

BIC Akita

Business Information Center

[元気な企業を応援する
ビジネスマガジン] **ビックあきた**

06
Vol.431
2017.June



04. センター活用事例

農家主婦開発の商品が人気
レディースファーム ほか

06. オンリーワン企業紹介

世界の航空機産業を秋田の技術で支える
株式会社三栄機械

07. 主催事業報告

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

08. 経営サプリメント

「中小企業の海外展開のすすめ」(1)

10. お知らせ

平成29年度 第1回首都圏・東北地区発注等情報報告会
開催案内 ほか

MANAGEMENT REPORT

巻頭 **経営探訪**

**「利益を追求するな、
本質は他にある」
時代とお客様に本当に
必要とされる提案を**

—有限会社 鈴和商店—

経営探訪

【有限会社 鈴和商店】

秋田市民市場のすぐそばに店を構える鈴和商店。店頭では、昔ながらの豆の量り売りが行われ、地元のお客様から愛されている。

「利益を追求するな、本質は他にある」

時代とお客様に本当に必要とされる提案を

50年を越える長きにわたり、秋田駅前で商売を続けてきた鈴和商店。今も昔も変わらず、お客様からの信頼を受けるのは、商売に対するその真摯な姿勢だ。お客様と真剣に向き合いながら、時代の流れを敏感に感じ取り、柔軟な発想で事業を展開する。若き専務、鈴木昌幸氏による鈴和商店の躍進が止まらない。



取締役専務
鈴木昌幸
Masayuki Suzuki

時代の流れを読み 秋田から全国へ

鈴和商店は、先代会長・鈴木キヨ氏がリヤカーで豆を売り歩く、行商から始まった。キヨ氏の商才により、一代で秋田駅前にビルや倉庫をいくつも構えるほどの大商店へと成長。昭和49年に法人化し、現社長・鈴木正敏氏が受け継いだ。現在は息子の鈴木昌幸専務が経営を任されている。

昌幸専務が鈴和商店を継ぐことを決意したのは25歳のとき。それまで勤めていた測量設計会社を辞め、修行のため取引先の大手商社に3年間勤めた。修行時代に学んだことのひとつが「クライアントの要望を黙って聞くのではなく、できることをこちらから幅広く提案する」ということ。欲しいと言われたものをただ納めるだけではなく、クリエイティブな提案をすることが商社の仕事だと

教わった。もう一つが「これからの商売はグローバルだ」ということ。これは、当時の上司が口癖のように言っていたことでもあり、豆の仕入れのために中国やニュージーランドなど、海外を回って実感したことでもあった。

平成14年、修行を終えて秋田に戻った昌幸専務は「秋田から全国へ」という経営指針を掲げた。「全国展開を狙う上で、ネット販売は欠かせない」と、真っ先に取り掛かったのがネット事業だ。当時、豆や雑穀の卸売の業界で、ネット販売を行う業者はほとんどいない状況で、専務自らインターネットサイトを立ち上げた。

鈴和商店のネット販売は、商品を発送するだけでは終わらない。お客様のところに必ず足を運び、経営者と担当者にとってヒントをつかむ。そして、新たな提案をする。「現場の経験や商品知識を生かし、お客様が思ってもみなかったような提案をする。これこそが商社の仕事」と昌幸専務。修行時代に学んだことがここでも生きている。

その後、ネットでの注文・販売が増え、現在は売り上げの半分は県外のお客様が占める。時代の流れが豆の卸売業界にもたらした変化は他にもある。自社で製餡するお菓子屋、パン屋の急激な減少だ。10年ほど前まではどこでも自家製餡を用いるのが一般的で、乾物の状態の小豆を卸すことが多かった。しかし、ここ数年で餡の需要が増加し、小豆の受注は10年前の1/3にまで減少したという。鈴和商店ではいち早く餡の取り扱いを始め、小豆の代わりに卸すことで売り上げを確保した。「時代の変化に敏感に反応していかないと、生き残ってはいけない」と昌幸専務。

手間を惜しまず、伝統の味を守る

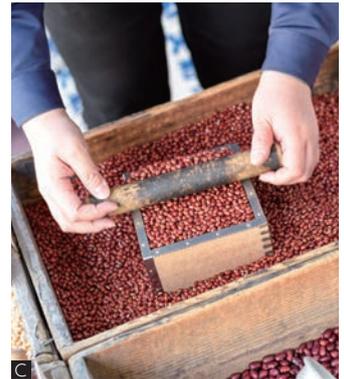
鈴和商店といえば、忘れてはならないのが「炭火焼きりたんぽ」の販売だ。10月から3月のシーズンには、専務を含めた従業員総出できりたんぽを作る。創業以来の手巻き、炭火焼の製法を守るため、1日に作られる数には限界があったが、昌幸専務は設備導入に踏み切ることによって生産性の改善を図った。「ピーク時の12月は業者様の受注に対応できず、やむを得ずお断りしてましたが、ものづくり補助金*を活用した急速冷凍機の導入によって、現状の品質を保ちながら在庫をストックすることが可能になり、チャンスロスを削減することができました」(※補助金申請にあたり、当センターは事業計画策定等の支援を行った)

鈴和商店のきりたんぽセットには、比内地鶏の生肉、湯沢のせりなどが入り、その新鮮さに驚くお客様も多いという。「お客様を感動させるためには、手間を惜しまない」と昌幸専務。お客様から届く感謝のメッセージは、専務の宝物だ。

食と農業の未来のために

伝統を守りながら、時代の変化をいち早くキャッチしてきた昌幸専務が、未来を見据えて今取り組んでいるのが、地元・秋田の生産者による食品メーカーとの契約栽培だ。鈴和商店が食品メーカーからオファーを受け、地元の農業法人に原材料となる農産物の栽培を依頼する。食品メーカーには信頼できる産地による高品質な素材を、生産者である農家には安定した収入を。双方にプラスの効果をもたらすプロジェクトだ。中でも主力品が県南で栽培している青大豆。10年前から試行錯誤した結果、今ではキューピー(株) 関連工場、日清製粉(株) グループ企業へ納品するまでに成長した。県農林水産部、農業試験場、当センターの指導や協力のもと、さらなる発展を目指している。

現在、東京の和菓子メーカー「虎屋」の羊羹に使用する白小豆の栽培が県内4カ所で行われている。クライアントである虎屋の担当者との打ち合わせはもちろん、暇さえあれば生産者の畑に顔を出し、自ら農作業の手伝いもする。「利益を追求するな、本質は他にある」という経営理念に基づき、お客様のため、地域のために情熱を注ぐ昌幸専務。秋田の食と農業の未来のために、これからも走り続ける。



- A 囲炉裏の炭火で焼き上げるきりたんぽは1日に4000本
- B 10月から3月は従業員総出で手作りの製造を行う
- C 昔ながらの升での量り売り
- D 量販用の小袋や「どん豆」「お赤飯の素」など約50アイテムの自社製品も販売

有限会社 鈴和商店

〒010-0001 秋田県秋田市中通6丁目16番7号
 TEL.018-832-5924 FAX.018-832-9070
 E-mail suzuwa@mame.co.jp
 URL <http://www.mame.co.jp>

- 創業/昭和49年
- 資本金/950万円
- 従業員数/22人(季節労働者含む)
- 営業品目/雑穀類、各種餡、食品加工材料の卸売業
きりたんぽの製造、販売、地方発送
電子商取引、倉庫業



CASE
1

農家主婦開発の商品が人気

「鹿角の名産を年間通して提供できる商品に」と
米田敦子さん



【レディースファーム】

〒018-5201 秋田県鹿角市花輪字新斗米 55 番地 / TEL・FAX0186-25-2209
E-mail: amaita@ink.or.jp



女性ならではのセンスを生かして 地元の名産を使った加工食品を開発

農家の女性の手作りスイーツが大人気

平成12年、「農家の女性が、農閑期にも収入が得られるような雇用を生み出したい」との思いから、農家の主婦10人で始めた「レディースファーム」。手始めにりんごや桃のジャムを販売したのを皮切りに、以降は商品開発に力を入れ、鹿角産りんごを贅沢に使ったアップルパイや、北限の桃が丸ごと味わえるコンポートなどを発売。今や県内のみならず、全国からの注文が絶えない。

「畑の真ん中の直売所に『わざわざ足を運んででも買いたい』と思われるような名物を作りたい」と米田代表。

平成21年、新聞で「農家の女性の手づくり」と紹介されたアップルパイ「極」が大評判に。その後、北限の桃を使ったコンポート、ムーストルテ、桃カレーなど、矢継早に新商品を発表してきた。

1つの商品を構想し、実際の商品化までの開発期間はおよそ2～3年。コンポートの開発では桃の色が変色してしまったり、桃カレーの開発では高圧調理する段階で思った味が出なかったりと、苦労は絶えない。それでも、様々な知恵や工夫で乗り越え、多くの人気商品を生み出してきた。

隠れた名産「とんびまいたけ」を再発見

期待の新商品は「とびたけのコンフィ」。これまで地元でしか食べられていなかった「とんびまいたけ(=とびたけ)」を、食べやすく加工した商品だ。当センターのよろず支援拠点の助言を受け、従来の醤油味の甘辛煮とは違う、多くの人に受け入れられる商品を目指した。オリーブオイル、にんにく、唐辛子で味付けされた「とびたけのコンフィ」は、香りと歯ごたえがよく、ワインやパスタにもよく合う。また、7月に大量に収穫されるとんびまいたけを、コンフィに加工することで長期保存ができ通年販売が可能になった。

農家の女性たちの活躍の場でもあり、地域の農産物のPRにも貢献するレディースファーム。今後の動向に注目だ。



おしゃれな味の「とびたけのコンフィ」。道の駅「あんたらあ」など鹿角市内の直売所のほか、秋田空港おみやげ広場、トピコ1F みんなのやさしい畑などでも購入できる。

事業概要 秋田県よろず支援拠点

秋田県内の中小企業・小規模事業者のための経営相談所として、売上拡大、経営改善など経営上のあらゆるお悩みの相談に対応します。コーディネーターを中心とする専門スタッフが適切な解決方法を提案します。

お問い合わせ

あきた企業活性化センター/秋田県よろず支援拠点
(018-860-5605)まで。

CASE
2

消費者に届く商品づくりを

【株式会社 ワンダーマート | <http://wandama.pepper.jp>】

〒013-0071 秋田県横手市八幡字八幡 147 / TEL0182-38-8132
E-mail: nori_ta@wandama.pepper.jp
東京 Office / 〒101-0052 東京都千代田区神田小川町 1-6-1 宝ビル 8F

「売れる商品
づくりをきちんと
サポート」と
たなかのりこさん



平成25年創業の「ワンダーマート」はフードコーディネーター1級の資格を持ったたなかのりこ代表を中心に女性社員で構成された会社。「人材育成とモノづくり」を軸にしながら、地元・秋田や宮城など東北を中心に活動している。手がけているのは地元の食材を消費者の望む商品に仕上げるまでのプロデュース。「消費者のニーズに合った商品を安定的に売り続けるシステムをつくり上げることが大切です」とたなかさん。

「ワンダーマート」が大切にしているのは、情報発信&収集のための基地づくりだ。そのきっかけは、平成26年に当センターの創業支援室に入居して秋田市に拠点を設けたことに端を発している。この時は県内でのネットワークづくりを考えての決断だったという。その後、アンテナを高く掲げることを目的に東京に事務所を設けた。「地元



食や商品開発などのテーマで講演会や勉強会で講師を務めることも多い。



プノンペンにオープンした「Norico Cafe」。秋田情報を発信するアンテナショップとしても期待される。

還元するための人脈や情報をどう集めるかが大切ですね」とたなかさん。

そして、今年5月、新たなチャレンジとしてカンボジアの首都プノンペンに「Norico Cafe」をオープン。このカフェを秋田の文化や郷土色を伝える拠点にするという目的を持っている。

CASE
3

道の駅を飛び出し、販路拡大を

再訪 【株式会社 十文字リーディングカンパニー | <http://www.city.yokote.lg.jp/kanko/page300164.html>】

前回掲載
2009年2月号

〒019-0529 秋田県横手市十文字町字海道下 21-4 / TEL0182-23-9320・FAX0182-42-3847
E-mail: jumonji-michi@za.wakwak.com
よこて旬菜市場 / 〒010-0913 秋田県秋田市保戸野鉄砲町 1-38 ノーベル保戸野 1F

「豊かな横手ブランドを全県に」と統括リーダー樋渡直さん



今年で開業10周年を迎える「道の駅十文字 まめどらご〜」の運営を担う「十文字リーディングカンパニー」。

開業当初から、横手市を中心に県南の旬の農産物を豊富に揃えた道の駅として注目されてきた。特に、初夏のサクランボから秋のブドウ・ナシ・リンゴまで、果樹王国横手ならではの品揃えでも人気が高い。多彩な商品の魅力を伝えるための、元気で親しみやすい接客を含めた人材教育にも力を入れている。

この10年、積極的に進めてきた事業の一つが販路拡大。「道の駅を拠点として充実させると同時に、横手ブランドを“出前”することで認知度を上げ、ファンを増やすという目標を掲げてきました」と語るのは統括リーダーの樋渡さん。

開業当初に注力したのは東京や仙台など県外へのPR。



県南の青果物を旬替わりで販売している農産物直売施設。季節ごとに売り場の雰囲気さがらりと変わる。



秋田市に平成27年にオープンさせた直営の「よこて旬菜市場」。横手の生鮮食材が並んでいる。

現在は秋田市・大仙市・湯沢市など、中央・県南エリアへの定期出店も実現。また、平成27年、常設店舗「よこて旬菜市場」を秋田市に開設したのも大きな一歩だ。今後も常設店舗および定期出店を県内で拡充していくことを目標にしている。横手ブランドの活路を開く『飛び出す道の駅』に期待したい。



世界の航空機産業を 秋田の技術で支える

株式会社三栄機械



世界を飛び回る航空機の製造になくてはならない企業として、秋田のものづくりの未来のために、航空機事業で存在感を示す!

確かな技術力で航空機事業へ

昭和46年創業の三栄機械。その名の通り、機械作りを通して地域と全世界のユーザーに貢献してきた会社だ。石材加工機の製作・販売から始まり、弱電・半導体関連設備や自動車部品の生産設備などを手掛け、成長を続けてきた。三栄機械の強みは、設計から製作、メンテナンスまでの業務を一貫して担えるところにある。

現在、三栄機械の中心的な事業となっているのは、航空機関連設備の設計と製作だ。航空機産業での厳しい品質基準をクリアするため、2000年にISO 9001を、2008年にはJIS Q 9100を東北地域の企業としていち早く取得し、近年受注を拡大している。

製品の一例として挙げられるのは、ボーイング777/787のような大型旅客機の製造ラインの設備や整備の際の足場となる作業台などだ。部品の姿勢を支持するにあたって荷重が過度に集中してはいないか、作業者の安全や作業性は確保されているかなど、設計図面だけでは見えてこない人の動き方、部品や機械の動き方を営業とエンジニアとが丸となって想像し、形にしていく。

困難を極めたのは、航空機の胴体に組み付ける前の主翼を運ぶためのコンテナの製作だ。全長30mにも及ぶ主翼を覆い、固定し、一切の破損や変形を負わせることなく、日本から米



A 航空機の中央翼を製造する際に姿勢を支持するための設備を製造
B 様々な生産設備がここで設計され、世界の航空機製造を支える

国へ空輸するミッション。この巨大なスケールの製品を三栄機械の技術者たちは、自分たちの頭の中で想像を膨らませ、設計し、具現化した。あまりの大きさのため、本社工場と象潟工場で分担して製造したコンテナが国際空港で1つとなり、顧客の製品を内に納め、空に飛び立っていく。このプロジェクトをやり遂げた技術者たちの胸には大空を埋め尽くすほどの達成感が満ちていた。

昨年度、航空機部品製造大手の山本精機が潟上市に進出し、新工場を建設した。県が誘致成功に至った一因には、国内外の航空機産業で確かな実績を挙げていた同社の存在がある。

原動力は現場の技術者たちの熱意

躍進を続ける三栄機械の原動力となっているのは、現場の技術者たちだ。航空機産業という世界基準の業界へと参入し、高い要求に応えるのは並大抵のことではない。しかし、「新しい仕事を持ってくると、現場が自然と『よーし、やってやるぞ!』という雰囲気になる」と佐藤専務。自分たちの仕事に対する特別な思いが、モチベーションになっているという。昨年6月にはボーイング社が三栄機械を訪問。「秋田にいながら世界と繋がる仕事をしている」ということを全社員が再確認した。秋田県の航空機産業を牽引する、三栄機械。未来への挑戦は、まだまだ続いていく。



代表取締役専務

佐藤 淳

Jun Sato

株式会社三栄機械

〒015-0051 秋田県由利本荘市川口
字家妻146-3
TEL.0184-23-1094
FAX.0184-23-1538
E-mail info@sanei-kikai.co.jp
URL http://sanei-kikai.co.jp

【会社概要】

航空機関連の設備・器材の設計・製作、各種生産設備の設計・製作、鋼構造物の設計・製作、プラント工事・メンテナンス、各種精密自動機器の設計・製作などを行う。大規模な構造物から精密機械まで、多種多様な業界のクライアントからのオファーを受け蓄積された、高い製作技術と専門性に定評がある。
創設年:1971年



主催事業報告

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

開催
内容

経営の様々なシーンで役立つ「デザイン」について
学べるミニセミナー付きの出張相談会



“商品に！ 販促に！ ビジネスを成功に導く「デザイン」”

❖ 第1回「失敗しない商品開発」開催

当センターでは、デザインミニセミナー付き「産業デザイン出張相談会」を秋田県内3会場で開催しています。この相談会は、より多くの県内企業の皆様に、自社の商品やサービスの課題を発見し価値を伝えるための手段としての「デザイン」を理解し、活用していただくことを目的に企画しました。

5月12日、初回の相談会には17社20名の参加者が集まりました。第一部のデザインミニセミナー「失敗しない商品開発」では、陥りやすい失敗例から、どこでつまずいたかを検証するために必要な「お客様視点」と「経営的視点」について紹介し、デザインとは「人を動かす道具」を作ることであると説明しました。

その後、第二部の個別相談会(6社参加)では、各社が直面している商品開発や販売促進の問題点や疑問について、デザイン相談員が具体的なアドバイスを行いました。

相談者の声

横手の果実で作ったジャムを 商品としてブラッシュアップしたい

平成24年にジャム作りを始め、27年に横手市に工房と店舗を構えた加藤さん。

自ら収穫した果物で作ったジャムで、横手の果物の良さや、風土や気候の豊かさを伝えられる商品を作るのが目標です。

今回は自作のジャムを持ち込んでの相談。「お客様のニーズに合う商品スタイルを考えるヒントがもらえました」



フルーツラボラトリー
オーナー 加藤正哉さん

❖ 6月以降も相談会は続きます

今後のスケジュールは次の通りです。いずれも金曜日の開催で、基本的にはデザインセミナー(定員30名)を10~11時、個別相談会を11~15時に予定しています。参加は無料です。まずは気軽にお問い合わせください！

〈第2回〉食品のデザインに強くなる！

6/ 2(金) 北秋田地域振興局 3F 大会議室
6/ 9(金) 平鹿地域振興局 福祉環境部 2F 研修室
6/16(金) 秋田公立美術大学 アトリエももさだ*
(*6/16のみセミナー 18時~19時、相談会 14時~17時50分開催)

〈第3回〉PRのデザイン

6/23(金) 平鹿地域振興局 福祉環境部 2F 研修室
7/ 7(金) 県庁第二庁舎 3F 31会議室
7/21(金) 北秋田地域振興局 3F 大会議室
第4回以降は8~10月に開催予定です。ご期待ください！



デザインミニセミナーではスライドを用いて、身近な事例をビジュアルで説明していきます。



デザインミニセミナーでの一幕。参加者からの質問に答える武藤相談員。



鈴木相談員との相談会の様子。製品を見て、相談者の想いを聞き、効果的なアドバイスを行います。

お問い合わせ

総合企画部 知財・デザイン支援課 TEL018-860-5614・FAX018-863-2390

経営サプリメント

「中小企業の海外展開のすすめ」(1) ～海外需要を取り込もう～

※中小企業の海外展開について、ジェトロ秋田貿易情報センター大山所長に3回シリーズで解説いただきます。

日本市場と企業の課題

日本国内市場は人口減少や少子高齢化の影響で縮小していくと予想されています。企業としては、だからといって自らの生産・販売を縮小していくわけにはいきません。販路を拡大し、生産や雇用の維持・拡大に繋げていくためには、積極的にお客さん(市場)を開拓する必要があります。

縮小していくといわれる日本国内市場ではあります

が、依然人口約1億2千万人、GDP世界3位の市場です。国内事業者のみならず、海外の事業者もこの日本市場を目指して進出してきていますので、国内市場の競争はますます厳しいものになっています。

秋田県内の企業動向において、あきた経済(2017年4月号：秋田経済研究所発行)によれば、経営上の問題点について最も多かったものは「販売量(受注量)の減少」ということでした。言うまでもありませんが、座して待たず自ら市場を開拓して販売量を復活させなくてはなりません。

図1/国・地域別実質GDP成長率 WEO 2017年4月版 (単位：%)

	2015年	2016年	2017年(4月予測)		2018年(4月予測)	
	伸び率	伸び率	伸び率	1月予測差	伸び率	1月予測差
世界	3.4	3.1	3.5	0.1	3.6	0.0
先進国	2.1	1.7	2.0	0.1	2.0	0.0
米 国	2.6	1.6	2.3	0.0	2.5	0.0
ユーロ圏	2.0	1.7	1.7	0.1	1.6	0.0
ドイツ	1.5	1.8	1.6	0.1	1.5	0.0
フランス	1.3	1.2	1.4	0.1	1.7	0.0
イタリア	0.8	0.9	0.8	0.1	0.8	0.0
スペイン	3.2	3.2	2.6	0.3	2.1	0.0
英 国	2.2	1.8	2.0	0.5	1.5	0.1
日 本	1.2	1.0	1.2	0.4	0.6	0.1
新興・途上国	4.2	4.1	4.5	0.0	4.8	0.0
アジア新興・途上国	6.7	6.4	6.4	0.0	6.4	0.1
中 国	6.9	6.7	6.6	0.1	6.2	0.2
インド	7.9	6.8	7.2	0.0	7.7	0.0
ASEAN5カ国	4.8	4.9	5.0	0.1	5.2	0.0
中南米	0.1	△ 1.0	1.1	△ 0.1	2.0	△ 0.1
ブラジル	△ 3.8	△ 3.6	0.2	0.0	1.7	0.2
メキシコ	2.6	2.3	1.7	0.0	2.0	0.0
欧州新興・途上国	4.7	3.0	3.0	△ 0.1	3.3	0.1
ロシア・CIS	△ 2.2	0.3	1.7	0.2	2.1	0.3
ロシア	△ 2.8	△ 0.2	1.4	0.3	1.4	0.2
中東・北アフリカ	2.7	3.9	2.6	△ 0.5	3.4	△ 0.1
サブサハラアフリカ	3.4	1.4	2.6	△ 0.2	3.5	△ 0.2
南アフリカ共和国	1.3	0.3	0.8	0.0	1.6	0.0
(参考) EU	2.4	2.0	2.0	0.2	1.8	0.0

[注] ①先進国および新興・途上国の定義はWEO (IMF) による。ASEAN5カ国は、インドネシア、マレーシア、フィリピン、タイ、ベトナム。中東・北アフリカには、アフガニスタンとパキスタンも含む。 ②1月予測差は、IMF世界経済見通しの2017年1月予測値との差。
[資料] World Economic Outlook, April 2017 (IMF)から作成。

図2/日本企業の売上高の地域別比率 (単位：%)

年度 (集計社数)	国内	海外	地域別比率			
			米州	欧州	アジア 大洋州	その他
2000年度(547)	71.4	28.6	13.4	5.6	5.8	3.8
2001年度(581)	68.5	31.5	14.7	6.1	6.3	4.4
2002年度(592)	67.2	32.8	14.9	6.6	6.8	4.5
2003年度(624)	66.5	33.5	14.1	7.0	7.7	4.8
2004年度(669)	65.4	34.6	13.6	7.4	8.5	5.1
2005年度(724)	64.9	35.1	13.8	6.9	9.5	4.9
2006年度(751)	62.3	37.7	14.5	7.7	10.3	5.1
2007年度(781)	60.8	39.2	14.2	9.1	10.7	5.2
2008年度(817)	62.6	37.4	12.7	8.6	10.8	5.3
2009年度(844)	63.3	36.7	12.4	7.5	11.3	5.4
2010年度(320)	54.0	46.0	18.1	8.1	15.2	4.7
2011年度(236)	53.1	46.9	17.7	8.9	15.0	5.3
2012年度(221)	51.3	48.7	18.6	7.8	17.2	5.1
2013年度(211)	45.6	54.4	21.5	9.2	18.2	5.5
2014年度(212)	43.1	56.9	23.5	9.2	18.7	5.5
2015年度(186)	41.7	58.3	25.9	8.9	18.4	5.0

[注]
①集計対象は決算期が12月から3月までで、所在地別セグメント情報を開示している企業。
②2015年度は2016年5月31日までに決算短信を公表した企業を集計。ただし、同時期までに決算短信と有価証券報告書の両方が公表され、データベースSPEEDAに有価証券報告書の情報が入っている企業については、同報告書の売上データを使用。
③各割合は、地域別の売上高合計を分子に、全地域の合計を分母とした比率。
④集計対象には上場子会社も含まれるため一部重複分が含まれる。
⑤「欧米」や「欧州アフリカ」など複数地域を合算計上している企業については集計対象から除外。
[資料]SPEEDAから集計し作成

大きな海外市場の機会

海外に目を転じると、経済も成長し人口も増加している国・地域があります。図1をご覧くださいとわかる通り、日本に比べアジア新興・途上国のGDP成長率は高く市場が拡大しています。経済大国・米国も回復基調で需要が拡大しています。

図2は日本企業の売上高の地域別比率です。過去15年で海外比率は増加傾向にあり、2013年度以降は海外の比率が国内を上回るようになっていきます。地域別にみると需要の拡大などで2015年度は米州の比率が25.9%にもなっています。

またインバウンド(訪日外国客等の需要の取り込み)も重要な視点です。外国人が日本(秋田)に来てくれて商品・サービスを見てくれる、買ってくれるというまたとない機会です。秋田に居ながらにして「外需を取り込む」ことができるのです。インバウンド・ビジネスは今後の成長が期待できる有望分野の1つといえます。既存の商品・サービスのみならず、新しいビジネスの視点をもたらすものとしてもっと注目されても良いと思います。外国人の要望は日本人が求めるものとは異なる場合があり、外国人を意識した商品開発・マーケティングにより新たなビジネスモデルが生まれる場合があります。

自社商品・サービス等の販路拡大先としてこのような海外市場は検討に値することだと思います。もちろん海外市場が無条件でバラ色という訳ではなく、一朝一夕で取り込めるものではないという覚悟も必要です。

では何から始めるか

ではどのようにして海外市場に取り組んでいったらいいのか。

経費を掛けずに基礎的な情報から海外諸国の規制・ルール、貿易実務、取引先の発掘、知的財産戦略といった分野まで対応できる相談先として、まずは「JETRO」をご利用いただくことができます([https://](https://www.jetro.go.jp/)

www.jetro.go.jp/)。

JETROでは世界各国の様々な情報をWEB上で提供しつつ、Eメール、電話、来訪等による貿易相談にも対応しています。また「新輸出大国コンソーシアム」(<https://www.jetro.go.jp/consortium/>)という支援事業を大規模に実施しています。各分野の専門知識を有する専門家とともに皆様をサポートします。

秋田県内では県内支援12機関が連携する「あきた海外展開支援ネットワーク」(<http://www.akita-kaigaitenkai.jp/about/>)も組織されており、皆様のご相談に対応しています。

今回は取組のステージに応じた具体的な支援策や海外販路開拓に取り組んでいる県内事例をご紹介します。

JETROとは?

日本貿易振興機構(JETRO)は、貿易・投資促進と開発途上国研究を通じ、日本の経済・社会の更なる発展に貢献することを目指しています。



日本貿易振興機構 (JETRO) 秋田貿易情報センター
所長

大山 明裕

Akihiro Oyama

【略歴】

神奈川県横浜市出身
 1988年 3月 横浜市立大学 商学部卒業
 1988年 4月 日本貿易振興会入会 情報サービス部
 1990年 1月 山口貿易情報センター
 1991年 3月 ナイジェリア・ラゴス事務所 所長
 1993年10月 企画部 企画課
 1996年 4月 機械技術部 技術課
 1997年10月 オーストラリア・メルボルン事務所
 2001年 9月 情報サービス部 総括課長代理
 2003年 4月 投資交流部 海外投資課 課長
 2004年 7月 出向・(財)2005年日本万国博覧会協会(愛知万博)
 2006年 1月 総務部 主幹(人事評価担当)
 2007年 2月 出向・(財)世界経済情報サービス
 2008年 3月 総務部 主幹(出納担当)
 2013年 7月~ 秋田貿易情報センター 所長

あきた企業活性化センターからのお知らせ

平成29年度第1回首都圏・東北地区発注等情報報告会 開催案内

受発注機会の拡大支援のため、「販路開拓アドバイザー」（首都圏担当2名、東北地区担当1名）が発注情報を収集してその情報を提供しています。

また、収集した情報の報告会を開催しており、今年度は第1回目を6月22日（木）10時より秋田県産業技術センター 高度技術研究館3階で開催します。第2回目の開催は10月を予定しています。



販路開拓アドバイザー（首都圏担当）



阿部 典男(新任)

電子部品・プリント基板メーカーの日本シイエムケイ(株)で33年間、営業部門及び品質保証部門に勤務。営業部門では、国内勤務及び海外勤務(シンガポール)を経験し、主に電気及び車載メーカーを対象に電子部品(プリント基板)の営業に携わる。品質保証部門では、FMEA(故障モードと影響分析)を使い国内6工場の品質向上活動を支援。電子部品の営業で培い、築いてきた豊富な経験を活かし、発注企業・案件を開拓する。

酒井 徹

(株)タナベインターナショナル、旭マシナリー(株)、東京電子工業(株)の営業部門を歴任する。各種製造設備、加工知識を有しており、特に紙器や段ボール装置に精通している。主に首都圏北エリアを担当し、これまでの営業ノウハウを活かして発注案件を開拓する。開拓先は、(株)椿本チエイン、信越ポリマー(株)、(株)日立製作所、古河機械金属(株)他。

アドバイザーの活動状況（東北）

東北地区担当の販路開拓アドバイザーとして週平均4日を企業訪問にあてる。県外発注企業と県内受注企業のマッチングや、県内の企業間マッチングも行う。

これまで多くの実績があるが、好事例のひとつに鋳造品の二次加工案件がある。これは発注元での作業研修から携わり、県内受注企業は工場増築から設備導入、新規雇用も20名までに至り、現在も年間数億円規模の取引を継続している。

販路開拓アドバイザー（東北地区担当）



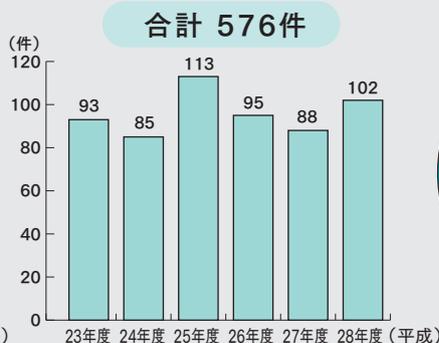
佐藤 明

YKKAP(株)に22年間勤務。製造工程・製造管理・安全環境管理を担当する。持ち前の行動力により、昨年度の企業訪問数は延べ300社以上にのぼる。大手メーカーと企業のパイプ役として提案からフォローまで行い、その丁寧さにも定評がある。開拓先はトヨタ自動車東日本(株)、YKKグループ、東京エレクトロングループ他。

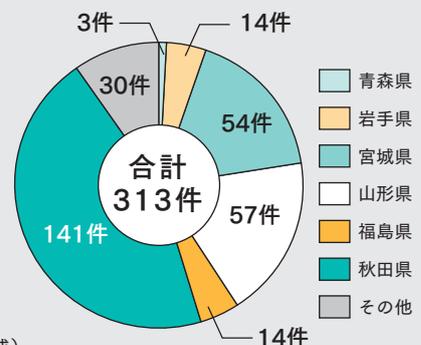
訪問件数



取引紹介件数



平成28年度の訪問エリア



お問い合わせ | 経営支援部 取引振興課 | TEL 018-860-5623 FAX 018-860-5612

平成 29 年度 知的財産有効活用事業 「あきた知財塾キックオフセミナー」のご案内

知的財産の力を経営に活かそう！
— 強みを伸ばして会社をステップアップ —

参加無料
事前申込制
定員になり次第
締切ります

定員
(先着順)
40名

皆さんは「知的財産」に、どのようなイメージをお持ちですか？

中小企業には縁遠く難しいもの、オンリーワン製品で世界を目指す会社にしか関係ないもの、事業を独占して儲けるためのもの、他社の権利侵害に注意を要する面倒なもの…もしそうしたイメージをお持ちなら、ぜひこのセミナーにご参加ください。「知的財産」のイメージが変わります。

知的財産は多くの中小企業に関わりのある、会社の底力を引き出す栄養剤のようなものです。そのことを、様々な事例を紹介しながら解説していきます。

なお、本セミナーでは、7月から開催する「あきた知財塾」についてもご案内しますので、興味をお持ちの中小企業の方は、ぜひ、ご参加ください。参加費は無料です。また、本セミナーのみの参加も可能です。

開催概要

- 日時** 平成29年6月23日(金)
14:00~16:00(受付開始 13:30)
- 場所** 秋田県産業技術センター 高度技術研究館3階
視聴覚研修室(秋田市新屋町字砂奴寄4-11)
- 主催** 秋田県

セミナープログラム

〈あきた知財塾キックオフセミナー〉
知的財産の力を経営に活かそう！

- 「知的財産って何？」—貴社の何が「知的財産」なのか—
- 「知的財産」をどのように活かせばよいのか？
- 中小企業の先進事例に見る知的財産のはたらきの多様性
- 元気な中小企業はここが違う！ 知的財産の本当の役割

講師紹介

土生 哲也 (はぶ てつや) 氏 土生特許事務所 弁理士

1989年日本開発銀行(現・㈱日本政策投資銀行)入行。同行でベンチャー向け知的財産権担保融資制度の立上げを担当した後、同行系列のベンチャーキャピタル(現・DBJキャピタル㈱)でベンチャー投資に従事した経験等から中小ベンチャー企業の実情に精通し、現在はジャスダック上場企業の社外役員も務めている。

2001年の土生特許事務所開業後は、特許や商標の出願代理の他に、特許庁や各地の経済産業局の中小企業向け知財戦略支援事業の委員を歴任、先進事例調査のとりまとめ等を担当。様々な事例を紹介しながら知的財産の活用方法を解説するセミナーは、中小企業経営者や金融機関等から好評を博している。主な著書に、「元気な中小企業はここが違う!」「ゼロからわかる知的財産のしくみ」(いずれも金融財政事情研究会)等がある。各地で企画した知財塾等の功績から、本年4月に平成29年度知財功労賞経済産業大臣表彰を受賞した。

あきた知財塾 開催スケジュール

1回目：平成29年7月28日(金)

クイズやグループワークを通じて、知的財産を活かす具体的な考え方を解説するとともに、知的財産を活かす取り組みを体験していただきます。

2回目：平成29年8月～9月

知財塾に参加した企業を個別に訪問し、キックオフセミナー、知財塾を踏まえ、各社が行う発表内容について、一緒に検討・立案します。

3回目：平成29年10月6日(金)

講座及び個別訪問を通じてとりまとめた自社の知財を活用するビジネスプランを発表して、受講者や講師と意見交換を行います。

【定員】 5社程度(1社2名程度)
※受講料は**無料**です。

■キックオフセミナー開催会場



お問い合わせ | 秋田県 産業労働部 地域産業振興課 技術振興班 | TEL 018-860-2246 FAX 018-860-3887

あきた企業活性化センター

賛助会員 & 広告募集

賛助会員&広告を募集しています！

あきた企業活性化センターでは、新分野進出や経営革新等を支援する事業を行っており、この活動に賛同していただける賛助会員を募集しています。

年会費は1万円で、企業・団体・個人等、どなたでもご入会いただけます。

また、有料広告・無料広告の掲載についても随時募集しております。



主な会員特典

当センターが発行する月刊情報誌『ビックあきた』の無料配布(12ヶ月分)
 毎月月末に3,000部発行。賛助会員のほか、マスコミ各社、金融機関、商工団体等へ配布しています。

賛助会員広告が無料
 毎月2社程度。
 A4・1/4頁(5.6×19.0cm)、カラー印刷。

当センターのホームページのリンク集への掲載

企業情報等のリーフレット折り込み ※要事前相談

有料広告欄の費用が半額

通常 A4・1頁 ¥50,000 → 賛助会員なら ¥25,000
 通常 A4・1/2頁 ¥25,000 → 賛助会員なら ¥12,500

その他、当センターをご活用いただいた内容によっては、取材させていただき、記事として掲載する場合があります。

賛助会員パック 年会費 ¥10,000

賛助会員広告を無料で掲載！有料広告は半額で掲載！

賛助会員割りで広告を掲載+¥25,000(A4・1頁) 全て込みで ¥35,000 です！
 (有料広告をA4・1/2頁にすると ¥22,500)

『ビックあきた』広告募集中！

会員の方も、そうでない方も『ビックあきた』に広告を掲載しませんか？

A4・1頁 ¥50,000 (賛助会員は¥25,000)

A4・1/2頁 ¥25,000 (賛助会員は¥12,500)

現在、平成29年9月号以降に掲載可能です！

お問い合わせ先

あきた企業活性化センター
 総合企画部 総務企画課

TEL 018-860-5603
 FAX 018-863-2390

Webサイト
<http://www.bic-akita.or.jp/>

ビックあきた 検索