

Break through COVID-19

コロナを 突き抜ける!

コロナ禍をどう乗り越えているのか?
千代田区内事業者の取り組み事例

挑みつづける、変わらぬ意志で。

 **東京商工会議所** 千代田支部

コロナを突き抜ける!

2021年3月 発行

事業名：千代田区新生活様式対応補助金事業

発行：東京商工会議所千代田支部

〒101-0051 千代田区神田神保町3-19

ダイナミック・アート九段下ビル2階

制作：株式会社 大津クリエイティブ・エイジェンシー

無断転載・複製を禁じます。

挑みつづける、変わらぬ意志で。

 **東京商工会議所** 千代田支部

2020年初頭より国内外で感染が急拡大した新型コロナウイルスは、社会経済に甚大な影響を与え、多くの方の生活様式や働き方が激変しました。そして、2021年2月現在も収束の見通しが立っていないなか、千代田区内の企業・事業主は、市況の悪化に加えて様々な活動の制約を受け、長期にわたって非常に厳しい経営環境を強いられています。

2020年度の東京商工会議所千代田支部の活動についても、例年多くの方にご参画いただいている会合や交流会、ビジネスフェアなどが中止となり、会員企業の皆様に交流いただく機会の創出が叶いませんでした。

そのようななか、各会員企業はこのコロナ禍においてどのような考えで、どのような取り組みを行っているのか知りたいとの声を多くお寄せいただきました。

その声にお応えするために千代田支部で募集を行った「コロナに対応する新たな取り組み事例」のなかには、このコロナ禍においても様々な工夫により前向きに販路の開拓に取り組む企業や、ニューノーマルを見据えた新たな製品・サービスの開発に取り組む企業、従業員と一緒に新しい働き方・組織の在り方を模索している企業などの事例がありました。

それらの事例を掲載した本冊子が、この苦境を乗り越えるための何らかのご参考となれば幸いです。

東京商工会議所 千代田支部
会長 栃木 一夫

特集

コロナを突き抜ける!

国内で初めて新型コロナウイルスが確認されたのは、昨年(2020年)の1月15日。以来、感染者数は増減をくり返し、私たちの生活を圧迫しています。

2021年に入ってから東京都の感染者数は1,000人を超える日が多く、過去最大数を塗り替えるといった事態が続いていました。

新型コロナの経済に与えるダメージの大きさは改めて言うまでもなく、日銀は展望レポート(経済物価情勢の展望)で、2020年度の実質GDP成長率を前年度比マイナス5.5%からマイナス5.6%に下方修正しました。

今回の特集「コロナを突き抜ける!」では、このようなコロナ禍にあっても自ら道を拓き、果敢にチャレンジしている企業・団体をお訪ねし、その奮闘ぶりをお聞きました。

※このインタビューは、2回目の「緊急事態宣言」発出下の1月中旬に行われました。

CONTENTS

特集「コロナを突き抜ける!」 新型コロナへの新たな取り組み [4つの事例]

① 株式会社 豊島屋本店 3



吉村俊之 社長

② 株式会社 ブックハウスカフェ 5



今本義子 社長

③ 株式会社 ミノダ 7



箕田順一 社長

④ 一般社団法人 全国障がい者生活向上支援機構 9



伊藤雅詞 理事長

千代田支部 登録企業紹介 11

知っ得!プロのアドバイス「コロナ対策のITツールとその活用法」西川智哉 15

千代田支部 コロナに関する経営相談 Q&A 17

インタビューに寄せて 18

豊島屋本店

創業以来4度目となる試練も 受け継がれた「寄り添う心」で乗り切る。

豊島屋本店の創業は慶長元年（1596年）まで遡る。1596年といえば関ヶ原の戦いまであと4年。秀吉はまだ存命中で、三成と家康の間では覇権をめぐる虚々実々の駆け引きが始まろうとしていた頃だ。そのような時代と地続きの老舗16代目を継いだのが吉村俊之社長。大学院で

物理学を専攻し、日本有数の電機メーカーで半導体研究を続けていた41歳の時の決断だった。酒販業に転じたあと、その学識を買われ「ファミリービジネス」をテーマに講演を頼まれることもあるという。学究肌の経営者は今回のコロナ禍をどのように突き抜けようとしているのだろう。



『江戸名所図会』を解説する吉村俊之社長

ング)に活路を見いだした。

「業務用の需要が減るのは致し方ない。『B to B』は厳しいが、『B to C』は巣ごもり需要や家飲み需要が見込めますから」と吉村社長は期待を込める。

以前よりヤフーショッピングに出店。「豊島屋ネットショップ」も開設した。この自社サイトには「豊島屋ネット便」サービスがあり、緊急事態宣言解除の日まで、23区内は配送無料の特典も付けた。自社の配送車を活用するアイデアだ。その甲斐あって新しい客層も生まれている。

「おかげさまで『B』『C』の両方から注文を頂いています。今後は『C』をいかに伸ばしていくか、それが課題ですね」

満を持しての創業再興。しかし…。

昨年（2020年）7月、豊島屋本店では「江戸東京モダン」をコンセプトとする酒舗兼立ち飲み居酒屋「豊島屋酒店」を創業地に近い神田錦町でオープンした。置いてある清酒は関連会社の豊島屋酒造（東村山市）が醸す「金婚」「屋守」「利他」の大吟醸や純米酒など。江戸東京の地酒を楽しんでいただきたいとの思いがある。また「綾」という洋食とも相性の良い発泡性の清酒も開発した。つまみの豆腐田楽などに江戸の食文化を発信しようとの心意気が伝わってくる。オープン以来、店はテナントとして入っている神田スクエアや近隣の住民たちで賑わいをみせた。

もともと豊島屋本店は、初代の十右衛門が神田鎌倉河岸（現在の千代田区内神田）で開いた酒舗兼一杯飲み屋を起源とする。江戸時代の古文書『江戸名所図会』に「白酒を商ふ図」として描かれた東京最古の酒舗であり、居酒屋のルーツとも言える。その後、関東大震災（1923年）で店が倒壊して以来、居酒屋はやめていたが、昨年7月、約1世紀ぶ

りに創業の商いを再興することとなった。

満を持しての創業の商い再興。しかし今年の1月7日、2度目の緊急事態宣言が発出。吉村社長はお客さまやスタッフの感染リスクを避けるため、1月18日から店を休業することを決断。常連たちは再び通える日を心待ちにしている。

企業は人なり。コロナ禍でも必ず守る。

「今回の休業は、この半年間を見直し、反省すべき点は反省し、しっかりと再開するための準備期間と捉えています。そのため、店長やスタッフと定期的に連絡を取り合っています」と、吉村社長はあくまでも前向きだ。再開したときのニューメニュー、どのようにリフレッシュすればこれまで以上にお客さまに喜んでいただける店になるか、などを定期的に話し合っているという。

吉村社長にはこのコロナ禍でも譲れないものが2つある。ひとつは社員の雇用と安全。リモートワークの割合を増やし、リモートワークが不可能な場合には時差出勤や勤務時間の短縮を奨め、公共交通機関を避けたいスタッフには会社のクルマでの通勤を認めている。

「企業は人なり。人材の材は財産の財。人財が輝いてくれないと会社は前に進めない。コロナ禍といえども安心して勤めてもらえるような環境づくりに努めています」と吉村社長はスタッフ想いの一端を見せる。

受け継がれてきた「寄り添う」のDNA。

もうひとつの譲れないものは、お客さまなどステークホルダーに寄り添うこと。実は豊島屋本店は400年を超える歴史の中で3度の試練に遭遇している。

1度目は明治維新（1868年）のとき。掛け売りの代金が混乱のため回収できなくなった。2度目は関東大震災（1923年）。店が倒壊した。3度目は東京大空襲（1945年）。店が全焼した。

「いずれも店の存亡に関わる大打撃でしたが、当時の店主や社員たちは何とか乗り切った。それは大勢のお客さまの助けがあったからだと思うのです。当然、店の者たちも恩返しをしたことでしょう。そういうことを過去から学んで、



豊島屋酒造が醸す江戸東京の地酒。左から「十右衛門」「江戸の華」「江戸酒王子」「白酒」「綾」。豊島屋本店の「金婚」は、神田明神、明治神宮の唯一の御神酒である。



「江戸東京モダン」をコンセプトにした店舗

このコロナ禍でもお客さまなどステークホルダーに寄り添って対応していくことが大切だと思っています」

「愚直な商い」「苦しい時こそ笑顔で」「いろんな方のお力添えで」と繰り返す口にする吉村社長。そこには16代目を継承した経営者としての揺るぎない顔がある。

いまこそ「不易流行」を推し進めるべき。

豊島屋本店の行動指針に「不易流行」がある。守るべき（不易）は頑なに守り、変えるべき（流行）は大胆に変える一代々の当主が大切にしてきた哲学でもある。

「いまという時代においては、守るべきは、品質・のれん・信用・信頼。変えるべきは、商品開発・マーケティング・海外を含めたチャンネルです」と吉村社長。豊島屋本店では、コロナ禍での大胆な戦略転換を社の前進につなげようとしている。

ブックハウスカフェ

当初から書店の枠を超えた活動を展開。
いまは休業中に計画した新たな試みが進行中。

書店の苦戦が報じられて久しい。その理由のひとつに大型ネット書店の席巻が挙げられている。確かに希少な専門書でも簡単に見つけられる検索機能が読者の利便性を高めているし、ステイホームの流れのなかで本のニーズは高まったが、そのニーズの多くはネット書店に向かった

のも事実だ。「でも」と今本義子社長は言う。「書店には、居並ぶ本の中に身を置いて、好きな本を探す楽しさがあります。本に満ちた空間は、それ自体が文化だと思っています」。今本社長は書店を取り巻くいまの二重の苦境をどのように突き抜けようとしているのだろう。

一歩入ると、カラフルな絵本の森。

神保町の靖国通りから店内に足を一歩踏み入ると、天井の高い広々とした空間が出迎える。中央にはカフェスペースが設けられ、その周囲を書架が取り囲む。書架には絵本を中心にカラフルな約1万冊の児童書がぎっしり。子供でも手が届くよう書架は低く設定しており、来訪者は広い店内を隈なく見渡すことができる。ここは「子供から大人まで楽しめる」をコンセプトに誕生した。



天井が高く広々とした1階の児童書売り場。中央にはカフェスペースを設置

[株式会社ブックハウスカフェ]

業種：書店
所在地：千代田区神田神保町2-5 北沢ビル1階
代表者：今本義子
スタッフ：10名
資本金：3,000万円
設立：平成29年(2017年)

店が神保町にあるかぎり家業にこだわる。

ブックハウスカフェは、明治35年創業の老舗「北沢書店」をルーツとする。今本社長のご実家でもある同店は、洋書の輸入販売を専らとし、本の街・神保町でも英米文学を紹介する店として名を馳せた。

その後、店は新刊の取扱をやめ、2階は今本社長の兄である北沢一郎氏が営む洋書の古書専門店となった。今本社長も「神保町が本の街である限り本屋を続けたい」と家業の継承を決意。2017年5月5日、「子供の本専門店」を冠するブックハウスカフェを1階にオープンした。

その店名が示す通り、ここはカフェを併設している。本と酒を愛する顧客のためにバーもつくった。店を維持・発展させるための多角経営への挑戦だ。

イベントにも力を入れた。読み聞かせ、紙芝居、手話教室、作家によるトークショー、読書会などなど。

「うちはイベント屋か!?というほど盛りだくさんでしょう(笑)」と今本社長。イベントスペースは、1階の売り場に加え、50名を収容できるホールなど計3カ所。いちどきに3つのスペースが埋まったこともあるという。



本と酒をこよなく愛する人のためのバーも併設(現在は休業中)

コロナ禍をオンラインで乗り切る。

「オープンから約2年半。ようやくトントンまで来ていた矢先…」の2020年1月、コロナが襲った。「ネット書店にできないことを!との思いで三密をめざすようなお店づくりをしていましたから…」その影響は大きかった。

今本社長は、緊急事態宣言(4/7~5/25)発出前の4月4日から5月6日までの臨時休業を決断。連休明けには再開し奮闘を続けるも、一等地にある大型店舗の維持費は膨大で資金難が続いたことから、年末には正社員に早期退職を募り、アルバイトになってもらえるよう打診した。

「きちんと退職金を出せるのはこのタイミングしかないと思ったのです。絵本が大好きで集まってくれた彼女たち。盛り返したら正社員に戻ってほしいと思っています」と苦渋の決断を語る。

臨時休業の間、今本社長は腹心の茅野由紀店長と毎日のように会い、コロナを乗り切る対策を練った。二人が出した結論は、まずはオンラインショップを開設し、イベントもオンライン参加ができるようにすることだった。

オンラインショップは大手との競争を避け、原画・サイン本の販売など独自色を出した。オンラインイベントは、絵本講座、絵本作家のトークイベント、作家の講演会など多彩だ。毎回盛況で、参加は日本全国から。なかにはパリからの参加もあったという。

あっという間に800を超える善意が。

休業している間にサポーター制度も立ち上げた。自社のHPに「サポーター募集中です!」のバナーを掲げ、窮状を訴えたのだ。

「コロナ禍で誰もが苦しいときに寄付を募ることはためらいもあったのですが…」と今本社長はそのときの心境を語る。

寄付は一口3千円。バナーを掲載すると、あっという間に800口を超える寄付が集まった。そしてそこには数々の応援メッセージが添えられていた。たとえば「このようなお店は絶対に必要です」「ひっそりと閉店する前に、助け



インタビューに応える
今本義子社長



靖国通りに面する店舗

て!と言ってもらって良かった」。今本社長は寄せられたメッセージに何度も涙したという。

「この店はお客さまの愛でできている。簡単には諦められない。お預かりしたお金や補助金をきちんと活かして頑張ろうと思っています」

この1年間で地域や社会に貢献できる店に。

「去年を振り返って思うことは、本当に必要とされる店にならないと生き残れないということですね」と今本社長。その教訓から、この1年間でブックハウスカフェを地域や社会に貢献できる店に作り変えることを思い立った。

すでに進行しているのが「ココロノホンダナ」。自閉症の子供たちとお母さんのために絵本や店を活用するプロジェクトだ。「私も一から勉強しています」と今本社長。めざしているのは街に小さな理解が生まれることだという。

いま計画中なのが「こども食堂」。共稼ぎの忙しい両親のもと、学校と塾を行き来する子供たちのために、栄養のある食事と共に絵本のあるホッとできる空間を低料金で提供する試みだ。

1年後、コロナの試練を数々のアイデアで乗り越えたこの店は、いま以上に神保町に欠かせない存在になっていることだろう。

ミノダ

十数年進めてきたシステム開発と 刺繍にこだわる商品力でコロナ下でも健闘。

ミノダの前身である「ミノダネーム店」の創業当時、蕎麦一杯とネーム刺繍一個の値段はほぼ同じだったという。いま現在、蕎麦は5倍近くなったが、ネームの方はさほど変わっていない。この“刺繍ビジネス”を、いち早い通販ビジネスの開始、有名キャラクターのライセンス取得、

刺繍加工のICT化などによって業界10位にまで押し上げたのが箕田順一社長だ。「でもね、過剰な設備投資など失敗もたくさんあったのですよ」と語るその声は、明るく飄々としている。昨年、黄綬褒章を受賞した経営者は、どのようにコロナと向き合おうとしているのだろう。

本音を言えば家業は継ぎたくなかった。

ミノダネーム店は1964年、日本独自の「横振刺繍」に卓越した技術を持つ店として創業。順一少年は、両親が夜遅くまで踏むミシンの音を聞いて育ったという。やがて父親が若くして他界。その遺志を継いで仕事を続けた母親も体を壊したため、1977年、家業を継ぐことに。24歳のときだった。

「本音を言えば継ぎたくはなかったのです」と箕田社長。それまでも仕事を手伝うことがあり、刺繍ビジネスの将来

性に疑問を感じていたからだという。だが、同業者がコカ・コーラやJALのワッペン制作などで新機軸を打ち出しているのを見て「スイッチが入りました!」。

その後、「株式会社ミノダ」の設立を経て、2004年に代表取締役役に就任してからは、資本金の増資(2005年)、通販ビジネスの開始(2006年)、キャラクタービジネスの開始(2010年)、刺繍ウェブシステムの開発・採択による助成金の獲得(2012年)と、次々に経営者としての才覚を発揮していった。

サンリオとライセンス契約が結べた。

ミノダ発展のジャンプ台となったのが、有名キャラクターのライセンス取得だ。きっかけはギフトショーに裏がシールになっている刺繍ワッペンを出品したことだった。

「これはいける!と思われたのでしょうか。“これでキティちゃんを作ってくれませんか”とサンリオの代理店の方が来られて、とんとん拍子に話が運びました」と振り返る。



ネット通販で扱っている商品のピッキング業務(木更津ファクトリー)

“裏がシールになっている”ことが幸運を呼び込んだ。サンリオ初となる文房具カテゴリーに認定され、他のカテゴリーでライセンスになっている企業とのバッティングが避けられた。

有名企業との契約締結に背中を押された箕田社長は、ウォルト・ディズニー、ポケモン、スヌーピーなどのライセンス元に企画書を提出。いずれとも契約を結ぶことができた。「日本の商習慣は独特ですね。他社のキャラクター商品を作っているのが断られるかとも思ったのですが、それが逆に安心材料になるのです」と箕田社長。いま人気の新キャラクターが登場するたびに企画書が提出される。

システム開発によってテレワークが可能に。

ミノダには3つの事業部がある。先述したキャラクター商品をつくる「ホビー事業部」。2006年に開始した「通販事業部」。そして企業・団体から受けたユニフォーム・作業着に刺繍加工を施して納品する「EMB事業部」だ。

ミノダはこのEMB事業部をベースに発展してきた歴史を持つ。自社の生産工場である木更津ファクトリーの他に、業務委託している工場が全国に20カ所。箕田社長は十数年前からそれらの工場への発注にミスが生じないようにシステム化を推進。刺繍を入れる箇所・糸の品番などを入力していくと誤りのない「加工指示書」が自動的に出来上がるシステムを組み上げた。この指示書はインターネット上で顧客も閲覧でき、必要な数字を入れていくと注文書となる。ミノダはこれらのICT化推進により『勇気ある経営大賞』など幾つもの賞を受賞している。

「当社でテレワークが可能になっているのは、長年システム開発を進めてきたからです」と箕田社長。いま10名の正社員全員が業務委託している各工場に自宅から指示を出している。

まず自分の給料を半分にした。

これまで順調に業績を伸ばしてきたミノダにもコロナは襲いかかった。昨年(2020年)に発出された緊急事態宣言(東京は4/7~5/25)により1ヶ月あまり営業に行けず、その



壁面に並ぶ「賞状」や「認定証」。その下は「刺繍ワッペン」

間の売上は15%ダウンした。

その対策として箕田社長は、まず自分の給与を半分にした。役員報酬も大幅にカットした。稼働することなく埃を被っていたミシンなどの機器類も大量に処分した。さらにスタッフの勤務形態も見直した。暇なときも漫然と職場にいたことが許される社内の空気にメスを入れたのだ。

「その結果、会社を去った人が5名。それは仕方ないことだと思っています。でも、厳しくとも当然とってくれる選択をすると、社員はついて来てくれますね」と、箕田社長はそのときの判断について語る。

コロナ禍でも賞与が出せた。

このコロナ禍でも思わぬ拾い物があった。テレワークや外出自粛により、交通費・出張費・交際費・会議費などが大幅に削減できたのだ。

さらに昨年の売上も、EMB事業部こそ15%減となったが、巣ごもり需要で通販事業部・ホビー事業部は売上増。12月には賞与を出すことができた。

「これも、十数年進めてきたシステム開発と、刺繍にこだわり優秀な社員たちと共に続けてきた商品開発の賜物だと思っています」と箕田社長は総括する。

チャレンジ精神と地道な企業努力があればコロナ禍でも健闘できる。ミノダはそのことを教えてくれている。



自社通販サイト「プロドリー」で販売する「お名前ワッペン」とそれを解説する箕田社長

[株式会社ミノダ]

業 種：刺繍加工
所在地：千代田区岩本町3-2-2
代表者：箕田順一
スタッフ：25名
資本金：3,000万円
設 立：昭和55年(1980年)
創 業：昭和39年(1964年)

全国障がい者生活向上支援機構

コロナで支援に行けない。ならば、と 商品開発と“つなぐ力”で作業所をサポート。

「支援機構」創立のきっかけは、1本の洗浄剤との出会った。後に「COPORA」のブランドでシリーズ化される洗浄剤だ。その洗浄能力と環境性能の高さに驚嘆した伊藤雅詞理事長は、これを広く世に役立たせることを思い立った。一方で建設会社を経営する伊藤理事長。このとき、

利益のみを重視するなら、社内に販売部隊をつくることもできた。しかし選んだのは、現在に続く、障がい者支援と深く結びつける道だ。胸の内にあったのは、東北震災時に現地に足を運び、ボランティアのための住宅を提案したことと通底する、社会貢献への熱い思いだった。



左から、抗ウイルスコートを手話で話す伊藤雅詞理事長と、池田章理事、山口秀峰理事。

対価は賃金ではなく、生産物に対する成果報酬の工賃として支払われる。

「彼らの工賃は1ヶ月20日間働いて約1万5千円。私たちはその金額を少しでも上げることを支援の目的のひとつにしているのです」と伊藤理事長は語る。

いま支援機構が支援しているのは山梨県・静岡県の各2ヶ所の作業所。さらには島根県・鳥取県のNPO法人「障がい者就労振興センター」と連携し、その傘下にある約100ヶ所の作業所の支援も視野に入れている。

支援の中核となる商品—COPORA。

工賃を上げる—それを具現化しているのが、支援機構が構想し、障がい者が発信するブランド“COPORA（コポラ）”だ。冒頭の環境洗浄剤も、このブランドのアイテムである。

提携するメーカーが原料を製造し、作業所で商品に仕上げる。支援機構では、作業所の指導員と密に打ち合わせ、障がい者が作業しやすいようオリジナルの治具を開発。工程にも工夫を凝らした。

この商品は規格もクリアし性能も申し分ない。障がい者が



手前がコポラ洗浄剤とスポンジなどをセットにした「スターターキット」。奥にマスクと無人販売什器。

携わっていることを除外しても売れる商品を作り、作業所から社会に提供する。そのことが工賃アップにつながる。

「効率化のレールに乗せられないものは排除しようとする社会の流れがある。そして障がい者の多くはレールに乗れない方々。でも、彼らにも社会のニーズに応えられる仕事ができるはず。私たちは彼らと一緒に、高付加価値の仕事ができる仕組み作りに取り組んでいきたいと思っています」と伊藤理事長は抱負を語る。

「アクセシブル」を理念として。

支援機構は活動の理念に「アクセシブル」を掲げる。アメリカでは広く知られる概念で、ハンデの有無に関わらず、準備と工夫があれば誰にも挑戦する機会が平等に与えられる世界を指す。先述したオリジナルの治具の開発や工程の工夫などは、まさにアクセシブルへ至るための手段と言えるだろう。

伊藤理事長は「障がい者が、障がいに引け目を感じることなく生活できる社会をめざす。それがアクセシブルの基本的な考え方です」と解説し、さらに付け加える。

「私たちはその考えに立ち、彼らが“自分たちは社会貢献しているんだ”と胸を張れるような支援を実践したいと思っています」。

この考えを共有するのが、池田章理事と山口秀峰理事。東北震災時にも行動を共にしたパートナーとして両脇を固める。

「アクセシブルを実現する手段は、社会的な状況の変化に応じて流動的に変わっていくものだと考えています」との言葉に、お二人とも深く頷いた。

これからという時にコロナが。

COPORA洗浄剤は特に油汚れに効果がある。その効果を最も発揮するのが飲食店だ。支援機構では、洗浄剤と、その能力をさらに引き出すスポンジやパッドをセットにした「スターターキット」を開発。飲食店に向けて販売する計画が進んでいた。そこにコロナが襲った。

「作業所に製造の手順書を送り、まさにこれからお伝え

しに行こうとしている所でした」と伊藤理事長は振り返る。

作業所からはこのタイミングで来ないでくれとの連絡があった。万一感染者やクラスターが発生したら、最悪、閉所に追い込まれる。とても手順書を説明しに行くどころではなかった。

人脈。コーディネート力。バイタリティ。

支援に行きたくても行けない状況のなか、ほぼ同じタイミングで2つの相談が持ち込まれた。ひとつはある上場企業からの「マスク不足の折、工場で作るマスクを社会貢献したい」。もうひとつは山梨の郵便局長からの「マスクが不足し、顧客に対応する職員たちが戦々恐々としている」。

伊藤理事長はこの2つをつなげて両者の希望を叶えた。いまは48の郵便局に無人販売什器が設置され、マスクが売られているという。マスクに関連してマスクに吹き付ける「COPORA抗ウイルスコート」も開発した。このスプレーは東京医科歯科大学(大学院ウイルス制御学)で効果が確認されている。

企業と郵便局をつないだ伊藤理事長。いまつなげようとしているのは、清掃器具と電動車椅子。クラウドファンディングを選択肢のひとつに、新しい車両の開発を構想している。

「これが実現すれば、車椅子の方でも体育館や室内コートでの清掃が可能になる。私はこれをコート競技のセレモニーにも登場させたいと思っています。障がい者がスポーツ好きだったら、俄然やる気を出さと思いませんか?」と伊藤理事長。

コロナ禍を逆手に取った、ひとつのモデルが、ここにある。



清掃器具搭載型 電動車椅子

使用イメージ

当社のコロナ対策 「会員企業の取り組み」その一部をご紹介します。

東京商工会議所千代田支部では、例年開催している地域密着型展示会「東商千代田ビジネスフェア」が中止となったことに伴い、その代替事業として新型コロナウイルス感染症対策として具体的な対策（非対面型ビジネスモデルへの転換、社内のテレワーク環境の整備など）に取り組む会員企業を紹介する「ウイズコロナに対応する千代田区内事業者販路拡大事例紹介事業」を行いました。ここではその登録企業情報の一部をご紹介します。各社の取り組みの詳細は東京商工会議所千代田支部ホームページの特設ページからご覧ください。

※「千代田支部 ウイズコロナ」でご検索いただくか、右記のQRコードからアクセスいただけます。



株式会社 リレーションズ	
千代田区飯田橋1-7-9 山京第二別館5階	
テーマ	案内看板刷新によるQRコード掲載と新たな契約プロセスの整備
内容	駐車場物件について、現地に掲出を行っている看板を刷新し、QRコードを掲載した上で、申込から契約プロセスをオンラインで可能にするシステムを導入。

株式会社 ROUTE13	
千代田区九段南 1-5-6 りそな九段ビル5階 KSフロア	
テーマ	オンラインプラットフォームを活用した非対面サービス事業
内容	世界初オンラインマジックモール『With MAGIC』を開発し「新しい見せ方・伝え方・提供方法」で発信。自宅から日本全国のお店が楽しめるオンラインマジックバーやライブ配信イベント、インターネット番組など。

株式会社 日本テレソフト	
杉並区桃井2丁目 1-3 吉田ビル3階（2020年9月移転）	
テーマ	テレワーク、WEB 営業を活用した福祉ビジネス
内容	代理店向けにHPなどを強化して営業の支援メニューの充実を図るとともに、目が不自由であるユーザーのために表示文字の音声化、拡大文字の使用などを行い、接触しないでのサービス体制を構築。

株式会社 USPジャパン	
千代田区岩本町 2-2-16 玉川ビル5階	
テーマ	WEB検索に最適化したSNS対策ツール
内容	中小企業、小規模事業者向けパッケージC2S by YEXTを開発。チラシ配布やホームページだけの集客を脱却し、SNSを通じた認知度のアップやクチコミの分析、利用者とのコミュニケーション向上などをスタートできます。

株式会社 OfficeAGK	
千代田区東神田 1-15-9	
テーマ	位置情報共有アプリケーションの事業拡大
内容	これひとつで、喫煙所・トイレ・東京の水飲み場を検索して見つかるのが DoCo22 (ドコニー) です。現在地から1番近い場所を探せる仕様になっています。旅行者や3密を避けるにはぴったりのアイテムです。DoCo22に登録してみんなで盛り上げましょう!

株式会社 トキワ	
千代田区外神田6-4-5 藤和妻恋坂コープ9階	
テーマ	雨の中での自転車・バイク移動を支援するモノづくり
内容	コロナ禍での三密回避の移動手段としての自転車利活用の高まりや、ECでのデリバリー市場拡大から、雨の日における移動、配達に役立つレインコートや防水製品を提案し、快適で事故のない雨の日を目指します。

株式会社 KINO.COM	
千代田区九段南 1-5-6 りそな九段ビル5階 KSフロア	
テーマ	オンラインによる B to C 対面方式の販路拡大事業
内容	Zoomオンラインを利用したセミナー・体験会の取り組み。コロナ禍による意欲向上の対面トレーニングの取り組み。曜日・時間も個人の都合の良い時間に対応できるオンライン特性を生かしたカウンセリング事業の実施。

株式会社 SoLabo	
千代田区外神田 1-18-19 新秋葉原ビル7階	
テーマ	資金調達支援事業
内容	当社は「経営革新等支援機関（認定支援機関）」の認定を受けた国が認定する支援機関として、日本政策金融公庫での融資を申請するにあたって必要な情報の収集・調査及び資料の作成支援を行っています。

スカイクルーズ 株式会社	
千代田区神田三崎町 3-2-15	
テーマ	with コロナで変わった生活導線～販促方法の最適化～
内容	「おうち時間」が大幅に増え、コロナ前と変わった導線を開拓し、販促方法「新商圈」を見直すことが大切です。「ポスティング」「サンプリング（街頭配布）」での商圈の見直しと最適化事例をサイトで紹介しています。

株式会社 カナツ	
千代田区外神田 1-6-1	
テーマ	物流関連製品全般とそのトータルシステムの販売提案事業
内容	「高機能な医療、福祉介護機器向けにOEM供給するメディカルキャスターシリーズ」「標準機種70種以上の手押し台車ダイヤモンドカーシリーズ」など、時代の流れを読み、時代にマッチした製品を開発、お客様へ提供し続けます。

株式会社 ワンハニープロジェクト	
千代田区平河町 1-6-15 USビル8階	
テーマ	ECサイトショッピングモール展開による B to B への拡大販売
内容	影響力のある大手ECショッピングモールに出店し、市場への周知を積極的に行い、非対面営業、テレワークによる事業効率化へ取り組みを進めております。

ISBマーケティング 株式会社	
千代田区神田錦町 3-21	
テーマ	ニューノーマル時代の販促支援サービス
内容	デジタルを活用した販促支援サービスに取り組んでいます。①Webサイト、コンテンツ制作 ②デジタルマーケティング助言 ③イーラーニング型マーケティング講座Zoom等の会議ツールを活用し、全国や海外からの商談に対応します。

ドリームムービー 株式会社	
千代田区平河町 1-5-4 平河町154ビル5階	
テーマ	月額制映像・動画制作化と ECサイト構築による個人顧客拡大
内容	オンラインセミナーやYouTubeを開始する企業や個人が増え、映像や企画のクオリティが求められるなか、当社はそのサポートを、豊富な経験と高いクオリティかつ適正価格でご提供します。

星野物産 株式会社 東京営業所	
千代田区神田東松下町 37-3 神田星野ビル	
テーマ	ECサイトを通じた業務用小麦粉の販売
内容	対面での商談機会が激減するなか、WEB上の業務用小麦粉に関する商品情報を拡充し、お客様がいつでも商品情報を確認し、問い合わせができる環境を整備。問い合わせに対しては、メールや電話などの非対面での回答。

株式会社 栃木屋	
千代田区内神田2-11-1	
テーマ	あらゆる産業にお役に立つ機構部品づくり
内容	ドア等の蝶番や鍵、取手などの機構部品の設計開発・販売を主な事業とし、全国の設計者さまと一緒に最新のニーズを捉え、モノ作りを行っています。コロナ禍の影響で電話やメール、Web会議システムなどを活用して顧客対応をしています。

焼肉・塩ホルモン 三ちゃん 神田本店	
千代田区内神 1-11-10 株式会社コハラビル地下1階	
テーマ	山形ブランド牛「雪降りと牛尾花沢」の通信販売と法人用お弁当の販売
内容	ECサイト構築と通信販売による非対面型事業を開始。当社がこだわり自信をもってお勧めする「雪降りと牛尾花沢」を贈答用の商品そして自家消費用として気軽に味わっていただけます。

メリックス 株式会社	
千代田区神田司町 2-7-2 ミレーネ神田PREX 8階	
テーマ	お子さま～高齢の方まで「食と健康のプロデュース」
内容	◎リモートにも対応した、アスリートへの「オーダーメイド型サポート」 ◎「薬膳」を活用した健康の推進 ◎ご家庭でも使える、栄養と食の情報発信

株式会社 ジョイブランニング	
千代田区二番町 9-3	
テーマ	オンライン結婚式のプロデュース、オンラインイベントの企画・運営
内容	結婚式に出席できない方へ向けてのライブ配信や、Zoomを利用した参加型のオンライン披露宴をプロデュース/リモートワークによる社員間のコミュニケーション不足解消を目的としたオンラインイベントの企画・運営にも取り組んでいます。

WIPジャパン株式会社	
千代田区平河町 1-6-8	
テーマ	オンライン会議・Zoomミーティングに参加する通訳者予約
内容	オンライン会議上で、通訳者を必要とする企業と在宅の通訳者をつなぐ新マッチングサイト「予訳」を開始。日時・場所を選ばずどこでも気軽に通訳者を見つけて30分(実質25分)単位で通訳サービスを受けられます。

株式会社 ライブリッツ・アンド・カンパニー	
千代田区神田多町 2-5 喜助神田多町ビル3階	
テーマ	ファンド活用型事業再成長支援プログラム
内容	事業再成長ファンドの活用やハンズオン支援など対象事業者に適切な手法を選択し、相互に協力して対象事業者が大切に育んできた事業の成長を加速させるように経営革新を支援します。

オリエンタルトレーディング 株式会社	
千代田区神田錦町 3-21	
テーマ	飛沫感染防止用アクリル板提供
内容	飛沫感染防止用アクリル板を販売。日本製で高品質・短納期を掲げ、事務所・レストラン・介護施設等への納入のほか、WEB販売(楽豊生活ヤフーショッピング店、楽豊生活楽天市場店)や入札案件(自衛隊他)等でも豊富な実績を有します。

東洋美術印刷 株式会社	
千代田区飯田橋4-6-2	
テーマ	「スマホの入口」によるオンラインキャンペーン支援
内容	スマホでのオンラインキャンペーンサイトを簡単に作成。「デザインQR」の発行/くじの店頭キャンペーンをスマホ上で/オンライン上でクーポンを発行/スマホのLPを簡単に制作/スマホのアンケートフォームも簡単に生成。

株式会社 NCB Lab.	
千代田区麹町 3-2-1	
テーマ	WEBメディアを中心としたデジタル非対面サービス体制の確立
内容	①当社 NCB Libraryをデジタル非対面サービスのハブとして活用・運営するため、継続的な改修を実施 ②年間22回開催してきた集合セミナーをウェビナーとして継続配信 ③NCB Libraryの有料プランに対して柔軟性の高いサブスクリプション決済を実装。

社会保険労務士法人 小林労務	
千代田区九段南 2-1-30 イタリア文化会館ビル4階	
テーマ	WEBを活用した人事労務等に関する情報発信サービス
内容	YouTube「ガッテン労務」複雑で難解な法改正や労働諸法令を動画にまとめて解説。「千鳥ヶ淵研究室」労働社会保険関係諸法令について専門家の知見や、当所に寄せられた相談等をレポート形式で紹介。

DRCマーケティング 株式会社	
千代田区神田小川町 1-8-3 小川町北ビル711	
テーマ	ウイズコロナ対応ランチクーポン事業
内容	飲食店支援としてスマートフォンアプリによる「お得なランチ情報」や「街歩き」の情報配信「ココシル神保町」をスタート。飲食店の皆様は「割引特典」をご用意いただければ無料で掲載いたします。

株式会社 ペティナルディゴルフ	
千代田区神田神保町 1-40-1 ミヤザキビル2階	
テーマ	オンラインストアの構築による安定した売上確保の基礎固め
内容	オンラインストア(非対面)の構築とそれに伴う広告宣伝活動によって売上確保。また、人的訪問に頼らずともブランドをアピールできる販売促進ツール(POPやバナー、什器など)を制作し、設置。

IMTメンタルオフィス	
千代田区隼町2-12 藤和半蔵門1005	
テーマ	ビジネスに生きるメンタルトレーニング、ストレスマネジメント
内容	質の高いビジネスでも使えるメンタルトレーニング、メンタルヘルスクアを法人・個人向けに提供。マスク生活、テレワークでのストレスに対して、自分自身でできるストレスマネジメントも学べます。

Mother & Company 株式会社	
千代田区丸の内 1-8-3 丸の内トラストタワー 本館20階	
テーマ	非対面面談システム導入による顧客対応エリアの拡大
内容	非対面面談システム(Zoom等)の導入/遠隔地でも自社や自宅から相談可能/非対面用サービス紹介動画の制作/YouTubeチャンネルの開設/オンラインウェブセミナーの実施。

株式会社 エフピー・ワン・コンサルティング	
千代田区飯田橋 3-4-3 坂田ビル3階	
テーマ	役員貸付金清算プランのご案内
内容	金融機関や信用保証協会が最も嫌う「役員貸付金」を弊社では20年以上にわたり、解決する取り組みに努めてきました。4月以降Zoom等オンラインツールを活用して、全国からの相談にも対応しています。

株式会社 メイツユニバーサルコンテンツ	
千代田区平河町 1-1-8 麹町市原ビル4階	
テーマ	実用書(書籍・コンテンツ)出版事業の非対面型営業への取り組み
内容	テレワーク環境の整備により全従業員は基本的にテレワークで就業しています。WEB商談会の他、1対1の営業にもZoomを活用できる環境を用意しており、また代表電話も各従業員の携帯電話に転送して受信しています。

株式会社 レイコム	
千代田区神田三崎町 2-22-8 梨本ビル	
テーマ	ひとり情シス代行サービス 情シス部門支援サービス
内容	ITトラブルに時間を取られ過ぎ・安心安全なIT環境の構築方法が分からない・テレワーク基盤の構築・社員用PCの事前設定・サーバー、AWS導入・ネットワーク環境構築、これらのお悩みをご相談ください。

大和印刷 株式会社	
千代田区西神田 1-3-15 石福ビル	
テーマ	中小企業の皆様の印刷物コンシェルジュ
内容	メール、Zoom、電話など非接触で顧客のご要望を伺い、それに合わせて印刷物、Webを制作します。確認などもすべてネットで行うので安心対応です。弊社ホームページから一度お問い合わせください。

株式会社 YKC	
千代田区五番町 12-4-4階	
テーマ	withコロナ時代の心のケアツール
内容	出口の見えないコロナ禍において、心のケアの対策として企業向けのストレス測定器をリリースします。心身の疲労度、自律神経活動やストレスなどを可視化し、メンタルの事前対策に役に立ちます。カウンセリングなどに是非ご検討ください。

フォトジェン 株式会社	
千代田区丸の内 1-11-1-13階	
テーマ	オンラインツールの活用による非対面会議、商談、業務の拡大
内容	WEBを活かした非対面型の営業や商談への取り組みや、稟議書などの業務もオンラインツールを活用することで効率化。社内でのやり取りもチャットツールを使い、非言語の曖昧なやり取りから、言語化されたやり取りへと変化。

NPO法人 Football Community CHIYODA	
千代田区一番町 23-2 番町ロイヤルコート405	
テーマ	オンラインを活用し選手が主体性をもって取り組めるコンテンツづくり
内容	Zoomを活用してのオンライン上でのトレーニング。希望選手にはオンラインでのパーソナルトレーニングも実施。トレーニングの様子はリアルタイムで参加できないまたは復習を希望する選手のために会員限定でYouTubeで公開。

株式会社 ミヨシ	
千代田区内神田2-16-9 センボービル	
テーマ	光触媒による抗菌コーティング施工「ナノゾーンコート」を開始
内容	ビル管理会社として、テナント様、ビルオーナー様そして従業員の安心、安全な環境を提供するため、酸化チタン光触媒を利用した抗菌コーティング施工「ナノゾーンコート」事業を開始。不特定多数の人が利用する施設の接触感染予防に最適です。弊社HPよりご連絡を!

BSP 社会保険労務士法人	
千代田区九段南2-2-1	
テーマ	Zoom活用による労務相談
内容	Zoomを活用して、企業の労務相談を行っています。メール、電話でのやり取りで労務改善をしつつ、課題が煮詰まったらZoom会議。会議を受けてさらに高次の取り組みへと止揚。働きやすい会社をおつくりいたします。

株式会社 MXエンジニアリング	
千代田区飯田橋 3-4-3 坂田ビル7階	
テーマ	第一種換気システム促進による販路拡大事業
内容	冷暖房使用時、室温を保ちながら換気をする第一種換気システムの販売促進。ステイホーム習慣が定常化する中で、家庭でのエネルギーロスを最低限に抑え、環境負荷の軽減と感染症対策を同時にかなえるシステムを普及。

中小企業が取り組む「非接触型販路開拓」の考え方と、活用できるツール・補助金



BTIコンサルティング事務所 西川 智哉
中小企業診断士

1 コロナ禍での業績回復は オンラインでの新規顧客獲得がカギ

コロナの影響により多くの企業の業績が悪化しています。早期の終息を願いつつも現状では長引くことが想定されるなか、「商品需要が低迷した」「顧客へのサービス提供が難しくなった」「テレワークを余儀なくされた」等々、様々なかたちで企業にマイナスの影響を及ぼし続けています。そのなかでも特に多くの企業に共通する悩みは「新規顧客の獲得機会の減少」です。

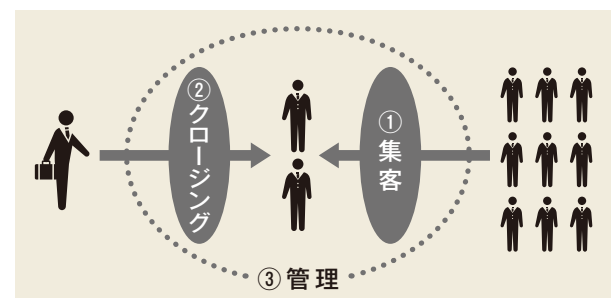
これまでのような「対面営業」を前提とすることが難しい今、「非接触型販路開拓」に取り組もうとしている中小企業が増えています。コロナ以前から営業効率を上げるため、ネットやITツールを活用した新規顧客の獲得は多くの企業にとって重要なテーマでしたが、コロナの状況で、より一層の優先度を上げるべき経営課題となりました。

経済産業省の通商白書2020第6節ではコロナの影響で、オンライン販売、SNS利用頻度、オンラインコミュニケーションツールの登録者、が急激に増加していると記載されています。

このような事業環境において、ITツールを上手く活用し非接触型販路開拓で新規顧客を獲得出来ている企業は比較的に売上好調です。

2 非接触型販路開拓で 新規顧客獲得の仕組みをつくる

非接触型販路開拓で成果を出すには、①集客面、②クロージング面、③管理面に分けて考えることが必要になります。まず、①自社の商品に興味を持つ人をかき集め、次に②受注まで上手くもっていくためのクロージ



ングを実施、③では、①②をITツールを利用し効率的に管理していく仕組みをつくる取り組みを行います。ここでは、それぞれのポイントと利用価値の高いITツールを紹介します。

①集客面のポイントとITツール活用

集客面は、リードを獲得する取り組みです。リードとは、まだ受注には至っていないけど「見込客からの問い合わせ」「見積提出」「資料ダウンロード」「試用版の利用」等の「きっかけ」の様なもの。非接触型販路開拓では、まず注文してくれそうな見込客(リード)を多く集めることが重要です。主なITツール等は以下の通りです。

種類	インターネット広告
概要	Google (Google 広告)、Yahoo (Yahoo! 広告) が提供しています。顕在ニーズには検索広告、潜在ニーズにはディスプレイ広告が適しています。Facebook、Twitter、Instagram、LINE等のSNS 広告もあります。
種類	検索対策
概要	SEOはキーワード検索に対して、MEOはグーグルマップでの検索に対しての対策です。Googleアナリティクス、サーチコンソール、Googleマイビジネス、等のITツールを活用し対策をします。
種類	メルマガ (LINE)
概要	各種メルマガスタンド、LINE公式アカウントのITツールを活用し潜在顧客リストに対してプッシュ型で情報を発信します。
種類	オンライン展示会
概要	コロナの影響でオンライン展示会が増えています。主催者が保有する顧客リストを基に集客してくれます。
種類	ポータルサイトへの登録
概要	業界のポータルサイトに登録し問合せを獲得します。例えば、製造業であれば「イブロス」が有名です。商工会議所・商工会が運営する「ザ・ビジネスモール」もあります。

②クロージング面のポイントとITツール活用

クロージングとは獲得したリードを受注まで持っていく営業活動です。特にBtoBの商売では、商品説明、サー

ビス提案、デモ実施、価格交渉、等のクロージング工程が重要となるケースがほとんどです。非接触で実施する場合はウェブ会議、電話、メール、等で実施します。

ポイントは、顧客に合わせて様々なウェブ会議のITツールに慣れておくこと、商談時に使用する営業資料やデモ動画を事前に準備しておく事、です。主なウェブ会議のITツールは以下の通りです。

名称	Zoom
概要	ソフトのインストールが必要。複数人が参加可能。画面共有機能、ホワイトボード機能等が充実。
名称	Google Meet
概要	ソフトのインストールは不要。複数人が参加可能。ビデオ通話に加えて電話での参加も可能。

③管理面のポイントとITツール活用

オンラインやリアルでの営業活動で発生したリードは、進捗を記録し社内共有し、タイミングよく効果的なクロージングを実施することで受注確立が高まります。

これらを効率的に実施するためCRMやSFAといったITツールを利用することで情報を一元管理することが重要です。主なITツール等は以下の通りです。

名称	HubSpot
概要	海外メーカー。HubSpot CRMは、無料で利用可能。有料版のService Hub、Marketing Hub、Sales Hubを組み合わせることによって幅広い業務をサポート。 ◎有料版：6,000円/月～
名称	Salesforce Essentials
概要	海外メーカー。世界でシェアが高く、有名企業や公的機関も利用している。多機能で多くの他サービスと連携可能。 ◎Essentials：3,000円/ユーザー/月
名称	eセールスマネージャー
概要	国内メーカーのSFA。日本の営業スタイルを重視。 ◎スタンダード：6,000円～/ユーザー/月
名称	kintone
概要	国内メーカー。ノンプログラミングで様々なアプリを作成・組合わせて利用できる。 ◎スタンダードコース：1,500円/ユーザー/月

3 非接触型販路開拓で活用できる 補助金・助成金

非接触型販路開拓に活用できる補助金・助成金があります。補助金事務局ホームページで実施要領を参照し、スケジュール、申請要件、補助対象の経費項目、記入事例などをよく確認しましょう。

名称	小規模事業者持続化補助金 (日本商工会議所)
概要	小規模事業者のみ利用可能で販路開拓を支援する補助金 ◎一般型 50万円 [補助率 2/3] ◎コロナ型 100万円 [補助率 3/4]
名称	IT導入補助金 (経済産業省)
概要	労働生産性向上のためのITツールの導入を支援する補助金 ◎一般型 450万円 [補助率 1/2] ◎コロナ型 450万円 [補助率 2/3]
名称	中小企業等事業再構築促進事業 (経済産業省)
概要	新分野展開や業態転換、事業・業種転換等の取組、事業再編又はこれらの取組を通じた規模の拡大等を目指す。 ◎通常枠 6,000万円 [補助率 2/3]
名称	テレワーク定着促進助成金 (東京しごと財団)
概要	テレワーク機器・ソフト等の環境整備に係る経費を助成 ◎250万円 [助成率 2/3]

4 非接触型販路開拓を 社内に浸透させるために

非接触型販路開拓で成果を上げるには、取組みを一過性ではなく社内に浸透させる必要があります。そのためには、専門家による客観的なアドバイスを受け、適切なITツールの選定、社内体制づくり、継続的な改善活動、が重要です。

東京商工会議所の専門家派遣制度(エキスパートバンク)は専門家への相談が年3回まで無料で利用することが可能です。



Q1

公的制度融資を中心とした資金繰りに
ついて相談したい。

A

是非、東京商工会議所千代田支部にご相談ください。

千代田支部では5名の経営指導員が制度融資の利用方法について、無料でのアドバイスを行っております。

また、毎月、日本政策金融公庫、東京信用保証協会、地元信用金庫の各機関の担当者に資金調達に関する相談を対面で行うことができる「融資相談会」を実施しています。いずれのご相談も融資申込の前段階に情報収集や可能性の見極めとしてご利用いただくケースも多くあります。ご希望の方は千代田支部までお気軽にお電話ください。

Q3

いつも補助金の募集情報を逃してしまう
ことが多い。
どうすればいち早く知ることができるか。

A

補助金情報を一覧に掲載しているページを定期的にチェックするか、中小企業支援機関のメールマガジンにご登録いただくことをお勧めします。

多くの補助金は公募期間が定められており、その期間中に募集要件の確認や申請書・計画書等の作成を行い、申請しなければなりません。倍率が高い補助金も多く、しっかりと内容の申請書を準備するためにも、早い段階でその情報を掴んでおくことが重要になります。

是非、下記 WEB サイトなどをご活用ください。

東京商工会議所「国・東京都の支援施策情報」
中小企業基盤整備機構「支援情報ヘッドライン」*
東京都中小企業振興公社「助成金一覧」*

*上記のキーワードでご検索ください。 ※メールマガジンあり

Q2

売上の向上に向けて店舗の改装や新しい設備の導入、ホームページのリニューアルなどの新たな取り組みを行いたい。

A

是非、その取り組みに使える補助金・助成金がないか、ご検討ください。

現在、コロナの影響を受けた事業者に向けて、国・東京都・区など、様々な行政単位で補助金・助成金等が出されています。今は給付金のような支給型もありますが、今後は将来に向かって前向きな投資計画に補助を行う補助型のものが中心になると予想されます。次年度はこれまでの小規模事業者持続化補助金、ものづくり補助金、IT導入補助金に加え、コロナに対応して事業の再構築を行う事業者への大型の補助金も予定されています。「Q3」にあるような補助金情報が一覧になっているような WEB サイトを定期的にチェックすることで、効率的に情報収集を行うことができます。是非、ご活用ください。

Q4

取引先や従業員、不動産賃貸等において法律的な問題が出てきそうな状況にある。どうしたらよいか。

A

公的機関の無料の専門家相談窓口（法務…弁護士、労務…社会保険労務士、税務…税理士など）による初期対応の相談を是非ご活用ください。

どの程度の対応が必要になるかが定まらないうちに、すぐに顧問契約を結ぶという動きはとりにくいのが一般的です。ただ、状況を放置せず、まずは東京商工会議所や他の中小企業支援機関、区役所等が実施している専門家の無料相談で初期対応の方法についてご相談をいただくことをお勧めいたします。

東京商工会議所千代田支部
月1回の弁護士による無料法律相談
東京商工会議所本部（丸の内）
社会保険労務士、税理士等による無料相談
千代田区役所
法律、税務、不動産相談等の無料相談

コロナ禍を突き抜けた企業の英知と果敢な行動力。

コロナウイルスの感染拡大が連日報じられ、多くの人々はその脅威にさらされているこの時代、社会のあらゆる有り様や活動が激変してしまったといっても過言ではないでしょう。

殊にこの不安な状況下で、かつて順調だった企業の業績や経営活動は甚大な打撃を受け、思わぬ苦境に立たされている企業が多いことは周知の通りです。

企業経営はどの時代も「変化への対応と創造性」が重要ですが、この激変の時代に市場重視のパラダイムの再構築によって、経営の活性化を早急に実現することは容易なことではないでしょう。

今般、このコロナ禍の中で、一昨年まで開催していた東商千代田支部ビジネスフェアは中止を余儀なくされ、それに代わってコロナ禍に負けることなく柔軟な発想と多分野の改革によって、前進・発展を遂げている企業や団体を紹介することになりました。

誌面の都合で今回は4社をお選びいただきましたが、その諸企業や団体がどのようにコロナ禍を突き進んでいるのか、大変興味深いものがありました。

インタビュー企業の中には、在宅勤務奨励に鑑み、業務の効率を高めるための新しいシステムの再構築によって情報の受発信を広げ、前進している企業もありました。また、コロナ禍の市場を見据えマーケットアトラクティブネスを見抜いて、価値ある商品開発に取り組み、高い成果をあげている団体もありました。

このような成功例はコロナ禍に負けない社員の結束と英知の結集。もともと企業が有しているフレキシビリティとアベイラビリティで、多分野の改革に挑み業績を高めているのです。今般のインタビューではそのアグレッシブな活動に多くを学ぶものがあり、逆境を突き進むパワーを得たように思います。

ご多用な時期に、インタビューに応じてくださった企業・団体の方々に深くお礼申し上げますとともに、ますますのご発展をお祈り申し上げます。

株式会社大津クリエイティブ・エイジェンシー
マーケティング・経営戦略アドバイザー

大津 庄太郎