

がんばる中小企業のためのビジネス情報誌

ARGUS

10

2019
No.491
アーガス

光学のプロデューサー

04
その悩み、プロモーションで解決しましょう！
中小企業プロモーション支援事業(強化支援)

05
発表展示商談会「東京くらしのフェスティバル2019」
産業貿易センター自主企画事業

08
人材ナビゲータ支援事例
～若手人材から選ばれる会社へ～
老舗企業「俺の背中を見て育て」から脱却の一步

10
誰もが営業即戦力
第7回 これは、「おむすび」か「おにぎり」か？
～共感のつくり方～

12
■トークセッション
実践した経営者が語る！かくれた資産の見える化で増収増益

- 「大阪ガス株式会社 技術ニーズ説明会」参加者募集！
- 「ポジティブメンタルヘルス・シンポジウム&相談会」を開催します！
- 「第23回いたばし産業見本市 製造と加工技術展2019」
- ～現在を造る 未来を創る 江戸川のものづくり～
第21回産業ときめきフェア in EDOGAWA

15
ネットクラブ会員制度をリニューアルしました

キラリTOKYO
株式会社フジタ・ジャパン 代表取締役社長 藤田 登美雄

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157回 株式会社フジタ・ジャパン



「細径配管点検用パイプカメラ」のケーブルは最長70mに及び、狭くて暗い場所でも、観察したい場所をきちんと確認できる

ニッチなニーズに合った光学製品を開発

フジタ・ジャパンの代表取締役社長を務める藤田登美雄氏は大学卒業後、光学メーカーに勤務した。その企業が倒産し、いったん自分で会社を立ち上げたが、別の光学材料メーカーに入社して、レンズの設計や製造、営業など光学製品に関する幅広い業務を経験。企画開発力を磨いて収益性の高い新製品を生み出す重要性を学んだ。

そして1989年、休眠状態だった会社を「フジタ・ジャパン」に社名変更し、再独立を果たす。以来、前職で学んだ企画開発力を生かし、ニッチなニーズに応える光学製品づくりを展開してきた。

たとえば、曲がるケーブルの先に回転・首振り機能を持つカメラをつけた「細径配管点検用パイプカメラ」。下水道などの点検には狭い管内での作業が不可欠だが、これには転落や酸欠などの危険性がつきまとう。細い管の場合は内部を観察することすら難しい。ところが、「細径配管点検用パイプカメラ」は、医療機器の内視鏡のように管の中を巡り、数十m先まで見通せるため、通信会社などで多数採用されている隠れたヒット商品となっている。

また、このところ注目されているのが、新製品「高所撮影 Jidoribo-Pro (自撮り棒プロ)」だ。

「これは、軽くて簡単に組み立てられる三脚の上に、自社開発の角度調整機構とデジタルカメラをつけた製品です。たとえばリフォーム会社などが住宅の屋根の上を確認したい場合、従来はわざわざ足場を組む、梯子を使うなど目視する必要がありました。また、最近はドローンが出てきましたが、規制が多く、操作が難しく壊れた箇所などをピンポイントで写すのは大変です。そうした悩みに応え、10m程度の高所を手軽に、しかも正確に低コストで見られるようにしたのが『高所撮影 Jidoribo-Pro』なのです」(藤田氏)

他にも、防犯カメラや顕微鏡、医療機器など、多彩な光学機器を顧客の要望に応じて提案している。

複数技術を組み合わせ周囲と連携した開発

フジタ・ジャパン最大の強みは「技術をつなぐ/アイデア力」だ。「たとえば『高所撮影 Jidoribo-Pro』に使われている技術は、決して最先端のものではありません。私たちはすでにある技術を組み合わせたり、他分野の技術を製品づくりに応用したりして、お客さまのご要望に応じています。そのためにも、1つの技術にこだわらず、幅広い視野と柔軟な発想力でものづくりを進めるのが一番。今は、1つの製品・技術だけで長く食べていける時代ではないと私は感じています。当社の開発担当者は、私も含めてシニ

光学製品の「プロデューサー」

[会社概要]

代表：代表取締役社長 藤田 登美雄 氏

業種：工業用内視鏡や防犯カメラを始めとする各種光学製品の
設計、開発、販売

資本金：2000万円

従業員：8名（2019年8月現在）

所在地：東京都板橋区前野町2-14-12 丸好ビル2-3F

TEL：03-5916-0711 FAX：03-5876-4777

<http://www.fujita-jpn.co.jp/>



1つの分野にこだわらない

「以前、当社は、歯科医が使う口腔内カメラの業界で日本一のシェアを獲得していました。しかし、安価な競合品が登場してきたため、早々に見切って別の分野に乗り出したのです。競争が少なく、自社の強みを発揮できる領域にいち早く進出して先行者利益を得るのが当社の方針です」（藤田氏）



「高所撮影Jidoribo-Pro」は首振り調整がしやすく、360度回転可能なので現場で使いやすいと好評



「高所撮影Jidoribo-Pro」の特許証。逆さ利用で橋梁の裏側を撮影・点検できる仕組みだ



近年は展示会にも積極的に参加し、新たな市場の可能性を模索しているところだ

アばかり。でも、自らの専門領域に閉じこもらず、幅広い分野に関心を持っています。だからこそ、レンズ加工メーカーや金型製作会社などの他社ともうまく連携し、『ものづくりのプロデューサー』として周囲をまとめられるのでしょう」（藤田氏）

アイデア力と柔軟性を磨くのは、従業員にとって決して簡単な課題ではない。そこで藤田氏が心がけているのは、従業員が顧客と会う機会をできるだけ多くすることだ。

「お客さまはこちらにいろいろな要望をぶつけてきます。それらに悩み、課題を解決するために何とか知恵を絞る。そして同僚や他社の力なども借りながら工夫を重ね、結果を残してお客さまに喜ばれる。そうしたサイクルを繰り返すことが社員の力を伸ばすのではないのでしょうか」（藤田氏）

次世代が育つまでの収益の柱を生み出したい

フジタ・ジャパンにとって目下の課題は、次世代人材の育成だ。現在、大学生の三男が藤田氏の後を継ぐ予定。

「我々に求められるのは、さまざまな企業のハブとなってゼロから製品をつくる役割です。それには、発想力や人を巻き込む力が欠かせませんが、これらは実践の場で鍛えられなければ磨けません。三男が一人前の『プロデューサー』に成長するには、おそ

らく10年以上は必要でしょう」（藤田氏）

そこで現在は、次世代が育つまでに収益の柱となる製品をつくらうと取り組んでいるところだ。

「世の中には『細径配管点検用パイプカメラ』に似た製品もありますが、それらが届くのはせいぜい5m程度。当社のように20～70mも伸ばせるような製品はめったにありません。おそらく、『ケーブルが長い製品の方が役立つ』という発想と、それを実現する技術がないからだと思います。

当社は小さな企業ですが、技術力と発想力を生かして唯一無二の製品をつくれれば、商品寿命の長い製品になると確信しています。今はそうした商品を1つでも多く生み出し、次世代が育つまでは、会社が成長するための原動力としたいですね」（藤田氏）

取材後記

藤田社長の、お客さまの信頼を得るための熱意とモノづくりにかける熱意には並々ならぬものがあります。潜在ニーズに対応するため、日々アイデアをしたためている姿が印象的です。公社では自撮り棒プロの特許取得や販路拡大を中心にご支援をしています。ご訪問のたび、当製品の売れゆきや進捗を聞くのが楽しみです。

（城南支社 高井はな子）

そのお悩み、プロモーションで解決しましょう!

「価格競争力はあるのになぜか売れない」

「技術はすごいはずなのになぜか売れない」

「ニーズはつかんでいるはずなのになぜか売れない」・・・

こんなお悩みはありませんか? 当事業ではこの「なぜ」を解き明かし、売上拡大に導きます。

■中小企業プロモーション支援事業3つの特徴

1. 売上拡大
 - ☞売れない原因を分析し、効果的なプロモーションを実施
2. 人材育成
 - ☞自社における日頃からの基礎的なプロモーションレベルの向上
3. ハンズオン支援
 - ☞プロモーションに関する基礎的な知識の習得から実践まで2年間にわたる支援

■支援の流れ

STEP1 (1年目)	ワークショップ 支援の土台となるプロモーションやマーケティングに関する基礎知識・ノウハウを習得。
STEP2 (1~2年目)	プロモーションの戦略策定 自社の市場・競合・ターゲットを分析し、自社の課題に応じたプロモーション手法を選定。
STEP3 (2年目)	プロモーションの施策実行 STEP2で策定した戦略に沿って、プロモーションを実践。



■ご利用にあたって

募集期間中にお申し込みいただき、審査に通過後、支援開始となります。
都内に実質的な事業所があれば、業種・業歴は問いません。(次回募集時期は未定ですが、例年4月に受け付けております。)

中小企業プロモーション支援事業(強化支援)の支援企業が「東京インターナショナルギフト・ショー秋2019」に出展いたしました。



2年間にわたり自社のプロモーション戦略を立案・実行できる人材育成を支援する当事業として、支援企業とともに「第88回東京インターナショナルギフト・ショー秋2019」に出展いたしました。「変化し続ける東京の中小企業20」のコンセプトのもと、製品展示にとどまらず、積極的に変化し挑戦し続ける姿勢として、プロモーションを大胆に展開し、各企業の魅力を発信いたしました。会期中は来場者に対する各社の「ワークショップ」や、各ブースの展示のポイントをご案内する「ブースツアー」を行い、多くの皆さまにご来場いただきました。次回は、11月13日(水)~15日(金)に「産業交流展2019」に出展いたします。ぜひご来場のうえ、プロモーション力強化の一助となれば幸いです。



ワークショップの様子
(出展企業 (株)ぶるーむ)



ブースツアーの様子

<https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shien/promotion/kyouka/exhibition.html>

お問い合わせ
経営戦略課 販路開拓係
中小企業プロモーション支援事業担当
TEL: 03-5822-7234 E-mail: promotion@tokyo-kosha.or.jp

詳細

<https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shien/promotion/kyouka/index.html>



東京 いいもの 新発見！ 発表展示商談会

「東京くらしのフェスティバル2019」



東京くらしのフェスティバルは公社が主催する生活関連商品をテーマとした展示商談会です。「たのしむ」「おしゃれ」「すこやか」「そなえる」「べんり」の5テーマに沿って、その魅力を発信します。大規模展示会では出会えない、都内中小企業の「あっとおどろくいいもの」に出会うことができます。バイヤーが出展商品进行评估した「バイヤーが選ぶトップ10」も実施します。

開催日時 10月31日(木)・11月1日(金) 10:00~17:00
開催会場 東京都立産業貿易センター台東館 6階(台東区花川戸2-6-5)
入場料 無料

注目の企画コーナー

暮らしのワンシーン

数多くの「住まい」の悩みを解決してきた「住まい方アドバイザー」近藤典子氏監修のもと、「くらフェス」出展商品を組み合わせたコーナー。商品の利用シーンをイメージできる空間で、暮らしを豊かにする商品との出会いの場をご提供いたします。



監修: 近藤 典子 氏
(株式会社 近藤典子 Home&Life研究所 取締役)

売り場のシーン

ホームファインディングビジネスに精通した専門家監修のもと、「くらフェス」出展商品を用いた売り場での見せ方や展示方法をご紹介します。



監修: 阪井 聡司 氏
(有限会社エイオーワン)

同時開催セミナー

第3回東京都デザイン導入支援セミナー 中小企業だからこそ活用したいデザイン経営

—デザイン経営を自分ごとにするために、事例から読み解く距離と可能性—

11月1日(金) 13:00~15:00
会場: 台東区民会館8階 第2会議室
募集人員: 50名 (先着順・要事前申し込み・参加費無料)

2018年5月に経済産業省・特許庁が発表した『「デザイン経営」宣言』から1年余り経ちました。組織や企業の経営者層における関心の高まりとあわせて、企業の導入事例も増えてきています。本セミナーでは、「デザイン経営」の基本的な構造や考え方を学ぶとともに、中小企業における「デザイン経営」導入の価値や経営者がデザイナーの知見やデザイン力をどう活用していけばよいのか、事例を読み解きながら理解を深めていきます。



講師
株式会社ロフトワーク
二本柳 友彦 氏

講師プロフィール

2014年ロフトワークに入社。地域産業とクリエイティブを融合させ、国内外問わずマーケットの獲得を目指す経済産業省のプロジェクトを起点に、行政、地域に関連する事業を担当。昨年、特許庁のデザイン経営に関連する事業を担当したことをきっかけに、デザイン経営の概念を取り入れたプロジェクトの企画を積極的に行っている。

第3回人材戦略セミナー 社員の幸せを実現する経営

—社員が仕事へのやりがい・喜び・達成感を持って働ける企業の理念・戦略・取り組み—

11月1日(金) 13:30~15:30
会場: 台東区民会館8階 第5会議室
募集人員: 60名 (先着順・要事前申し込み・参加費無料)

社員にモチベーション高く自主的に働いてほしい、と考える経営者は多くいます。節句人形という伝統文化の中で新風を巻き起こした株式会社ふらここでは、顧客ニーズに応えられる自主的でチャレンジングな社員たちによって、お客さまの満足度も高く、毎年売売を維持しています。戦略や当社の人事制度、現場の取り組みについてお話しさせていただきます。



講師
株式会社ふらここ
代表取締役 原 英洋 氏

株式会社ふらここ

設立: 2008年 社員数: 23名
受賞歴
2015年「ダイバーシティ経営企業100選」受賞
2016年「はばたく中小企業300」(経済産業省中小企業庁)表彰
2018年東京都経営革新最優秀賞 受賞



小さくかわいい
赤ちゃん顔の雛人形
「まいまい」 小花に唐草

お問い合わせ

東京くらしのフェスティバル2019事務局
TEL: 03-3263-3541 https://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/kurashi_festival2019/index.html



中小企業経営の ツボ



三尾会計事務所
代表 三尾 隆志

確実に利益と資金を 確保する

将来への不安からの脱出

過去10年の、得意先ごとの年間売上と利益額を時系列で並べてみると、10年間で、その内容が大きく変化していることが多いものです。

10年前には、自社にとって売上高ナンバーワンの得意先が、今では上位10位以内にも入っていない。一方で、以前は小さな取引しかしていなかった得意先が、今では会社利益に大きく貢献している、などです。

10年という尺度で見ると、そのようなことが必ず起こるものです。

そうであるなら、今期は好調であるからといって、来期以降、利益を確実に稼ぎ出し、資金繰りに不安のない状態を継続できる保証はどこにもないことになります。

それゆえ、経営者は現状に甘んずることなく、常にチャレンジし続けなければならないのですが、とりあえず目先の仕事をこなし続けることに集中してしまっ、将来の不安から脱出する方策を忘れがちです。

また、過去から続いている顧客との関係が保証されていない以上、経営者がチャレンジしたとしても間雲に動いて成果を期待することなど、まずできません。

まずは冒頭のように、過去から続く顧客との関係を「見える」ように分析してみることで、そのうえで特定の顧客が、皆さんに何を期待し、何を評価してつき合っているのか、また、消えていった顧客は何が理由だったのかを数字で明確にし、理解することです。

会社の未来は、過去の顧客の行動を理解することで、必ず見えてきます。安心してください。

先が読めるようになる

顧客が何らかの理由で皆さんの会社に期待しているのなら、そう簡単に売上が激減することはありません。

それゆえ、毎月の受注や販売の結果だけに一喜一憂するのではなく、「新たな仕事を獲得する」「既存の顧客から新たな仕事を確保する」「過去の顧客との関係を再構築する」など、なすべき行動を整理してみることで。

今日までの売上は過去のものであって、経営者はこれからの売上を確保しなければならないのですから、行動を正

しく整理し、具体的に行動計画を作成したうえで実行に移すというぐらいのことは必要です。

たとえば、「同業者との接触を週に3回は行い、情報を収集する」「既存の顧客（担当者）から、その会社の他部署への紹介を貰うため、毎月1回は、担当者和その上司と接触する」、さらに「毎月1回は、現在の得意先と同業種の顧客をリストアップし、金融機関や各種団体を通じて紹介してもらう」など。どうしても売上を維持拡大させなければ、その可能性と方法はいくらでもあります。

先が読めるということは、自分たちの行動を思い描くことができ、実際に動くことで必ず成果が出る道筋を把握する、ということでもあります。

会社経営は占いではありません。正しい行動を実践した数だけ、先をよく読むことができるようになるものです。

目標と手順の明確化

正しい行動を確実に実践すれば、先を読むことができます。しかし、なかなかそうはいかないという人もいるでしょう。

会社経営には越えなければならないハードルがあるのです。

試算表を見て今月は赤だったとか、今期は仕事が少なかったというような管理をしているだけなら、会社に未来はありません。越えるべきハードル、すなわち、年間何千万円、何億円という給与・賞与や設備投資、その他の管理コストは売上がゼロでも発生するからです。

過去に調達した何本もの長期の借入金の返済に必要な税引後利益、将来の成長のための開発、営業リスクの負担など、越えなければならないハードルの金額を具体的に認識するべきです。

越えるべきハードルが明確になると、達成すべき売上高と限界利益（売上高から変動コストを差し引いた利益）は逆算で明らかになり、今から取るべき売上を確保するための行動も明確になります。

目標のない会社経営でうまく行くのはまぐれです。「まぐれ」に会社の継続を託す訳にはいきません。そして、目標を定め、たうえて、経営者が持つべきは、どうしてもその目標を達成しようとする「情熱」なのです。

労務管理の エトセトラ

いきいきとした 職場環境づくりに ついて

大塚経営労務管理事務所
大塚 昌子



Q

当社は、ITサービス事業を行っています。組織が縦割り体質となっており、また、従業員間でのコミュニケーションも悪く「挨拶をしない」「自分以外の電話を取らない」など、このままではお客さまトラブルに発展する可能性もあるため何とかしたいと考えています。従業員が協力し合い、いきいきと働いてもらえるようにするにはどのようにすればよいのでしょうか？

A

社内のいきいきとした職場環境づくりについては、悩みをお聞きすることが多く、「仕事にやらされ感があり、何かトラブルがあると周りの責任にしてしまう」「自分の仕事以外に関心がなく、協力しようとする意識が薄い」など会社の雰囲気自体が悪く、仕事の質や効率性を追求する以前に大きな問題を抱えているケースが見受けられます。このような状況は、定着率や労働生産性の低下につながる可能性が高く、社風改善に取り組んでいく必要があります。

1. 会社と従業員との絆づくりについて

エンゲージメントとは、会社と従業員間の絆を意味します。現状はこの絆がうまく結べていない状態にあります。いかに従業員が会社に愛着心を抱き、会社と一体となって自己成長していく絆を築くのが鍵となります。そのためには、従業員がまず、働くことに誇りを持ち、自分を認め、他者を信じることで、周りの役に立とうとする精神を育成していくことが自己成長と会社の成長につながると考えます。

2. いきいきとした職場づくりへのステップ

社風を変えていくひとつの方策に、新たな仕組みを導入していくことが考えられます。社内コミュニケーションの施策として「社内報」「企業理念などをまとめたカードの配布」「体育系クラブサークルなどへの会社からの費用補助」や、社内イベントとして「ランチ会」「ボウリング大会」「バーベキュー」を実施することなどです。

行動することは大切ですが、重要なことは、制度導入に際して、目的を明らかにすることです。会社として目指す姿を明確にし、実現するために何をすべきかを示し、実行していくために従業員からは理解と共感を得ていくことが必要です。唐突に「今月からランチ会やります！」と従業員に告げても「何で？」ということになりかねません。まず、社内にプロジェクトチームを立ち上げるなどして、これから当社は変革していくのだということを浸透させていくことをお勧めいたします。

3. さまざまな社内活性化策について

(1) 社内コミュニケーション

社風を変えていきたいとお考えの場合「企業理念などをまとめたカードの配布」が有効な施策のひとつと考えられます。

会社と従業員との絆を深めていくためには、何のために働くのか、働く際に大切にすることは何かなど、会社として拠り所とする価値観や行動規範を具体的に示す必要があります。

会社の存在意義や将来像、価値観を示すものとして経営理念がありますが、それをより具体的にわかりやすく示すものとして「クレド(Credo)」があります。クレドとは「信条」「志」「約束」を示すラテン語です。

クレドは作成したものを、いかに従業員や会社の関係先にメッセージとして伝えていくかが重要です。クレドを浸透させる手法は、社内であれば、クレドを書いたものをカード化して従業員に配布し、いつでも従業員が心の拠り所として見ることができるよう携帯することや、朝礼などの集まりで読み上げる方法などがあります。社外に向けてということであれば、自社のWEBサイトやパンフレットなどへの掲載も有効です。

このように当社の従業員としての信条を具体的に示し会社全体で共有することや社外へメッセージを送ることにより、会社と従業員の絆を少しずつ築いていくことができるようになります。

(2) 社内イベント

社内のチームワーク形成や会社も盛り立てていこうとする社風をつくっていくことに貢献する施策のひとつとして「ランチ会」があります。社内交流の一環として、普段話す機会のない他部署のメンバーをランダムに選び、少し豪華なランチを楽しみながらのフランクな会話の機会をつくるというものです。

仕事以外の話をするきっかけともなり、お互いの人柄や趣味、交友関係などの理解が深まります。また、ランチであれば育児・介護などで短時間勤務している従業員も参加しやすい制度です。

いきいきとした職場環境づくりは一朝一夕に実現できるものではありません。従業員を巻き込みながら実現していきましょう。

人材ナビゲータ支援事例

～若手人材から選ばれる会社へ～
老舗企業「俺の背中を見て育て」から脱却の一步

一步先を行く 人材育成!!



100年以上続く老舗企業といえども、時代の流れと若手人材の意識の変化に対応すべく、これまでの安定的経営から一步進んで新たなステージに進まなければなりません。
管理職である幹部がそれを十分に意識し、新たな組織づくりを目指している企業をご紹介します。

株式会社水澤工務店は1914年（大正3年）創業、日本建築の粋を集めた高級和風住宅や美術館、料亭などを手がける老舗の工務店です。初代のものでづくりの精神や確かな技術が受け継がれ、一流の顧客層を持ち、建築家からも厚い信頼を得ています。

(株)水澤工務店が手がける日本建築



旧猪股邸(東京都世田谷区成城 別荘のプール(逗子)「成城五丁目猪股庭園」内)施工



株式会社水澤工務店
代表取締役：水澤 孝彦
創 業：1914年（大正3年）
資 本 金：9,000万円
従 業 員 数：93名（2019年8月現在）
本社所在地：〒135-0042 東京都江東区木場5丁目6番1号
TEL:03-3641-7111
FAX:03-3642-8646

1 厳しい採用難の時代に前に

建設業は、技術・技能を持った「人」が「もの」をつくるという労働集約型産業です。「人」の確保・育成が事業の発展には欠かせません。

(株)水澤工務店では、現場の人材不足が長時間労働につながりかねないということを特に懸念されていました。若手社員の育成は、個性を尊重するという方針のもと、これまでは技術職の所長が担ってきました。「働き方改革関連法」においては建設業の猶予措置があるものの、今後ますます採用難の時代になることなどから、今から何か始めないといけないと考えられて、公社の相談窓口を訪れ、人材ナビゲータの支援につながりました。

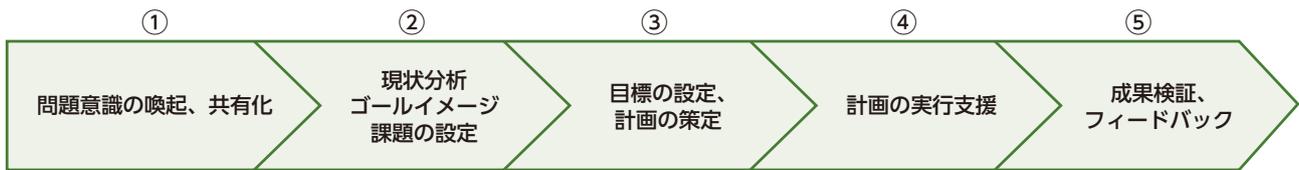
2 幹部によるプロジェクト

人材ナビゲータが訪問して、まず以下の5つを伺いました。

- ①会社の社歴と概要
- ②経営の考え方
- ③変容する住宅建築
- ④人事労務の現状
- ⑤時間外労働・有給休暇の取得の現状等、働き方改革関連法への対応事項

人材不足が大きな問題であるということでしたが、人員が確保できれば解決するというものではないことを理解されました。なぜなら建設業は“3K職場”の代表といわれており、工務店に対する若者のイメージも厳しくなっているからです。

■プロジェクトの流れ



そのような状況を踏まえて、人材ナビゲータから2つの点をお伝えしました。

1点目は、若者が会社に望んでいるのは、「会社で自分のキャリア成長が図れるか。そのための育成の仕組みはあるか」ということで、つまり、それは成長したいという思いがあるということです。

2点目は、「働き方改革」の目的は、単なる労働時間の短縮ではなく、多様な人材を育成し、その人材が活躍できる職場環境の形成であるということです。

そこで、第1に、人材の育成、それも長期的・計画的育成が必要であること、第2に、働きたいと思ってもらえる職場をつくることではないかと提言しました。

これまで技術職の現場にありがちだった「俺の背中を見て育て」は、今の若者には通用しません。若手人材に当社を選んでもらうためには、「前を向いて育てていく」ことにシフトし、社内の若手社員のニーズに応えるためにも組織がどうあるべきかについて先手を打つための取り組みを進めることになりました。

実際の取り組みにあたっては、人材ナビゲータが解決策を提示して支援するより、経営幹部の意識のベクトルを合わせて動くやり方がよいと考えて、「働きやすい会社をつくる」をテーマとした、幹部によるプロジェクトを、社長の承認を得て立ち上げることにしました。

3 「働きやすい会社をつくる会」

第1回プロジェクトの幹部ミーティングは、社長宣言から始まりました。事前に趣旨を説明して、会社や各部署の現状、そして課題等をまとめていただいておりますが、やはり人材の確保や働き方、中途退職者の問題などは、どの幹部からもあがってきました。プロジェクトの中で、「社員がここで働きたいと思える会社になろう」という意見にまとまり、そのためには、(株)水澤工務店が目指す「働きやすい会社」とはどのような会社をいうのか、そして、これからの「会社のあるべき姿」とはどのようなものかを考えるところからスタートすることにしました。

また、プロジェクト名はダイレクトに「働きやすい会社をつくる会」とし、幹部自らが率先して動いていこうという合意に至りました。

人材ナビゲータは、毎回、司会とファシリテーションを兼ねて、幹部の意見の吸い上げ(拡散)と収束をします。また、他社事例や統計調査結果の紹介、育成の考え方などを話し、幹部が

「自社において、どうすることがよいのか」を考えるためのバックアップをします。

このプロジェクトのゴールは、会社が目指すゴール(目標)を明確にし、それを実現させるための計画の策定と、その計画を全社に向けて発表し、全社一丸となって取り組むことで若手社員が育ち、働く人からも顧客からも選ばれる会社になることです。

これまで7回のミーティングを重ねてきました。第2回から第7回までは、現状を明確にしながら、このプロジェクトを進めることの重要性をしっかりと理解していただきました。

そして、(株)水澤工務店としての「理想」「あるべき姿」はどのようなものか、社員に伝える言葉を以下の通り決定しました。

仕事に誇りを持って、
良好なコミュニケーションとライフワークバランスを
大切にできる会社

課題については改めてカテゴリー分けをしたうえで、必要なことは何か、何を優先したらよいかなどの議論を進めているところです。

全7回のミーティングは決して順調に進んだわけではありませんでした。集約することの難しさや、「自分たちの意見をどうやって伝えるのか」など、難しさをそれぞれが感じているところです。しかし、毎回ミーティングの後には、部署内で必ず何かを実践するなど、試行錯誤しながら現在も前に進んでいます。

4 今後の期待と取り組み

このプロジェクトは、これからも継続していきます。回を重ねるごとに議論も活発になり、幹部が「しっかり考え抜く」ことで議論も深まっていくと期待されます。その過程で、社員のキャリアパスや教育プログラムの策定、評価の仕組みづくり、処遇の改善など、若手人材が納得する施策にも取り組み、プロジェクトのテーマである「働きやすい会社の実現」を図っていきます。

お問い合わせ

企業人材支援課 人材支援係(人材ナビゲータ派遣支援担当)
TEL:03-3251-7904 FAX:03-3251-7909
Email:sangyo-jinzai@tokyo-kosha.or.jp
<https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shien/jinzai/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7回 これは、「おむすび」か「おにぎり」か？～共感のつくり方

訪問先で、いきなり商品説明を始めたりして、お客様にうざりされてしまうことなく、お客様の本当の課題を伺ってくる。これが、これからの価値共創型営業(提案型営業)の理想的なスタイルです。そのためにまずは、お客様との共通点「共感を探しにいく」ということを前回お話しさせていただきました。

しかし、たまたまお客様との共通点がたくさんあったときだけお話が盛り上がったとしても、お話が続きにくい難しいお客様に対して手も足も出ないということでは、その「共感力」には再現性がなく、継続的に良い結果をつかむことはできません。

今回はさらに共感を生み出す具体的な方法をご紹介します。

お客様が「おむすび」と言ったら、「おにぎり」は封印する

その方法は、私が考えた方法ではなく、今から10年程前に、ある会社のトップ営業の方に伺った話です。

その会社は、富裕層向け証券会社で、目の前のお客様だけでなく、お子様、お孫様までおつき合いをさせていただくというコンセプトを強く打ち出していました。取引額も1件おそらく億単位です。メガバンク系でもあり、営業活動もさぞ順調なことでしょう。

「たくさんの商品をご契約いただく秘訣は何でしょうか？」という私の質問に対して、そのトップ営業の方はこのようにおっしゃったのです。

「金融商品には、詰まるところその商品に大きな差はありません、N証券からでも、D証券からでも同じような商品が購入できます。だから私が心がけていることは、目の前のお客様にいかに心地良くお過ごしいただけるかということなのです」

これを聞いた当時の私は、かなり驚きました。ネームバリューや会社の信用ではなく、最も大切なことが商談の心地良さとは……なんて謙虚なことをおっしゃるのだろうと感動したのを、まざまざと思い出します。

しかし、欲張りな私は、さらに「ではお客様に心地良くお過ごしいただくために心がけていることは何でしょうか？」とお聞

きましたのです。すると、「信頼関係を築くこと」という回答とともに、当時読まれていた書籍を紹介していただいたのですが、私はさらに、「具体的な手法の一端でもぜひ教えてください」と食い下がったのです。そんな私に教えてくださったのが、「お客様と徹底的に同じ言葉を使う」ということでした。

さまざまな業界用語があります、その会社特有の言い回しもあります。

お客様に心地良く過ごしていただきながら商談を進めていくためには「同じ言葉」を使用するのです。平たく言いますと、お客様が「おむすび」と言ったら、自分が日常は「おにぎり」を使っている、商談中は「おむすび」で通し、「おにぎり」を封印します。お客様が「関東だき」と言ったら、自分は「おでん」でしようと思ったとしても、「関東だき」で通すということです。

価値共創型営業とモノ売り営業の決定的な違い

この「お客様に心地良くお過ごしいただく」という考え方は、その後の私の商談スタイルに大きな影響を与えました。首尾一貫、どのような対応をすれば、お客様に心地良く過ごしていただけるかを、手を替え品を替え考えているといっても過言ではありません。

継続しておつき合いいただくお客様とともに価値を生み出していくスタイルの営業、このあたりが、以前のコラム(連載第3～4回)でお話しさせていただいた「マネキン(宣伝販売員)の掟」などのように、ただモノを売って、売って、売りまくるのがゴールとなる営業とは異なる点だと思えます。

私のセミナーでは、このような実践的なことを次々に皆さんにお伝えしては、実際にやっていただきます。共感が大切だということを頭で理解するのは簡単ですが、誰もが「営業即戦力」になるべく行動するには、このような実践的なやり方を一つひとつ身につけていくのが近道だと考えています。

皆さんの現場でも、これを実践すると、お客様の共感を呼ぶことができるという「小さな秘訣」をつくりましょう。



株式会社ピグマリオン
代表取締役 柏 恵子
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)



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展示会出展企業向けセミナーを担当。WEBサイトでさらに詳しく解説中。
<https://pygmalion-hrd.com/>

『技術・知恵・信頼をつなぎ社会貢献を目指す』

株式会社フジタ・ジャパン 代表取締役社長 藤田 登美雄

人生における成功の秘訣とは何か。
それは特別なことではなく、「着実に一步一步、工夫すること」だと考えます。

私は社会に出て初めて、勉強や努力だけではなく、『工夫すること』——すなわち、世の中になく新しいやり方を生み出すことの必要性を感じました。フジタ・ジャパンを設立したのもこの考えからです。それから40年。当社の使命は変わらず、さまざまな工夫を通じて「これまでにない、人が欲するものをつくること」だと考えています。

また、当社は、多くの方との出会いで成り立ってきました。それは業務上のパートナーであったり、ときには遊び仲間であったり。彼らが発する言葉は、フジタ・ジャパンの潤滑油でありエネルギーです。これまでを

振り返ると、彼らからもらったたくさんの「言葉」と、言葉から紡ぎ出される「信頼の意思」が、ふと立ち止まることのできる重要なポイントとなりました。

当社の社訓は「技術・知恵・信頼をつなぎ社会貢献を目指す」です。

現場で培った技術や知恵。多くの方との出会いや信頼。そしてそれらを組み合わせる工夫すること。さまざまな要素が絡み合って、当社の製品は生まれます。一方で、時代の変化はめまぐるしく、次の世代には新たな発想や工夫が必要になるでしょう。

それでも社訓「技術・知恵・信頼をつなぎ社会貢献を目指す」の核となる想いを将来にわたって継承し、ものづくりを通してこれを実現していきたいと思っています。

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	資本金 従業員数 業種	希望内容	得意分野	自己PR
1	No.00046317 板橋区	— 1人 ピクトグラム アート	オリジナルピクトグラムアートの 著作権販売。または、緊急避難速 報や緊急津波速報等の著作権レン タル	ピクトグラム／静止画・動画制 作／デザイン／展示会・講演会	これまでにない、世界中の誰が見て もわかる「安全」「安心」を提供しま す。ピクトグラムアートは世界初、知 的財産権＋知的財産権保護を取得し たアート作品です。
2	No.00046324 大田区	350万円 1人 金属加工業	関東圏での汎用フライス加工 (平面研削盤125×250)	立てフライス盤2番での片手サ イズ以下の角度加工を得意とし ています。	機械加工部門や3DCADCAM部門に おいて東京都の講師を21年勤めてい ます。材質はほとんど対応可能です。

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



～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!



ARGUSとは…ギリシャ神話に登場する百の目を持つ巨人の名前で、死角の無い彼は怪物退治などで多くの手柄を上げたといわれています。また、その様から鋭い目で見張る人という意味もあります。公社はこのアーガスのように、変動激しい経済環境を注視し、将来を見通す目を持って都内中小企業に経営支援を提供していく決意から、ビジネス情報誌「アーガス」としています。

Information

トークセッション

実践した経営者が語る！ かくれた資産の見える化で増収増益 ～見えざる資産を知る・活かす。自社の強みをさらに強くする経営！～

めまぐるしく変化する社会環境において、自社の経営状況を把握し、自社がどこで戦うべきか明確にすることが重要です。そこで、自社の「かくれた資産」を把握し、それを戦略的に活用することで増収増益を実現した経営者に登壇いただき、その経験をふんだんに語っていただきます。受講後に取り組んでいただけるよう、経営状況を把握するツール「ローカルベンチマーク」もご紹介いたします。

開催日時 11月21日(木) 14:00～16:30

開催会場 城南支社 東京都研修室
(大田区南蒲田1-20-20)

参加費 無料
講演者 株式会社帝国データバンク
データソリューション企画部
宮谷昌宏氏
比企オプトグループ
代表取締役 柳瀬満邦氏

募集対象者 都内中小企業者

募集数 80名

申込締切日 11月15日(金)

申込方法 右記WEBページよりお申し込みください。



(株)帝国データバンク
宮谷昌宏氏



比企オプトグループ
代表取締役 柳瀬満邦氏

お問い合わせ・お申し込み

城南支社
TEL : 03-3733-6284
FAX : 03-3735-3758
<https://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/1909/0004.html>



お知らせ

「大阪ガス株式会社 技術ニーズ説明会」参加者募集！

公社では、大手企業研究開発部門とのマッチング支援の一環として、標記の技術ニーズ説明会を開催します。大阪ガスでは、保有技術と外部技術との融合により付加価値を増大させる「オープン・イノベーション」を推進しています。同社の求める技術ニーズに対し、提案できる可能性のある技術をお持ちの方は、この機会にぜひご参加ください。

開催日時 11月25日(月) 13:30～16:30

開催会場 秋葉原庁舎 3階第1会議室

参加費 無料

募集数 100名

申込方法 右記WEBページよりお申し込みください。

申込締切日 11月18日(月)

お問い合わせ・お申し込み

取引振興課
TEL : 03-3251-7883
FAX : 03-3251-7888
Email : rad@tokyo-kosha.or.jp
<https://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/1908/0020.html>



～いまを造る 未来を創る 江戸川のものづくり～ 第21回 産業ときめきフェア in EDOGAWA

製造業を中心とした企業・団体が一堂に会し、展示・実演等を通じて優れた製品力、技術力を紹介する「産業ときめきフェア」。ビジネスチャンスの拡大や企業間のネットワークづくりに、ぜひご来場ください。

開催日時 11月15日(金) 10:00～17:00

11月16日(土) 10:00～16:00

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)

参加費 無料 ※一部有料の体験コーナー有り

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
(江戸川区役所産業振興課内)
TEL : 03-5662-0525
FAX : 03-5662-0812
<https://www.city.edogawa.tokyo.jp/shigotosangyo/tokimeki/index.html>



東京都中小企業振興公社 後援事業

「ポジティブメンタルヘルス・シンポジウム&相談会」を開催します!

～働くみんなが活力にあふれ、生産性の高い企業を目指す!

それが“ポジティブメンタルヘルス”です!～

東京都では、関係団体等と協力して、9月1日～11月30日に「職場のメンタルヘルス対策推進キャンペーン」を実施し、働くすべての方に向けた積極的なメンタルヘルス対策への取組を促進します。

キャンペーン期間中には、都がポジティブメンタルヘルス・シンポジウムや相談会を開催する他、各協力団体において職場のメンタルヘルス対策に関するセミナーが多数開催されます。詳細は下記WEBページをご覧ください。

開催日 11月20日(水) 13:00開場
開催会場 日経ホール
(千代田区大手町1-3-7日経ビル)
■シンポジウム
[開催時間] 13:30～17:00
[参加対象者] 企業経営者、管理監督者、人事労務担当者等
[内容]
▶基調講演 13:30～14:30
「“ポジティブ”なメンタルヘルス対策で、人も組織も活性化」
島津明人氏
(慶應義塾大学総合政策学部 教授)
▶パネルディスカッション 14:55～17:00
「健康でいきいきと働ける職場づくり: ポジティブメンタルヘルス対策における睡眠の重要性」
【パネリスト】
島津明人氏
高橋正也氏
(労働安全衛生総合研究所 過労死等防止調査研究センター センター長)
ポジティブメンタルヘルスに取り組む都内企業2社(予定)
【モデレーター】
中辻めぐみ氏
(特定社会保険労務士・産業カウンセラー)

■相談会 <相談無料> ※シンポジウムと併せてお申し込みください。
産業カウンセラー等の専門家が職場内のメンタルヘルス対策の具体的な進め方等についてご相談に応じます。
※内容・お申し込み方法の詳細は下記WEBページをご覧ください。

お問い合わせ
東京都産業労働局 雇用就業部労働環境課
TEL : 03-5320-4652
お申し込み・詳細
<https://www.hataraku.metro.tokyo.jp/kaizen/mental/suishin/>



職場のメンタルヘルス対策推進事業

検索

お知らせ

「第23回いたばし産業見本市 製造と加工技術展2019」開催!!

“ものづくりの板橋”で開催する、製造業のためのビジネス展示会です。

優れた製品・技術の展示はもちろん、ビジネスに役立つセミナーや、SDGsをテーマとした企画展示も実施します。皆さまのご来場を、心よりお待ちしております。

開催日時 10月31日(木) 10:00～17:30
11月 1日(金) 10:00～17:00
開催会場 板橋区立東板橋体育館
(板橋区加賀1-10-5)
※都営三田線「板橋区役所前駅」から徒歩7分
参加費 無料
申込方法 公式WEBサイト(<https://www.itabashi-iie.jp/>) 内の来場者登録フォームからお申し込みください。

お問い合わせ・お申し込み
いたばし産業見本市実行委員会事務局
(公益財団法人板橋区産業振興公社内)
TEL : 03-3579-2191
FAX : 03-3963-6441
Email : iie@itabashi-kohsha.com
<https://www.itabashi-iie.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
	11月 1日(金)	著作権セミナー【実務編】 著作権者の権利と伝達者の権利	14:00～17:00	秋葉原庁舎 3階第1会議室 (千代田区)	無料	知財
	11月 1日(金)	第3回東京都デザイン導入支援セミナー 中小企業だからこそ活用したいデザイン 経営～デザイン経営を自分ごとにするた めに、事例から読み解く距離と可能性～	13:00～15:00	台東区民会館 (東京都立産業貿易 センター台東館) 8階第2会議室	無料	経営 戦略
	11月 1日(金)	人材戦略セミナー③ 社員の幸せを実現する経営一社員が仕 事へのやりがい・喜び・達成感を持って働 ける企業の理念・戦略・取り組み～	13:30～15:30	台東区民会館 (東京都立産業貿易 センター台東館) 8階第5会議室	無料	企業 人材
	①11月 5日(火) ②11月12日(火) ③12月10日(火) ④12月24日(火)	中小企業における人材マネジメントの 実務ポイント	①～③ 13:30～16:30、 ④13:30～17:45 <small>※ハンドブックセミナー同時開催</small>	秋葉原庁舎 1階大会議室 (千代田区)	無料	企業 人材
	11月 6日(水)	経営管理者研修 ～部署、企業の垣根を越えた、 新しい連携を生む組織作り～	10:00～17:00	秋葉原庁舎 3階第4会議室 (千代田区)	8,000円	企業 人材
	11月 7日(木)	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	秋葉原庁舎 1階大会議室 (千代田区)	無料	企業 人材
11 ～ 12 月	注目 11月 7日(木)	第1回 経営基盤向上等講習会 「選ばれる」企業になるためには ～これからの生き方を模索しよう～	13:30～16:00	AP日本橋 6階A室 (中央区)	無料	取引 振興
	11月 8日(金)	特許中間手続き実務セミナー 【機械分野編】 ～拒絶理由通知への対処方法を学ぼう！～	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) (台東区)	無料	知財
	11月11日(月)	メンタルヘルス推進リーダー養成講座 (医療) 【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
	11月13日(水)	技術営業育成研修	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
	11月18日(月)	業績向上のための組織づくり研修 ～OODAループで目的を達成する～	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
	11月26日(火) 11月27日(水) (2日間)	貿易実務者養成講習会(第8回) 「輸出入貿易実務」(入門初級)	10:00～16:00	台東区民会館 (台東区)	15,000円	国際
	11月29日(金)	係争事例セミナー 【商標・意匠・著作権・不競法編】	14:00～17:00	秋葉原庁舎 3階第1会議室 (千代田区)	無料	知財

*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
国際 国際事業課
取引振興 取引振興課
企業人材 企業人材支援課
経営戦略 経営戦略課

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

検索



第1回 経営基盤向上等講習会

「選ばれる」企業になるためには～これからの生き方を模索しよう～

厳しい経営環境が続く中、大手企業やパートナー企業、お客さまなどのステークホルダーに「選ばれる」企業になるために必要な資質を3者(大手企業、中小企業、ベンチャー企業)の視点から講演していただきます。

- 開催日時 11月7日(木) 13:30～16:00
 開催会場 AP日本橋 6階A室(中央区日本橋3-6-2 6F)
 参加費 無料
 内容 ①「調達戦略」「企業協働戦略」「海外企業に負けないためのネットワーク」「商社の活用方法」
 「技術研鑽と後継者育成」
 大手電子部品メーカー 調達・ロジスティクス戦略責任者
 ②自らの技術を磨き上げ、高度な技術課題に応えることで「選ばれる」中小企業になりえた成功要因
 (株)旭電化研究所 代表取締役 溝口 昌範 氏
 ③「顔の見える信頼関係をベースにした受発注プラットフォームの構築」
 キャディ(株) 営業・パートナー戦略 責任者
 ※登壇者の一部が変更となる場合がございます。予めご了承ください。

募集対象者 製造業者
 募集数 100名(先着順)
 申込締切日 11月4日(月)

お問い合わせ・お申し込み
 取引振興課
 TEL : 03-3251-7883
 FAX : 03-3251-7888
<https://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/1908/0019.html>



ネットクラブ会員制度をリニューアルしました

【ネットクラブ会員サービス内容】

1. セミナーの申し込み

ご登録いただくことで、各種公社セミナーにお申し込みいただくことが可能です。

2. ID単位の企業マイポータルページ

ID(メールアドレス)単位で企業のポータルページを持てるようになります。ポータルページでは企業情報の更新ができるだけでなく、利用者ごとに公社事業の利用履歴の閲覧等ができます。



3. メールマガジン「TOKYOネットクラブまがじん」の受信
 公社や東京都などが行う中小企業施策情報や耳より情報を定期的にお届けいたします。
 月1～2回のペースで配信しております。

※公社ホームページからの企業情報検索、企業商品情報検索、受発注情報検索は廃止となります。

(企業情報の公開機能は終了となります)

代わりに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」で、「ビジネスパートナーを探したい」、「自社・商品をPRしたい」、「受注・発注したい」というニーズに対応していますので、ぜひご利用ください。

ビジネスチャンスナビホームページ(別途登録が必要です)
<https://www.sekai2020.tokyo/bcn/>

【ネットクラブ会員登録方法】

新規登録はこちらから

<https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/jigyo/netclub/toroku.html>

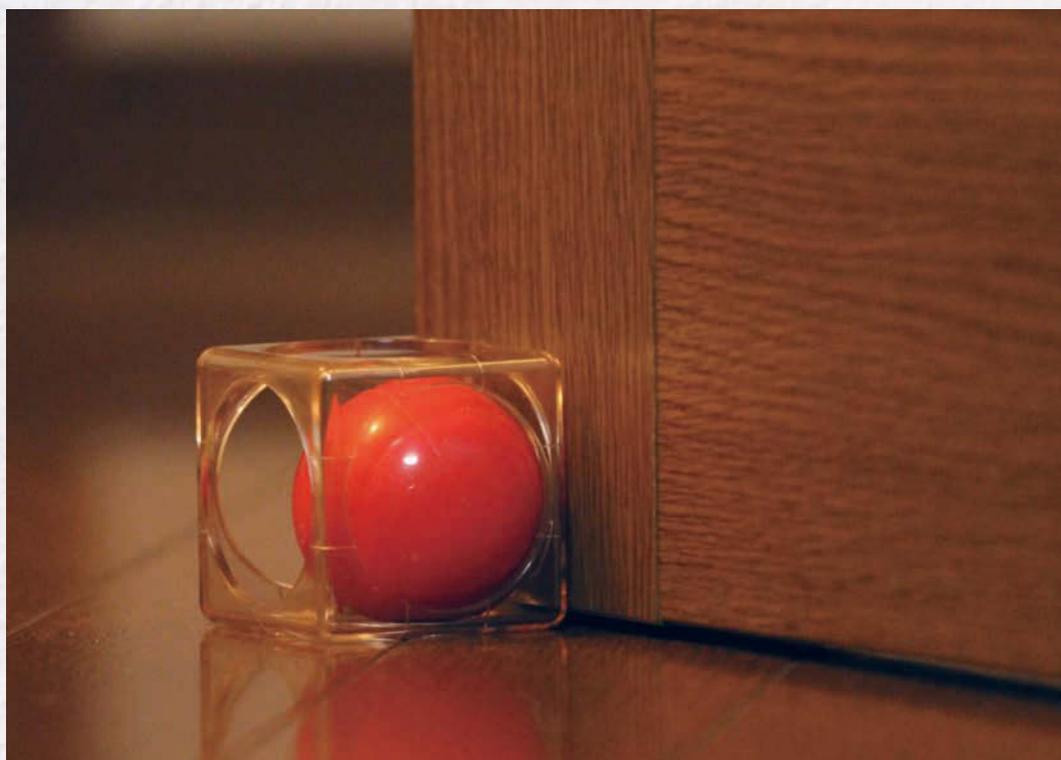


登録には電子メールアドレスが必要です。登録時のアドレスが会員IDとなります。



商品ジャーナリスト・北村 森

「ほんとに？」と思わせておいて実力派



この写真の商品、なんだかおわかりになりますか。

「ドアを好きな位置で止められるストッパーでしょ」と当てた方、そんなに多くないと思います。全開状態でも、半開きの位置でも、この5cm角のキューブをそっと置けば、不思議なまでにぴたりとドアが動かない。試しに私、ある放送局のスタジオブースの凄まじく重たいドアで使ってみました、完璧でした。

これ、発売3年で3万個が捌けたといいますから、スマッシュヒットですよ。1000円するのに、ちゃんと売れている。

「そこに『驚き』があり、明らかに『予想外』な働きを見せる。で、『実用性』は十二分。だから反響があったのだと思います」

その通りですね。「なにこれ？」と感じさせるところから始まる商品は強いですし、なおかつ実力派となれば間違いない。

この中堅企業は樹脂製品が専門領域です。外部デザイナーと社員の協業で、このドアストッパーの開発は始まりました。

「最初は社内でも『なにをつくっているんだ?』といぶかしげに見る向きもあった。でも、担当社員がひるまなかつたんです」

なぜこれほど面白いようにドアが止まるのか。本体内部にあるまんまるなボールの摩擦係数が高いからだそうです。このボール、人気玩具のスーパーボールを製造する町工場の作らしい。

ちいさな商品ですが、いろんな人の知恵が詰まっている……。

Door Cube (ドアキューブ)
販売価格1000円(税別)
どんな重いドアでも
望む位置で止めてしまえる
株式会社三洋
<https://www.sanyo-ltd.com/>



植物油インキを使用しています。

