託する場合の責任範囲の明確化、最新動向の収集、緊急時の対処の準備という7項目が挙げられている。

これらの原則と項目に共通するのは、「部下に丸投げをしない」という大原則に他ならない。経営者は、自らの経営判断の問題として、セキュリティに対して向かい合う必要がある。

一方で、経営者がセキュリティに関する判断や必要な決定を怠り、マルウェアに感染したり不正侵入されたりした場合、どのような損害が生じるのであるのか。セキュリティに関するリスクは数値化しにくく、自然災害や盗難等への対策と違って「対策を怠ると、どんな損害が生じるのか」「対策費用をどの程度かけるべきか」を議論しにくい。このため、対策のためのリソース（人や費用）の必要性が理解されにくい傾向がある。

これについては今年9月に、一般社団法人日本サイバーセキュリティ・イノベーション委員会（JCIC）が「取締役会で議論するためのサイバーリスクの数値化モデル～サイバーリスクの金額換算に関する調査～」を公表した³。このモデルでは、個人情報の漏えい、サイバー攻撃によるシステム停止、事故対応費用、純利益への影響や時価総額への影響等について算出している。このモデルも参考にしながら、セキュリティに関して自社にどのようなリスクがあるのか、どのような損害が発生する恐れがあるのかを数値化してみることも有益である。

¹ <https://www.ipa.go.jp/security/manager/knownow/sme-guide/sme-shindan.html>

² <https://www.ipa.go.jp/files/000055520.pdf>

³ [https://www.j-cic.com/pdf/report/QuantifyingCyberRiskSurvey-20180919\(JP\).pdf](https://www.j-cic.com/pdf/report/QuantifyingCyberRiskSurvey-20180919(JP).pdf)



Design Column デザイン活用 きほんの「き」

ウェアラブルメモ「wemo」
ノートパソコンに貼って使用する「パッドタイプ」と、スマホの背面にメモができる「ケースタイプ」

中小企業者がデザインを導入する時の基本的な知識や、デザイン開発を円滑に進めるためのポイントについて、協働経験豊富な専門家の事例をもとに解説します。

連載
第7回

新しい事業の柱をつくる（ビジネスデザイン）とは？

自社の個性を象徴するフラッグシップ

2018年5月に発表された「デザイン経営」宣言。経済産業省と特許庁がデザインによる企業の競争力強化に向けた課題の整理と対応策についてまとめたこの報告書は、さまざまな反響を巻き起こしている。報告書では「デザイン経営」について、「デザインを企業価値向上のための重要な経営資源として活用する経営である」と定義している。この宣言は大企業のみならず、中小企業にとっても大いに関係がある。ビジネスデザイナーであり、公社のデザインアドバイザーを務める今井裕平氏は、現状に危機感を抱いている企業からの相談を受けるなかで、「デザインアプローチで新たな事業の柱をつくること（ビジネスデザイン）」の重要性を実感している。

今井氏が提案するのは、「フラッグシップ＝企業の象徴となるような看板商品をつくる」ことだ。

「ものづくりはテクノロジーですから、その企業が持つコア技術はもとより、経営者のビジョンや想い、何百年も続く老舗というような、もともと持っているイメージがプロダクトやサービスに落とし込まれているのが一番いい。ロゴやビジョンのような抽象的なものでは直接の売り上げにつながりませんから、あくまでも具体物にすることが重要です」と説明する。

ここで力を発揮するのは、デザイナーだ。「具体化＝見える化」はまさにデザイナーが得意とする領域であるし、経営のパートナーとして時には背中を押してくれる伴走者としての役割も果たすことができる。デザイン領域の広がりとともに、デザイナーのタイプも多様

化している（右頁の「デザイン領域の広がり」参照）。自社に必要な、足りない部分を補ってくれるデザイナーと組むのが理想的だろう。

「おもしろいか」「受け入れられるか」を重視

機能性フィルムメーカーである株式会社コスモテックと今井氏が開発したウェアラブルメモ「wemo」は、フラッグシップの好例だ。東京ビジネスデザインアワードをきっかけに商品化、2017年の発売以降、10カ月たらずで販売総数8万本を達成し、日本文具大賞機能部門優秀賞やグッドデザイン賞を受賞するなど話題を呼んでいる。

そもそもwemoは、コスモテックが有する「水なしで肌に貼れる特殊転写シール技術」をもとに、今井氏の「肌に貼って直接書けるメモシール」というアイデアから生まれた商品だ。開発において重視したのは、「ユニークネス」と「マーケットビリティ」の2つの観点だという。

「要するにおもしろいか、と受け入れられるかどうか。wemoのユニークネスは肌に直接書いて、身につけられ、油性ボールペンで書いても消えること。これはコスモテックの独自技術であるわけです。一方、マーケットビリティとしては、当初ターゲットにしていた看護師の数が予想より少なかったため、対象を広げて現場最前線ワーカーとした。両者はトレードオフの関係性なので、ちょうどよい落とし所を探っていた形ですね」と今井氏は振り返る。

また開発の過程で、シールではなくシリコンバンドに変更した。その理由の1つは、シールにすると1枚あたりの単価が高くなってしまったこと。そのうえ、販売ルートはAmazonなどのネット通販を想

My Policy

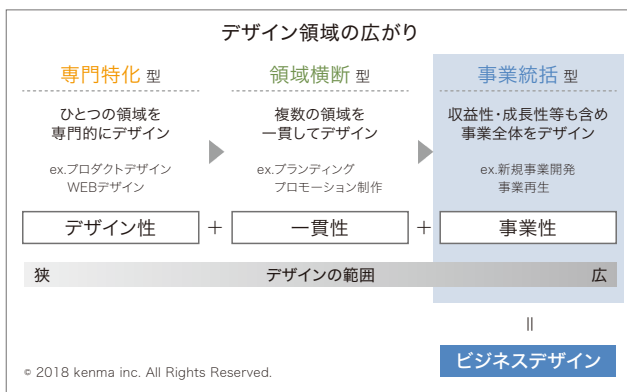
Dear innovator.
大きなチャレンジをする人のためにデザインする



今井 裕平 氏
株式会社kenma 代表
フラッグシップデザイナー

1981年大阪府堺市生まれ。神戸大学大学院修了後、建築設計事務所、IBCS(現日本IBM)を経て、電通コンサルティングにて企業の成長戦略にフォーカスしたコンサルタント業務に従事。在職中にkenmaを設立し、代表取締役役に就任。技術力のある中小企業の新たな事業の柱となる看板商

品を創り出す「フラッグシップデザイン」を提唱。企業の強みを新たに発見し形にするデザイナーと、事業の成功確度を高めるコンサルタントの2つの顔を使い分けられるのが強み。グッドデザイン賞、日本文具大賞機能部門優秀賞、東京ビジネスデザインアワード等を受賞。



「消せるタイプ」は、2018年の日本文具大賞機能部門優秀賞、グッドデザイン賞を受賞し、機能・デザイン面ともに高く評価されている

看護師が直接手にメモしている様子を見て、腕に巻いて使用できるメモという着想を得た

定していたため、1回あたりの支払金額が低いと送料がかかることも懸念された。そこで、プリンターとインクのように、バンドとそれに貼るシールをセットで販売することを思いついた。さらに、バンドのシリコン部分のコーティング技術を高めることで直接書いても消せることがわかり、バンドのみで販売することにしたのだ。

「私がユニークネスの部分にこだわるのは、広告費にあまり予算がかげられない中小企業において、個性がないとBtoCで売っていくのは厳しいから。メディアにPRする際に、個性があれば取り上げられやすいし、そこに自社の強みや商品の特徴が反映されたストーリーがあれば、なおよいですね」と今井氏は強調する。たとえば、wemoにメモリがついた理由について、「看護師にヒアリングをしたとき、『常にメジャーを携帯しているので、メモリがついていたら便利』という話を聞いたから」と説明。このようにリアルなエピソードを洗い出してつなげることで、商品の説得力を強化するストーリーに仕立てている。

経営者とデザイナーが描くwemoの今後

2018年7月にはwemoの第二弾として、ノートパソコンなどに貼りつけて使用する「パッドタイプ」、スマホやタブレット端末用のケース型メモ「ケースタイプ」、当初の構想にあった「シールタイプ」の3商品を発表した。海外からの問い合わせも増えており、来年からは海外展開も始める予定だ。

wemoの今後について、今井氏は「将来的にはコスモテックの事業の柱となるように成長させていく」と断言。「企業の顔となるため

には、社員自身がこの商品は自分たちを象徴するものだと認識することが大切です。そして、世の中からコスモテックといえば、wemoをつくっている会社だと認知されるようになれば、社員のモチベーションにもつながりますし、リクルーティングへの効果も期待できます。wemoがうまくいったのは、事業の柱をつくること(ビジネスデザイン)に注力し、何を柱にするかについては、柔軟に考えていくことができたから。最初にシールをやめてシリコンに絞った高見澤社長の経営判断が、結果として成功につながったのだと思います」

コスモテックと今井氏が描くビジネスデザインには、中小企業がデザイン経営を取り入れ、飛躍していくためのヒントが隠されているのではないだろうか。wemoの未来に注目である。

「東京デザイナー情報」登録デザイナーがあだちメッセに出展!



中小企業との協働に意欲的なデザイナーら6社が、「あだちメッセ」(2019年1月24~25日)に出展します。販売促進や商品開発、ブランディングなどデザイン活用に関心のある企業の皆さま、ぜひ「東京デザイナー情報」ブースまでお越しください。
*本誌13Pもご参照ください。

お問い合わせ 経営戦略課 事業革新係
TEL:03-5822-7250
E-mail:design@tokyo-kosha.or.jp
http://www.tokyo-kosha.or.jp/sup
port/shien/design/index.html



よくわかる「生産性向上」

② 産業用ロボット導入のポイント

少子高齢化に伴う人材難により、中小製造業での人手不足は深刻さが増えています。

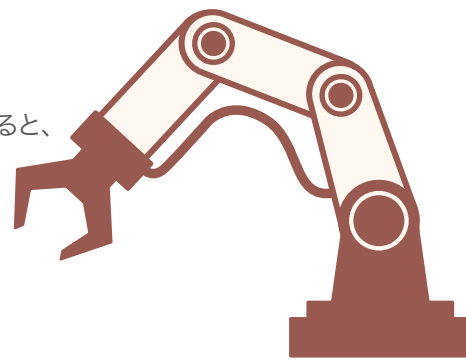
その対策の1つとして、国・自治体はもとより業界団体も産業用ロボットによる自動化・省力化を積極的に後押ししてくれています。

ロボット導入は、有効な対策の1つであることは間違いありません。

しかし、人手不足対策や生産性向上(コストダウン)のためだけに導入すると、埃をかぶったお荷物となってしまうかもしれません。

そこで、製造業においてロボット導入する際に、考慮していただきたいポイントについて

宮川孝文氏(株式会社 未来創造技術研究所 代表取締役社長)にご紹介していただきます。



ロボット導入には大きく分けて2つの段階、すなわち『黎明期』と『実現期』があると考えています。そしてそれぞれの段階でポイントは異なります。

市場の荒波に揉まれ、如何に企業として生き残っていくかについて、日々、悩んでいる製造業の皆さまが1つの手段として、自社に適した生産性向上施策を導き出そうと模索している段階が、『黎明期』です。この段階が一番重要であり、ここでの対応如何で「埃まみれになるかが決まってしまう」と言っても過言ではありません。

『実現期』は考えあぐねた末、ようやく自社に最適な施策としてロボット導入に腹をくくって、具現化に向けて突き進む段階です。

私の肌感覚では、初めて取り組む企業であっても、この段階はさほど心配はありません。なぜならば、システム設計・製作を行う“ロボットSler(システムインテグレータ)”や、それをサポートする機関(国・自治体を含む)の体制が、ある程度整ってきているからです。この段階でのポイントは支援を受けながら、

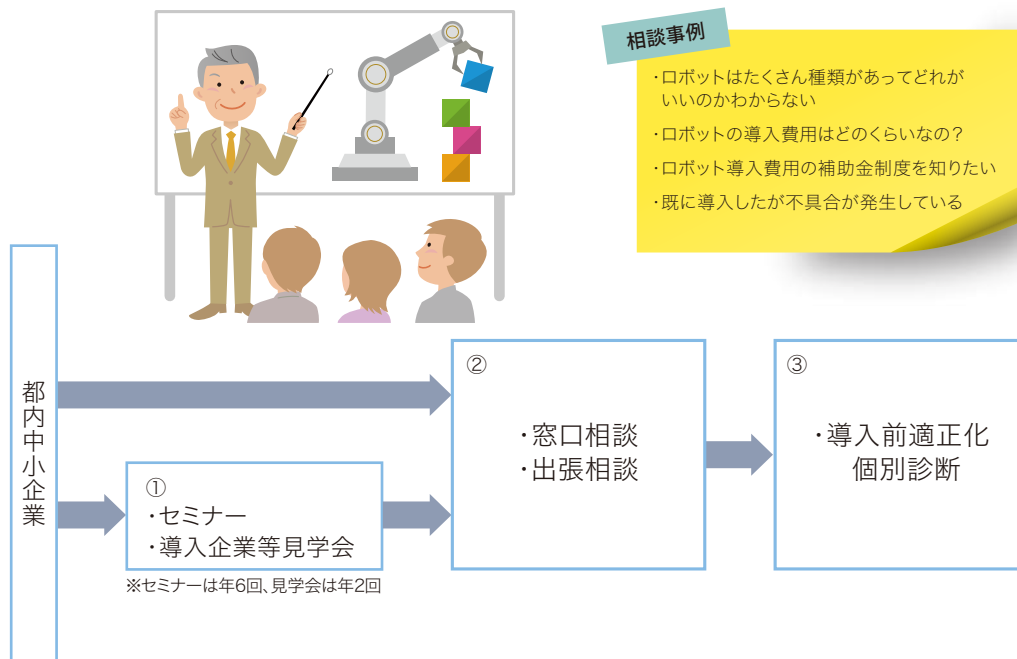
自社が構想しているシステムに知見・経験が深い“ロボットSler”に巡り合うことです。技術的なポイントも多々ありますが、それらは企業体力・組織力・製造品目・対象工程・生産数などにより、個別最適化しなければならないので、本文で端的に記載することは不可能です。ぜひ、東京都中小企業振興公社で行っている“ロボット導入・活用支援事業”の導入前適正化個別診断などの活用もお考えください。そうすれば、もはやシステムは出来上がったのも同然です。

ところが『黎明期』はそう簡単に物事は進みません。なぜならば、この段階を適切に支援できる機関や企業は少なく、基本的には自力で何とかしなければならないからです。

少し話は変わりますが、戸建て住宅の購入を計画する段階と似ています。人生で一番高額なものを購入するので、家族構成や将来設計などを鑑みてさまざまなこと(生活環境/建物の間取りや仕様/資金計画など)を、家族みんなで一生懸命に考えるとします。加えて重要なのは土台(地盤・基礎)です。大規模地震による液状化現象でようやく建てた住宅が全

ロボット導入・活用支援事業ご利用の流れ（無料）

公社では、都内中小企業のロボット（産業用ロボット・サービスロボット）の導入・活用を促進するため、①「セミナー」や「見学会」を通じた情報の提供、②導入を検討している企業に対する「窓口相談」や「出張相談」の対応、③ロボット等による自動化システム構想案を提案する「導入前適正化個別診断」の実施による支援を行っています。



相談事例

- ・ロボットはたくさん種類があってどれがいいかわからない
- ・ロボットの導入費用はどのくらいなの？
- ・ロボット導入費用の補助金制度を知りたい
- ・既に導入したが不具合が発生している

<ロボット相談窓口>

開設日時:月・水・金(祝祭日、年末年始は除く)、13:00~16:00

相談時間:1回最大1時間・回数無制限

費用:無料

所在地:千代田区神田和泉町1-13 住友商事神田和泉町ビル9F

申込方法:<http://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shien/robot/soudan.html#webyoyaku>

*企業さまへご訪問する「出張相談」も行います(随時)



半壊してしまっは元も子もありません。ロボット導入もまさに同じで、企業基盤や人材育成など働いている人の将来計画を含めて、みんなで考えることをお勧めします。

ここでのポイントは、人材優先で如何に働きやすい職場環境を構築するかという観点で考えることです。

その際に持っていただきたい視点が3つあります。

1つ目は「ロボット導入にこだわらない」ことです。自社に最適な施策は何であるのか。工程改善・作業改善、治具化、LCA(簡易自動化)、それとも専用機化なのか。従業員みんなで考えることです。

2つ目は「ロボットに妄想を抱かない」ことです。ロボットは万能ではありません。お金をかけて最先端技術を導入すれば、それなりに優秀かつ見栄えのよいシステムはできますが、企業体力に合うかどうかを考えてください。第三者の魔法の言葉に惑わされないようにしてください。

3つ目は「人員削減の手段として考えない」ことです。人は優れた能力と無限の可能性を持っています。人員削減のために

導入するのではなく、よりモチベーション豊かに働けるようにするために、と考えてください。

システムを維持管理するのは人です。従業員に嫌われたシステムは必ずや埃まみれになります。私はこのように考えて、コンサルティングを行っています。

もし『黎明期』の活動ポイントについてお悩みの場合はぜひ、ご相談ください。



宮川 孝文氏

株式会社 未来創造技術研究所

代表取締役社長

公益財団法人中小企業振興公社

ロボット相談員・導入前適正化診断員

著者「工場自動化のすすめ」日刊工業新聞社刊

お問い合わせ 経営戦略課
TEL:03-5822-7250
http://www.tokyo-kosha.or.jp/iot/business_2.html



2018年度 公社中小企業表彰にて3社を表彰!

11月2日(金)、「東京都中小企業振興公社中小企業表彰」表彰式(功労賞および奨励賞)を開催しました。一昨年の創立50周年を機に表彰制度を創設し、今年で3回目となります。審査会により「功労賞」2社と「奨励賞」1社、本年の受賞企業3社を決定いたしました。



(右から)
公社理事長 福田 良行
株式会社伊東NC工業
会長 伊東 歌津己 氏
代表取締役社長 伊東 大輔 氏
株式会社江北ゴム製作所
代表取締役社長 菅原 健太 氏
代表取締役会長 菅原 孝夫 氏
株式会社デュコル
代表取締役 山本 邦明 氏
公社専務理事 保坂 政彦

功労賞

長年にわたり公社の事業運営にご協力いただき、その功績が顕著であり、東京都の産業振興や地域経済の活性化に貢献された中小企業を表彰する賞です。

株式会社伊東NC工業 武蔵村山市

代表取締役社長 伊東 大輔 氏

自動車エンジン部品の試作・開発、半導体製造装置部品加工など試作専門の精密金属加工業。設備投資に関する助成金を活用し、最新鋭機器を導入することで、多様な顧客ニーズに応え地域経済の活性化に貢献されている。



株式会社江北ゴム製作所 足立区

代表取締役社長 菅原 健太 氏

金属・石材・紙製品・木材・異種ゴム積層などの複合製品の開発を積極的に行っている。公社事業を活用して、取引を拡大し、東京の産業振興に貢献。足立区中心に雇用を拡大し、地域経済の活性化にも尽力されている。



奨励賞

優れた製品・技術・サービスや事業プランを持ち、今後も公社を継続的に利用されることによって、さらなる成長が期待される中小企業を表彰する賞です。

株式会社デュコル 足立区

代表取締役 山本 邦明 氏

集塵脱臭設備で培った技術を活かし、粉体製造分野に参入。遠心粉末製造装置の製造販売においては国内唯一の企業。公社の事業可能性評価事業を活用し、粉体製造分野での新しいビジネスモデルの構築に取り組まれている。



海外展開の疑問・質問に無料でお答えします。 海外ワンストップ相談 申し込み受付中!

海外ビジネスの知識・経験豊富な専門相談員(貿易アドバイザー協会 AIBA認定貿易アドバイザー)が、貴社の貿易実務や、海外展開のご相談にマンツーマンでいねいに応じます。海外進出や取引に関する疑問・質問(輸出・輸入手続、規制・制度・規格、契約書、決済方法など)にお答えいたします。お困りごとがございましたら、ぜひお気軽にご連絡ください。電話・メールでのご相談もお受けいたします。



お申し込み WEBサイト、もしくは電話にてお申し込みいただけます。来訪希望の方…ご希望日時のご予約をお願いします。秋葉原(神田和泉町)と多摩支社がごさいます。電話・E-mailでの回答希望の方…入力フォームをご利用ください。相談日・時間等、詳細は下記WEBサイトをご覧ください。

お問い合わせ
国際事業課
TEL: 03-5822-7241
https://www.tokyo-trade-center.or.jp/TTC/business_consulting/



2018年度「観光経営力強化事業」第2回募集中!

ICT化・設備導入による生産性向上や観光分野における新サービス・商品の開発など、観光関連事業者の経営力向上を図る取り組みに対して、補助金・アドバイザー支援を行います。

支援対象事業者 都内の中小企業者で観光関連事業を営む(予定を含む)者
支援対象事業 新たに実施する、ICT化・設備導入による生産性向上、新サービス・商品開発や集客・販路開拓による消費拡大など、観光関連事業の経営力強化を目的とした取り組み

支援内容 (1)経費の補助
補助対象経費の2分の1以内。1事業者あたり1,500万円を限度(下限100万円)
[補助対象経費]①機械設備導入費、②ICT化経費、③専門家指導費、④新サービス・商品開発費、⑤集客・販路開拓費
※⑤は④の新サービス・商品開発がある場合のみ対象
(2)アドバイザーによる支援
事業計画のブラッシュアップや事業計画の実行支援を実施

支援予定件数 5件程度
申請書提出の予約期間 2019年1月9日(水)まで [土日祝日を除く]

予約の方法 必要事項をご記入のうえ、上記予約期間内に、東京都産業労働局 観光部 受入環境課 S0290603@section.metro.tokyo.jpにメールを送信ください。

申請書提出方法 上記予約後の連絡で指定された日時・会場にて申請書類を受け付けます。

URL 詳細は下記URLの募集要項をご覧ください。
<http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/tourism/kakusyu/management/>

お問い合わせ
<申請・審査に関すること>
東京都産業労働局 観光部 受入環境課
TEL:03-5320-4674
<支援内容に関すること>
(公財)東京観光財団 地域振興部 観光インフラ整備課
TEL:03-5579-8463



お知らせ

第8回 あだちメッセ(展示商談会)開催!

あだちメッセは、足立区の優れた中小企業が一堂に会し、新製品や高度な先端技術、画期的なサービスなど、独自の強みを区内外の産業関係者にアピール、新規販路を開拓することを目的とした足立区最大の展示商談会です。

今年は東京都中小企業振興公社が推薦するデザイナーが6社参加。デザイン力を活かした「ものづくり」のご相談に、会場でお応えします。

開催日時 2019年1月24日(木)10:00~18:00
1月25日(金)10:00~17:30
開催会場 シアター1010(足立区千住3-92/北千住駅西口マルイ10階・11階)
参加費 無料



お問い合わせ
第8回足立区産業展示会 あだちメッセ運営事務局
(サクラインターナショナル株式会社内)
TEL: 050-5804-1761 (電話受付時間/平日10:00~17:00)
<http://adachi-messe.jp/>



ピックアップセミナー

公社主催のセミナーをお届けします！
詳細・最新情報はホームページをご覧ください。

月	日にち	セミナータイトル	時間	会場	費用	担当部署
12月	12月17日(月)	ASEAN知財戦略セミナー ～ASEAN進出前に知っておきたい ポイントと知財活用術～	14:00～17:00	秋葉原庁舎 3階第1会議室 (千代田区)	無料	知財
	12月18日(火)	最低限押さえておきたい労務知識	13:30～16:30	エステック情報ビル (新宿区)	無料	企業人材
1月・2月	1月16日(水)	下請取引基本契約と下請代金法セミナー	13:30～17:00	三多摩労働会館 (立川市)	無料	取引振興
	1月18日(金)	知っておきたい著作権について ～著作権の基礎、最新のトピックス、 契約上の留意点、不正競争防止法～	14:00～17:00	秋葉原庁舎 3階第1会議室 (千代田区)	無料	知財
	1月21日(月)	第3回人材力向上講座 環境変化を生き抜く企業とは ～マネジメント&リーダーシップ～	10:00～17:00	秋葉原庁舎 3階第1会議室 (千代田区)	無料	企業人材
	1月24日(木) 25日(金) (2日間)	ISO9001:2015内部監査員養成講座	各10:00～17:00	秋葉原庁舎 1階大会議室 (千代田区)	15,000円	企業人材
	1月25日(金)	中小企業のための技術流失防止セミナー	14:00～17:00	秋葉原庁舎 3階第1会議室 (千代田区)	無料	知財
2月	2月 5日(火)	下請取引基本契約と下請代金法セミナー	13:30～17:00	秋葉原庁舎 3階第1会議室 (千代田区)	無料	取引振興

注目！ 下請取引基本契約と下請代金法セミナー

公正な取引を行うためには、親事業者・下請事業者の双方が契約の基本理念や関係法令を理解しておくことが重要です。本セミナーでは下請取引に精通した講師が「下請取引契約」の基礎知識および下請代金支払遅延等防止法のポイントや事例などをわかりやすく解説いたします。

開催日時	①2019年1月16日(水)13:30～17:00 ②2019年2月 5日(火)13:30～17:00 ※①、②のセミナー内容は同じです。	募集人員	①、②とも50名
開催会場	①三多摩労働会館(立川市曙町2-15-20) ②秋葉原庁舎(千代田区神田佐久間町1-9)	講師	中村・久吉法律事務所弁護士 中村 英示 氏 下請センター東京 紛争解決専門員 本間 博和 氏 下請センター東京 紛争解決専門員 金子 博任 氏
参加費	無料		
募集対象	中小企業(主に製造業)の経営・管理者および 下請取引に携わる実務担当者の方 ※上記の業種以外の方も、受講いただけます。		

お問い合わせ
取引振興課 TEL : 03-3251-7883
E-mail : torihiki@tokyo-kosha.or.jp
<http://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shitauke/soudan/seminar.html>

*公社の研修は中小企業向けのため、講師と同業・コンサルタントの方はご遠慮ください

<http://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/event/>

検索



知財 東京都知的財産総合センター

企業人材 企業人材支援課

取引振興 取引振興課

『おもしろおかしく』

株式会社アспект 代表取締役社長 早野誠治

座右の銘と言えるような「これが大事」と大切にしている言葉は特にはないのであるが、強いて言うのであれば「おもしろ、おかしく」である。「おもしろ、おかしく」は堀場製作所創業者の堀場雅夫氏が社是にした言葉である。

さて、私が1986年に3Dプリンター（Additive Manufacturing技術）の曙の時代に光造形法に出会い、これを事業化しようと思いついたのはまさに「おもしろ、おかしく」感じたからなのである。

光造形法は今では3Dプリンター（Additive Manufacturing技術）の根幹をなす技術として認識されている方も多いと思うが、当時の光造形法は「海のものとも、山のものとも」判然としない技術であり、敢えて事業化に

乗り出す価値があるとは言えないものであったろう。しかし、とにかく「おもしろ、おかしく」感じたのである。

数年して判明することなのだが、光造形法に対して「おもしろ、おかしく」感じたのは、人類史上三番目のものづくり（一番目は切削加工法。二番目は成型加工法。）であり、そのようなモノづくり法はそれまで存在していなかったからなのだが、当時の私にとってはとにかく「おもしろ、おかしく」感じただけなのである。

光造形法の後、粉末床溶融結合法を手掛けることとなるが、結局私の人生は「おもしろ、おかしく」を追っかけて過ごしてきたように思える。

まあ、人間として根源の動機とも言えるものなのではないだろうか。

本コーナーは「社長の〇〇」と題して、企業経営を行う上で大切にしている言葉やおススメの図書・映画などをご紹介します。

登録企業情報コーナー

仕事の受注・発注を希望されている企業の情報を掲載しています。お問い合わせは各窓口まで。

受注情報

整理番号	受注番号 所在地	資本金 作業員数	希望する仕事又は自社PR	主要設備 他	経験 年数	希望 地域	問い合わせ窓口
1	No.00045790 板橋区	1,000万円 16人	当社は樹脂金型メーカーです。高精度要求に対応しています。成形対応も可能。	高速MC3台、MC1台、NCフライス1台、放電加工機2台、ワイヤー加工機2台、フライス5台、旋盤2台	54年	なし	取引振興課 TEL 03-3251-7883 FAX 03-3251-7888

第4回「ビジネスマッチングin東京」“受注側参加企業”募集中!

発注企業さまが求める「発注企業・案件情報」が公社WEBサイトに掲載されています。該当する技術や製品をお持ちの企業さまは、新規取引先開拓のきっかけづくりや、新たなパートナーづくりに、ぜひご参加ください。

開催日時 2019年2月21日(木) 13:00~16:30
開催会場 東京都台東区立台東区民会館 9階ホール※
 (台東区花川戸2-6-5)
 ※東京都立産業貿易センター台東館と同じ建物です。
参加費 無料
募集数 受注企業75社程度
 ※募集数に達し次第締め切りとさせていただきます。

商談方法 事前に商談スケジュールを組み合わせた発注企業と受注企業による個別面談形式(1商談20分を予定)
募集対象 東京都内に事業所がある企業さま
申込方法 公社WEBサイト
<http://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/matching2018/index8.html>
 にて発注企業および発注案件をご確認のうえ、下記URLよりお申し込みください。
申込期限 ~ 12月21日(金)17:00

受注側参加
企業募集!

お問い合わせ 取引振興課
 ・お申し込み TEL:03-3251-7883 E-mail:bm@tokyo-kosha.or.jp https://www.iqform.jp/tokyo-kosha/pc/enquete/h30bm4_supplier/



~東京2020大会等を契機とするビジネスチャンスはこのサイトから~
ビジネスチャンス・ナビ2020 **ビジネスチャンスナビ** で検索!



商品ジャーナリスト・北村 森

値段は高いが売れた、痛快で貴重な商品



2014年の暮れ、それは「静かなスタートだった」といいます。5アイテム、計1万食分のご当地雑煮を発売しました。

どんな商品か。各地のお雑煮を再現すべく、出汁の素材や味わいはもちろん、具材からお餅の形状までを吟味して、レトルトなどにパック。購入した人は温めれば簡単に食べられます。

現在は、岩手から鹿児島まで、6つのご当地雑煮を揃えています。あと、九州限定で博多の雑煮も用意しているとのこと。

1食650円。既存流通企業の多くは「値段が高すぎる」と敬遠したそうですが、東急ハンズのバイヤーは「久しぶりに興味深いものに出逢えた」と絶賛して、イベントまで催してくれたそう。

そこからの動きは急展開でした。現在は大手企業との連携を果たし、昨年度は4万食規模までに事業が育っています。

それにしても、なぜ雑煮を？ 「面白いから」に尽きる、と社長は言い切ります。確かに……。雑煮って、おそらく全国各地で、

見た目も味も全く違います。でも、それを体験できる機会というのは、そうはない。“よその人の知らない世界”なのですね。しかも、商品化するのは相当に面倒です。実際、社長は、出汁ひとつの再現から、かなりの苦労を重ねたらしい。

これを季節商品にしておくのはもったいない。私たちが各地域の食文化を知るきっかけになる、そんな貴重な存在ですね。

ご当地雑煮シリーズ
販売価格各650円(税別)
岩手、会津、東京、
京都、鳥取、鹿児島
の6種
株式会社お雑煮屋さん
<http://www.zouni.jp/>

