

BIC Akita

Business Information Center

04

Vol.441
2018.April

【元気な企業を応援する
ビジネスマガジン】 **ビックあきた**



巻頭 **経営探訪**

「大企業が真似できない
細やかさと鋭さを」

—ENEX株式会社—

04. センター活用事例

「供養家具」という新発想

有限会社新平堂

ゴルフで秋田を盛り上げたい

ゴルフディア

06. オンリーワン企業紹介

県内産の食品素材を使って健康づくりを応援

株式会社サノ

07. 主催事業報告

プロフェッショナル人材セミナー

08. 経営サプリメント

利便性マーケティングのススメ

10. お知らせ

平成30年度 公益財団法人あきた企業活性化センター事業概要

経営探訪

[ENEX 株式会社]

平成25年9月から旧六郷東根小学校空き校舎に社屋を移している。広い体育館を資材置き場として活用。「広くて使いやすく満足です」と細井社長。

大企業が真似できない細やかさと鋭さを。
地域の風土で鍛えられた技術を全国へ。

細井社長が31歳で起業した「^{エネックス}ENEX」は、地下水熱を利用した農業用ヒートポンプの開発と販売を主軸に事業を展開してきた。地下水熱を利用することでランニングコストを大幅に抑制できるシステムは、全国のハウス栽培農家をユーザーに業績を伸ばしている。創業から8年。さらなる成長を目指し、足場固めとビジネス機会発掘の両面に余念がない。



代表取締役
細井 友亨
Tomoyuki Hosoi

原点は豊かな六郷の湧水にあった

「ENEX」が手がけるのは地下水熱を利用した農業用ヒートポンプの製造・販売。ハウスの冷暖房に地下水熱を使うシステムは省エネ性に優れ、ランニングコスト抑制に苦慮するハウス農家の注目を集めている。

起業は平成22年。地下水熱を利用する発想は豊かな水源を持つ六郷の土地柄と深く結びついている。「一家に1本井戸がある環境で育ち、地下水は身近な存在だった」と細井社長。父の経営する会社でボーリングと空調機の仕事に携わる中、自身で開発した地下水熱利用ヒートポンプの実用化に目処がつき独立した。

31歳の若さでの起業については、「父が一代で『細井技研工業』という会社を築き上げた背中を見て育ったので、起業は自然な流れでした。創業者として周囲の尊敬

を受ける父に負けない経営者になりたいという思いがあります」と話す。

厳冬下で培った技術力と農業を知る商品力

ENEXのヒートポンプの特徴は、取水と還元のための井戸を介して地下水熱を利用する点にある。ランニングコスト50%以上の削減が見込める経済的メリットが大きい上、燃料費の価格変動の影響を軽減するリスク管理の効果も併せ持つ。

細井社長の慧眼は仕様を農業に特化させたことだ。起業前のリサーチで、燃料費高騰の煽りを受けてハウス経営が脅かされている状況を把握し、ターゲットをハウスに絞ることで全国展開が望めると確信した。「北関東以北では暖房性能が求められ、それ以南では冷房・暖房の両方に需要がある。一台で冷暖房に対応できる当

社製品は、条件が過酷な厳冬下での暖房性能を基準にシステムを構築しており、冷房性能の拡張は難しくなかった」と自信をのぞかせる。独自開発の制御システム、ハウスの機械製造、地下水ボーリングをセットでまかなうスタイルが、競合他社の追従を退ける強みとなっている。

起業後、東日本大震災によるハウス再建需要や、高騰基調にあった燃料費の揺り戻しなど、紆余曲折を経ながら業績を伸ばしていた同社に転機が訪れたのは平成26年。あるコンペでの受注獲得をきっかけに、競合相手であった大手メーカーと協業契約を結び、営業の一部を委託できることになった。大手メーカーが有する全国の支店がENEXの営業拠点になったことで販路が拡大し、「少人数の我が社のネックだった営業力が一挙に安定した」と細井社長は評する。

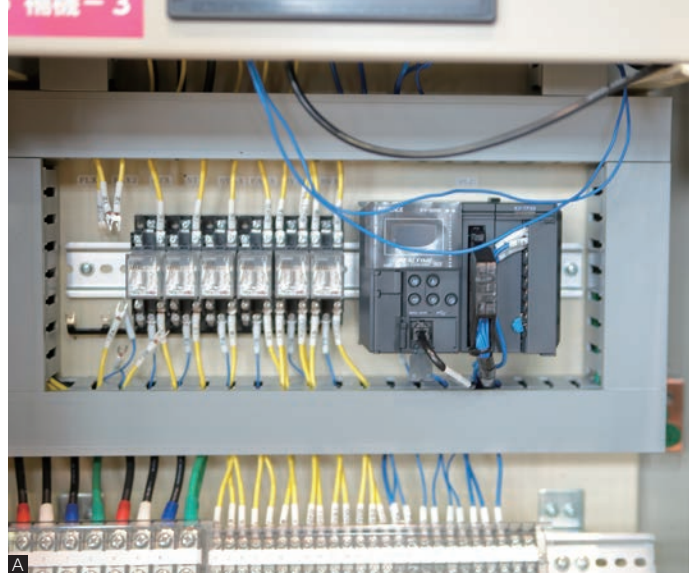
業界では3年ほど前から農業の大規模化が顕著になり、ハウス栽培も同様である。そのため、一基の制御装置と複数棟のハウスを結ぶ集中管理型の受注が増加しており、同社では独自に「予測制御」のアルゴリズムを織り込んだアフターサービス方法確立した。顧客のハウスと本社の管理システムを繋いでモニタリングし、累積負荷や細かい兆候を捉えて劣化予測を行うことで、部品の計画的な事前交換を実施している。この方式によって、突発的なトラブルや急な現場対応の発生を予防するだけでなく、顧客との密接なやりとりや信頼関係の構築にも一役買っている。

未来に向けた課題は“人づくり”

同社ではこの他に消雪・融雪システムやしいたけ栽培の事業を手がけている。特に後者については、地下水熱利用ヒートポンプの有効性を訴求する実用事例として品質を年々高めており、現在では菌床栽培で肉厚なしいたけを育てられるまでにノウハウが向上。高価格帯商品として東京や横浜のスーパーで販売しており、全収益の1割ほどを担っている。

各事業が軌道に乗り始め、社員は20名になった。5年前には社屋を旧六郷東根小学校に移し、環境も整った。「必要とする人材がピンポイントで見つかるなど、人との出会いや仕事の巡り合わせに不思議な縁を感じることも多かった」と振り返る。今後の目標については「中小企業の壁といわれる年商10億円超えを目指す。そのために重要なのは“人づくり”」と語った。スペシャリストで構成された社員たちに、オールラウンダーとして仕事の幅を広げてほしいというのが細井社長の願い。顧客の要望にトータルで対応できる総合力を求め、協業相手への社員の出向や、ベテラン人材の雇用などによって人材育成に力を入れている。

現在、中長期展望で目指しているのはハウス栽培を軸にした農業従事者の育成だ。しいたけ栽培のノウハウを伝えながら地元の雇用創出の一助となるべく、農事組合法人を立ち上げ、次の展開を構想している。小回りの利く中小企業だからこそ、常に可能性を探り続け、地域に還元したいという細井社長。その背中は今、雄々しく、頼もしく育ち行く途上にある。



- A ヒートポンプシステムの心臓部にあたる自社開発の制御盤。
- B 体育館に並べられ、出荷を待つ制御システム。
- C 顧客へのアフターフォローは予測制御方式で対応。顧客情報はパソコン端末と同時にスマートフォンでも確認でき、迅速な対応を可能とする。
- D ヒートポンプ活用例として成果を挙げるしいたけ栽培。

エネックス ENEX株式会社

〒019-1403 秋田県仙北郡美郷町六郷東根字上中村27
TEL.0187-84-1170 FAX.0187-84-1173
E-mail info@enex-inc.co.jp
URL <http://www.enex-inc.co.jp>

○創業／平成22年6月30日
○資本金／1000万円(現在)
○従業員数／20人(パート含む)
○営業品目／地下水熱ヒートポンプシステム&地下水熱消雪システム製造販売元、農業



CASE
1

「供養家具」という新発想

[有限会社新平堂 | <https://shinpeidoh.com>]

〒012-0105 秋田県湯沢市川連町字大田面 28-6 / TEL. 0183-42-2026・FAX. 0183-42-4688
E-mail: info@shinpeidoh.com

「技術を生かした
自社製品を生み
出したいです」と
高橋恒仁社長



A

秋田仏壇の伝統と技を活かした 次世代へ繋がる供養家具「en:sou」

漆器職人から仏壇づくりのメーカーへ

「新平堂」の始まりは昭和25年。「漆器の塗り職人だった祖父がつくった商品を自ら行商。その跡を継いだ父が仏壇に転換し、法人化しました」と語るのは、社長の高橋恒仁さん。設立当初は、自社でつくった仏壇を直接販売していたという。

中学時代から家業を手伝っていた高橋社長は、東京での大学生生活の傍ら、仏壇仏具の聖地浅草の老舗仏壇店で働いた経験を持つ。「経営や目利きのコツを習得し、やる気満々で秋田に戻ってきました」と高橋社長。入社後は販売エリア拡大を目指し、卸業として商圏を拡大していった。50年代後半はオリジナル仏壇を手がけるようになり職人の数も増え、仏壇メーカーとして県内外で周知されるようになった。

技術が評価されるようになると、仏壇や寺院仏具の修復の依頼が入り始めた。「お客様の大切な宝物をお預かりするのです。失敗の許されない厳しい仕事でしたが、この修復により新平堂の技術はさらに上がったという自覚があります」と高橋社長。

現代の住宅事情を踏まえた供養家具への挑戦

仏壇製作、リフォームで実績を積んだ新平堂。昨年から供養家具「en:sou」シリーズの開発に挑み、当センターの「あきた企業応援ファンド」の採択を受けた。スペース的に仏壇を置くのが難しい住宅事情に配慮しつつも、「先祖を敬い、縁に感謝する」という日本の心を忘れないで…という願いが込められている。居住空間に自然に溶け込むシンプルで美しいデザインは、供養だけにとどまらず生活家具としても違和感なく使用できることが特長だ。

今年2月、「en:sou」は『第2回東京インターナショナル・ギフト・ショー LIFE×DESIGNアワード』でグランプリを受賞。今、全国から熱い注目を浴びている。



B



C

A 存在感のあるフレームに木目を活かした塗装の扉がマッチした「KURA」。扉を閉じればワードローブのように空間に溶け込む。

B 黒ベースの塗りデザインに組子細工を組み合わせた「TOKI 組子ハ」。LIFE×DESIGNアワードグランプリ受賞作品。

C 今では、大切なジャンルとして確立されたリフォーム。細やかな気配りが要求される仕事だ。

事業概要 あきた企業応援ファンド事業

地域資源を活用した県内企業や経営革新の承認を受けた県内企業の新商品開発等の取組を支援します。

お問い合わせ

あきた企業活性化センター／設備・研究推進課
(018-860-5702)まで。

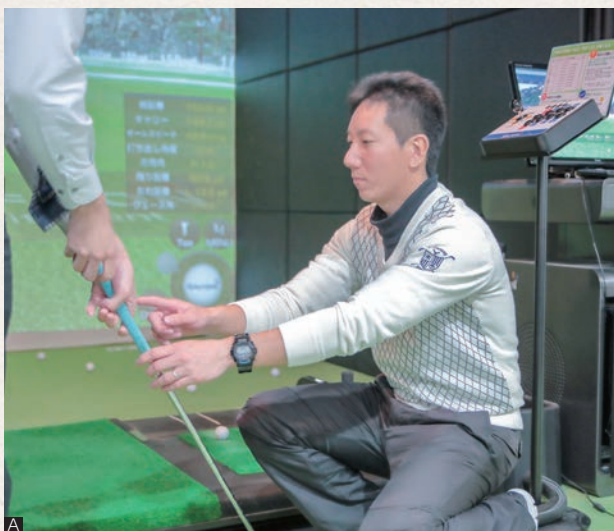
ゴルフで秋田を盛り上げたい

「初めての人こそ
気軽に来てほしい」
と愛甲和矢さん



【ゴルフディア | <http://golfdia.com/>】

〒011-0902 秋田県秋田市寺内堂ノ沢 3-6-10 (どうのさわナショナル内) / TEL. 018-874-8786
E-mail: office@golfdia.com Facebook: [@golfdia.akita](https://www.facebook.com/golfdia.akita)
Instagram: [@aikoukazuya](https://www.instagram.com/aikoukazuya) Twitter: [@aikoukazuya](https://twitter.com/aikoukazuya)



**ゴルフの楽しさを一人でも
多くの人に伝え、ゴルファーを増やしたい**

雪国秋田だからこそ、屋内型練習場を作りたい

秋田市寺内にオープンしたインドアゴルフスタジオ「ゴルフディア」。代表を務める愛甲和矢さんは東京都出身。4年前に奥様の地元である秋田市に移住。看護師として働きながら、出張レッスンを続けてきたが、ゴルフ指導に専念することに決め、今年1月、開業に踏み切った。

ゴルフディアは、最新式のゴルフシミュレーターを2打席完備した、完全屋内型の練習場だ。これまで秋田には屋内型の練習場がほとんどなく、冬場は厳冬の中での練習を余儀なくされていた。体の冷えはケガにもつながることから、「どうしても屋内型の練習場が作りたかった」という。

開業前には当センターの相談窓口をフル活用。「ゴルフディア」の名称やロゴデザインなどに関して、知財・デザイン支援課によるアドバイスを受け、知的財産権の侵害にあたらないよう万全を期した。

看護師の経験を活かした独自のレッスン

プロゴルファーを目指していた愛甲さんだが、25歳のときに断念して、看護師に転身。患者さんと接する看護の仕

事にやりがいを見出しながらも、ゴルフへの思いも断ち切れずティーチングプロのテストを受験し、合格。日本でただ一人の看護師の資格を持つ日本プロゴルフ協会ティーチングプロが誕生した。

愛甲さんのレッスンの特色は、生徒一人ひとりに作る「カルテ」。目標や悩みをヒアリングし、どれだけ成果が出たかを詳細に記録していく。「目標に向かって練習しフォームを改善したり、というアプローチは看護師の業務と似ている」と愛甲さん。

今後の目標は、秋田のゴルフ人口を増やすこと。そしてジュニアの指導にも注力し、いつかプロゴルファーを育てること。ゴルフで秋田を元気にする、愛甲さんの挑戦は始まったばかりだ。



- ▲ 初心者から上級者まで、それぞれにあったオーダーメイドのレッスンを実施
- スクリーンに映し出される世界各地のゴルフコースの映像と、フィールドの斜度を再現するプレートによって、本格的なコース練習ができる。
- 当センターのアドバイスを受けて完成したロゴマーク

事業概要 知財支援総合窓口

特許・商標等の出願やライセンス契約、知財紛争など、知的財産に関する悩みや課題の解決を支援します。

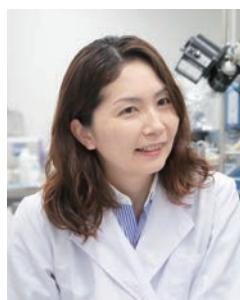
お問い合わせ

あきた企業活性化センター／知財・デザイン支援課
TEL 018-860-5614



健康づくりを応援 県内産の食品素材を使って

株式会社サノ



食品開発担当
高嶋 亜希子
Akiko Takashima

株式会社サノ

〒010-0061 秋田県秋田市卸町3丁目4-2
TEL.018-862-6644 FAX.018-862-6646
URL <http://www.sano-co.com/>
Online Shop <https://atmr.shop/>

【会社概要】

秋田県内を中心に、医療機関への体外検査診断薬とこれらの分析機器類の卸販売、大学・研究機関への研究用試薬・器材の販売、工業用薬品類の販売、および医療廃棄物の収集等を行う。近年、「健康は食から」という社長の理念のもと、県内産の材料を使用した健康食品の開発事業にも力を入れている。



秋田県産の健康や美容に良い食材を原料に使用した健康食品の開発・販売を通して、秋田の魅力を全国に発信!

女性の悩みを解消するサプリメントを

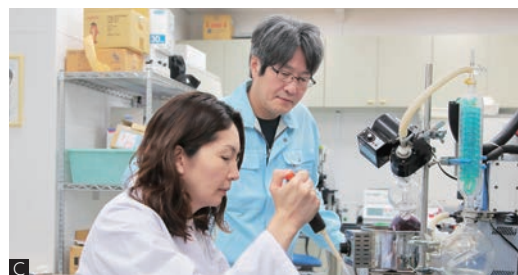
秋田市卸町に本社を置く株式会社サノは、医療機関や大学・研究機関等への検査薬や分析機器の卸販売などを行っている。江戸時代初期に創業し、長きにわたって秋田の人々の健康を支えてきた老舗企業だ。

佐野公彦社長の理念は「健康は食から」。人々の健康づくりを応援する製品を作りたいとの思いから、2015年に食品開発の新規事業を立ち上げた。最初に着手したのは「便通改善サプリメント」の開発。妊娠中に便秘に悩む女性が多いことから「まずは女性をターゲットにしたサプリメントを、県内産の原材料から作り出す」という目標を掲げ、高嶋さんが開発にあたることになった。

酒粕とジュンサイの効果に注目

商品設計にあたり、原材料の選定はスムーズに決まった。酒粕とジュンサイ、ともに秋田県を代表する食材だ。日本酒の製造過程で生じる酒粕、これに含まれるレジスタントプロテインには便通を改善する効果が報告されている。

また、ジュンサイについては秋田県総合食品研究センターの畠恵司上席研究員の指導を仰いだ。食用としては使われない、開ききったジュンサイの葉を粉末にした機能性食材「ジュンサイエキス」は愛知県のオリザ油化(株)が総食研と共同開発した製品で、腸内フローラの改善効果があることが試験で認められている。これらを調製して、高嶋さんは商品化に取り組んだ。



A 原材料となった酒粕粉末(左)とジュンサイエキス(右)
B 「潤彩小町」はオンラインショップ、佐野薬局(通町本店、広面店)、秋田空港売店、秋田県産品プラザ(アトリオン内)などで販売中。
C 総合食品研究センター 生物機能実験室にて研究に取り組む高嶋さん(手前)と同センター 畠恵司上席研究員(奥)

試作品が出来上がり、お客様の期待を裏切らない商品を提供するため、モニター試験を実施したところ、週あたり1回の便通改善効果があることが認められた。さらには「毛穴が引き締まって目立たなくなった」「化粧のりが良くなった」など、期待以上の回答も寄せられた。これらは、ジュンサイエキスのコラーゲン生成を活性化させる効果と、酒粕粉末のコラーゲンを生成する細胞を増やす効果の相乗によるものと推察される。

商品開発の最終段階においては、飲みやすさ、手軽さ、味わいやカロリーなどの検討を重ね、現在のリンゴ味のゼリーが完成した。名称やパッケージデザインも高嶋さんが中心となり、社員の協力によって緑色を基調とした「潤彩小町」に決定。「商品がパッケージに収まり、お客さまが購入してくれたときが一番嬉しかった瞬間です」と高嶋さん。研究成果をどうやってお客様に届け、健康になっていただくか、それを考えたとき、研究者としての枠は自然に打ち破られ、企画から上市までに携わり、奔走していた。

次なる商品の開発も着々と進んでいる。やはり県産食品の機能性に着目したもので、高齢者や要介護者らへのターゲット拡大もこれからの秋田に貢献するための責務と感じている。「今後も秋田県産の原料を使った健康食品の研究・開発を続け、県内外に発信していける企業でありたい」と、柔らかくも熱意に溢れたまなざしで語る。

主催事業報告

プロフェッショナル人材セミナー 採用力強化と定着率向上を目指す！

開催
内容

企業を救う「働き方改革推進」のヒントを得るための
講演会とワークショップを開催



“ 経営戦略としてのワーク・ライフ・バランスを学ぶ ”

2月26日、秋田ビューホテルを会場に、プロフェッショナル人材セミナーを開催した。テーマは「採用力強化と定着率向上を目指す!」。参加者は県内企業の経営者・管理職から一般職までの30名。ワーク・ライフ・バランスに関してそれぞれの立場から考察した。

講演会レポ

講師 株式会社ICB 代表取締役 瀧井 智美

❖働きやすい環境づくりを目指す

セミナーはキャリア開発・組織活性化支援の専門家・瀧井智美さんを講師に迎え、講演とワークショップの二部構成で、組織活性化プロジェクトとしての「ワーク・ライフ・バランス(以下、WLB)」の説明と演習を行った。

講演会では、WLBの意味と必要性を説いた。WLBとは、限られた勤務時間の中で質の高い仕事で成果を上げ、そこで生まれた時間を家族との団欒、健康維持、自己研鑽などに充て、さらに質の高い仕事を生み出すという好循環を作るのが狙いだ。WLBの満足度が高い人ほど会社への貢献度が高いというデータを示しながら、組織の特性や目的に合わせた働き方の見直しの必要性を説明。WLB導入に不可欠なのは「本気! 前向き! 全員参加!」という3つの心構えが肝要と説明した。

❖実践的なシミュレーションから学ぶ

第二部では、出席者を6班に分けてワークショップを開催。①自分たちが目指す組織・働きやすい職場とは? ②理想と現実のギャップ、課題は? ③どうしたら“できない”ではなく、“できるようになるか?”という3つの課題でグループ討議を行った。自分の感じている課題を大きな紙に貼り出して可視化し、それを全員で共有し取り組むべき課題を浮き彫りにした。

このワークショップを通じて、社内の風通しを良くし、今までのやり方を変えていくことがWLBの一步となることを、多くの参加者が実感したようだった。



6班に分かれて、全員で意見交換を行ったワークショップ。問題点を貼り出しながら話し合うシミュレーションを通して、共通認識が高まり、課題も明確化された。(左上:瀧井 智美さん)

講師紹介

●株式会社ICB 代表取締役 瀧井 智美 さん

パソコンインストラクター、キャリアカウンセラーなどを経て、キャリア開発・組織活性化支援の「株式会社ICB」設立。WLBコンサルタントとして職場の風土改革や働き方見直しのコンサルティングに尽力。関西を中心にWLBを提唱した実績多数。

参加者の声

石垣鐵工株式会社 代表取締役 石垣 勝康 さん

❖自社の課題解決にWLBを導入したい

最近、離職者が増え、人員の確保に悩んでいたため、今回のセミナーを受講してみようと思いました。本誌に連載されていた瀧井先生の記事にも関心がありました。

我が社を、「若い人が働き続けたいと思う、定着率の高い組織に変えていきたい」と思っています。このセミナーを契機に、本格的に取り組んでまいります。



お問い合わせ

秋田県プロフェッショナル人材戦略拠点 TEL018-860-5624

経営サプリメント

利便性マーケティングのススメ

消費行動を牽引しているのは女性？

皆さんは、買物をするとき、身近にいる女性の意見を参考にされることはありませんか？

最近の調査(*1)によれば、車、一眼レフカメラ、ビール、ウコンエキス、ゲームといった、従来は男性が中心と言われた市場(商品)に女性が進出してきているというデータが報告されています。

一方で、化粧品やファッション、旅行・レジャーといった、これまで女性が主導と言われてきたマーケットが伸び悩んでいることも明らかになっています。

(*1)「生活者市場予測システムmifデータ」

総務省の統計によると、2011年と比較した2015年の労働力人口は、男性が減少する一方で、女性は増加しています。

男性：3,822万人 → 3,756万人(マイナス66万人)

女性：2,768万人 → 2,842万人(プラス74万人)

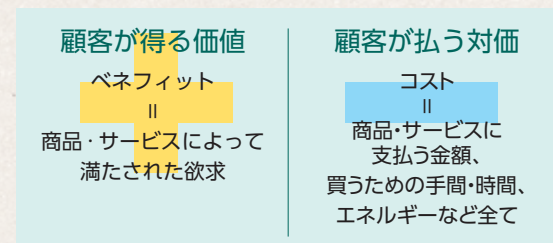
また、国税庁の調査では、1990年に21%だった女性の所得シェア(女性の年間所得総額/年間所得総額)は、2015年には27%まで向上しています。さらに、年収の多少にかかわらず男性の消費性向(消費支出/可処分所得)は約7割であるのに対して、女性の消費性向は約9割と男性より高くなっていることが総務省の調査で報告されています。

消費者のストレスを減らすマーケティング

一般的にマーケティングとは、「消費者にとっての商品・サービスの価値を大きくし、「消費者が払うコストやストレス(対価)を小さくする」活動と言えます。消費者は、「価値」が「対価」より大きいと感じたとき「買う」という決断をしてくれるのです。

本稿では、このような捉え方に加え、もう一つの視点からマーケティングに焦点を当ててみたいと思います。それは、「消費者の買うための手間や、時間、エネルギー」を減らすことです。(図表1)

図表1 マーケティング活動とは



情報に疲労？利便性消費が急伸のワケ

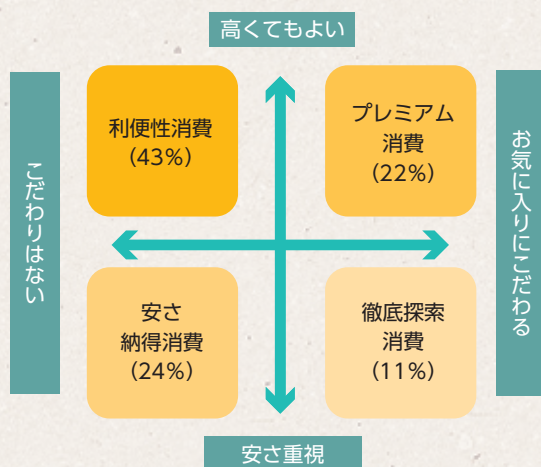
野村総合研究所(NRI)の「生活者1万人アンケート調査」は、1997年から3年ごとに実施されており、2015年には、景気の回復は感じつつも、世界経済の動向や消費増税など先行きが不透明として、様子見のスタンスを示す消費者の割合が全体の2/3を占めているとの報告があります。そうした中、消費のスタイルの傾向として次の4つの特徴が挙げられています。

- 1 お気に入りにこだわらず、価格は多少高くても品質が良く、手に入りやすいものを買う「利便性消費」が、2000年の37%から、2015年には43%に増加。
- 2 自分が気に入った付加価値のある商品・サービスには相応の対価を払う「プレミアム消費」は、2割程度を維持。
- 3 商品を買う前に多くの情報を収集、比較、検討し、お気に入りを安く買う「徹底探索消費」は、2009年をピークに頭打ちの傾向。
- 4 商品にこだわりはなく、とにかく安いものを買いたい「低価格志向」は、2000年の40%から

2015年には24%まで減少。

商品・サービスの選択肢が多いため、網羅的に情報を収集すると様々なルートから矛盾した情報が入るなど、いわゆる“情報疲労”を感じる消費者は年々増えています。その結果、「ラクに買いたい」ため、信頼できる情報源を選択し、その情報に頼ることで失敗を回避したいという傾向が強まっています。(図表2)

図表2 4つの消費スタイル
(NRI「生活者1万人アンケート調査」2015年より)



信頼されている情報源は？

利便性を求め、品質や満足度をなおざりにしたくないという消費者たちは、どこから入手する情報を信頼しているのでしょうか。

前述のNRIの調査によれば、テレビや新聞・雑誌の広告などから情報を入手している比率は減少し、インターネット上の評価サイトやブログ、あるいは店舗の販売員による説明・商品情報を頼る傾向が増加していることが明らかになりました。

- 1 店舗の陳列商品・表示情報(54%) ●
- 2 テレビのコマーシャル(43%) △
- 3 販売員などの意見(34%) ●
- 4 折り込みチラシ(33%) △
- 5 ラジオ、新聞、雑誌の広告(32%) △
- 6 評価サイトやブログ(30%) ●
- 7 ネット上の売れ筋情報(26%) ●

※(NRI「生活者1万人アンケート調査」2015年より 複数回答あり ●は前回2012年の調査より増えた回答、△は減った回答)

おすすめして欲しい消費者たち

このように、消費者が店舗で買い物をする時は、陳列商品や表示情報を参考にするだけでなく、販売員やアドバイザーに選択肢を絞り込んでもらいたいと考えています。さらに踏み込んで、「自分の希望に合った商品・サービスを選んで勤めて欲しい」という消費者が増えている」との調査結果もあります。

本稿では、消費者のニーズをくみ取る提案やアドバイスにより「選ぶ」ストレスを適切に軽減する取組を、「利便性マーケティング」と呼んでいます。消費者の多様なニーズに合わせ、きめ細かい商品・サービスのラインナップが当たり前提示される一方で、その大群を前にした消費者は、大量の消費情報から選択することに疲れているのです。

ネット通販が優勢と言われている今日、リアル店舗にあっては、販売員が消費者との会話のなかでニーズを拾い出し、満足度を高めるための提案＝おすそを積極的に行うことが、新たなお客さまを開拓することに繋がると言えそうです。

貴方のお店でも、この「利便性マーケティング」の考え方をちょっと思い出して、新しい季節に向けた戦略を見直してみませんか？



鎌田晶子 中小企業診断士事務所
代表

鎌田 晶子
Akiko Kamada

- ◆一般社団法人秋田県中小企業診断協会 理事
- ◆公益財団法人色彩検定協会 2級色彩コーディネーター
- ◆秋田県よろず支援拠点 コーディネーター(中小企業庁)

【略歴】

商社勤務の経験を持ち、平成23年の中小企業診断士登録後は、中小企業に対するビジネスプラン、マーケティングのほか経営改善に係る助言を実施。

平成26年度からは、秋田県よろず支援拠点コーディネーターとして、県内中小企業の様々な経営課題の支援を行っている。

がんばる企業を応援します！

平成30年度 公益財団法人あきた企業活性化センター事業概要

創業・起業		TEL
創業支援室の提供 創業相談	創業や新分野進出を目指す企業に事務スペース（創業支援室）を貸し出します。また、入居者に対してインキュベーションマネージャー等による指導、相談対応、情報提供を行います。	018-860-5610
ビジネスプラン コンテスト等の開催	県内での起業意識を醸成、起業家の発掘、新しい事業展開を促進するためビジネスプランコンテスト等を開催します。	018-860-5610
相談・経営指導		TEL
経営相談助言	窓口相談や企業訪問等により、経営等に対するアドバイスや各種支援策のコーディネートを行うほか、関係機関等との連携により総合的な支援を行います。	018-860-5610
秋田県よろず支援拠点	県内の各支援機関等と連携しながら県内企業が抱える売上拡大や資金繰り等のあらゆる経営課題に対応します。	018-860-5605
移動相談所の開設	企業からの相談にスピーディーに対応するため、県内7地域（秋田地域振興局を除く各地域振興局管内）で移動相談所を開設し、無料相談会を実施します。	018-860-5610
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。	018-860-5610
産業デザインに関する助言	産業デザイン、製品開発、マーケティング等についての専門的な助言やデザイナーとのマッチング、コーディネートを行います。	018-860-5614
秋田県 プロフェッショナル 人材戦略拠点	企業の新たな取組に不可欠なプロフェッショナル人材の採用を支援します。	018-860-5624
下請かけこみ寺	県内中小企業からの企業間取引に係る悩みやトラブルに対し、相談員が無料で相談に応じます。	0120-418-618
設備導入		TEL
設備貸与	県内企業に対して設備を割賦販売またはリースし、その創業や経営基盤の強化を支援します。	018-860-5702
販路開拓・取引拡大		TEL
販路拡大支援	県内ものづくり企業の販路を拡大するため、首都圏及び東北地区担当の販路開拓アドバイザーを配置し、発注企業の情報提供やマッチング支援を行います。	018-860-5623
商談会・発注情報 報告会の開催	受注機会の拡大を図るため、商談会、発注情報報告会、個別マッチング商談会を開催します。	018-860-5623

受発注情報の提供	「販路開拓アドバイザー」が収集した受発注企業の情報をホームページ、メール、ファックスにより配信します。県内企業の受注希望情報も発信します。	018-860-5623
輸送機関連産業強化支援	輸送機関連メーカーや部品メーカーとのマッチング、新技術・新工法の芽出し、域内連携を支援します。また、自動車産業の中核地域である中京地区において、マッチング支援、発注動向調査等を行うため「自動車産業アドバイザー」を配置し、県内企業への助言・指導を行います。	018-860-5623
食品事業者の連携支援	県内食品事業者の支援のため「食品マッチング専門員」が加工連携の推進や商品戦略等をアドバイスします。	018-860-5623

新商品開発・技術開発		TEL
あきた企業応援ファンド事業（助成金）	他の地域との差別化を図り、地域の強みとなる地域資源を活用した新商品開発又は販路拡大等の取組を支援します。	018-860-5702
あきた農商工応援ファンド事業（助成金）	農林漁業者と中小企業者等が連携して取り組む県産農林水産物を活用した新商品開発や、その販路開拓などの取組を支援します。	018-860-5702
ものづくり支援	自動車関連企業の生産技術向上、コア技術の発掘、ビジネスマッチング、共同研究の形成、新製品・新技術の開発や売り込みを行うため「ものづくりパワーアッププロデューサー」を配置し、事業化までの一貫支援を行います。	018-860-5623
競争的研究開発資金等管理事業	企業の研究開発の促進を図るため、国等の競争的研究開発資金事業への提案支援や進捗状況管理、事業終了後のフォローアップを行います。	018-860-5702
ライフサイエンス人材育成事業（補助金等）	ライフサイエンス関連分野における県内企業による事業化を促進するため、最新動向の情報提供や県内企業による市場調査等を支援する。	018-860-5702

知財活用		TEL
知財の総合支援窓口	特許・商標等の出願やライセンス契約、知財紛争など、知的財産に関する悩みや課題の解決を支援します。	018-860-5614
中小企業外国出願支援事業（補助金）	国際的な事業展開や知的財産権侵害へ対応するために県内企業が行う外国への特許・商標等の出願を支援します。	018-860-5614

人材育成		TEL
営業力強化に向けた研修等の開催	県内企業の経営者及び営業担当者の資質向上をテーマに、営業担当者向けセミナー「営業力強化塾」、経営者向け「営業戦略策定研修」を開催します。	018-860-5623

情報提供		TEL
情報誌『ビックあきた』	県内で活躍する事業者の紹介、経営や各種補助金に関する情報等を提供する情報誌『ビックあきた』を発行します。	018-860-5603
ホームページ メールマガジン	各種支援施策、催事情報等を随時更新して発信します。 http://www.bic-akita.or.jp/	018-860-5603

企業経営や創業に関する課題解決にご利用ください！

平成30年度

ワンストップ移動相談所

あきた企業活性化センターでは、県内各地域で移動相談所を開設しております。課題解決にお悩みの方は、是非ご相談ください。

相談対象者

現在県内で事業を行っている個人及び法人、県内での創業を検討している個人が対象です。

相談内容

- 経営全般
- 資金関係
- 設備関係
- 技術関係
- 人材育成
- 新商品開発
- 新分野進出
- 創業
- その他

開設日時及び開催場所

【開設日】 毎週火曜日 (8月14日並びに12月25日～1月3日は開設しません。)

【開設時間】 10:30～15:00

場 所	月 日	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
鹿角地域振興局		24日		26日			18日	23日	27日			5日	26日
北秋田地域振興局		10日	29日		10日		4日		6日	11日		19日	
山本地域振興局			15日	19日		7日		2日	20日		15日		12日
由利地域振興局			1日	12日	17日	21日		16日			22日		5日
仙北地域振興局		17日		5日	31日		25日		13日		8日	26日	
平鹿地域振興局		3日	22日		3日		11日	30日		4日		12日	
雄勝地域振興局			8日		24日	28日		9日		18日	29日		19日

※相談を希望される場合は、できるだけ開催日の3日前までにお申し込み下さい。申込書は裏面に掲載しております。(3日前が土・日・祝日の場合はその前日までとなります。なお、事前のお申し込みは、開設日当日の相談を効率的に行うためのものであり、事前のお申し込みがなくとも当日の相談は可能です。)

開設場所の住所及び連絡先

▶ 鹿角地域振興局	鹿角市花輪字六月田1	総務企画部地域企画課	0186-22-0457
▶ 北秋田地域振興局	北秋田市鷹巣字東中岱76-1	総務企画部地域企画課	0186-62-1251
▶ 山本地域振興局	能代市御指南町1-10	総務企画部地域企画課	0185-55-8004
▶ 由利地域振興局	由利本荘市水林366	総務企画部地域企画課	0184-22-5432
▶ 仙北地域振興局	大仙市大曲上栄町13-62	総務企画部地域企画課	0187-63-5114
▶ 平鹿地域振興局	横手市旭川1-3-41	総務企画部地域企画課	0182-32-0594
▶ 雄勝地域振興局	湯沢市千石町2-1-10	総務企画部地域企画課	0183-73-8191

【お問い合わせ先】



公益財団法人あきた企業活性化センター

総合企画部 総合相談課 秋田市山王3丁目1-1 県庁第二庁舎2階

TEL 018-860-5610 FAX 018-863-2390