

## 第5回 横浜売れるモノづくり研究会

平成23年11月22日(火) 14:30~17:40分 会場:万国橋会議センター

### ★基調講演★

「売れるモノづくりのための情報発信について～地域メディアの活用～」

NPO 法人 横浜コミュニティデザイン・ラボ 代表理事 杉浦裕樹氏

杉浦氏: みなさんこんにちは。20分間というお時間なので細かいところまでは話せませんが、皆さんとつながりをつくれればと思っています。

#### <自己紹介、事業紹介>

私は2002年から、NPOの活動をしています。横浜売れるモノづくり研究会とは、猪狩代表や渡邊事務局長を通してご縁があります。

もともと私は舞台監督をしていました。舞台には準備が必要ということで、そこからまちづくりにシフトしてきました。ITのバブルの時は、渋谷で活動していました。2002年から横浜で活動しています。自身中区に住んでいて、4月から、シェアオフィス、さくら works を月5,000円からで運営しています。今、25団体でシェアしています。

ここ数年は、地域×ITということで、ソーシャルメディアを活用しながら、地域の情報をいかに地域の人に広め、共有できるかをめざし、活動しています。

一言で言うと、まちづくりのNPOです。まちのなかで、地域団体をつないでいく＝コミュニティデザインを行っています。メディアは特に価値フィルターでもあります。選んで魅力や意味を伝え共有財産にしていきます。有償スタッフは4人いて契約で動いている人たちが8人います。NPOですが、一つの事業体として動いています。

最近では、広報で特に動いていて、「かなマグ.net」を神奈川県広報課と毎週会議を行いながら様々な活動を行っています。

神奈川災害ボランティアネットワークでは、情報ボランティアを3月から募っています。6,000人近く登録しています。300以上の協力団体があります。

挟んでいるチラシにもありますが、横浜市ひとり親家庭等在宅就労支援事業「はまみらいネット」をやっています。みなさまのなかでも、アウトソーシングできる仕事があればお声掛けいただきたいです。

メディア、神奈川新聞、テレビ神奈川、FM横浜、はまかぜ、タウンニュースとの連携に関しては積極的にやっというようになっていこうということになっています。FM横浜とは、「KeepGreen&Blue」というプロジェクトやっています。

共著ですが「ネット時代のパブリック・アクセス」という本も出しています。

横浜コミュニティデザイン・ラボは、2004年に横浜で「ヨコハマ経済新聞」というひと

つの仕組みを立ち上げました。情報コミュニケーションの柱です。6,600 本以上取材して、記事として発信しています。コメント、写真をいただくなかで、緩い関係ができています。なんでやっけていて、何をやっけていて、今後どうしたいかを把握できるネットワークです。250 人以上が発信することを手伝いたいと言ってくれています。その関係ができたのが重要です。

そのネットワークを活用していこうということで、記事にはタグが付いています。タグごとに記事を集めると、一つのテーマメディアができる。今後これを評価して、ボトムアップ型のメディアをつくっていきます。

#### <メディアとの向き合い方>

メディアの人たちと関係を作っていくことが大事です。新聞に取り上げられれば信頼性客観性が生まれます。Web 上に出ると拡散していきます。いわゆる広報というのは、プレスリリース、展示会、パンフレットなどおかねを払って宣伝するという方法がありますが、特にプレスリリースに関しては、無料でできるプレスリリースもあります。リリース一つだと伝える情報量に限界ありますが、日々どういうことを考えてものづくりをしているか発信していくことが重要です。プレスリリースの書き方としては、5W1H を忘れずに。

記者は情報をもらうと、インターネットを使って検索します。1つは事実確認をします。万が一間違っていると、いけないので。

まず、メディアの人たちに共感してもらわなければいけないです。ある種の物語性が必要です。どういうきっかけ、思いで取り組んでいるのかが大事。客観的な情報は、その後いくらでもリーチできます。ストーリーを伝えられるかが重要になってきています。

私もいろんなメディアの人たちとの接点がありますが、NPO の一つのミッションとして世の中につないでいくということをやっています。そこでも物語が重要になっています。意外性、時代性、社会性、将来性。商品やサービスそのもので終わらずにコトを起こすのも大事。コトを上手に起こすことでニュースになります。例えば大学、小中学校と連携して、使ってもらう、意見もらうなど、コトを起こすことでニュースになります。

僕たちみたいなメディアは、新聞社より、地域に張り付いている。朝日、読売などあるが、たいてい、2年で人が変わってしまい、つながりが途絶えてしまいます。そのような方々は記事をつくるのが目的で締切に追われています。

僕らはミッションが、つなぐことです。Web は手段。地域型のネットメディアをミドルメディアと呼びます。広報のスキルアップに関する講座を横須賀で行うなど、今後も個別にやっていきたいと考えています。

今 Yahoo にもニュースを売っています。通常の記事だと一日 2 万～3 万アクセス。Twitter や Facebook でも情報発信しています。Twitter の伝達速度は速いですよ。どんどん売り込んでください。

<質疑応答>

Q：いい取り組みだと思いますが世界と比べて進んでいますか？

A：ソーシャルメディアは、アメリカだと Linked in などもあります。アメリカに1歩2歩遅れています。最近だと、新しいアイデアを Web 上に公開して、そこに人が集まってくる。そこに人・モノ・金が集まってくるというプロジェクトが立ち上がったりしています。Cloud founding という仕組みもあります。

これから、ものづくりの現場にいるみなさんと具体的な事例をつくっていききたいですね。

### ★事例研究★

「新規事業の立ち上げの秘策について」

株式会社 由起精密 常務取締役 大坪正人氏

大坪氏：こんにちは。新規事業の立ち上げの秘策についてというテーマをいただきました。裏技的なことはまったくないですが、お聞きいただきたいです。

<事業紹介>

新規事業の秘訣というお題でリクエストを頂いているのですが、まず会社の紹介をしながら、どんな事業をしてきたのかに入っていけたらと思います。もともと由紀精密は60年前にはじまったネジ屋です。60年間続くのは凄いとは思いますが、業界は厳しいです。5年前に飛び込んだ時は、業界が厳しいのはわかっていて、どう発展させるか考えました。

3つの分野があります。①高信頼性・高品質部品②難加工・微細加工③研究開発支援

①は、航空機部品。ボーイングのシェアで100%シェアが20部品くらいあります。レーシングバイクの部品。内視鏡関連部品。高精度で付加価値高いものをつくっています。

②は、削るのがすごく難しいもの。サンプルを持って来ました。胸を張ってうちの技術をみてくれと言えるようにやっています。

③は航空機材料試験装置。人工衛星推進器推力試験装置など。特に宇宙に関して特に知識があるわけではないが、金属の加工についてはノウハウと技術があります。そのため、人工衛星についてはお客様に聞きながら、勉強しながらやっています。ウェザーニュースが気象衛星を打ち上げる予定ですが、その人工衛星部品もつくっています。

弊社は社員が、パート・役員全部合わせて20人位の会社です。

<業界を取り巻く環境と事業展開>

皆さんあまりお感じではないかもしれませんが、最近、世の中から機械の部品減ってきています。今まで動くところには必ず機械がありました。昔、例えば公衆電話には、テレフォンカードの読み取りや、ボタンなど、中にはたくさんバネやねじなどの部品が入っ

ていて、たくさん町工場がそれを作っていました。しかし、最近のスマートフォンやSUICAなどにはそのような部品がないのです。由紀精密も、緑の公衆電話の部品を受注していた時期の売り上げが一番高かったです。

ただ、機械が減ってはいってもなくなることはないと思います。人間や物を運ぶもの、人間がふれるものには必ず機械が必要です。ロボットも物理的にものを動かすので機械が必要です。ロボットは狙い目ですね。

既存の製品が減る中で、新しい分野に進出しないといけないという問題意識がありました。そこで、自分達の得意な緻密で正確な切削技術を活かして、これから先もなくならないものは何かをひたすら考えたのです。そこで、飛行機にたどり着きました。ただ、飛行機部品をやったことがないので、ゼロからのスタートです。そこで何をしたいかというと、まずはとりあえず展示会に出展してみることにしました。出展しているとお客さんが勝手に、この会社は飛行機部品が作れるのだろうと思ってくれるのです。

そこから注文を頂くことができ、今ではボーイングの飛行機部品で100%シェアを占めるまでになりました。由紀精密が航空業界の仕事始めたのは4年前のことです。

私たちの仕事は切削。そのコアはずさずに、自分達の技術で何が出来るかを考えています。

#### <消費者向けブランド、デザイナーなどとの連携>

もう一つご紹介すると、デザイナーさんとのコラボレーションで、**BRANCH** というブランドをやっています。これは、前にいた会社でご縁のあった前川さんと一緒に、町工場とデザイナーが結びつくブランドをつくらうという話ではじまりました。デザイナーさんは、自分のデザインしたものを形にしたいが、金型を起こすリスクはなかなか取れない。町工場からすると空いている機械を動かしたい。しかも、余った材料でやればリスクありません。だからお互いできることを無理なくできて、良い商品を作れるのではないかと思ったのです。ここから生まれたのが、**TIPSY** です。これは単純にワインボトルの上にカメラをつけるとみんなで撮れるね、というアイデアで生まれました。私たちにできないのは、このような写真撮ることです。これは、デザイナーさん達が山中湖まで行ってイメージ写真を撮影してくれました。このような宣伝写真やパッケージ、**WEB** などをおしゃれなものに仕上げてもらいたいのは、デザイナーさんだからできるし、町工場からするととてもありがたいです。

その他には、由紀精密の商品ではないですが、製本屋さんとのコラボで生まれた紙の箸置きです。折るだけで簡単にハシ置きができます。値段も安いので、パーティの時などたくさん人が集まるときに使ってもらえるといいのではないかと思います。**BRANCH** の商品は、とても好評で中には東急ハンズに取り扱って頂いているものもあります。

本業の私たちはほとんど **BtoB** の仕事を中心です。なぜ私たちがこのプロジェクトをしようと思ったかというと、単純に楽しいから。やはり **BtoC** でお客さんに使ってもらえる商品

を考えたり、作ったりするのは楽しいですよ。それで、社員のモチベーションが上がります。

ただ、私たちはこの事業に賭けて、大量生産し儲けようと考えている訳ではありません。無理なく、手元にあるもので良いものができて喜んでもらえたらいいという気持ちで作っています。売っているものは、例えばステンレスの小物入れだと、商品化したら 5 万円くらいかかってしまうのではないかという商品を、原価同然の 8000 円で売っています。それに、はめ合わせの加工は、とてもこだわっていて開け閉めするのがすごく気持ちいいものです。そのため、実際にできている商品は、とても良いものだと思います。

このプロジェクトは、自社だけでやることを考えていません。いろんな町工場やデザイナーが参加して、色んなプロジェクトが生まれていったらいいなと考えています。

配布資料に「CHOPSTICKS.JP」という資料が入っていると思います。私たちは、ヌンチャクという携帯用の箸も、自社で作っているのですが、一つ 3 万円以上するにも関わらず、これも結構好評です。

この箸も、グリップは 7 角形で、箸先は 4 角形になっており、これも難しい削り出しの技術を使ったこだわりの箸です。DELL のパソコンのように、サイト上で自分の仕様をカスタマイズできるようになっており、内容によって価格が変わっていきます。

商品を回しますので、ぜひ手に取ってみて見て下さい。

では、そろそろ時間が来てしまったので以上です。

事業の紹介が主になってしまいましたが、何か質問等あれば、次のパネルディスカッションの際にお話できたらと思います。ありがとうございました。

<パネルディスカッション>

猪狩氏：私から 3 つ質問して、皆さんから質問いただきたい。

この研究会では、持続的に売れるモノづくりをテーマにしています。情報発信が決め手というお話がありました。また、大坪さんのお話をいただいた中で、シーズをどうやって新規事業のなかでニーズ化していくかが大事だと感じました。売る人の顔が見えなくてはいけない。一方で、技術で売るときは、技術力の顔をつくらなければいけない。そのあたりのことについてお聞きしたいです。

大坪氏：戦略をもってやっているのか、場当たりのやっているのかということでしょうか？

長い目で見ています。私は由紀精密を 100 年企業にしたいと思っています。それには、あと 40 年、社員の方には何の心配もなく安心して働いてもらえるような会社をしたい。社員のみなさんには日本がなくなったとしても生き延びると宣言しました。この大きな視点

の中で、局所的には瞬発力で動いています。日々の判断を論理的に考えていたら、結論が出るまでに手遅れになってしまいます。ですので、海外でどこにでも売れている状況をつくるという大きな方向性のなかで、毎日場当たりに判断しているような気がします。

猪狩氏：具体的に知りたいのですが、ボーイングとどういう接点があって納入にいたったのですか。

大坪氏：ボーイングといっても二次受けです。きっかけは、将来的に飛行機の部品だけは残ると考えました。絶対そこには進出しなければいけないという使命感はありました。

パリの航空系の展示会に出展したのですが、たまたま隣が三菱重工だった。そこで MRJ の隣に、それで使われていそうな部品の展示がされている日本のメーカーがいると、「この会社もできるんだろうな」と皆さん勝手に思っ下さるのです。その中で、興味を持ってくださる企業が現れ、声を掛けて頂きました。だからといって、実力が伴わないといけないので、あとから JIS Q 9100 を認証取得し、航空宇宙防衛産業で求められる高度な品質を提供できるように準備をしました。

※JIS Q 9100 とは IS09001 に航空宇宙防衛産業における特有要求事項を追加した品質マネジメントの JIS 規格

猪狩氏：確かに出展がきっかけだと思うのですが、大坪さんとお話していると、きちんと仕掛けや工夫をされていると感じました。パリの展示会のことは以前にお話を伺ったのですが、折紙の展示をしたり独楽を作って見せたりしたというのが印象的でした。独楽は回すと止まらない精巧に作られた独楽ですよ。

猪狩氏：ソーシャルメディアは人間中心ですね。3000 人というネットワークがあるということでした。ひとつ質問で、具体的に新たな展開はありますか？

杉浦氏：大坪さんのお話を伺って、一本芯が通っている会社は素敵だなと思いました。先代の歴史、ものづくりへの想い、デザイン。まちの工場だけではできないですね。どこにいても情報につながる環境があります。ものづくりは、物語性としてはたくさんあるところだと思うので、特に映像を使った発信をするには素材が必要かなと思いました。

猪狩氏：新聞社の力もまだまだあなどれないです。

日本経済新聞（11 月 11 日）で、ともクリエイションズの記事が掲載され反響をいただきました。アナログな手段ですが、記者とどう親しくなるかも企業の情報発信にはまだまだ重要です。

参加者：ありがとうございました。杉浦さんが普段言う、「タグ」をもう少しわかりやすく説明していただきたいです。

杉浦氏：例えば、最近 twitter の利用者増えてきますが、そこにもハッシュタグがあります。これは最近日本語にも対応しています。ハッシュタグ（＃）で検索すると、いろんな情報が得られます。自分が何か情報を発信するときもタグをつけておくと、出会う確率が飛躍的に高くなります。そのようなイメージです。私たちは記事を出す時に、この記事はどういうキーワードもっているか考えています。どういう風に情報が出ているのか、探ってみるのも一つの手です。

参加者：大坪さんに質問です。大坪さんだからできた事業だと思いますが、現場のスタッフをやる気にする秘訣は何でしょうか。

大坪氏：現場の方は私よりも長くやっているので、知識やノウハウは到底かないません。私は 60 年生きている会社は、価値があると考えています。ただ、これをどう活用しているかを考えていきたいと思っています。社員の方だって急には変わらないです。

ただ私は、毎週月曜日に打ち合わせをしています。パートさんも含めた社員みなさんの前で、パワーポイントを使って、売上の予測や、どういう仕事をとりたいかを 15～30 分の時間として話します。やりたいこと、こうしていきたいという想いを言い続けています。そういうことやっていると、社員もその気になってきます。最近、僕の前向きさが伝染しているなと感じるようになってきました。先日、生産部門の担当者と年度計画のミーティングをしました。私は、震災影響などもあるので「売上 UP は難しい」という話が出てくるのかと予想していたのですが、社員の方から出てきた説明資料は「今年目標は、オリジナル商品を 1 つつくりたい」というものでした。現場の人たちからこんな意見が聞けるなんて、とってもうれしかったです。ただ、5 年間言い続けてやっとそういう発言がでてくる、という変化なので時間をかけて変えていくことが大切だと思います。

参加者：同じ質問を考えていました。20 人の会社で新規事業をやりたいと考えています。20 人位の会社で、既存の仕事をまわしていくので精一杯です。その中で新しい事業をたちあげるのに、工夫している点はありますか。

大坪氏：それはぜひ、皆さんと考えたいですね。自分がいまやっているのは、まずコミュニケーションとること。あとは、メディアに取り上げてもらうのも社員へのモチベーションになります。客観的に評価されているというのはモチベーションになります。面白くないことやっても取り上げてくれないので、どんなことをやれば記事になるのか考えています。あとは、失敗した時は失敗したとちゃんと言うのも大事です。自分にできることはちよつとしかないので、いつもみなさんに支えられていると思います。

参加者：社内のスタッフに対して仕事の分担等の問題はないでしょうか。

大坪氏：その問題は日常茶飯事です。一人 3、4 役。ただやることに対するゴールはしっかり共有します。

参加者：試行錯誤でいいのだとわかりました。ありがとうございました。

<事例研究へのコメント>

デジタルハリウッド大学大学院 専任教授 松本英博氏

松本氏：大学では、クリエイター・ICT・ビジネスができるひとをつくることをミッションにやっています。お話を聞いていておもしろかったのは、新規事業やる人は、マーケティング、発想のタネがあるということです。A が A' になるか、A×B で C を生むか。A' ができれば A×B で C を生むのも夢じゃない。

エンジンとなるのは、論理性と意志です。面白くないと誰もやらない。体制よりも面白いかどうか。新規事業で一番陥りやすいミスは、新しいお客で新しいモノつくろうとすることで、これが一番難しい。新規の顧客開拓か、商品の開発か、どちらかにすべきです。これは論理性の問題です。

ソーシャルメディアの夢を語る人は多いですが、ソーシャルメディアは人の輪です。会社も人の輪に入らなければいけない。まずは会社に人格を作らなければ、輪に入っても浮いてしまいます。広報の〇〇と入っていてもだめです。

最後に、私たちも大学で製品開発をしておりますので、是非大坪さんに試作のときにはご相談させていただきたいと思います。どうぞよろしくお願いします。

★ミニプレゼンテーション★

【株式会社プリンシパル・ステア 金子氏】

今日は黄色いパンフレット川崎市産業振興財団の「かわさき起業家オーディション」についてお話したいと思います。モノづくりは最後は売れないと意味がありません。NPO など形態は問わないので、面白いアイデアを出していただきたい。毎回 100 名以上のオーディエンスがあります。それをきっかけに、雑誌テレビなどプロモーション効果がかなりあります。

以前、自治体が盛んにビジネスプランコンテストをやっていたが、減らしていく流れのなか、川崎は年 6 回やっています。今年 11 月に 10 周年を迎えています。売りは、川崎以



外の会社も出られることです。皆様是非応募してください。

もう一つだけ。経産省の中小企業支援ネットワーク強化事業があります。お客さんからスペシャル A をいただいた 80 名がネットワークに入っています。

【株式会社日立ソリューションバリュー 小柳氏】

ある展示会で渡辺社長とお話しさせていただきました。

今日は（以下について）ご提案をさせていただきたいです。

- 1、コストダウンのご提案（紙代・印刷代・配送代の低減）  
→紙ベースの製品カタログ・マニュアル・社内報等のデジタルブック化  
（YKKAP が年間 2 億円のコスト削減につながっています）
- 2、セキュリティ強化のご提案  
→パソコン・メール・USB メモリー等による情報漏洩対策ソリューション
- 3、ネットワーク製品のご提案（導入コストが約 1/3 になります）  
→「海外製ロードバランサ」を「日本製ロードバランサ」に置き換えます。

【有限会社アルファディア 田草川氏】

新規事業は立ち上げるの大変です。

「進化し続ける企業になろう」というテーマでお話します。

もし貴社のことを世界中の必要としている人が知っていたらどうなるでしょう。

中小企業やベンチャー企業ほど

- 1、必要な人に知ってもらう
- 2、末永く付き合える良質なお客様を確実に獲得する
- 3、お客様の变化、時代の変化を的確に掴む
- 4、必要な情報を正確に伝える。  
ことが必要です。

そのためにはどうすればいいのでしょうか。

- ・必要としてくれる人、共感してくれる人を探す
- ・自社のファンクラブをつくる
- ・プロシューマの活用
- ・情報の産地直送化

詳細に関しては弊社にお問い合わせください。

最後に Value Japan Project 日本を価値にしよう！

情報をひろげてくれる企業様を募っています。

【かちどき特許事務所 弁理士高橋氏】

自分の宣伝はしません。「サポチュー」のヘビーユーザーということでご説明したい。勝どきゼミの入力フォームでこのシステムを使っています。

「サポチュー」以外のフォームも使っているが、使い勝手が悪く困ることが多いです。

しかし、「サポチュー」では名前と日付と email アドレスをただ入力すればいい申込み画面を簡単にカスタマイズできます。また、ワンクリックで項目を非表示にできるので、「動的入力フォーム」と呼んでいるのですが、とても便利な機能です。

【メカトロジャパン株式会社 矢野氏】

「美らライト」という商品をご紹介します。メカトロジャパンは、本社は川崎にあるのですが、親会社は沖縄の OMJP という会社です。そこで作っているのが、この「美らライト」です。

既存の LED だと色などの問題によりホテルなどで使用できないという問題がありましたが、この商品は、飲食店・物販店でも商品を魅力的に見せる明かりを提供します。また殺菌効果もあります。今は販路が少なく、なかなか消費者のお手元に届きづらい状態なので、お取扱い下さる企業の方を探しています。思い当たる企業さんがあれば、ぜひご紹介下さい。

【小林氏】

本業はデザイナーですが、個人的にラム酒が大好きで、ラム酒の普及につとめています。ラム酒の試飲会とカリブ海のミュージックで楽しめる場を作りました。開催は 12 月 11 日です。前売りチケット 1000 円。当日 1500 円です。ご興味がある方いらっしゃいましたら、是非お声掛け下さい。

【株式会社協進印刷 山口氏】

神奈川区にある印刷会社です。会社の規模は 10 名程度で 50 年以上続いています。印刷業界は価格競争が激しく、業態変革を考えています。特に学校と多くお付き合いがあり、お取引先の方々と一緒にクール横浜プロジェクトを立ち上げています。

この機会にご興味がある方は、ぜひご協力頂ければと思います。