

同研究会は、金型とIoT（モノのインターネット）の融合を目指す金型業者などの研究組織。クライムエヌシーダー（相模原市南区下溝）や慶應義塾大学・青山英樹教授、日本ユニシス・エクセリュションズなどが参画している。

「これまでのような『物言わぬ金型』から『かしこい金型』へと進化しなければなりません。異業種企業も参加してもらい、どんどん進めさせていきます」と高橋百利会長（クライムエヌシーダー会長）。日本のプレス金型技術の競争力アップを目指す。

中小企業（小規模）は、ドラマ「不」で公開した。デジタルに描いたデータを7週連続「繊維」を舞台の業績は長引、突き付けられ、を貼られて

多様な経営本を読み、みるもの、ト、業績回復、人材、。悩みのない部分、「ほうが困難な状況の徳田社長は経営の舵取らなければならない。

話「世襲の真実」ストーリーに始まり、第2話「新発会議」、第3話「ボツリズム」、第4話「心の声」、第5話「若手の神対応」、第6話「社長のお言葉」、第7話「不都合な事情」と続く。

「付加価値」に必要の数字、社長が解説、あるような会社で、増が利益増につな、社員一人

「付加価値」に必要の数字、社長が解説、あるような会社で、増が利益増につな、社員一人

究める！ ショットブラスト



奉栄工業（綾瀬市深谷上、☎0467・77・9771）は、県内でも珍しい「ショットブラスト」を究めた専門工場だ。自動車部品や建機部品などの“量産物”を主力としており、工場を手掛ける部品は年間1000種類にのぼる。

ショットブラストは、超微細な砂や鉄球を吹きつけたり、叩きつけることで金属表面をきれいに加工する。熱処理された金属に付着するスケール（黒錆）やバリを落とす。そのショットブラストのなかでも、「ハンガーブラスト」と呼ばれる加工が同社の持ち味。

加工したい素材を装置内でハンガーのように吊るし、そこにショットブラストするやり方だ。全面を均一に処理できて素材も変形しないのが

特徴だ。

「部品素材や形状によって加工する時間が異なります。それがノウハウなんです」と松原政次社長。

現在、工場でショットブラストする素材は1日80～100トン。同社のような専門工場は地域でも珍しいとあって、常にフル稼働状態だ。

そんな同社の松原社長は77歳。35歳で創業して以来、ほとんど会社を休むことなく、今でも経営の最前線にいる。日本のモノづくり産業の発展とともに歩んできた松原社長は「ショットブラストは不滅」との確信がある。

「金属がある限り、永久に変わらない仕事です。大手企業が海外で生産していても、部品は日本で加工して輸出していますから」と話している。

決断



ミズキ

のねじ生産を手掛けていた。ただ、「両拠点にまたがって生産する製品もあり、効率化を考えていました」と水木社長。

今回の新工場建設に踏み切った。

新工場が稼働すれば、既存工場の最大生産能力を2～3割ほど上回る月産1億3000万本に及ぶ締結部品の生産が可能になるという。

なお、同社の計画は県の企業誘致施策「セレクト神奈川100」、地元・綾瀬市の「企業立地促進条例」に認定されている。

■世界ランカーを目指す

「日本ランカーから世界ランカーになりたい」と強調する水木社長。国内市場が縮小するなかで、社員数50人に満たない同社が活路を見出したのが海外市場だ。今では売上高に占める海外比率が6割を超えた。

「（海外企業との競争がある）量産品ではなく、付加価値の高い製品向けのねじを輸出しています。世界需要に目を向けています」という。そして「世界で通用するモノをつくるのが、（当社にとって）一番の生き残る道なんです」と力を込めた。



奉栄工業

専門工場として存在感



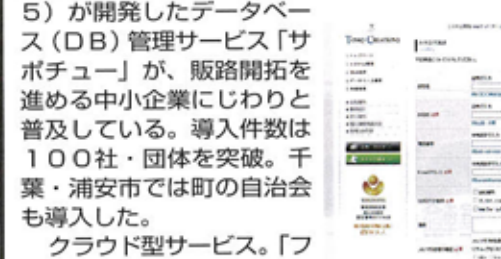
売上高6割以上が「海外」



◆7～9月GDP年2.2%増…内閣府が発表した平成28年7～9月期の国内総生産（GDP）の速報値は、実質で前期比0.5%増、年率計算では2.2%増で、3四半期連続でプラス成長となった。個人消費は2月連続で前月比0.1%増。

「サポチュー」じわり普及

ソフト開発、ともクリエイションズ（横浜市中区元浜町、☎045・226・3475）が開発したデータベース（DB）管理サービス「サポチュー」が、販路開拓を進める中小企業にじわりと普及している。導入件数は100社・団体を突破。千葉・浦安市では町の自治会も導入した。



クラウド型サービス。「フォーム作成」「データ管理」そして「メール配信」の3機能。専門知識がなくても自由に使いこなせるように設計されている。

例えば、フォーム作成では「見積りフォーム」や「注文フォーム」「イベント申し込みフォーム」などを作成。自社ホームページ（HP）上にリンクさせる。日々の営業や展示会などで名刺交換した人の情報をDB上に構築。サクスメールやメ

ールマガジンなどを一斉配信したりもできる。

個人商店であれば、オンライン決済を導入しなくても、注文フォームを作成することで、電話やFAXで受けていた注文をオンラインでいつでも受け付けることが可能になる。

「使い方はお客さま次第です」と渡邊桃伯子社長。大手企業と比べ、人員が少ない中小企業・小規模事業者にとっては、活用次第で営業の強力な武器になるという。

利用料金は、スタンダード版が月額5400円（税込み）。配信メールに添付したURLを、読者がクリックしたことを通知するエンタープライズ版が月額3万2400円（初期費用別、税込み）となっている。

中小企業の営業支援ツール

●決算書の見方⑩●

「生産性を上げないと」と、よくいわれることがあります。単純に言えば、より小さな資源でより大きな付加価値を生めば、生産性が高いということになります。「付加価値」と「生産性」は密接な関係にあり、その相乗効果が利益を大きくすることができ

ます。「付加価値」は、生産性を上げるための重要な指標として、付加価値額を社員数で割った、社員一人あたりの付加価値額があります。付加価値はよくわかっていない場合、売り上げが増が利益増につながるようであれば、社員一人

は、どちらかというと労働生産性の方ではないでしょうか。労働生産性を見る代表的な指標として、付加価値額を社員数で割った、社員一人あたりの付加価値額があります。付加価値はよくわかっていない場合、売り上げが増が利益増につながるようであれば、社員一人

は、どちらかというと労働生産性の方ではないでしょうか。労働生産性を見る代表的な指標として、付加価値額を社員数で割った、社員一人あたりの付加価値額があります。付加価値はよくわかっていない場合、売り上げが増が利益増につながるようであれば、社員一人

は、どちらかというと労働生産性の方ではないでしょうか。労働生産性を見る代表的な指標として、付加価値額を社員数で割った、社員一人あたりの付加価値額があります。付加価値はよくわかっていない場合、売り上げが増が利益増につながるようであれば、社員一人