

新宿 ビズタウン ニュース

Shinjuku BizTown News



No. **41**
平成30年9月20日号

目次

新宿から世界へ 羽ばたく看板商品……1-5
インフォメーション……6-8
新宿区中小企業の景況……8

新宿から世界へ

「ゆれくるコール」「まかないこすめ」「のら猫クロッチ」「BOCCO (ボッコ)」これらは今回登場する4社が生み出したユニークな商品。安心、安全、コミュニケーションをテーマとした各社の商品は、いまや世界からも注目される「看板商品」となっています。新宿で生まれ、育ち、羽ばたくまで、その軌跡をお尋ねしました。

羽ばたく看板商品



Shinjuku

新宿から世界へ **羽ばたく看板商品**



代表取締役の栗山 章さん

危機管理産業展で可能性を発見
西新宿にオフィスを構えるアールシーソリューション(RCSC)の経営理念は「防災・減災ソリューションで人と社会の安心・安全に貢献する」こと。累計550万回のダウンロードを達成した「ゆるくるコール」の提供会社としても知られています。

同社のスタートは平成14(2002)年、ITを活かしたサービスを提供する会社を目指し、代表取締役の栗山章さんが創立しました。実は初めから明確な構想があったわけではなく、平日はソフトウェアの開発支援、つまり下請け仕事で運転資金を稼ぎ、休日を自社製品の開発に充てる日々だったそうです。

「このままではいけないと考えて3年目に方針を転換し、社員を増やして開発体制を強化しました。その矢先の平成17(2005)年、取引先を通じて東

ゆるくるコール ITを活用して防災・減災に貢献する



「ゆるくるコール」の出発点ともなった「ゆるくるボックス」

京ビッグサイトの『危機管理産業展』に参加したことがきっかけで、防災市場にもITを活用できる余地があると気づきました」

阪神淡路大震災を機に地震警報システムへの関心が高まっていたものの、当時の「危機管理産業」の出展ブースに並んでいたのはガスマスクや防護服。実はそうした状況にこそ、大きな可能性が潜んでいたのです。

緊急地震速報をスマホで

今では当たり前になった気象庁の「緊急地震速報」が一般向けに配信されたのは平成19(2007)年10月。RCSCでは民間参入が可能となるこのタイミングを逃さずに開発を進め、他社に先駆けて安否確認サービスと緊急地震速報を組み合わせた「ゆるくるコール」の



外国人旅行者にわかりやすく災害を通知するアプリ「Safety tips」の画面とアイコン(右)

プロトタイプをリリースし、平成19(2007)年度に「新宿区優良企業表彰」優秀賞を受賞しました。

「予報業務(地震動)の許可を取得し、平成22(2010)年11月に「ゆるくるコール」のスマートフォン・アプリケーションをリリースしました。緊急地震速報を感知すると自動的に起動する



「ゆるくるコール」は東京都の防災アプリコンテストで特別賞と来場者賞をW受賞

新しい防災を創造

大学などとの共同開発が増えたこともあり、当面の目標はスケールメリットが得られる規模を目指し、社員を増やしていくことだそうです。

「オフィスが手狭になり移転先を探していますが、お世話になった新宿区からは出て行けませんね(笑)」

IT技術者として災害通知アプリに取り組んできた栗山社長は、これからの防災に必要なのは、国際社会共通の目標とされているSDGs(持続可能な開発目標)だと考えています。

「災害犠牲者の多くは、高齢者や子どもなどの災害弱者。高齢化や人口の都市部集中がさらに進むこれからの時代は現在の延長線がなく、防災においても新しい創造や発想が不可欠。そのためにも新陳代謝がよくスピード感のある若い会社であり続けたいと思います」

プッシュ型のアプリは他にはなく、翌年平成23(2011)年3月に起こった東日本大震災で実用性が評価され、ダウンロード数が急増しました」

これに確かな手応えを感じた栗山社長は、安否確認サービスの「つながるコール」、降水予測アプリ「あめふるコール」を相次いで商品化。実証実験を通じて各種アプリのバージョンアップを続けるとともに、英語、中国語、韓国語に対応した訪日外国人旅行者向けの災害情報通知アプリ「Safety tips」を観光庁に提供しています。

まかないいこすめ 金箔屋から生まれた和コスメを世界に

金箔屋のまかないから誕生

オリジナルブランドの化粧品「まかないいこすめ」の製造・販売を手がけるディーフィットの設立は平成11(1999)年。代表取締役の立川真由美さんが金沢市にある老舗金箔屋「吉鷹金箔本舗」で育ったことに由来します。社名には和の伝統をデジタル時代に適合させたいという意図が込められています。

「金箔の需要を伸ばすための起業でしたが、何から手を付けてよいかわからず、副産物の和紙をあぶらとり紙として販売しました」

金を叩き薄く伸ばす際に用いられる「箔打紙」は何万回も打圧されて繊維の密度が高まり、吸収力が高まります。それを経験的に知っていた金沢の芸妓さんが「あぶらとり紙」として使っていたそうです。

また、金箔屋のまかない(製造現場)



代表取締役の立川 真由美さん



神楽坂にある本店

が、高温・乾燥にさらされる過酷な作業環境であると知って育った立川社長は、そこで働く女性たちが実際にやってきた肌荒れ対策や美肌づくりの知恵や工夫を「肌が求める化粧品として形にしたい」と考えたそうです。そこで生まれたのが「まかないいこすめ」でした。

立川社長は日本古来の伝統と経験から生まれた化粧品を「和コスメ」と位置づけ、意欲的に市場を開拓しています。

希少価値のあるブランドをめざす

平成17(2005)年、ディーフィットは「まかないいこすめ」1号店を神楽坂にオープン。金沢に雰囲気か似ている神楽坂を気に入り、新宿区の「商店街空

き店舗活用支援事業」を活用しました。その後も都内、大阪、仙台、金沢などのランドマークや空港のターミナルビルに次々と出店。直営店舗は14店舗になりました。

「どこにでもあるコスメではなく、希少価値のあるブランドに育てていくため、メディアへの露出やSNSによる評価の拡散を効果的に使っています」

海外でも通用する「和コスメ」をめざす立川社長は、貿易アドバイザーなどの助言を受けながら、パリやロンドンの有名百貨店に出店し、シンガポール、マレーシア、タイなどにも店舗網を広げています。

「国内外とも出店数を増やすというより、和コスメのイメージアップにつながる店舗づくりをしていきたい。金を叩いて薄く伸ばす作業を表している「まかないいこすめ」のロゴマークは、



パリの老舗百貨店ボン・マルシェにも出店

海外でもそのまま使っています」

異業種参入だからできた開発と発信

金箔製造の現場にヒントを得た和コスメの開発は、まさに異業種への参入ですが、海外でも受け入れられた背景には、ディーフィットの発信力の高さがあります。

日本のあぶらとり紙は海外でも人気ですが、まかないいこすめの商品には一枚一枚に「まかないいこすめ」の透かし模様が入っていて、使用するとちがう絵柄が浮かび上がるものがあります。そんな遊び心あふれるサプライズにも「和」のテイストが感じられます。

「化粧品の知識がなかったために、自分の欲しいものを作ろう、こう紹介されたら使ってみよう、と思うようなアプローチをしました。その感覚を大切にしながら、商品開発を続けていくつもりです」



1枚1枚にかわいい「まかないいこすめ」が

あぶらを吸うと絵柄が変化!

使って楽しい「からくりあぶらとり紙」



新宿から世界へ 羽ばたく看板商品

のら猫クロッチ 物語から飛び出した”縁づくり”キャラ

スピンアウトで誕生した 人気キャラ

プロデューサー、アートディレクターとしてヌールエを率いる筒井一郎さんは平成7（1995）年、職人がものづくりに込める思いを代弁する仕事をしたと考へ、スタディオ・ヌールエを立ち上げ、平成16（2004）年に株式会社化しました。

「デザインとは時代の2歩先を先行する」というポリシーがさまざまなプロデュース業務を産み、その中のひとつが「動物かんきょう会議」。環境を守るために動物たちが森に集まり、世界の子供たちといっしょに「お互いの違いを理解しあいながら環境問題と共生について考える物語」です。絵本は韓国や台湾でも翻訳され、選定図書・TVアニメと展開していきました。平成19（2007）年には、この会議の



代表取締役の筒井一郎さん



各国でも翻訳された絵本「動物かんきょう会議」にナビゲーター役で登場した「クロッチ」

インドの子どもが縫った服を着たクロッチ

案内役として登場した「のら猫クロッチ」が個性的なキャラクターとして急成長しました。

異文化コミュニケーションを デザインする

「動物かんきょう会議」は新宿区や豊島区の小学校でも子どもたちが環境について考えたり異文化コミュニケーションを学ぶ場として使用されています。留学生がファシリテーター役となる「せかい！動物かんきょう会議 in 大久保」なども開催してきました。もとまたヌールエは平成17（2005）年にプロデュースした音楽イベント「目



「多文化防災フェスタしんじゅく」で踊るクロッチ

白バ・ロック音楽祭」で地域の大学や教会を会場にコンサートを繰り広げ、海外からのミュージシャンや観光客も巻き込んだコミュニケーションを試みていました。ヌールエの一貫したテーマが「異文化コミュニケーション」であることがわかります。この画期的な企画は平成19（2007）年度「新宿区優良企業」の地域貢献賞を受けました。

クロッチこそがプロデューサー

「のら猫クロッチ」のコラボレーション企画は、どれも世の中の不条理にも申す「のら猫目線」で発信されています。たとえばNGOのACE（エース）とのコラボは、クロッチがインドのコットン生産地を訪問し、縫製技術を学んだ子どもたちの初めてのお客さんになるというもの。彼女たちが心をこめて縫った、世界に一着しかない服を着たクロッチのぬいぐるみは、日本橋三越本店での「全館ねこづくし」で販売され、大きな反響を呼びました。また「多文化防災フェスタしんじゅく」などのイベントでも、着ぐるみで

登場するクロッチのリアルな活動と物語への共感が広がり、ヌールエのアイデアが結果として魅力的な商品開発につながったこともわかります。

「私たちは成長していくクロッチのプロデューサーのはずでした。ところが、人や地域とのコラボレーション企画が増えるにつれてクロッチは物語を飛び出し、いつの間にか独り立ちしてきたのです。世のため、人のため、野良のために「縁起こし」をする、粋でシャイなキャラクターとして活動の場を世界に広げ、今ではこちらがあらゆる文化なまち・新宿で生まれた「縁づくり」キャラですが、単に売るためだけでなく、これからもコミュニケーションにつなげていきたいと思っています」



「せかい！動物かんきょう会議 in 大久保」ではカイ日本語スクールの留学生が進行役となり、小学生と熱い議論を交わした

新宿から世界へ 羽ばたく看板商品



代表の青木 俊介さん

BOCCO(ボッコ) かわいさが魅力のコミュニケーションロボット

家庭内ロボットで コミュニケーション

ユカイ工学の代表は中学生でロボット作りを志し、ロボットで腕を磨いた青木俊介さん。自ら設立したベンチャー企業でネットサービスの開発に携わりながら、平成19(2007)年に週末起業でユカイ工学合同会社を立ち上げ、平成23(2011)年に株式会社化しました。社名には「ロボティクスで世の中をユカイにする」というテーマが込められています。

平成26(2014)年に発売した「BOCCO(ボッコ)」は、留守番の子どもや高齢者の見守りを助けるロボット。スマートフォンアプリと連動し、メッセージのやり取りができるロボット型インターフェースです。

「家庭内にロボットが普及していく

「もっと面白いことがある」と考えた青木代表はロボット開発に舵を切り、水木しげる記念館(鳥取県境港市)向けの「目玉おやじロボット」や、気分

めざすのはかわいいロボット

インターネットの普及が進んだのは青木代表の大学生時代。起業してネットを使った開発業務の最前線に立ったものの、パソコンやブラウザに束縛される世界に飽き足らなくなっていきました。

「もっと面白いことがある」と考えた青木代表はロボット開発に舵を切り、水木しげる記念館(鳥取県境港市)向けの「目玉おやじロボット」や、気分

段階では、コミュニケーション機能がメインになると考えました。センサーをドアに取り付けておけば、子どもが帰宅した情報が親の持つスマホにアプリで通知され、アプリからBOCCOに音声やテキスト・メッセージを送ることができるよう。BOCCOがそれを読み上げ、音声での返事も送れます」



ロボットの付属ドアセンサーは、子どもが帰宅したことを知らせるのに使われています。



緑色の部屋センサーは、部屋の温度や湿度、明るさを知らせてくれる

にに応じて動く耳型コミュニケーションツール「ネコミミ」を手がけました。一貫して漫画やアニメに登場するような「かわいい」ロボット開発に軸足を置いています。

BOCCOは東北弁で「子ども」を意味する「ボッコ」から採ったもの。デザインも家庭内に馴染むよう「座敷わらし」のイメージでかわいらしさを愛らしさを前面に出しつつ、レトロ感をプラスしたそうです。

「BOCCOのヒットは、鍵っ子やひとり暮らしの高齢者とのコミュニケーションに使えるというコンセプトを明確に打ち出したからだと思っていますが、妻から夫へ、ゴミ出しなどの家事手伝いを指示するシーンでも使われているようです。直に言うよりソフトに伝わるんじゃないか(笑)」



セラピーロボットQoobo。撫で方によってしっぽの動き方が変化する

しっぽのついたクッションに癒やされる

感情認識ヒューマノイドロボット「Pepper」の登場でロボットが身近になる一方、AIスピーカーも普及し始めました。青木代表もこれからは音声のやり取りによるコミュニケーションロボットが普及すると考えています。

青木代表の次の一手は、しっぽのついたクッション型セラピーロボット「Qoobo(クオボ)」。

「BOCCOやQooboの開発費はクラウドファンディングで調達しました。Qooboは米国のメディアパネル・イノベーションアワードで特別賞を受賞したことから反響も大きく、今年10月から本格的に出荷を開始します」

音声の次は視覚・触感。ロボットの概念を刷新し続けるユカイ工学の挑戦が続きます。

ビジネスアシスト新宿

平成30年度から社会保険労務士の派遣を開始!

さまざまな経営課題をお持ちの事業所や商店等へ、経営の専門家を無料であなたの事業所へ派遣します。平成30年度からは、従来の中小企業診断士に加えて、社会保険労務士の派遣を行います。ぜひご活用ください。

【対象者】

新宿区内の中小企業者(全業種が対象)

【相談事例】

- 売上を伸ばすために効果的な商品レイアウト方法を教えてほしい
- 海外展開や販路拡大がうまくいかない
- 新規顧客を増やすため、直接店舗をみながらアドバイスしてほしい
- 就業規則の作成・変更はどのようにすればいいの？
- 労働・社会保険の手続きがわからない

【申込方法】

所定の利用申請書に必要事項を記入のうえ、文化観光産業部産業振興課(西新宿6-8-2 BIZ新宿4階)までお持ちください。
※利用申請書は産業振興課の窓口または新宿区のホームページから入手できます。

※専門家の情報は新宿区ホームページにて確認できます。
※実務を伴う申請に必要な書類の作成や内部調整等の費用は、別途ご負担いただくことがあります。

無料です!!

複数回
利用可能!!



【問合せ先】文化観光産業部 産業振興課 電話03(3344)0701

新宿ビジネス交流会 開催ご案内

参加しませんか

新宿区では東京商工会議所新宿支部との共催による新宿ビジネス交流会を年3回開催しています。今回は「生産性向上」がテーマです。事業展開のきっかけづくりにご活用ください。

【日 時】平成30年10月19日(金) 16:00~19:00

【プログラム】<第一部> 講演・グループ交流 講師:山本潤一氏(日本メンタル再生研究所 所長)
「社員のモチベーションをUP! ~ ストレスコントロールで生産性向上! ~」
<第二部> 名刺交換会

【会 場】BIZ新宿(新宿区立産業会館)1階 多目的ホール<新宿区西新宿6-8-2>

【参加費】無料

【対 象】新宿区内外の中小企業、個人事業主

※詳細については新宿区のホームページでお知らせしています。

【問合せ先】文化観光産業部 産業振興課 電話03(3344)0701

生産性向上特別措置法に基づく「先端設備等導入計画」の認定申請受付中

中小企業・小規模事業者等が、設備投資を通じて労働生産性の向上を図ることを目的とした生産性向上特別措置法が6月6日に施行されました。これを受け、区では、国の同意を得た新宿区導入促進基本計画に基づき、中小企業者等が策定した先端設備等導入計画の認定事務を行っています。

区から先端設備等導入計画の認定を受けた中小企業者等は、新規取得設備に係る固定資産税の特例や国補助における優先採択等の支援措置を受けることができますようになります。

認定申請の方法等の詳細は、新宿区ホームページをご覧ください。

http://www.city.shinjuku.lg.jp/jigyo/sangyo01_sentan.html

「新宿区」トップページ ⇒ 産業・ビジネス ⇒ 産業振興・企業支援

ホームページに掲載している「先端設備等導入計画策定の手引き(新宿区版)」に、制度の概要、承認申請の方法、税制支援と金融支援の説明があります。

【問合せ・申請先】文化観光産業部 産業振興課 電話 03(3344)0701

メールマガジンの配信を行っています

「新宿ビズタウンメール」ご活用ください

新宿区では、事業活動に役立つ区の産業振興施策や各種産業支援情報をメールで配信しています。登録は無料です。(通信料は別途かかります。)事業活動にご活用ください。

【配信内容】新宿区、東京都中小企業振興公社、産業団体からの産業支援情報

【登録方法】配信をご希望の方は、新宿区ホームページから、登録ページに進み手続きを行ってください。

新宿ビズタウンメール



【問合せ先】文化観光産業部 産業振興課 電話03(3344)0701

10月1日(月)から申請を受け付けます

中小企業展示会等出展支援補助金

後期募集

販路拡大のため、区内の中小企業が参加する展示会・見本市等に出展する費用の一部を補助します。

【対象者】新宿区内の中小企業者(全業種が対象)

【対象経費】出展小間料及び小間装飾費

【補助金額】国内:1件15万円まで(補助対象経費の2/3以内)

海外:1件20万円まで(補助対象経費の2/3以内)

【申込期間】平成30年10月1日(月)~平成31年3月15日(金) ただし、予算額に達し次第受付を終了します。

【申込み方法】交付申請書に必要な書類を添えて文化観光産業部産業振興課(西新宿6-8-2 BIZ新宿4階)までお持ちください。

※その他詳細は「応募要項」をご確認ください。

「応募要項」と「交付申請書」は区ホームページからダウンロードできるほか、文化観光産業部産業振興課でも配布しています。

【問合せ先】文化観光産業部 産業振興課 電話03(3344)0701

今年も開催!

新宿産業観光フェア2018

お出かけください!

しんじゅく逸品マルシェ



開催日

平成30年11月16日(金) 10:00~19:00
11月17日(土) 10:00~17:00

会場

新宿駅西口広場イベントコーナー
〈新宿区西新宿1丁目 西口地下街1号〉



新宿の産業や国際観光都市としての魅力を多くの方に知っていただくために、今年も「しんじゅく逸品マルシェ」を開催します。新宿ならではの素敵な風景の紹介や逸品販売を行います。また、ステージでの楽しい催しや新宿区の地場産業である染色や印刷の体験コーナーに加え、今年も「新宿ものづくりマイスター」による実演もあります。

【共催】新宿区 / 一般社団法人新宿観光振興協会



楽しいステージや、大人も子どもも楽しめる染色や印刷のコーナーもあります



今年も区内のおいしいお店が並びます



「新宿ものづくりマイスター 技の名匠」による技の実演もどうぞお楽しみに!

【問合せ先】文化観光産業部 産業振興課 電話03(3344)0701

イチオシ商品 商談会 in 新宿

過去最多のバイヤーが参加！ エントリー募集中！

新たな販路開拓、売上増加に向けて貴社のイチオシ商品をバイヤーに提案してみませんか？

- 【日時】平成31年2月7日(木) 商談時間は後日指定
- 【会場】BIZ新宿(新宿区立産業会館) 1階 多目的ホール<新宿区西新宿6-8-2>
- 【対象】食料品・雑貨に関連した中小企業者、個人事業主
- 【参加バイヤー】エスカマーレ (株)オージーフーズ (株)カタログハウス (株)ジェイアール東日本商事
シミズヤ (株)千趣会 (株)ダイエースペースクリエイト (株)高島屋 (株)東急ハンズ
(株)マルフジ (株)三越伊勢丹 (株)ロフト
- 【参加費】無料
- 【エントリー期間】9月10日(月)～11月2日(金)
- 【共催】新宿区 興産信用金庫 西京信用金庫 さわか信用金庫 城北信用金庫 昭和信用金庫
巣鴨信用金庫 西武信用金庫 東京信用金庫 東京三協信用金庫 東京シティ信用金庫
東京東信用金庫 日本政策金融公庫新宿支店
- 【後援】信金中央金庫 東京商工会議所新宿支部



エントリー申込みから商談会までの流れ



バイヤーの情報やエントリー方法については、新宿区のホームページを確認いただくか、下記までお問合せください。

【問合せ先】文化観光産業部 産業振興課 電話 03(3344)0701

平成30年
4月～6月期

新宿区中小企業の景況

新宿区では区内中小企業に対する「景況調査」を年4回実施しています

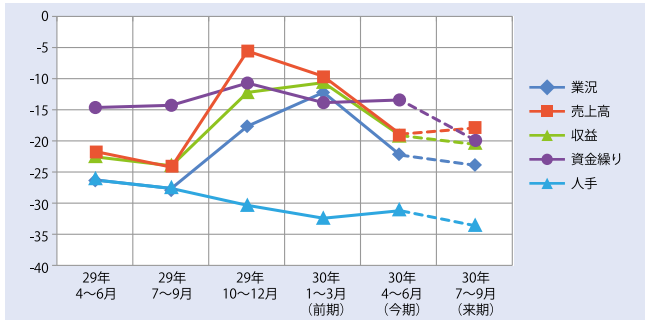
1. 調査時期 平成30年7月上旬
2. 調査方法 郵送アンケート調査
3. 調査対象業種 製造業(43件)、印刷・同関連業(34件)、染色業(17件)、建設業(37件)、情報通信業(42件)、卸売業(38件)、小売業(59件)、飲食・宿泊業(76件)、不動産業(42件)、サービス業(72件)
※カッコ内は有効回答数
(株)東京商工リサーチ
4. 調査機関

●4月～6月期の特徴
業況DI(「良い」企業割合-「悪い」企業割合)は-22.2と、前期(平成30年1月～3月)の-12.2から大きく低迷した。来期(平成30年7月～9月)の予想は-23.9で低調感をやや強める見込み。

●業種別調査結果(4月～6月期)

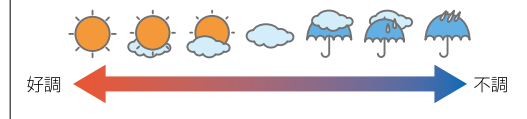
製造業 	印刷・同関連業 	染色業 	建設業 	情報通信業
卸売業 	小売業 	飲食・宿泊業 	不動産業 	サービス業

●項目別DIの推移(全体)



業況：経済全体の景気状態ではなく、個々の企業ないし産業の景気状況。
DI(ディーアイ)：Diffusion Index(ディフュージョンインデックス)の略で、増加と答えた企業の割合から、減少と答えた企業の割合を差引いた数値のこと。DI値がマイナスの場合、業況・売上額・収益・資金繰りは不調傾向を、人手は不足傾向を示す。

景況調査の読み方



景況調査の詳細は、新宿区ホームページでご覧ください。