

がんばる中小企業のためのビジネス情報誌

ARGUS

5

2019
No.486
アーガス

アナログへのこだわり



04

お仕事を発注したい企業が最も多用している受注先開拓方法をご存知ですか？
ビジネスマッチング(商談会)

08

事業承継のススメ！
事業承継・再生支援事業

10

誰もが営業即戦力
第2回 展示会必勝法

12

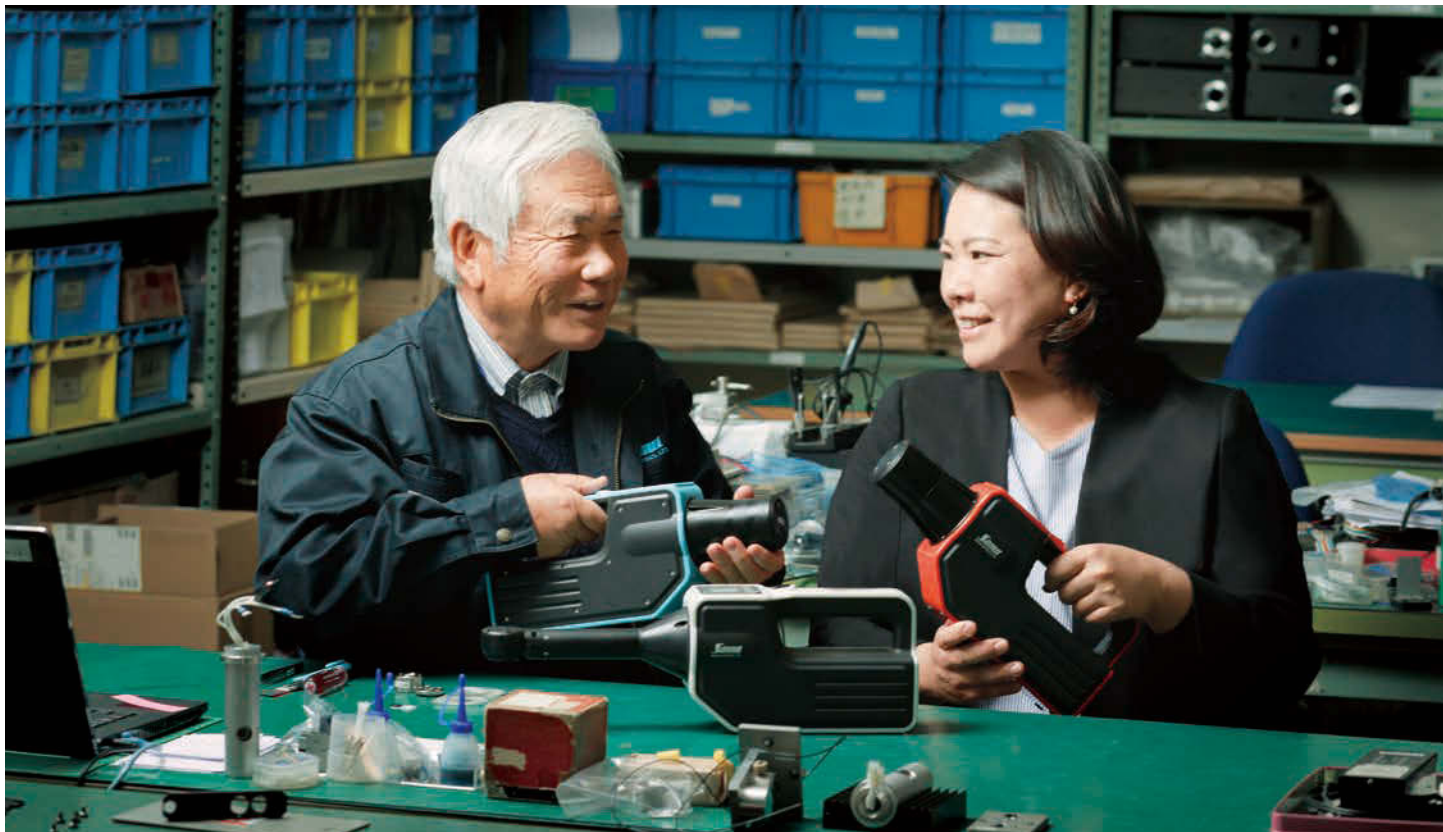
- 「東京手仕事」プロジェクト商品開発
商品発表会および東京手仕事展のお知らせ
- 東京ビジネスフロンティア in CEATEC2019 出展者募集中！
- 東京都異業種交流グループの参加者を募集します
- 2019年工業統計調査のお知らせ

キラリTOKYO

株式会社相馬光学 代表取締役社長 浦 明子



公益財団法人 東京都中小企業振興公社



代表取締役会長の浦信夫氏(左)と代表取締役社長の明子氏(右)が手にしているのは、近赤外光を利用したマグロの脂肪含量測定装置「PiPiTORO」

光分析技術を活かした多彩な機器を開発

相馬光学は、光分析・分光技術を核とする企業だ。代表取締役会長を務める浦信夫氏が1976年に創業し、当初から分光測定器の設計などを手がけていたが、89年に液体中の成分を分析するために不可欠な「高速液体クロマトグラフ装置」を自社開発してメーカーへと脱皮。現在はさまざまな光学機器や分析機器を開発しており、特に近年では、食肉に近赤外光をあててうまみ成分や脂肪の含量を測定する装置などユニークな製品を生み出して着実に売り上げを伸ばしている。また、太陽電池の性能を検査する装置を開発するなど、新たな事業へのチャレンジにも積極的だ。

相馬光学の自慢は、「製品の壊れにくさ」と「アナログへのこだわり」だと、代表取締役社長の明子氏は胸を張る。

「30年前につくられた当社製機器がメンテナンスで持ち込まれることも珍しくありません。お客さまから『相馬光学の製品は長持ちするね』と言われると、やはりうれしいですね。そろそろ装置の更新を…。なんてなかなか言えません。

アナログにこだわるのは、正確なデータ分析のためです。光分析されたデータをデジタル変換してしまうと、どうしても真

のデータが得られなくなることがあります。大学や企業などの研究機関では、正確なデータこそが何より大事。そうしたお客さまの期待に応えるには、アナログ信号での出力を貫くのが一番なのです。その結果、当社の測定機器は『30年壊れず、高い能力を発揮し続ける』という評価を勝ち取ることができ、リピーターを増やしているのではないのでしょうか(明子氏)

思い切った権限委譲で円滑な事業承継を実現

2013年、相馬光学の経営は創業者の信夫氏から、次女の明子氏に引き継がれた。信夫氏も明子氏も、事業承継はともスムーズに進んだと振り返る。

「父は代替わりの数年前から次期社長は私だと内外に公言していましたが、私に直接伝えはしませんでした。おそらく、私が後を継ぐ決心をするまで待っていたのでしょう。そして、しびれを切らした私が『私が社長を引き受ける』と言い出したらすぐ、スパッと会長職に退いたのです。

経験豊かな父からすれば、未熟な私に意見したいことが何度もあったはずですが、私にすべてを委ね、陰で見守ってくれています。本当に私が迷ったときや、あぶない橋を渡りそうになっているときにだけ、手をさしのべてくれます。そこは後継

情報を集めて新事業に挑戦

[会社概要]

代表：代表取締役社長 浦 明子氏

業種：光学機器をはじめとする各種機器の開発・製造・販売

資本金：1000万円

従業員：24名（2019年3月現在）

所在地：東京都西多摩郡日の出町平井23-6

TEL：042-597-3256 FAX：042-597-3208

<http://www.somaopt.co.jp/>



商売の基本は人間関係

人と人とのつながりがビジネスの基本。口コミがきっかけで売上げが伸びることは多いです、食事会などでお客さまのニーズを聞いて製品開発のアイデアが浮かぶことも多々あります。



東京都の助成事業を利用するなど、外部の資金を上手に活用しながらものづくりを展開している



食肉脂質測定装置を使えば、牛肉に含まれる「オレイン酸」などを冷蔵庫内で測定できる



USBインターフェースを採用した小型・高速・高分解能の分光器も製造している

者にとって、本当にありがたい部分ですね」（明子氏）

「私は今でも技術屋のはしぐれ。ですから技術面で伝えたいことがある場合は、社長や社員にきちんと話をします。ただし、経営に関して自らの意見を押しつけることはしません。

私は『我以外、みな我が師』だと考えています。経営者は謙虚な姿勢で、いろいろな人の意見を取り入れるべきです。現社長がそのような姿勢を持っている限り、私があえて経営に口を出す必要はないと思うのです」（信夫氏）

あえて失敗を経験させ、若手を伸ばす

世代交代が進んでいるのは、経営層だけではない。創業当時からベテランが磨いてきた技術を次世代に引き継ぐことも、当社にとって重要なテーマの1つだ。

「ベテランが一方向的な教え方をすると、若手は反発しがちです。そこで当社では、ひとまず若手に自由なものづくりを体験させます。自力で挑戦し、実力不足で失敗すると、『先輩はやっぱりすごい』と納得できるもの。そのタイミングで技術を教え込むと、素直な姿勢で受け入れやすくなり、成長も早まるのです。

専門バカに陥るのを避けるため、若手に多彩な仕事を経験

させることも心がけています。社長交代後に開発部と製造部を統合して技術部を新設したのは、ものづくりの幅広い局面に携われる仕組みを提供することで、柔軟な発想を持つ人材を育てるのが目的でした」（明子氏）

明子氏は、信夫氏の「期を逃さぬため、常にポケットの中に情報をため込んでおけ」という言葉を大切にしている。

「自分の考えに凝り固まるのではなく、広くアンテナを張って情報を集めること。そして、フットワークよく動いていろいろな方から知恵をいただくこと。当社は今後も、そうした姿勢を大事にしていきたいと思っています。そして、いつまでも新たな分野に挑戦し続けられるよう、しっかり準備をしておきたいですね」（明子氏）

取材後記

「製品の壊れにくさ」と「アナログへのこだわり」に象徴される技術力と確かな品質、そして親子二代で築き上げた顧客との信頼関係が当社の躍進を支えていると感じました。公事業では助成金や新技術創出交流会など幅広く活用いただいております。新分野へ果敢に挑戦する当社を引き続き支援してまいります。

（多摩支社 鈴木倫孝）

お仕事を発注したい企業が 最も多用している受注先開拓方法を ご存知ですか？

外注先・パートナーを探されている全国の発注企業と、
公社に登録している中小企業の皆さまとの商談機会を提
供しています！(※) 情報交換、商談の場としてご活用くだ
さい。

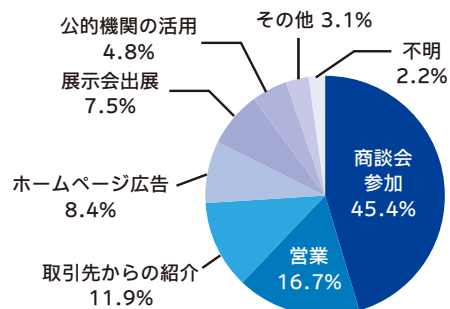
新しい可能性を見つけてみませんか？

(※)2018年3月末現在

(発注登録企業 7,356社)
(受注登録企業 24,089社)

ぜひ、この機会にご登録ください！

発注企業が最も多用している受注先開拓方法



出典：(公財)全国中小企業振興機関協会 2018年3月
「取引の実態ならびに広域商談会の成果等に関する調査報告書」

公社主催ビジネスマッチング商談会の特徴

- 受発注企業とも参加費無料(九都府市合同商談会を除く)
- 双方のニーズを踏まえたマッチング
事前に受発注双方の要望を聞いて商談を組むため mismatch が少ない
- コーディネータによるフォロー
専任の商談会コーディネータによる商談会前後のフォロー体制



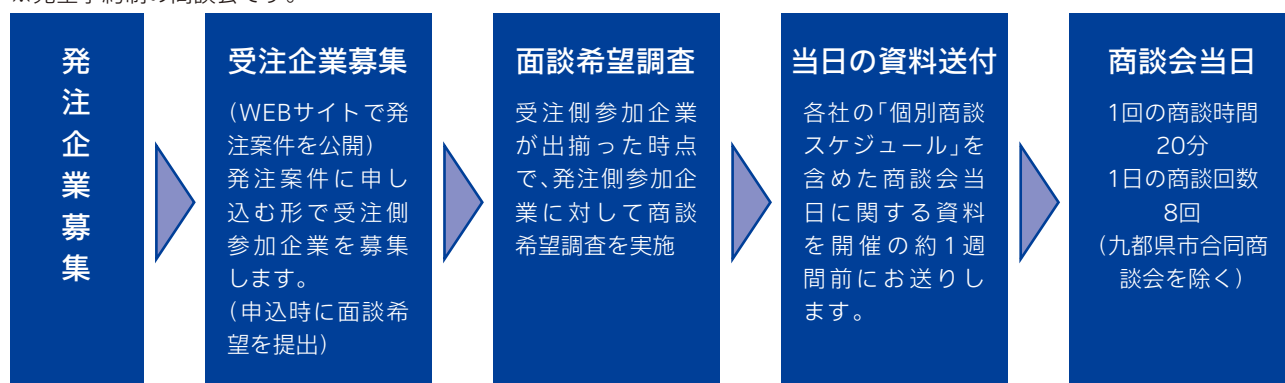
参加企業のアンケートより

参加アンケート結果では、8割以上の企業から「満足」との回答とともに、「規模が大きく、アプローチしたい発注企業と商談ができた！」「複数の企業と商談ができ、効果的な営業活動になった！」等の声を多くいただいています。

開催までの流れ

事前に発注企業および受注企業双方から面談の意向を伺い商談スケジュールを組みます。

※完全予約制の商談会です。



- 参加対象 (発注企業)協力企業の新規開拓を希望する企業(都外所在地の企業も大歓迎です)
(受注企業)東京都内に事業所を有する中小企業

過去5年間の商談会実績

- 受発注企業合わせて、3,568社が参加(発注企業1,021社、受注企業2,547社)
- 商談回数9,040回、商談延べ成約率約15%(終了後アンケートにご回答いただいた企業のみを対象)
- 商談会により、年間1億円を超える取引が成立した事例あり。

参加企業の声

富士精器株式会社

— 商談会に参加しようと思った理由

以前はアプローチしたい企業に1件1件飛び込み営業をしていました。

営業専属のスタッフもない中、新規のお客さま開拓には大変苦労していました。そんなときに会社の商談会を知り、多種多様な企業と直接対話できるマッチングの機会が、当社にとっては絶好の営業活動の場となりました。

— 商談会に参加した感想

20分間という短時間で多数の企業と商談することができ、とても効果的です。また、当日会う企業の方は予め当社の内容を把握していただいております。商談もスムーズに進めることができました。短い時間で当社の特徴を的確に伝えることは、商談会以外の場でも大変役に立っています。商談会の開催前には、公社で交渉術のセミナーも行っていただけで、大変ありがたいです。

— 商談会に参加した成果等良かった点

すぐに具体的な案件につながる場合もありますが、その後、時間をかけて面談を重ねることで、新たなビジネスに発展していく場合も多々あります。また、商談会で面談した企業の方の紹介により、新たなパートナーとの提携も多数実現しています。数字が表す成果以外に、非常に大きな価値を商談会からいただいています。



富士精器株式会社 代表取締役社長 藤野雅之氏

担当者記

富士精器株式会社は、受注側のみならず、状況に応じて発注側で参加されることもあります。受注側と発注側の両視点から、今後は業種特化や地方と連携した商談会などがあると嬉しいとおっしゃっていました。

公社も昨年度は、試行的に参加受注企業同士の交流会を開催しました。これからも多くの企業にご利用いただけるよう、趣向を凝らして商談会を発展させていきます。

2019年度 商談会年間スケジュール

開催回	ビジネスマッチング in 東京				九都県市合同商談会	
	第1回	第2回	第3回	第4回		
開催予定日	6月26日(水)	9月11日(水)	11月22日(金)	2020年3月	2020年2月5日(水)	
会場	東京都立産業貿易センター 台東館			調整中	パシフィコ横浜	
募集時期	発注側参加	終了しました	5月下旬頃	7月初旬頃	10月中旬頃	2019年10月上旬頃
	受注側参加	～5月17日*	6月下旬頃	8月中旬頃	11月中旬頃	2019年7月中旬頃
	参加費	無料				発注側：無料 受注側：有料

*参加申込については募集数を超えた場合、締切日前に受付を終了していることがあります。

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



転ばぬ先の 法律相談



吉岡・辻総合法律事務所
弁護士 吉岡 桂輔

働き方改革関連法案とは

Case

昨年、働き方改革法案が成立し、本年から施行されると聞きました。これは一体どのような法律なのでしょう。わが社に影響を及ぼす事項はありますか。

Answer

1 働き方改革とは

近年、長時間労働などの問題が顕在化し、また、働き方のニーズが多様化するなどさまざまな働き方に対応しなければならないという社会の要請が強くなっていました。そこで、これまでの働き方に対する意識の見直しを行い、働き方の改革を行うため、昨年、「働き方改革関連法」が成立し、本年4月より、順次施行されることになりました。

この「働き方改革関連法」（正式名称は、「働き方改革を推進するための関係法律の整備に関する法律」）は、長時間労働が問題となっている労働環境を抑制するとともに、労働者の健康を確保しつつ効率的に働くことができる環境を整備し、多様な働き方が実現できるように成立した法律とその関連法の通称です。これにより従来の各種制度が見直されています。

今回の法改正の改正事項は多岐に及びますので、今回は、「残業時間の上限規制」を取り上げて解説を行っていきます。

2 残業時間に関する法規制

これまでの労働基準法は、残業時間について実質的な上限がありませんでしたが、今回初めて法律で上限規制が定められることになりました。

すなわち、これまで残業の上限には規制はあったものの、残業を行う場合に、企業が労働者の代表といわゆる「36協定」を締結し、労働基準監督署に届け出れば残業時間の制限なく、残業を行うことが可能でした。

今回の改正では、法律で残業の上限は、原則として月45時間（1日2時間程度）、年360時間を超える残業はできないことが明確に定められました。なお、これらの時間外労働の上限規制の対象には休日労働も含まれ、従来の取り扱いとは異なります。

3 例外事項について

改正後においても、臨時的な特別の事情があって、企業と労働者が合意した場合には（特別条項の締結）、例外的に、残業時間の上限を上げることができる例外が定められています。

しかし、その場合でも、年間の残業時間が720時間を超えず、月100時間未満に留めることや、複数月を平均した場合の残業時間が80時間を超えてはならないなどの制限がありますし、例外期間は、年6ヵ月までという制限も課されています。

また、これらの残業時間の規制からは、特定の専門職（高度プロフェSSIONAL制度）は除外されています。この高度プロフェSSIONAL制度とは、今回の法改正により新設された制度で、「高度の専門的知識等を必要とし、その性質上従事した時間と従事して得た成果との関連性が通常高くないと認められる業務」（たとえば、研究開発業務など）は対象として除外されています。

なお、上記に説明した残業時間の規制に違反した場合には、6ヵ月以下の懲役または30万円以下の罰金という刑罰が法律上定められています。これまで残業時間の規制に違反したことによって、書類送検された企業もありますので、注意しましょう。

4 最後に

以上のとおり、昨年の働き方改革法案によって、働き方の改革が行われました。これらは、本年4月より順次適用される予定です。

改正事項は、多岐に及びますので、内容を確認のうえ、法改正に対応した社内規則を構築しましょう。

成長産業を支える 技術開発

地方独立行政法人
東京都立産業技術研究センター

ロボットやIoT、航空機産業など、日本国内で急速な成長が期待される産業分野について、どのような技術が開発されているのでしょうか。都産技研の取り組みを交えながらご紹介します。

サービスロボットが 世の中に普及するために

ロボット産業活性化事業

中小企業のロボット産業への参入を支援するため、都産技研では2015年度より「ロボット産業活性化事業」に取り組んでいます。2020年オリンピック・パラリンピック東京大会を契機に、ロボットを開発する企業や、そのロボットを利用する企業、ロボットを活かしたサービスを行う企業などとともに、工場用途だけでなく、案内・介護・点検・産業（清掃・調理）などの分野で活躍が期待されるサービスロボットの事業化に取り組んでいます。

サービスロボットに求められること

人の活動をサポートするサービスロボットは、用途や場所に合わせて品種や生産量が変わる＝多品種少量生産という特徴から、中小企業に向けた市場分野といえます。しかし、ロボットは多数の技術の組み合わせであることや、人と接触することを考慮した安全性の確保も必要なため、中小企業が一から開発するには費用と時間がかかります。

都産技研では、サービスロボットに必要な技術や安全対策を中小企業が開発しやすくなるように、ロボットの足回り（移動ベース）となる「T型ロボットベース」や案内ロボットの「Libra（リブラ）」を試作開発し提供するなど、中小企業と共同研究を進めてきました（図1）。



図1 [左]T型ロボットベース、[右]Libra(リブラ)

開発したロボットの実証実験

都産技研と中小企業が共同でロボット開発を行う「公募型共同研究開発事業」では、これまで35テーマの共同研究を実施してきました。この研究は、ロボットを利用するユーザーが共同研究メンバーに含まれる点を特徴としています。実際に使う人のニーズを聞きながら開発を行うことで、より実用化に近づけることが目的です。

株式会社ブラネックスらと共同で開発した美術館案内ロボットは、墨田区が運営するすみだ北斎美術館にて実証実験を重ねています（図2）。2019年度はさらに、他の施設で実証実験を行い、事業を拡大していく予定です。



図2 すみだ北斎美術館での実証実験の様子

ロボットに携わる企業のサポート

都産技研では、サービスロボットを「製造・開発する企業」と「利用したい企業」、これらの企業を橋渡しする「サービスロボットシステムインテグレータ」など、ロボット産業への参入を希望する企業間の交流や情報交換の場として、サービスロボット事業化交流会を運営しています。交流会の会費は無料で、交流会会員向けの検索システムやマッチングサイトなどで各社のロボット情報を検索することができます。ロボットを開発するだけでなく、利用することに関心がある方もお気軽にご参加・お問い合わせください。

サービスロボット事業化交流会の詳細・お申し込みはこちら⇒<https://robotkoryu.tiri-robot.jp/>

お問い合わせ 地方独立行政法人東京都立産業技術研究センター
〒135-0064 東京都江東区青海2-4-10
TEL: 03-5530-2521 (経営企画室広報係)
<https://www.iri-tokyo.jp/>



事業承継の準備は進んでいますか？

事業承継のススメ！



事業承継には、5年～10年かかるといわれています。

事業承継の成功の第一歩は、経営者が元気なうちに次の世代にバトンタッチすることです。

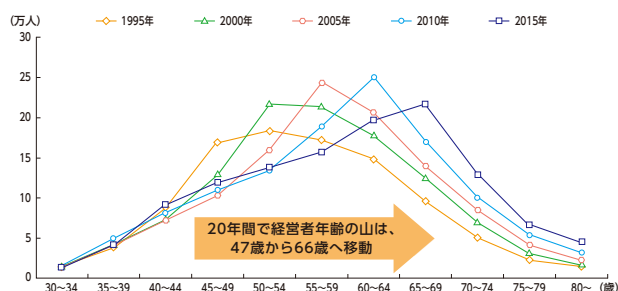
貴社もそろそろ第三者の支援を受けて事業承継の準備を進めてみませんか？

事業承継の背景・環境

1. 中小企業・小規模企業の経営者の高齢化は深刻な状況

中小企業の経営者年齢の分布について見てみると1995年の経営者年齢のピークが47歳であったのに対して2015年の経営者年齢のピークは66歳になっています。20年間で、19歳年齢が上がっていることから、経営者年齢の高齢化が進んでいるといえます。

中小企業の経営者年齢の分布(年代別)



資料：(株)帝国データバンク「COSMOS2(企業概要ファイル)」再編加工
(出典)中小企業庁「2018年度版中小企業白書」

2. 後継者不在率は全国平均66.5% 規模が小さいほど後継者が決まっていない

中小企業の後継者不在率の割合を見てみると全国平均で66.5%と実に3社に2社は後継者が決まっていない状況といえます。特に年商10億円未満では、平均を上回る不在率となっており、承継が進んでいない実態が伺えます。

中小企業の後継者不在率

売上規模別	後継者不在率(2017年)	2016年	2014年	2011年
1億円未満	78.0%	78.2%	76.6%	76.3%
1～10億円未満	68.6%	68.5%	67.7%	66.5%
10～100億円未満	57.2%	57.5%	57.0%	55.5%
100～1000億円未満	39.7%	41.1%	40.8%	40.5%
1000億円以上	24.3%	25.0%	25.7%	29.3%
計(全国平均)	66.5%	66.1%	65.4%	65.9%

(出典) (株)帝国データバンク「2017年 後継者問題に関する企業の実態調査」

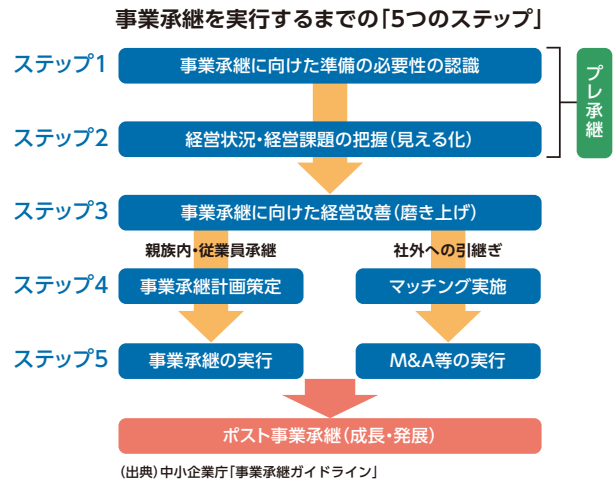
事業承継に向けた準備の進め方

3. 事業承継に向けた準備について

事業承継の準備から計画の策定、実行まで5つのステップがあります。

事業承継を進めるにあたっては、まずは早目に着手し、専門家などの協力を得ながら着実に進めていく必要があります。早目に着手するメリットは、会社の業績や市場の動向を踏まえて、ベストなタイミングで事業承継を実行に移すことができます。また、後継者の適正も見極めることができます。

事業承継は後継者の選定や資産の承継など、まだ目に見えていないさまざまな課題があるかもしれません。まずは、専門家などの第三者に相談し、いろいろな選択肢の中から解決策を考えていきましょう。



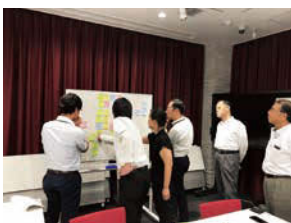
「事業承継塾」のご紹介

親族内承継、従業員などの親族外承継予定者、承継後間もない方が、経営に必要な基礎知識を学ぶ塾を8回の連続コースで年2回開催しています。各回とも20社ほどが2週間に1度集まり、経営理念や財務・会計等、さまざまなテーマについて学びます。

授業では、知識の習得だけでなくグループワークや宿題を通じたアウトプットも行います。また、「承継」という共通点を持った仲間とのネットワークづくりもこの承継塾のメリットです。

事業承継塾
募集時期

前期6月、後期9月以降



事業承継塾グループワーク



事業承継塾グループ発表

<事業承継・経営改善支援事業>

事業承継塾や事業承継セミナーなどの普及啓発の他、事業承継や経営改善でお悩みの方に向けて無料の個別相談を行っています。公正中立な立場から、経営者の方が具体的に取り組みやすいご支援を心がけています。ぜひお気軽にご相談ください。

過去の受講者



株式会社マック
代表取締役社長
加藤 和也 氏



事業承継フォーラム2019

加藤氏は2年前に事業承継塾を受講していました。塾受講中に父を亡くし、自分がやるしかないという覚悟を決め、事業承継の決断をしました。承継後、加藤氏は事業承継塾で学んだ知識などを活かし、会社の業績をV字回復に導きました。V字回復に導いた後も、顧客に選ばれる会社であり続けるために、付加価値の提供を模索するなど、さらなる高みを目指して挑戦を続けています。

昨年度の事業承継フォーラム2019では、事業承継塾卒業生として、パネルディスカッションに登壇し、承継の決断の経緯や先代への想い、会社の未来について語りました。

お問い合わせ 総合支援課

T E L : 03-3251-7885

Email : shoukei@tokyo-kosha.or.jp

<http://www.tokyo-kosha.or.jp/support/revival/index.html>



誰もが

営業 **即** 戦力



「良いモノやサービスがあるのに営業が足りない」

こんなお悩みはありませんか？

ある規模までは、社長営業でなんとかなったものの、

事業拡大のためには営業人員が必要。

でも営業に十分な人員を置くことができない、教育する機会などつれない。

結局、成果をあげられるのは社長一人。これからどうやって営業力を強化してゆけばよいのだろう…。

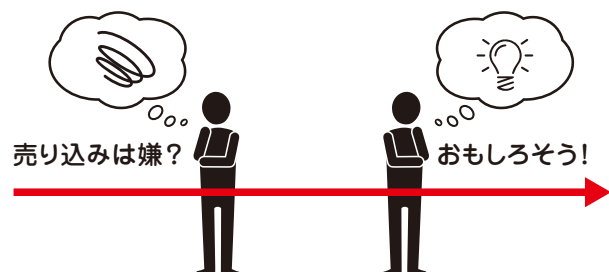
この連載では、営業力強化のお悩みの解決につながる、スグに役立つ営業のコツを全12回にわたって、ご紹介します。

第2回 展示会必勝法

展示会出展で新規顧客倍増

お客様との接触を増やすために、展示会出展を検討される企業も多いことと思います。良い製品・サービス・技術をお持ちの中小企業の皆様にとって、自社製品・サービスを世の中に広めるために有効な方法だからです。今回は営業職以外の方にも、展示会などで、自社営業として活躍できる方法をお話しさせていただきます。

顧客心理を考えた「呼び込み」



誰でも売り込まれるのは嫌なものです。展示会場で通路を歩く人たちは、自分の興味のある会社の展示に行きたいと考えているからです。だからと言って通り過ぎていくお客様を眺めていけばよいかと言えば、それは違います。

では、不特定多数のお客様の中から、自社にふさわしいお

客様を引き寄せるにはどうしたらよいでしょうか？ そのためには、まず、お客様の「耳」に自分の会社や商品のアピールポイントを届けることだけに集中します。お客様に、自ら「おもしろそう」と思ってもらえるのです。

カラーバス効果の発動

カラーバス効果というのをご存知ですか？ 意識していれば自分の興味のあるものが飛び込んでくる効果のことです。

朝、「今日は赤色を意識するぞ」と歩き出すと、ふだん気づかなかった赤いポストや、花壇の赤い花に目が向きます。これがカラーバス効果です。

アプローチすべきお客様は、なんらかの情報を得たいと思って展示会場に来ているはず。そこへ会社や商品を紹介する「キーフレーズ」を投げかけるのです。

具体的には、キーフレーズを入れた10～15秒程度の呼び込み用台本(スクリプト)を用意して、それを連呼、あるいはつぶやき続けます。大きな声で呼び込めればなおよいのですが、つぶやくレベルでも十分「引き寄せ効果」を感じていただけるはず。

視線が合ったらそれが合図

呼び込みフレーズをつぶやきながら、通り過ぎていくお客様をよく観察してください。不特定多数への呼び込みを商談に切り替えるポイントは、「視線が合ったかどうか」なのです。



Pygmalion Human Resource Development

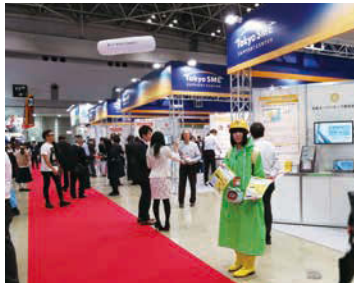
株式会社ピグマリオン
人材育成コンサルタント・研修講師
明治大学専門職大学院
グローバルビジネス研究科 経営学修士(MBA)
代表取締役 柏 恵子

水産系専門商社で16年間トップセールスの実績を持つ元商社ウーマン。その後、米国コンサルティング会社フランクリン・コヴィー社でシニアコンサルタントとして12年間で2000人以上の経営層、人事責任者と人材育成の仕事に携わる。2017年、株式会社ピグマリオンを設立。2017年、2018年と公社助成事業の営業支援プログラムで出展企業向けセミナーを担当。2年間で約50社をサポートする。
<https://pygmalion-hrd.com/>

公社の営業支援プログラムでは、2年間で約50社のサポートをしました。支援した企業25社が、初年度に展示会場でもらった名刺の総枚数は、前年の782枚の倍以上の1,708枚でした。

2年目には、販売方法やフォローの仕方の支援講座を開催し、名刺獲得枚数は前年の108%、展示会後の商談実施率は前年の123%、成約見込み率は183%になりました。

やり方さえわかれば、誰もが営業職として活躍できると信じています。



呼び込み用台本の活用で
不特定多数への呼び込みも怖くない

視線が合ったら「こんにちは」

詳しい商品説明へ



視線が合ったら、すぐに「こんにちは～」と話しかけてみましょう。

視線が合った人は興味を持っている方です。誰でも彼でも話しかけるのは苦手と感じる方でも、「興味を持ってくださっている」という自信を持つことができれば、声をかけることも怖くなくなります。

呼び込み用台本の作り方

この呼び込み用の台本(スクリプト)は、参加する社員に周知されていることが必要です。台本があるため、営業未経験者でもお客様の呼び込みが可能になります。

興味のある方を引き寄せるために「お客様のメリット」を盛り込んだものをつくりましょう。大切なポイントは、当社の凄さではなく、「お客様のメリット」です。

さらに擬音を入れると効果的です。
「こちら、株式会社〇〇です。ただいま〇〇をご紹介します。ただいま〇〇のためにぜひ、お立ち寄りください」よりも、「皆様の〇〇のために最新技術を、たった2分で、ぎゅっとまとめてご覧いただけます」の方が効果は高くなります。この「ぎゅっと」とか、「パツ」とかが、ポイントなのです。

さらに簡単「キーワード作戦」

私のお客様で、この方法で大きな成果を出した企業があります。

呼び込み用キーワード3つと、ブースに入ってからアンケートに記入いただくまでのキーワード3つを決めたのです。アンケートへの誘導キーワード3つは、「疲れている」「お水」「座ってゆっくり」です。

多くの来場者でヒートアップする会場。お客様に「お疲れではないですか? どうぞこちらでゆっくりお座りになって、お飲み物でもいかがですか?」とブース奥までお誘いして、アンケートにお答えいただくのです。これなら、業種に関係なく、どの展示会でも使えますね。

ちなみに、こちらの会社は、この方法で新入社員にも呼び込みをしてもらったそうですが、獲得名刺は3日で30枚でした。何も判らない入社1ヵ月の新入社員に、6つのキーワード作戦を教えただけで、お客様の名刺が30枚も集まったのです。

このように営業職でなくても、お客様の呼び込み方法が判っていれば、まったく恐れることはありません。営業職だけに対応させようと思うと、お客様集中時に対応ロスが生まれますが、ご紹介した方法で、見込み顧客の見極めを誰でもできるようにしておけば安心です。

全員参加の展示会でぜひ大きな成果をつかんでください。

次回は

次回は、量販店の食品売り場で売って、売って、売りまくるマネキン(宣伝販売員)の掟(おきて)から不特定多数の方を、虜(とりこ)にする秘密を探ります。

Information

～暮らしをうるおし、ゆたかにするための新たな「伝統工芸品」を創出する。～

「東京手仕事」プロジェクト商品開発 商品発表会および東京手仕事展のお知らせ

公社が実施する「東京手仕事」プロジェクトでは、伝統工芸の技術を活かしながら、東京の伝統工芸職人とデザイナーとの共同製作による商品開発を支援しています。2018年度に商品開発を行い、支援対象に決定した商品をお披露目するため、商品発表会を実施いたします。また、6月12日(水)より「東京手仕事展」において販売を開始いたします。この機会に、ぜひご覧ください。



◆商品発表会◆

開催会場 日本橋三井ホール
(中央区日本橋室町2-2-1
COREDO室町1 5F)

開催日時 5月28日(火)
13:30～14:45 商品発表会
15:00～15:30 表彰式
※17時まで一般来場者の観覧実施

入場料 無料



◆東京手仕事展◆

開催会場 日本橋三越本館5階
ギャラリーライフマイニング
(中央区日本橋室町1-4-1)

開催期間 6月12日(水)～6月27日(木)

入場料 無料
※5月29日(水)より
受注開始



お問い合わせ
「東京手仕事」プロジェクト事務局
(公社 城東支社内)
TEL : 03-5680-4631
Email : craft@tokyo-kosha.or.jp
事業WEBサイト <http://tokyo-craft.jp/>
ブランドサイト <https://tokyoteshigoto.tokyo/>
(QRコードからもご覧いただけます)



お知らせ

東京都異業種交流グループの参加者を募集します

異なる業種の企業が新たなビジネスチャンス創造のために、相互の経営や技術のノウハウなどを持ち寄って交流する2019年度東京都異業種交流グループの参加者を募集します。

参加要件 ①都内に主たる事業所のある中小企業者
②技術・経営に責任を有する方
(原則として経営者の方)
③毎月開催する交流会に参加できる方

開催期間 7月から翌年の3月まで
(交流会は毎月1回、平日の午後に開催します。)

開催会場 (地独)東京都立産業技術研究センター
本部(江東区青海2-4-10)など

費用 無料

募集人数 20名

申込方法 都産技研WEBサイト掲載の申込書より、6月5日(水)までにお申し込みください。



お問い合わせ
(地独)東京都立産業技術研究センター
交流連携室 異業種交流担当
TEL : 03-5530-2134
FAX : 03-5530-2318
Email : sangakuko@iri-tokyo.jp
<https://www.iri-tokyo.jp>





東京ビジネス フロンティア

in CEATEC 2019 出展者募集中!

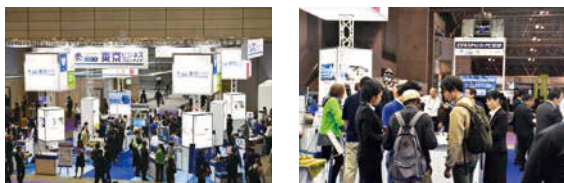
東京ビジネスフロンティアでは、10月15日(火)～10月18日(金)に幕張メッセにて開催される「CEATEC 2019」に出展します。貴社の製品、サービス・技術を披露・発信する機会として、ぜひご活用ください。申し込みは6月11日(火)まで。

◆CEATEC 2019とは

「つながる社会、共創する未来」をテーマに、電子部品やデバイスから完成品、実装される機器、それらを活用するさまざまなサービスまで、すべてが一堂に会する「CPS/IoTの総合展示会」です。

【2018年実績】来場者：156,063名(内、プレス1,359名)

昨年度の出展の様子



◆支援メニュー

POINT① 出展料サポート

通常出展料が396,000円(税込)のところ、132,000円(税込)という低価格にてご出展いただけます。さらに、設立9年以内の企業はスタートアップ枠として88,000円(税込)で出展いただけます。

POINT② 広報・PRサポート

東京ビジネスフロンティアとして、ガイドブックの作成やWEB媒体等への広告出稿を通じて貴社の情報を幅広くPRしていきます。

POINT③ 装飾サポート

パビリオン内、自社ブースの展示にかかる標準装備が出展料内に含まれているので、初めてでも安心してご出展いただけます。

POINT④ 商談サポート

セミナー参加で効果的な展示方法や出展に関する情報を提供いたします。また、当日もナビゲータが企業ごとに商談をサポートいたします。

開催期間 10月15日(火)～10月18日(金)
開催会場 幕張メッセ
出展料 通常枠…132,000円(税込)

〈床面積6㎡〉

スタートアップ枠…88,000円(税込)

〈床面積4㎡〉

※スタートアップ出展の申し込みは設立9年以内の企業に限ります。

募集対象

IoT、ビッグデータ、AI、電子部品・デバイス、ITサービス、ビジネスソリューション、ビジネスセキュリティ、ロボット開発等の製品やサービス・技術を披露・発信したい中小企業

募集社数

20社(予定)

申込締切日

～6月11日(火)まで

※申込数が募集社数を上回った場合は、審査のうえ出展企業を決定します。

申込方法

下記WEBフォームより

<http://www.tokyo-kosha.or.jp/sekai2020/ceatec.html>



お問い合わせ・お申し込み
中小企業世界発信プロジェクト事務局
東京ビジネスフロンティア担当
TEL : 03-5822-7239
FAX : 03-5822-7238
Email : frontier@sekai2020.jp
<http://www.tokyo-kosha.or.jp/sekai2020/index.html>



お知らせ

2019年工業統計調査のお知らせ

東京都は、総務省および経済産業省所管の工業統計調査を6月1日現在で実施します。製造業を営む事業所に5月中旬から調査員が伺いますので、調査へのご回答をお願いいたします。インターネットでもご回答いただけます。※インターネット回答の期限は6月7日(金)です。



コウちゃん
(工業統計キャラクター)

お問い合わせ
東京都総務局統計部産業統計課
TEL : 03-5388-2544

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
5月	5月20日(月)	特許・実用新案セミナー基礎編 ～中小企業における特許・実用新案の活用のためには～	14:00～17:00	秋葉原庁舎 3階第1会議室 (千代田区)	無料	知財
	5月24日(金)	ノウハウ管理セミナー ～営業秘密の保護と管理～	14:00～17:00	秋葉原庁舎 3階第1会議室 (千代田区)	無料	知財
	5月29日(水)	第1回東京都デザイン導入支援セミナー 「デザイン経営」宣言を読み解く。 知財戦略の重要性を学ぶ	13:00～16:30	東京都立産業 技術研究センター (江東区)	無料	経営戦略
6月	6月 5日(水)	機械保全の保守メンテナンスのポイントと 事例解決	10:00～17:00	秋葉原庁舎 3階第1会議室 (千代田区)	8,000円	企業人材
	6月12日(水) 6月13日(木)	ISO14001:2015内部監査員養成講座 (2日間)	10:00～17:00	秋葉原庁舎 3階第3会議室 (千代田区)	15,000円	企業人材
	注目! 6月19日(水)	メンタルヘルス推進リーダー養成講座 (総論・法律)【初級:メンタルヘルス対策・ 初心者向け】	13:00～17:00	三鷹産業プラザ 701会議室 (三鷹市)	無料	企業人材
	6月21日(金)	やる気とメンタルヘルスを両立できる職 場になるために	13:00～17:00	三鷹産業プラザ 701会議室 (三鷹市)	無料	企業人材
	6月24日(月)	メンタルヘルス推進リーダー養成講座 (総論・法律)【中級:メンタルヘルス対策 の推進実績がある方向け】	13:00～17:00	秋葉原庁舎 1階大会議室 (千代田区)	無料	企業人材
7月	7月 3日(水) 7月 4日(木)	ISO9001:2015+ISO14001: 2015統合内部監査員養成講座(2日間)	10:00～17:00	秋葉原庁舎 1階小会議室 (千代田区)	15,000円	企業人材

注目! メンタルヘルスセミナー

都内中小企業で働く方の心の健康づくりを推進していくために、セルフケアやラインケアについて実践的な講座を実施しています。

また、企業内でのメンタルヘルス対策を推進する中核となるリーダーを養成するため、具体的な事例紹介、グループ討議等を含めた体系的な講座を開催します。

開催日時 6月19日(水)6月24日(月)他
いずれも13:00～17:00
開催会場 秋葉原・多摩地域
(各講座ごとに異なります)
受講料 無料
募集対象 都内中小企業にお勤めの方(コースごとの対象は右図のとおり)
申込方法 公社WEBサイトまたはFAXにてお申し込みください。

概要

(1)講座体系図

コース名	リーダー養成	ラインケア	セルフケア
内容	企業内でのメンタルヘルスに関する制度整備・運用を行うための中核リーダー養成	部下に対するメンタルケア	自身によるメンタルケア
対象	経営層・管理職、人事労務担当者のうち、企業内でメンタルヘルス対策を推進する方	経営層・管理職および人事労務担当の方	働くすべての方
定員	各回50名	各回35名	各回35名
初級	1	1	1
中級	2 3 4	2 3 4	2
上級	※1と3、2と4はそれぞれ同じ内容の予定	※2は休職、3は復職に関するラインケア講座の予定	

※枠内の数字は、講座を開催する順番です。

お問い合わせ・お申し込み
企業人材支援課 福利厚生係
TEL : 03-3251-7905 FAX : 03-3251-7909
Email : fukuri@tokyo-kosha.or.jp
https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/fukuri/health/kenkodukuri.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



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

経営戦略 経営戦略課

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

『すべてがうまくいく』 松下幸之助著 PHP研究所

株式会社相馬光学 代表取締役社長 浦 明子

「いっさいを許す心」
＝お互いに過ちを許し合い共存する。
100人いれば、100通りの性格があり、良いことも悪いことも許し合って生きていく。
経営者として、そのすべてを受け入れる。
そう、本のなかには書いてありました。
TVのニュースや紙面上の、過ちを犯した人への非難。
非難だけで終わってしまうことに、経営者として、一人の母として、一人の人間としてこれで良いのだろうか。そう、考えさせられる場面も多くありました。
仕事にやる気がない人や、後ろ向きな意見を持つ人に対する不満だけでなく、「後ろ向きな」人にも良い部分があるのではないかと考えることを忘れず、良い部分をいかに活かすか。仕事に前向きな考え方に変わるか。
そのために会社は何をすべきか、作業環境は十分か、労働条件に不備はないか？
即応できる柔軟な心で挑む毎日です。

「つつむこと」
これが一番自分に欠けている部分です。会長が多く有する部分です。
中小零細企業の2代目。実績も経験もないくせに、敷かれていたレールを、さも自分が敷いたように勘違いした日々もありました。
つつむこと。
この先長き道のりを創意工夫しながら常に謙虚に、厳につつしんでいきたいと思ひます。



本コーナーは「社長の〇〇」と題して、企業経営を行ううえ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

公社では登録制による受発注紹介を行っています。
本コーナーでは受注・発注など登録企業からの情報を発信しています。
このコーナーへの掲載や掲載企業へのお問い合わせは事前登録が必要です。

受注情報

整理番号	受注番号 所在地区	資本金 従業員数 業種	事業概要	特性・主要設備 他
1	No.00046098 八王子市	2,000万円 33人 金属製品製造業	精密板金試作、MSコーティング、超微細放電加工、金属・樹脂切削、その他	精密板金試作は三次元測定器での測定データ添付を標準としております。放電表面処理、MSコーティング、超微細放電加工などにも対応しております。
2	No.00046099 板橋区	1,000万円 16人 生産用機械器具製造業	当社は樹脂金型メーカーです。高精度要求に対応してま 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台を保有しています。

お問い合わせ 取引振興課 TEL : 03-3251-7883 FAX : 03-3251-7888 Email : torihiki@tokyo-kosha.or.jp

中小企業世界発信プロジェクト 2020

～受発注取引のマッチングサイト～

ビジネスチャンス・ナビ2020

チャンスナビ

で検索!



商品ジャーナリスト・北村 森

他社が追ってきてても、また突き放すだけ



1952年に世界で初めてビニール傘を開発したメーカーです。当時は業界内から「傘にビニールなんて」と反発があったと聞きますが、そんな声をよそに消費者はこれを受け入れました。

そうすると、次第に類似品が幅を利かせてきます。さあ、どうしたのか。競争の波にさらわれるままだったか。違います。

ビニール傘の低価格化に巻き込まれそうな状況下で、むしろ値段を上げた高機能な商品の開発に着手しました。「ビニール傘を作ったところで、もはや儲からない」と考えるのではなく、だったら皆が思ってもいなかった凄い傘を作ろう、と。

数千円もする高価格ビニール傘の「カテル」は、1980年代に生まれました。透明だから相手に表情が見え、通気弁を備えているから傘が風にあおられて壊れるのを防ぐ。政治家が選挙の折にこぞって愛用し、のちには皇室にも納められました。

そんな同社が2018年、クラウドファンディングで460万円超

を集めたのが、ビニールの折りたたみ傘「AmeMachi」でした。労せず綺麗に折りたたむことができるよう、ビニールには折り線が刻まれています。実に難しい工程だったそう。そして、値段が1万4000円もするのに、一般発売した後も品薄続きです。

後発組に追隨されたとしても、消費者を驚かす商品で再び突き放すまで、と考えられるかどうか。まさにそこですね。

AmeMachi(アメマチ)
販売価格1万4000円(税別)
品切れが続く高人気を誇る
折りたたみビニール傘
<https://whiterose.jp/>

