

## 第6回 横浜売れるモノづくり研究会

平成24年3月2日（金）14時30分～17時30分 会場：川崎市産業振興会館

### ★開会挨拶★

#### ●横浜売れるモノづくり研究会 代表 猪狩惇夫 様

足元の悪い中、今日はありがとうございます。「横浜売れるモノづくり研究会」もこの3月でちょうど1年になります。セミナーも今回が6回目となり、初めて川崎産業振興会館のご協力を得て、開催することができました。参加者の中にも川崎市内の中小企業の方が多くいらっしゃっており、活動の広がりを実感しています。おかげさまで研究会も1年続き、企業間のコラボもたくさん生まれてきています、また新しい試みも参加企業の中から生まれてきていると聞いています。つい先日、2月2日にテクニカルショーというのがあり、展示会ツアーというのを企画しました。関係先ブースを訪問し、話を聞くという内容で、関心を集めました。また後ほどご発表頂きますが、ミナロの緑川社長率いる心技隊による「全日本製造業コマ大会」では、多数のテレビカメラが並んでいて、会場の方もびっくりしていたようです。新聞やマスメディア等でも掲載され緑川さまの、製造業の力を結集しよう、という取り組みが、成果を結んだ一つの出来事だと思っています。

それからたまたま、2月20日付で神奈川新聞に取り上げられた記事を紹介したいと思います。我々のキャッチコピー「買い手の顔が見えているか」というタイトルで「売れるモノづくり研究会」のことが記事になりました。いろいろ1年間試みをやってきました。4月から、同じようにセミナーを中心に活動を展開していきたいと思っていますが、活動の方向性となるポイントを挙げたいと思います。「売れるモノがもっと出てくるように支援しよう」「この研究会からコラボが生まれていくことを応援しよう」「全国の製造業が結集してこの難しい状況の中で企業間連携の支援をする」「次の時代の売れるしくみを我々の中から作っていきたい。」これら4つのことを意識して引き続き、活動してまいります。それから、このセミナーに参加された方には必ず一言は意見を言っていたいただきたいと思います、どんなことでもいいのでご発話頂きたいと思いますので、どうぞよろしくお願いします。

### ★基調講演★

「公開伝授！ビジネスでもプライベートでも役立つ図解思考の実践だ」

デジタルハリウッド大学院 大学教/NVD株式会社 代表取締役 松本英博氏

松本：松本です、よろしく申し上げます。本日つかんでいただきたいのは、商品・サービスの発想法です。今日の内容は、普段じっくり半年くらいかけて講義しているものを1時間でお伝えしようとしているので、適宜、今お手元で回覧して頂いている書籍なども参考にしてもらえたらと思います。A3の書き込みシートを配っています。この3枚がお手元に

あれば大丈夫です、ない人は事務局からもらうようにしてください。

少しですが自己紹介をしていきたいと思います。川崎の電機メーカーで勤めていたこともあり、神奈川県とは縁があります。ここ数年は神奈川県の産業活性課の産学連携の目利き担当をやらせて頂いています。ベンチャー社長という側面では、ベンチャー投資でネオテニーという会社の子会社でベンチャー支援を行い、現在は独立しております。それから、本業は事業計画をつくることのお手伝いや、学校では論理的にビジネスを作り上げる、ということをお教えしています。それからアイデアだしや新規事業の支援を行っています。もともとメーカーにいたので、発想法等を中小製造業にお伝えする、ということもやっています。

今日の流れは、①アイデア発想法、②自社商品やサービスの棚卸、③自分の強み、弱み、本当にやりたいことを「見える化」する、以上3つのステップで行きたいと思います。まず発想法ですが、発想の原理としては、①新規発想型 ( $A \times B \Rightarrow C$ ) と、②改善発想型 ( $A \Rightarrow A'$ ) の二つがあります。これは私が考えたものではなく、竹内均先生が翻訳した、ジェームズ・ヤング氏の理論でシンプルにまとめられているものです。①の新規発想型が柔軟、無から有を生む、応用の規模が大きいほどよい、のに対し、②の改善発想型は現場の既知の問題解決であり、手堅い、などの特徴があります。

キーワードは「触媒」です。「人間の感性 (五感・動作)」「時間、空間、ロジック (拡大/縮小、反転)」「環境 (成り代わり、感性)」、といった触媒を使って連想することが発想法では重要になります。ではここでちょっと練習してみましょう。1本の棒があったとします、それを「食べる」という人間の感性の動作と組み合わせてみます、すると何が浮かびますか？

(会場内から⇒がりがりくん、うまい棒、ポッキーとかが発想される)

ありがとうございます。棒とは直接関係のない食品・商材が思い浮かびました。その思い浮かんだものに共通するものは何でしょうか？お箸を使わないで食べられるもの、食器を使わない食材という共通点がありますね。このような共通点である上位概念を思い浮かべることで、新しいものを生み出す発想になります。これはトレーニングすることによってより発想することができるようになります。 $A \Rightarrow A'$  型の場合は、何が問題を起こしているのか、という根っこを把握すること (有名な2:8、パレートの法則でも言われているように) が、改善・解決策の立案の上では重要となりますね。

発想法には、広げる、絞り込む、視点を変える、3つのサイクルがあります。広げるときは、絞り込むことを一緒にやらず、徹底的に広げてみましょう。その上で、冷静になって絞ってみる、ということをやると、冷静さもないし良いアイデアを捨ててしまう可能性もあるので広げることに集中したほうがよいです、その上で絞り込むこと。ただし、3つのサイクルのどこから始めてもOKです。

では、お手元のA3の図を出してください。最初の1枚は真ん中に話題があつて12時の方向から、左回りに書いていく、というのがルールとなります。マインドマップを書いた

めのソフトも最近では出ていますね。それから有名な外資系製造メーカーであるポッシュ等では、企画を立てる時にはこの紙 1 枚をまとめなさい、等と言われることもあるようです。こうすると一覧性がありますね。ではワークをしていきましょう。真ん中の部分に皆様の会社の商品・サービスの内容を絵で書いてみてください。

(記入タイム)

書けた方は、①お客様はどんな方か、②お客様からどんなことを実現してほしいか、③自社の商材で何がお客様にウケているか、④競合はどこか、⑤他社との違いは、⑥商品・サービスの内容、⑦注文から納品までどんなことをやりますか、⑧用品が売れている目安は何でみるか、⑨何がリスクか、⑩これからも儲かるのか、等中心の絵の周りに書いていきましょう。

(記入タイム)

10 個くらいあると思いますが、書いていて気付いたことがあると思いますので、皆さんに声を聴いてみたいと思います。

(参加者の声)

「商品サービスの内容が書きにくかったです」

「イメージが捉えられない、他との違いが、というのが書きにくかった。」

「漠然としすぎていて一応書いてはみたが・・・。競合はどこ？って聞かれると、うちはないけど、ないというのはおかしいのかな、とか。」

「シンプルにするのが難しい」

「3 番の何がお客様にウケているのか、とか、他社との違いは、というのが難しかった。」

この質問を、10 個をきちんと答えることができれば、事業計画がきちんと書けることになります。あとは財務諸表を書いて提出すれば、投資家も投資する事業計画になります。ちなみに、①～⑤の項目が「売れるか」で、⑥～⑨の項目が「本当にできるのか」、⑩の項目が「もうかるか」、という問いとなっています。よく調べれば書ける、という人がいますがそれは違いますね。リーダーや経営者であるならば、何も情報がなくても書けるくらい、よく自社の商品やサービス、お客さまのことを理解していないといけません。それから、「わが社には競合がない」と答える人がいますが、それは、お客様のことを知らないことと同じだと思いますね。お客様は、代替手段などを使っていると考えられることから、競合は代替手段となります。さて、このシートで事業計画の企画ができる、という意味がおわかりいただけでしょうか？この情報に、数字をつければ、売れるか・できるか・もうかるかわかる、ということが理解していただけましたでしょうか。

ここからは学力指数の高い国、フィンランドのメソッド、つまり「なぜ」を繰り返しながら、思考を深めていく手法を紹介していきます。米国ではディベートというのがありますが、フィンランドメソッドも失敗・成功いずれもなぜ？を追及していくことに特徴があります。枝を増やすにはこの「なぜ、なぜ」を繰り返していきます。

さて、書いていって、「中身 (コンテンツ)」を書いているのか、「手段 (プロセス)」を書いているのかを意識しているのかが発想法で重要になってきます。

例えば、旅行計画を例にすると、旅行内容などのコンテンツが気になる場合と、同行者が気になる場合 (プロセス) があります。もちろん場面にもよるのでしょうか、人間はこれをごっちゃに考えがちなので、今考えているのは、コンテンツなのかプロセスなのかを明確に切り分けて考えることをお勧めします。

では、2枚目、3枚目のシートの記入に移ります。2枚目の①-1では会社軸「他社から見た強み」「会社が既得している権利・権限」「会社が注目する分野」「会社の今までの実績」、3枚目の①-2では個人軸「現在の関心事 (熱中していること)」「こだわりやマイブーム」「経験と実績 (仕事&プライベート)」「自己アピール」の4つの項目があります。どちらから書き始めてもOKですが、おそらく個人の方が書きやすいのではないかと思います。

(記入タイム)

それでは、面白いので、となりの方と紹介しあってください。

(隣の人と自己紹介タイム)

シートがあった方がコミュニケーションできましたか？ちょっと参加者に聞いていきたいと思います。

「説明するには (シートがあったほうが) 楽でした」

「今、思っていることとかを整理することができて、よかったです。」

個人の方が書きやすかった人の方が多く、会社の方が書きやすかった人も数人いらっしゃいますが、後者で手を挙げられた方は自営業の人が多いのではないかと思います。

個人のシート、これは自分の過去を表します。会社のシートは、現在のことを表します。個人=会社という方や経営者の方は、会社のシートも書きやすかったはず。この2枚以外に実は「業界」というシートがあり、これは「未来」を表すシートになります。個人がベースになって、職場や企業レベルでの視界がある、さらにその上に、業界軸がある、という段階があります。つまり、自己のアセット (資産) の棚おろしをおこなうシートだと思ってください。

今日は、質問のコーナーをあまり設けることができなかつたのですが、発想をする際にぜひ職場でやってもらいたいこととして、「まず肯定する (いいね!なるほど!)」「当事者意識のある答えを引き出す (原体験や興味のきっかけ)」「意見・評価・判断をはさまない」このポイントをオススメしたいと思います。こうすることが発想を豊かにすると思います。最後にまとめですが、図解は、言葉以上に論理を働かせられないと書けないはず。自分の発想の整理のためであったり、他者との情報共有のためには、図解することが近道になります。また、発想では、「 $A \times B \Rightarrow C$ 」(異種間融合)か、「 $A \Rightarrow A'$ 」(改善型)の二つで成り立っています。それから、プロセス重視とコンテンツ重視を、並行して考えずに、切り分けて考えた方が考えやすくなります。短い時間ですが私の話はこれぐらいにさせてもらいたいと思います。ありがとうございました。

## ★事例発表★

「チーム等々力の挑戦～「免震テーブル MT-II 型」の誕生～」

チーム等々力代表／有限会社堀端製作所 代表取締役 堀端明雄氏

堀端：こんにちは、有限会社堀端製作所の堀端と申します。このような大勢の前で話すのは、初めてといってもいいくらいなので、うまく話せないことがあると思いますが、ご容赦ください。私は「町工場のおやじ」でございまして、中原区等々力にございます。フロンターレのホームグラウンドがあるところですが、3000坪の敷地の中に、34くらいの工場があります。仲間の中には小物の精密板金、プラスチック、金型など様々な製造業の企業が密集しています。我々が「チーム等々力」をつくった経緯というのは、御多分にもれず仕事の量がだんだん減ってくるということがあったためです。どこかから仕事を持ってくるためにはどうするか。図面があれば、翌日までに納品ができる、というフットワークの良さをお知らせすれば、外部からも仕事が来るのかもしれない、と思い、展示会に我々のつくったものを展示しました。画面に映っているのはTBS「夢の扉プラス」という番組で、免震テーブルを取り扱ってもらった時のものです。

チーム等々力が、展示会で出展した時に名刺を配りに配りました。運よく、明治大学の知財マネジャー（柴谷先生）と知り合いまして、チーム等々力に飛んできて工場見学をして、金属加工などなんでもできる、ということになり、先生から免震テーブルの図面をいただき、1号機制作に向けて動きました。1号機は、安価にできました。明治大学に持っていて、学生の力も借りながら振動実験装置で実験してみたところ、いい結果が得られました。ただし、これは通常の短周期の地震であればよかったのですが、大股先生が「長周期の地震で実験してみよう」とおっしゃって実験してみたら、短周期ではよいデータだったのに長周期では、ものすごく大きな揺れになってしまい、これではダメだということになりました。これでは、我々が作って売っても駄目だ、となり、「長周期にも短周期にも対応できるものはまだ日本にはない、だから作ろう」ということになりました。チーム等々力でいろいろな技術を結集させて5社で、財団の萩原さんを紹介してもらって、6社で長周期地震対応型の免震テーブル開発が始まりました。設計者に図面を書いてもらって、苦労の末、2号機ができました。短周期の地震を再現したところクリア、そしていよいよ長周期のデータでもやってみたところ、成果を挙げることができました。その後、日本経済新聞に取材してもらって、記事になりました、そうしたところその日の午後に、調布市の電気通信大学で「現物を見させてほしい」と依頼をいただき、その場で受注につなげることができました。例えば美術館や博物館には貴重な品々が多数あるが、我々の免震テーブルは、それに対応できる大きさが無い。ということで、すべてイージーオーダーにて対応していきたいと思っています。これからは長周期地震がかなりの確率で起きます。その時に、本当に大切なものは守れるのか、という問いかけから営業をスタートしています。ただ、お客様の第一反応は「予算がない」という声が多く、進め方のむずかしさも感じています。

加藤：神奈川県振興センターの加藤でございます、1 昨年はこの免震テーブルの話が、話題に上りました。信念でいいものを作ろうと技術を結集されている様子が、プレゼンからも伝わってきたと思います。チーム等々力だけではなく、町工場の等々力という流れを作っているような気がいたします。新聞社に来てもらって記事を書いてもらって、夢の扉につながって行って、という展開に至り、業務用でたとえば超大手の厨房メーカーと話す機会があり、高級ワイン等を取り扱っているケースがありました。ワインだけでなく、美術館や、お寺といったところで、免震テーブルが導入されていくことになります。

免震装置に関しては、等々力工業会しかできない技術です。「なぜ売するのか」を考えないと売れないはずなんです。

毎週土曜に集まりながら、売れるということは、販路も考えていかないと。そのためには話題性と広報戦略だ、ということになって、神奈川県振興センターの 3 人と等々力工業会とが連携してきました。以上で報告を終わります。

渡邊：ありがとうございます。質問ある方？この免震テーブルは体重制限あるのでしょうか？

堀端：状況にもよりますが、最大 100Kg 程度でしょうか。

#### ★「コマ大戦」報告

「全日本製造業コマ大戦を終えて」

心技隊 隊長／株式会社ミナロ 代表取締役 緑川賢司氏

緑川：横浜の「心技隊」隊長でもあり、またの名を「横浜のジョニーデップ」と言います（笑）。よろしくお願いします。「全日本製造業コマ対戦」ではブースに黒だかりの人が来てくれました。どんな内容だったのか、またこれからどういう方向を目指そうとしているのか、朝日新聞の記事のために書いた原稿がありますので、読み上げます。（読み上げのため中略）

起こった結果なのですが、メディア露出度がハンパなかったです、コマを作ってる段階から NHK が取り上げ、優勝した由紀精密さんにいたっては 1 日 100 個以上売れて、2 チャンネルなどでも取り上げられるまでになった。終わった後も、当初想定していたような批判的な意見はほとんどなく、「見たかった」「次はいつやるんだ」といったプラスの反響が大きかったです。2 チャンネルでも話題を呼びました。みんなが面白いと思うことは、（辛口と言われる）2 チャンネルであっても評価されるんだなと思いました。次回は地方対戦を考えており、3 月 23 日に茨城で行ってきます。

渡邊：こんなに小さな駒がこんなに盛り上がるのか、と。事務局長の MS パートナーズの伊藤さん、行司役のモールドテック落合さん、せっかくいらしているのでコメントをお願いします。

伊藤：これから、どんなことがあるのか、もっと楽しみです。これからも隊長を支えてい

こうと思います。

落合：行司です。初めはおふざけで10チームくらい集まればよいかなと思っていたが、結果的には21チームが集まった。暗い世の中で、明るい話題になったなあと振り返っています。これからどんどん盛り上がっていくといいなと思います。問題は行司役も地方巡業しないといけないのか、という点ですね。はい、地方巡業、喜んで行かせて頂きます(笑)。

渡邊：前回、同じ駒をみても、ずっとまわり続ける駒はすごいな～としか私達は思わなかったですが、ミナロの緑川社長は「これでコマ対戦ができる、製造業を明るくできる」という発想につなげていらっしゃるところがすごいと思いました。質問は、ありますか？

参加者：苦労話というんでしょうか、それから集客のノウハウ等、ご教授頂きたい。

緑川：トロフィーや賞金はどうするか、ということ等最初は手さぐりでしたが、やっている最中に面白くなってくる、という感じでした。集客の方は、1回目はまさか本当にこんなに来るとはおもわなかった。Twitterとかで大反響があったときは驚いたが、ふたを開けてみたら、これだけ黒だかりになるほど人が来たということは自分達も思ってもいなかったです。茨城の地方大会では、茨城のチームのみの出場としたいと思います。いずれは地方大会を全国各地で開催して、全国大会へという流れを作っていけたらと思います。

渡邊：緑川さんありがとうございました。緑川さんは、いつも駒を造っているわけではありませんで、よかったら最後にはなってしまいましたが、自己紹介をお願いしますでしょうか。

緑川：僕らは木型屋という業種です。最初から駒は作らない、しかし土俵は木製で作りました。

### ★ミニプレゼンテーション★

#### 【神奈川県中小企業家同友会 山本氏】

神奈川県中小企業家同友会のことを知っていただきたいという想いで参加させていただきました。来週福島県で全国の経営者が集まる大会があります。3/8-9、現在のところ2000名の申込みがあり、「震災1年、われら断じて滅びず」というテーマとなりました。

震災を契機に、多くの仲間が命を落としたり、経営できなくなってしまった方もいらっしゃいます。被災地では亡くなった方や経営できなくなってしまった方の想いを引き継いで、この町の復興を目指していこう、という風に少しずつ動き始めています。また大阪など、ほかの地域の経営者も復興支援に関わっている方もいらっしゃいます。同友会ではもともと経営者はきちんと勉強して、社員と一緒に学んでつよい会社作りをやっていきましょう、日々同友会の活動の中で、実践の報告を聞きつつ、ヒントを得ながら進んでいましょう、ということが根っこにあります。中小企業にしっかり目を向けた施策を、県も国もしてほしい、ということと同友会が声を挙げています。

もしよろしければ、私達の会合に一度足を運んでいただければと思います。

【株式会社加勢倉庫 江本氏】

株式会社加勢倉庫の江本でございます、よろしくお願いします。加勢グループ 5 社で行っている会社なのですが、簡単に事業説明をさせていただきます。もともとは代表の瓜生が加勢運輸というトラック一台からスタートした会社です。業態をいろいろ変化させていく中で、いま一番力を入れているのが、不動産とレンタルボックス事業です。ロードサイドとかに、海上コンテナを利用した収納スペース等をイメージしていただければと思います。東日本大震災の時にも、海上コンテナを利用した3階建ての仮設住宅を日本初で開発した、という実績もあります。ショップやイベントごとで使いたい、といったニーズも増えてきています。これからも、あらゆる商品・お客様のニーズに対して、対応できるような形を取ろうと思っています。

皆様がいろいろなご商売をやられている中で、貸会議室をやっていたり、いろいろなことができる会社ですので、何かあればぜひご相談頂きたいと思っています。よろしくお願いします。

【ソフトバンクテレコム株式会社 瀬尾氏】

法人モバイルインターネット統括部所属の瀬尾達也と申します。横浜・川崎、神奈川エリアを担当させて頂いていることから、参加させて頂きました。ソフトバンクと聞いてどういうことをイメージされるでしょうか。

携帯会社、回線屋、等のイメージがあると思いますが、私は代表の孫が申しているように、「情報革命で皆さんが幸せになること」を念頭におき、仕事をさせて頂いています。私にとっては、法人がお客様でその中でも中小企業さまのお客様が多いんです。単に回線を売ることではなく、その会社にとっての独自のソリューションを提供していきたいと思っていますし、それは各会社によって異なると思っています。製造業なんかですと、棚卸発注作業を 아이폰 でできる、というケースや、飲食店だとメニューを iPad でやってみよう、とか、商業施設などではデジタルサイネージと連携をとって付加価値を提供していこう、とか、復興支援関連では岩手県陸前高田市の水耕栽培を進めている企業が横浜にありますが、ドーム型水耕栽培施設の支援を行っていたり、といった事例もあります。

電話を売るのではなく、プラスアルファの価値をご提案させて頂いているのが、我々ソフトバンクです。自分は営業のノウハウがあるというわけではありませんが、フットワークが軽いということと A と B を掛け合わせて C を生み出す、というところが強みだと自負しています。「情報革命で人々を幸せに」をキーワードに活動してまいりますので、今後ともどうぞよろしくお願いいたします。

【株式会社五香刃物製作所 八間川氏】

今、ご紹介あずかりました、千葉県の柏から来ました、株式会社五香刃物製作所の八間川



と申します。普段は、職場でもくもくと仕事しているもので、人前で話すということはありませんので、温かい心で聞いていただければと思います。

刃物業界は多数業者があるのですが、薄利多売、カタログ商売ということばかりで、私ぐらの世代で、刃物を見れる人は少なくなっていると言われていています。実際40～50代の世代の方であってもカタログでしか見ていない、値段しかわからない、という方も増えてきています。うちの会社では手作りの本物の鍛冶屋を残していかないと、「本物の刃物を見られないで、何が刃物屋か」という親であり、社長の方針の下、本物の鍛冶職人の造った手作り刃物を中心に扱っております。

刃物の町というと、詳しい方だと岐阜県関市、兵庫県や、新潟県三条市などが思い浮かぶ方もいらっしゃると思いますが、そこには産地問屋さんが点在しているので、そういった問屋さんに対し、本物の良いものを作って紹介する、という仕事をしています。地方の刃物の町では、実は分業が進んでおり、1人の職人が全部の工程をやることのできる、という職人さんは地方には意外とおらず、東京を中心とした関東に残っていたりします。

牛刀（洋包丁）に関しても同じで、元々関東が主流となって造っておりました。今では横浜では高橋さん、埼玉では2軒くらい、という噂を聞いています。あとは私の親方という状態だったのですが、親方が牛刀作りを辞めるという話になって、うちの社長が「それは困る、関東の牛刀の伝統が無くなってしまう」ということになり、「うちで工場をつくるので、来てほしい」と伝え、うちの会社で牛刀も作るようになった。親方の元、私が手伝いながら、牛刀作りを教えていただきました。弟子入りして気づいたら作れるようになっていました。そういったことでやっているうちに、平成18年に千葉県の伝統的工芸品として認定されました。また千葉県の中では最年少での認定でした。以降、日々、技術の研鑽に励んでいます。

業界の人間の大半が、カタログ商売ばかりで、手作りを極める力がなくなってきているその様な中でも、良い物を求めるお客様がいます。ジャーナリストの加賀谷さんとのお付き合いの中で、少しずつ皆さんに知っていただけるようになればと思っております。私はこれで食べていくしかないのです、少しでも多くの人に使っていただければと思います。たどたどしい話ですみません、ありがとうございました。

#### 【株式会社プロトンコーポレーション 山岸氏】

こんにちは、株式会社プロトンコーポレーションの山岸です。淵野辺に本社工場があり、お手元に小さいパンフレットがあるかと思いますが何をやっている会社かと言いますと、「電解還元水」を取り扱っています。震災や原発の問題等もあり水に関して関心が高まっていると思います。ペットボトルの天然水含め、様々な水が市場に出回っています。水道水のご家庭の水を電気分解し、家庭用の電解酸性水、電解還元水を作る装置を取り扱っています。興味のある方は、交流会でもお声掛けください。

今は、国内・海外でも輸出・販売をさせていただいていますので、業務用のものも製造・

開発し、販売させて頂こうと思っています。この電解の技術を使って、大きな機械を作って、スリランカで試験的に納めさせていただきます。スリランカは、紅茶の栽培で有名だが、昔から水道水・井戸水にチツソ成分が含まれており、土壤に浸透し、地下水を汚染する（硝酸性のチツソが地下水に染み出す）ので、子どものころから飲み続けると腎臓の疾患等につながるケースがあるということで、提供をさせていただきました。ある少女に濾過、電気分解したお水を飲んでもらったところ、症状が改善したケースもありました。新しい技術を活用しながら量産をして世界にも発信していきたいと思っているので、これからもよろしくお願いします。サンプルとして、還元水をお持ちしているので、ミニトマト、普通の水と還元水とどちらで洗った方がおいしくなるか、というのを体感してもらえる準備をしておりますので、よろしくお願いします。