

がんばる中小企業のためのビジネス情報誌

ARGUS

4

2018
No.473
アーガス

効率化は現場から

04
新製品を開発し、事業化を目指す皆様へ
平成30年度事業化チャレンジ道場

08
展示会で新規受注を増やす招き術
① 強みの作り方を解説

10
人材育成最前線
今、なぜ、人材育成が必要なのか？

12
デザイン相談窓口がご利用しやすくなりました！
お得に出展、業績アップ！ 出展費用を助成します
商人大学校 基礎講座を開講します
新技術創出交流会 エントリー企業募集
INNOVESTA！2018 ビジネスデーを開催します

キラリTOKYO
昭和機器計装株式会社 代表取締役社長 篠原利彦

 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139回

昭和機器計装株式会社



企業にとって最大の財産は「人」だと篠原氏。外部企業と提携して研修プログラムを作成するなど、人材育成に注力している

売り上げ減を契機に社内改革をスタート

昭和機器計装は、水や空気などがどの程度流れているのか測る「流量計」を設計・製造・販売している企業だ。主力商品は、高温や振動、結露といった過酷な環境にも耐えうる「フラプター流量計」シリーズで、製鉄所をはじめとする各種工場、上下水関連施設、海運・造船産業などで広く使われている。

製品力と技術力がものをいい、2013年頃までの同社では好業績を維持できていた。しかし、2014年、ある大口顧客からの受注が激減したため、全社の売上高・営業利益率ともに大きく落ち込んでしまった。そんな中で代表取締役役に就任したのが、創業者の娘婿である篠原利彦氏だ。

「当時の我が社は、ひと言で表せば『下町の町工場』。老朽化した設備があるほか、1人のスタッフにしかできない工程が多く、生産効率も高いとは言えませんでした。また、社内のコミュニケーション不足も課題でしたね」（篠原氏）

篠原氏は前職で製品の製造責任者を担当し、生産性改革に成功した経験があった。その経験を生かし、就任直後から急ピッチで社内改革を進めていった。

営業力強化と労働環境の整備を進めた

篠原氏はまず、営業力強化と労働環境の整備に取り組んだ。営業力強化では、営業部員をセミナーに参加させ、改めて営業の基本について学んでもらった。労働環境の整備では、設備や工具などを導入して作業しやすい環境を整えたことに加え、作業工程や内容について責任者を中心に各担当者で再検討を実施した。さらに万一の事態に備えるため、部材供給元や業務委託先の二重化を進めている。

「それまでは『これはAさんしかできない』という作業が多く、仕事の待ち時間が発生しがちで効率が悪かったです。そこで、1人のスタッフが複数の仕事を掛け持てるよう『マルチタスク化』を進めました」

売り上げ増のため、新分野への進出も図っている。2016年、東京都中小企業振興公社の「事業化チャレンジ道場」を活用して、従来とは異なった業界に向けた流量計を新たに開発。また、既存製品を改良し、東南アジア向けに輸出することも検討している。

篠原氏が挑戦したもう一つの取り組みは、従業員にとって魅

楽しく働ける**職場**づくりに全力

[会社概要]

代表：代表取締役社長 篠原 利彦 氏

業種：機械器具製造業

資本金：2400万円

従業員：正社員15名

嘱託・パートなど22名（2018年3月現在）

所在地：大田区東糀谷6-4-17

TEL：03-6756-0601 FAX：03-6756-0602

URL：http://www.showa-kk.com/



効率化に向けての**秘訣**

社員のマルチスキル化を図ることで。作業工程や手順を常に見直し、設備や工具を的確に導入して「作業しやすい環境」を現場が自ら整えることが重要です。



① 将来は、製造スタッフにもCADや製図の知識を学ばせるなど、幅の広い人材の育成を目指す予定



② 売上高の約7割を占めるフラッパー流量計。水や空気の流量を簡便に把握できる点が高く評価されている



③ 全従業員に向けて行われる「事業説明会」では、経営情報なども正直に伝えている



力的な会社を作り上げることだ。

「仕事にやりがいと楽しさがあれば、人は自ずと努力します。そこで、従業員が興味を持っている仕事にチャレンジできる仕組みを整えたいですね。また、働きやすい環境の整備も大切。AEDの設置や人間ドック受診制度の充実などを積極的に進めています。さらに、従業員一人ひとりと数年先の目標を共有し、その目標に向かって学ぶ外部研修プログラムも新設しました。今後は、従業員の給与額引き上げも行っていきたいと考えています」

社内・外を問わず**正直な姿勢**で向き合う

篠原氏が経営者として最も大切にしているのは「正直さ」だ。取引先はもちろん、同業者とも積極的に交流会を開いて情報交換を行う。一方、従業員に対しては、月1回開かれる「事業会議」や年2回の「事業説明会」などを通じ、細かい経営情報を共有している。

「地域や顧客に貢献することは、当社にとって大きな軸。そこで、お客さまに対しては何事も包み隠さずお付き合いをするという方針を貫いています。その姿勢は、従業員に対しても変わ

りません。全員に『昭和機器計装は私の会社だ』という意識を持って欲しいことから、会社の現状を正しく伝えているのです。私は、当社をさらに働きやすい会社に育て、従業員や関係する方々が5年、10年後も一緒に働きたいと思う会社にしていきたいと考えています」

今後は売り上げ確保のため、既存製品であるフラッパー型流量計の分野で、業界ナンバーワンを目指す昭和機器計装。さらに、自社の強みを生かしながら、装置組み込み型流量計などの新規分野にも進出を図る方針だ。

取材後記

当社は業務効率化に加え、社員が働きやすい環境整備に取り組まれています。当社にお伺いした際、若手社員が率先して発言し、ベテラン社員がそれをもとに改善案を出し、全員で一つのものを作り上げる様子が印象的でした。個々の社員が当事者意識をもって仕事に臨む企業風土が育まれていることがうかがえます。
(城南支社 白岩ちひろ)

事業化 チャレンジ 道場

新製品を開発し、 事業化を目指す皆様へ

継続的に新製品開発に取り組むことを目指す企業を支援します。

「事業化チャレンジ道場」は、初年度の「売れる製品開発道場」（連続講座形式）で、企画～開発（試作品の製作）に取り組みます。

次年度以降の「事業化実践道場」（企業別プロジェクト方式）では、試作品～製品化～量産化～商品化～販路開拓までの各段階を支援し、一連のプロセスを実践的に習得していただくとともに継続的に新製品開発に取り組むことを目指す企業を支援する事業です。

事業化チャレンジ道場のしくみ

1年目

売れる製品開発道場

- 開発前マーケティング
- 製品コンセプトの確立
- 設計・試作モデル製作

連続講座形式

連続講座（全14回）

体系的に製品開発スキームを学べる講座と、演習・宿題・発表を通じたワークで、実践的かつ体験的に知識習得できます。



師範による製品作りのアドバイス

様々な業界で活躍されたプロダクトデザイナーが、師範として講義やアドバイスをを行います。



師範の現地個別支援

師範が4回程度企業を訪問し、企業の実情と開発ステージに応じたアドバイスをを行います。

デザイン・インストラクターの活用

試作段階では、若手デザイナーが各企業を担当し、デザイン面でサポートします。

ものづくり実習

発泡材等モックアップを作成したり、3Dプリンター等の使用により、実際に試作品を製作します。

2年目以降

事業化実践道場

- 事業化計画の策定
- 製品化・量産化
- 営業・販路開拓

各社ごとのプロジェクト形式

連続講座

戦略マップ、BSC（バランスト・スコアカード）作成等を通じて、事業化に必要な知識を習得します。



各社の課題に対応した現地での個別支援

各社の開発担当者・外部専門家・公社職員で構成された企業別の事業化プロジェクトチームが一体となって事業化を推進します。



展示会へ共同出展

製品が完成した参加企業を対象に「事業化チャレンジ道場」ブースに共同展示形式で出展し、マーケティングや販路開拓につなげます。



その他支援例

- デザイン・機能のブラッシュアップ
- 特許出願支援
- 量産化体制の構築支援
- コストダウン支援
- 社内開発体制の整備
- 公的支援策・助成金の活用支援

参加企業紹介

株式会社東京商工社

業種：卸売業

開発製品：ポータブルお茶ミル「Sururu（するる）」

（茶葉を粉末にすることができ
持ち運びにも配慮したお茶ミル）

所在地：大田区南蒲田2-27-1

資本金：3,000万円

従業員数：45人



代表取締役の草野氏（左）と
企画室の小野氏（右）

Sururu
ポータブルお茶ミル【するる】



事業化チャレンジ道場で開発
したSururu（するる）

株式会社東京商工社は住宅設備機器や生活雑貨を中心に取り扱っている卸売業者で、百貨店や大手雑貨チェーンなど、幅広く小売店に製品を卸しています。しかし、近年、インターネットや物流システムが進化し、生産者が消費者に製品を直接届けるケースが増加するなど、卸売業者にとっては厳しい環境となるなか、将来に備えた新たな収益源を育てることが当社の課題でした。

事業化チャレンジ道場1年目の「売れる製品開発道場」で製品の基本コンセプトを確立し、2年目以降の「事業化実践道場」で製品化に取り組み、2017年2月に発売を開始しました。

NHK「おはよう日本」まちかど情報室でも採り上げられるなど製品としての高い評価を受け、順調に売り上げも伸びています。

「事業化チャレンジ道場に参加し、自社製品を持たせたことで取引先との関係も大きく変化しています。『ものづくりもできる卸売業者』と認知され、メーカーから企画・製造についての相談も受けています」（草野氏）

自社製品開発の成功によって、従来の「仕入れて卸すだけ」というビジネスモデルから、新製品の企画を立て複数のメーカーを結びつけ商品開発を行う企業へと会社が大きく変化しつつあります。

応募要領

対象企業	①都内に主たる事業所を有すること ②自社技術等を活用して、新製品の開発を目指す都内中小企業	受講企業数	25社（城南支社15社・多摩支社10社）
	※ソフトウェアやビジネスモデルのみの開発等は対象外とさせていただきます。 ※支援対象とならない製品もございますので詳細は担当までお尋ねください。 ※1企業、3名まで受講できます。 ※締切後、選考会により受講企業を決定します。	受講料	1企業 7万円（参加人数に関わらず一律）
		応募締切	平成30年5月11日（金）
		会場	城南支社・多摩支社 ※各企業所在地等を考慮した上で、各社の受講会場を決定します。
		申込URL	http://www.tokyo-kosha.or.jp/topics/1802/0010.html

お問い合わせ 城南支社
TEL:03-3733-6284
E-mail:dojoyo@tokyo-kosha.or.jp

事業化チャレンジ道場

検索



中小企業経営の ツボ

少ない時間で
多くの利益



三尾会計事務所
代表 三尾 隆志

勤勉は高い生産性を生んでいるか

日本人は、よく勤勉で生活を犠牲にしてでも、頼まれた仕事をやり遂げようとすると言われます。また、成果を上げるためには理屈よりメンタル面に重きを置く。その仕事が出来かどうか分からなくても、とにかくやってみる。

一方で、仕事のやり方も従前の方法を踏襲し、波風立てないというようなことが随所に見られます。しかし、仕事をするということは、目標とする売上や利益、また社会的責務の達成、即ち結果が問われます。

一番遅い人に合わせて仕事をする。仕事のプロセスが決められておらず、担当者の経験に頼っている。それゆえ、新人の教育に途方もない時間がかかる。管理職が一般社員と同じような仕事をしているなど、勤勉であるはずの我々は実はきわめて非生産的な仕事の仕方をしている可能性があります。

これに対して、我が国にある外資系企業を含め欧米企業はファミリーファーストで、土日の出勤や深夜までの残業など想定外であるようです。

それでいて、9時から5時までの限られた時間の中で、日本の企業に比しても、遜色のない価値を生み出しているように思われます。以前、私が勤めていた外資系の会社も、オンとオフの切り替えは見事で、5時になったら仕事の途中でも、予定終了で帰社するのが当たり前でした。

働き方改革というけれど

我が国でも、ようやく働き方改革が叫ばれるようになりました。

ところが、仕事のやり方はそのまま、とにかく早く帰るとなって、何が起るかということ、特定の人に仕事が集中し、家に仕事を持ち帰ることで、さらに過重な労働を強いられる可能性があります。

そもそも、働き方を変えるには、会社が生産性を劇的に向上させ、一人当たりの付加価値を向上させることが必要です。

そのためには、当然ですが会社の側がそれぞれの人の役割や仕事の方法を明確にする必要があります。

頭脳明晰で企画力のある人には、管理や事務的な作業から解放し本来の仕事に集中してもらうことで、高い付加価値を生み出すきっかけができます。

また、新人に仕事を教える場合、会社が儲かるための仕事の流れを明確にし、それに沿って短期間で反復訓練する。できなかったところを、徹底的に指導し、短期間で一定のスキルレベルに到達させることです。

さらに、管理職と呼ばれる人の役割を明確にする必要があります。

管理職は、会社の業務プロセスがスムーズに流れ、目標とする売上や利益が、確実に目標の日までに達成できるようモニタリングし続けるなど、管理の方法自体も変える必要があります。

目標から逆算で仕事をする

日本中が景気のいい時には、頼まれた仕事をこなしているだけでも、会社は成長できました。

しかし、市場が成熟し工夫なしに会社の成長は望めなくなってきました。

それゆえ、会社を維持発展させていくための目標設定と、それを達成するための合理的な手順を確立しなければなりません。

1億円の売上高を達成するには、5億円の見積もりを立てる。5億円の見積もりを出すには、見積もりを提出するお客様との接点の確保、というように、仕事の段取りを先行していくことが必要になります。

それらの手順を実行するためには、可能性のある顧客の洗い出しから始まり、顧客の希望を叶えるための提案書や見積もりの準備、顧客に提案するときの会話内容の検討など、準備が必要です。

行きたい山を決めたら、そこにたどり着くための装備や道順を調べると同じように、目標が決まれば、そこにたどり着くための手段はおのずと決まってくるものです。

もちろん、合理的な手順を決めたからといって、必ずしも仕事が押し寄せて来るわけではありません。

そこには、どんなことがあっても目標を達成しようとする執念が必要なのは言うまでもありません。

労務管理の エトセトラ

副業・兼業の 規定

大塚経営労務管理事務所
大塚 昌子



Q

現在就業規則の見直しを行っています。

当社の就業規則では、副業・兼業は許可制としていますが、近頃、柔軟な働き方への対応として副業・兼業を促進する動きも見られます。

副業・兼業を届出制にするなど、今までより弾力的な運用としていくことも検討していこうと思いますが、どのような点に留意すれば良いでしょうか？

A

平成30年1月厚生労働省から働き方改革の一環として、「副業・兼業の促進に関するガイドライン」、「モデル就業規則」が正式に発表されました。ガイドラインは、副業・兼業について、会社や従業員が現在の法令のもとでどのような事項に留意すべきかをまとめています。モデル就業規則では、従業員の遵守事項で規定されていた「許可なく他の会社等の業務に従事しないこと」という内容を削除し、副業・兼業について規定を新設しました。

これまでの、副業・兼業への考え方は、「私企業の労働者は、一般的には兼業は禁止されておらず、就業時間外は本来自由であるが、自由時間を精神的肉体的疲労回復のための適度な休養に用いることは次の日における誠実な労務提供のための基礎的条件をなすものであるから、使用者としても関心を持たざるを得ず、また兼業の内容によっては企業の経営秩序を侵害し、または企業の対外的信用、対面を傷つけられる場合もありうる」とし、兼業を就業規則で制限することも合理的であるとしてきましたが、ガイドラインでは、原則、副業・兼業を認める方向とすることが適当であるとしており、副業・兼業を禁止、一律許可制にしている企業は、副業・兼業が自社での業務に支障をもたらすものかどうかを今一度精査したうえで、そのような事情がなければ、労働時間以外の時間については、労働者の希望に応じて、原則、副業・兼業を認める方向で検討することが求められるとしています。

副業・兼業促進のメリットと留意点

副業・兼業を促進する場合、企業側、従業員側それぞれにメリットがあります。企業側のメリットは、従業員が、社外で自社の業務範囲を超えて積極的に活動することにより、新たな知識・情報、人脉を得ることができ、会社にとって新たな事業機会の可能性が広がることが挙げられます。

また、従業員は柔軟な働き方を選択できるようになるので、優秀な人材の確保や流出を防ぐことができ、会社としての競争力を高めることができます。

従業員側のメリットは、働き方改革により、時間外労働が縮

小傾向となる中で、就業時間外で様々なチャレンジの機会が増え、求めるキャリアを形成したり、自己実現したりすることができること、現在の収入を確保しながら創業の準備を進めることが可能となること、収入が増えることなどが挙げられます。

しかし、一方では、留意点もあります。会社側として、企業秘密の情報漏洩や競業避止、就業中の職務専念義務などをどのように確保していくのか、また、長時間労働となる可能性も高いため、副業・兼業を含めた労働時間管理なども留意していかなければなりません。従業員側にしても、二束のわらじを履くこととなりますから、それぞれの仕事場における役割をしっかりと認識し、目の前の仕事をおろそかにしないことや自分自身でも、健康管理に留意し疲れを翌日に残さないことなど留意しなければなりません。

副業・兼業の規定について

モデル就業規則では、副業・兼業についての規定が新設されています。内容は以下の通りです。

第〇条 労働者は、勤務時間外において、他の会社等の業務に従事することができる。

2 労働者は、前項の業務に従事するにあたっては、事前に、会社に所定の届出を行うものとする。

3 第1項の業務に従事することにより、次の各号のいずれかに該当する場合には、会社は、これを禁止又は制限することができる。

- ① 労務提供上の支障がある場合
- ② 企業秘密が漏洩する場合
- ③ 会社の名誉や信用を損なう行為や信頼関係を破壊する行為がある場合
- ④ 競合により、会社の利益を害する場合

上記は、あくまでもモデルの規定となります。具体的に運用する場合には、労働時間管理のルール化や届出書類の整備、3項の禁止・制限事由の明確化など会社での準備が必要かと思えます。当社の方針を明確にした上で対応を考えていきましょう。



展示会で新規受注を増やす 招き術

第1回

強みの作り方を解説



展示会に出展して製品を展示しているだけでは、なかなか成果にはつながらないものです。展示会に来られた方に自社の強みが一目でわかるチラシを見せながら説明することで、目標とする商談件数、見積依頼件数、新規受注件数をクリアすることが可能となります。今号から3回の連続シリーズで「自社の強みの作り方」、「強みが一目でわかるPRシートの作り方」、「来場者を引き寄せるパネルの作り方」、「効果的な営業資料の作り方」、「展示会後のフォロー」について解説していきます。

展示会で新規の受注をいただくまでの流れ

PRシート

1 営業ツール制作

- ・ホームページ
- ・パンフレット
- ・チラシ

2 展示会での営業

- ・声かけ
 - ・パンフレット、
チラシによる説明
 - ・名刺交換
 - ・アポイントに
つなげる
- ホームページを
チェックされる。

3 クロージング

- ・商談
- ・見積書の提示
- ・契約

強みを知る(作る)ことから始まる

上の図を参照ください。

展示会で新規受注をいただくには、まず自社の強みを知り、強みをPRシートにまとめ、それを素に①営業ツールを準備し、②展示会で営業ツールを活用した営業を行い③見込み客に対してのフォローを通じて、クロージング(契約)へと導く必要があります。

受注額を達成するためにはKPI(Key Performance Indicator)「重要業績評価指標」を設定することが大切です。

例えば、展示会の目標受注額を500万円とした場合のKPI

- ①500万円を達成するには、**5件の受注が必要**
- ②5件の受注を達成するには、**10件の商談が必要**
- ③10件の商談を行うには、**50枚の名刺が必要**
- ④50枚の名刺を集めるには、**効果的なパネル・チラシが必要**
- ⑤効果的なパネル・チラシを作るには、**自社の魅力が伝わるPRシートが必要**
- ⑥PRシートを作るには、**強みを明確にする必要がある。**

このようにKPIを設定することで、目標受注額を達成するために展示会の前から当日にかけて何をすべきかが明らかになります。そしてその行動のスタートは、⑥自社の強みを明確にすることから始まります。

強みの作り方ステップ

1、考えられる自社の強みを書き出す

例えば、

他の工場の設備より、**最新 高価な機械が豊富**
他の工場の社員より、**若い モチベーションが高い**
他の工場の技術より、**超精密 不具合が少ない**

これらの例からもわかるように、強みとは他社と比較することで見つけ出すことができます。同じような他の製品・工場と比べ、自社の製品・工場はどこがどう優れているのかを分析する必要があります。

2、他社の強みと比較する

ネットで自社の強みとして書き出したキーワードで検索を行い、競合他社1~20位までのWebサイトをチェックしてみましょう。キーワード検索例

金型 板橋区 / めっき加工 東京
精密機器 航空宇宙 / ばね 強い 細い
プラスチック部品 小さい / 金属加工 NC旋盤

他社のWebサイトでチェックすべきポイントは、

- ①地域、規模、営業年数
- ②料金、設備、工場の雰囲気
- ③強み、こだわり、社員教育
- ④実績 代表のこだわり
- ⑤お客様の声

これらの項目で自社の強みと重なる部分をチェックし、どちらが魅力的に映るかを判断します。

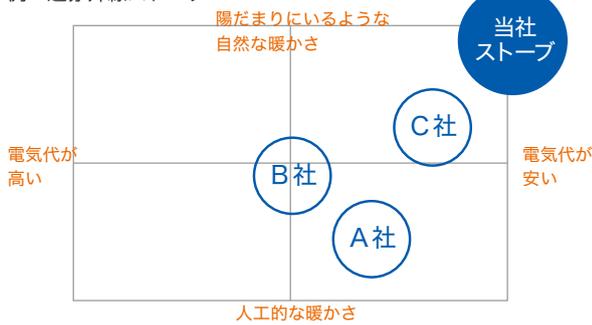
3、ポジショニングマップで

自社の強みの立ち位置を示す

ポジショニングマップを作成することで、自社の強みの優位性を視覚に訴求することができます。

ポジショニングマップ例

例：遠赤外線ストーブ



＜ポジショニングマップの作り方＞

- ①自社商品が右上にくるようにタテ軸、ヨコ軸を設定します。
- ②軸の項目としては、「ターゲット」「価格」「時間」「数量」「使いやすさ」「機能性」「丈夫さ」などが考えられます。
- ③競合他社を軸上にプロットし、右上に自社をプロットします。

ポジショニングマップを作成する際、注意しなければならないのが、軸項目の対比の仕方です。

例えば、「**仕事が丁寧**」vs「**仕事が雑**」と対比させるのではなく「**手間をかけている**」vs「**スピードを重視**」のように対比させることで競合他社を貶めないよう配慮しましょう。

強みを簡単に見つけ出す方法

●一位戦略の活用

人は1番のものが好きです。理由は、1番には特別な性質があり、1番は人の記憶や印象に強く残るからです。

例えば、日本で1番高い山は富士山(3776メートル)だということを誰もが知っています。しかし、2番目に高い山が北岳(3193メートル)だということを知る人は少ないです。では北岳が一番になれるのか、というとそんなことはありません。北岳も日本アルプスでは最も高い山ですし、登山家からすれば登頂するための難易度は最高峰です。

つまり、全ての市場で1番である必要はなく、ターゲットの頭の中で自社が1番であればいいというのが一位戦略の考え方です。ぜひ一番になれる切り口を考えてみてください。

●強みがわからないときはお客様に聞く

他人のことはよくわかりますが、自分のことはわからないものです。企業も同じです。そんなときは、お客様に自社の強みは何かをアンケートで聞いてみるという方法があります。

アンケート内容は、

- ①似たような企業がある中で、なぜ当社を選んでいただいたのですか？
- ②注文いただき、得られたメリットは何ですか？
- ③ここなら大丈夫だと感じた点は何ですか？

この3つを聞きます。①がお客様にとっての強みとなります。アンケートをとることで、自社の強みだと考えていたことが、お客様にとって強みではなかったとわかることがあります。

例えば、いつも注文をいただけるのは低価格だから、と思っていたのに、アンケートでは「あの機械(保有設備)があるので貴社に依頼している」といった回答をいただくこともあります。アンケートをとることで強みの思い違いがないかも確認しましょう。

●視点を変えれば弱みも強みに変わる

鍋の蓋が重くて使いにくい、蓋の重さが弱みだと思っていたら、実はその重みが圧力鍋のように、短時間でしかも素材を壊さず料理ができるという強みになっていたということがあります。場所がわかりにくいお店も、見方を変えれば「隠れ家的なお店」として売り出すことが可能です。ここが弱みだと先入観を持つことなく、視点を変えてみれば、弱みも強みとして訴求することができるのです。

強み発見チャレンジシートで 自社の強みを発見しよう！

下記の空欄①～④を埋めてください。

(1)他社にはない強み、メリット

同じような他の商品(サービス)と比較したとしても、あなたはこの商品(サービス)を選ぶでしょう。

なぜなら、この商品(サービス)には、競合他社にはない

(①))といった**強み**があり、

(②))といった**メリット**を

あなたにもたらすからです。

(2)こだわり

この商品(サービス)には競合他社と差異化できる

(③))といった**こだわり**が

あります。

(3)信頼の証

また、(④))といった**実績や裏付け**

があるので安心して購入いただけます。



今回は、営業ツールの素となる「PRシートの作り方」について解説いたします。

圧倒的な強みを引き出すコンサルティングオフィス

株式会社 Y-プロデュース
代表取締役 野竿 達彦



主な業務内容：販促コンサルティング、見せるだけで注文が入るチラシ・パンフレット・ホームページの制作。機械要素技術展、テクニカルショウヨコハマなど展示会への出展企業に対してセミナーや強みの作り方を指導するだけでなく、実際に強みが一目でわかるPRシート制作、パネル制作なども手掛けている。

／ 今、なぜ、人材育成が必要なのか？ ／

～人材育成のポイントとその取組み～

人材育成 最前線！



人材育成は中長期的で継続的に取り組むことが必要です。

成功のポイントは①経営理念の設定・浸透、②人事制度の構築、③人材活用・戦力化の3つ。

ナビゲータによる支援であなたも自社の人材育成に取り組んでみませんか？

東京都の平成29年の有効求人倍率は2.08倍と7年連続で前年を上回るなど採用難が続いています。長期的には人口が減少する中、人材採用・確保・育成は中小企業において重要な課題といえます。大企業においても採用で苦勞する昨今、求める人材の明確化、働きやすい社内体制の構築、自社の魅力を伝えるなどして採用活動を行う一方で、今いる社員に長く働いてもらうことや社員の育成に重きをおいた人材戦略が必要な時ではないでしょうか。その中でも人材育成は、中長期的で継続的な取組みが必要にもかかわらず、成果が見えづらく、また、企業によっては緊急性がないことや日々の業務に追われてしまい、つい後回しになりがち傾向にあります。

そこで、本号では、人材育成の3つのポイントについて取り上げ、改めて人材育成の取組みの重要性についてご提案したいと思います。

人材育成の3つのポイント

人材育成は事業の将来を見据え、業務を通じた取組(理念、資格等級・評価・教育訓練等の各制度の整備)による土台づくりが重要です。(11ページ図1)

人材育成に必要なポイントを3つご提案します。

1つ目は、経営理念・経営方針の設定・浸透です。経営理念とは、企業の存在意義・価値観・未来のイメージなどを明文化したものとイえます。この経営理念を社内で共有する価値観として示し、浸透させ、普段の業務につなげていく必要があります。その結果として、会社全体でその価値観に基づく判断を行うことができ、一貫した行動をとることが可能となります。

2つ目は、人事制度の構築・見直しです。人事制度は一般的

に企業のミッション・ビジョンに沿った経営方針を明らかにするところから始まります。経営方針に基づき、11ページの図2のようにいくつかの制度に分けて考えていきます。それぞれの制度は関係し合って整合性が保たれている必要があります。

3つ目は、人材活用・戦力化です。育成を継続できる仕組みづくり、OJTの確立などがこれにあたります。継続できる仕組みづくりとして、PDCA(※)の繰り返しによる個の質の向上と組織におけるノウハウの共有化があります。実践にあたっては、対象者、習得内容と当面のレベル(目標・基準)をもとに手順・方法を具現化し、仕事を通じた実現に努めるとともに、定期的に検証、確認を行い、好循環のサイクルの実現と成功・失敗の要因の組織での共有が重要となります。

OJT(職場内教育)とは、“職場において、直属の上司が仕事

図1 将来に向けた人材づくりの構図

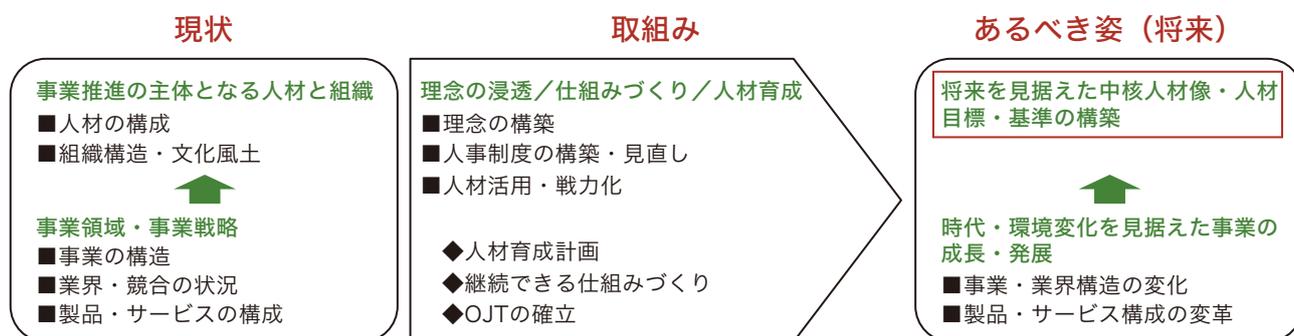
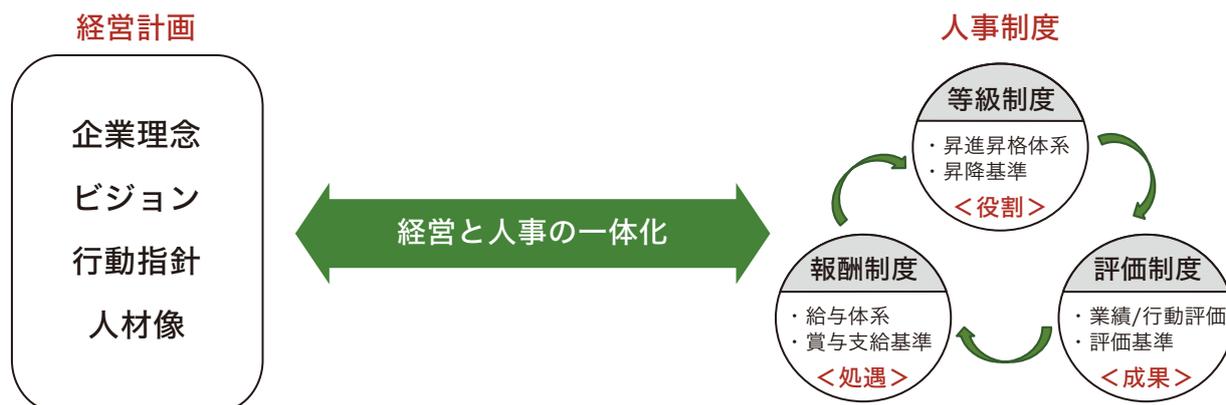


図2 “人事制度”は「経営計画」と密接な関係



の機会をとらえ、知識・技術・技能、態度および問題解決能力について、計画的かつ個別に部下を指導するもの”です。効果を上げるためには、原理原則や基礎知識の習得をめざすOff・JTと自己の環境に適応した自己啓発との相乗効果が生まれる様、仕組み・ルールの工夫・設定が必要となります。

※Plan(計画)→Do(実行)→Check(評価)→Act(改善)の4段階を繰り返すことによって、業務を継続的に改善する。

人材育成を成功させるために

人材育成を成功させるには、経営理念や経営方針に基づいた「求める人材」をはっきりさせ、目的を持って全社的に取り組むこと、長期間にわたって根気強くあきらめずに取り組むことが重要です。

公社では、都内中小企業の人材確保・育成に係るお悩みを解決するために、経験豊富な8名のナビゲータが各社ごとに寄り添った支援を行っています。それぞれの課題やニーズにマッチした人材ナビゲータが定期的に訪問し、解決に向けた継続支援を実施します。現状把握から課題整理、解決策のご提案、フォローアップまで皆様の状況に合わせて進めていくので、無理なくご利用いただけます。将来を見据え、持続的な成長を実現するための制度づくりや人材育成、組織活性化に向けての取組みの第一歩を公社と一緒に踏み出してみませんか？

お問い合わせ 企業人材支援課 人材支援係
 TEL:03-3832-3675 FAX:03-3832-3679(4月まで)
 TEL:03-3251-7904 FAX:03-3251-7909(5月以降)
 E-mail:sangyo-jinzai@tokyo-kosha.or.jp
 公社トップページ→人材育成・福利厚生→人材確保・育成総合支援



Information

週2回・相談員8名に拡充！

デザイン相談窓口がご利用しやすくなりました！！

企業経営におけるデザインの重要性が高まるなか、中小企業の経営者にとってデザインに関する悩みはつきません。「技術力ではどこにも負けないのに、なぜ売れないんだろう」「デザイン導入に興味があるけど、相談できる人が身近にいない」など、聞きたくてもなかなか聞けないデザインについての悩みに、デザイン・商品開発の専門家がお応えします。

相談内容（過去の事例より）

- ・現在の商品の改良を行いたい
- ・新商品の営業ツール（ロゴ、販促カタログ、チラシ）を制作したい
- ・営業拡大に伴う店舗デザインの相談
- ・自社製品のデザインを依頼した場合の費用を知りたい
- ・展示会でのアピールの仕方で悩んでいる
- ・知財（商標）戦略、ネーミング開発について
- ・自社製品の販路拡大にあたり、パッケージデザインを改良したい
- ・自社で制作していたHPをもっと売れる形にリニューアルしたい

場	所	住友商事神田和泉町ビル 9階 (千代田区神田和泉町1-13)※平成30年4月1日より場所が変更になりました		
開	催	日	週2回(火・木曜日) 13:00~16:00(1時間×3組)	
料	相	談	無料	
相	談	員	武者廣平(プロダクトデザイン)、堀越敏晴(プロダクトデザイン)、安齋志朗(スペースデザイン) 植木誠(グラフィックデザイン)、菊池公一郎(パッケージデザイン)、廣田智江(WEBデザイン) 片山典子(プロダクトデザイン)、今井裕平(商品開発コンサルティング)	
予	約	・	申し込み	経営戦略課 TEL03-5822-7250/e-mail:design@tokyo-kosha.or.jp
スケジュールおよび相談員のプロフィール等、 詳細はホームページをご覧ください。 http://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shien/soudan/design.html				

お問い合わせ 経営戦略課
TEL:03-5822-7250
E-mail:design@tokyo-kosha.or.jp



お知らせ

お得に出展、業績アップ！出展費用を助成します

平成30年度 新・展示会等出展支援助成事業 申請受付中

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様向けに出展費用の一部を助成します。
要件や助成内容の概要は以下のとおりです。詳細は、公社サイトをご覧ください。

申	請	要	件	都内中小企業者のうち、平成29・30年度の「中小企業活力向上プロジェクト」の経営診断を受けた上、 下記a~cのいずれかに該当する方 a. 直近期の売上が減少(その前の期との比較) b. 直近期に損失を計上 c. 平成29・30年度の「中小企業活力向上プロジェクト」の「成長アシストコース」を修了
助	成	内	容	国内外の展示会等への出展費用等 助成限度額:150万円 助成率:対象経費の2/3(小規模企業者)、1/2(その他中小企業者) 対象経費:出展小間料、資材費、輸送費、販売促進費、広告費 対象期間:交付決定日から1年1か月以内
受	付	期	間	平成31年1月末日 または 予算終了まで
備	考			平成28・29年度に当事業に採択された方は申請できません。 (ただし、中止の承認を受けている場合を除きます)
U	R	L		http://www.tokyo-kosha.or.jp/support/josei/jigyo/shintenjikai.html

お問い合わせ 助成課
TEL:03-3251-7895



商人大学校 基礎講座を開講します

「商人大学校」は、経営に関する知識の提供に加えて、ワークや他の参加者との議論の機会を豊富に盛り込んだ、実践的な経営力向上セミナーです。今回募集する基礎講座では、経営力向上のための体系的な学びを提供します。

開講期間とコース 基礎講座：平成30年6月19日(火)～8月7日(火) 全5回
 ◆飲食店コース/小売・サービス業昼コース 13:30-16:30
 ◆小売・サービス業夜コース 18:00-21:00
 特別講座：平成30年9月11日(火) 15:30-19:30
 会場 東京都産業労働局秋葉原庁舎3階(千代田区)
 定員 各コース20名
 受講料 無料



申込方法 公社ホームページ
 「商人大学校」から申し込み
<http://www.tokyo-kosha.or.jp/support/shien/shonin/daigakko.html>
 募集締切 平成30年5月15日(火)

お問い合わせ 経営戦略課
 TEL:03-5822-7237



平成30年度 広域多摩イノベーションプラットフォーム 「新技術創出交流会」 エントリー企業募集

都内中小企業と大手企業の出会いの場として、技術連携に向けたきっかけ作りを支援する取り組みです。

11回目を迎える今回は、より多くのマッチング機会の創出を目指し、「2日間」に拡大して開催します。

また、大手企業とのマッチングに加え、新企画として、大学・研究機関と連携して新技術・新製品開発にチャレンジする企業向けに「産学連携個別面談会」もご用意いたしました。

自社の技術・製品をアピールする機会として、ぜひご活用ください。

< 開催概要 >

開催日時 平成30年9月19日(水)・20日(木)
 10:00～17:00
 会場 パレスホテル立川
 (JR立川駅北口から徒歩5分)
 個別面談会・製品展示会
 参加費 5,000円(税込)
 集対象 都内に事業所を有する中小企業
 締切 平成30年5月18日(金)
 注 意 大手企業との技術ニーズが合わず、
 面談希望がない場合はご参加いただけません。
 その際は参加費はかかりません。



その他詳細およびエントリーは、Webサイトをご覧ください。
<https://www.technology-tama.jp/>



多摩イノベ

検索

お問い合わせ 多摩支社「新技術創出交流会」担当
 TEL:042-500-3901 FAX:042-500-3915
 E-mail:tama-event@tokyo-kosha.or.jp

お知らせ

「INNOVESTA! 2018ビジネスデー」を開催します

INNOVESTA! (イノベスタ)は、東京都立産業技術研究センター(都産技研)の技術や設備を見学・体感できるイベントです。ビジネスデーでは、各分野で活躍されている方を招いた特別講演や海外展開特別セミナーを開催するほか、警視庁サイバーセキュリティ対策本部によるイベントや、都産技研研究員によるワークショップ・試験機器設備の公開など、多数のプログラムを用意しています。都産技研をご利用されたことのない方も、ぜひお気軽にご来場ください。



プログラムの詳細や
 参加方法については、
 特設サイトをご覧ください!



INNOVESTA! 特設サイト
<http://www.tiri-innovesta.jp/>

イノベスタ

検索



お問い合わせ 「イノベスタ2018」運営事務局
 TEL:03-5489-7385
 E-mail:info2018@tiri-innovesta.jp

開催日時 平成30年5月25日(金) 10:00～17:00
 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)
 参加費 無料
 内容 <予約不要>実演・体験、施設見学、ロボットのデモンストレーション など
 <事前予約制>特別講演、海外展開特別セミナー、ワークショップ

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	担当部署
4月	4月23日(月)	知的財産基礎セミナー	14:00~17:00	AP秋葉原	知財
	4月24日(火)	外国出願戦略セミナー	14:00~17:00	AP秋葉原	知財
	4月27日(金)	外国著作権登録セミナー	14:00~17:00	AP秋葉原	知財
	4月23日(月) 4月24日(火)	ISO14001:2015 内部監査員養成講座	10:00~17:00	企業人材支援課 セミナールーム	企業人材
5月・6月	5月 8日(火)	営業力養成研修	10:00~17:00	秋葉原庁舎	企業人材
	5月 9日(水)	人事・労務入門研修	10:00~17:00	秋葉原庁舎	企業人材
	5月10日(木)	技術契約セミナー[基礎編]	14:00~17:00	AP秋葉原	知財
	5月10日(木) 5月11日(金)	貿易実務者養成講習会 輸出入貿易実務(入門初級)	10:00~16:00	台東区民会館	国際
	5月11日(金)	ISO9001:2015 規格要求事項解説講座	10:00~17:00	秋葉原庁舎	企業人材
	5月14日(月)	著作権の基礎知識	14:00~17:00	AP秋葉原	知財
	5月16日(水)	問題解決のための品質管理(QC)入門編	10:00~17:00	秋葉原庁舎	企業人材
	5月16日(水)	第1回東京都デザイン導入支援セミナー 中小企業が取り組む新商品開発	13:00~16:30	東京都立産業技術 研究センター	経営戦略
	5月18日(金)	ISO14001:2015 規格要求事項解説講座	10:00~17:00	秋葉原庁舎	企業人材
	5月21日(月)	特許・実用新案セミナー[基礎編]	14:00~17:00	AP秋葉原	知財
	5月22日(火) 6月26日(火)	新任係長研修	10:00~17:00	秋葉原庁舎	企業人材
	5月23日(水) 6月19日(火)	新任課長級研修	10:00~17:00	秋葉原庁舎	企業人材
	5月25日(金)	ノウハウ管理セミナー	14:00~17:00	AP秋葉原	知財
	5月28日(月) 5月29日(火)	良いコミュニケーションのための3つの手法	10:00~17:00	秋葉原庁舎	企業人材
	6月13日(水)	財務・経理入門研修	10:00~17:00	秋葉原庁舎	企業人材
	6月14日(木) 6月15日(金)	貿易実務者養成講習会 輸出入貿易実務と通関手続き(基礎)	10:00~16:00	台東区民会館	国際
	6月21日(木)	機械・電気保全のポイントと 技能伝承研修(入門)	10:00~17:00	秋葉原庁舎	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



東京都知的財産総合センター



国際事業課



企業人材支援課



経営戦略課

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

東京中小公社 セミナー

検索

社長の
座右の銘

『Simple is Best』

昭和機器計装株式会社
代表取締役社長 篠原利彦

考える際よく思い出す言葉の一つ。

これは以前勤めていた会社で、私が担当する案件について相談に行くと『この資料は何を伝えたいのかが、ハッキリしない』とか『いま何が、原因と
思っているのか、わからない』と言われ、その際によく言われたのが『Simple is Bestを心掛けよ』でした。

相手に伝えたいこと、相手が欲しいことは、Simpleなほど良く伝わる。

ものごとは、一見複雑に見えることも、もとを正せば一つ一つの事象が重
なっているだけ。Simpleにすることで物事が整理できるし原因がわかる。

だから『Simple is Best』は大切だと実感し、今でも考え事をする際に
は、その当時の事を思い出しながら『Simple is Best』を心掛けています。

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	問合せ窓口
1	No.00045083 足立区	1,000万円 23人	サンドブラスト加工を専門 に生産と技術開発を行っ ています。	サンドブラスト機(35台)、プラストル ーム(2室)(3m×4m)、プラスト用マス キングシート製版機(2台)	63年	関東 近郊	取引振興課 TEL 03-3251-7883 FAX 03-3251-7888

発注情報

整理 番号	発注番号 所在地	資本金 従業員数	発注品名	加工内容	材質	主要設備 他	金額 数量	支払 条件	希望 地域	問合せ窓口
							相談 小ロット			
1	No.000235163 大田区	1,000万円 7人	鋼材の加工	旋盤・フライス 加工	特殊鋼・ ハイス系	汎用旋盤・ 汎用フライス等	相談 小ロット	応相談	都内 城南 地区	城南支社 TEL 03-3733-6245 FAX 03-3733-6246



～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

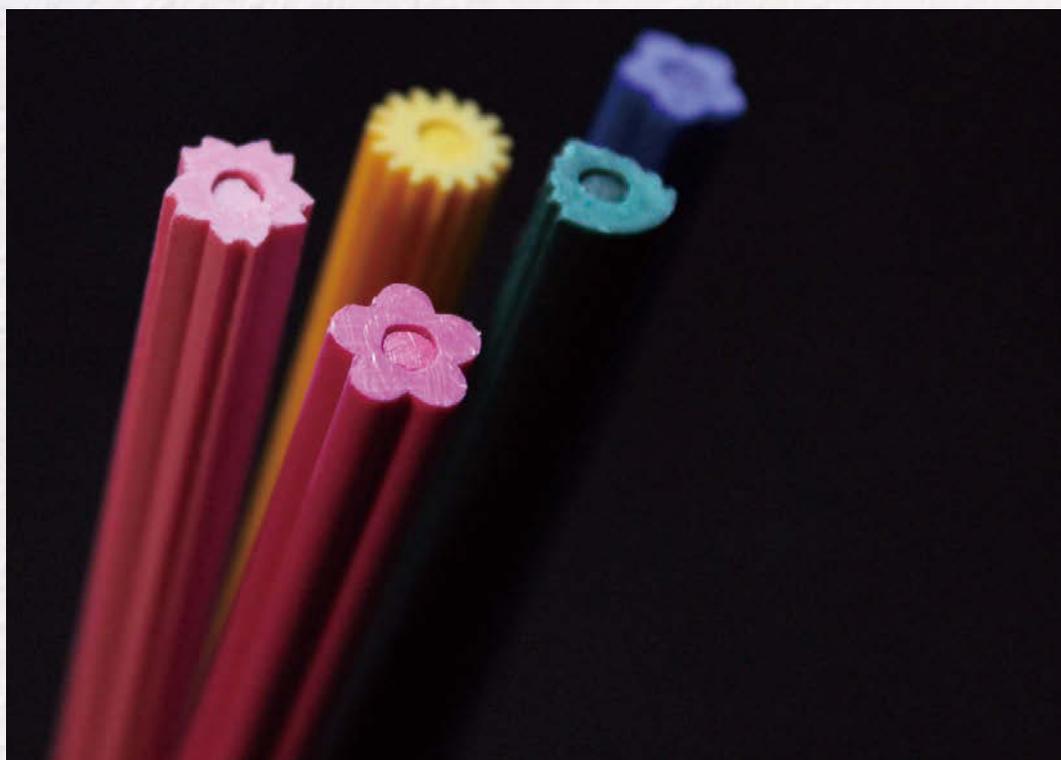


ビジネスチャンスナビ で検索!



商品ジャーナリスト・北村 森

「にっぽんの底力」は、姿形だけでなく



「東京くらしのフェスティバル」に出展され、話題を呼んだ商品の開発背景をひもとく新連載です。第1回は「花色鉛筆」。

上の画像に目を凝らすと、それぞれの軸が草花をかたどっているのに気づきます。梅色の鉛筆は梅の花。桜色のは桜の花。

花色鉛筆の仕掛けはまだあります。今度は右下の画像です。芯を削ると、その削りかすは、花びらを思わせる美しい形に。

あっ!と声が出る、この商品……。核となって作り上げたのはTRINUSというベンチャー企業です。いったいどうやって?

花色鉛筆で言えば、廃棄古紙を用いた新素材を編み出した企業がありました。でも、どう活かすかまでは考えつかない。

それをTRINUSがデザイナーとつないだ。花びらのような削りかすになるのは、細かな成形ができ、軸の中まで同色に染め上げられ、しかも簡単に削れるから。新素材なればこそでした。

すなわち、こんな仕組み。まず、TRINUSが、全国各地に埋も

れている技術を発掘して情報を開示する。次にそれを見たデザイナーが商品を発想してTRINUSに提案します。つまり、TRINUSが、企業とデザイナーをまさにとりなすわけです。

可憐な姿形だけでなく、開発を進める過程ひとつからも、にっぽんの底力をそこに感じ取れる、という話ですね。

東京くらしのフェスティバル…“東京・いいもの・新発見”をコンセプトにくらしを彩る商品を一堂に集めた公社主催の展示商談会。次回開催は11月1日(木)・2日(金)の予定。

花色鉛筆 1944円(税込)。
梅色、桜色、蒲公英色、常磐色、桔梗色の5本セット。
削りかすの美しさにも注目。
株式会社TRINUS(トリナス)
<https://trinus.jp/>



植物油インキを使用しています。

