

MACC^{マック}通信

Monozukuri Arakawa City Cluster

第50号

2019年9月30日発行

《主な内容》

- ・令和元年度MACC・LANP連携セミナー「消費税率アップに備えた補助金等の活用で賢い資金調達」を開催。
- ・MACCプロジェクト発新商品紹介(「ときこち」)
- ・『目利き力向上』の講習会開催
- ・連載:「知財経営のすすめ Vol.6 -技術とノウハウの取扱いを考える-

荒川区が進める『MACCプロジェクト』は、荒川区の特徴である多彩な産業集積を生かした、区内企業同士の顔の見えるネットワークの形成を推進することによって、荒川区の産業振興を図るものです。

「MACC通信」では、この『MACCプロジェクト』に関わるホットな情報をお届けします。

令和元年度MACC・LANP連携セミナー 「消費税率アップに備えた補助金等の活用で賢い資金調達」 を開催しました。

7月17日に中小・小規模事業者のための「消費税率アップに備えた補助金等の活用で賢い資金調達」セミナーを開催しました。税理士の齊藤信行氏(齊藤信行税理士事務所 代表)が、10月に控えている消費税率アップに備え、軽減税率制度の概要や賢い補助金の活用について解説しました。

今年度10月より消費税率が10%に引き上げられます。それに伴い「軽減税率制度」が導入される事を受け、MACCプロジェクトは、制度の正しい理解と対策のため区内商店を対象とした「LANP(魅力あふれる個店づくり事業)」との、初めての連携セミナーを“ゆいの森あらかわ”で開催しました。

セミナー冒頭、荒川税務署から軽減税率制度の概要とスケジュールの説明が行われ、引き続き、齊藤税理士の講義が始まりました。

まずは、軽減税率の対象となる商品(税率8%)・対象とならない商品(税率10%)についての解説があり

「税率の紛らわしいケースについての注意点」が述べられました。

なかでも、商品を組み合わせる販売する場合(一体資産)の税率について、原則は標準税率(10%)になりますが、下記の2つの要件を満たした場合

- 一体資産の販売価格(税抜)が1万円以下かつ
- 一体資産の価格のうちに飲食料品の価格の占める割合が2/3以上となるもの

は、全体が軽減税率(8%)の対象となることから、今後商品開発において「一体資産として軽減税率の対象となる様な商品」を開発し、安価で提供できるようにすることも、戦略として取り込んでいく必要があると述べました。

また、区分記載請求書・適格請求書についての説明や、税額計算の特例や、受発注システムの改修・複数税率対応レジの導入に関する補助金についての解説・従業員教育の重要性にも触れました。

最後に齊藤氏は「税率引き上げにより、従前より1.25倍の納税額が必要になると考えられ、消費税滞納による延滞金の発生や金融機関への信用の失墜等、経営への悪影響を招かないためにも、資金繰りへの一層の注意が必要」と注意喚起をしました。



東京商工会議所「中小企業のための 消費税軽減税率制度導入と消費税転嫁対策」

MACCプロジェクト発 新商品紹介！！

このコーナーでは、MACC発新商品を紹介していきます。今回は、新たに“MACC発新商品”に認定された株式会社トネ製作所の「ときこち」を取り上げます。

ときこち

開発企業：株式会社トネ製作所（所在地：町屋8-13-6 TEL：03-3895-7791）

<https://www.toki-cocochi.com/>

【製品紹介】

卵の白身が嫌いな家族のため、「綺麗な黄色い卵焼きを食べさせたい」という社長の思いから開発された「卵かけご飯専用調理器具」。

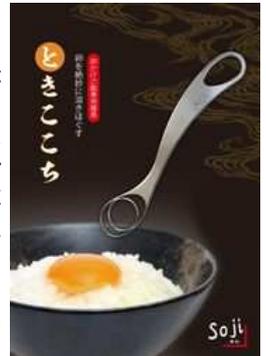
先端部分が楕円と正円の二つのリングを重ねあわせた形状で、この線幅0.7mmに加工された二つのリングが、白身と黄身を切るようにかき混ぜ、白身の残らない滑らかな“とき卵”ができあがる。近年の『卵かけごはん(TKG)』ブームも需要の掘り起しに役買っている。

混ぜるだけの安価な従来品は、攪拌部分の歯に直接触れてしまい怪我の心配があることと、食洗機が使用不可のため、安全面・衛生面で不安があった。

そこで、金属加工一筋50年の経験と実績を誇る(株)トネ製作所が、試作を繰り返すこと6か月。5回程のモデルチェンジを経て、現在の形状となりB to Cの製品化に漕ぎつけた。

製品化にあたっては、バフ研磨材料や商品の外箱・チラシの作成等、あすめし会(あすの飯の種をつくる会)メンバーとの連携と、MACCコーディネータの支援を受け、荒川区高度専門家による知的財産権についての検討・販路開拓のアドバイスを経て量産を開始した。

個人消費者のみならず、卵焼き・オムレツ等、卵を使った料理を大量に作る飲食店や食品加工会社等幅広い販路先を見込んでいる。令和元年6月の東武百貨店「夏の職人展」への出店で好評を博し、同年7月のテレビ東京「ワールドビジネスサテライト」の人気コーナー“トレンドたまご”にも取り上げられ注目を集めている。



第14回MACCプロジェクトフォーラム

ひらめきが、財産になる！！ 「目からうろこの 知的財産権活用術・知財経営ノススメ」



小さい会社が大企業と対等に渡り合える武器が「技術」です。それをささえる「知財」を経営に活かしましょう！！

知的財産権の“おもしろ事例”等のご紹介・名刺交換会もあります。知的財産権にご興味のある方、是非ご参加ください。

【開催日時】 令和元年10月17日（木）14:00～17:00

【会場】 東京電機大学 東京千住キャンパス5号館2階 5203・5204セミナー室
(足立区千住旭町5番)

【対象】 区内外・経営者等を問いません

【定員】 50人（申込み順）

【締切】 令和元年10月16日（水）

【費用】 無料

【その他】 申込み・お問合せは、荒川区産業経済部経営支援課
TEL:03-3802-4683 FAX:03-3803-2333
電子メールアドレス macc@city.arakawa.tokyo.jp

<https://www.city.arakawa.tokyo.jp/sangyo/kouza/14th-maccforum.html>



【内容】 第一部【基調講演】『知財経営ノススメ』押久保 政彦氏(押久保政彦国際商標特許事務所 所長)

第二部【パネルディスカッション】

[パネリスト]《産学連携で“知財”がもっとおもしろい！『目からうろこの知的財産権活用術』》

株式会社オフィスサニー 代表取締役 高橋淳一氏 志幸技研工業株式会社 代表取締役 吉川裕氏

株式会社トネ製作所 営業技術部 利根祐樹氏

東京電機大学 産官学交流センター 亀井隆夫氏 山形大学 工学部 荒川サテライト 田口英生氏

『目利き力向上』の講習会開催 5信金の若手・中堅職員が目利き力向上で実践トレーニング 日建塗装工業(株)をモデル企業に成長・改善プランを作成

区と山形大学は、平成28～30年度に実施した「地域金融機関連携型課題解決支援事業」の「目利き（事業性評価）力向上講習会」を修了した荒川区しんきん協議会加盟の信用金庫の職員72人を「荒川区地域産業活性化パートナー」として既に認定しています。今年度も新たに24人の職員がパートナー認定を目指して研修を開始しました。認定を受けたパートナーは、区が推進している産学公金連携ネットワークに連帯し、目利き力を活かした企業支援など地域産業の活性化に協力することにしています。

「荒川区しんきん協議会」に加盟する5つの信用金庫の職員を対象にした「目利き力向上研修」が6、7月の合計4日にわたって開かれました。

5信金の職員24人が参加し、小野浩幸山形大学教授をはじめとする山形大の産学連携担当者らの指導のもと、“目利き”となるための実践トレーニングに励みました。

同研修は日建塗装工業(株)（荒川区荒川7）の春日部工場（埼玉県春日部市）を見学したうえで、同社をモデル企業として、その成長・改善プラン



防じん服を着て工場見学

を作成し、プレゼンテーションやレポートを通してプランをモデル企業に伝えるという内容で、それにより、受講者の目利き力等の向上と、日建塗装(株)の経営改善との一石二鳥を図る企画です。

研修初日の6月11日午前には春日部工場を見学したのち、同日午後、セントラル荒川ビル研究室で講習会を行いました。

参加した地域金融機関 (荒川区しんきん協議会加盟)
朝日信用金庫
城北信用金庫
巢鴨信用金庫
瀧野川信用金庫
東京東信用金庫

講習会では、小野教授がテレビドラマ「半沢直樹」を題材にして、金融機関のスタッフは取引先企業の何を見るべきかについて解説。続いて、受講者が四つのグループに分かれ

て、モデル企業のSWOT分析（強み、弱み、機会、脅威の要因分析）などに取り組み、各グループが中間発表をして初日を終わりました。

研修は翌12日と7月10日、11日の計4日間にわたって実施。

最終日の7月11日には各



講習会・グループ学習の様子

グループが日建塗装(株)の関係者を招いての提案プレゼンテーションに臨みました。

同プレゼンはコンテストの側面も持ち、プレゼン終了後に優秀提案が選出されました。

目利き力向上研修は、区と山形大が協力して平成28年度から毎年実施している事業で、今回が4回目。

事業の趣旨は、区内中小企業の事業性を正しく評価できるような人材を育成し、荒川区地域産業活性化パートナーとして認定し広く紹介することにより区内中小企業の成長発展を後押ししようというもので、研修受講者が同パートナーに認定される仕組みで、今回の24人を加えたパートナー総数は96人になる予定です。

区が認定した 「荒川区地域産業活性化パートナー」 (予定含む)	
平成28年度	24人
平成29年度	23人
平成30年度	25人
令和元年度	24人(予定)
計	96人(予定)

知財経営のすすめ Vol.6 -技術とノウハウの取扱いを考える-

今回は、取引先からの仕事の依頼の際に注意すべきこととして、他社の知的財産権があるかどうか、その知的財産権を侵害しないかどうかを確認すること、知的財産の取扱いについて取引先と協議することを挙げ、日頃から製品に関係する知的財産への意識が重要であることを学びました。

しかし、知的財産といってもその範囲は広く、内容も多岐にわたります。そのため自社の製品やサービスに関係する知的財産を的確に把握することが必要です。

次の図を見てください。

知的財産の種類

創作意欲を促進

知的創造物についての権利等	
特許権 (特許法)	○発明を保護 ○出願から20年 (一部25年に延長)
実用新案権 (実用新案法)	○物品の形状等の考案を保護 ○出願から10年
意匠権 (意匠法)	○物品のデザインを保護 ○登録から20年
著作権 (著作権法)	○文芸、学術、美術、音楽、プログラム等の精神的作品を保護 ○死後70年 (法人は公表後70年) 映画は公表後70年
回路配置利用権 (半導体集積回路の回路配置に関する法律)	○半導体集積回路の回路配置の利用を保護 ○登録から10年
育成者権 (種苗法)	○植物の新品種を保護 ○登録から25年 (樹木30年)
(技術上、営業上の情報)	
営業秘密 (不正競争防止法)	○ノウハウや顧客リストの盗用など不正競争行為を規制

信用の維持

営業上の標識についての権利等	
商標権 (商標法)	○商品・サービスに使用するマークを保護 ○登録から10年 (更新あり)
商号 (商法)	○商号を保護
商品等表示 (不正競争防止法)	○周知・著名な商標等の不正使用を規制
地理的表示 (GI) (特定産地及び産物の名称の保護に関する法律)	○品質、社会的評価その他の確立した特性が産地と結びついている産物の名称を保護 (産地の保全及び酒類業組合等に関する法律)
地理的表示 (GI) (産物の保全及び酒類業組合等に関する法律)	
産業財産権 = 特許庁所管	

図出所 特許庁ウェブサイト

<https://www.jpo.go.jp/system/patent/gaiyo/seidogaiyo/chizai02.html>

知的財産は、大きく「創作意欲を促進」する知的財産と、「信用の維持」を図る知的財産に分けられます。「創作意欲を促進」させる知的財産には、皆様ご存じの「特許」に代表される“技術”や「意匠」に代表される“デザイン”があります。「著作権」や「営業秘密」(ノウハウ)も「創作意欲を促進」する知的財産です。

一方、「信用の維持」を図る知的財産には、「商標」に代表される“ネーミング”や“ブランド”が該当しますが、会社の「商号」や権利を取得していない様々な「商品等表示」も知的財産となります。

このように一言で知的財産といっても様々な種類があることがお分かりいただけると思います。

最近、新聞記事等で知的財産の“オープン・クローズ”という言葉をよく耳にすることはないので

でしょうか。これは、自社の製品における“特許”と“営業秘密”の取扱いを指すことが多いのですが、今回は、知財経営の視点から、自社製品における“技術”や“ノウハウ”をどのように取り扱うかについて考えてみましょう。

“オープン・クローズ”は、主にものづくりの製造業に関係する取組みです。ものづくりにおいては、製品企画、設計、試作、検証、仕様決定、量産といった製造工程があります。各工程においては、様々な“技術”や“ノウハウ”があると思います。製造工程において新規な技術的なアイデアは“特許”で保護される可能性があり、“特許”を重視している会社もあると思いますが、“特許”と言っても万能ではありません。そこで、“特許”と“ノウハウ”を組み合わせる方針を検討するのが、知的財産の“オープン・クローズ(戦略)”なのです。

“オープン・クローズ”の設計・構築の方法はケースバイケースですが、製造業であれば、一般に自社製品を見て他社がその内容が分かるものは、“オープン”としての“特許”の取得を目指し、製品を見てその内容が良く分からないものは、“クローズ”の“ノウハウ”として秘匿するのが一般的です。加工業であれば、加工方法に特徴があると思われるので“特許”よりは“ノウハウ”の比重が高くなります。このように自社の“得意技”に応じて“特許”と“ノウハウ”を使い分けていくことが肝要なのです。

自社の立場に応じた知的財産の取扱いを行うことが知財経営であり、案外と奥が深いと思いませんか。

著者略歴 押久保政彦(おしくぼまさひこ)

弁理士 / 知財経営コンサルタント / 1級知財管理技能士 (特許、コンテンツ、ブランド)。

2005年 弁理士登録

2015年 博士(技術経営)学位取得
押久保政彦国際商標特許事務所 所長
関東経済産業局、特許庁事業 知財専門家



連載～その32～

牛山博文の モノづくりと工夫！



MACCミドルコーディネータ
牛山博文

MACCプロジェクトでは4名のコーディネータによる、きめ細かい企業支援を行っています。

このコーナーでは、牛山コーディネータによる生産管理の事例やMACCコーディネータとしての活動報告等を、わかりやすく連載で皆様にお伝えしていきます。

「製造業（モノづくり）の経営」

今回は製造業（モノづくり）の経営について考えてみましょう。

当たり前ですが製造業が扱う対象はモノになります。対象が人の場合はサービス業になりますし、対象が情報の場合は情報産業ですね。さらに対象がモノである産業として物流業もありますね。物流業は“運ぶこと”が仕事になりますが、製造業では“作ること”が仕事になります。ここで重要なことは自分で使うために“作る”のではなく、人様に“買ってもらうため”“使ってもらうため”に作るということです。

人様に買って頂けるようなモノを作るのは大変な作業です。なぜなら、そのためには人様がどのようなものを求めているかを知らなければなりません。人様が求めているモノを知る。つまり“ニーズ”を知るためには、そのモノの機能、モノが果たしている役割や使命を知り、探求していくことが必要です。これは対象が人のサービス業や、情報の情報産業にも当てはまります。

それでは機能を知る、探求するとはどういうことでしょうか？まだモノが不足していた時代は人が求めている機能を探求する必要はありませんでした。

“時計”を例にして考えてみましょう。時計が普及し始めた頃は、時刻を確認するのに大きな柱時計が使われていました。まさに一家に一台です。しかし時代が進んで、モノあまりの状態になると、時計本来の機能・役割を知り、探求することが重要になってきます。

時計の基本機能は“時刻を確認する”ことです。もちろん柱時計にも備わっている機能ですから、“家に帰れば”時刻を確認することができます。しかしより理想的な時計の機能は“いつでもどこでも瞬時に時刻を確認する”ことになるのでしょうか？

“いつでもどこでも瞬時に時刻を確認する”機能は、鉄道員など特殊な職業に携わる人のニーズであったかもしれませんが、一般の人にとって家庭の柱時計しか見たことのない状況では“いつでもどこでも瞬時に時刻を確認する”という欲求が生まれるとは考えにくいです。おそらく鉄道員が懐中時計を使っていることを見たり聞いたりして、はじめて“ああ、これこれ！これが私も欲しかったのだ”と気がついたのではないかと思うわけです。

モノづくりの会社が発展するには、“モノやコトの機能を知り、探求して新たな価値を人様に知ってもらい、欲してもらうことができるようになる”ことが重要になると考えられます。



令和元年9月末発行

『MACプロジェクトパンフレット』と『MACCプロジェクト企業紹介パンフレット』が一つになり、新しく生まれ変わりました。ご希望の方は、産業経済部 経営支援課 産業活性化係まで！！！！

MACCコーディネータ TOMMYの部屋 VOL.49



『荒川事業承継2物語』



MACCシニアコーディネータ 豊泉光男

今回は、「事業承継」パート2についてです。トミーの実体験とその事例の中心課題について述べさせていただきます。少しでもお役に立てれば幸いです。1. 1985年はトミーは翌年の社長就任を控えて、3年間に渡る経営改革の総仕上げの年でした。経営改革



は生産革新（新設備の導入、生産技術、ITの導入）、販売革新（新商品・新事業開発、設計・技術営業改革、PCLAN導入）が功を奏し、業績は改善し、成長軌道に乗ってきました。この成果を受けて、役員・社員の皆さんから事業承継推進の共感が得られました。この事例での課題は、1)株式の譲渡問題です。一つは分散株式の集約化。もう一つは株価評価が額面の35倍となった高額株式の譲渡でした。ここでは自身で奔走して、外部ブレインの知恵も借り、漸く新社長に3分の2以上の株式譲渡のメドが立ちました。2)事業承継に伴い、現社長の希望は、「新しい酒は新しい革袋」にと経営革新を切望、新しくCI導入、新経営理念、新経営指針、新行動指針、新中期経営計画、新社名等を新たに作成しました。この時点の事業規模は従業員100名+（パート含む）、年商10億円弱、業務内容は、発泡プラスチック製品の設計・生産・販売関連事業でした。2、1986年、トミーは代表取締役就任（36才）の年です。この事例の課題は社外との折衝でした。債務保証、社長就任告知、新経営理念、新経営計画の発表、新事業・新商品開発方針の発表等が目白押しでした。同時に社内の共感も大切にしました。また、古参役員のそ

の後の待遇、役職、役員退職規定等の充実も図りました。3. 1994年には日本FS工業組合青年部のプロジェクト「事業承継問題の調査と考察」会員約150社のまとめに関わり、当業界の事業承継推進の課題、その対策について、アンケート、訪問インタビュー、後継者の研修、現経営者ヒアリングを行いまとめの冊子を作製しました。この事例の課題は現経営者が何年後に誰に継承するか意思決定、後継者については、受け身の待ちの姿勢から自らが経営していく意志と行動でした。4. 2004年に早稲田大学大学院でファミリービジネス研究会に参加しました。その事例では事業承継の課題はファミリービジネスのスリーサークルモデル（経営・所有・家族）中でも経営者・家族間のコンフリクトの解決が重要である事を強く感じました。5. 2004年に「埼玉県地場企業の事業承継と経営改善」を受託しました。この事例でも事業承継にとって、経営改善と親族間のコンフリクトをどのように共通の経営方針にまとめていく重要性について、強く感じました。6. 2005年に「埼玉県地域リサイクル事業の事業承継と事業展開育成」事業を受託しました。事業承継にとって、地場産業の明るい企業の未来が拓ける「魅力事業開発」の必要性を強く感じました。7. 2014年事業継承アドバイザー、2018年事業承継支援研究会に参加、事業承継の研究をさらに深めることに役立ちました。2019年は、さらに、事業承継の深掘りと体系化のために軍師アカデミー、事業承継センター研修を受講中です。今後とも会員企業のお役にたつように努めます。よろしくお願いいたします。

<発行> 荒川区産業経済部経営支援課産業活性化係 MACCプロジェクト事務局

〒116-8501 東京都荒川区荒川2-2-3 TEL:03-3802-4683 FAX:03-3803-2333

E-mail:macc@city.arakawa.tokyo.jp

登録番号(31)0001-2号