

マック MACC通信

Monozukuri Arakawa City Cluster

第70号

2024年9月30日発行

《主な内容》

- ・あらかわマネジメントスクール「オープニングセミナー」
- ・新連載「決算書からの経営健康診断 Vol2」
- ・連載「サステナブル経営とSDGs Vol10」
- ・連載「牛山博文のモ〜ひと工夫！Vol152」
- ・連載「MACHICOCOのできないを「できる」にする方法VOL. 2」

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』に関するホットな情報をお届けします。

あらかわマネジメントスクール「オープニングセミナー」が開催されました。

今年度3回目となる、あらかわマネジメントスクール開講に先立ち、7月24日（水）サンパール荒川に於いてNPO法人 金融IT協会 理事長/株式会社金融経営研究所 所長 山口省蔵氏を講師に迎え「あらかわマネジメントスクール オープニングセミナー」が開催されました。

「あらかわマネジメントスクール」（以下、「スクール」という。）とは、平成20年に連携協定を締結した山形大学の協力を得て令和4年度から開始した事業です。

中小企業は大企業と比較し、保有する経営資源が限られます。また、情報技術の進展、為替変動や物価高、近年の新型コロナウイルス感染



症の流行など、企業を取り巻く状況は目まぐるしく変化しています。経営環境が変化するなか、将来に向けて持続的に成長するために、大学研究機関・中小企業診断士・地域金融機関職員から構成されるサポーターと一緒に自社の課題把握から、これからの価値の構想と経営革新を実現するための移行戦略を実際に組み立てていく実践的な支援事業となっています。

このセミナーは「経営実践セミナー」と題して、9月から開始するスクールの開講に先立ち企画されたもので、対面とzoomのハイブリッド形式で開催され、区内外の中小企業や金融機関職員の方など多く

の方にご参加いただきました。

講演は、山口 省蔵氏による「金融が実践する 企業組織を活性化する対話」から始まりました。対話とは見えない世界を探る手法であり、対話の前提として、「心理的安全性」が必要である、「心理的安全性」とは「どのような発言をしても不利益を被らない」との気持ちを持つことであることとご説明頂きました。さらには「対話」を通じた顧客との関係性強化や、リーダーが積極的に心理的安全性を作ったことにより、部下から新しいアイデアが生まれたなど、対話により組織が活性化した実際の事例を紹介いただき、対話の重要性を改めて認識することができました。



続いて、山形大学大学院理工学研究科ものづくり技術経営学専攻 専攻長・教授 小野 浩幸氏による「『勝つ』組織はここが違う！WBC栗山監督に学ぶ戦略的思考とマネジメント」～世界を制したリーダーシップ！「人を動かす力」と「コミュニケーション

力」を経営に活かす～と題して講演が行われました。栗山監督の選手への声掛けのタイミングや内容を例に従業者とのコミュニケーションの重要性や、優れた経営管理者の要件である、「厳しい現実の直視と勝利への確信」、「規律の文化」、「個人としての謙虚さ・職業人としての意思の強さ」をご説明頂きました。また、スクールで使用する「経営デザインシート」（簡易版）を参加者自身で作成する時間が設けられ、9月下旬から始まるスクールの雰囲気を体験して頂きました。



講師への質問や参加者の意見表明など会場では積極的な意見交換が実施されました。参加者からは



「部下に対する日常の会話について考える良い機会となった」、「改めて会話とは何かを考えることができた」、「理想の経営者像がイメージできた」、「リーダーとは何をすべきか知ることができた」等の感想が聞かれ、好評のうちに終わりました。スクールでは、参加企業の課題把握から、将来価値の構想と経営革新を実現するための移行戦略とより踏み込んだ議論が期待されます。

あらかわ マネジメントスクール 令和6年度カリキュラム

No.	科目	概要
第1回	経営デザインシート概要	経営デザインシートで将来を構想する
第2回	ローカルベンチマーク	管理会計・会計数値を分析する
第3回	事業環境と事業計画	SWOT分析・事業と環境を組み合わせる
第4回	ビジネスモデル	これからの価値を構想する
第5回	必要資源と移行戦略	将来への移行戦略を立てる（中間報告&演習）
第6回	地域と企業の未来	地域と企業の未来を考える（事例共有）

新ニアス会 活動報告

7月度例会は、「企業を変えるデザイン開発」と題し、荒川区高度特定分野専門家派遣事業の登録専門家 野口英明氏による売れる商品開発に欠かせない「工業デザイン」をテーマとした例会でした。

過去に携わった開発製品の紹介と共に、市場ニーズを顧客と共に切磋琢磨しながらどう製品にしていくなかについて伺いました。

その中で、工業デザイナーの仕事は、色や外形デザインのみならず、時代の流行、マーケットなどの市場情報を基に、顧客ニーズや作り易さを考慮しながら、機能性（使い易さ、安全性、壊れにくさ）、コスト等を考慮した製品設計であり、それがユーザーエクスペリエンスの向上につながるという内容でした。例会後、出席企業から早速相談もありました。

8月度は休会。

9月度例会は、「社長後継者のための良い会社つく

りの実践経営戦略」と題し、先代社長の突然死により事業を承継し、赤字会社の企業再生に取り組み、3年で結果を出された、ダイヤ精機(株)

（大田区）代表取締役の諏訪貴子氏が書かれた書籍を事前に読み、出席者はその感想と各自が社長就任後に行った経営改善について発表するという内容でした。

新ニアス会相談役である豊泉光男氏が担当し、各社の発表後諏訪社長の取り組み内容についてのまとめと解説がありました。諏訪社長の就任後わずか3年間で、社内コミュニケーションの構築はもとより、人材教育、生産性向上など盛りだくさんの施策を実現したことに、一同感銘を受けました。



SX研究会 オープンセミナー「現場改善と経営改革」を開催しました。

令和6年8月27日(火)ふらっとにっぽりにおいて、小森治氏(株式会社カイゼン・マイスター 代表取締役)を講師に迎え、SX研究会オープンセミナー「現場改善と経営改革」が開催されました。

小森氏は、トヨタ英国副社長・トヨタオーストラリア社長を歴任した、トヨタ生産方式に精通された方です。

講義は大きく第1～第3章と、3つの柱に分かれて行われました。

第1章では、「トヨタ生産方式(TPS)の源流」をビデオで視聴。TPSの生まれた経緯をビデオを通して学びました。

ビデオではTPSにおける労働生産性向上は、「改善により無駄な動きを働きに変えることで人は能力を発揮し、イキイキと輝ける。作業のやり方そのものを見直し効率を上げることが重要である。」と解説されました。

また、TPSにおける改善の視点は、製造業以外の産業にも実際に適用されていると小森氏は語ります。

続いて第2章では、TPSの基本として

- (1)TPSの原点。・TPSの2本柱・ジャストインタイム(JIT)・ニンベンのある自動化。
- (2)現場改善の心がけ・安全の重要性・基本にこだわる・今のやり方に疑問を持つ・7つのムダの視点を持つ。

としてTPS基本の講義が行われました。

ジャストインタイムとは、後工程引取りを原則として、必要なものを必要な時に、必要なだけ生産・運搬する 資金をムダに寝かせない 創業期のトヨタが資金難の中から生まれた究極のムダを排除する思想です。

また、ニンベンのある自動化とは、豊田佐吉翁による糸が切れたら止まる自動織機の発明 異常を感知して止まる機械への応用 機械が作動中に、人間を付加価値のない監視の仕事から解放しました。

そして、異常があれば人が止めることができるのは(もう1つの自動化)、TPSの特徴と小森氏は解説

しました。

第3章では、良い流れをつくる現場改善

- (1)5S(整理・整頓・清掃・清潔・躰)
- (2)作業改善
- (3)工程改善
- (4)段取り替えの改善
- (5)品質管理

として5つの現場改善を勉強しました。

小森氏は、カイゼンのスタートは5Sから、その5Sとは、

整理：要不要の区分をして、不要なものを処分する。

整頓：必要なものをすぐ取り出せるようにする。(所番地の明示 探す時間の短縮)

清掃：職場・機械や道具の汚れやゴミ・埃を取り除く。清掃しながら点検(汚さない工夫がベスト)。

清潔：整理・整頓・清掃を維持する事(管理者の役割)。

躰：決められたことを当たり前に行える習慣をつける。

のこと。基本的な事ではありますが、これがその後の作業改善、工程改善、段取り替えの改善、品質管理へと繋がります。と解説しました。

講義中、主要な部分では様々な事例を交えわかりやすくかつ、端的に講義がすすみました。

参加者からは、「トヨタ生産方式について理解を深めることができた」「内容量が多く、サクサクとした理解が大変参考になった」「実例があり、理解しやすかった」「自社ですべきことが沢山みつかった」「工場内の改善のヒントを得られた」等の感想が聞かれ、好評の内に講義を終了しました。



小森 治氏
(株)カイゼン・マイスター
代表取締役



山形大学との第14回定期連絡会を開催しました。

7月30日・31日、山形大学米沢キャンパス(山形県米沢市)において、山形大学工学部と荒川区の第14回定期連絡会を開催しました。

山形大学工学部と荒川区は、協定を結んだ平成20年から16年間、荒川区の中小企業支援に共に携わってきました。

今回は、山形大学から黒田充紀 工学部長をはじめ、3名の教授と事務職員で、米沢キャンパスの状況報告や荒川サテライトでの令和5年から6年にかけての経過実績や現状課題の共有、今後の事業イメージ等を議論しました。

山形大学における区からの業務委託や産学連携等の事業実績について、第一フェーズの産学金ネットワークの構築において、研修が区内製造業の高度化に繋がった事例を4社報告。また、区の産学連携研究の助成を活用した共同研究の実例及び



荒川地区の製造業経営者等計5名が大学院博士前期課程に入学・終了していることを報告。第二フェーズとして産学公金連携の令和7年度における新たな課題解決に向けた取り組みも提案されました。

荒川区からは、区の概要・経営支援施策等と今後の展開についての発表があり、なかでも区の空き家活用についてや防災についての質問等、山形との比較を含めて大学側からの強い関心と共に、デザイナー等といった職種はノマドワーク的な仕事の仕方ができるので、あえて地方で暮らすという選択も有りなのでは？との意見が出されました。

2日目は、株式会社新田の織物工房にて、紅花染めや織物の工房を見学。端切れ一つ無駄にしない織物製作に感嘆の声があがりました。また、日暮里の繊維街と米沢織とで何か連携ができないか？と思いを馳せる職員もいました。



第16回MACCプロジェクトフォーラム

『中小企業の人材採用、人材育成、定着』 ～人材がもたらす企業成長～

今年度のMACCプロジェクトフォーラムは、企業の競争力の源泉である「人材」にスポットを当て、企業の現況、取組、課題、将来についての講演とディスカッションを行います。

人手不足が深刻化する中、人材をいかに活かして企業成長を成し遂げるか。自社の将来を考える絶好の機会です。

【開催日時】 令和6年12月6日(金) 14:00～17:00

【会場】 ふらっとにっぽり 3階多目的スペース
(荒川区東日暮里6-17-6)

【対象】 区内外・経営者等を問いません

【定員】 40人(申込み順)

【締切】 令和6年12月5日(木)

【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.lg.jp



<https://www.city.arakawa.tokyo.jp/a021/jigyousha/macc/2024forum02.html>

【内容】

第一部【基調講演】

株式会社ROOM810

代表取締役

丸山慎二郎氏

第二部【パネルディスカッション】

[ファシリテータ]

株式会社日興エボナイト製造所

代表取締役

遠藤智久氏

[パネリスト]

株式会社ROOM810

代表取締役

丸山慎二郎氏

有限会社中央バフ製作所

代表取締役

倉澤諒氏

東京都立城東職業能力開発センター

訓練課長

矢澤英明氏



決算書からの経営健康診断 Vol2

中小企業診断士 山崎 文

今年度より新連載が始まります。著者の山崎氏は、銀行勤務を経て中小企業診断士となり、創業支援・事業計画作成支援・補助金支援を得意とし、製造業・サービス業に明るい先生です。

これからの2年間で、中小企業にとって役に立つ情報・目からウロコのような提案等を語っていただきたいと思います。

前回、決算書を見て経営健康診断ができるというお話をしました。ちょっと顔色の悪そうな貸借対照表や、顔色が良く経営がうまくいっていきそうな貸借対照表のカたちをご紹介します。今回は、顔色の悪そうな場合、どうしたら改善できるかの方向性について説明していきます。

『純資産』がプラス

前回の復習になりますが、貸借対照表(B/S)を見ていきます。B/Sでは、決算時点での財務状態を読み取ることができます。

流動資産	流動負債
	固定負債
固定資産	純資産

左のB/Sでは、経営はうまくいっていきそうです。まず、右側下の『純資産』がプラスであるところがいいですね。『純資産』の項目は、『資本金』や『利益剰余金』などがありますが、簡単に言うと、毎期赤字決算で『当期純利益』がプラスですと『純資産』の金額が増えていきます。なので、こちらの金額が多ければ、経営が順調なのだ、と推測します。

『純資産』がマイナス

流動資産	流動負債
固定資産	固定負債
	▲純資産

こちらのB/Sは、純資産がマイナスになっており、所謂『債務超過』状態にあります。『債務超過』は良い状態とはみなされませんのでご注意ください。おそらく赤字決算が続いているか、最近赤字ではないけれど過去に大きな損失を計上して、毎期の利益では解消できていない状態と推測されます。

繰返しになりますが、『純資産』の構成要素の代表例は『資本金』と『利益剰余金』です。

ですから、『債務超過』を解消するには『資本金』を増やす、つまり増資をするか、毎期『当期純利益』を増やすかになりますが、多くは地道に利益を積み上げることで債務超過から脱する経営をされていることと思います。

『流動資産』 > 『流動負債』

『流動資産』とは1年以内に現金化できる資産のことで、例えば現金預金や受取手形、売掛金、棚卸資産、有価証券などがあります。『流動負債』は買掛金、支払手形、短期借入金、未払金などが挙げられますが、ざっくり言うと1年以内に支払わなければならない債務のことです。

流動資産
現金預金
売掛金
受取手形
棚卸資産
有価証券
他

1年以内に現金化できる資産が負債より多いことが望ましいのは言うまでもありません。ただし、流動資産でも棚卸資産(在庫)などはすぐに現金化できません。流動資産が多くても現金預金や売掛金が少なくて、その大半を棚卸資産が占めていると、毎月の資金繰りが苦しいといった状態になりがちです。なので、在庫を多く持ち過ぎないことが大切です。

できれば売掛金や受取手形の支払サイトが長い場合は、既存の取引条件を見直すこと、より支払いが早い新規取引先を増やすことができるとベストです。取引先という相手があることなので簡単にはいかないと思いますが、資金繰りを改善するためには重要なポイントですのでご一考ください。

著者略歴 山崎 文(やまざき あや)

地方銀行での融資業務や中小企業支援機関での経営支援において、多数の決算書診断を経験。現在は中小企業や創業希望者への経営サポートに邁進中。
令和6年度より「荒川区 創業支援相談員」を務める。



サステナブル経営とSDGs



MACCコーディネータ
大宮政男

～ パーパスとパーパス経営～

今回から、サステナブル経営の要素について数回にわたって述べさせていただきたいと思います。今回は「パーパス」と「パーパス経営」についてご説明したいと思います。

前回の当通信では、サステナブル経営を推進するためには、Aを実現するためにはBを犠牲にしなければならないという「トレードオフ」ではなく、AもBも実現させる「トレードオン」を目指すイノベーションが重要であるをご説明しました。

一方で、日本では2019年あたりから「パーパス」という言葉が注目されるようになり、「パーパス経営」をテーマにした書籍や記事が次々と登場し、コロナ禍以降、その流れは更に加速した気がしています。「パーパス」とは「目的」や「意志」を表す単語ですが、ビジネス上では「自社は何のために存在するのか」「その事業をやる理由は何か」といった根源的な問いの答えとなるものであり、社会や環境に対してどのような価値を提供しどのように貢献できるのか、利益追求だけでなく、社会における自社の「存在意義」をまさにトレードオンで示します。

そして、「パーパス経営」はその「パーパス（志）」に基づいた経営のことで、「志本経営」といも言われています。例えば、Google社の「世界中の情報を整理し、誰もがアクセスできて使えるようにする」という企業理念は、「情報の民主化」というパーパスに基づいています。また、国内外で食品事業・アミノサイエンス事業を展開する味の素グループでは、パーパスを「食と健康の課題解決」と定義し、パーパスに基づくグループビジョンとして「アミノ酸のはたらきで食習慣や高齢化に伴う食と健康の課題を解決し、人びとのウェルネスを共創します」を掲げています。

パーパスとよく比較されるのが「経営理念」です。経営理念は経営者が経営をするにあたって重視する価値観全般を指すのに対し、パーパスは主に、社会における自社の存在意義を問うものです。経営理念は、「MVV（Mission：ミッション/Vision：ビジョン/Value：バリュー）」を企業活動の主軸としていますが、パーパスは「MVV」を設定するための上位概念あるいは前提事項となります。パーパスとMVVの関係については、下の表のようになります。

野村総合研究所の調査報告によると、調査対象となった東証プライム上場企業の4割以上（2023年時点）が、パーパスの考え方を導入しており、売上高比率や営業利益額比率、営業利益率などの観点から、導入効果が認められたと報告されています。中小企業の経営者の方々からすると、こうした取り組みは余力のある大企業だからできるのではというご意見もあるかと思いますが、しかしながら、これからの全ての企業は「利益を生み出す場」とともに「（社会的な）意義を生み出す場」にしていく「トレードオン」のパラダイムシフトがなければ、ステークホルダーから排除される可能性が出てきます。

つまり、自社のパーパスが広く社会に認知されてより多くの人々の共感を得ることにより、自社商品やサービスのブランディングにつなげるいわば「パーパスブランディング」にシフトしてゆくことが求められていると考えます。

今回の当通信では、パーパス経営の必要性の背景やメリット、その構築プロセスについて述べたいと思います。

パーパスとMVVの関係

Mission（ミッション）	パーパスは「自社はなぜ存在するのか？（Why）」を問うのに対し、ミッションは「パーパスを実現するために何をするのか？（What）」という目指すべき目標やその行動を示す。
Vision（ビジョン）	パーパスを達成するために設定されたミッションを実現するために、企業があるべき状態や中期的な目標を示す。
Value（バリュー）	パーパス、ミッション、ビジョンを実現するために重視する方針や行動基準などを指す。

毛～ひと工夫の！



MACCシニアコーディネータ牛山博文

○ 視座・視点と働きがい

ものの見方に関連する言葉に「視座・視点・視界」があります。皆さんも目にしたことがあるかと思いますが、改めてこれらの言葉を考えてみたいと思います。

さてweb検索してみると、視座とは「知識社会学で、個人が、置かれた状況によって条件づけられた形で、社会に対し、社会を見る視点、座標をいう。転じて、一般に、物を見る姿勢、視点」とあります。会社で言うと例えば社長の視点、管理職の視点、社員の視点、というように職位ごとに異なる視点と考えることが出来そうですね。さて、経営者の皆さんは会社を運営する上で従業員と接するときに「視座」を意識した対話を行っているでしょうか？

社長は当然社長という立場からものごとを認識しているわけですが、往々にして従業員に伝えたつもり、よく説明したつもりでも思うように真意が伝わらないような困った事態に陥ることがあります。一方、管理職を含めた従業員は、自分の会社での職位に見合った視座で物事を見ていますから、部分最適の解を求めがちだと言えます。このように「視座」を考えないと全体の状況が認識できないという問題がありそうです。

さて次に視点です。視点をweb検索すると「1 視線の注がれるところ。2 物事を見たり考えたりする立場。観点。」とありました。「視点を変えて考える」「相手の視点に立つ」意味もあるようです。これは「視座」に関連しているように思えます。普段「視座」「視点」を意識することなく、対話をしているのですが、改めて意識することで円滑な対

話ができるのではないのでしょうか？

最近あまりいい言葉に思えないのですが「静かな退職」という言葉を目にすることがあります。「静かな退職」とは「実際に退職するわけでも、働かないわけでもない。仕事は仕事と割り切り、プライベートとの境界線をはっきりと引く。キャリアアップへの関心は薄く、仕事は最低限のみこなし、企業の目標よりも自分の幸福を優先する 1」働き方、生き方だそうです。つまり「働きがい」を感じてない従業員の状態ですね。さて、米ギャラップ社の2024年の調査によると、今の日本ではなんと70%の者が「静かな退職」者であるようです（1）。

静かな退職者が社内にいると、「割り振られた自分の仕事以外の仕事はしない」人が出てきます。業務分担が示されているとはいえ、自分の担当以外でも業務を円滑に行うためには多少の融通をきかせるのが「日常業務」というものではないでしょうか。このような人が職場にいると、周りの同僚の負担が増えます。さらに「仕事をしているふりをする」猛者？も出てくるかもしれません。静かな退職者は最近話題になっていることばですが、若年者に限らず広い年代で存在していると考えべきでしょう。

こうならないようにするためには「働きがい」を従業員に感じてもらうことが必要になってきます。「働きがい」の定義は様々あると思いますが、経営者と従業員間で互いに「視座」「視点」を意識した対話の中で「上意下達」と「下意上達」のバランスの取れた信頼関係をつくりあげることが必要だと思います。

1：リコー経済社会研究所webより

ホームページ作成補助金のご案内

区内の中小企業の情報化の促進と販路拡大を支援するため、現在HPを開設していない区内の中小企業を対象に、HP開設にかかる経費の一部を補助します。

【対象経費】HP作成事業者への作成委託費

- ・専門事業者へ作成を委託する場合に限り対象とし、自社で作成する場合は対象外です。
- ・パソコン用ページに加えスマートフォンにも対応していることが条件です。

【補助額】補助率 対象経費の2分の1 / 限度額 20万円

【対象】区内に本社又は主たる事務所を有する中小企業者

【申込み・問合せ】経営支援課産業活性化係 TEL：03-3802-4683 Eメール sogyoitshien@city.arakawa.lg.jp

MACHICOCOのできないを「できる」にする方法VOL.2

IT業界から、家業であるプレス金型工場で17年『現場から経営まで』を学んだ、戸屋氏の“株式会社MACHICOCO”（東大阪市）を通じた「モノづくり業界」への熱い思いを語っていただきます。

株式会社MACHICOCO 代表取締役 戸屋加代

ここ数年の間に下請けとしてメーカーから依頼を待つ仕事ではなく、自社がメーカーとなる事業を立ち上げたいという企業さんが増えてきました。そこでMACHICOCO的新しい事業を作るときの考え方をお伝えします。

デザイナーと一緒に作ったら売れる？

YESでもありNOでもあります。マーケットインできるデザイナーであれば販売につながる可能性があります。そうでない場合は自社の技術を見せる作品になってしまう場合があります。ここで欠けているのが「顧客」という存在。

マーケティングという言葉がありますがマチココではこの意味を「顧客の求めることを理解し、その欲求に応える価値をつくり、届けること」と定義しています。

顧客が求めることのないモノを作っても必要がないから買わない。簡単な答えになってしまいます。

商品でもサービスでも「誰の欲求に応えるものなのか？」
「顧客は購入することでどんな価値を得ることができるのか？」
まずはここを考えておかなければ在庫の山で終わります。

MACHICOCOもたくさん経験してきました。

起業後は事業を作ることから始まり、これまでいろんな事業を作ってチャレンジしてきました。その中でも予想通りにうまく進んできた事業はわずかです。トライ＆エラーを繰り返しています。「絶対ニーズがあるのになぜ販売に繋がらないのか？」要因はいろいろありますが一番簡単な理由は「顧客の声を聞いていなかった」ということ。「ニーズがある」という根拠がそこにはなく、自分で考え、決めて進めていた。それが大きな要因でした。マーケティングで必要な「顧客が求めること・それに対する価値・何で届ける」この3つが明確化されていなかったのです。

例えば製造業の場合で当てはめると

求めること = 作りたいものを専門技術で形にしたい

価値 = 要求に応えられるだけの専門技術の蓄積と挑戦

届ける = 製品を作ってお渡しする

となります。そういう視点からすると製造業は「自社の技術で形にするサービスを提供している」ということとなります。商品であってもサービスであっても新事業を作るときにはここをまず考えるところから始めることが必要です。

新事業を作るときの簡単な答え

「顧客に欲求を聞いてそれを満たすものを作る」ここを忘れてはいけません。購入するのは顧客なので単純に顧客と定義した人が求めるものを作らないと販売には繋がらないという答えになります。「求めるもの」とは目先のことだけではなくその先の深層心理まで考えると手法だけではなく見せ方もはっきりしてきます。

私のこれまでの経験でプレてはいけなと考ていることがあります。それは自社のこれまで積み上げてきた専門性です。例えば「町工場がパン屋さんやる」と言ったときに単純にパンを売るだけであれば技術はどこへ？となりますが「自社の釜を使って焼いたパンを販売する」であれば筋が通ります。顧客がそのストーリーや販売するモノ、理由が理解できるモノであることが必要だと思っています。

一番大切なのは「認知」してもらうこと

新しい事業は誰も知らないところから始まります。近くにパン屋さんが増えてもそこにできたことを広報しなければお客様は来てくれません。「知らない」は販売に繋がらない一番の要因です。広告宣伝にお金がかかるからどうしているのか、、、となりますが今の時代、SNSやWEBページ、展示会などあらゆる媒体があって無料で使えるものもたくさんあります。認知を上げるとなれば費用が発生しますが最小限に抑えながら情報発信するツールがたくさんあります。情報発信することは今の時代当たり前になっています。新事業だけではなく既存事業でも同じこと。顧客となる人々に情報を届けるというのは絶対必須と言っても過言ではないかと思ひます。

どんな事業をやるにも「顧客」が大切

新しいことを始めるのはとても大変です。近道しようとしてもそんなに簡単にいきません。早く事業を軌道に乗せたいと思うのであれば「顧客の欲求」をしっかり聞いてそれに応えることから始めるのが基本だと思ひます。

著者略歴 戸屋加代（とやかよ）

株式会社MACHICOCO 代表取締役

IT業界での仕事を経て、家業であるプレス金型

工場で17年勤め、現場から経営までを学ぶ。

「面白いモノづくりを増やす」を理念に日々

仕事を楽しんでいます。

座右の銘は「一期一会」「人は実体験から成長する」



<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.lg.jp

登録番号(06)0015-02号