

がんばる中小企業のためのビジネス情報誌

# ARGUS

7

2019  
No.488  
アーガス

柔軟な  
コラボ力  
が強み

04

東京の粋は、進化する。  
「東京手仕事」

08

経営人材に求められる能力要件  
「経営人財NEXT20」

10

誰もが営業即戦力  
第4回「売って、売って、売りまくる」プレゼンテーションのコツ

12

■「製品改良・規格等適合化支援事業」、  
「TOKYOイチオシ応援事業」  
の説明会を開催します

■社長さん！「知らない」では済まされません  
どうする？ 中小企業のための「働き方改革」対策セミナー

■第2回「ビジネスマッチング in 東京」  
“受注側参加企業”を募集します！

■第21回 産業ときめきフェア in EDOGAWA  
出展企業募集

■第20回 異業種フォーラム2019 inあだち

キラリTOKYO

株式会社清水硝子 代表取締役 清水三千代

常務取締役 清水祐一郎



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154回 株式会社清水硝子



清水硝子では、代表取締役の清水三千代氏(右)やベテランの職人から、常務取締役を務める祐一郎氏(左)を始めとする次世代人材への引き継ぎを進めているところだ

## スカイツリーにもかかわった江戸切子の老舗

清水硝子は1923年(大正12年)に創業された江戸切子の町工場。グラスや皿、小鉢を始めとするオリジナル商品に加え、結婚式の引き出物やイベントの記念品などのオーダーメイド製品も手がけている。同社代表取締役の清水三千代氏は、創業者の祖父・直次郎氏から数えて3代目だ。

「当社は長年、大手メーカーの下請けとしてクリスタルガラスの食器をつくっていました。ところが2009年、その企業がクリスタル事業から撤退。当時は売り上げが落ち込み、廃業すら考えたほどです。さらに江戸切子業界そのものも縮小傾向でしたから、当時は世の中に求められる製品を自力でつくらなければ生き残れないと悩みました」(清水三千代氏)

三千代氏と、長男で常務取締役を務める清水祐一郎氏は、魅力的な自社製品をつくろうと努力。訪日外国人観光客が増えて日本らしい土産へのニーズが高まったこともあり、売り上げ減には何とか歯止めがかかった。そして最大の転機となったのが、東京スカイツリー®の天望デッキへと続くエレベーター等の内装パーツを手がけたこと。華麗な展示演出は、大きな話題を呼んだ。

「メディアから取材されることが増えて江戸切子の存在感が高まり、当社への引き合いは以前より増えました。今は当社がどうというより、江戸切子業界全般を盛り上げていくのも大切だと考えています」(清水祐一郎氏)

## さまざまな縁を大切にしてコラボを進める

祐一郎氏は清水硝子を「何でも屋さん」と表現する。自社のやり方にこだわり過ぎず、幅広い企業・社外デザイナーなどとコラボレーションできる柔軟性が強みだというのだ。

「当社は下請けの経験が長かったため、お客さまの要望を取り入れたものづくりが得意です。また、地元・葛飾の皆さまと協力しながら製品開発を行った経験も豊富にあります。

たとえば、中東のVIP向けに『“ザ・ジャパン”なプレゼントをお客さまに渡したい』という要望が寄せられました。そこで当社は葛飾のものづくり企業たちと提携しながら、漆塗りの箱に入れた大きなガラス皿に唐木の盾をつけた製品を提案して認められました。これは、当社の“コラボ力”が発揮された好例だと思います。東京スカイツリー®の案件も同様で、いろいろな企業・人との縁がきっかけで始まりました。当社の技術を評価いただける方と良い縁を繋ぎ、かつ、常に挑戦し続けること。

## 挑戦を続ける伝統工芸の担い手

### [会社概要]

代表：代表取締役 清水 三千代 氏  
業種：江戸切子製品の製造、販売など  
資本金：1000万円  
従業員：9名（2019年5月現在）  
所在地：東京都葛飾区堀切4-64-7  
TEL：03-3690-1205 FAX：03-3690-1206  
<http://www2u.biglobe.ne.jp/~kirikoya/>



### 業界全体を盛り上げたい

祐一郎氏は江戸切子協同組合の広報スタッフの一員。「同業者の皆さんと手を取りながら、業界をどうやって盛り上げるかについても、日々考えています」



職人の約半数は30代の若手で、女性の姿も目立つ。職人志望者は、ここ数年増加傾向だ



さまざまな道具を駆使して色のついたガラスをカットし、美しい文様を生み出していく



華やかでいかにも日本らしい繊細なカットが、国内外を問わず人気となっている

それが当社の基本方針です」（祐一郎氏）

三千代氏と祐一郎氏が仕事を通じて培った縁は、業界の内外に広がっている。その秘訣は、「誠実さ」にあるようだ。

「お客さまからお声がかかったら、とにかくしっかりとお話を伺います。そのうえで、当社の技術力やさまざまな繋がりを活かし、お客さまの期待に応えられる工夫をしていく、そういう姿勢を繰り返すことが何より大切だというのは、母と私に共通した思いですね」（祐一郎氏）

「従業員に対しても誠実でありたいですね。私も祐一郎も職人ではないので、従業員や他社のお力を借りなければ製品の1つもつくれません。ですから、皆さんが働きやすい環境を精いっぱい整えるため、今後も努力したいです」（三千代氏）

### 新たな試みを続け江戸切子を広める

江戸切子に関心を持つ人は着実に増えている。なかには、切子を実際につくってみたいと要望する人もいるようだ。

「まったくの初心者が出し切子をつくるのは無理ですが、工房の見学会やワークショップなど、一般の方と江戸切子を繋ぐ場を提供できないかと考えているところです」（祐一郎氏）

海外市場へのアプローチも、清水硝子にとって大きな課題だ。

すでに大手旅行会社と協力し、富士山や歌舞伎の柄が入った商品を外国人向けに売り出しているという。

「ただし、まだ特筆できるほどのヒット商品は生まれていません。客単価が高すぎるのか商品に問題があるのか、これからも試行錯誤していきたいですね」（祐一郎氏）

自社と業界の未来について熱く語る祐一郎氏に対し、三千代氏も大きな期待をかけている。

「これからは、祐一郎や若手職人が引っ張っていく時代。私も徐々に、次世代への Baton タッチを進めています。もちろん、未来へ向かってどのような手を打つのか見えてこないなどの不満はありますが、若いセンスで道を切り開いてもらいたいと期待をしています」（三千代氏）

### 取材後記

東京スカイツリー®のエレベーター等の装飾を手がけられ、その仕事も「ご縁」だと話されていたことが印象的でした。一つひとつの要望に真摯に向き合うことで、ご縁を広げてこられたのだと思います。これからも江戸切子の業界全体の発展に繋がる商品を生み出してくださいとお願いします。

（城東支社 田中美保）



## 東京の粋は、進化する。

### 東京手仕事とは

東京の伝統工芸品は、進取の精神に富む江戸職人の匠の技と心意気によって磨かれ、洗練され、庶民に愛され、連綿と受け継がれてきました。「東京手仕事」は、そんな伝統の技に光を当て、匠の繊細な「手仕事」の魅力を国内外に発信していく取り組みです。その粋な味わい、優れた機能性・日常性を広く知っていただくとともに、東京らしい感性あふれる新しい工芸品にもチャレンジし、伝統工芸品に囲まれた潤いある豊かなライフスタイルを提案していきます。



### 普及促進による新たな取り組み

「東京手仕事」ブランドにより東京の伝統工芸品を国内外に発信する取り組みとして、昨年度新たに実施した取り組みをご紹介します。

今年度も、国内外展示会出展やさまざまなPR・プロモーション活動により、東京の伝統工芸品のブランド価値向上と国内外への普及を支援します。

#### 大丸東京店で「東京手仕事展」開催

昨年11月21日(水)～12月4日(火)まで大丸東京店9階イベントスペースで「東京手仕事展」を開催しました。会期中、6事業者が実演。東京駅エリアでは初となる手仕事展の開催でしたが、多くの方にご来場いただきました。

好評につき今年度も8月14日(水)～27日(火)まで「東京手仕事展」を開催します。会期後は常設売場になる予定です。



#### 「マークスタイルトーキョー パリ店」にて販売会を開催

昨年9月7日(金)～13日(木)までフランス・パリのマレ地区にあるマークスタイル トーキョー パリ ル・マレ店で商品の販売をしました。同店は『日本の素敵で世界に快適を』をコンセプトに、マークスの企業理念を具現化している直営店舗です。期間中は、2事業者による実演も行い現地の方からも大変好評をいただきました。期間後は常設売場になっています。



### 「歌舞伎と手仕事」イベント 開催決定!

昨年に引き続き、「歌舞伎と手仕事」イベントを下記会期で開催します。

伝統工芸と伝統芸能の融合をぜひお楽しみください。

会期	8月2日(金)～4日(日)
会場	歌舞伎座タワー3階『花籠』
入場料	一部あたり1人4,500円(税込) ※お弁当・お茶付き
内容	落語高座、歌舞伎座舞台裏話、 職人トークインタビュー、伝統工芸品実演、販売等
出演者	中村京蔵、中村橋吾、尾上右近、古今亭駒治、林家 たけ平、高橋愛、中山エミリ、他

**お申し込み** お電話または下記サイトのイベントページまで  
TEL:03-3545-6820  
<http://kabukiza-tokyoteshigoto2.peatix.com>



## 商品発表会を行いました

5月28日(火)、日本橋三井ホール(COREDO室町5階)において、「東京手仕事」プロジェクト商品発表会を開催しました。

「東京手仕事」プロジェクト2018年度開発商品の商品発表会および表彰式が行われ、ノミネートされた11商品の中から優秀な三賞が選定されました。第一部では来場したバイヤーに向けて職人から商品の説明があり、第二部では三賞の表彰式を行い、小池東京都知事から都知事賞が贈呈されました。



日本橋三井ホールにて(5月28日)

### 東京都知事賞

#### 打宝音 (東京三味線)

(職人)河野 公昭、小澤 諒  
(デザイナー)八嶋 正実



三味線の形状を活かした  
打楽器・タブレット用スピーカー

### 東京都中小企業振興公社理事長賞

#### Rondes (江戸硝子)

(職人)木本 誠一、田嶋 大輔  
(デザイナー)南出 優子



繊細かつ上品な酒器  
逆さに置くとインテリアとしても楽しめる

### 優秀賞

#### しずくの香り (江戸木彫刻)

(職人)佐藤 岩慶  
(デザイナー)清水 大輔



江戸木彫刻の技術により、自然物(雲・花・葉)を  
表現した水滴のフレグランスアート

#### うめいちりん (東京銀器)



(職人)森 将  
(デザイナー)田崎 咲絵

#### 借景うちわ (江戸木版画)



(職人)高橋 由貴子  
(デザイナー)梶本 博司

#### 拵 koshirae -TOKYO- (東京くみひも)



(職人)福田 隆、福田 隆太  
(デザイナー)大杉 和美

#### 紙の貝殻椀 (砂子(加飾紙))



(職人)一色 清  
(デザイナー)平田 ことこ、竹本 真実

#### 武(ツワモノ) (江戸甲冑)



(職人)大越 保広  
(デザイナー)金馬 明里

#### うつくしパレット (江戸木目込人形)



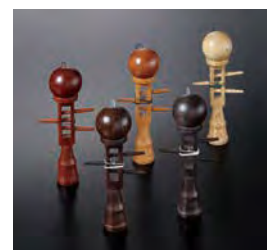
(職人)金林 真一朗  
(デザイナー)松本 絹江、黒坂 秀行、酒井 希

#### EDO UCHI (江戸打刃物)



(職人)八重樫 宗秋  
(デザイナー)清水 大輔

#### SHAMIDAMA (東京三味線)



(職人)河野 公昭、小澤 諒  
(デザイナー)三島 大世

#### お問い合わせ

東京手仕事プロジェクト事務局(城東支社内)

TEL:03-5680-4631

Email:craft@tokyo-kosha.or.jp

<https://tokyoteshigoto.tokyo/>



# 中小企業経営の ツボ

## 新商品開発への ポイント



三尾会計事務所  
代表 三尾 隆志

### 売れている理由を知る

会社経営で最も重要なことは、売れる商品を開発することと、購入してくれるお客さまを見出すことです。

このどちらか一方でも欠けていると、経営は成り立ちません。

創業以来、お客さまから評価を受けてきた商品を持つ会社はたくさんあります。それが、個人商店であれ大企業であれ、何十年も継続している会社には、これで儲けているという看板商品が必ずあります。

たとえば、金属の加工技術や評判のお菓子、特異な才能を持つ人材など、さまざまです。

もちろん、いくら良い商品を持っていようと、販売する努力がなされなければ、日の目を見ることはなかったでしょうが、何らかの努力が功を奏し、現在に至っているということなのです。

ところが、お客さまには見えているものも、不思議なことに当事者には見えていないことが多いものです。

そこで、創業者、後継者ともに一度立ち止まり、なぜ自社の商品が売れているのか、評価されているのかを分析し、整理することをお勧めします。

自社の加工技術のどこが気に入られ、商品のどこが評判となっているのか、また、どのような販売努力を続けてきたのかを説明できれば、今後の会社経営の指針も明確になり、商品開発にしても大外れすることも少なくなります。

### お客さまから直接聞く

今まで自社と長くつき合ってくれたお客さまが、これから未来永劫つき合ってくれる保証はなく、さらに、お客さまにも皆さんとつき合う義務はありません。

たとえば、上位80%の売り上げを稼がせてもらっている顧客を調べてみると、10年前と現在では大きく変化しているとしましょ。

そこで、なぜお客さまが変化したかもわからずに、新たな挑戦をしても、大げかをする可能性があります。

自社は変化していなくても、お客さまの懐具合やそのまた先のお客さまが大きく変化することで、自社とのつき合い方が大きく変化しているかもしれないのです。

また、以前は毎日のようにお客さまとコミュニケーションを欠かさず、情報交換を重ねていたのが、お客さま担当者の転勤、自社の高齢化により接触をする機会がめっきり減ってしまっているなど、何らかの変化が生じている可能性も高いのです。

そして、業績低迷に陥る大きな要因には、お客さまからの仕事を待っているだけ、接触してもキーマンでない担当者だけで、希望的観測での自社製品開発など、セオリー通りのダメな行動をしていることが多いのです。

自社を評価してくれるお客さまが何を欲しているかを直接聞き、受注に結びつく重要な営業プロセスを、販売コストをかけずに実施し続けるという地道な努力こそが要諦なのです。

後は執念深く諦めなければ、結果は必ずついてきます。

### 失敗のリスクに備える

新製品の開発、営業担当者の採用、大型の設備投資は売上増加の切り札ですが、すべてリスクの塊です。

共通するのは、どれも成功を保証してくれないからです。つくったけれど売れない、営業マンの力量が期待外れ、設備投資した機械の稼働率が20%程度しか確保されない、等々。

希望的観測に基づく根拠のない行動は、すべて大きなリスクとなり会社経営の負担としてのしかかります。

過去の利益の蓄積による多額の内部留保が存在し、コンスタントに利益が稼げる体制になっているのなら、会社はそれらのリスクに耐えられることでしょう。

要するに、失敗のリスクを恐れずにチャレンジできるのは、そのような背景がある場合に限られます。

内部留保も乏しく、利益も薄い時代にするべきことは、まずはコストをかけずに受注を増やし、利益を出せるようにすることです。

また、利益が安定しない中で、単に受注を増やしたいがために営業マンを雇い、設備投資を借金で賄うことは避けるべきなのです。

そもそもリスクを負うのは、借金をしてすることではなく、自己資金で行うものです。その日のために、資金は蓄積しなければならないのです。

# 労務管理の エトセトラ

## 管理職の 労働時間管理の 方法について

大塚経営労務管理事務所  
大塚 昌子



Q

今年の4月からは、管理職を含めて労働時間の状況を把握しなければならぬそうですが、当社は、従来から時間管理を自己申告制としているので、4月からは管理職を含めて自己申告制で運用をしています。問題はありますでしょうか？

A

管理職を含めて労働時間の状況把握が必要になったのは、働き方改革により本年4月1日に施行された改正労働安全衛生法で「長時間労働者に対する面接指導等」が強化されたことによります。

### 1. 長時間労働者に対する面接指導について

長時間労働は、脳血管疾患や虚血性疾患等の発症との関連性が強いという医学的な知見があり、そのような健康リスクの高い状況にある従業員を見逃さないために医師による面接指導が事業者に義務づけられています。また、この面接指導はうつ病などのストレスが関係する精神疾患等の発症予防にも寄与するものです。

本年3月以前の長時間労働の定義は、休憩時間を除き1週間当たり40時間を超えて労働させた場合における時間外労働、休日労働の時間は1月当たり100時間とされていましたが、4月以降は100時間を80時間と定義し、80時間を超え、かつ疲労の蓄積が認められる者を対象として医師による面接指導を行わなければならないこととしました。

### 2. 管理監督者の時間管理について

1の面接指導の対象者を把握するには、会社として時間外労働、休日労働の時間数を管理しなければなりません。今回の改正により、これまでは把握義務のなかった管理監督者や事業場外労働のみなし労働時間制の適用者、研究開発業務従事者、裁量労働制の従業員にも、労働時間の状況の把握義務が課されました。

ここで示している管理監督者とは、労働基準法で定める労働時間、休憩、休日の規定が適用されない従業員を意味します。労働基準法では、労働時間の規定が適用されないの、時間外労働をしても時間外労働としての割増賃金は発生せず、休日労働をしても休日労働の割増賃金は発生しませんが、今回の労働安全衛生法の改正より、労働時間の把握は必要になりました。

### 3. 労働時間の管理方法について

労働時間の状況把握の方法としては、タイムカードによる記録、パソコン等の電子計算機の使用時間（ログインからログ

アウトまでの時間）の記録、事業者（管理職などの労働時間の状況管理する権限を事業者から委譲された者を含む）の現認等の客観的な方法、その他の適切な方法により把握しなければなりません。把握した労働時間の状況は記録を作成し、3年間の保存義務があります。

時間管理の方法は、タイムカードやパソコンなどでの使用時間で管理するなど客観的な管理方法を原則としています。やむを得ず自己申告制による場合は、次の5つの措置をすべて講じる必要があります。

- 1) 自己申告制の対象となる労働者に対して、労働時間の実態を正しく記録し、適正に自己申告を行うことなどについて十分な説明を行うこと。
- 2) 実際に労働時間の状況を管理する者に対して、自己申告制の適正な運用を含め、講ずべき措置について十分な説明を行うこと。
- 3) 自己申告により把握した労働時間が実際の労働時間の状況と合致しているか否かについて必要に応じて実態調査を実施し、所要の労働時間の状況の補正をすること。（一部省略）
- 4) 自己申告した労働時間を超えて事業場内にいる時間または事業場外において労務を提供しうる状態であった時間について、その理由等を労働者に報告させる場合には、その報告が適正に行われているかについて確認すること。（一部省略）
- 5) 事業者は、労働者が自己申告できる時間外労働の時間数に上限を設け、上限を超える申告を認めないなど、労働者による労働時間の状況の適正な申告を阻害する措置を講じてはならないこと。（一部省略）

自己申告制による時間管理は、あくまでも客観的な方法で把握し難い場合のみ認められているものです。過重労働を防ぐためにも、時間管理についての整備を進めていきましょう。

（参照）

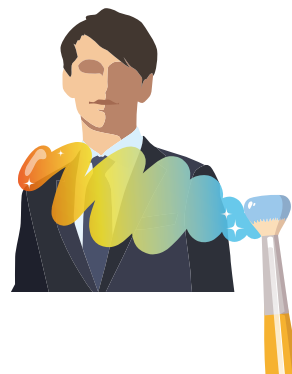
労働時間の適正な把握のために使用者が講ずべき措置に関するガイドライン（厚生労働省）

[https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/ko\\_you\\_roudou/roudoukijun/roudouzikan/070614-2.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/ko_you_roudou/roudoukijun/roudouzikan/070614-2.html)

## 経営人財NEXT20

企業のこれからの20年を担う  
経営者を支える人材を育成します！

# 一步先を行く 人材育成！！



「事業を拡大する中で、全体を見ているのは経営者しかいない」  
「会社のことを経営者と同じ目線で考え、ともに歩んでいける人材を育てたい」  
経営人材は、企業が事業や組織を変革し、持続的に成長し続けるためには欠かせない人材です。  
**経営人材の育成を目的とした事業「経営人財NEXT20」**では、経営・事業戦略や組織  
マネジメント面で経営者を支える人材(=経営人材)や次世代リーダーの育成をご支援しています。

### 経営人材に求められる能力要件

会社・仕事に  
向きあう

#### 基本姿勢

会社視点

主導性

挑戦力

経営者目線で  
考える

#### 思考力

論理的思考

目的意識

構想力

組織を  
巻き込むための

#### 対人関係力

傾聴力

対話力

訴求力

(経営人財NEXT20 コーディネータ 福田 和彦)

### 1 経営人材はなぜ必要なのか？

多くの中小企業における経営者の実感として、企業を取り巻く内外環境の変化が速まり、それに伴い素早かつ確かな経営判断が求められることが多くなったと感じておられるのではないのでしょうか。しかし一方で、経営者がひとりで決断しなければならない場面において、十分に検討する余裕がなく正確な決断を下すことが困難になっているという声を聴きます。その場しのぎの判断になってしまったり、決断そのものを先送りにしたりという事態に陥る場合、それに起因する悪影響は、徐々にボディーブローのように効き、結果的に企業体力を削ることにもなりかねません。

変化の激しい時代であるからこそ、経営の相談ができる頼れる存在である経営人材が必要になります。

### 2 経営人材に求められる資質とは

中小企業では、外から優れた人材が入ってくるのを待つだけでは望む結果になることは少なく、むしろ社内で育てていくほうが成功に繋がりがやすいといえます。経営人材に求められる資質には、会社を牽引していく主導力や挑戦力、経営者と同じ目線で考えることのできる思考力、さらには組織の変革を推進することができる対人関係力などが挙げられます。

一般的に中小企業では、OJTを中心とした日々の業務を通じた人材育成に偏りやすく、幅広い視野を持った経営人材を育てるのは難しいものです。「経営人財NEXT20」では、全体最適の視点を持ち、経営・事業戦略や組織マネジメント面で経営者を支える人材を育成します。



## 「経営人財NEXT20」のカリキュラム

座学だけでなく、実践的な取り組みの中で経営人材としての成長を後押しします！

### 【 講座(基礎) 】

\*自社分析……会社の強みを知り、全社視点を身につける！



経営人材に求められる能力や役割について学ぶとともに、知的資産経営の手法を用いて自社の強みを見える化し、それらを活かした成長ビジョンを描いていきます。最終的には、個別支援に向けて、描いた成長ビジョンに基づき、取組内容を決定します。(全5回)

### 【個別支援(実践)】

\*社内プロジェクトの実行……経営人材の取り組みをコーディネータ等が継続的にサポート！



講座で描いた成長ビジョンを具体化していきます。自社の発展に繋がる実践的な取り組みを、社内プロジェクトとして実行します。コーディネータや専門家が個別、継続的にサポートします。(企業訪問:月1回程度)

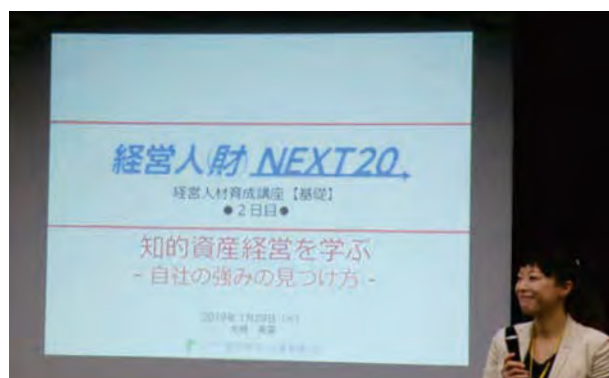
支援期間 1年間程度

### 受講企業の声



広洋産業株式会社  
取締役 営業本部長  
森川 正康 氏

現状の業務内容や営業活動だけでは限界があると感じ、会社の展望および自身の成長を考え「経営人財NEXT20」に参加申し込みをしました。講座と個別支援を通して、漠然としていたイメージが具体的な行動・ビジョンとなり、進むべき方向性が明確となりました。日々の業務だけでは得られない貴重な経験を得られたと実感しています。



講座風景

### \*3期受講生募集中！\*

- 対象企業** 経営人材育成を通じて、自社の成長発展や組織活性化を目指す都内中小企業(※)  
※中小企業基本法で定める中小企業であること。  
※大企業(みなし大企業含む)およびコンサルティング事業に従事する方のお申し込みはご遠慮ください。
- 受講対象者** 本事業における取り組みに意欲的に参加できる経営幹部候補、次世代リーダー候補等(1企業2名まで)
- 支援期間** 最長1年間(講座受講期間を含めます)
- 講座日程** 9月17日(火)～10月29日(火)+個別支援
- 受講料** 1企業 15,000円(参加人数にかかわらず一律)

お問い合わせ 企業人材支援課 人材支援係(経営人財担当)  
TEL:03-3251-7904 FAX:03-3251-7909  
Email:sangyo-jinzai@tokyo-kosha.or.jp  
<https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shien/keiejinzai/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？

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4回 売って、売って、売りまくる「プレゼンテーションのコツ」

前は、私が学生時代にしていたアルバイト、量販店の食品売り場で試食販売をするマネキンという仕事から学んだ「マネキンの掟」から、顧客の見極め方についてお話しさせていただきましたが、今回は、売って、売って、売りまくるための「プレゼンテーション(商品紹介)のコツ」をご紹介します。

### 売って、売って、売りまくる「マネキンの掟」

1. 商品の10秒ほどのキャッチコピーをつくり、常にこれをつぶやく(興味のある顧客の呼び込み)
2. 商品名と商品のメリットを、大きな声で連呼して、人を集める(顧客のメリットに集中)
3. 買ってくれそうな人を常に探す(目配り)
4. 親と一緒にないときの子供には試食を出さない(顧客の見極め)
5. 人が集まったら1分程度でつくられた商品紹介を一気に始める(短く印象的な商品紹介)
6. 商品紹介中は、アイコンタクトを忘れない(顧客の観察)
7. 口と手を同時に動かして、試食数を増やす(マルチタスクをこなして集客率アップ)

プレゼンテーションを成功させる最大のポイントは、顧客の観察です。商品紹介中も常にお客様とアイコンタクト(目線合わせ)をしながら、お客様の様子を観察するのです。

マネキンという仕事の場合は、プレゼンテーションをしている間にも、新しいお客様はどんどんいらっしゃいますので、口を動かし、対応中のお客様を観察しながら、その間に新しいお客様にも試食を出すという離れ技、まさに皿回しの芸人並みの忙しさですが、それにひきかえ、皆様の商談の場合は、目の前のお客様に集中できるのです。

では、商談の場面で、プレゼンテーションをしながらお客様の何を観察すると良い成果に繋がるでしょうか？

それは、「気持ちの変化」です。気持ちの変化を常に追いかけるのです。マネキンの仕事では、お客様の発する言葉、行動やしぐさなどから「気持ちの変化」を読み取ってタイミング良く勧めていきます。「ん？ おいしいっ」というお客様には、「おいしいっ」の「し」にかぶせて「そうでしょう、美味しいでしょう～」なのです。

このお客様の「気持ちの変化」を追いかけるやり方は、私がその後、億単位の大型商談をする際にも、とても役に立ちました。

ヒツジのような穏やかそうな柔らかい視線をお客様に向けながらも、心の中では動くものを素早く追いかけるヒョウのように、動体視力を駆使して「気持ちの動き」を追いかけているのです。

自信のある良い商品・サービスがあると、つい説明に熱が入るものです。特に中小企業の皆様においては、素晴らしい製品・サービス・技術をお持ちで、自ら開発にかかわっていれば、なおさらすぐにも説明したくなることでしょう。

実際、中小企業の皆様との研修では、2人組になっていただいて、自社の良い点を1分で説明して、終わってから相手の説明がわかりやすかったどうかをフィードバック(前向きなコメント)する異業種同士の演習をやります。すると何が起これると思いますか？

相手の説明についてのフィードバックをと申し上げているにもかかわらず、だいたい、自分の説明が終わってからも相手に自社製品やサービスの補足説明を熱く続けています。笑い話ではなく、本当の話なのです。自社製品・サービスを広めたいという思いが強すぎて空回りしているのです。

「売って、売って、売りまくるプレゼンテーションのコツ」は、自社製品・サービス・技術を上手く説明することではなく、商談中のお客様の気持ちの動きに常に注意を払うことです。

最高のタイミングでお客様の背中を押す「いかがですか？」のひと言を繰り返すために、ぜひ実践してみてください。



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/>

社長の  
座右の銘

『そう決めたとき 道が開ける』

株式会社清水硝子 代表取締役 清水 三千代

弊社にも私自身にとっても一番大変なときにお世話になった大切な方から贈っていただいた色紙の言葉で、その後の人生において心の支えになった言葉です。

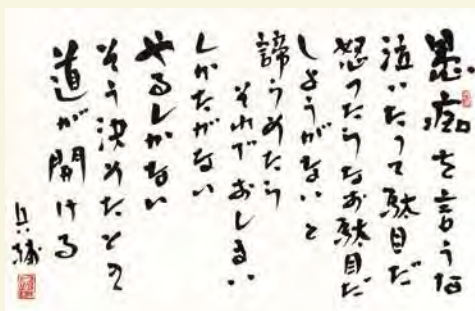
弊社は、ほぼ下請けの仕事だけで生きてきた会社でしたが、バブル崩壊後、親会社の仕事が急激に減ってしまった1991(平成3)年夏、頼りにしていた専務(主人)が脳出血で急死、社長である父もその3年後に病死、どうしていいのかと途方に暮れていたときに、かけていただいた言葉です。

会社の職人達の生活もかかっている。14歳を頭に

小さな4人の子供たちのためにできることは何か、何をどうしたらいいのか、右も左もわからない状態で社長に就任いたしました。

いただいた言葉通り、愚痴を言っている暇も無く、日々の仕事を創るために諦めず、ただただ前向きにがんばるしかありませんでした。

いろいろな方々に素直に教えを請い、支えていただき、職人達の技量と心意気に助けられて現在が有ると思っています。まだまだ十分ではありませんが、この言葉を胸に次世代への橋渡しができるまで…。



「愚痴を言うな  
泣いたって駄目だ  
怒ったらなお駄目だ  
しようがないと諦めたらそれでおしまい  
しかたがない  
やるしかない  
そう決めたとき  
道が開ける」

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	資本金 従業員数 業種	加工内容	得意分野	自己PR
1	No.000046179 豊島区	- 6人 プラスチック 製品製造業	樹脂製品の設計・試作、金型設計、クリーンルーム内での成形加工、パッケージングまで	EOG滅菌システム導入／医療機器製品／ディスプレイ製品	中国現地法人の工場を昨年設立。低コストで樹脂の筐体設計から試作、量産用金型設計、量産品納品まで、ご予算に応じた対応可能です。

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!

# Information

## 「製品改良・規格等適合化支援事業」、「TOKYOイチオシ応援事業」の説明会を開催します

都内中小企業者等を対象とした2つの助成事業の説明会を開催いたします。説明会は事前予約制です。詳細は公社WEBサイトをご覧ください。

### ◆製品改良・規格等適合化支援事業

国内外の新たな販路開拓に向けた自社製品等の改良や、輸出等に必要となる規格適合等に取り組む都内中小企業者に対し、製品改良や規格適合・認証取得(ISO・IEC・CEマーキング等)に要する経費の一部を助成します。

### ◆TOKYOイチオシ応援事業

都内中小企業者等が行う「地域資源」(東京の産物・技術・観光資源等)を活用した新製品・新サービスの開発・改良に対し、経費の一部を助成します。また、地域応援アドバイザーによるハンズオン支援を行います。

**開催日時** ①7月24日(水)  
②7月25日(木)  
③8月 2日(金)  
④8月 6日(火)  
⑤8月21日(水)  
\*いずれも13:30~16:00

**開催会場** ①多摩支社2階 大会議室  
(昭島市東町3-6-1)  
②城南支社2階 東京都研修室  
(大田区南蒲田1-20-20)  
③秋葉原庁舎3階 第1会議室  
(千代田区神田佐久間町1-9)  
④中小企業会館9階 講堂  
(中央区銀座2-10-18)  
⑤秋葉原庁舎3階 第1会議室  
(千代田区神田佐久間町1-9)

**募集数** ①100名  
② 70名  
③120名  
④100名  
⑤120名

**申込方法** 公社WEBページよりお申し込みください。

### TOKYOイチオシ応援事業採択事例 「東京の工芸品を繋ぐぬいぐるみ&ワークショップ事業」



江戸切子の意匠を取り入れたぬいぐるみ(写真右)

#### お問い合わせ・お申し込み

助成課

TEL : 03-3251-7895 Email : josei@tokyo-kosha.or.jp  
http://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/1906/0002.html

東京都 公社 助成金

検索



製品改良・規格等適合化支援事業

http://www.tokyo-kosha.or.jp/support/josei/jigyokairyo.html

TOKYOイチオシ応援事業

http://www.tokyo-kosha.or.jp/support/josei/jigyochioshi.html

## 第21回産業ときめきフェアin EDOGAWA出展企業募集

製造業を中心とした企業が一堂に会し、展示・実演等を通じて優れた製品や技術力を紹介する「産業ときめきフェア」を今年も開催します。ご出展いただき、新たな販路拡大や同業種の方との情報交換にご活用ください。

**開催日程** 11月15日(金)・16日(土)  
**開催会場** タワーホール船堀  
1階展示ホール/2階イベントホール、他  
(江戸川区船堀4-1-1)  
**入場料** 無料

**出展料** 1ブース(2m×2m) 15,000円~  
**募集数** 130社(先着順)  
**申込方法** 下記WEBページから、あるいはお電話  
でお申し込みください。  
**申込期限** 7月31日(水)

#### お問い合わせ・お申し込み

産業ときめきフェア実行委員会事務局(江戸川区産業振興課計画係内)

TEL : 03-5662-0525 FAX : 03-5662-0812

https://www.city.edogawa.tokyo.jp/e032/shigotosangyo/tokimeki/moushikomi.html



## 社長さん！「知らない」では済まされません どうする？ 中小企業のための「働き方改革」対策セミナー

2019年4月から施行される「働き方改革関連法」。中小企業に順次適用され、法改正に対応した労務管理が求められます。公社では都内中小企業の皆さまが円滑に対応を進められるよう、法律の基礎から対策のポイントについて解説します。

開催日時 8月6日(火) 14:00～16:00  
開催会場 東京都城南地域中小企業振興センター  
(大田区産業プラザPiO)2階 東京都研修室  
(大田区南蒲田1-20-20)

受講料 無料  
募集対象 東京都内中小企業の経営者の方  
(コンサルタント・士業の方を除く)  
講師 社会保険労務士 中小企業診断士  
キャリアコンサルタント  
谷 進二氏

募集数 80名(先着順)  
申込方法 公社WEBページ募集案内より必要事項  
を入力し、お申し込みください。  
申込期限 7月26日(金)

お問い合わせ・お申し込み  
城南支社  
TEL : 03-3733-6284  
FAX : 03-3735-3758  
<http://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/1906/0006.html>



## 第2回「ビジネスマッチングin東京」“受注側参加企業”を募集します！

商談会参加予定の発注企業の「発注案件情報」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 9月11日(水) 13:00～16:30  
参加費 無料  
開催会場 東京都立産業貿易センター台東館  
7階展示室  
(台東区花川戸2-6-5)  
<http://www.sanbo.metro.tokyo.jp/taito/access/>

募集対象 東京都内に事業所がある中小企業の方  
募集数 受注企業90社程度  
※募集数に達し次第締め切らせていただく場合もあります。

商談方法 事前に商談スケジュールを組み合わせ  
し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)  
申込方法 下記WEBページの申込フォームより、  
必要事項を入力し、お申し込みください。  
申込期限 7月26日(金) 17:00まで

お問い合わせ・お申し込み  
取引振興課  
TEL : 03-3251-7883  
Email : [bm@tokyo-kosha.or.jp](mailto:bm@tokyo-kosha.or.jp)  
<http://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/matching2019/index4.html>



## 第20回異業種フォーラム2019in あだち

「他企業と情報交換・タイアップがしたい」と考えているアナタ！  
毎年多くの参加者同士が連携し、ビジネスに繋がっている異業種フォーラムを今年も開催します。

開催日時 9月7日(土) 13:00～17:50  
開催会場 シアター1010ギャラリー  
(北千住駅西口 マルイ11階)  
入場料 無料  
募集数 150名(先着順)  
申込方法 右記WEBページの申込フォームから、  
お申し込みください。  
申込期限 8月7日(水)

お問い合わせ・お申し込み  
足立区役所  
産業経済部産業振興課ものづくり振興係  
TEL : 03-3880-5869  
FAX : 03-3880-5605  
<http://www.city.adachi.tokyo.jp/s-shinko/shigoto/igyousyu2.html>



# 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
7月	7月19日(金)	経営人材育成セミナー 「強い会社は、経営人材とつくる」～経営人材は企業の成長を導くキーパーソン～	13:30～16:00	秋葉原庁舎 3階第1会議室 (千代田区)	無料	企業人材
	7月19日(金)	メンタルヘルス推進リーダー養成講座 (医療) 【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
	7月24日(水) 7月25日(木)	貿易実務者養成講習会(第4回) 「基礎から学ぶ輸出実務」(初級) (2日間)	10:00～16:00	台東区民会館 (台東区)	15,000円	国際
	7月25日(木)	アメリカ特許セミナー	14:00～17:00	秋葉原庁舎 3階第1会議室 (千代田区)	無料	知財
	7月26日(金)	模倣品対策と税関差止制度 ～中小企業にとっての模倣品対策とは～	14:00～17:00	東京都知的財産総合 センター 知財センター会議室(大) 地下1階(台東区)	無料	知財
	注目1 7月26日(金)	第1回革新的サービスの事業化支援事業 『『脱下請け』のための新規事業開発』 セミナー	13:30～16:20	AP秋葉原 4階Hルーム (台東区)	無料	企業人材
	7月30日(火)	民法(債権法)改正知財セミナー ～民法(債権法)改正の技術契約への 影響～	14:00～17:00	秋葉原庁舎 3階第1会議室 (千代田区)	無料	知財
8月	注目2 8月 2日(金)	海外展開チャレンジセミナー ～変貌するインドネシア市場と中小企業 の海外戦略～	14:00～17:00	ベルサール秋葉原 (千代田区)	無料	国際
	注目3 8月 5日(月) 第1回 9月12日(木) 第2回 10月16日(水) 第3回 11月26日(火) 第4回	ステージ1 BCP策定講座(風水害編) *第1～4回とも内容は共通です。	13:30～18:00	秋葉原庁舎 3階第1会議室 (千代田区)	無料	総合支援
	8月 6日(火)	社長さん!「知らない」では済まされません どうする? 中小企業のための 「働き方改革」対策セミナー	14:00～16:00	大田区産業プラザ PiO (大田区)	無料	城南
	8月 7日(水)	メンタルヘルス推進リーダー養成講座 (マネジメント) 【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
	8月22日(木)	メンタルヘルス推進リーダー養成講座 (マネジメント) 【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

\*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

国際

国際事業課

城南

城南支社

企業人材

企業人材支援課

総合支援

総合支援課

## 注目1

### 第1回革新的サービスの事業化支援事業 普及・啓発セミナー 「『脱下請け』のための新規事業開発」

経営環境が不安定となっている昨今、中小企業において新規事業の立ち上げ、自社ブランドの確立は不可欠となっています。新規事業を立ち上げて「脱下請け」に成功した山口社長(株式会社ハーツ)の講演や、新規事業立ち上げに必要なポイントを中小企業診断士 酒井先生よりお伝えします。新規事業をご検討中の皆さまの参加を心よりお待ちしております。

開催日	7月26日(金) 13:30~16:20	内容	【第1部】 「先進事例企業講演」 株式会社ハーツ 代表取締役 山口 裕詮 氏
開催会場	AP秋葉原 4階Hルーム (台東区秋葉原1-1 秋葉原ビジネスセンター 4階)		【第2部】 「新規事業立ち上げに必要なこと」 東京都新サービス創出スクール 講師兼インストラクター 中小企業診断士 酒井 勇貴 氏
受講料	無料		【第3部】 公社事業案内 「東京都新サービス創出スクール」
募集対象	新規事業立ち上げを検討中の経営者・管理職者等の方 *大企業およびコンサルティング業に従事する方のお申し込みはご遠慮ください。		
募集数	40名(先着順)		
申込方法	右記WEBページの申込フォームよりお申し込みいただくか、申込書をダウンロードしてFAXでお申し込みください。		

お問い合わせ・お申し込み  
企業人材支援課  
TEL : 03-3251-7904  
FAX : 03-3251-7909  
Email : sangyo-jinzai@tokyo-kosha.or.jp  
<http://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/1905/0014.html>



## 注目2

### 海外展開チャレンジセミナー ～変貌するインドネシア市場と中小企業の海外戦略～

4月の大統領選挙の後、変わりゆくインドネシア情勢について、最新の動向、日本企業の進出事例、パートナー企業の選定方法など、インドネシア市場への展開に役立つ情報を提供いたします。

開催日	8月2日(金) 14:00~17:00	講師	フマキラー株式会社 相談役 山下 修作 氏
開催会場	ベルサール秋葉原 (千代田区外神田3-12-8 住友不動産秋葉原ビルB1)		PASIA株式会社 代表取締役 市川 奈央子 氏
受講料	無料		武蔵塗料ホールディングス株式会社 代表取締役 福井 裕美子 氏
募集対象	都内中小企業で海外展開をご検討している方		
募集数	100名(先着順)		
申込方法	右記WEBページの申込書でお申し込みください。		
申込期限	8月1日(木)		

お問い合わせ・お申し込み(PDF)  
国際事業課  
TEL : 03-5822-7241  
FAX : 03-5822-7240  
Email : ttc@tokyo-kosha.or.jp  
[https://www.tokyo-trade-center.or.jp/TTC/oversea\\_challenge/data/form.pdf](https://www.tokyo-trade-center.or.jp/TTC/oversea_challenge/data/form.pdf)



## 注目3

### 「BCP策定講座」(風水害編)ステージ1

BCP(Business Continuity Plan/事業継続計画)の基本方針策定からBCP文書の作成、社内への定着までを見据えた短期集中型のBCP策定支援プログラムを実施します。講義と演習を通じて理解を深め、自社BCPの基本方針や災害発生時の初動対応を決めるところまで進みます。\*ステージ2「BCP策定コンサルティング」の参加条件になります。

開催日	8月5日(月)、9月12日(木) 10月16日(水)、11月26日(火) *各回の内容は共通です。 *いずれも13:30~18:00開催です。	募集数	各回20社(先着順)*1社2名まで *定員に達し次第締め切らせていただきます。
開催会場	秋葉原庁舎3階第1会議室	申込方法	下記WEBページの申込フォームよりお申し込みください。
受講料	無料		
募集対象	都内中小企業者(意思決定のできる方)		

お問い合わせ  
総合支援課 BCP策定支援事業 事務局  
TEL : 03-3251-7881  
<http://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/1904/0007.html>





商品ジャーナリスト・北村 森

## 「なに、これ？」から50万本のヒットに



社長は、約30年にわたって運動指導の分野に携わってきた人物です。そんな彼がものづくりという未知の分野に挑んだのは10年以上前のことでした。ただの円形ではなくて三次元の形であれば、腕などのストレッチをうまく補助できるはずと思い立ち、商品化に動きます。肩に力を入れなくて腕にひねりを容易に加えられる形状は、開発の初期段階で見つけ出しました。

ところが、ここからが大変だった。商品化には金型メーカーの助けが要るし、費用は数百万円単位でかかります。さらに言うと、一見単純なようであって、思いのほか加工が難しいこともわかった。真っ直ぐなところがひとつもないからです。「こんなものをつくってどうする？」との声も周囲から上がりました。

それでも、2008年に商品化を完遂。いくつものスポーツクラブに日参し、見本市にも出展しました。そこで聞かれたのはまず「なに、これ？」という言葉。まだ見ぬものに出会うと、人はそう

つぶやきますね。そしてこの「なに、これ？」と言わせるだけの違和感こそが商品ヒットの芽だと、私は思います。

スポーツクラブのみならず、東急ハンズなどもいち早く取り扱いを始め、約10年で50万本を窺う売れ行きを記録しています。

ちなみに、商品化に力を貸してくれたのは荒川区の工場。つまりこれは、東京から生まれ、育った商品であるのですね。

ウェーブストレッチリング  
販売価格4000円(税別)  
容易にストレッチできる  
オリジナルのサポート器具  
株式会社MAKIスポーツ  
<https://www.wavestretch.com/>



植物油インキを使用しています。