

# ARGUS

4

2022  
No.520  
アーガス

進化する「力覚」が支える  
次世代医療

# 進化する「力覚」が支える次世代医療

## リバーフィールド株式会社

業種：各種医療機器の開発・販売

資本金：7,462万5,000円

所在地：東京都新宿区左門町20 四谷メディカルビル5階

代表取締役社長：只野耕太郎氏

従業員：47名（2022年3月現在）

<https://www.riverfieldinc.com>



代表取締役社長の只野耕太郎氏が操作しているのは、新型手術支援ロボット「Saroa（サロア）」の制御器（マスター）。競合製品が主に前立腺手術で使われているのに対し、Saroaは泌尿器科領域だけでなく、肺など柔らかい臓器での活用も見込まれている

### 手術支援ロボットを作る大学発ベンチャー

リバーフィールドは2014年創業の国立大学発ベンチャー。東京工業大学の研究者が中心となり、手術支援ロボットの製品化を目指して設立された。代表取締役社長を務める只野耕太郎氏も、現在、東工大の准教授を兼務している。

手術支援ロボットの分野には、すでに高いシェアを獲得している競合製品がある。しかし、リバーフィールドの新製品には互角以上の勝負をする力があると、只野氏は見ている。

「他の手術支援ロボットの場合、臓器に触れたりつかんだりした際にどの程度の力がかかっているのか、感覚が直感的には伝わりづらいと思います。これに対し、当社の製品は空気圧シリンダーと圧力センサーを使い、医師の手に力の感覚「力覚」が伝わる仕組みになっています。そのため、以前はかなりの熟練度が必要だったロボット操作が、もっと容易になると期待されているのです。他にも、人に機械が触れたときのタッチが柔らかくて臓器などを傷つけるリスクが低いなど、空気圧方式には多くのメリットがあります」（只野氏）

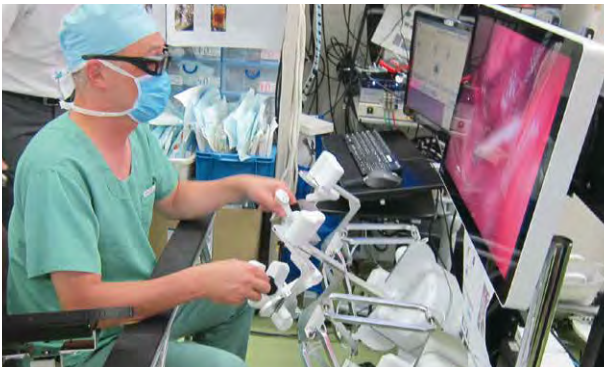
### 競合に勝つため独自の工夫を積極導入

創業当時は、リバーフィールドより大学准教授の仕事がメインだった只野氏だが、2018年、CTO（最高技術責任者）に就任。そこからは、研究から経営に軸足を移した。

「当時は開発速度を高めるため、空気圧を利用する点以外は競合製品と似たスタイルを採用していました。しかし、競合製品が進化し、ライバルが増える中で、独自の工夫をもっと取り入れなければ勝てないと考えたのです。そこで、大学で次世代ロボットの研究を進めていた私がリバーフィールドに腰を据えて関わるようになり、新コンセプトを提案して開発を進めることになりました」（只野氏）

競合製品はロボットアームが比較的大きく、アーム同士が干渉するケースがあった。そこで只野氏たちは構造を見直し、より干渉しづらいアームを実現。さらに、競合製品より運用を楽にするため軽量化を図ったり、アームの数を1本減らすなどしてコストを大幅に抑えるなど、競争力の高い製品を仕上げつつある。

「今年5月に薬事申請を行い、うまくいけば年末に承認、来年1月に市販という日程で進めたいですね」（只野氏）



操作する医師の手元に人に触れた際の力加減などが伝わるため、臓器などを傷つける危険性が従来より下がることが期待されている



グリップ(操作部)が「力覚」や操作感などの感触を安定して伝えることで、手術においてより細かく正確な操作が可能に

### 産学連携目指す企業は公募情報を確認すべし

リバーフィールドは、ロボットの製作についてはさまざまなメーカーの協力を受けている。

「アイデアを短期間で試作品にまとめてくれるものづくり企業は、研究者にとって本当にありがたい存在ですね。また、国の外郭団体などが研究開発を支援する企業を公募していますから、産学連携に興味のある企業はそういった情報をこまめにチェックするといいかもかもしれません」(只野氏)

リバーフィールドは国立大学発ベンチャーということもあり、事業の公共性・公益性を重んじている。一方、企業としては自社の利益も大切だ。社会のために役立ちながら、株主などの期待に応じて早い段階で売り上げを拡大できるよう、上手な舵取りが只野氏には求められているのだ。

### 知財センターは実に頼りになる存在

リバーフィールドの手術支援ロボットは、世界市場を視野に入れて開発中だ。それには、世界各国で早期に特許出願を行うことが大切だが、その際に東京都中小企業振興公社の東京都知的財産総合センターからバックアップを受けている。「以前は日本で特許を出願後、その優先権を利用して海外特許に移行する流れでした。しかし知財センターからの助言で最初か

社長の一冊

## 『ロボット工学(改訂版) —機械システムのベクトル解析—』

広瀬茂男著  
裳華房刊

ヘビ型ロボットや四足歩行ロボットなど、各種の独創的なロボットを開発してきた広瀬茂男東京工業大学名誉教授が、ロボット工学の基礎について説いた本。ベクトルを使って機械の動きを解析する方法がわかりやすく書かれている。「大学3年生くらいの時、私が最初に読んだロボット工学関連の書籍です。内容は面白かったですし、当時ほしいと思っていた情報がたくさん詰め込まれていて勉強になりました。当時の私は東工大の物理学科に所属していたのですが、興味があったロボット工学分野に進みたいと思っていたとき、この本に出会いました。大学院からは機械系の研究科へ進学。まさに、私の人生を変えてくれた本です」(只野氏)



ら国際出願をする『ダイレクトPCT出願』に切り替え、短期間で海外での権利化が可能になったのはとてもありがたかったですね。また、知財センターの『外国特許出願費用助成事業』では、外国特許出願などにかかる費用の半額を助成していただいています。知財センターは私たちにとって、頼りになる存在です。知財センターには今後も、特許出願の分野で支援を期待しています。例えば、当社の技術が海外で特許化されているか確かめる作業には重い負担がかかるのですが、そのあたりを手助けするサービスがあると嬉しいですね」(只野氏)

### 利用事業：知的財産相談・出願費用助成事業

専門知識を有するアドバイザーが国内外の特許・商標・意匠・著作権等に関する相談に無料で応じます。国内外の知的財産出願費用の一部助成等も行っています。

お問い合わせ 東京都知的財産総合センター

TEL 03-3832-3656

E-mail: chizai@tokyo-kosha.or.jp

<https://www.tokyo-kosha.or.jp/chizai/index.html>





# 人が輝く組織と経営のヒント 組織風土を 変えてみよう!

公社・企業人材支援課の支援事業や支援事例を通して、「人が輝く組織と経営とは?」をお伝えします。

## 1.業績と組織風土の関係性

皆さんの会社には、会社の存在意義・目的を示した「経営理念」があると思います。その経営理念には、表現方法は様々でも「顧客満足」「従業員満足」「社会貢献」等が記載されています。

事業環境が大きく変化中、競争力が向上し、会社が成長し続けるには、「顧客ニーズにあった製品・サービスの提供」や「従業員満足度が向上し、従業員が高い能力を発揮すること」が重要です。中小企業調査<sup>※1</sup>においても「顧客満足」と「従業員満足」を共に重視している企業は業績が良いという相関関係があります。

では、「顧客満足」と「従業員満足」を向上させていくには、どうしたら良いのでしょうか?

鍵を握るのは、普段は見過ごされがちな「組織風土」です。顧客や従業員が事業活動や組織に大きく関わりながら形成されていくのが「組織風土」です。ですから、「組織風土」を改善することで、顧客や従業員の満足度向上が期待できます。

<sup>※1</sup> 厚生労働省(2016年)『「今後の雇用政策の実施に向けた現状分析に関する調査研究事業」報告書～企業の雇用管理の経営への効果～』、三菱UFJリサーチ&コンサルティング

## 2.経営者の抱える“あるある人材課題”

目に見えないものも多いことから、直接影響しないと思われるがちな「組織風土」は、経営にどんな影響を及ぼしているのでしょうか。

図1は、直近の公社セミナーアンケートから聞こえた経営者の生の声です。経営者は様々な組織・人事の課題を抱えていることがうかがえます。

一見バラバラに見えるこれらの組織・人事の課題を、次のように整理することで、改善の糸口が見えてくるかもしれません。

## 3.組織風土と企業の全体像

組織風土(文化)を形成する各ファクターとメカニズムを、図2の概念図で説明します。

会社の方向性は(1)経営理念、(2)ビジョン、事業の方向性は(3)事業戦略・事業計画、(4)組織構造で、会社の仕組みは(5)人事システム、そしてこれら全ファクターを整備し、(6)トップマネジメントスタイルが実際に機能することで「中小企業の組織風土」を形成します。



図1 「人材戦略セミナー」アンケートより(2022年1月)

## (1) 経営理念 (2) ビジョン

「経営の存在価値」「組織が目指す理想の状態」「組織の構成員が共有する価値観」を定めるものです。この内容が絵に描いた餅ではなく、実際に従業員一人一人の価値観と重なり、日々の行動に反映している状態になる必要があります。

## (3) 事業戦略・事業計画 (4) 組織構造

事業を取り巻く外部環境および社内の現状分析を踏まえ、成り行き予測を行い、事業の中長期的方向性を意思決定します。従業員がその戦略を十分理解・納得し、目標達成に向けて一丸となり、努力する状態となっている必要があります。

## (5) 人事システム

「採用・配置・格付システム」「評価システム」「報酬システム」「能力開発システム」の4つのサブシステムから構成され、お互いが深く関連し機能することが重要です。人事システムの主要な目的は、事業戦略を実行・推進させ、長期的に人材を育成し、信賞必罰等、組織の価値観を醸成させることにあります。従業員の意識のあるべき方向に向け、共通する目的を達成できるようにモチベーションを持って行動を起こさせるための運用が必要です。

## (6) トップマネジメントスタイル

中小企業の場合、「トップマネジメントの言動」が組織風土形成に大きく作用します。創業者が現役で活躍している場合、自身の個性、価値観や考え方が直接反映され、創業者の一挙手一投足が組織メンバーに大きく影響を与えることは容易に想像できると思います。リーダーシップ（将来ビジョンを示し、目標に向けて組織メンバーの心を一つにする、そのための動議づけと啓発）により組織開発を行い、マネジメント（計画・予算立案と管理、組織化と人材配置、コントロールと問題解決）を適切に行うことが重要です。

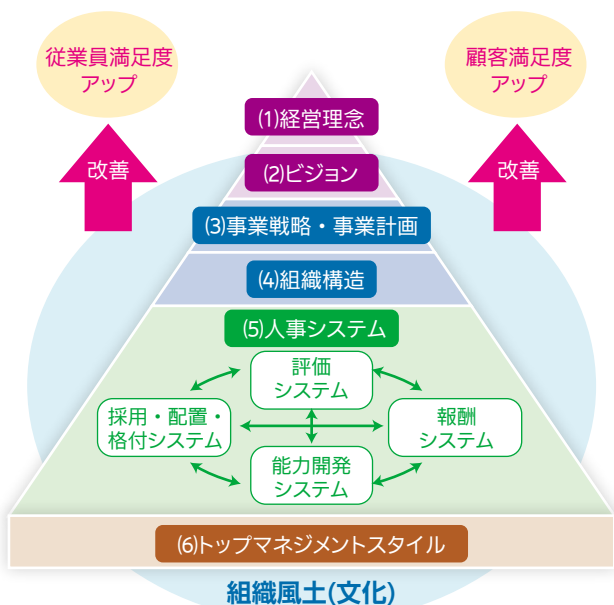


図2 企業の全体像（組織風土）と満足度向上の関係※2

※2 参考文献：グロービス経営大学院「グロービスMBA組織と人材マネジメント」、ダイヤモンド社、2007年

## 4. 「組織風土」を変えてみよう!

図2で「企業の全体像（組織風土）」を示しましたが、これが完璧に完成されていて何も問題がない企業は世の中に存在しないでしょう。

しかし、これを参考にそれぞれのファクターと関係性を理解しつつ、組織・人事の課題を解決していけば、組織風土が改善し、ひいては「顧客満足度」「従業員満足度」の向上も期待できます。

皆さんも今一度、会社全体を俯瞰し、経営課題が何か、組織・人事課題が何かを整理してみたいかがでしょうか。どんな会社にも様々な課題があり、経営と組織・人事はお互いに関連しているはずですが、適合せずに乖離してはいませんか。

中小企業は経営者と従業員の距離が近く、迅速に意思決定し、実行できることが「強み」だと言えます。大企業と違ってその気になれば「組織風土」を改善するのに時間を要しません。

コロナ禍で未来を考えるべき今だからこそ、組織風土改善・改革を是非お勧めします。自社のあるべき姿を描き、より近づける姿に向かうのは「経営者のリーダーシップ」次第です。

公社では、このような経営者の課題解決をサポートするために、経験豊富な人材ナビゲータの派遣を実施しています。人材・組織に関する現状把握から課題整理、解決のためのフレーム提供、フォローアップを皆様と一緒に進めてまいります。

(人材ナビゲータ 弓削進志)

### 中小企業人材確保・育成総合支援事業

## 「人材ナビゲータ派遣支援」

### 人材・組織に関する取組を一貫サポート!

経営力向上のために人材定着・戦力化、組織活性化をめざす企業の取組を支援します。

### 3つのポイント

**POINT/ 1 伴走型支援**  
各社が課題解決をするための支援策をご提案

**POINT/ 2 ノウハウが企業に残る**  
ノウハウを社内に蓄積するからブラッシュアップに活かせる

**POINT/ 3 定期訪問**  
支援中、皆様の事業所を月1回2年程度継続的に訪問

利用  
無料



中小企業人材確保・育成総合支援事業  
詳細はこちらからご覧ください。  
<https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shien/jinzai/index.html>



お問い合わせ 企業人材支援課 人材確保・育成担当  
TEL : 03-3251-7904  
Email : sangyo-jinzai@tokyo-kosha.or.jp

# 中小企業経営の ツボ



三尾会計事務所  
代表 三尾 隆志

## 笑顔で毎日を送れる 起業術

### 宝くじは借金しては買わない

手元資金を元手に商売を始める時、それが、サービス業であれ、製造業であれ、まずは生活基盤を確保しつつ、元手のお金を増やしていかなければ、成功とは言えません。

そのためには、まず安定した資金を稼ぐための仕事を確保することです。業種によりそれは異なりますが、例えば飲食業であれば初期費用を掛けずに一人で賄える範囲からスタートする、不動産業であれば賃貸物件の仲介など収入は少なくとも、まずは安定した資金を稼ぐ道から入るべきです。

収入が確保され生活が安定しない限り、つまり、笑顔で毎日が送れなければ、次なるチャレンジ、採用、設備投資などのリスクを背負えないからです。

また、素晴らしいビジネスモデルや製品サービスがあり、成功の確信を持っていたとしても、それは起業者の期待に過ぎず、落ち着いて現実を見つめることが大事です。

まず、一件目の顧客から入金されるまで、そして、その翌月以降に同様に顧客が増え、安定した資金が入ること。これが続かないかぎり、将来の用途は立ちません。

したがって、いかに安定した仕事を確保するか、ここに起業者は全力を集中すべきなのです。もちろん、第三者から資金の提供を受ける、金融機関から借入をすることで対処することも考えられるでしょう。

しかしながら、第三者は見返りを求めますし、金融機関からの借入は、今後の利益の中から返済しなければならず、やはり安定した利益が必要になります。

ご承知の通り、起業は当然100%の成功を保証されているわけではありません。そこに人生をかけるなら、まずは一件の顧客を確保、少額でも安定した長期の契約を確保する段階を踏むべきなのです。

宝くじを借金してまで買う人はいません。起業の資金も、借入ではなく自己資金を中心に、リスクに耐えられるようにするべきです。

### 空っぽの棚では商売にならない

医師、理容師など免許が必要な職業は、昔から人が欲するサービスを提供していました。

そしてこれらのサービスは、広く国民が安心して利用できるよう国が免許制にして、サービス提供者の一定のクオリティを保証しています。

つまり、これらの免許が必要なビジネスは、既にマーケットが存在しており、サービスを提供できる商品を持っていれば、何とか仕事は確保できるのです。

一方、多くの免許を必要としない仕事は、商品・サービスそのもののバラエティやクオリティが顧客獲得に直結します。

つまり、陳列棚が空っぽだったり、ニーズに合っていない商品だったりすると、商売になりません。いかに売れる商品を作りだすか、顧客をつかめるか否かは、ここにかかっています。

もちろん、売るものは自分が全て作り出さなくても、仕入れ商品の販売でも問題はありません。しかし、仕入れ商品は、利幅が薄いことが多くあります。

したがって、仕入れ商品に、起業者が新たな付加価値、例えば顧客の家に届ける、入手困難な商品を組みあわせて販売する、付加価値の高い自社製品をついでに買ってもらう仕組みをつくるなど、販売には工夫が必要です。

事実、ケーキ屋さんや和菓子店に行くと、自社で作ったケーキや和菓子以外に、店舗内には他社から仕入れた商品も並べてあり、顧客のニーズを逃がさない工夫もされています。

先の事例のように、安定した資金を稼ぐためには魅力的な陳列棚をつくることが重要です。自社製品だけでなく、他社製品も並べてみるなど顧客にとって魅力的な商品ラインナップを作っていきましょう。

# 労務管理の エトセトラ

## 育児・介護休業法の 改正ポイントについて

大塚経営労務管理事務所  
大塚 昌子



Q

今年4月から育児・介護休業法が変わると聞きました。  
概要を教えてください。

A

今年4月から改正となる人事労務に関連する法規は多岐にわたります。主な法律は、育児・介護休業法、労働施策総合推進法（パワハラ防止法）、国民年金法、厚生年金保険法、女性活躍推進法などです。

### 1. 育児・介護休業法について

育児・介護休業法は本年4月の改正後、10月、来年4月と段階的に改正が行われます。

4月から運用開始となる内容は2点あり、契約社員の育児休業、介護休業の取得要件緩和と、育児休業等の周知などを見直し育児休業を取得しやすい職場環境を整備するという内容です。

### 2. 契約社員の育児休業、介護休業の取得要件について

契約社員の育児休業、介護休業の取得要件は、従来、「事業主に引き続き雇用された期間が1年以上あること」としていましたが、4月以降はこの要件がなくなり、育児休業は「養育する子が1歳6か月に達するまでに労働契約が満了することが明らかでないこと」、介護休業は「介護休業開始予定日から起算して93日を経過する日から6カ月経過する日までに労働契約が満了することが明らかでないこと」のみの要件となります。就業規則に契約社員の取得要件の定めがある場合には規定の改定が必要となります。

### 3. 育児休業制度等の周知の見直し、育児休業を取得しやすい雇用環境の整備について

妊娠、出産の申出をした従業員に対して育児休業制度等の個別の周知・取得意向確認を行うことと、育児休業を取得しやすい雇用環境の整備が義務化されます。

#### 1) 個別周知、取得意向確認について

従業員から妊娠、出産の申出があった場合に育児休業の制度等の周知と育児休業の取得意向について会社が確認を行わなければならないというものです。申出があった場合に個別周知する内容は以下のとおりです。

- ①育児休業・産後パパ育休に関する制度
- ②育児休業・産後パパ育休の申出先
- ③雇用保険の育児休業給付に関すること

④保険料免除となる従業員が育児休業・産後パパ育休期間について負担すべき社会保険料の取り扱い

本人への周知は、面談、書面交付のほか本人の希望があればファクシミリ送信や電子メール等の送信（電子メール等の記録を出力するなど書面作成できるものに限られる）により行います。

①育児休業制度は、申出が10月前であっても育児休業開始が10月以降となる場合も想定されます。周知内容は10月改正で創設される「産後パパ育休」や育児休業の分割取得の内容なども踏まえる必要があります。

現在の「パパ休暇」は、産後8週間以内に1度目の育児休業を取得でき、その後継続していない2回目の育児休業を取得できるもので、9月末で廃止となります。

10月以降は「産後パパ育休」となります。従来、子が1歳になるまでの「育児休業」とは別に、産後8週間以内に4週間まで休業を取得できる制度で、2回に分割して取得することが可能です。

また、育児休業の申出も、現在1回を原則としていますが、10月以降は分割して2回までの申出が可能となります。

10月の改正は、そのほかもあり育児休業取得を柔軟化させるものです。ルールが柔軟化することを受け制度は複雑化し、会社での対応はケースごとに異なることが想定されます。10月改正の内容も事前に把握し、制度移行に対応していく準備を進めましょう。

#### 2) 育児休業を取得しやすい雇用環境整備について

以下のいずれかの内容を行うことが義務付けられています。

- ①育児休業・産後パパ育休に関する研修の実施
- ②育児休業・産後パパ育休に関する相談体制の整備等（相談窓口設置）
- ③自社の従業員の育児休業・産後パパ育休取得に関する事例収集およびその事例の提供
- ④雇用する従業員に対する育児休業・産後パパ育休の制度および育児休業取得促進に関する方針の周知

育児休業等の周知などの見直しや、育児休業を取得しやすい雇用環境の整備は、指導、勧告の対象となっており、勧告に従わない場合には企業名公表の適用もあります。

育休を取得しやすい雇用環境整備は、有能な人材確保への有効性が期待できます。単に改正対応ということではなく、前向きに取り組むことが肝要です。

最大  
1,350万円  
助成

## 優れた防災技術・製品の実用化を支援します!! —先進的防災技術実用化支援事業—

都市防災力を高める優れた防災技術・製品の実用化を支援するために先進的防災技術実用化支援事業を実施しています。開発に係る経費を最大1,000万円、販路開拓に係る経費を最大350万円助成します。

**対象事業者** 都内の本店・支店で1年以上継続的に事業を営んでおり、改良の基礎となる技術・製品等を自社で有する中小企業者等（改良の基礎となる技術・製品等は、防災製品でなくても申請可能）

### 助成内容

#### 1)改良・実用化フェーズ

[改良・実用化に要する経費助成]

助成限度額：1,000万円（助成率2/3以内） 助成対象期間：令和4年10月1日から最長1年9ヵ月以内

#### 2)普及促進フェーズ

[先導的ユーザーへの導入費用助成]

助成限度額：200万円（助成率1/2以内）

[展示会出展・広告費助成]

助成限度額：150万円（助成率1/2以内） 助成対象期間：改良・実用化フェーズの完了検査日の翌日から起算して1年以内または令和7年6月30日のうち早い日

### 対象経費

#### 1)改良・実用化フェーズ

[改良・実用化に要する経費]

①原材料・副資材費②機械装置・工具器具費③委託費④産業財産権出願・導入費⑤直接人件費

#### 2)普及促進フェーズ

[先導的ユーザーへの導入費用]

⑥原材料・副資材費⑦機械装置・工具器具費⑧委託費⑨直接人件費

[展示会出展・広告費]

⑩展示会出展費（オンライン展示会を含む）⑪広告費

### 申請エントリー

令和4年4月12日（火）～6月30日（木）

事前のお申し込みが必要です。以下、公社WEBページよりお申し込みください。

### 申請書類提出期間

令和4年7月1日（金）～7月6日（水）必着

①郵送の場合 申請書類一式を記録が残る方法でお送りください。※メール・FAX不可

②電子申請の場合 公社WEBサイトに電子申請のご案内がありますのでご確認ください。

お問い合わせ・お申し込み 助成課 先進防災事業担当

TEL：03-3251-7895

<https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/josei/jigyo/bousai.html>

公社 先進防災

検索



## ～展示会に出展して業績アップ!!～

## 令和4年度 展示会出展助成事業 4月1日から申請受付開始!!

自社の製品・技術・商品・サービスの販路拡大を目指す中小企業者に展示会の出展費用等の一部を助成します。採択者に効果的な出展につながる情報を提供し、業績アップを支援します。

**助成内容** 展示会への出展費用等

**助成限度額** 150万円

**助成率** 対象経費の2/3以内

**申請方法** 郵送のみ（持参は受け付けません）

「申請要件確認フォーム」「募集要項」を公社WEBページよりご確認ください。

お問い合わせ・お申し込み 助成課 展示会出展助成事業担当

<https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/josei/jigyo/r4tenjikai.html>

公社 展示会助成

検索



新型コロナウイルス感染症の状況により、中止、延期、内容が変更になる場合があります。開催状況等につきましては担当課へお問い合わせ、あるいはWEBサイト等でご確認ください。



## いつももしもここちよく 「フェーズフリー」を商品開発の新しい切り口に

備えない防災・フェーズフリーのコンセプトやSDGsとの関連性を解説。フェーズフリーを取り入れた新商品・サービス開発のポイントを紹介するセミナーです。既存商品と差別化を図り、付加価値を高めるためのヒントをお伝えします。

開催日時 4月21日(木) 13:30～15:30  
受講料 無料  
開催会場 オンラインセミナー (Zoomウェビナー)  
申込方法 公社WEBサイトよりお申し込みください。  
募集数 50名 (先着順・要事前申し込み)  
申込締切日 4月20日(水) 13:00

### 〈フェーズフリーとは〉

「日常時」と「非常時」という2つのフェーズをフリーにするという考え方。フェーズフリーな製品は、日常時も非常時も役立てることができます。



### 講師プロフィール

#### 佐藤 唯行 氏

一般社団法人  
フェーズフリー協会  
代表理事



#### 岩岡 博徳 氏

東洋大学大学院  
経営学研究科特任教授  
東京都中小企業振興公社  
相談員 中小企業診断士



第一部 備えない防災「フェーズフリーとは」(約1時間)  
第二部 【事例分析】フェーズフリー商品のポイント(約1時間)  
※プログラムの詳細は変更となる可能性があります。

### フェーズフリー商品：事例1

紙コップ メジャーメント サンナップ株式会社  
メモリをデザインすることで、災害時や屋  
外などで粉ミルクや米の計量が可能に。



### フェーズフリー商品：事例2

SOLOS (ソロス) コクヨ株式会社  
汚れに強い止水加工で、災害時など柔軟  
にレイアウト可能な一人用ロビーチェア。



### フェーズフリー商品：事例3

らくらくミルク 株式会社明治  
調乳が不要で、常温のまま赤ちゃんに与  
えることができる乳児用液体ミルク。



お  
知  
ら  
せ

お問い合わせ・お申し込み 総合支援課

TEL : 03-3251-7917 FAX : 03-3251-7888 <https://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/2204/0001.html>



ワークショップ  
同時募集!

### 「フェーズフリー」を切り口にした商品企画アイデアを考えてみよう 5月10日(火)開催

「フェーズフリー」の考え方について理解を深め、それを自社製品や新商品にどのように活かしていくか、ワークを通してアイデア発想、ディスカッション、企画案作成までを行う実践的な内容です。詳細はHPをご覧ください。 <https://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/2205/0001.html>



## 働いているみなさんのための「キャリアアップ講習」(5月募集)のご案内

東京都では、主に中小企業で働いている方(都内在住又は在勤)を対象に、スキルアップや資格試験受験対策等のための短期講習を行っています。ぜひご利用ください!

5月募集講習例 CAD製図(機械)【中級】、JIS溶接評価試験受験対策、技能検定塗装(建築塗装)(1級)受検対策(学科)など42講座  
会場 都立職業能力開発センター・校  
受講料 1,100円～6,500円  
募集対象 主に中小企業で働いている方(都内在住又は在勤)  
申込期間 5月1日(日)～5月10日(火)(必着)  
申込方法 往復はがき・インターネット(電子申請)のいずれかの方法で、各講習を実施する都立職業能力開発センター・校へお申し込みください。(企業単位でもお申し込み可能です)

お問い合わせ・お申し込み 東京都産業労働局雇用就業部能力開発課

TEL : 03-5320-4719 [https://www.hataraku.metro.tokyo.lg.jp/zaishokusha-kunren/carr\\_up/](https://www.hataraku.metro.tokyo.lg.jp/zaishokusha-kunren/carr_up/)



新型コロナウイルス感染症の状況により、中止、延期、内容が変更になる場合があります。開催状況等につきましては担当課へお問い合わせ、あるいはWEBサイト等で確認ください。

# 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WEBサイトをご覧ください。

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10日(火)	製造業の情報(IT)担当者育成研修	10:00~17:00	WEB開催	8,000円	企業人材
	5月17日(火)	人事・労務入門研修	10:00~17:00	WEB開催	8,000円	企業人材
	5月24日(火) 6月21日(火) (2日間)	新任係長研修	10:00~17:00	WEB開催	18,000円	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

企業人材 企業人材支援課

公社 イベントカレンダー 検索



## 中小企業・個人事業主・フリーランスのみなさまへ 下請取引のお困りごとをお手伝いします！

「下請センター東京」では、取引上の様々なトラブルに対して下請法に詳しい専門相談員や弁護士が親身になってご相談に応じ、具体的な解決策を提示します。

こんなときはお気軽にご相談ください

- 発注を受けるときはいつも口頭
- 代金を支払日に払ってもらえなかった
- 発注を取り消された
- 注文を受けた後に値引きされた
- 納品したものを返品された
- ・・・など

経験豊富な相談員と弁護士が解決をサポート

相談費用は無料！

具体的解決策を迅速提示！

秘密厳守 匿名相談可能！

まずはお電話を

お問い合わせ 下請センター東京（下請取引紛争解決センター）  
秋葉原本社 千代田区神田佐久間町1-9産業労働局秋葉原庁舎5階 TEL：03-3251-9390  
Email：s-center@tokyo-kosha.or.jp <https://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shitauke/soudan/index.html>  
※多摩支援室 相談窓口の一時休止につき、ご相談の方は秋葉原本社までお電話ください。



下請取引のお困りごとをお手伝いします！  
こんなときはお気軽にご相談ください

- 発注を受けるときはいつも口頭
- 代金を支払日に払ってもらえなかった
- 発注を取り消された
- 注文を受けた後に値引きされた
- 納品したものを返品された
- ・・・など

経験豊富な相談員と弁護士が解決をサポートします。

相談費用は無料！  
具体的解決策を迅速提示！  
秘密厳守 匿名相談可能！

まずはお電話ください！  
下請センター東京 千代田区神田佐久間町1-9 TEL: 03-3251-9390  
多摩支援室 東京都多摩市 TEL: 042-500-3909

## 令和4年度 「第1回ビジネスマッチングin東京」

# “受注側参加企業”募集中！

面談形式

発注企業が求める「発注企業・案件情報」が公社WEBサイトに掲載されます。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 6月30日(木)

参加費 無料

開催会場 東京都立産業貿易センター浜松町館 5階展示室(港区海岸1-7-1)

募集数 受注企業90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。

募集対象 東京都内に事業所がある中小企業様

※ご参加は「受発注登録(無料)」が必須です。

登録方法は公社HP「販路開拓・製品開発>取引情報の提供」をご覧ください。

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25分を予定)

申込方法 公社WEBサイトよりお申し込みください。

<http://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/matching2022/index2.html>

申込期間 4月6日(水)~5月6日(金) 17:00まで

お問い合わせ 取引振興課

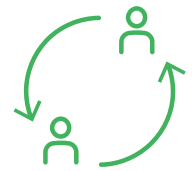
TEL: 03-5822-7250 Email: bm@tokyo-kosha.or.jp



新型コロナウイルス感染症の状況により、中止、延期、内容が変更になる場合があります。開催状況等につきましては担当課へお問い合わせ、あるいはWEBサイト等で確認ください。

# 登録企業情報コーナー

当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。



## 発注情報

以下のような加工や開発の対応ができる企業を探している公社会員企業様がいらっしゃいます。  
 ご興味がある場合にはぜひお問い合わせください。

業種	所在地 資本金 従業員数	依頼内容	発注先に求めるもの	その他・要望
各種製缶・機械加工	神奈川県横浜市 34,200千円 30名	プラント、水門設備、橋梁向け製品加工 機械加工、製缶加工全般 単品から100～200個の数物まで対応可能であること。運搬が可能なおこと。品質管理(工程写真、記録書記入等)面も可能であれば理想的。	<ul style="list-style-type: none"> <li>プラント、水門関係の加工に必要な設備</li> <li>溶接設備</li> <li>JIS免許保持の溶接技術者</li> <li>レーザー、シャーリング、穴明プレス他</li> </ul>	弊社繁忙期(主に下半期、年度末)に積極的に納期対応を協力して頂ける企業様
自動車用・産業機械用・重弱電用ボルト・ナット類の販売	大田区 16,000千円 22名	メインはボルト関係ですが、ボルトと一緒に金属加工品のお見積りや受注を頂くことが多いため、ご対応頂ける仕入先様を探しております。近年では仕入先様の後継者不足、お客様より品質・価格を求められる商品も多い為、幅広く対応できる仕入先様を探しております。	機械加工全般・曲げ加工・溶接など	迅速な見積り回答を頂けること。品質・価格・納期相談に対応頂けること。

## 受注情報

以下のような加工や開発の対応ができる公社会員企業様がいらっしゃいますので、  
 委託先等にお困りの際にはぜひお問い合わせください。

業種	所在地 資本金 従業員数	加工内容	得意分野	自己PR
金型部品製作 金型製作 精密彫刻加工 ホビー商品企画販売	本社：墨田区 工場：青森県 30,000千円 23名	金型の設計から成形加工まで一貫製作しております。精密金型部品では寸法公差±0.001mmの厳しい要求にも対応しております。	当社は精密彫刻、精密金型部品を得意としており、創業以来培ってきた精密彫刻では刻印文字や模様、ロゴマークなどはもちろんのこと、お客様の書体に合わせ寸法保証まで完璧にこなしております。	当社は1989年に青森県の誘致企業として設立。2002年8月にISO9001を取得し、現在では最新鋭の機械をとりそろえ、品質、技術ともにお客様から高い信頼を得ております。
丸棒素材(ピン・リング・リーマボルト等)を5～10μmの公差内で研削するセンターレス研削加工の専門工場	目黒区 なし 3名	弊社の研削加工範囲は、φ4～16mm、材質は鉄、少量多品種に対応可能で、顧客ニーズに合わせた納期の調整も可能です。弊社で加工ができない場合も協力企業と連携して対応ができますので、まずはお問い合わせください。	主に自動車・油圧機器	弊社で研削すると、寸法精度のバラつきが少ないため、組み立て時の作業性や研削加工後の加工(メッキ、黒染め、転造)の寸法精度が向上します。

お問い合わせ 取引振興課 TEL：03-5822-7250 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。会社はこのARGUS(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、広報情報誌「アーガス」としてしています。



商品ジャーナリスト・北村 森

## 「ブームだからのヒット」では決していない



クラウドファンディングで昨年、実に757万円超の支援を獲得した、ステンレス製の焚き火台です。5枚のパネルを使って、2種類の形と大きさに組み立てて使うことができます。また、岩場のような平坦でない場所でも安定するのが美点です。

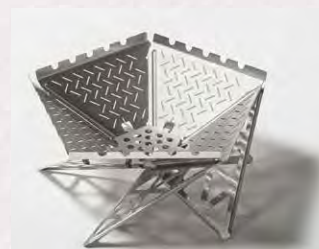
開発したのは青梅市の町工場です。精密板金製造を得意とする企業。この焚き火台をつくったのは、キャンプブームだから？ 一般消費者向け商品を世に出したいから？ いや、そのどちらでもなかったといいます。「あくまで、この会社の魅力を外に伝えるのが狙いでした。キャンピングメーカーになるのが目標ではない」。その結果としての焚き火台だったのですね。

焚き火台を販売する町工場は、数年前の時点ですでに10社以上はあったそう。ではどうするか。「薪のサイズに合わせて焚き火台をつくるのをやめる」。これは他社にはない発想でした。ソロキャンプでは必ずしも長い薪を使うとは限らない、ならば

携帯性を優先させよう。これで商品の方向が決まりました。「ポータブルでも本格的な焚き火ができるパーソナルギア」です。

なぜそこまで思い切ったのでしょうか。「そもそも私たちは『自分たちが扱う金属の強みをどう生かすか』から考え始めました。自社でこそできることだから」。洒落な本体ですが、デザインワークは社内で完遂させたと言います。それもすごい話です。

MOSS FIRE  
販売価格23,000円～(税込)  
高機能かつ洒落な焚き火台  
株式会社小沢製作所  
(東京都青梅市)  
<https://store.kk-ozawa.co.jp/>



植物油インキを使用しています。

