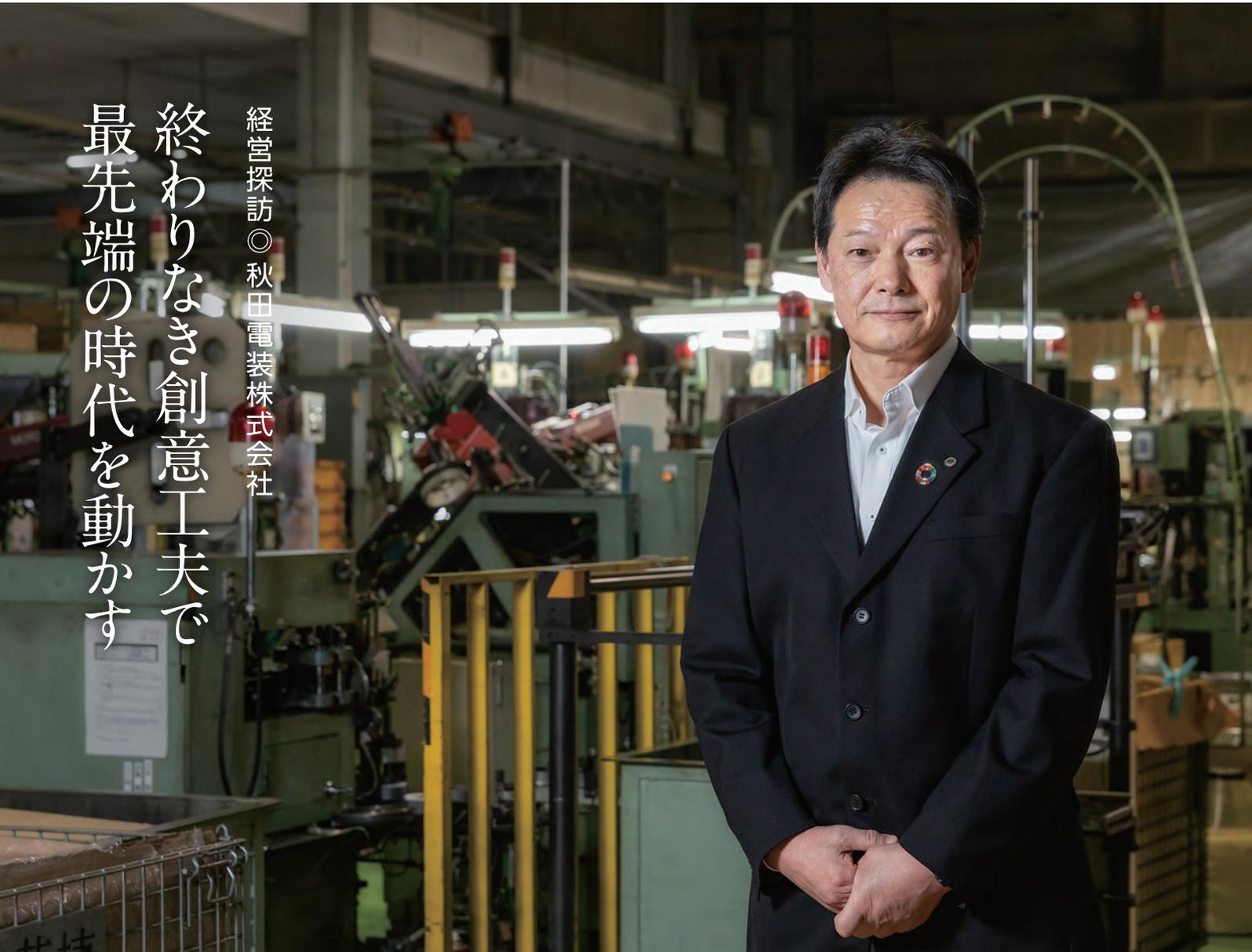


元気な企業を応援する
ビジネスマガジン
ビックあきた

2
2020
vol.463

BIC Akita

Business Information Center



経営探訪◎秋田電装株式会社

終わりなき創意工夫で
最先端の時代を動かす

04 センター活用事例

1000着のドレスが着放題! #秋田ドレス美人体験
ドレスリゾートこわくび

日本酒に新しい光を 時代に合わせた酒造り
株式会社飛良泉本舗

06 地域団体商標

伝統野菜の「三関せり」が秋田を代表するブランドに
JAこまち三関せり出荷組合

07 主催事業報告

販路の教科書

08 経営サプリメント

粗利率の意味を知り大切さを理解すると、利益が出る理由

10 おしらせ

西野弘氏講演会「デジタル社会革命がもたらすもの」
あきた産業デザイン支援センター事業 / INPINT秋田県知財総合支援窓口
事業者が抱えるお悩みの解決を支援します(秋田県よろず支援拠点)

経営 探訪

MANAGEMENT REPORT

秋田電装株式会社

終わりなき創意工夫で
最先端の時代を動かす

小型電動機（モーター）製造販売・電気機械器具販売のメーカーとして1973年に設立。材料のプレス打ち抜きから巻線・組立・検査までモーター製造に関わる全ての工程について一貫生産を行っており、短納期、低コストで顧客ニーズに対応できる企業として信頼と実績を積み重ねている。

一貫生産できる企業の「強み」

秋田電装株式会社は、滋賀県に本社を置く草津電機株式会社の子会社であり、1973年、羽後町の誘致企業として設立され、翌年4月より創業を開始した。草津電機グループでは、秋田を含む全国9カ所と、上海・タイ・シンガポール・フィリピンの海外4カ所に事業所を構えており、同社では、主に住宅設備に組み込まれるモーターの製造販売等を手がけている。創業当初はエアコンのモーターが主力商品であったが、現在は、家庭用のレンジフードファンや住宅換気システムなどに使用される小型のモーターから、スーパーなどの冷蔵ショーケースに使われる樹脂モーターまで、多種多様な製品を製造し、時代の流れに則したものづくりに応じている。創業以来変わらないのが、社内での「一貫生産」であり、受注の相談から納品まで一手に引き受けられる体制は、同社にさまざまな強みをもたらしている。



“どんな要望でも、こと細やかに”

「当社では、工場内で使う機器のほとんどを自社で開発しています。そうすることで、生産ラインに不具合が生じた場合にも自社で速やかに対応でき、小ロット、短納期、低コストといった様々なニーズにも細やかに応えられるよう、心がけています。現在当社で製造しているモーターの種類は1カ月で350種ほどにもなります。素材さえ揃っていれば、1週間ほどで納品できる製品もありますよ」と話す佐藤和彦代表取締役社長は、同社の創業時のメンバーであり、長年生産現場に従事した経験は、現在の経営者としての礎となっている。「人手が足りない時は、私も現場に立つ日が今でもあるんですよ」と笑う佐藤社長は、クライアントと従業員双方の声をうまくとり入れながら、日々の経営改善に励んでいる。

時代の変化を見逃さないように

現代のテクノロジーは、とてつもないスピードで日々進化を続けているが、目まぐるしく変わる情報技術の潮流をいち早くキャッチし、柔軟に対応するのは、昔も今も変わらない同社の重要なミッションのひとつだ。

工場内では、プレス、モーター回転軸の切削加工、コイルの巻線加工など、細分化された工程がリズムカルに同時進行しており、中でも目を引くのが、従業員とともに作業を行っている産業ロボットだ。同社では25年も前から産業用ロボットを導入して、作業の省力化・効率化に取り組んできた。最新型の人型ロボットは、周りの人間の邪魔にならないよう、立ち位置まで認識できるプログラミングが施されており、モーターの組立工程という重要な作業を担っている。

「昔はすべて手作業で行われていた業務を、段階的に機械化していきました。しかし、どんなに機械やロボットが優れていても、人の手や目には敵わない部分があります」と佐藤社長は語る。



工場内には、従業員が自ら投稿した「小さな？、大きなチャンス」「やぶろう常識、変えよう視点」「見る目、気づく目、進歩の目」など活気溢れる標語が掲示されているほか、生産管理能力を高める手段として、改善活動やスキル管理に関する数々のデータが貼り出されており、社内の「見える化」にも積極的に取り組んでいる。

品質保持と改善活動を推進する「TQC活動」では、職場を12のグループに分け、各部署が年度ごとに設定した目標と年間計画に対する改善や対応策をわかりやすく可視化し、従業員全員が共有できるようになっており、この取り組みは、創業から47年間続けられている。

また、「OJTスキルマップ」という従業員一人ひとりの技術力を把握するための表では、各工程において、「指導できる」「一人でできる」「指導を受けてできる」など、技術レベルが細分化されており、適材適所の人員配置に役立っている。人材教育は、それぞれの部署に任されてはいるが、社内で一貫性のある育成を行うことで、個人のスキルアップのみならず組織力のアップにもつなげている。



人と地域に貢献したい

同社の企業スローガンは、「未来の子供たちのために企業として何をすべきか」。佐藤社長は会社を経営する上でいつも大切にしていることに「お客様の要望に応えること」「社員の生活を守ること」「地域に貢献すること」の3つを挙げる。

「少子化の影響で、これからの人材確保は一段と厳しくなるかもしれませんが、働きやすい環境を整え、センス、ひらめき、向上心のある地域の若い人たちを率先して雇用していきたいですね」と語る佐藤社長の地域に対する想いが人一倍強いのは、自らが、地元採用で頑張ってきたからこそであるといえる。

こうした事業活動を通じた同社の長年に渡る地域貢献は、地域経済の牽引役となり県内産業の活性化に大きく貢献する中小企業として県から認められ、昨年7月には、「秋田県ものづくり中核企業」として認定された。

秋田県羽後町という小さな町でつくられたモーターは、家庭や経済を支える大きな原動力として、国内外の至るところで今日も回り続けている。そして、私たちがまだ想像できない未来も大きく動かしていくのだろう。

- 1 機械で巻いたコイルは、人の手によって一個ずつ品質チェックされる。
- 2 最新型のロボットが、従業員と並んで部品を組み立てる。
- 3 社員108名のうち女性は50名。地域の女性の活躍の場でもある。
- 4 家庭用の小型のものから業務用の大型のものまで多種多様なモーターを製造。



秋田電装株式会社

〒012-1121
秋田県雄勝郡羽後町大久保字柏原34番地
TEL. 0183-62-2129
FAX. 0183-62-4101
<http://www.akitadenso.co.jp/>

設立/1973年
●資本金/6,000万円
●従業員数/108名
●営業品目/小型電動機製造販売
電気機械器具販売

代表取締役社長
佐藤 和彦
さとう かずひこ



1000着のドレスが着放題! #秋田ドレス美人体験

「2019年リニューアル!!」



「日帰りで
楽しめますよ!」
と伊藤さん

ドレスリゾートこわくび

〒019-2335 秋田県大仙市強首上野台28-7 TEL.0187-77-2211 FAX.0187-77-2214
http://kowakubi-h.com/

よろず支援拠点の全面サポートにより
生まれ変わった“ドレスの森”



想いを新たなサービスに

140畳の大広間におよそ1,000着もの色とりどりのドレスが所狭しと並び、強首温泉郷の老舗旅館であったこわくびホテルは、昨年11月、「ドレスリゾートこわくび」と名を改め、新たなサービスの提供を開始した。好きなドレスを選び、館内で自由に撮影できるというこのサービスは、元々、社長の伊藤竜寛さんと女将の伊藤久子さんが、宿泊客の思い出づくりとして始めたものであるが、よろず支援拠点の全面的なサポートにより、「ドレス迷宮の森」や「ドレスの庭」といった魅力的な空間で非日常な体験ができるサービスへと生まれ変わった。

ドレスを置き始めるようになったのは、宿泊客の「ドレスを試着してみたい」という声に、応えたことがきっかけであったが、その後、地元美容室や貸衣装店から不要になったドレスを活用してほしいと託されるようになり、その数はわずか5~6年で1,000着にもなった。

「1着1着に託された方の想いが込められています。その全てをなんとか活かさないかと思っていました」。

“あるものを活かす”アイデア

“1,000着のドレスを活かし、集客に繋げたい”。伊藤社長の想いに、よろず支援拠点に所属する全コーディネーターがワンチームで支援を開始した。

「なるべく予算はかけずに、あるものをいかに活かすかという視点で考えていただきました。物の配置一つとっても、第三者からの視点



でお客様の動線や目線を考慮したアドバイスをしていただき、全館的なリニューアルに繋げることができました」。

大広間や入り口、和室など要所要所にドレスを配置し、フォトスポットも10数カ所設けたことで、全館を利用してドレスの世界を楽しめるようになった。

「リニューアルを機にHPも一新し、SNSでの情報発信も始めました。これからもっと発信を続け、今以上にドレスを楽しんで貰える場を提供していきたいと思っています」。

活用事例

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 TEL.018-860-5605

日本酒に新しい光を 時代に合わせた酒造り

「日本酒＝秋田を目指します！」



「若い人たちに
しっかり飲んで
もらいたいお酒」
と齋藤さん

株式会社飛良泉本舗

〒018-0402 秋田県にかほ市平沢中町59 TEL.0184-35-2031 FAX.0184-35-2030
<https://www.hiraizumi.co.jp/>



屈指の老舗で新しく生まれた
「飛囀(ひてん)シリーズ」



名刺代わりの1本を



1487年の創業は、東北で最も古く、全国でも3番目に古いという由緒ある歴史を持つ株式会社飛良泉本舗。今ここで、伝統的な酒造りを守りつつ、次世代を強く意識した商品として注目を集めているのが、27代目となる齋藤雅昭専務が手掛けた「飛囀(ひてん)シリーズ」だ。その原点は、3年前の2017年、帰郷したその足で、酒造りを学ぶべく所属した秋田県総合食品研究センターで学んだことが活かされている。

「秋田は全国的に見ても日本酒のレベルが高く、優秀な先輩も多い土地です。そんな中でどんな風に自分の色を出していこうかと考えたとき、「これはあの人が作っている」と顔が思い浮かぶような名刺代わりの1本を作りたいと思いました」。

一人前の蔵元として、鳥のように「飛び立ち」「囀りたい」という思いから命名されたこの飛囀シリーズは、新しい飛良泉をアピールするために、酒販店限定での販売をスタートさせ、商品のターゲットである日本酒ファンにすぐに受け入れられた。

お客様の一番幸せな時間を想像する

齋藤専務が造る日本酒の興味深い点は「わかりやすいイメージ」があることだ。2019年には、活性化センターのあきた農商工応援ファンド事業を活用し、新たな飛囀シリーズ「金(こんじき)&銀(しろがね)」を開発。これは2018年に全国を熱狂させた甲子園決勝「大阪桐蔭vs金足農業」をモチーフにしている。

「日本酒は専門的な話をしても伝わりづらい。光の当て方ひとつで印象もぐっと変わるし、お酒のキャラづくりは大切にしています。金&銀は、「エリート酵母」と「地元で育った酵母」という設定が高校野球のイメージに重なり、お客様にも伝わりやすいのではないかと思います」。

今後も若い世代を中心に日本酒を根づかせたいと齋藤専務は語る。

「お客様の一番幸せな時間を想像した酒造りを行いたい。そして、日本酒で秋田がもっと盛り上がれるようにしていきたいですね」。



活用事例

あきた農商工応援ファンド[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や新サービスの開発、およびその販路開拓などの取り組みを支援します。

お問い合わせ 設備・研究推進課 TEL.018-860-5702

地域団体 商標

Regional Collective Trademarks

JAこまち三関せり出荷組合

伝統野菜の「三関せり」が
地域団体商標登録で
秋田を代表するブランドに

秋田の冬の食卓に欠かせない「三関せり」は、2014年4月に県内9番目の地域ブランドとして特許庁の地域団体商標に登録された。それまでは地域の伝統野菜として親しまれてきたが、商標登録により、知名度とともに出荷量も伸びたことで、「根っこまで食べられる」というこのせり特有の食べ方を全国に広め、さらなるブランド構築を目指している。

扇状地がもたらした地域の恵み

湯沢市三関地域は、東側に連山があり、雄物川に向かって扇状地が広がる独特な地形上にあり、肥沃な土壌を生かした農業が代々営まれてきた。せり、関口なすなどの伝統野菜のほか、さくらんぼやりんごなど、現在の三関は品質の良い農作物の産地として広く知られている。

豊富な水資源に恵まれた三関では、冬でも一定温度の湧水や沢水を利用して、古くよりせりの栽培が盛んに行われてきた。「三関せり」は、鮮やかな色、爽やかな香り、シャキシャキとした歯触りに加え、白く長く伸びた根まで丸ごとおいしく食べられるのが大きな特徴となっている。

「JAこまち三関せり出荷組合」では、江戸時代から続く伝統野菜の保護と地域ブランドの強化を目指し、「三関せり」を地域団体商標に申請。2014年、せりとしては全国で初めてとなる登録を受けた。

JAこまちで当組合を担当する佐野広光さんは首都圏に出荷を始めた当時に振り返り、「認知度不足のためか、一番おいしい根の部分がカットされて使われていました。食べ方も含めたPRを積極的に展開した結果、商標登録とせり鍋ブームも相まって、三関せりの人気は一気に高まりました」と語る。

「三関せり」の未来は次世代へ

2018年度には、販売額が初めて1億円を突破し、また、昨年11月に行われた皇位継承重要祭祀「大嘗祭」では、秋田の特産物として供納されるなど、三関せりは地域ブランドとしての確固たる地位を築いてきている。

「商標登録のおかげで単価と収益が上がり、組合員たちの原動力に結び付いています。限定された地域でいかに需要に応じていくかがこれからの課題。また、三関せりを継承したいと立ち上がった若手農家たちの活躍にも期待しています」と、組合長の奥山優一さんは話す。

三関地区では、クラウドファンディングで栽培用ハウスを購入する人や、新規就農する20～30代の若者が増えてきており、「三関せり」をモデルケースとした、次世代が担う農業にも注目していきたい。



収穫は、9月の露地栽培から始まり、その後ハウス栽培へと移行し、3月上旬まで続く。収穫後は枯葉を取り、井戸水できれいに洗う。



組合長
奥山 優一
Yuichi Okuyama

JAこまち三関せり出荷組合

〒012-0824
秋田県湯沢市佐竹町9-39
JAこまち 中央総合支店
営農経済センター
TEL. 0183-73-3131

組合概要

秋田県湯沢市の三関地区(上関・下関・関口)でせりを栽培する45戸の農家で構成され、JAこまちを通して秋田県内外に三関せりを出荷している。組合員の総栽培面積は約5ヘクタール。



販路の教科書

開催内容 各販路の現場に立つ講師から販路の種類・特徴を学ぶ



「販路の教科書」は、合同会社タイムレス代表であり、プランニングディレクターである永田宙郷(ナガタ オキサト)氏が2015年に越前ものづくり塾事業において実施した内容を秋田県状況に合わせて調整し、全7回として企画したセミナーである。本セミナーは、商品開発・販売の様々な過程において、売上に直結するともいえる「販路」に焦点を当てており、「商品をどこで売ればよいのか」、「どんな販路があるのか」、「ふさわしい販路とは何か」といった販路の疑問に対する解決の糸口となるべく、県内事業者の「販路を見据えての企画力」、「販路開拓力」の向上を目的としている。

セミナーの初回と最終回は永田氏が担当し、第2回～第6回は永田氏が各テーマに基づいた現場で活躍している講師を招聘し、講師と共に講座と商品分析を実施した。(下表「販路の教科書」プログラム参照)初回のオリエンテーションでは、永田氏が携わった仕事の事例紹介と質問づくりのワー

クショップを行い、第2～第6回の講座で講師に問いかける共通の質問を検討した。永田氏をはじめ各講師から「国内販路」、「海外販路」、「オンラインショップ」、「百貨店」、「ライフスタイルショップ」等のさまざまな販路について事例紹介と共に質問に回答していただくことで、魅力ある商品をどのような販路でどのようにターゲットに届けるか、商品力をどのように向上させるかなどについて考えさせられ、今後の店舗のあり方、オンラインショップの動向など、これからの販売の方向性についてもヒントを得る機会となった。また商品分析では、受講者が持参した商品について、講師から忌憚のない意見を伺うこともできた。

アンケートでは「とても参考になった・参考になった」が全7回を通して計98%という結果が出ており、受講者にとって満足いく内容だったことが窺える。第一線の現場で活躍する講師陣の貴重な話から今後の事業展開、企画、販路開拓の考え方に大きな刺激を受けることができた。



「販路の教科書」プログラム

回数及び開催月	テーマ及び概要	担当講師
第1回(5月)	オリエンテーション 販路・伝達手段の現状・経緯、販路開拓事例紹介、プログラムの説明、質問づくりワークショップ等	永田 宙郷氏 合同会社タイムレス/代表、プランニングディレクター
第2回(6月)	国内販路 商品分析、国内販路の変遷・現状、地域産品の販売・販路開拓の事例紹介、質疑応答等	塚本 太郎氏 有限会社リドルデザイン/代表取締役
第3回(7月)	海外販路 商品分析、海外販路の変遷・現状、販路開拓の事例紹介、質疑応答等	まつお たくや氏 フォーデザイン合同会社/代表社員
第4回(9月)	オンラインショップ オンラインショップの変遷・現状、メリットデメリット、事例紹介、質問づくり・質疑応答、商品分析等	宮本 順一氏 宮本企画室/代表
第5回(10月)	百貨店 百貨店及び小売業の変遷・現状、百貨店における企画事例紹介、質問づくり・質疑応答、商品分析等	相馬 英俊氏 有限会社nendo/デザインディレクター
第6回(11月)	ライフスタイルショップ ライフスタイルショップ変遷・現状、事例紹介、質問づくり・質疑応答、商品分析等	野口 忠典氏 野口品物準備室/室長
第7回(12月)	まとめ 第2回～第6回の振り返り、販路開拓のまとめ、質問づくり・質疑応答等	永田 宙郷氏 合同会社タイムレス/代表、プランニングディレクター

経営サプリメント



粗利率の意味を知り大切さを理解すると、利益が出る理由

よく経営者と話していると「売上」や「利益」というキーワードが出てきますが、「粗利率」を意識されている経営者はどれほどいらっしゃるのでしょうか？

粗利率とは？

粗利率は「粗利÷売上高」から求めることができます。

粗利は「売上高-変動費」で求められます。変動費とは、売上に伴って変動してくるもので、一般的には仕入れや外注費がそれにあたります。つまり、売上から仕入れや外注費を引いた数字が粗利、その粗利を売上高で割ると「粗利率」を求めることができます。

例えば、タクシー会社の変動費とはなんでしょう？タクシーの売上はお客様を乗せて移動した距離に応じて変わります。ということは、移動した距離に応じてかかる燃料代が変動費ということになります。では、歯科医院はどうでしょうか？歯科医院の変動費は大きく分けて2種類あります。1つ目は金属やセラミックなどの材料費です。そしてもう1つは歯科技工士に外注する技工料になります。

自社の変動費がわからなければ仕入れと外注費で計算してみてください。



粗利率は業界によって異なる

粗利率は業界によって異なります。例えば、経営コンサルタントのように仕入れや外注費といった変動費のない業種は売上高がほぼ粗利になります。

主な業界のざっくりとした粗利率をお伝えすると、卸売業15%、スーパー30%、メーカー50%、飲食店70%、歯科医院80%となります。しかし、同じ業種でも粗利が異なる場合があります。それは、安さを売りにするスーパーなどです。他店よりも値引きすることによって集客を促すビジネスモデルでは、他店に比べ粗利が減少することになります。

各業界の粗利率

卸売業	15%
スーパー	30%
メーカー	50%
飲食業	70%
歯科医院	80%

同じ業種でも販売戦略によって粗利率が異なる場合があります。

なぜ、売上よりも粗利が大事？

売上として入ってくるお金のうち、変動費分は自社を素通りして出ていってしまいます。だから実質的な自社の収入は売上高ではなく「粗利」ということになります。ということは、変動費に含まれない人件費などの経費は全て粗利の金額内に抑える必要がありますし、借入金の返済の元本も粗利の中に抑える必要があるということになります。

ディスカウントで得する人と損する人、その違いとは？

突然ですが、みなさんにクイズです。

Q. 価格10,000円の万年筆を販売する会社が2社あります。

A社では、その万年筆を5,000円で仕入れて価格通り10,000円で1か月に10個販売しています。

B社では、同じ商品と同じ額で仕入れて、8,000円で1か月に14個販売しています。

つまり、B社は20%値下げしたことで、販売数が40%アップしていることになります。

みなさんが経営者だったら、A社、B社、どちらの判断を選びますか？





株式会社ダストボックス
代表取締役

高杉 卓也

2000年 株向学舎グループ(学習塾)入社
2014年 FP行政書士事務所オフィスハル創業
2018年 株式会社ダストボックス設立
(個人事業を継続しつつ法人経営も行う)

【資格・認定】

・キャッシュフローコーチ(認定)
・行政書士 ・ファイナンシャルプランニング技能士
・証券外務員 ・DCプランナー ・終活カウンセラー

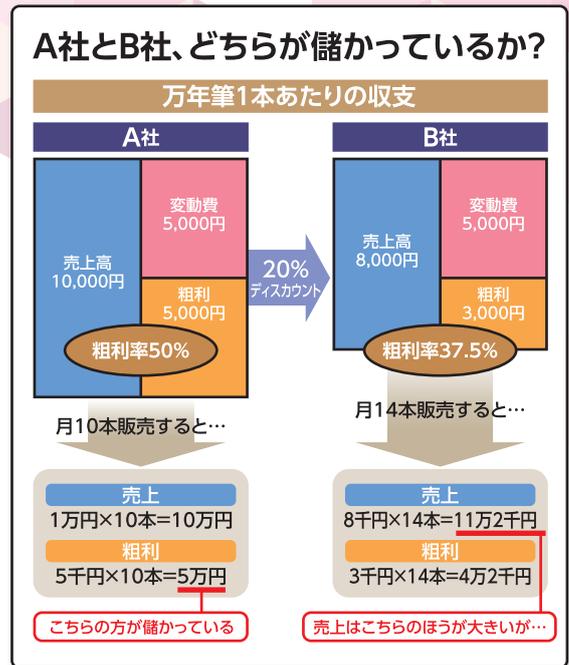
商品の「粗利率」が低い場合

単純に売上で判断せずに、粗利や利益で判断することが大切です。

今回、A社は5,000円で仕入れて10,000円で売るので、粗利率は50%。1本あたりの変動費は5,000円で、粗利は5,000円となります。

一方、その同じ万年筆を8,000円で販売しているB社は、1本あたりの変動費は同じく5,000円ですが、2,000円分値下げしているということなので、粗利は3,000円で粗利率37.5%となります。この場合A社の選択の方が儲かるということです。値引きは会社の利益を損なうからよくないか、と言われると必ずしもそうではありません。

次に粗利率が高い場合の値引きについて見てみましょう。



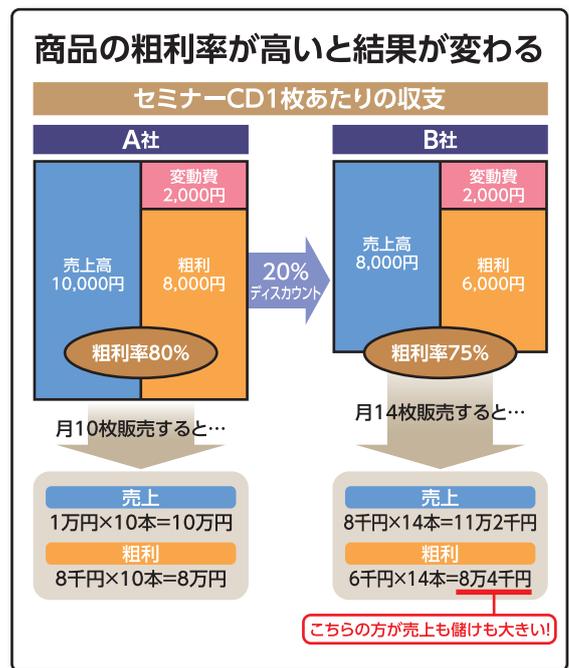
商品の「粗利率」が高い場合

仮にその商品を、価格10,000円、粗利率80%の「セミナーCD教材」だとします。すると、10,000円で販売しているA社は、1個あたりの変動費は2,000円で、粗利は8,000円(粗利率80%)となります。

一方、その同じセミナーCD教材を8,000円で販売しているB社は、1個あたりの変動費は同じく2,000円です。そして、2,000円分値下げしているということなので、粗利は6,000円(粗利率75%)となります。

このとき、それぞれに販売個数を掛け算すると、売上と粗利はそれぞれどうなるでしょうか？今度はB社が売上も粗利も高い結果となりました。ただ、値引きをした場合、販売個数の増加に伴い、人件費や目に見えにくいコストが発生することもあるので要注意です。

いずれにしても、**値引きセールスなどの価格設定をするときは、ちゃんとシミュレーションをしておかないと思わぬ損をしかねない**、ということです。売上だけでなく、粗利も含むシミュレーションが必要になります。粗利が多い商品は、ある程度の値引きをしても相応にたくさん売れば利益はアップする可能性は高いですが、もともとの粗利が少ない商品の場合、ちょっとした値引きでも利益を圧迫してしまうことがわかります。



常に粗利率を意識する

自社の商品を販売する場合に常に粗利率を意識してください。そして、仕入れた商品の価格設定をする計算式も併せて覚えましょう。

「**原価(仕入れ値)÷原価率**」です。

例えば、原価が10,000円の商品に2割の粗利(粗利率20%)を含めて販売するとします。その場合の販売価格は12,000円ではありません。粗利率が20%ということは、原価率が80%ということになり、上の式に当てはめると「10,000円(原価)÷0.8(原価率)=12,500円(販売価格)」となります。価格設定の段階で損をしないように気をつけてください。

粗利率を意識できるかどうかで経営の仕方が変わってきます。また、複数年の粗利率を比較するとどんな経営だったか、またその判断がどうだったかが見えてきます。そして、業界の粗利率と自社の粗利率を比較し、自社の粗利率が低い場合には価格設定の見直しが必要になるかもしれません。すべての企業に粗利率を意識した経営をオススメしたいと思います。

デジタル社会革命が もたらすもの

～組織や個人はどう生きるべきか～



偉大な技術の発見や発明が政治や社会、経済や芸術などを大きく変えて来た。
デジタル技術の飛躍的な発展により、再び地溝変動的な歴史的な転換期が到来しつつある。
大きな岩が動く時代に、あらゆる組織の在り方、個人の生活や働く意義をどう見つめ直すのか。
デジタル革命の最先端を走る西野氏がデジタル技術を活用した社会課題の解決に迫る！
経営者だけではなく、これからの社会を担う学生や女性にとっても貴重な講演です。

令和2年

2/14

金

参加
無料

時間／15:00～17:00

会場／秋田キャッスルホテル
(秋田市中通1-3-5)

定員／200名



講師

西野 弘氏

平成28年、大手企業27社(現在34社)をメンバーに、デジタル技術を活用したソーシャルイノベーションを推進するためデジタルイノベーションセンター(DBIC)を設立し、ソーシャルイノベーションを推進できる組織及び人材の育成を実践。

国際刑事機構(インターポール)グローバルサイバー犯罪専門家委員会委員や経済産業省の電力インフラデジタル化委員会委員などの要職を歴任。

申込方法

下記の申込フォームよりお申込みください。
<http://www.akitacci.or.jp/post-12320>

応募締切

令和2年2月7日(金)

〈主催〉秋田商工会議所／公益財団法人あきた企業活性化センター／秋田県／秋田県警察本部
〈後援〉秋田デジタルイノベーション推進コンソーシアム

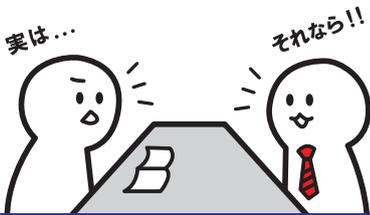
お問い合わせ／秋田商工会議所 企画振興課 TEL.018-866-6679 FAX.018-862-2101

デザインの活用で売上アップ!

あきた産業デザイン支援センター事業

商品開発の 無料相談

予算・保有設備・開発体制・スケジュールについてお伺いし、プロセスや商品の仕様やPR方法など、最適なデザイン活用のご提案・アドバイスを行います。デザイナーの皆様からのご相談もお受けします。



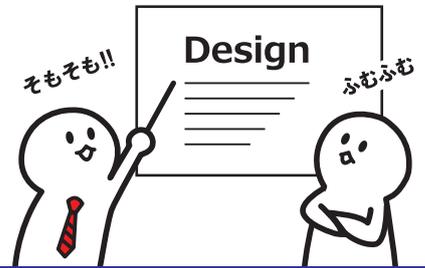
マッチング 支援

相談内容に応じて、デザイナー・工場・各種専門家の情報提供や紹介をいたします。お打ち合わせのコミュニケーション支援も行います。



デザイン 普及活動

デザインのスキルアップやデザインの導入・活用のためのセミナー、ワークショップの開催、県内外のデザインに関する情報の配信を行っています。



お問い合わせ先 / 総合企画部 知財・デザイン支援課 TEL.018-860-5614

え!! この名前、使えないの?!

あれもこれも
無駄に...!!



これが
大事

他社の権利を侵害しないか事前の調査!
自社ブランド構築のための戦略を練る!!

知財総合支援窓口が、あなたの不安払拭と
ブランド構築のお手伝いをします。

INPIT 秋田県知財総合支援窓口 (あきた企業活性化センター内)
TEL.018-860-5614 (受付時間 平日8:30~17:15)

◎窓口ホームページ...「知財窓口 秋田」で検索

◎マンガで知財総合支援窓口を紹介(特許庁)...「知財窓口 マンガ」で検索

それ、
知財相談で
防げます!

事業者が抱える お悩みの解決を 支援します

相談無料



サテライト能代

設置場所 能代市役所本庁舎内相談室
設置日時 毎月第4火曜日 10:00~15:30

サテライト北秋田

設置場所 北秋田市民ふれあいプラザコムコム
設置日時 毎月第4水曜日 10:00~15:30

サテライト秋田

設置場所 秋田市役所本庁舎(会議室2-B)
設置日時 毎月第2水曜日 10:00~15:30

サテライト由利本荘

設置場所 カターレ(中央図書館2階郷土資料室)
設置日時 毎月第2木曜日 10:00~15:30

由利本荘市商工会

設置場所 由利本荘市商工会本部内
設置日時 毎月第1水曜日 10:00~15:30

サテライト大館

設置場所 大館商工会議所内
設置日時 毎月第3金曜日 10:00~15:30
※3月20日(金)は3月13日(金)に変更。

サテライト鹿角

設置場所 まちなかオフィス内
設置日時 毎月第3木曜日 10:00~15:30

サテライト仙北

設置場所 仙北市役所 中町庁舎2階
設置日時 毎月第4月曜日 10:00~15:30
※2月24日(月)は2月25日(火)に変更。

サテライト大仙

設置場所 大曲商工会議所会館内
設置日時 毎月第2火曜日 10:00~15:30
※2月11日(火)は2月10日(月)に変更。

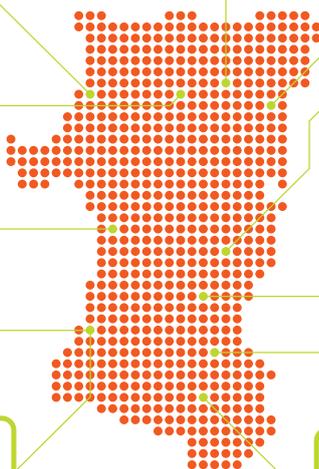
サテライト横手

設置場所 Y²(わいわい)ぶらざ3階(相談室)
設置日時 毎月第1・第3木曜日 10:00~15:30

サテライト湯沢

設置場所 湯沢市役所2階(21相談室)
設置日時 毎月第2・第4金曜日 10:00~15:30

県内11箇所でサテライト、巡回相談実施中
次の場所で相談会を実施しています。お電話にてご予約ください。



2019年度 秋田県よろず支援拠点

TEL: 018-860-5605

〒010-8572 秋田県秋田市山王三丁目1-1 県庁第二庁舎2階
FAX: 018-863-2390 E-mail: soudan@bic-akita.or.jp

