

BIC12

Business Information Center

Akita

2020
vol.473

公益財団法人 あきた企業活性化センター <http://www.bic-akita.or.jp/>

繋ぐ未来
秋田発の人材ベンチャーが
変化を強みに。

経営探訪

株式会社あきた総研

創業・起業支援
特集号

04 オンリーワン企業紹介
遊びを通して感性を磨く
のはらむら

05 Maide in Akita
オイル漬けで食卓に彩りを
オイル漬け専門店Norte Carta

06 センター活用事例
アロマ×洗剤でおうち時間を快適に人にも環境にも優しい“DEKISUGI”
アロマテラピーショップ ピーフレ

07 おしらせ
知財デザイン出張相談会
あきたNEXTモーターショー× ABS秋田放送

08 主催事業報告
あきた起業家交流フェスタ2020
起業家展示会／先輩起業家表彰

10 経営サプリメント
海外進出 はじめの一歩





経営探訪

株式会社あきた総研

秋田発の人材ベンチャーが
繋ぐ未来
変化を強みに。



M A N A G E M E N T

“30歳までに起業する”

「小さい頃はちやほやされたいという理由で社長になりたかったんですが、大学時代の経験が経営をしたいと気づかせてくれました」。株式会社あきた総研の須田紘彬代表はそう笑う。東京で過ごした大学時代、サークル活動で大会運営に携わり、自分の力だけでは成し遂げられないことがチームの力によって実現できる楽しさを経験した。不可能を可能にする、ひとつのチームを作りたいという気持ちに気づいたという。

卒業後は“30歳までに起業すること”を目指し、多くの業界の“社長”たちと出会える仕事として、人材業最大手のリクルートに2年間勤め退職。その後、「日本と同様に政府が大国との関係維持に気遣いながら、同じくらいの国土面積で、人々がどのように豊かに暮らしているのか興味があった」というニュージーランドに、ワーキングホリデーで約1年滞在。旅人100人と話すという目標を掲げ、宿に住込みで働きながら、様々な価値観やマインドに触れた。

「国を出るか死ぬかを迫られ、亡命してきた人と話しました。自分の地元に置き換えたら、視野が狭くなっているがゆえに死を選

んでしまう人がいるかもしれない、そう思い、秋田の未来を変えたいという想いが芽生えました。自分が地元でできることは、経験のある人材業だと考え、起業の準備を始めました」。

帰国後は独立を見据え、都内の人材派遣ベンチャーに就職。法務・広報・営業と、より専門的な知識を幅広く習得した。2013年、地方創生や働き方改革の声が聞こえ始めた時代の波をいち早く捉え、須田代表は28歳で帰郷。県庁内にある創業支援室を拠点に、個人のキャリア形成支援を軸とした秋田初の人材系ベンチャー、「秋田就職総合研究所」を設立した。

続けることが実績となる

「失業者にはハローワークがありますが、学生や転職希望者、再就職したい女性などが仕事について相談できる場や、求職者と、企業のキャリア採用の求人ニーズとをマッチングする組織が秋田にはなかった。すぐに利益には結びつかなくても、続けることがひとつの実績になるとを考え、社会的に必要とされることを地道に続けました」。始めの一年はアルバイトで生計を立てながら、市民活動などにも参加し人脈を築き、人材獲得には採用コストがかか



REPORT

るということの周知にも取り組んだ。2016年には「株式会社あきた総研」として法人化。求職者のキャリア形成を第一に考慮しながら、従業員満足度を上げることで、社員が自分の会社に求職者を呼び込むとなる会社作りのコンサルティングやインターンシップのコーディネートなど業務内容を拡大し、国からの事業受託や、行政からの事業相談を受けるようになってしまった。また、仕事について考える機会として、学生と社会人が立場や年齢を超えて“働く目的”について語り合うコミュニケーションイベント「ハタモク秋田」を、須田代表個人がボランティアの一環として2014年から主宰している。



1・2 秋田大学そばの事務所兼コワーキングスペース“SDB”。イベントスペースとしても利用可能でオンライン環境も完備。

3 社員にはリモートを含めた多様な働き方を推進。

4 企業理念は「出会いが加速する」。

時代と環境に合わせた変化を

あきた総研が提案するインターンシップは、1か月間をかけて学生が企業の経営課題解決に取り組む。学生にとっては、成果を求められることで単なる体験や時給制の労働では得られない成長の機会となり、企業は学生から気づきをもらう好機となる仕組みだ。今年はインターンシップもオンライン開催となつたが、「変化を恐れず、サービスや業態をすぐに変更できる柔軟さと瞬発力が小さな会社の強み」と須田代表が話すとおり、予定していた講演やセミナー等のキャンセルの申し出に対して、オンラインでの開催を提案したところ、新規の依頼も舞い込んだという。

「学生には、会社説明会がオンラインになっているのはむしろチャンス、知らない業界でもとりあえずたくさん聞き、“興味がない”は知つて初めて言える言葉だ、と話しています。企業にとっても同様で、変われない会社は続かない。変化する時代だからこそ、今動いた人にチャンスがあると考えています」。

苦難の時代だからこそ、挑戦する意味がある。須田代表がつくりあげたチームは、周囲の人たちを巻き込みながら、着実に秋田の未来を動かす力となっている。

ONLY1

オンリーワン企業紹介

遊びを通して
感性を磨く



のはらむら

子どもと、かつて子どもだった大人にも、豊かな感性と生きる力をはぐくむ「遊び」を。「のはらむら」には、選び抜かれた国内外のおもちゃやアナログゲームが並ぶ。

本物のおもちゃの魅力を広めたい

おもちゃと遊びの専門店「のはらむら」には、大小さまざま、色とりどりのたくさんのおもちゃが並ぶ。「目で追う、口に入れる、つまむ、音を出す。おもちゃは子どもの発達に大きな役割を持っています」と話すのは、20年間の幼稚園教諭経験を持つ、代表の工藤留美さんだ。

アニメやキャラクターが描かれたおもちゃが大型店にあふれる中、工藤さんは教育者として、また親として、自らのフィルターを通して選んだ国内外の良質なおもちゃを手に入れながら、子どもたちの教育に携わってきた。

「子どもの発達を考えてつくられた、何十年もデザインが変わらないおもちゃがヨーロッパにはたくさんあります。そんな本物のおもちゃを扱っているお店が秋田にはなかった。ちょうど幼稚園教諭としてはやりきったと感じていた頃に、脚本家の内館牧子さんが50歳で大学院に入学し、学び直した話を聞きました。新しいことをやるには年齢は関係ない。できないと死ねない! そう思い立ち、2014年にこのお店をオープンしました」。

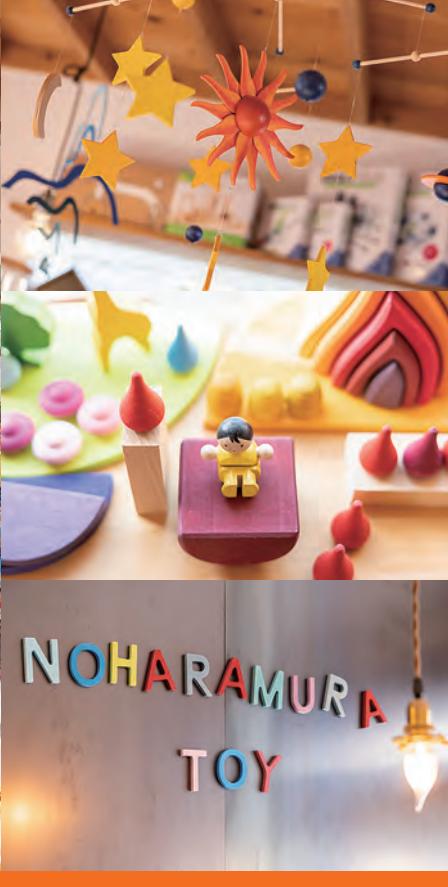


心を動かす保育環境を

工藤さんはオープン以来、子ども、大人を問わず“より豊かに遊びたいすべての人”に向けて、おもちゃの遊び方講座、アナログゲーム会、ものづくりに関わっている人たちとのワークショップといった遊びの空間を積極的に作り出してきた。イベントが実施できなかったこの一年を経験して、「遊びを通して喜んでもらっている姿を見たい」という自分の気持ちにあらためて気づいたという。

「今、メディアの影響でアナログゲームの需要が伸びているんです。幼児からおじいちゃんまで、みんなで楽しめることが魅力です。ワークショップは、作品づくりを通してプロの力や仕事を知り、自分もやってみたい!というきっかけや、目覚めていない好奇心の刺激になれば、と考えています」。

また、園や子育て支援施設、店舗の“遊び場”的企画や改善、保育現場での指導や講演など、遊びと幼児教育の専門家として活動の場をさらに広げている。「大切なのは大人も一緒に感性を磨き、その遊びによって何を伝えたいのかを考えながら、本気でおもちゃ選びや遊びに取り組むことです。豊かな遊びのある暮らしと、幼児教育や保育環境の質を高める手助けとなる提案をしながら、昔の駄菓子屋さんのような、より気軽で楽しいおもちゃ屋さんになるのが夢です」。



NOHARAMURA
TOY



代表
工藤 留美
Rumi Kudo

のはらむら
〒010-0815
秋田県秋田市泉馬場6-12
TEL. 018-868-4473
<https://noharamura.com>

会社概要
おもちゃの販売、保育環境の提案



Made in AKITA

メイド イン アキタ

「いぶりがっこチーズのオイル漬」「しいたけタブナード」は「buyer's room award 2020」(全国商工会連合会主催)で経済産業大臣賞など受賞歴多数。

オイル漬けで
食卓に彩りを

オイル漬け専門店Norte Carta

「オイルで素材をもっと美味しく」をコンセプトにする秋田県八峰町のオイル漬け専門店。

店名は、秋田県と同じ北緯40度線上にあるスペインの言葉で「北の手紙」、「北のメニュー」を意味する。

規格外しいたけをごちそうに!

八峰町のオイル漬け専門店「ノルテカルタ」の「しいたけタブナード」が、今年、ANA一部国際線のビジネスクラス機内食として提供された。ノルテカルタの創業者は、「オイル漬け」というマーケットが空いていたので、何らかのオイル漬けを作ろうと思いついて創業しました」と話す岡本大介さんだ。「2018年に創業し、何を作ろうかと考えあぐねていた時に、地元の農家から、出荷ができない規格外のしいたけを日々捨てているという話を耳にしました。しいたけはありふれた食材ですが、加工品はほとんどない。地元で安定的に食材を調達でき、フードロス削減と生産者のためにもなる。一石二鳥だと思いました」。岡本さんは、発酵食の資格を持つ菅原美里さんと共に、しょつるや麹など秋田らしさを取り入れたしいたけのオイル漬けシリーズを試作し、商談会に出展した。しかし、のちに機内食に大抜擢される実力を秘めた商品であっても、販路開拓は簡単ではなかった。「約300社の方と名刺交換したものの、量産体制が整っていなかったこともあり、取引に結び付きませんでした。まずは県内で知つてもらおうと週末に試食販売を繰り返しましたが売上を伸ばすのは容易ではなく、もっと売れる商品を作らなければならぬと考えました」。

視点をずらして、“新しさ”を提案

“売れる商品”的研究を重ね、今年1月に発売したのが、伝統的な秋田名物を全く新しい商品に仕上げた“いぶりがっこチーズのオイル漬”だ。商談会で名刺交換した先に紹介したところ想像以上の反響が得られ、県内のみならず首都圏の高級スーパーやワインの通販サイト、自社通販等で年間3万個を売り上げる大人気商品となっている。それと前後するタイミングで、「しいたけタブナード」が催事で関係者の目に留まり、のちに機内食に採用されることとなった。

「地元の生産者さんからは“俺のしいたけが空を飛んだ!”と喜んでい

ただけました。原点であるしいたけの商品は、これからも生産者と連携しながら発展的に継続していきます。人気商品を持てたことで、既存商品にも興味を持っていただけるようになったので、常に視点をずらしながら、目新しいもの、他がまだやっていないことを探して、新商品を開発していきたいですね」。



代表
岡本 大介
Daisuke Okamoto



オイル漬け専門店
Norte Carta(ノルテカルタ)
〒018-2635
秋田県八峰町八森字下嘉治助台69-6
TEL. 0185-57-3444
FAX. 018-803-7292
<https://nortecarta.theshop.jp/>

会社概要
オイル漬け製品の製造、販売



センター
活用事例
商標出願



店名はPower from the Earthの頭文字を取りPfre(ピーフレ)

アロマネックレスは秋田のガラス作家とのコラボ。
好みのアロマオイルを入れ、香りを楽しめる。

アロマ×洗剤でおうち時間を快適に 人にも環境にも優しい“DEKISUGI” アロマテラピーショップ ピーフレ

〒010-0001 秋田県秋田市中通2-1-1 1F TEL.018-853-7278 FAX.018-853-7279
<http://pfre-aroma.com/>

自然の恵みで内面から元気に

秋田市広小路沿い、千秋公園のお堀を臨む角に立つアロマテラピーショップPfre(ピーフレ)。代表は、元ABS秋田放送のアナウンサーの二田雪絵さんだ。アナウンサー時代、激務による疲労やプライベートでも注目されるストレスから二田さんを救ったのが、幼少期を過ごしたオーストラリアではごく自然に日常に溶け込んでいた、アロマやハーブだったという。「アロマやハーブは諸外国では代替医療や補完医療として活用されています。香りを嗅ぐことでセロトニンの分泌を促す効果があると言われているアロマもあり、私自身もそのおかげで元気を取り戻せたんですよ」。アロマテラピーの力を再認識した二田さんは、東京でフリーアナウンサーとして多忙を極める中、3人の子育てをしながら「AEAJ認定アロマテラピーインストラクター」の資格を取得。その後、家族と共に再び秋田に戻ったのをきっかけに、自分が秋田にいる意味について考え、その答えとして2017年にPfreをオープンした。

“DEKISUGI”でアロマを身边に

「アロマは趣味の範疇と捉えられがちですが、適切に使うことで、心身の不調の軽減や快適な暮らしの手助けとなります。より健康で心地よく暮らせるように、アロマテラピーを正しく知ってもらい、上手に取り入れた生活を広めることで暗い話題に覆われがちな秋田県の社会的課題を解決するための力になりたい。それが私の使命だと考えました」。身近な日用品からアロマの良さを体感してもらいたいと開発したのが、オリジナル洗剤“DEKISUGI”だ。界面活性剤の量を抑え手と環境にやさしく、秋田杉とラベンダーの香りで家のストレス軽減を期待できるという。「多用途に使える優秀な洗剤ができたので、活性化センターの知財窓口を活用しながら商標調査をしたうえで、“DEKISUGI”と名付けました。Pfreではオリジナルブレンドを含め80種以上の精油と、ハーブティーなども扱っています。アロマやハーブのある暮らしの提案を通じて、皆さんに“元気”を届けていきたいと思っています」。

活用事例

知財の総合支援窓口

特許や商標などの知的財産の出願・権利化、技術ノウハウ等の知的財産の秘匿管理、
知的財産のビジネス活用などに関するお悩みや課題の解決を支援します。

お問い合わせ 知財・デザイン支援課 TEL.018-860-5614

こんなお悩みありませんか？

- この名称やデザイン、使っても大丈夫かな？ 自社商品を他社に真似されないためには？
- デザイン会社はどうやって選んだらいいの？ いい商品のはずなのに売れないのはなぜ？
- 会社の知名度をもっと上げるには？ 自社技術やノウハウを守るには？

開催スケジュール



[知財ミニセミナー講師]
INPIT 秋田県
知財総合支援窓口
石川 直人
いしかわ なおと



[デザインミニセミナー講師]
デザイン相談員
奥壽 ひさし

- 13:00 デザインミニセミナー
「しくじる理由とその対策」
- 13:40 知財ミニセミナー
「その商品名、大丈夫？」
- 14:20 知財・デザイン相談会
1社あたり約50分
※できるだけ予約をお願いします
- 16:20 終了

【@能代】 2020年
12月18日 [金]
能代市役所
3階 会議室10

【@横手】 2021年
1月13日 [水]
横手市交流センター
Y2(わいわい)ぶらざ
3階 研修室3

出張相談会

無料参加
ミニセミナー付

お問合せ先・申込み先／知財・デザイン支援課 TEL:018-860-5614 Email:info@idsc-akita.net

あきたNEXTモーターショー×ABS秋田放送



— 未来に一步近づくテレビ —

by AKITA NEXT MOTOR SHOW

ABS秋田放送で2021年1月～3月放送予定！

日本経済を、秋田県の経済を支える「自動車産業」。その自動車産業は今、「100年に一度の変革期」を迎えています。ここ、秋田にもクルマづくり・サービスの現場で、未来に向けて必死にこの変革期と向き合う人々がいます。刻々と変化するクルマとその周辺で起こっている「今」を、秋田で自動車産業に関わる「人」を通じてお伝えします。

特番「クルマと秋田の未来」12月30日㈭ 12:00～12:55



2021年1月
の放送予定

- | | | |
|------|-------------|-------------|
| 2日㊁ | 22:54～23:00 | ミツミ電機株式会社 |
| 7日㊁ | 22:54～23:00 | 株式会社秋田スズキ |
| 8日㊁ | 22:54～23:00 | 株式会社小瀧電機製作所 |
| 9日㊁ | 21:54～22:00 | 秋田県立秋田技術専門校 |
| 15日㊁ | 22:54～23:00 | 秋田県トヨタ会① |
| 16日㊁ | 21:54～22:00 | 秋田県トヨタ会② |

- | | | |
|------|-------------|--------------|
| 21日㊁ | 22:54～23:00 | 株式会社東北マツダ |
| 22日㊁ | 22:54～23:00 | 秋田ダイハツ販売株式会社 |
| 23日㊁ | 21:54～22:00 | 大橋鉄工秋田株式会社 |
| 29日㊁ | 22:54～23:00 | 日産秋田会① |
| 30日㊁ | 21:54～22:00 | 日産秋田会② |

※放送日および放送内容は変更になる可能性があります。

あきた起業家交流フェスタ2020

開催内容 秋田県内の起業意識の醸成および起業家の発掘、起業家への支援を目的とした交流イベントを開催

創業・起業家同士の仲間づくりの場 起業家展示会

「起業家展示会」は、秋田県内を拠点に活躍する創業・起業家を対象に、相互交流や、新たな人脈づくり、事業の発展、新しいビジネスの創出等に繋げることを目的としており、今年で4回目の開催となった。

食品や雑貨、デザイン・映像等のクリエイティビティやオリジナリティにあふれるサービスを提供する34社が参加。会場内には各社工夫を凝らしたPRブースが並び、司会者によるブースインタビューや出展者プレゼンが随時開催されるなど、出展者同士や来場者との交流の場として大いに盛り上がった。

参加者の声

2020年起業 映像制作・ブランディング事業 アウトクロップ・スタジオ

小古間 隆さん

松本 隆慈 トライヴィスさん

栗原 エミルさん



大地深くに眠る鉱石や原石などを掘り起こすことを「アウトクロップ」といいます。そんな大地に覆われた“見えない”原石を見つけて掘り起こし、「見えなかった」物語を映し出していきたい。その想いで、国際教養大学在学中から映像制作を始め、今年起業しました。全員が県外出身ですが、秋田に来て、秋田が好きになった3人。自主制作した短編ドキュメンタリー映画「沼山からの贈りもの」は、東北映像フェスティバル2020で大賞をいただきました。日本に、秋田に眠っている宝を掘り起こし、映像を通して魅せていくよう、頑張っていきたいと思っています。

2020年起業 除菌・消臭水の製造・販売 エムアイサポート

菅原 一聖さん



新型コロナウイルスの拡大をなんとか防ぐことができないかという思いで創業いたしました。アルコールに代わる除菌・消臭水「ナノアール(弱酸性次亜塩素酸除菌・消臭水)」の製造・販売を行っています。炭酸ガスを「ナノバブル化」して閉じ込める独自の製法により、次亜塩素酸ナトリウム水溶液(塩素系漂白剤)と比較して約80倍の除菌力を実現しました。粗悪な類似品や事実とは異なる報道によって誤解されがちな商品なので、皆さんにもっと知って頂けるよう丁寧な説明と積極的なPRを行っていきたいと思っています。



「起業家展示会」参加者のみなさん

11月10日(火)、秋田拠点センターALVE

「きらめき広場」を会場に

「あきた起業家交流フェスタ2020」を開催した。

「起業家展示会」、「先輩起業家表彰」と、

「起業家交流会」の3部構成で行われた。



先輩起業家に学ぶ!

先輩起業家表彰

秋田県は、今年が2回目の開催となる「先輩起業家表彰」を、「あきた起業家交流フェスタ2020」に併せて実施した。この表彰は、県内で起業を目指す方々の創業意識を高めることを目的とし創設されたもので、2019年は秋田ノーザンハピネット株式会社 代表取締役社長 の水野勇気氏を表彰。今年は秋田を代表する起業家として、いずれも秋田市の株式会社コネクト 代表取締役 中村猛留氏、インターフェイス株式会社 代表取締役 野澤一美氏2名を表彰。中村氏は、事業の一部を団体や企業に支援金として還元を行ったり、商工会議所青年部会長を務めたりと積極的に地域貢献を行っていること、野澤氏は、フレックス制や子連れ勤務、在宅勤務など多様な働き方を取り入れているほか、県内大学生向けの職業体験を実施し、新卒者を積極的に採用している点が高く評価された。

県の猿田産業労働部長は、表彰にあたり「わが国は先進国の中でも開業率が低く、本県はその中でもさらに低位な状況にある。その要因の一つに「起業」というものが仕事を選ぶまでの選択肢の1つとなりうるという認識の低さがあるのではないか。県内で活躍されている素晴らしい起業家の皆様を表彰し、広く知って頂くことで未来の起業家誕生の一助になればと考えている」と語り、来場者に向けて「お二人のご活躍も参考に、新たな可能性に挑戦されることを心から期待している」と呼びかけた。



株式会社コネクト

受賞
コメント

代表取締役 中村 猛留 さん

弊社はOA機器の販売やネットワーク構築に関する工事を専門とし、2012年に起業しました。2017年よりサッカーチームのブラウブリッツ秋田や障がい者支援団体きょうされんとの連携により地域還元型通信回線コネクト光を新規事業として始め、インフラから末端の機器までを事業領域とすることが出来ました。9年目を迎えるにあたり、特に大切だと感じているのは、自分の事業がそのまま地域貢献になっているという意識を持つことです。近江商人は売り手よし買い手よし世間よしの三方よしの経営哲学を持っていました。地域に受け入れられる事業とは世間が必要としています。成功事例も失敗事例も仲間と共に共有し、一緒に地域を盛り上げていければ幸いです。



インターフェイス株式会社

受賞
スピーチ

代表取締役 野澤 一美 さん

化粧品や美容品、日用品、サプリメントのクリニカル試験受託機関という自分自身が大好きな仕事で起業しました。起業はゴールを決めることは大切ですが、ゴールを達成することが目的ではありません。人生をかけるくらい好きな仕事で、辿る道の途中の挫折、達成感すべてを味わえるのが起業家の醍醐味です。

また、私は単身できましたが、今まで様々な方に助けられてきました。特に秋田は起業家が少ないので注目されやすいですし、困ったときはたくさんの周りの人が助けてくださいます。これから起



業する人たちは秋田で起業するたくさんのメリットを活用して、秋田から県外、そして世界に向けて活躍して欲しいと願っています。



経営サプリメント

各方面の専門家によるビジネスに役立つエッセンス

海外進出 はじめの一歩



少子高齢化と人口減少は秋田県だけではなく、全国で同様のトレンドが続き市場縮小が続くのが確実です。更にインターネットの発達やスマートフォンの浸透による情報化と、観光客インバウンド及び海外旅行や海外移住の増加でグローバル化を痛感する皆様も多いと思います。このような世情を反映し海外進出・展開する企業が増えています。

日本は従来から内需主導型であったため、かつての成功体験に拘り、「海外事業は大手がするもの」「海外進出・展開は面倒くさい」という固定観念を持っている中小企業も多いと思いますが、生き残りや成長を考えると中小企業にとっても海外進出・展開は無視できない戦略の一つになるでしょう。

例えばイタリア、スイス、ドイツではスマートリビングや家族経営の零細企業でも、世界中で売り上げを立てるケースが多く、日本企業も見習うことができるはずです。秋田県には農産品、食品、伝統工芸品をはじめとしてユニークで高品質なものが多く、海外各国でも充分に人気が出るものだと確信しております。

秋田県内の状況

秋田県の海外進出状況(事業所としての進出だけでなく輸出も含む)調査結果において、回答270社のうち「既に進出している」と答えたのは12.2%(33社)であった。

業種別では、製造業が22.0%(27社)となり、このうち電子部品30.4%(7社)、機械金属26.9%(7社)の2業種で海外進出が進んでいる。また、酒造では50.0%(6社)が既に進出していると答えており、輸出による海外展開が積極化していることが窺われる。一方、非製造業は4.1%(6社)と少ないものの、運輸、情報サービスなどで進出している企業がみられる。

県内企業の海外進出は現状では全産業で1割程度に止まっているが、「進出する予定がある」とする企業が1.1%(3社)、「検討は行いたい」とする企業も5.2%(14社)あり、今後は徐々に増えてくる可能性がある。

出典:秋田経済研究所2015年記事



(公財)あきた企業活性化センター
秋田県よろず支援拠点 コーディネーター

中橋 圭輔

(一社)秋田県SDGs協会 代表理事
セカイセールスコンサルティング(同)代表
国内外のITベンチャー企業で事業開発、海外営業、マーケティング等に携わってきました。秋田県内の事業者様が外貨を稼ぎ、更なる事業成長ができるよう支援頑張ります。
一般社団法人秋田県SDGs協会
<https://www.akita-sdgs.org/>
セカイセールスコンサルティング合同会社
<https://www.sekai-sales.com/>

進出前にやるべきこと

プランニング

なぜ海外進出・海外展開したいのか

- ポジティブな理由ですか?
- ネガティブな理由ですか?

実際に実行可能なのか(フィジビリティスタディ)

- 予算は十分ですか?
- 人員は揃っていますか?
- スケジュールは大丈夫ですか?

どのように実現するのか

- 海外に拠点を作りますか?
- 海外に拠点を作らず事業しますか?

誰と実行するのか

- 自社単独で実行しますか?
- 外部団体と実行しますか?

市場vs生産・調達

販売市場として

販路拡大のために拠点設立

- 子会社
- 支社
- 現地資本とのJV(ジョイントベンチャー)
- 駐在員事務所
- 販路拡大のために提携先確保
- 販売代理店

拠点を持たず進出

- 越境EC
- 日本から直接商品を発送
- 現地の倉庫から商品を発送
- 現地の委託先から商品を発送

生産・調達の拠点として

- 生産コスト削減
- 工場設立
- 仕入れを有利に
- 研究開発の拠点
- 海外人材確保
- 海外向け商品開発



マーケティング

SWOT分析 強み (Strengths) 弱み (Weaknesses) 機会 (Opportunities) 脅威 (Threats)

4P定義 製品 (Product) 価格 (Price) 流通 (Place) プロモーション (Promotion)

STP定義 セグメンテーション (Segmentation) ターゲティング (Targeting) ポジショニング (Positioning)

3C分析 自社 (Company) 顧客 (Customer) 競合 (Competitor)

PEST分析 政治 (Politics) 経済 (Economy) 社会 (Society) 技術 (Technology)

市場の選定と理解

さまざまなカントリーリスク要因

- 急激なインフレや通貨の急落
- 国債の債務不履行
- 政権交代による経済・通商政策の変更
- 戦争や内乱
- 地震や洪水などの自然災害 など

市場の特性を把握しましょう

- 市場規模
- 成長性
- 文化
- カントリーリスク
- 商品・サービスの需要
(競合の状況も含む)

進出先を決めましょう

- 特定の都市へ進出する?
- 一つの国へ?
- 複数の国へ?
- 特定の地域へ?
- 複数の地域へ?
- 全世界へ?

いかがでしたか?海外での事業は国内以上に大変でリスクも大きいですが、失われた30年で人口も市場も増えない日本とは違い、海外市场には多くのチャンスがあります。また、海外で事業展開して、日本へ逆輸入し盛り上げるという効果が見込めることも。

次回は海外進出・展開に関して、実際の進め方と成功・失敗の具体的な事例を紹介したいと思います。

〈あきぎん〉CSR私募債

「〈あきぎん〉CSR私募債」は、私募債を発行されるお客さまから受け取る手数料の一部(私募債発行額の0.20%相当額)を拠出し、地域の学校や医療・福祉施設、環境保全や文化財保護を行う団体等へ寄贈を行うもので、寄贈先についてはお客さまにお選びいただけます。



世界自然遺産 白神山地

「〈あきぎん〉CSR私募債」の5つのポイント

ポイント1

社会貢献活動への取組み

社会貢献活動に取り組むことができ、企業イメージの向上につながります。(寄贈にかかる調整や事務等は当行が行います。)

ポイント2

寄贈先を選べる

寄贈先は発行企業さまにお選びいただけます。
(指定がない場合は当行が選定いたします。)

ポイント3

資金繰りの安定・ 長期安定資金の確保

固定金利で長期安定資金を調達できるとともに、期日一括償還のため期間中の償還負担を軽減でき、資金繰りに余裕が生まれます。

ポイント4

資金調達手段の多様化

銀行借入と組合わせすることにより、発行企業さまの計画に合わせた資金調達が可能となります。

ポイント5

信用力・知名度の向上

私募債の発行は一定の適債基準を充足する優良企業に限定されるため、自社の信用力の高さを対外的にアピールすることができます。

【寄贈分野】

- 学校教育
- 児童福祉
- 医療福祉
- 環境保全
- 文化財保護
- 世界遺産保護 など



くわしくは、お近くの〈あきぎん〉窓口でご確認ください。

 秋田銀行
<https://www.akita-bank.co.jp/>