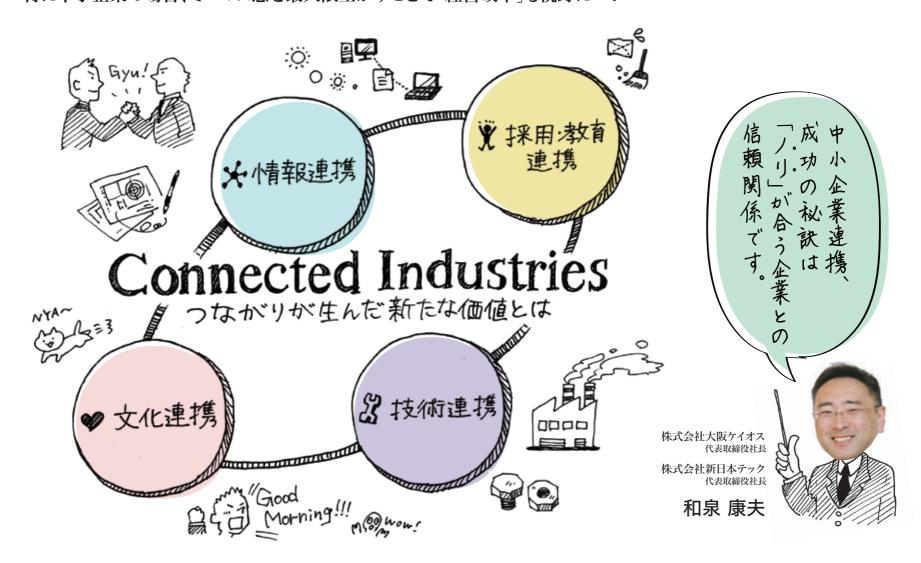


国際競争力を高める政策「コネクティッドインダストリーズ」が提唱され、企業連携のポテンシャルが最注目されています。 企業連携=技術・製品の領域に限らず、実現できるビジョンは多彩です。

特に中小企業の場合、ミニマム感を最大限生かすことで「経営改革」も視野に…!



「大阪ケイオス」はモノづくり企業を中心とした17社で 構成される連携体です。「ものづくりをものがたり化す る」「一社でできないことをみんなでやる!」「一社では掴 めないチャンスをみんなで掴む!」をコンセプトに、2010 年に結成しました。当時、私が代表を務める株式会社 新日本テックはモノづくり企業の映像制作に取り組ん でいました。その際にご協力いただいた企業との繋が りがルーツにあります。参画企業は私からアプローチ をかけました。基準は行動力と対応力。少し気が多い? と思えるほど多彩な分野に興味を持ち、新しい状況に も自分をうまくはめていくような社長さん。そして、どの 企業さんにも「物語」はあると思いますが「現在進行系 でおもしろくする姿勢」もポイントでした。このような魅 力的な企業が揃えば、関係をもっと深めたいと思うの は自然な流れです。共鳴して下さった全19社で「大阪 ケイオス」を結成しました。

私の呼びかけに各社が応えてくださった背景には「経 営環境をよりよくしたい!」という共通目標がありまし た。同時に、一社では限界があるテーマであることをど の社長さんも痛感されていて、多かれ少なかれ連携を 求めておられたと感じます。他社の発想を取り入れる、 ひいては「世の中の知恵とコネクティッドする」姿勢は 自社を活性化させる有効な手段です。年々環境が厳し さを増しているモノづくり企業同士、ニーズは一致して いました。

繋がりの"深さ"が重要

「大阪ケイオス」は、経営者個人の出資による株式会社の形態を取りました。これは参加企業が主体的に、真剣に取り組んでもらうことが狙いです。また、組合だと全社の意見を確認して物事を進める必要がありますが、株式会社であれば役員を設置して迅速に意思決定できる点もメリットです。現在の参加企業は17社。企業間で深い関係を構築するジャストサイズだと感じます。AKB48のキャッチフレーズ「会いに行けるアイドル」と同様(?)、お互いに接点を数多く設けられる身近な存在であるわけです。そのため「大阪ケイオス」は経営者同士だけでなく社員さん同士の繋がりが生ま

れているのも特徴です。このような重層的な関係性を育むことで、互いの良さをあらゆる視点から知ることができます。こうして人間同士の関係を最も大切にして活動を続けた結果、次の4つが現在の活動の柱となっています。

①採用・教育、②情報運用、③文化連携、④技術連携 特に重視しているのは採用・教育の分野。経営に変革 を起こすには若い人材(人財)が欠かせません。製造関 連では高齢化が加速しているだけに大きな課題です。 連携と聞くと「技術連携」を想像されるかもしれません が、まずは自社運営にフィードバックできる①②③が 土台だと考えます。

このような考え方に基づいた連携の事例を以降の記事でご紹介します。いずれの例も中小企業の特性を最大限発揮していることがおわかりいただけます。政府が提唱した「コネクティッドインダストリーズ」のイメージと比較すると控えめな印象かもしれませんが、中小企業の経営者様に共感していただけるポイントは多くあると思います。参考にしていただければ有難いです。

情報連携

モノを探す時間。盲点だったこの"無駄"を徹底的に無くす取り組みが、「決めたことを守る」「柔軟な考え方」のできる"人づくり"へつながった。さらに社外への拡散は、3Sの仲間ができ、お互いを高め合う良い循環へ。

取締役社長 古芝 義福様

3S活動&企業連携で模索した



「情報の3S」で連携を求めた

最初に着手した3Sは、いわば「モノの3S」。これに加えて1990年以降は「情報の3S」の重要性が高まります。



ITの普及で紙媒体が減ったものの、PCの中はグチャ グチャ…という方も多いのではないでしょうか。当社 は1985年から生産管理システムの開発を開始し、 改良を重ねて「情報の3S」のツール開発を目論みま した。これが2004年に製品として発売した「デジタ ルドルフィンズ」に繋がるわけです。実際に当社で活 用している製品とあって自信はありましたが、全く売 れませんでした(苦笑)。販路がわかならいし、ネット ワークも無いから当然です。傷が深くならないうちに 「ウチらだけではアカン!」と判断して、大阪府「経営 革新支援」の認定を受けました。そして、デザイナー さん、販路拡大のフェイスさん、弁理士の先生、ユー ザーサポートさん、製品のコンセプトに共感してくれ たメンバーとともに「デジタルドルフィンズ」のユー ザー拡大に取り組みました。数ヶ月後、中小企業庁 「新連携事業」第一号の認定が追い風となり、大阪・ 東京での展示会も絡んで受注は徐々に増加してい きます。それでも収益の面で歯痒い時期は続きまし たが、意外にも「リーマンショック」を機に念願の黒 字化を達成します。バブル後期の我々と同様、危機 感に迫られた企業さんが打開策として3Sに行き着 いたのでしょう。

工場もノウハウもすべてオープンに

「3S活動」や「デジタルドルフィンズ」を通して企業



枚岡名物「工場見学会」

1000名ほどの見学が来られる年もあるほど盛況で、最近は海外からのお客様も多い。国籍に関係なく、この工場見学では容赦なしに、雑巾がけの体験がつく。説明員は新入社員が担当することで「当社の若手にもこうなってほしいなぁ…」と思っていただくこともねらい。

連携の輪はますます拡大しています。このプロセスの起点は「工場見学会」にあります。見学会を有料にしていることもあり、ご訪問される企業さんは課題が明確です。「社風を変えたい!」「好ましい企業文化を作りたい!」といった熱意をお持ちです。しかし、「情報の3S」に着手しても多くの企業さんは1~2年

るシンパシーが肝要です。それと、3Sも「文書管理」 も身の丈が肝心。「デジタルドルフィンズ」も中小企 業の現場にマッチした機能に仕上げています。

| 日本日本 | 日本 | 日本

超力 デジタルドルフィンス ®

デジタルドルフィンズ

仕様書、作業指示書、図面などすべてが一元管理できることで 作業効率を大幅にアップできる。 で勢いが落ちます。その間、定期的にアドバイスをさせていただくわけですが、接点を持つごとに関係は深まっていきます。特に幹部の方だけでなく、課長さん、社員さんが訪問して下さる企業さんはこの傾向が顕著です。

ユーザー企業さんが「デジタルドルフィンズ」を選んで下さる背景には「共感」があると考えます。中小の企業であること、経営の苦境を味わっていること。「同じ立ち位置にいる会社」が作っているツールです。そして「3S」の実践風景とその完成形を工場見学会でご覧いただくことで「ウチにもできる!」と可能性を感じていただけるのではないでしょうか。もし「デジタルドルフィンズ」の業績が製造を越えたとしてもIT屋さんにはなりません。「大阪の金型屋さん」が「整理整頓清掃」を実践しているからこそ生まれ



連携のハブとして

ユーザー企業様の情報交換の場として「デジタルドルフィンズ倶楽部」を結成しました。互いの使い方を見せ合い、良い部分を共有化して効率を促進することが狙いです。「デジタルドルフィンズ倶楽部」は規模・機能ともにまだ改善の余地はあります。よりよい形で発信してヘビーユーザー様を増やすことが当面の課題です。いずれは単なるユーザーコミュニティではなく「情報の3S」の研究会の域まで引き上げたいと考えています。



「社員の幸せ」への最短ルート



企業連携を手段に何をめざすか?

企業連携を試みる目的の一つは「アイデアの創出」で す。自分で抱え込むとアイデアは枯渇します。他者と関 わりを持ち、アウトプット&インプットを繰り返すこと で違う切り口を発見できます。それならば価値観の近 い企業同士が切磋琢磨する「場」をつくればいいと考 えたわけです。しかし、企業連携自体はあくまでプロセ ス。3Sも同様です。当社がその先に見据えるのは「社 員みんなの幸せ」です。社員が幸せになるにはどうす ればいい? 「モノの3S」と「情報の3S」があった。「情 報の3S」の壁を乗り越えるために仲間を求めた。3Sの 効果がモノづくりに現れた。人づくりに現れた。仲間の 必要性を再認識して、皆が切磋琢磨できる場所を 作った…。すべてが一本の線上にある点です。「社員の 幸せ」は明確に数値化できませんが、求人に対するエ ントリー数の増加や離職率の低下を目安とするならば 現状は及第点といえます。企業連携も3Sも頓挫され るケースが多いようですが、「自社の目標」というゴー ルを明確にすることが成功に導く最優先課題だと私 は考えます。

当社が開発した文書管理システムを「もっと世に広めたい!」という思いから、初めて本格的なコラボを決断。これが奏功してユーザー数は順調に増加中です。以降も横の繋がりが生まれるなど連携の効果も多大です。

グン デジタルドルフィンズ 導入事例

株式会社清明エンジニアリング

代表取締役 川上 巧 様

過去図面の活用で設計スピードが4倍、経常利益が10倍に。

- デジタルドルフィンズの導入に至った経緯

整理が下手な弊社は、事務所では机の上が図面、資料、メモ帳、FAX用紙等の山に囲まれ、必要な書類を探すのに多大な時間を費やしていました。何とか図面、資料等の紙の整理がファイリングじゃない方法で出来ないか考えていました。

-導入して問題はありましたか?

ドルフィンズは初めから簡単に使えました。ドルフィンズは単純で、ただ単にコピー機のスキャンでデジタルBOXに入れていくだけ。誰でも簡単に登録(整理)が出来ました。空いた時間で仕分け(検索キー)をすれば、後はいつでもどこからでも取出せます。

一番頭を使うのが検索キーの付け方です。検索するた

めに検索キーを忘れたりしない様、ある程度統一されたキーを使わないと、他の人が結局検索できないという事が多々ありました。

-具体的な効果は?

現在弊社のドルフィンズはお客様の品質監査の時に 特に威力を発揮しております。

お客様からの提示要求(不具合連絡網、組織図、標準書、検査基準書、図面等)にタブレットで瞬時に見せることができるだけでなく、過去の不具合対策書や何年何月何日に出荷した製品の検査データをお客様からの要求が無くても画面を見せることで、信頼度が大幅にアップしました。

- 導入して変わったことはありますか?

お客様への営業スタイルが大きく変わってきました。 タブレット一つで社内共有データを外出先で検索 キーで簡単に呼出せ、商談成立までの時間を短縮さ せています。

一今後のバージョンアップのリクエスト などはありますか?

作業中だと手が汚れていたり、ふさがっていることも 多くあります。また、より迅速な作業を目指すためにも 音声入力での検索が出来れば便利だと思います。

Special column

中小企業のコネクティッド・インダストリーズ化の推進に向けて

昨年3月、政府では我が国の産業が目指すべき姿として、人、モノ、技術、組織等が様々につながることにより、新たな価値創出を図る「Connected Industries(コネクティッド・インダストリーズ)」のコンセプトを発表しました。今後は、中小企業でも、企業内はもとより、企業の枠を越えたデータ連携に取り組む必要が増えていくと考えられています。

しかし、中小企業の現場では、これは簡単に実現できることではありません。ましてや企業間でのデータ連携となると、尚更ハードルが高いのが現実ですので、

かけ声だけではなく、中小企業の実態に沿った取組が 極めて重要です。

このため近畿経済産業局では、中小企業複数社間でのデータ連携を進める方策を検討することを目的に、約4ヶ月間、大阪ケイオスへの密着取材を行いました。取材を通じて実感した大阪ケイオスの特徴は、一言で言えば、参加企業間の「連鎖」の仕組みです。大阪ケイオスは、想いの近い企業経営者同士が、お互いの取組に刺激を受け合い、よいところは真似をして、高め合っていくというグループだと感じます。IoT等によるデー

〈ご寄稿

近畿経済産業局 地域経済部 次世代産業・情報政策課 係長 藤田 力様

タ連携についても、はじめはよく分からなくても、仮に 1 社がIoT導入により一定の成果を上げれば、その成果やプロセスを共有することで、他の参加企業がIoT 導入の動きに続く「連鎖」が起こることが期待されます。これは、大阪ケイオスの強みであり、中小企業が複数社でデータ連携するための一つのカタチになる可能性を秘めていると言えます。どんな新しい連携アイデアが大阪ケイオスから出てくるのか、これからも目が離せません!





他社の"空間"を取り入れたように、主業務に限らず、元気な企業同士が互いの 長所を取り入れ合う…「会社の風土」に関わる部分で影響し合える関係こそ、 理想的な連携の形だと考えます。

取締役社長 稲付 嘉明様

カワソーテクセル株式会社

〒550-0005 大阪府大阪市西区西本町1丁目7番10号 TEL 06-6532-1301(代)

明治10年、愛知県瀬戸市にて創業。食器製造から始まり、時流に 伴って碍子・セラミック・メタライズと領域を拡大。現在は気密接合 専門メーカーとして、ろう付け製品を主体に事業展開。

当社が「大阪ケイオス」に参加したのはモノづくり企業 の映像制作にお誘いいただいたのがキッカケです。 以来、ケイオスカフェ(※1)や就活イベントなどにも 参加するうちにいつの間にかメンバーに加わっていま したがキーになったのは映像を活用した説明会やイン ターンシップの「工場萌えツアー」(※2)。新しい試み を積極的に打ち出す姿勢は痛快でしたし、採用面での 効果にもつながっています。年を追うごとにメンバー シップは強固になり、様々な面で影響し合える良好な 関係が構築できていると感じます。



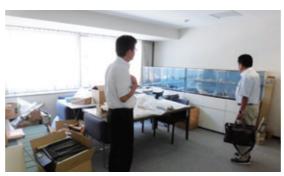
稲付社長(カワソーテクセル)と施工を担当した久保さん(吉武工務店)

「想像できる創造空間」を求めて

昨年に本社の一室をリノベーションしました。これは 参加企業であるマツダさん(※3)の影響です。工場内 にある打ち合わせスペースの雰囲気、居心地…あれは 素晴らしいの一言です。発想を変えたり、寛ぎながらイ メージを膨らませるといった「思考力を働かせる場」に は最適な空間でしょう。当社の新入社員は「工場なの にあの空間!」と、ギャップに驚いていました。

社員からの要望も受けて、空間づくりを決断しました。 当初は二つの部屋をショールーム・休憩室に改装する 考えでしたが、最終的に仕切りの壁と端の廊下を取っ 払って大きな空間をつくる計画に。施工会社は事務機 器会社さんに依頼する予定でしたが、どうしても機能 性重視的なものになってしまって。「どうせなら本腰を 入れて暖かみのある空間にしよう!」と方針転換し、リ ノベーションのプロフェッショナルであり「大阪ケイオ ス」の仲間でもある吉武工務店さんに相談しました。 担当していただいたのは新入社員の久保さん。打ち合 わせの際にイラストを用いて説明してくれました。意見 が出しやすかったので、安心して任せられました。そし て、完成した空間は申し分なし。イメージ通りの素晴ら しい空間を提供していただきました。

現在、このスペースは打ち合わせや交流の場として活



リノベーション前のスペース。

用中です。今後に控えている就活イベントや会社説明 会でも利用しようと思案中です。ケータリングを活用 した懇親会にもいいですね。映像を流すなどの居酒屋



さんではできないこともココならできます。築28年 ほど経過した広島工場にも創造空間の設置を視野 に入れています。

互いをよく知るだけで相乗効果は十分

「大阪ケイオス」での活動を振り返ると「頑張る企業さ ん同士が、自社をさらけ出し合う」ことで生まれる相互 刺激にこそ大きな価値があると感じます。製造業の場 合、「ここからは聖域で見せられない」「今後の計画は まだ公開できない」と隠す企業が意外と多いものです。 この点、当社が連携する企業はどんどん自社をさらけ 出すし、どんどん今後の展望を語る。だからこそ、他社 の長所を自社に取り入れる動きが活発なんでしょう。 当社以外にも他社の空間づくりを参考にされる企業 はありますし、「3S活動」やその手法にも互いの学び合 いは見られます。ここから技術や製造の連携に発展す れば理想的だとは思いますが、まずは互いが腹を割っ て話せる、親身になって相談し合える関係構築を重視 すべきだと私は考えます。

- ※1 ケイオスカフェ=大阪ケイオスオープンカフェ。「元気な人、仕事、情報が集まる仕組みづくりを目指すイベント。ビジネス上のミッシングリンクを参加者とともに掘り下げて繋げていく「価値づくりの活動」として開催。
- ※2 工場萌えツアー=コンソーシアム型インターンシップ「工場萌えツアー」。単なるインターンシップではなく、経営者の思いや情熱に触れて「働くことの意味」を前向きに考えてもらうことが目的。
- ※3 マツダさん=マツダ株式会社。大阪市城東区に本社を置く冷間圧造・金型制作の企業。モノをつくる「人」を大切にする、という目的からクリエイティブスペース"愚足庵"を工場内に設置。

インタビュアー・和泉康夫の注目点

企業間の関係が深いほど、連携による活動は充実します。それには経営者や幹部同士の輪の中に社員さんが加わり、社員さん同士が輪をつくることが肝心です。この点、カワソーテクセル様の空間づくりを大阪ケイオス仲間、吉武工務店の新入社員久保さんが担当したことは極めて有意義です。単なるリノベーションに留めるのではなく、新入社員さんの成長の場として、そして社員さんが関係性に加わる場としての機能も果たしました。新入社員さんが担当するとなればリスクが生じるわけですから、互いの信頼関係ありきのプロジェクトであることがわかります。

ケイオスだから叶えられた最高の新人教育の場

カワソーテクセル様の空間づくりを担当したのは私がまだ入社1年目のこと。「営業部の私が施工管理? 経験のない私がなぜ!?」と不安でいっぱいでした。案の定、材料の調達や工期の面で足を引っ張ることに…。学生の頃に学んだCGパースも実際の仕上がりと差があり、現場の仕事の難しさを痛感しました。色々と四苦八苦した分、完成したときの達成感は、忘れられません。私にとって、仕事の責任の重さを知る今後の経験につながる貴重な機会でした。

株式会社 吉武工務店 久保葵さん



右から和泉社長((株)新日本テック)、稲付社長(カワソーテクセル(株))、久保さん((株)吉武工務店)

創造空間導入事例

事務所や工場の中の"異空間"。気分を変え発想力、想像力を引き出す空間は、大阪ケイオスの多くの会社が取り入れ、効果を実感しています。



愚足庵(ぐそくあん) マッダ株式会社 工場内を目渡せる2階に 雷球色の灯りと木に囲

工場内を見渡せる2階に、電球色の灯りと木に囲まれた、カフェ空間 この場所で、社員が集い新しい事が起きてきます。



事務所 株式会社電子技販 まるごと新築の新しい空間。 BtoBからBtoCへの挑戦、空間は創造性を膨らませます。

株式会社 吉武工務店

〒579-8064 大阪府東大阪市池島町1-6-52 TEL 0120-072-985・072-985-7171

昭和40年、東大阪にて創業。「幸せな空間を作る」をモットーに、一般住宅の新築・リフォームから公共工事まで幅広いサービスを提供。近年はオフィスの空間づくり「創造空間 CreativeOffice」にも尽力。



我逢人(がほうじん) 株式会社鈴木製作所 徹底した3Sから、社員が学び語り合うためにつくられた空間。 社内のBARにもなって、コミュニケーションの場所になっています。



初代 大阪ケイオスカフェ 株式会社レイ・クリエーション デザイン事務所の中にできた、畳の空間。 働く形の常識を変えた創造空間への原点でもあります。

Special column

そして、GMM(グループ・マーケティング・メカニズム)が動き出す!

「大阪ケイオス」の取組みにつきましては、以前から注目させていただいておりましたが、最近では、特に、以下の3つの点が顕著になりつつあるように思います。その1つ目は、"連携"の本質を身を持って体感しつつある、ということです。連携のための連携でなく、お互いがそこに居ることを認め合い、互いの存在を心地よいと感じる・・・・本当の意味での"連携"が生まれつつあ

るように思われます。

2つ目は、ここでの取組みは、「新たな『エコシステム』 形成への試み」に他ならない、ということです。従来の「ピラミッド型」の企業間関係からの組み換えも行われようとしているのです。

3つ目は、こうした取組みが、新たなマーケット創造を含む新たな産業創出へと繋がりつつある、ということです。

〈ご寄稿〉

一般財団法人 関西情報センター 理事 竹中 篤様

"連携"による情報の受発信、市場ニーズの汲み上げ、技術・経営資源の相互補完等は、ここに参加する各企業に対し、大きな「効果」をもたらしつつあります。 この3つの兆候が示すもの・・・「大阪ケイオス」では、今まさに、真の"連携"による波及効果の好循環=グループ・マーケティング・メカニズム(GMM)が、動き始めようとしているのです。





中堅の社員さんが「社会」という広い視野を持つことは、幹部クラスを見据えた人財育成に欠かせません。 入社3年後の社員さんに取引先や協力会社との折衝を任せることができるようにと。読売新聞社様と連携した独自の研修とは・・・。

「大阪ケイオス」で約2年にわたって続いている中堅社員研修。多くの企業で新入社員研修は実施されていますが、それ以降のキャリアで研修を取り入れる企業は格段に減ります。その中で我々が中堅社員研修に注力する、その目的は「社員に外の世界を知ってもらう」ことにあります。

「タコ壺問題」を危惧して…

多くの新入社員は入社3年間ガムシャラに頑張りま す。これ自体は好ましいことですが、外界との接触が少 ない状況が続くと「タコ壺」に閉じ篭もりがちです。「タ コ壺」とはいわば自分の仕事のテリトリーのようなも の。聞こえはいいですが、「俺はコレができるから他は やらん!」というスタンスはいかがなものでしょうか。壺 の外の出来事に関心を持たなければ、変化に対応でき ない社員に育ってしまいます。いや、そもそも「自分は なぜこの作業をしているんだろう? 「自分の仕事が社 会のどこに生きているんだろう?」と根本を知らないま まキャリアを重ねている社員も珍しくありません(特に モノづくり企業の場合は)。そのような社員に到底リー ダーは任せられませんし、何より本人が仕事のやりが い、面白さを見出すのも難しいのではないでしょうか。 中堅社員が外を知ることは自己の成長、社員力の向上 という意味があるとともに、いずれは自社の活性化に 繋がるという希望もあるわけです。社内の「タコ壺」に



この研修を通して、中堅社員同士が仲良くなる 中小企業としては珍しい現象が・・・。

篭もるか、社外に及ぶ広範な回遊性を備えるか…重要な分かれ道が入社3年目以降に待ち受けています。

読み書きの重要性を再認識

中堅社員研修の内容は色々と模索した結果、新聞とい うコンテンツに注目しました。キッカケは読売新聞社 主催「地方の未来を考える委員会」の会合に招いてい

ただいたときのこと。読売新聞のちからを員会」の務局長(現在)の務局様が就活中のののではに「新聞をこりでは、またいのでは、またいのでは、またいではでは、またいではでは、またいでは、またいではでは、またいではでは、またいではでは、またいでは、またいでは、またいでは、またいでは、またいでは、またいでは、またいでは、またいでは



第1回では新聞の見方を改めて知りました。

ると良いよ!」とアドバイスされているのを聞いてピンときました。新聞は社会のあらゆる動向が掴めるコンテンツ。読み続けることで物事を多面的に見る力が養えます。そして、読み書きの基礎体力を向上させるにも最適です。新入社員と接していると、読み書きの能力が年々低下していると感じます。読み書きの能力は「自分を言葉で語ること」を容易にさせます。それは「プレゼン力」、ひいては「人と繋がる力」というビジネスシーンでのスキルに派生すると考えられます。

このような狙いを伝えたうえで藤澤様に研修をお願いしたところ「我々にとっても新聞の魅力を伝える良い機会です!」と快諾して下さいました。そして2015年に開始以来、2~3ヶ月に1回のペースで実施。大阪ケイオスの社員は毎回20~30名ほどが受講しています。第2回「まわしよみ新聞」では参加者一人ひとりが興味のある記事をピックアップして、コミュニケーションを図るワークショップ。まさに社会の動向を掴むには効果がある内容です。4回目以降は写真・取材・広告…と内容に広がりが出てきました。いずれも「見る」「聞く」「伝える」というコミュニケーションに軸足を置いてい

ることがわかります。2月には記念ではすべき第10回を迎え、新聞広告を題材にどのような視点で商品をPRするのかと、自社の商品で考えるワークショップもありました。また、この日は藤澤様のお誕生日でもあり、懇親会では感謝の意を込めてサプライズでお祝いを用意するなど、読売新聞の方とも、各企業の中堅社員同士の交流も普通になってきました。

研修内では自分の考えを伝える機会が沢山設けられていて、みんなが夢中になりつつも心地よい緊張感が漂っています。



毎回恒例の懇親会。第10回では藤澤様お誕生日のサプライズパーティーも。

今後の展開

読売新聞社様の研修内容は社会人の基礎的部分であり、業種が混在する大阪ケイオスでもみんなで学べる内容なのはありがたいですね。今後は「新聞の読み方」だけでなく「話し方」や「社会人が知っておくべき知識」なども教わりたいと考えています。また現状からステップアップして「新聞記事から事象の背景を読み解く」といった、一つ上のレベルでの勉強会も視野に入れています。

ケイオスメンバーで講師役を回していくのも良いですね。例えば「話し方」でいうとカワソーテクセル株式会社の営業手法であったり…。参加企業が講師役を務めればその企業を知る機会にもなりますし、充実した研修であるほど刺激にもなる。互いが高めあえる関係を研修でも実現できれば理想的ですね。



読売新聞社様ご協力 大阪ケイオス新聞活用中堅社員研修のこれまで

第1回「新聞活用術~新聞はきょうも話したいことでいっぱい」

2015年11月18日 講師:読売新聞大阪本社 藤澤 達也 様

新聞紙面の構成について、内容や目的、仕組みなどの説明と効果的な情報 の読み取り方について。知っているようで知らない、新聞のことを教えていた だき、新聞についての見方が変わった。

第2回 「まわしよみ新聞」

2016年1月27日

講師: 読売新聞大阪本社 藤澤 達也 様 魅力的な意見の伝え方について。 文章を書くのもプレゼンと同じという 考えでグループで新聞を回し読み、気 になった記事についてそのポイントを



第3回 「新聞を文章(文書)作成に生かす」

2016年4月13日 講師:読売新聞大阪本社 藤澤 達也 様わかりやすい文章の書き方

文章を書く上でのポイントや表現について説明いただき、メールなどビジネス文書の書き方など身近な文章に応用する方法をワークショップで実践。



第4回 「写真とは」

2016年7月6日

講師: 読売新聞大阪本社 伊東 広路 様 写真の撮り方を報道カメラマンの 伊東様にお話いただいた。報道カメラマンは何を伝えたくてどんな写真 を狙うのか。心の部分とテクニック について、まさに目からウロコのカメラマン秘話。

第5回 「話を聞きにくい人に話をするには」

2016年10月19日 講師:読売新聞大阪本社 上原 明子 様、藤澤 達也 様 催事や取材に取り組む姿勢について

新聞社が主催、後援、協力する文化事業やスポーツイベントの裏話や、難し さを伴う取材に直面した時の対処法を経験を元にお話いただいた。

第6回 「写真~モアベターを目指して~」

2017年2月1日

講師: 読売新聞大阪本社 伊東 広路 様写真第二弾。

実践的な写真のスキルについて。一眼 レフからスマートフォンまでそれぞれ の慣れた機材を使って効果的な写真 を撮るポイントを実践。



第7回 聞き出す力 ~新聞記者の取材現場から~

2017年5月17日 講師:読売新聞大阪本社 戸田 博子 様

しゃべる力より聞く力。取材の現場で大切な「聞き出す力」は日常の仕事の上でも大切なこと。しかし何より難しい聞き出す力について、体験談をもとにお話いただいた。

第8回 「情報リテラシー」

2017年9月5日 講師: 読売新聞大阪本社 藤澤 達也 様

「情報を読み解く能力」「情報を活用する能力」について

インターネットやスマホが欠かせない世の中で、はびこるフェイクニュースや、 えせ情報に振り回されず、新聞とネット(スマホ)をうまく活用しながら、正しい 情報を効率的に取得する方法についてお話いただいた。

第9回 「写真を中心とした情報の取り方~雑談力を鍛える」

2017年11月29日 講師:読売新聞大阪本社 伊東 広路 様

1枚の写真を元に話を広げることができるか?写真に関心を寄せる注意力、その写真に纏わる情報を元に会話を盛り上げることができるか?という非常に高度な内容。

第10回 「"人を動かす"広告のちから ~営業力ブラッシュアップのヒント~」

2018年2月21日

講師: 読売新聞大阪本社 堀井 葉月 様

反響のある広告を作成するための視点や 文章の切り口、イメージなどについて、新 聞広告制作の観点から堀井様に失敗談 なども交えてお話いただいた。自社の製 品をPRするためのワークショップも。



Special column

画期的な教育連携-中堅社員研修

大阪ケイオス様の中堅社員研修は、異なる企業のみなさまが共通の教育(研修)を受けてスキルの平準化を図るという、画期的な取り組みです。

日本では新聞購読率、購読者数の減少が続いています。新聞離れと「読む」「書く」「話す」能力の低下は無関係でありません。今回の大阪ケイオスニュースのなかにも「新入社員の読み書きの能力が年々低下している」という指摘があります。

読み書きの能力は、他人とのコミュニケーション能力

にも大きく影響します。大げさかもしれませんが、この ままでは他人との意思疎通のできない人が増え、社会 全体がコミュニケーション不全に陥りかねません。

こうした問題点の改善に、新聞は大きく貢献できると信じています。当委員会のプロジェクトは、新聞社の記者や社員が講師を務め、受講のみなさまに「読む」「書く」「話す」という三つのちからを伸ばしていただくことが目標です。講師料は無料で、代わって受講期間中は教材として読売新聞の購読をお願いしています。和泉

〈ご寄稿〉 -----

読売新聞大阪本社 「新聞のちから」委員会 事務局長 藤澤 達也様

社長をはじめ大阪ケイオスのみなさまにはこの主旨を 理解いただき、5月には11回目の研修を開く予定で

す。 研修は教育的な連携ばかりでなく、ビジネスの情報交換や企業間の異なる文化を感じ取る場としても機能 していると感じています。この研修がさらに続くよう、

内容(コンテンツ)の拡充に努めます。

守りの連携

ビュッフェ型士業連携に注目!

とっつきにくいイメージの士業の世界では、いかにハードルを下げるかがカギ。 例えば、4コマ漫画や寸劇を取り入れた"大阪流"で打って出る!

相談者も仲間もお得感は120%。



税理士 大志万 泰範 弁護士 高尾 慎一郎 弁護士



税理士 松本 鉄平 久武 政美

税理士



弁護士 木村 浩之



前 孝尚 大浦 綾子

弁護士 黒田 紘史

税理士 小川 栄

弁護士 川端 さとみ

http://naniwashigyo.com/

―そもそもどういう経緯で結成されたのですか?

尾田 智史

(前)最初は私と黒田弁護士で一般の方向けの勉強会 を始めたのですが、内容が向上するにつれて「専門家 相手でも面白いのでは?」と思い、仲間を集めて始めた のが「なにわ士業ネットワーク」です。

一実務でのメリットはありますか?

(前)税理士が、法的整理の面で弁護士に相談できる のは心強いです。弁護士の利点はやはり税金関連で しょう。あと同業者との関係も重要です。以前病気に かかったとき「万が一のときは仲間に頼ろう」と思えて 気が楽になりました(笑)。士業は高齢化が進んで いて、事業承継も考慮すべきテーマですね。

一お客様にとってのメリットはどこですか?

(黒田)弁護士・税理士ともに専門化が進んでいます から、多彩な分野の専門家が揃っている点は強みで す。専門外の依頼がきても誰かに紹介したり、協力 を仰ぐこともできます。

(前)僕らにとっては「士業自らのスキルアップ」も テーマに掲げており、相談することで「擬似的経験」 ができます。他社の失敗談を聞くだけでも10回の失敗 が3回に減るかもしれない(笑)。

(黒田)みんなが情報を共有するだけでも価値がある と思います。ですからメンバー間にライバルという意識 はなくて、お互いが思いやりを大切にしています。

サムライ業をもっと身近に!

―「なにわ相続道」を発行するに至った流れは?

(前)「相続」をテーマに寸劇によるセミナーを開催 したら予想以上に好評だったので「じゃ、本にまとめ るか」と。寸劇に負けないパンチを求めて漫画になり ました。



『なにわ相続道』(株式会社文芸社)を出版 2018年2月15日に発行 1,200円(税別)

一小川先生の漫画、親近感がありますよね。

(小川)出版社はイラストを要望していましたが、私が 「漫画なら描ける!」と強引に(笑)。昔、賞レースで入賞 したこともあったのですが、制作期間を通して絵のタッ チを統一するのは難儀しました。「こち亀」の秋本先生 の苦労がわかります(笑)。

(前)漫画を用いた相続本が少ないのも良いタイミング でした。類書が少ないので差別化が図れました。

―周囲の反応はいかがですか?

(前)相続相談の引き合いはきています。知り合いは 熟読し感想を送って下さる方が多くて。意外にも同 業からの反応がよくて驚いています。

一勉強会や本など「士業の仕事をわかりやすく伝え る」活動の中で気をつけていることは?

(前)確かに十業のハードルを下げたいという思い が根底にあります。そのためにはまず外に打って出 る行動が大事です。

士業は信用が重要ですから「知らない」と言うことを 恐れる気持ちもわかります。ただ、現状のメンバーは 「自分を守らない」姿勢で一致しています。

(小川)外に打って出ることが苦手なメンバーも活動 を通して乗り越えますよ。普通に考えたら寸劇なん てやらないですからね(笑)。

(黒田)基本的にみんな真面目なので、目的が理解で きるからこそ実践している面もあります。だから最初 は躊躇していた人もいつの間にかノリノリで寸劇を してたり(笑)。そうして外に打って出る活動によって 専門家という殻を破り、情報の発信者という自覚が 芽生えたと思います。その効果が大きいからこそ継 続しているともいえますね。

Osaka Chaos Member & Office

[発行] 株式会社 大阪ケイオス

〒541-0043 大阪市中央区高麗橋3-1-8 カルボ高麗橋ビル(1·2F)TEL 06-6232-0338/ FAX 06-6233-0371

アベル 株式会社 www.abel-s.co.jp

株式会社 大橋金属工芸

株式会社 清明エンジニアリング kss-sayama.jp/

カワソーテクセル 株式会社 www.kawaso-texcel.co.jp

株式会社 三栄金属製作所

株式会社 三協製作所 isakusvo.co.ip/pc/ 清水電設工業 株式会社 www.seavac.co.jp/

株式会社 新日本テック

田代珈琲 株式会社

日本精機 株式会社 www.enginevalve.co.jp/

枚岡合金工具 株式会社

福地金属 株式会社

双葉塗装 株式会社 www.futaba-toso.co.jp/pc/

マツダ 株式会社 www.matsuda-fastener.co.jp/

モノプラス 株式会社 www.mono-plus.jp/

株式会社 吉武工務店 www.yoshitake.ne.jp.

株式会社 レイ・クリエーション www.raycreation.co.jp/

前孝尚(顧問税理十) 前孝尚税理士事務所

黒田紘史(監査役) 弁護士法人権藤·黒田·岸野法律事務所 www.gondolaw.com/

取材·撮影/菅原直哉