

BIC

[元気な企業を応援する
ビジネスマガジン] **ビックあきた**
Akita
Business Information Center

05
Vol.430
2017.May



04. センター活用事例

県外を視野に入れた展開を
有限会社 露月堂 ほか

06. オンリーワン企業紹介

革新的なものづくりで秋田から世界へ
株式会社アスター

07. 主催事業報告

商品企画ワンポイントセミナー
～秋田発世界経由未来行き スター商品の開発を目指して～

08. 経営サプリメント

モチベーションコントロール・メソッド

10. お知らせ

平成28年度顧客満足度調査について(概要) ほか



経営探訪

【有限会社 中央市場】

写真は大仙市の国道105号線沿いにある「ビフレ大曲店」。鮮魚コーナーの品揃えが充実しており、お刺身はこのお店で買うと決めている常連さんも多い。

自分たちの身の丈に合ったノウハウを構築し

お客様と一体感のある店舗経営を目指す

秋田県南を中心に、ビフレ・食品館などの愛されるスーパーづくりを実践する中央市場。昭和56年の創業以来、生鮮4品の品揃えとお値打ち感のある価格設定にこだわり、地域のお客様に親しまれている。店舗ごとの個性を活かした自由度の高い営業展開が特徴だ。昨年9月に金澤正樹氏が2代目社長に就任し、新たな展開を迎えている。



代表取締役社長
金澤正樹
Masaki Kanezawa

鮮魚店を原点に持つ スーパーマーケットチェーン

有限会社中央市場は、昭和56年に湯沢市で「総合食品金沢商店」として誕生し、その5年後から現社名となった。現在、スーパーマーケットチェーンとして「食品館」を湯沢市に1店舗、「ビフレ」（旧ビッグフレック）を県内外に10店舗（湯沢市2、横手市、大仙市、秋田市2、にかほ市、仙北市、山形県新庄市、岩手県花巻市）展開している。

金澤社長は創業者で現相談役を務める父・正隆氏の後を継ぐ2代目。平成22年に入社し、昨年秋に社長に就任した。先代が築いた組織を引き継ぎ、さらに育てていく使命を担っている。

中央市場の原点は代々続く鮮魚店という金澤家のルーツに因る部分が多い。“鮮魚＝新鮮な食材”を扱っ

てきたことから、スーパーマーケットという業態で生きる現在、「私たちが大切にしているのは、魚・肉・野菜・惣菜という生鮮4品です」と金澤社長は言う。大手競合他社がひしめくスーパーマーケット業界において、同社は「後発で小規模」を自認しながら、独自の店づくりを目指し、成長してきた。

店名変更のエピソードもユニークだ。「ビッグフレック」という店名を、常連のお客様たち、特に女子高生が「ビフレ」という愛称で呼んでいることを知った先代が「それいいね!」と店名に採用したという。広い世代のお客様に愛され、通い続けていただけるお店でありたいという思いが今の看板に表れている。

自由度の高いチェーン展開

現在11店舗を構える中央市場では、大仙市に流通セ

ンターと生鮮加工センターを設置して物流と加工を管理。しかし、各店舗の仕入れや棚の管理は、それぞれの店長の判断に委ねるところが大きい。「現在の規模だと本部判断を待つよりも、店長判断の方が実状に合っていて迅速な対応ができる。お客様のご要望に応えやすい」と話す。本部主導での一括仕入れや作業効率化にこだわりすぎず、状況をよく見て変えていく“ゆるさ”も必要であるとして、本部と現場の意見を融合させた結果、店舗によって独自の得意ジャンルが生まれて評判を呼んでいる。

こうした自由度を許容できる・裁量を委ねられる背景には、常に全社での意思疎通が図られている点が挙げられる。中央市場では年度ごとに「経営計画書」を策定しており、新年度の始めには全社員を集めた経営計画発表会を実施している。この取り組みは創業当初から続けられており、経営計画を透明化して共有することで、社員の自覚を促すことができ、責任感が強まるという。「社員の意識的な参加があったからこそ、創業当初からの“売り上げ100億円”という目標をクリアして、次に進むことができたのだと思っています」と金澤社長。

将来を見据えた展開を

今後の展望については、「今まで築き上げてきたものを大切に維持しながら、将来的な展開を見極めて進んでいきたい」と話す。そのための必須項目として「主軸である生鮮4品の質を高めていくこと」「お客様の声に耳を傾け続けること」「本部や現場スタッフたちとの基本的な議論を通して現場の声を拾い上げること」の3点を常に意識している。

昨年11月、将来的な対策の一環としてセミセルフレジの導入を決断。人口減少が懸念される中、働き手の不足からオペレーションの省力化の必要性を実感し、約半年かけて全店舗に導入した。セミセルフレジはお買い上げ商品の読み込みをレジのスタッフがを行い、代金の支払いのみ機械で行うものである。高齢の常連客も多いことから導入初期の混乱を懸念していたが、実際には大きなトラブルもなく順調に移行できた。結果として、代金やおつりの受け渡しの時間が短縮され、レジ待ちの流れが順調になり、売り上げが向上するという効果も生まれた。「将来的には(商品の読み込みから代金支払いまで行う完全な)セルフレジに切り変える必要もあるでしょうが、そこは機を見ながら進めたいです。この事業ではあきた企業活性化センターの設備貸与制度を活用しました」と金澤社長。

今後は県内だけではなく、現在進出している岩手県、山形県での店舗展開も視野に入れている。時代の流れに合わせて、今後も自由度の高い経営スタイルで、地域の人々に愛されるスーパーを目指していく。



- A セミセルフレジの導入でレジの待ち時間が短縮された。
- B セミセルフレジの操作は簡単で、誰でも1度で慣れてしまう。
- C 困ったときはレジスタッフがすぐに対応してくれるので安心。
- D 季節感を楽しめる果実コーナー。

有限会社 中央市場

〒014-0206 秋田県大仙市長戸呂宇蛭川端38番地
TEL.0187-88-8577 FAX.0187-88-8573

- 創業/昭和56年7月
- 資本金/5,000万円
- 従業員数/213人
- 営業品目/小売業 スーパーマーケットチェーン



CASE
1

県外を視野に入れた展開を

「お茶菓子のナンバーワン」を目指したいという
佐藤傳彦社長



[有限会社 落月堂 | <http://www.rogetsudo.com>]

〒019-0503 秋田県横手市十文字町西原一番町 74 / TEL0182-42-0206・FAX0182-42-0553
E-mail : rogetsudo@lemon.plala.or.jp



将来を見据えた展開を模索するうちに 見えてきた「落月」ブランドの新たな展開

「跡取りだから…」から天職に変わる

落月堂は、「しっとりまんじゅう」「すていっくどらやき」などのヒット商品をもつ和菓子屋。3代目の佐藤社長は、近隣のスーパーのみだった取引先を全県・県外に広げ、工場前に直営店を作るなど、新たな取り組みを行ってきた。

取材の際に、佐藤社長が最初に話してくれたのは若い頃のこと。「大学卒業後、東京で就職するはずが、家の都合で急遽、家業を継いだ」。昭和50年代は作れば売れる時代。作業に追われて、菓子づくりの勉強をする時間すらなかったという。やがて「このままでいいのか」という自問自答から、佐藤社長の探求が始まった。「いい師匠に出会い、菓子づくりの技術が科学と結びついていることを知った頃から、家業が俄然面白くなった。今は本当に楽しいよ」と話してくれた。

今年4月1日、秋田駅トピコに開店した立ち飲みバー & 秋田県産品ショップ「あきたくらす」に、立ち上げたばかりの新ブランド「落月」の商品を出品することができた。3月半ばの打診に迅速に対応できた裏には、落月堂が着々とすすめていたある計画が存在した。

新ブランド「落月」で新たな販路を狙う

なぜ「あきたくらす」への出品が可能だったのか。

佐藤社長は、数年前から単発のイベントでお付き合いのあった県外の高級スーパーや百貨店に、商品を常時置いてもらいたいと考えていた。その販路拡大のために、当センターのよろず支援拠点を通じ、専門家の派遣を利用、新ブランド「落月」のパッケージデザインを誕生させていたのだ。

佐藤社長にとって「落月」は「お茶菓子のナンバーワン」。正直な仕事をして、安心して食べてもらえる菓子を作り、お客様に愛してもらう。取り扱い商品はしっとりまんじゅう、どら焼きなどの4種類・複数アイテム。そのためのチャレンジはこれからも続く。



工場に隣接した直営店では、地元でしか買えない「どらロール」などのお菓子も並んでいる。ガラスの奥では工場の様子も見ることが出来る。
現在、新製品「和ちよこ」シリーズを開発中。店頭と並ぶ日も近い。

事業概要 専門家の派遣

企業等が抱える経営・技術・人材・情報等の課題に対し、センター登録専門家を派遣し、診断・助言を行います。

お問い合わせ あきた企業活性化センター/総合相談課
(018-860-5610)まで。

CASE
2

印刷会社発 秋田みやげの新定番

商品を通じて秋
田県全体を盛り
上げていきたい
と三浦社長



再訪 [有限会社 米内沢中央印刷]

前回掲載
2016年4月号

〒018-4301 秋田県北秋田市米内沢字寺の下 33-1 / TEL0186-72-3103・FAX0186-72-5213
E-mail: y.tyuou1@cpost.plala.or.jp

旧森吉町米内沢の中心地で印刷業を営む「米内沢中央印刷」。創業から64年、地域を支えてきた印刷所だが、近年の人口減少の影響は大きいという。市町村合併や学校の統廃合も進み、印刷物の受注は激減。厳しさを増す経営状況の中、三浦社長夫人の孝子さんのアイデアにより開発されたのが「ほっこりふるさと秋田」シリーズの一筆箋だ。県内の名所や祭り、自然や動物などの写真が印刷された一筆箋は、空港や駅、観光施設のお土産店などで販売されている。観光客や県外への手土産として人気が、発売数は年々増加している。好調の一筆箋だが、発売当初は印刷に1色機を使用していたため、印刷するのに4回刷る必要があった。当センターの設備貸与制度を活用し、カラー印刷機を導入してからは、効率が格段に上がったという。秋田犬の写真が目を引く「秋田のメモっこ」「あきたい



センターの設備貸与制度を利用し、オンデマンドカラー印刷機を導入。一筆箋の製作効率もアップ。



掲載された写真や解説はすべて許可を取り、内容も確認済み。長年、印刷業に関わってきた誇りが感じられる。

めだもん」など、新商品の開発も進む。三浦社長自ら撮影しているという写真も好評で、リクエストによりポストカードも製作。「これからも、“心に響く秋田のお土産”を作っていきたい」と孝子夫人。夫婦二人三脚で作上げた商品の、今後の発展が楽しみだ。

CASE
3

検査体制充実で業績アップ

「測定器導入で
可能性が広がっ
た」と語る佐藤
勝美工場長



[秋田部品株式会社 | <http://www.akita-buhin.co.jp>]

〒013-0105 秋田県横手市平鹿町浅舞返り諏訪 200 / TEL0182-24-3314・FAX0182-24-3312
E-mail: tamakun@blue.ocn.ne.jp

昭和57年創業の「秋田部品」は、自動車の機構部品を中心に各種精密部品の製作を行っている。

平成29年1月、当センターの設備貸与制度を利用して、形状測定器と円筒径真円度計測器の導入を実現した。

「今までは、計測器を持っている納入先に部品を持ち込んで測定を行っていた。正否の確認ができるまで作業を止めて待つという効率の悪さがネックだったので、導入は必須だった」と佐藤工場長。この導入で社内に必要な機器がすべて揃い、設備としてはパーフェクトの状態を受注できるようになった。

今回の導入は日産系列からの純正部品製作の受注がきっかけだった。会社としては大きな投資だが、それ以上に「作業の無駄をなくしたことで、仕事の質が上がった実感がある」と佐藤工場長。今年になって医療機器やリニアな



秋田部品の製作する自動車の機構部品の一例。パーツ毎の納品のほかに、全てを組み上げての納品も行う。



今年1月に導入した形状測定器と円筒径真円度計測器。現在は測定器を扱える人材の育成・増員にも取り組んでいる。

どの新たな仕事の打診も増え、仕事の可能性が広がってきたのがその証拠だ。

大きな転換期を迎えた「秋田部品」、今後も業績を順調に推移させ、将来的には地元の若者の雇用にも貢献したいとしている。



秋田から世界へ 革新的なものづくりで

株式会社アスター



確かな技術力と、独創的な開発力によって
支えられた、オンリーワンの製品で、横手から
世界へと挑戦!

生き残りをかけて、技術開発へ

横手市平鹿町の豊かな自然に囲まれた地に工場を構える、株式会社アスター。創業のきっかけは、アスター工業株式会社・秋田工場の閉鎖だった。2009年12月、リーマンショックの影響により工場の閉鎖が決定。当時、工場長だった本郷社長は、「従業員の雇用を守りたい」の一心で、工場を譲ってくれるようオーナーに直談判した。周囲の反対を押し切って工場を買取り、2010年1月、株式会社アスターが誕生した。従業員たちは全員、ただの1日も失業することなく、株式会社アスターに雇用された。

創業当時は、取引先がほとんどなく、まったくの赤字。社長は会社存続をかけて、技術開発に乗り出す。それもただの技術ではなく、世界と戦えるオンリーワンの技術開発にこだわった。

本郷社長が考える世界と戦える優れた技術とは、基本理念が「シンプルであること」。この技術がどのように活用できるのかが分かりやすく、説明しやすいということ。それから、「ダントツであること」。他社の製品と比較したときに、ずば抜けて効果が高い、コストが低い、などのインパクトがあること。最後に、「時代のニーズに合っていること」。「世の中に必要とされている技術でなくては、開発する意味がない」と本郷社長は言う。

こうした信念に基づき、いくつもの技術・製品が開発された。



A 笑顔の本郷社長と従業員の皆さん
B 板状の銅線が特徴的な AST コイル(左)

確かな技術で大躍進

LED照明の製品分野では独自の放熱技術を利用し、薄型化、軽量化、省エネ化を実現。街路灯や球場の夜間照明としても活用され、アスターのLED照明は大企業と肩を並べる。豪雪地帯である地域の人々の生活を楽にしたい、という思いから、屋根や玄関、軒下に設置できる省電力融雪シート「雪どけちゃん®」や、アスター床暖システム「ぬぐだマル」の開発・製造にも力を入れている。また、溶接や接着剤を使用しない接合、「カシメ」において他にない高い技術力を誇っており、特許を取得している。

数あるアスターの開発技術の中でも、近年、目を見張る成果を上げているのが、高効率モーターコイル「ASTコイル」だ。独創的な板状の銅線の成型技術により、モーターコイルの小型化、高効率化に成功。電気自動車や飛行機、発電施設などでの活用が期待される。このASTコイルは、NEDOの平成27年度戦略的省エネルギー技術革新プログラムに秋田県の企業として初めて採択されている。ここでも、アスターの技術は大企業と肩を並べた。

「自然豊かな恵まれた環境、確かな技術力を持った人材、ここにはすべてが揃っている。ここから、世界に挑戦したい」と、本郷社長。男気あふれる社長と、その社長を慕う70人の従業員が支えるこの工場では、世界の大企業を取引相手とする技術・製品の開発が今日も行われている。



代表取締役社長

本郷武延
Takenobu Hongo

株式会社アスター

〒013-0105 秋田県横手市平鹿町浅舞字
道川北18-3
TEL.0182-24-1377
FAX.0182-24-0611
URL <http://ast-aster.com>

【会社概要】

自動車関連部品、産業機械装置、医療機器、LED照明、融雪シートなどの開発・製造・販売を行う。高い技術力によって製造された製品の品質・精度には定評があり、大手企業の自動車関連部品、医療機器などの製造を手掛ける。さらに、独創的かつ実用的な自社製品の開発においても成功を収めている。

創設年:2010年



商品企画ワンポイントセミナー

～秋田発世界経由未来行き

スター商品の開発を目指して～



あきた企業活性化センターと株式会社フェリシモ主催による「商品企画ワンポイントセミナー」が4月8日・22日、秋田市文化会館にて開催されました。講師は、「生活者視点」のものづくりにこだわり、数々のヒット商品を生み出してきた株式会社フェリシモ東北事務所所長、児島永作さん。14社24名の参加者が「その商品で誰をどうしたいのか?」の視点から、売れる商品開発の手法について学び、考え抜きました。

◆第1回 (8日)

マーケティングの考え方や、フレームから「はみ出す」ことから生まれる、売れる商品の法則について学習し、消費者の持つ欲求や課題を想像するトレーニングが行われました。



商品企画に関しては、児島さんから商品を手に入れた後の消費者の心の動きまでを考えた、ものづくりの大切さが語られました。

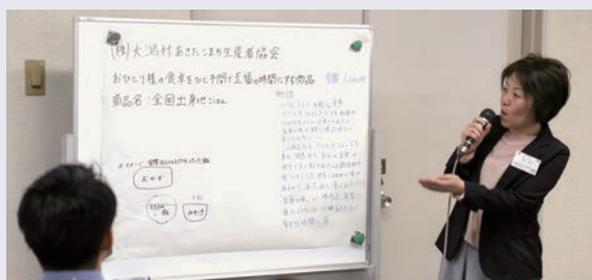


◆第2回 (22日)

同じような商品が並ぶ中、どうアプローチしたら消費者が商品に振り向いてくれるのか。商品名や効果的なキャッチコピーなど、言葉の組み立て方について学びました。



商品案を考える時間には、「掟の文章」を元に多様なアプローチを持った商品案が数多く出され、その後の発表では児島さんから、実際に商品として売れるものかどうかの目線で評価が行われ、内容の濃い時間となりました。



【受講者の感想】

- 商品企画の基本を知ることができた。
- 発表した企画に対する児島さんからの具体的なアドバイスが非常に勉強になった。
- 作り手側の思い(素材の良さ、高い技術)を伝えるよりも、使い手側の発想による表現が大切と気づかされた。
- 内容が凝縮されたセミナーだったので2日間は短く感じたが、その分集中して臨むことができた。

～本セミナーは「スタートライン」のプログラムを活用しています～

「スタートライン」は東北の事業者が主役となって魅力的な商品を生み出せるよう、ものづくり・ひとづくりをサポートする(株)フェリシモの事業。セミナーや商品企画のサポートを経て、「スター商品誕生オーディション」で流通大手企業向けプレゼンします。新商品を全国デビューさせるチャンスです。詳しくは→<http://www.startline.info/>

これから受講者の皆さんは9月に仙台市で開催される「スター商品誕生オーディション」に向けて商品企画を進めていきます。私たち職員も最後までしっかりサポートしていきます。

○予告 8月募集開始予定

児島氏をはじめ、様々なプロを講師に商品企画を徹底的に学ぶ、連続セミナー(全5回)を10月～11月に秋田市で開催する予定です。

経営サプリメント

モチベーションコントロール・メソッド

株式会社あきた総研は、平成29年度東北経済産業局の「中小企業・小規模事業者人材確保・定着等支援事業」を受託し、前回の2017年4月号で話した「選ばれる企業になるため」のセミナーを行ってまいります。お読みになられて「具体的に」知りたい方は、是非、ご参加ください。

私は秋田県内では数少ない公認モチベーション・マネジャーの資格を持っています。これはモチベーションを個人の問題として捉えるのではなく、組織の問題として捉えることで生産性を向上する専門資格で、一部上場企業の株式会社リンクアンドモチベーションと学校法人三幸学園によって設立された一般社団法人モチベーション・マネジメント協会が発行しているものです。モチベーションを「やる気」という意味で使う人も多いと思いますが、それは意味の中のほんの一部でしかありません。今回はモチベーションについて詳しくお話ししたいと思います。



モチベーションって何!?

よく「モチベーションが上がった、下がった」という会話がされますよね。でも、モチベーションは上下するものではありません。モチベーションは日本語にすると「やる気」と思われがちですが、やる気は上下しません。「やる気が出る」「やる気がある」など、上下するものではないことがわかります。では、モチベーションとはいったい何なのでしょう。モチベーションとは「理由」です。それも行動する理由です。やりたい理由、やりたくなくても行う理由、辛くても頑張れる理由。それがモチベーションです。これは比較的普遍なもので、ちょっとやそっとの困難では変わりません。一方で、そんなこと言ってもやる気が無くなって悶々としているよ!という方もいらっしゃると思います。その上がり下がりしているのは気分の波、つまりテンションです。些細なことに一喜一憂し、一日の中でも気分の波があります。単純作業に飽きたり、複雑な課題に考えることに疲れたり、甘いもので癒されたりと、様々な要因で変化しやすいものです。このモチベーションとテンションを混同すると自分の向き不向きに気づけなくなり、悩む結果になります。

給与をあげればやる気が出る!?

職場の環境改善のアンケートで非常に面白い結果が出ました。当社のシニアディレクター高木茂の「職場定着セミナー」でも必ず冒頭に申し上げるほど大切な項目だと認識しています。2014年12月の中小企業庁の調査で「中小企業・小規模事業者の人材確

保と育成に関する調査」(野村総合研究所) というものがあります。「定着のために有効だと思う取り組みは何ですか?」という質問への回答が、経営者と社員では異なる結果となりました。経営者が思う定着に必要なことの1位は「賃金の向上」です。しかしながら、就業者(従業員)が希望する定着に必要なことは「興味にあった仕事・責任のある仕事の役割」つまり「やりがい」です。「賃金の向上」は9位まで下がる結果となります。

モチベーションを考える上では満足の原因と、不満の原因が異なることを強調したいです。やりがいは満足するかしないかに関係し、賃金は不満の原因になります。やりがいがあれば満足しますが、なくても不満にはならず、ただ「満足していない状態」なだけです。しかしながら賃金は不満の原因になり得ます。賃金はいくら上がっても満足する天井はありませんが、十分でないと強い不満になります。つまり賃金を上げるということは、お金の問題ではなく「頑張りを認める」「存在価値を認める」と言った、実は「責任を任せ、評価される」ということの実感のために必要なことなのです。

見直そう! なぜあなたは働くのか?

モチベーションが下がるときは、満足を求めている時と不満を解消したい時のどちらかになります。安易な処遇改善と思っただけの対応が、逆効果になってしまう危険性もあるのです。働き方改革の中で、処遇改善というと賃金などの条件面が取りざたされます。しかし、もっとソフトの部分、つまり就業者はやりがいや働きがいを求めています。中には責任のある役職ではなく現場でお客様と触れ合いたいと思っている人もいます。就業者一人一人がありがたい姿を、管理職と現場が対話で共有していくことが重要です。そのためには本音を話しやすい雰囲気、話せば希望が通るかもしれないという期待感など、目には見えない空気感を作り出さなければなりません。

ん。企業の理念や経営方針などへの共感はもちろん、褒める、少し難しい仕事を任せる、予算を与え決裁を委ねるなど、管理するのではなく、信頼し合うことも大切なことです。伝統的に続く理念を押し付けるのではなく、従業員と話し合った「今の経営理念へ変更する」ことを最初の一步としてはいかがでしょうか。あきた総研ではそういった社内ワークショップなどのファシリテーションも行なっております。お気軽にご相談ください。



株式会社あきた総研 代表取締役
須田 紘彬
Hiroaki Suda

【略歴】

株式会社リクルートにて新卒、中途採用のコンサルティング法人営業を北東北担当として経験。30歳までに起業することを目標に逆算し退職、海外経験を積むためにニュージーランドで1年間過ごした後、都内の人材系ベンチャー企業にキャリアコンサルタントとして就職。そのベンチャー企業にて営業、法務も兼任し統括マネージャーとして経営全体に携わる。2013年10月に秋田就職総合研究所を設立。2016年12月に株式会社へ法人化。

あきた企業活性化センターからのお知らせ

平成28年度顧客満足度調査について(概要)

調査目的 あきた企業活性化センターを利用された皆様の満足度を調査し、今後の支援等の充実や業務の改善に役立てます。

調査対象 平成28年4月1日から平成28年12月31日までにセンター職員等が相談受付及び訪問等を行った事業者等。

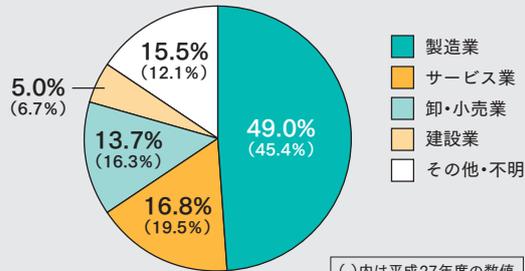
調査期間 平成29年2月21日(火)～3月3日(金)

| | |
|-------------|----------------------|
| 調査対象数 | 1,356 |
| あて所無しによる返送数 | 27 |
| 回収数 | 620 |
| 回収率 | (平成27年度/42.7%) 46.7% |

総合的な顧客満足度指数
82.277

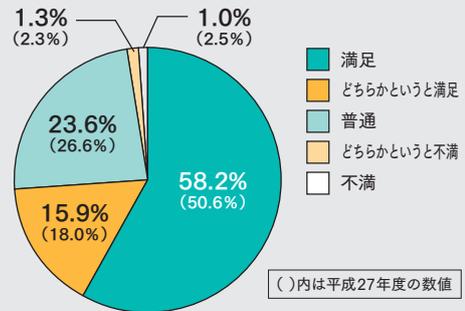
$(満足 \times 100) + (やや満足 \times 75) + (普通 \times 50) + (やや不満 \times 25) + (不満 \times 0)$
総回答数

回答企業等の内訳



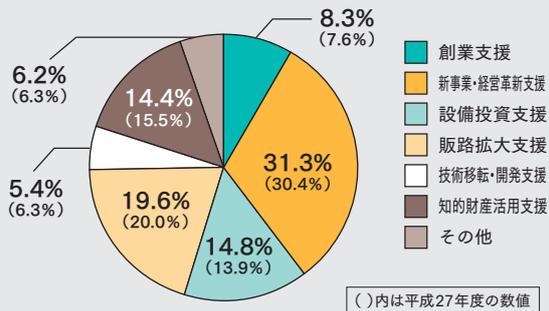
回答のあった企業等の業種別内訳は、「製造業」が304(49.0%)、「サービス業」が104(16.8%)、「卸・小売業」が85(13.7%)、「建設業」が31(5.0%)、「その他・不明」が96(15.5%)となっている。

職員の対応に関する満足度



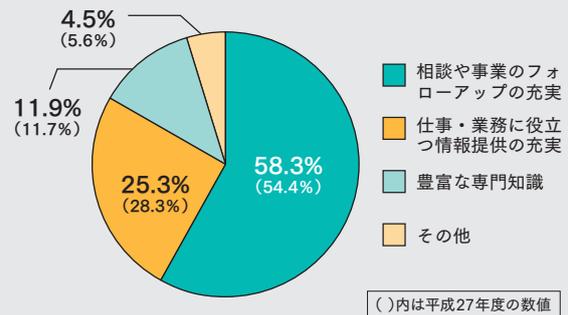
「満足」、「どちらかという満足」が合わせて74.1%、「不満」、「どちらかという不満」は合わせて2.3%となっている。

支援を受けた(受けようとした)事業



支援を受けた事業の内訳は、「新事業・経営革新支援」が31.3%、「販路拡大支援」が19.6%、「設備投資支援」が14.8%、「知的財産活用支援」が14.4%、「創業支援」が8.3%、「技術移転・開発支援」が5.4%、「その他」が6.2%となっている。

職員に望むこと



センター職員に望むことについては、「相談・事業等のフォローアップの充実」が58.3%、「情報提供の充実」が25.3%、「豊富な専門知識」が11.9%、「その他」が4.5%となっている。

※一部の設問では、複数回答・未回答があるため、回答の合計数は回収数と一致しません。

本調査にご協力いただいた皆様、ご協力ありがとうございました。顧客満足度調査報告書は、5月中にとりまとめ、当センターHPで公開します。

お問い合わせ | 総合企画部 総務企画課 | TEL 018-860-5603 FAX 018-863-2390

「秋田絶品マーケティング塾」のご案内

秋田県では、平成25年度より、県内の食品事業者などを対象とした人材育成講座「秋田絶品マーケティング塾」を開催しており、今年度で5回目を迎えます。

この塾は、食に関するマーケティングノウハウや商品戦略などの習得と磨き上げ、講師陣や受講者とのネットワークの構築などにより、魅力ある商品（絶品）の開発や県内外への販路拡大につなげていただくとともに、自社や地域の食品産業の発展を目指していただくことを目的としています。

多彩な講師陣による講義のほか、演習や討議、首都圏の製造や流通の現場視察、「3か年計画」の作成など、実践的で分かりやすく、事業展開に具体的に役立つ充実した内容となっており、塾終了後も講師陣によるフォローが行われています。

※受講者は、県食品マッチング専門員によるサポートを優先的に受けることができます。

開催概要

全日程：第1回／平成29年6月14日(水) (1日)

会場：秋田県庁第二庁舎4階 高機能会議室(秋田市山王3丁目1番1号)

第2回／平成29年8月30日(水) (1日)

会場：秋田県庁第二庁舎4階 高機能会議室(秋田市山王3丁目1番1号)

第3回／平成29年9月27日(水)～29日(金) (3日間) 会場：東京都内(調整中)

第4回／平成29年10月18日(水)～19日(木) (2日間) 会場：秋田市内(調整中)

対象者：●県内の食品製造事業者もしくはこれから食品製造事業に参入予定の県内の事業者(各事業者1名)

(●は必須)

●全日程を受講できる方

○実際の商品(食品)づくり及び販売に主体的・積極的に関わる方

○地域において商品(食品)づくり及び販売のプロジェクトに主体的・積極的に関わる方

○この塾で得た知識やネットワークを自社及び地域の食品産業の発展に生かしていただける方

定員：20名(定員になり次第、締め切らせていただきます。)

受講料：無料(交通費・宿泊費・食事代等の実費は各自でご負担いただきます。)

申込締切：平成29年5月26日(金)

決定通知：平成29年6月9日(金)までに受講の可否を通知します。

詳細については、下記までお問い合わせ下さい。

お問い合わせ先

○秋田県産業労働部 地域産業振興課 食品工業班 担当：三浦

TEL：018-860-2224 FAX：018-860-3878 E-mail：induprom@pref.akita.lg.jp

○「秋田絶品マーケティング塾運営事務局」 担当：池田

一般社団法人流通問題研究協会内(秋田県から「秋田絶品マーケティング塾」業務を受託しています。)

〒105-0011 東京都港区芝公園3-5-8 機械振興会館402

TEL：03-3436-1686 FAX：03-3436-1690 E-mail：ikedata@idr.or.jp

(公財)あきた企業活性化センター / 産業デザイン移動相談会事業

うちの商品
こんなにいいのに
なんで売れない
んだろう？

会社の知名度を
もっとあげたい！

パッケージの
デザイン
これでいいのかな？

デザインのことを
もっと知りたい！

PR力が
弱いんだよな…

秋田
横手
北秋田

お気軽に
どうぞ！



産業デザイン出張相談会

デザインミニセミナー
同時開催!!

参加
無料

ミニセミナー 全日程 金 曜 10:00~11:00 定員30名 (※6/16のみ18:00~19:00)

〈第1回〉

失敗しない商品開発

漠然としたアイデアから
商品化、販売に向かうには
どうしたらいいのか？
商品開発の基本的なプロセスを解説。

5/12

平鹿地域振興局
福祉環境部2F研修室

5/19

北秋田地域振興局
3F大会議室

5/26

県庁第二庁舎
3F 31会議室

〈第2回〉

食品のデザインに強くなる!

食品のデザインに必要な不可欠な
考え方をパッケージデザインにより
売上を伸ばした県産品
の事例も交え解説。

6/2

北秋田地域振興局
3F大会議室

6/9

平鹿地域振興局
福祉環境部2F研修室

6/16

秋田公立美術大学
アトリエももさだ多目的ホール

〈第3回〉

PRのデザイン

後手になりがちな販促を
計画的・効果的に行うための
販促物の作り方や
デザイナーとの付き合い方を解説。

6/23

平鹿地域振興局
福祉環境部2F研修室

7/7

県庁第二庁舎
3F 31会議室

7/21

北秋田地域振興局
3F大会議室

●セミナー講師・相談対応共に、あきた産業デザイン支援センターのデザイン相談員が対応致します。

相談会

11:00~15:00 の間で1社あたり約 50分

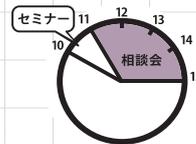
(※6/16のみ14:00~17:50)

お問い合わせ・申込先

(公財)あきた企業活性化センター 知財・デザイン支援課 (担当・鈴木)

TEL 018-860-5614 FAX 018-863-2390

Email info@idsc-akita.net



※後半(8月・9月・10月)も「デザインと知財」「魅力が伝わるロゴマーク」などを実施予定です。詳細は追って公開します。

2017 オーガニックコットン 汗ばむ夏に向けて

肌に優しい・自然素材・涼やかアイテム展



1. カジュアル・プルオーバー
茜染めボーダー柄 各種 ¥4,980
ふわっと、涼しい、腰まですっぽり

2. キャスケット帽子&
レースマスク
¥1,080~3,750
蒸れ・紫外線対策に~

3. 5本指靴下、
手袋・ショーツ
¥836円~1,944
汗ばむ肌を心地よく~



4. ラベンダー入り
アモールモンキー
各 ¥1,400
涼やかな香りと可愛い表情で、ニコニコ~

期日 2017. 6/17(土)・18日
10:00~16:00

場所 道の駅あまた港
セリオンガーデン 玄関入り口

夏用オーガニックコットンレースマスクは、
セリオンガーデンで販売中

いっこゆるるん

秋田市河辺畑谷字蟹沢142-58 ☎018-881-3228

http://ikko-yururun.com/

いっこゆるるん

検索