

元気な企業を応援するビジネスマガジン ビックあきた

# BIC Akita

Business Information Center

9 vol.446  
2018.September

伝統と革新の両立  
地域と融合した酒造り

経営探訪



## 04 センター活用事例

異色のコラボで美味しく健康に!  
株式会社 かおる堂

地元で繋ぐ新しいチェーンのカタチ  
株式会社OGG

## 06 商標、とれたて!!

地域で育み、地域で守る  
日本一大きい「西明寺栗」  
西明寺栗生産販売事業協同組合

## 07 主催事業報告

営業秘密管理セミナー in 由利本荘

## 08 経営サプリメント

「知的財産」の力を中小企業経営に活かそう!

## 10 おしゃせ

商品企画セミナー  
食品開発強化セミナー／あきた起業家交流フェスタ2018

## 合名会社 鈴木酒造店

伝統と革新の両立  
地域と融合した酒造り



全国有数の酒蔵数を誇り、“美酒王国”と呼ばれる秋田県内で5番目に古い歴史をもつ鈴木酒造店。創業は元禄二年(1689年)。宝暦には秋田藩主佐竹公より、品評会に出した酒を『秀でて良し』と激賞され、『秀よし』と命名され、嘉永元年、藩の御用酒となつた。培つた伝統を守る一方で、日本酒の新しい可能性を模索。鈴木直樹代表を中心に、発泡清酒「ラ・シャンテ」の開発や海外進出、外国人職員の採用等、積極的に取り組んでいる。

### 酒造りの真髄は地域の食文化との和合

「地域の恵みである米と水を使い、お酒は造られます。だからこそ酒蔵は、地域とともに歩み、受けた恩恵を還元するものでなければいけないと思っています」。

何よりも“地域共存”を尊ぶ鈴木代表の矜持は、直接教えを受けた祖父や父、そして来年2019年で330年を迎える蔵の歴史を受け継いだものだ。先人の資料を読み解いたり、伝え聞いたりした話によると、鈴木酒造はいつもこの地に助けられてきた。ある年、蔵のタンクから酒を抜かれて一滴もなくなり、商売ができなくなったこともある。その時、地元の人たちの支援によってその年の財政を乗り切ったという逸話は、現代の社員にも共有され、行動規範へとつながっている。

「300年以上の間、どれだけ助けられたことか。当蔵はありがたいことに、大火に見舞われたことが一度もない。だから、創業以来の酒造記録を記した酒造伝記や当時のエピソードといった貴重な資料のほとんどが残っているんですよ」。

記された酒づくりの方針は、『その地で育まれた食文化に合う日本酒』。全国に1000の蔵があるのであれば、その地域ならではの1000通りの味があるはず、というのが鈴木代表の持論だ。甘い・辛いといった時代の流行に左右されることなく、あくまでその年に獲れた米と水から最高の味を造りだす。

「私自身を育ってくれた仙北の食文化に一番合う酒でありたい。そして、この蔵の酒が地域の食文化を守り、支えるもののひとつになれたらこんなに嬉しいことはありません」。

### 失敗は財産 逆境で見えた自社の強み

伝統の技と精神を受け継ぎながら、鈴木代表は従来の常識に囚われない。2010年に発売された発泡清酒「ラ・シャンテ」は、あきたこまち100%と奥羽山脈の伏流水のみで醸造されながらも、まるで白ワインのような味わいを窺わせる。新感覚の日本酒は、女性を中心に瞬く間に人気商品となった。

「私の代で発売に至りましたが、実は原点は30年前。祖父が

全国各地の酒蔵とともに“米の可能性”について研究していた際に試作品として造り出されたものです。初めて飲んだときは、日本酒がこんな味を出せるのかと衝撃を受けましたね。

同じ味を守りながら、同じ材料で全く新しい酒を生み出す。創業から続く酒造伝記にも古今東西、さまざまな酒を研究した記録が残る。柔軟で革新的な発想を愛する企業文化も代々受け継がれてきたものなのだろう。就任以降、鈴木代表は、酒づくりだけなく販路戦略も時代に合わせて大きく舵を切った。

「祖父からは地域に還元するために、造った酒の8割は地元で売れ、と言われてきました。今でも大部分は地元で販売していますが、人口減少や高齢化といった課題は多く、次世代を考えるとそこだけのマーケットに頼り切るわけにはいきません。10年程前から、海外市場の開拓や新しいブランドの開発等、更なる販路拡大に力を入れています。」

当初は苦戦した海外販路の開拓。商談会では手応えを感じるも、いざ取引となると大手商流は固定化され、入り込む隙はなかった。それでも、地道な努力や良縁との巡り合わせにより、ようやく評判が定着。アメリカやイギリス、フランス、台湾



1 最盛期には蔵人たちの酒屋唄が響き渡る

2 杉玉。新酒の時期が待ち遠しい

3 人気の「金瓢箪」。丁寧な作業で出荷される

4 蔵内にあるショップ

5 美しい自然と調和する酒蔵

表紙 鈴木代表(中央)と山崎安妙美さん(左)、アレックス・チャイルズさん(右)

と、徐々に参入市場を拡大させてきた。さらに国内では付加価値を高めたサブブランド「龍蟠」を立ち上げる等、代々受け継いできた技と知恵の可能性を信じ、力強く事業を牽引する。

## 酒蔵観光で盛り上げる 未来を見据えた地域共存へ

全ての事業の根幹にあるのは地域共存の想い。鈴木代表の目は、常に時代に見合った地域とのあり方を見据えている。その中で、今最も力を入れているのが酒蔵観光だ。

酒蔵の中央には米を蒸すための巨大な和釜があり、酒づくりの時期には大きな湯気が吹き上がる。奥へ進めば吟醸香が漂い、蔵人たちの酒屋唄が響き渡る。ライブ感たっぷりの五感を刺激する酒蔵見学は、人種・国籍を問わず訪れた観光客を魅了する。

「ここにあるのは豊かな自然はもちろんのこと、仙北市は県内有数の観光地で、海外からの観光客もかなり多くなってきました。酒蔵観光を通して地域文化を世界へ発信し、地域に貢献できれば。」



昨年は日本酒をこよなく愛するという秋田在住の外国人従業員を採用。日頃の業務や観光客への対応で重要な戦力となっている。また、秋田で活躍するスポーツチームや地元企業への協力も惜しまない。地域を愛し、地域に愛されてきた鈴木酒造。創業330年を目前に、その歩みは加速を続ける。



### 合名会社 鈴木酒造店

〒014-0207  
秋田県大仙市長野字二日町九  
TEL 0187-56-2121  
FAX 0187-56-2124  
<https://www.hideyoshi.co.jp>

代表社員  
鈴木 直樹

すずき なおき

- 創業／元禄二年(1689年)
- 資本金／450万円
- 従業員数／29名
- 営業品目／清酒の醸造および販売

# 異色のコラボで美味しい健康に!

株式会社かおる堂

〒010-0941 秋田県秋田市川尻町大川反170-82  
TEL 018-864-4500 / <http://www.kaorudo.jp>

## 大学病院×老舗菓子店がお届けする “大学病院の先生が考えたサプリ饅頭”



「美味しい  
身体に良い。ぜひ  
食べてほしい」と  
小林さん



### お菓子で高齢者の健康維持に一役!

「構想段階では、案外簡単に作ることができそうだな、と思っていました」。そう笑うのは、秋田市の老舗菓子屋・かおる堂で和菓子づくりを担当する小林課長だ。同社・藤井社長の次男で整形外科医の藤井昌さんが、高齢化の進む秋田県において食を通じた健康づくりを後押ししたいと発案。特に骨粗しょう症予防に効果があり、高齢者に不足しがちなビタミンDをどんな食品なら摂取しやすいかについて病院でアンケートを取ったところ、おまんじゅうを望む声が多く集まり、家業に話を持ちかけた。

「我々だけだったら嗜好品の菓子でサプリのように“栄養を取る”という発想はなかった。それに、いざ取り組んでみたら、普段の菓子作りと同じようにはいかず、苦労の連続でした」。

一定量のビタミンDやカルシウムを小さな饅頭一つひとつに均一に配分する。あきた企業応援ファンド事業を活用して進めたその開発には、想像以上の困難が伴った。水分量や蒸発、攪拌作業等、工程がほんの少し変化しただけで、最終的な含有量が変わっていく。しかし、ビタミンやカルシウムにこだわりすぎると菓子としての色や香りが失われる。試行錯誤を重ねたうえ、県や総食研からのアドバイスで製造工程を工夫し、この問題を解決。1年以上の月日を要し、ようやく商品化にこぎつけた。

### 毎日手軽に、美味しい食べられるものを

3個で1日に必要とされるビタミンDを摂取できるサプリ饅頭。やや小さめの饅頭は高齢者でも食べやすい大きさだ。毎日食べて貰えるように、血糖値が上がりにくい砂糖も使用している。

「栄養を取ることはもちろん大事ですが、菓子屋として美味しいお菓子を作るわけにはいかない。あくまでも“美味しい健康に”。今後は、和菓子だけでなく洋菓子でも健康に良いお菓子の開発に取り組んでみたいですね」。

満を持しての発売から約2ヵ月。既に北海道から沖縄まで、県外からの問い合わせも相次ぐ。高齢化問題を抱える秋田発の“大学病院の先生が考えたサプリ饅頭”。ぜひ手軽につまんでみてほしい。



工場内では日々様々な商品が製造される。  
写真は新商品の「秋田犬もろこし」

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

設備・研究推進課

TEL.018-860-5702

# 地元で繋ぐ新しいチェーンのカタチ

株式会社OGG

〒013-0060 秋田県横手市条里2丁目8-6  
TEL 0182-23-6726 / <http://danjurou.com>



## 地域も社員もハッピーに! 二代目 男寿狼オープン

「それぞれの  
店舗で食べ比べて  
欲しい」と  
柴田さん



### 横手市内で系列3店目オープン

今年7月、横手市の秋田ふるさと村近くにオープンした「二代目 男寿狼」。白木を基調とした落ち着いた店内では、「からあげ定食」「チキン南蛮定食」といった鶏料理を中心とした食事を楽しめる。同じ横手市内にある人気のラーメン男寿狼、やきにく男寿狼に続き、3店舗目となる「男寿狼」のチェーン店。これを仕掛けているのが、代表の柴田さんだ。

「自分が店に立つことはほとんどありません。新店をオープンさせるまでが自分の仕事。店舗ごとに特徴を打ち出しながら、オープン後はスタッフに任せ、店を育ててもらっています」。

柴田さんが道筋を示し、任されたスタッフが店を大きくする。フランチャイズと似たシステムだが、同形態の店舗をマニュアル化されたノウハウで展開するそれとは異なり、それぞれの店に特徴を持たせる柴田さんのビジネスモデルは同地域では例がなく、苦労も多かった。

「店を1軒生み出すためには、まずは店を任せられるスタッフの育成が必要。それには時間もかかります。同級生のラーメン屋で一年修行させてもらって以来、ほぼ独学で経営を学んだため、トライ＆エラーの繰り返し。一人では解決できない場合等、さまざまなシーンでセンターに相談に乗ってもらいました」。

### 地元を軸に雇用を生み出す

ふるさとである横手を軸に、次々とアイデアを生み出しては形にし、地域の雇用にも貢献してきた。ここ数年で柴田さんが手掛けた店は飲食店に限らない。

「会社のモットーは、地域を盛り上げ、地元の発展に貢献すること。現在は飲食店ですが、業種にこだわりはありません。将来的には、スタッフ一人ひとりがやりたいことをやってもらいたいと思っています。地域もスタッフも、みんなが幸せになれる仕組みを作りたいですね」。



ランチは定食やラーメン、夜は鳥もつや水炊き等、家族連れをはじめ幅広い世代の客層で連日賑わいを見せる。

事業概要

秋田県よろず支援拠点

売上拡大、経営改善など経営上のあらゆる悩みの相談に対応。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

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



地域で育み、地域で守る  
日本一大きい「西明寺栗」  
地域団体商標登録!

## 西明寺栗生産販売事業協同組合

“日本一大きい栗”といわれる仙北市西木町の特産品「西明寺栗」が今年6月、県内では“秋田諸越”や“横手焼きそば”に続き、11件目となる地域団体商標に登録された。地域団体商標とは「地名+商品名」からなる地域ブランドの保護を目的とした商標で、本件の登録者は西明寺栗生産販売事業協同組合。年々、需要が高まる「西明寺栗」の商標取得を契機に、ブランド保護と更なる販売力強化に励む。

### 地域で育んできた宝を守りたい

「西明寺栗は300年以上前からこの地域に伝わってきた栗。今では毎年全国から注文をいただき、最盛期は供給が追い付かないほど。だからこそ、地域を挙げてきちんと守っていかなければいけないと思います。」

2015年、西明寺栗を生産する事業者28名によりブランド保護と販売力強化を目的に設立された西明寺栗生産販売事業協同組合。幼い頃から栗林に囲まれて育ったハ柳さんが代表理事に就任後、まず取り組んだのが地域団体商標登録へ向けた動きだった。

「人気が高まるにつれ、他の地域で作られた同名商品が出回り、それを購入したお客様からのクレームが当組合に届くこともありました。地元で“良いものを作つて売る”を当たり前のように取り組むだけでは、西明寺栗を守れなくなりました。」

申請にあたっては、支援機関や専門家のアドバイスを受けながら、過去数十年分の資料を探しまとめあげるなど苦労も多かったが、地元生産者たちの“西明寺栗を守りたい”と願う声のために奔走。地域一丸の想いは、申請から2年の歳月をかけて登録に至った。

### 付加価値を高めて稼げる仕組みをつくる

地域団体商標を取得したことでの“西明寺栗”的名称は保護されることになったが、ただそれだけでは生き残れない。より厳格に規格や出荷を管理し、長期的な目線で付加価値を向上させる方策を講じる必要があるとハ柳理事長は語る。

「この地域も生産者の高齢化と後継者不足の問題を抱えています。生産の維持拡大や担い手の育成のために、西明寺栗の付加価値を高めることで“稼げる”仕組みを構築し、栗作りに携わる若手を呼び込むきっかけとなっていきたいですね」

地域で育み、守ることで生まれる価値を信じて。日本一の栗に託した可能性は、どこまでも大きく広がっていく。



「まだ小さいですが、あと1ヶ月もすればこんなに大きくなるんですよ」と大きさを示すハ柳さん(撮影は8月中旬)



代表理事  
**ハ柳 茂**  
Shigeru Yatsuyanagi

#### 西明寺栗生産販売事業協同組合

〒014-0516  
秋田県仙北市西木町小山田字八津249-1  
かたくり館内  
TEL. 0187-47-3535  
URL <https://katakurikan.jimdo.com/>

#### 組織概要

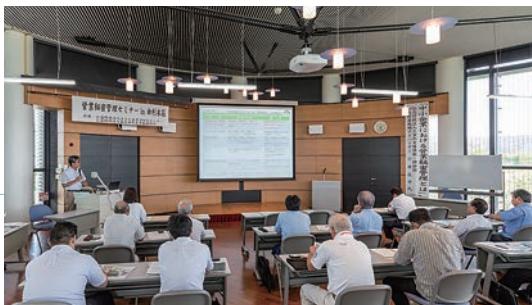
ブランド保護と販売力強化を目的に設立。西明寺栗を生産する事業者28名により構成されている。



# 営業秘密管理セミナー in 由利本荘

開催  
内容

知的財産に関する企業の意識醸成・啓発を目的とした「営業秘密管理」に関する講演



## 技術やノウハウ、アイデアは企業の守るべき財産!

7月26日、本荘由利産学共同研究センターを会場に「営業秘密管理セミナー」を開催。当センターの知財・デザイン支援課内にある「INPIT 秋田県知財総合支援窓口」と本荘由利産学振興財団の共催で、「独立行政法人 工業

所有権情報・研修館(INPIT)」の知的財産戦略アドバイザー・小原莊平氏が『中小企業における営業秘密管理とは』をテーマに講演した。(※本セミナーは、9月6日に男鹿市、10月17日に大館市、11月1日に横手市で開催予定です)

### 講演会レポ

#### “知的財産”を意識した経営を

特許庁と連携しながら知的財産に関するあらゆる情報提供や相談、利用促進を行うINPITでアドバイザーを務める小原氏は、「どんな業種の企業にも必ず管理し、守るべき営業秘密＝知的財産がある」と強調。知的財産に対する意識の低さや間違った認識によって起こってしまったトラブルや事件等を具体的に紹介しながら、特に経営者による“情報管理”的重要性を説いた。



#### 参加者の声①

三浦電子株式会社  
**三浦 博 さん**



当社はかなり早い段階から工場内の情報管理や特許取得等、対外的な知財管理には気をつけてきました。しかし、営業秘密に関わる社内規定は未だ十分とは言えず、特に近年はWEBや電子メール、SNS等の活用で知らずに情報漏洩が起きやすい環境にあると危惧しています。今回のセミナーで学んだことを社内規定に反映させながら、規則の改定や社内教育の強化に取り組んでいきます。

#### 講 師

独立行政法人 工業所有権情報・研修館(INPIT)  
知的財産戦略アドバイザー

**小原 莊平 氏**

「まずは自社の強みとなる情報資産を把握することが重要。ふとした営業トークの中でも自覚がないままに、情報を流出させている場合がある。技術情報の重要度に応じて管理し、企業と従業員が共通の認識を持って取り組むことが大切です」。

具体的な管理方法として、社内規定の策定として部門ごとの管理マニュアルの作成、従業員や取引先との誓約書・秘密保持契約の締結等が紹介され、不明な点があればいつでもINPITあるいは知財総合支援窓口を活用してほしいと締めくくった。



#### 参加者の声②

丸大機工株式会社  
**伊東 計一 さん**



お客様の機密情報である図面をお預かりして、常時複数の取引先の部品加工・製造を行っているため、特に工場内の一定区画への関係者以外の立ち入り禁止や撮影禁止等は徹底しています。セミナーのお話にもあった通り、今後は営業秘密について社と従業員が共通の認識を持てるよう従業員の教育とルールの遵守に力を注ぎ、皆さまから信頼頂ける企業となるよう努力してまいります。

# 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

## 「知的財産」の力を中小企業経営に活かそう!

多くの中小企業が気づいていない、自社の強みとなる「知的財産」。その見方と活用法について考えてみましょう。

### ① 「知的財産」に対するイメージ

「特許や商標を取得したことないので、当社に『知的財産』は関係ない」「当社は地道に商売をしているから、特許や商標で稼ぐ『知的財産の活用』に興味はない」…こうした理由で「知的財産」を敬遠している中小企業が少なくありません。

図1は、東京商工会議所が行ったアンケートの結果から、中小企業の「知的財産」の捉え方を整理したものです。約2/3の企業は、特許権などの権利、又はそれに法的に保護される営業秘密を加えたものを「知的財産」と考えており、多くの中小企業が「知的財産=特許・商標等の権利」とイメージしている実情が、このアンケート結果にも表れています。

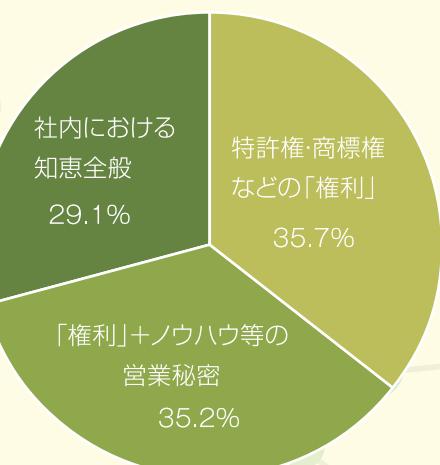


図1 中小企業の「知的財産」の捉え方

東京商工会議所「中小企業の戦略的知的財産活用に関する調査報告書」(2016年2月発行)901社の回答結果の比率

### ② 特許や商標だけが「知的財産」ではない

しかし、知的財産に関する基本的なルールを定めた知的財産基本法は、「知的財産」をこのように狭い意味では定義していません。法律上の定義は「発明、考案、(中略)技術上又は営業上の情報」と少々難解ですが、図2に示したように、技術的なアイデアや商品のデザイン、技術情報・営業情報など、日々の事業活動で創出・蓄積されるものが「知的財産」であり、それを保護する権利が特許権等の知的財産権という関係が、正しい理解になります。

つまり、特許権や商標権を保有していないなくても、自社の商品やサービスをより良いものにするために様々な工夫を続けている企業には、何らかの「知的財産」が存在しているはずなのです。

### 知的財産

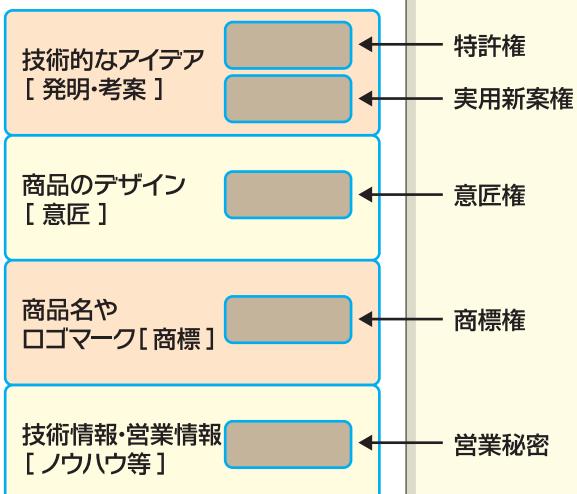


図2 「知的財産」とは?



土生特許事務所 弁理士

### 土生 哲也

日本政策投資銀行と同行系VCでベンチャーファイナンスを担当した後、2001年に独立して土生特許事務所を開業。中小ベンチャー企業の出願代理等の知財実務に携わる他、内閣府や特許庁、各地の経産局等の知財戦略関連事業の委員や、中小企業や金融機関を対象にしたセミナー・ワークショップの講師を多数務めている。秋田県でも、平成29・30年度「あきた知財塾」等の講師を担当。

平成29年度知財功労賞経済産業大臣表彰受賞。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。

●ウェブサイト <http://www.ipv.jp/>

## ③ 商品やサービスの特徴となる 知的財産

このように、事業活動における様々な工夫の成果を「知的財産」と捉えれば、多くの中小企業に、明確には意識されていない「知的財産」が存在するはずです。

知的財産は創意工夫の成果であり、他者が提供する商品やサービスとの違いを生み出す原動力となるものです。こうした差異化要因となる知的財産に目を向け、意識的に取組むことは、自社の強みを磨き、商品やサービスの競争力を高める活動に他なりません。

## ④ 知的財産を「見える化」しよう

自社の商品やサービスが選ばれる理由、他との違いがどこにあり、その違いを生み出す要因は何なのか。それらを客観的に認識すること、つまり、他との差異化要因である知的財産を「見える化」することが、知的財産に関する取組みの第一歩です。

たとえば商品を開発・改良したら、今までの商品とどこが違うのか、技術的に新しい要素を特定すれば、それが特許権や実用新案権の対象となり、他との違いである知的財産の「見える化」につながります。認知度の高さが強みであれば、顧客との接点になる商品名やサービス名、ロゴマークを商標登録することによって、知的財産が「見える化」されます。技術や営業のノウハウが強みという場合も、それを属人的な暗黙知に止めるのではなく、マニュアルなどの形式知化を進めることが知的財産の「見える化」です。

## ⑤ 知的財産の力を様々な方向に 働かせよう

「見える化」された知的財産の効果を、図3に整理してみました。一番わかりやすい効果は模倣品に対処できることです。特許権などの知的財産権を取得すると、権利侵害

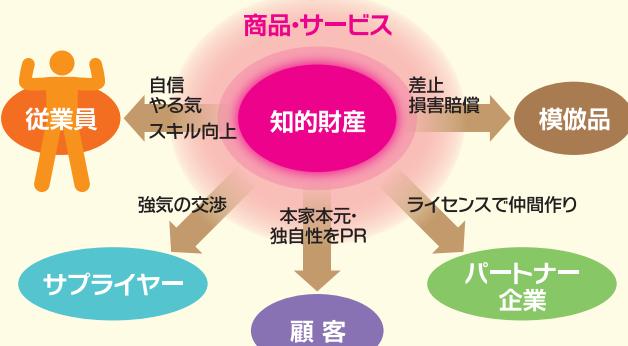


図3 多様な知的財産の活用形態

に対して差止めや損害賠償を請求することが可能です。

しかし、こうした法律上の効果は知的財産の働きの一部に過ぎません。経営資源に限りがある多くの中小企業にとって、他者の排除以上に足りない要素を補い合う仲間作りが重要ですが、自社の強みが知的財産として管理できていると、権利やノウハウをライセンスすることによって、FCや代理店網の整備による事業展開を進めやすくなります。また、特許権や商標権を取得すれば自社のオリジナリティの証明となり、顧客に対して本家本元であることをPRする根拠になります。商品やサービスの提供に必要な権利をサプライヤー等の取引先に握られると交渉の主導権を失いかねませんが、自社で権利を押さえれば強気の姿勢で交渉に臨むことが可能です。

こうした社外への効果に加えて、社内的な効果も見逃せません。特許権などの知的財産権の存在は、自社の商品やサービスの独自性の客観的な証明として、従業員の自信ややる気を引き出す源になります。優れたノウハウが見える化されると、それが社内で広く共有され、従業員のスキル向上につながる効果も期待できます。

知的財産を意識して有効に活用できている中小企業は、まだまだ少数派です。自社の知的財産を見直し、活用する取組みを始めてみたいと思われる方は、知的財産に関する様々な相談に対応可能な知的財産総合支援窓口にぜひご相談ください。

INPIT 秋田県知財総合支援窓口

連絡先:018-860-5614(あきた企業活性化センター内)

# INFORMATION

あきた企業活性化センターからのお知らせ

大手企業と繋がって  
自社商品を  
全国展開する  
**チャンス!!**



超実践「**売れる**」をつくる!

## 商品企画 セミナー

実践を通して「ヒット商品」を生み出す企画力を学び、  
スター商品誕生オーディションで自社商品を  
全国展開するチャンスをつかみましょう !!

Let's try!!



### 1 商品企画セミナー (全3回:10/19、11/9、12/7)

「モノありき」ではなく「誰をどうしたいか?」という視点を出発点にした、「売れる」商品開発の技術を身に付けます。セミナー後は企画中の商品案へのアドバイスをもらえる企画相談会も含まれ、質問や相談しやすい環境が整っています。

#### 《売れる商品とは?》

- より多くの消費者が「これは私のための商品だと直感的に思えるもの。
- 他にないコンセプトの基で作られたもの。
- 生活者視点で作られたもの。

この条件を満たす商品開発の考え方と技術を徹底的に身につけます！



日程等の詳細については、お気軽にお問い合わせください。  
ウェブサイトもご覧ください。

### 2 スター商品誕生オーディション

商品企画セミナーで企画した商品を『スター商品誕生オーディション』にてプレゼンテーションし、株式会社フェリシモや全国に販路をもつ流通・小売企業へ向け、直接売り込みをかけるチャンスが得られます！  
仙台で年に2回開催します。

※ このセミナーからエントリーを目指す本選オーディションは、平成31年3月を予定しています。

#### 《オーディションの流れ》



**料 金** 10,000円 (通常の受講料43,200円)

※(公財)あきた企業活性化センターが受講料を補助します。  
※1事業者につき3名まで、料金内での受講が可能です。

**定 員** 限定10事業者

※定員に達し次第、募集を締め切ります。

**対 象** 秋田県内の全事業者

※起業前の個人や製造業以外の方も応募できます。  
衣・食・住・美容等、業種は問いません。

**申込締切** 9月28日(金)

※下記URLより詳細を確認の上、FAX、メール、お電話でお申し込みください。  
<http://www.bic-akita.or.jp/event/347.html>

申込み・問合せ先／知財・デザイン支援課 TEL.018-860-5614 FAX.018-863-2309 E-mail: info@idsc-akita.net

秋田県からのお知らせ

# 食品開発強化セミナー

平成30年  
10/4  
木

県では、県内食品関係事業者等を対象に、戦略的な商品開発手法を紹介することを目的としたセミナーを開催します。TV番組「がっかりマンデー!!」でおなじみの情報誌「月刊食品工場長」統括の木下猛統氏が講演を行います。皆様のご参加をお待ちしております。



株式会社日本食糧新聞社  
木下 猛統 氏

時 間／14:30～17:10

会 場／秋田県総合食品研究センター 研修室1  
(秋田市新屋町字砂奴寄4-26)

定 員／100名 (参加費無料・要申込み)

対象者／県内食品関係事業者等



セミナー内容(予定)

## 事例発表

～県の食品マーケティング研修修了者の取組～

●東商事(株) ●ノリット・ジャパン(株)

## 講 演

～(仮題)東北の中小食品メーカーの現場からひも解く  
「新たな視点での商品開発」～

(株)日本食糧新聞社 常務取締役 月刊食品工場長統括 木下 猛統 氏

申込み方法

下記URLより参加申込書を入手し、メールまたはFAXでお申込みください。  
<http://www.pref.akita.lg.jp/pages/archive/36730>

申込み期限

9月27日(木)

※ただし、定員に達し次第、締め切ります。

申込み・問合せ先／地域産業振興課 TEL.018-860-2224 FAX.018-860-3878 E-mail: [induprom@pref.akita.lg.jp](mailto:induprom@pref.akita.lg.jp)

あきた企業活性化センターからのお知らせ

# あきた起業家交流フェスタ2018

ビジネスプランコンテスト観覧者及び起業家交流会参加者の募集

当センターでは、「あきた起業家交流フェスタ2018」を開催することで、県内に拠点を構えて事業を行っている起業家や事業者、潜在的起業家、支援機関等の方々に交流の場を提供し、ビジネスチャンスの拡大や人脈づくりを支援します。

については、第1部ビジネスプランコンテストの観覧者及び第2部起業家交流会への参加者を募集します。

## 起業家交流フェスタ概要

第1部 ビジネスプランコンテスト

時 間／10:00～16:00

会 場／秋田ビューホテル (秋田市中通2-6-1)

4階 光琳

平成30年  
10/25  
木



第2部 起業家交流会

時 間／17:00～19:00

会 場／同12階 スカイバンケットジュリアン

参加費用／3,000円／人

申込み方法

下記URLより参加申込書を入手し、メール、  
FAX、郵送のいずれかにてお申込みください。  
<http://www.bizcon.vt-akita.com>

申込み期限

10月18日(木)

※定員に達した場合は早期締切の場合があります。

申込み・問合せ先／総合相談課 TEL.018-860-5610 FAX.018-863-2390 E-mail: [soudan@bic-akita.or.jp](mailto:soudan@bic-akita.or.jp)

次世代の市場創出・拡大の  
契機を捉えるため、  
AI(人工知能)、  
IoT(Internet of Things)  
に関する最新動向や  
市場展望についての  
専門家による講演会  
および個別相談会を  
開催します。



# AI & IoTがもたらす“第4次産業革命”と 中小企業の成長戦略に関する 講演会&相談会

2018年

日時

**10月10日水**10:00~11:50 第1部 講演会  
13:20~16:20 第2部 個別相談会

対象

**県内の中小企業**  
(製造業、サービス業、卸小売業等)

会場

**秋田ビューホテル  
光琳**  
(秋田市中通2-6-1)

定員

**120名**  
(参加費無料)

講演①(40分)

## 製造業はAI・IoTをどこに活用できるのか ～AI・IoTをもってこいと言わないために～



株式会社ASTコンサルタント 代表取締役  
ITコーディネータ(0037082004C)  
総務省 電子政府推進員  
総務省 地域情報化アドバイザー

おおざわ まさし  
**大澤 昌氏**

## 経歴・実績

首都圏にてITベンダーの技術者として電力、防災などの制御系のシステム構築を経た後にAターンし、県内民間企業の基幹系、情報系、ネットワークなどのシステム構築を経て、2003年に「経営とITの橋渡し」「ユーザーとベンダーの通訳」を目指し(株)ASTコンサルタントを設立。IT経営のコンサルティングおよび「情報システム調達」「プロジェクトマネジメント」「セキュリティ対策」「人材育成」等の支援をしている。

講演②(60分)

## 中小製造業におけるIoT導入のポイント ～「見える化」「管理・改善」「付加価値創出」～



株式会社 アイ・コネクト 代表取締役  
ITコーディネータ(0045752005C)  
(NPO) ITコーディネータ協会 IoT研究員  
(NPO) ITコーディネータ茨城 副理事長  
茨城県 サービス産業分科会プロジェクトマネージャー  
茨城県 IoT等自動化技術導入促進事業 専門家

おおくぼ けんじ  
**大久保 賢二**

## 経歴・実績

茨城県立情報サービス(現 日立産業制御ソリューションズ)に入社し、製造業向けの生産管理システム導入に従事。その後、中小企業様のコンサルティング活動を開始し、経営戦略策定、生産管理業務改善、IT化支援に力を入れる。2016年、独立開業し企業顧問、IT-IoT事業活動中。主な表彰歴に経済産業省「IT経営力大賞 実践認定企業支援コーディネータ(2013,2014年)、著書に「中小企業のためのIoT導入ガイド」(ITコーディネータ協会発行)がある。

申込み方法

下記URLより参加申込書を入手し、メールまたはFAXでお申込みください。  
<http://www.bic-akita.or.jp/event/348.html>

申込み期限

**10月1日(月)**

※ただし、定員に達し次第、締め切ります。

お問い合わせ

総務企画課

TEL 018-860-5603

FAX 018-863-2390