

ACTIVE! SPACE



秋田県庁第二庁舎3階
コワーキングスペース



さまざまな用途でご利用できます

人脈づくりに

リモート
ワークに

出張の仕事に

オンライン
会議に

働く人のためのサードプレイス
ACTIVE!SPACE

【ご利用料】

¥0

ご予約は
こちらから



ご利用の流れ

オンライン予約

新規ご利用の方は利用者登録から

県庁第二庁舎2階で受付

ご利用当日、あきた企業活性化センターで入館証を受け取る

ご利用開始

3階コワーキングスペースへ

営業時間 平日 午前9時～午後5時 ※利用時は2階センターでの受付が必要です。

お問い合わせ

あきた企業活性化センター 新事業・設備支援課

TEL:018-860-5702

E-mail:active-space@bic-akita.or.jp

詳しくはHPをご覧ください。

<https://www.bic-akita.or.jp/active-space/>

BIC
AKITA

537
2026.04



ビックあきた Vol.537 2026年3月31日発行 編集・発行/公益財団法人 あきた企業活性化センター 〒010-8572 秋田市山王三丁目1番1号
TEL.018-860-5610 FAX.018-863-2390 本誌は、賛助会員への配布となっております。購読を希望される場合は、上記までお申し込みください。

BIC Business Information Center AKITA



前向きな挑戦を
惜しまず、楽しむ!

経営探訪【株式会社 フルヤモールド】

04 活用事例

秋田県水産加工協議会

あおとはな

MCC-Complete 秋田『BLANC』

07 主催事業報告

08 経営サプリメント

10 活性化センター支援メニュー

SNSでも県内企業の取組や
事業をサポートする情報を発信!



Instagram



facebook



Youtube



前向きな挑戦を
惜しまず、楽しむ!

どうすればお客様に喜んでもらえる「もの」を作れるか。
社員が技術を高め合える雰囲気。



左から順に取締役統括部長・佐藤尚志さん、代表取締役・古谷美幸さん、
取締役工場長・佐藤尚孝さん、開発係・藤原和幸さん。

株式会社 フルヤモールド

大仙市角間川に本社兼工場を持ち、金型設計・製作からプラスチックの射出成形まで一貫して行う株式会社フルヤモールド。「夢を叶える「ものづくり」企業」を理念に据え、リーマンショックや東日本大震災、コロナ禍などのさまざまな困難を乗り越え、全国から注文を受けるだけでなく、自社製品の開発も精力的に行っている。同社が取り組む技術研鑽や人材育成について代表取締役の古谷美幸さんにお話を伺った。

代表取締役 古谷 美幸

〒014-1413
大仙市角間川町字中木内244-1
TEL 0187-65-2477
FAX 0187-65-2488
<https://www.furuyamold.com/>



H P



プラスチック製品の射出成形 金型設計・製造も一貫して対応

株式会社フルヤモールドは、昭和63年に現在の代表の父・古谷武美氏が創業、当初は射出成形のみを自社で行っていた。顧客の要望に細やかにかつ迅速に対応すべく、創業から4年後には設備を導入し、自社で金型の製作を始めた。その後、時代のニーズに合わせ、ISO9001、14001の認証を取得。より良い案件獲得のため努力を続け、現在は自動車部品や電子機器部品を中心に製造を行う。

令和6年4月に美幸さんが代表取締役
に就任。武美さんは取締役会長に就任した。

「父の代から顧客の依頼をお断りすることはなく、できる限りお応えしてきました。どうすれば喜んでいただけるのか、どうすれば社内でそれが実現できるのか。試行錯誤を繰り返し、それが技術の研鑽に繋がってきたと自負しています。」と美幸さんは振り返る。

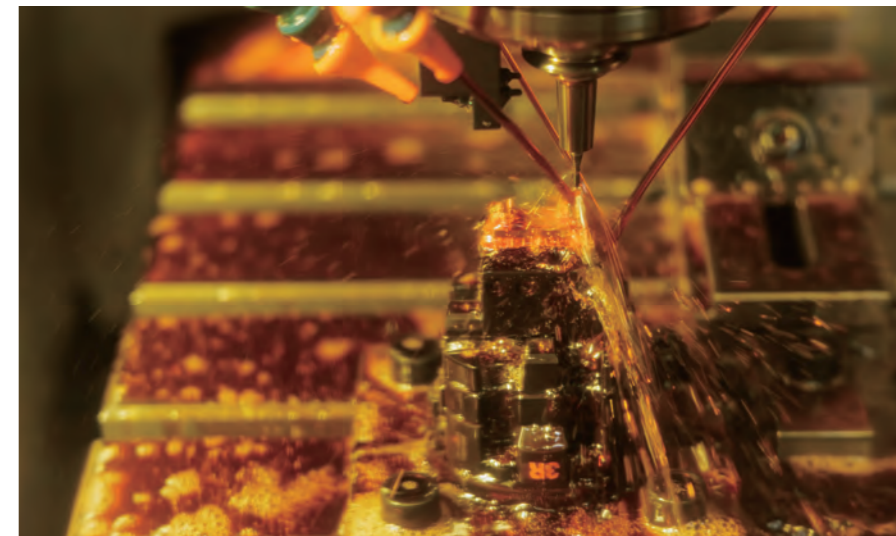


射出成形は細かな調整を手作業で行う。

受注生産が中心だったが コロナ禍の取組が転換点に

創業以来、受注生産を行ってきた同社。ターニングポイントとなったのは、コロナ禍に「ものづくり Team Akita」に参加したことだ。

感染拡大防止を目的とした「飛沫防止カバー」の開発を通して、自分たちにも顧客に喜んでもらえる製品



金型の切削加工を行う様子。

を作れるという自信に繋がったという。以来、自社製品の開発も積極的に行うようになった。

また、令和2年から秋田大学医学部とともにウロストーマと呼ばれる、人口膀胱から専用の袋に尿を送る際に使われるコネクタの共同開発に着手。従来多発していた、チューブのねじれによる尿もれを防ぐことができる製品だ。担当した開発係の藤原和幸さんは「秋田大学未来研究統括機構や秋田県産業技術センターの協力を得ながら実証実験を重ね、実現できた。最近では日本ストーマ・排泄リハビリテーション学会でも発表され、興味を持ってくださった企業様からお問い合わせもありました。」と語った。

コミュニケーションを大切に 風通しの良い組織づくり

同社の強みは多種多様な樹脂の取扱ができること。「フルヤモールドに



今回新開発したウロストーマのコネクタ。

相談すればなんとかなる」という流れができてあり、全国からの問い合わせも増えている。

「おかげさまで幅広い業界との取引があり、長く取引していただけている企業様もいらっしゃいます。お客様との信頼関係を深めるため、そして秋田という距離を感じさせないためにも、担当者が月に一度は足を運んでいます。」と美幸さん。一方、組織づくりや人材育成にも力を入れている。

「ものづくりの会社だからこそ、社内のコミュニケーションを強固にしたい。一人ひとりの能力を引き上げ、仕事のレベルを上げていくための取組を行っています。自分たちの作業がどれだけ社会に貢献しているかが感じられ、社員自身が夢を持てるような会社づくりをしていくため、「夢を叶える『ものづくり』企業」という理念を新たに掲げました。ものづくりはひとつづくり。人材育成にはこれからも力を入れていきます。」と意気込みを語った。



人の手による検査を行い、高い品質を保持する努力も怠らない。

あきた農商工
応援ファンド
秋田県
水産加工協議会

秋田の水産加工事業者が
連携して
新たな商品開発に挑戦



ひとつひとつは
小さい事業者ですが、
手を取り合って売れる商品を
開発したい!

事業者同士が連携する新生・協議会の始動

昨年7月、「秋田県ハタハタ加工産業振興協議会」と「あきたのギバサ研究会」を統合し、新たに「秋田県水産加工協議会」が発足した。副会長を務める株式会社男鹿なびの代表取締役・船木一さんと、事務局兼顧問を務める塚本技術士事務所の所長・塚本研一さんにお話を伺った。

「ギバサ、ハタハタともに原料が獲れなくなってきて、事業縮小あるいは廃業していく企業が増えてきました。両方の団体に参加している企業も多く、水産加工業者の大きなひとつのまとまりにしたいと考え、統合することになりました。」

現状を踏まえると、ゆくゆくは他県から原料を調達せざるを得ない。しかし、他に負けない加工技術で秋田の名産を生み出せないか。そのために事業者同士が連携し、各々の設備を活用して「中規模な事業者団体」を目指したいと考えた。そんなとき、東京のバイヤーから「酒処秋田らしい、酒粕を使った商品が欲しい」というオファーがあった。

協議会の可能性を探る、初の商品開発

オファーを受けた同協議会の代表である株式会社金森水産の代表取締役・金森俊和さんが協議会で取り組んでみようという提案し、あきた農商工応援ファンド事業を活用。「酒粕は酒蔵それぞれに特徴がある。魚も酒粕も秋田のものを5種類使い、漬け材料はそれぞれの魚に合わせています。計3回の試作を経て、組み合わせが決定しました。」と塚本さん。協議会には、網元と加工販売事業者に加え、デザインやECサイト運営を手がける事業者も加盟している。原料調達、漬け込み加工、冷凍処理を分担し、パッケージデザイン考案や包材の選定も協議会で行い、「秋田の地魚酒粕漬 詰め合わせ」を完成させた。現在は、サンプル送付などの売り込みを行う一方で、男鹿なび、秋田県漁連のECサイトでの販売も開始している。船木さんは「販路の開拓はまだまだこれからです。秋田の水産加工を盛り上げていけるよう取り組みたいですね。」と意気込みを教えてくれた。



ふなき はじめ
副会長 船木 一
秋田県水産加工協議会
〒010-0802
秋田市外旭川字三千刈172-1
株式会社金森水産内
TEL:018-866-3201
https://www.hatasankyo.com/



活用事例
あきた農商工応援ファンド

中小企業者等と農林漁業者が連携して
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及び販路
開拓などの取組を支援します。

【お問い合わせ】
研究推進課
TEL.018-860-5702



ぶり、秋鮭、真鯛、ばしょうかじき、真鯛の5種類の切り身を使用。



副会長を務める船木さんと事務局兼顧問を務める塚本さん。



補助金を活用し包材を検討した。

デザイン支援
あおとはな

自分がときめく雑貨を。
ご当地グッズを開発し、
新たなお土産ラインを考案



幼いころから雑貨好き。
皆さんからのご要望をもとに
アイテムを増やしたい!

雑貨バイヤーのキャリアを活かして開業

秋田県出身のあおとはなさんは、子どものころから雑貨や文具が好きだった。東京の総合商社に就職し、雑貨のバイヤーとして勤務した経験を持つ。当時、東日本大震災を経験し、自身や家族について考えることも増え、秋田に帰郷したが、雑貨を取り扱う店舗が少ない。自分のバイヤーとしての知識やコネクション、キャリアを活かすことができないかと考え、店舗を持たない雑貨店として令和4年5月に開業した。

オリジナルのご当地雑貨を開発するにあたり、秋田らしさを表す商品の企画の立案に取り組んだ。第一弾として販売したのは、秋田犬やなまはげ、竿燈まつりをモチーフとしたイラストを使った、コーヒーのドリップパックだ。コーヒーは秋田の珈琲専門店のもので、イラストは秋田在住グラフィックアーティスト「bias」さんに依頼した。裏面には、秋田の文化を知ってもらうため、イラストの説明を記載している。あおとはなさんは「秋田のことを知っていただくために、ストーリーをもたせた商品開発を心がけたい。」と商品化への思いを伝えてくれた。

ご当地アイスの可愛らしさを雑貨に投影

商品化への強い思いを抱いていたのは、黄色とピンクという色合いが雑貨にしやすい秋田のご当地アイス。活性化センターのデザイン支援を活用し、実現のための助言を受けた。その後、男鹿市の児玉冷菓にコラボレーションを提案して開発されたのが「あきたのあيس」シリーズだ。現在、秋田県の形をした黄色やピンクのクリップ、ステッカー、ポストカード、メモ帳などを販売している。できる限り、秋田県内で製造していきたいという思いから、メモ帳の印刷は、秋田市の文具・事務機器販売店「有限会社 金圓」に依頼。リソグラフ印刷機で製造を行っている。

オリジナル商品は、秋田市文化創造館や、秋田県立美術館のショップ、秋田空港などで販売しており、取引先からは、新しい雑貨の要望を受けることもある。

「ご当地雑貨のニーズを感じています。ひとりで事業をしているので、デザイン支援のサポートがありがたい。これからも秋田らしさを表現した、キュンとする商品を開発したい。」と意気込みを語った。



あおとはな
https://www.instagram.com/aohana_zakka/

【主な販売場所】
秋田市文化創造館
秋田県立美術館
秋田空港 など



「あおとはな」
Instagram



「bias」
Instagram

活用事例
デザイン支援

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



蛍光のピンクや黄色のカラーリングで「あきたのあيس」を表現。手軽に購入できるアイテムばかりだ。



あおとはなさんの世界が広がる秋田市文化創造館の売り場。自身が欲しいと思う商品を仕入れ、卸売も行っている。



ヤマキウ南倉庫POPUP出店時の商品。買い手と顔を合わせて反応を見られる、貴重な機会でもある。

秋田県
よろず支援拠点
『BLANC』

異色の経歴を持ちながら
自身の趣味を活かした
コーティング事業を開始



元看護師、予備自衛官。
カーコーティングで
信頼を積み重ねています。

看護師としてのキャリアを持ち、秋田へ帰郷

秋田市飯島で車のコーティング店MCC-Complete 秋田『BLANC』を開業した、久米真人さん。秋田県の短期大学を卒業後、関東の大学病院で看護師として勤務。ゆくゆくは秋田に戻りたいと考えていたこともあり、令和3年に帰郷した。以前から車好きだった久米さんは、自身の車のメンテナンスを突き詰めているうち、独学でコーティングの技術を身に付け、知人や友人の車を施行するようになったという。

秋田を盛り上げるために何ができるのかを考える中で、培ってきた技術を直接届ける形で地域に貢献していきたいと思うようになった。そこで、令和5年に自分の趣味だった「カーコーティング」を事業化した。『BLANC』で提供しているのはガラス成分を主とするコーティング剤を使用した硬化型コーティング。下地処理から仕上げまで1台に約1週間をかけて丁寧に施工する。グラフェンを配合したコーティングや、ガラスの強度を高める特殊コーティングは東北でも導入店舗は少なく県内では唯一。そのため県外から訪れる人もいるという。

発信内容を分かりやすい情報に改善

令和7年11月、集客が思うように伸びず、よろず支援拠点を訪問。集客のために何を改善すべきか相談した。専門的な言葉を使わず、より分かりやすい表現で発信してはどうかと提案を受け、久米さんはこれまでコーティングに関心のある人にしか伝わらない言葉で発信していたことに気づいた。また、ウェブサイトへの流入を増やすため、WebマーケティングやSNSの活用についても助言を受けた。

以降、SNSやウェブサイトの内容を見直し、原稿のリライトや定期的な情報発信にも取り組むようになり、言葉選びの工夫によってSNSのフォロワーが増加。数か月間でサイトの閲覧数も大きく伸び、Webマーケティングの取り組み効果を実感しているという。

現在では、県内だけでなく隣県や遠方からの依頼も増えている。「カーコーティングを通じて秋田に価値を生み、長く必要とされる仕事を続けていきたい。」と久米さんは語る。



代表 久米 真人
MCC-Complete 秋田
『BLANC』
〒011-0948
秋田市飯島西袋3-12-10
TEL:080-4424-4457
https://blanc-akita.jp



HP

活用事例
秋田県よろず支援拠点

幅広い経営知識と高い専門性を有するコーディネーターが、相談者の課題を抽出把握して、課題解決を目指した提案に基づきチーム支援します。

【お問い合わせ】
秋田県よろず支援拠点
TEL. 018-860-5605



施行ブースには特殊な照明を設置している。塗装面の細かな傷やムラを見極めるための設備だ。



「東京オートサロン2026」に展示される車両の最終仕上げを担う久米さん。ショーカーの施工にも毎年携わっている。



ガレージで施工を行う一方、ウェブサイトやSNSの情報発信も自ら手がけている。

令和7年度ライフサイエンス人材育成事業セミナー
医療・健康ビジネスの未来

令和7年12月2日、秋田県総合食品研究センターを会場に「医療・健康ビジネスの未来」をテーマに、基調講演と「ライフサイエンス人材育成事業補助金」を活用した県内企業の事例紹介が行われた。会場には約32名の企業・団体が参加した。

基調講演 「医療・健康ビジネスの未来」
医療機器業界やヘルステックの今後10年の見通しについて

早稲田大学大学院経営管理研究科客員教授
キャブスクリニックグループ代表
NPO法人 キャンサーネットジャパン 監事
つるたに たけちか
鶴谷 武親 氏



鶴谷氏は、官公庁や製薬会社、医療機器メーカー、都道府県などが購入する医療業界の白書の制作に携わっている。特に世界や日本の医療、ヘルスケア、それにまつわる技術や動向などのレポートを担当しており、その知見を活かし、医療機器業界やヘルステックの今後10年の見通しについて講演を行った。

鶴谷氏は「医療・ヘルスケア産業は世界最大の産業」とし、「変革期はどの産業界でも市場が確立し、利益が活性化する。医療の世界でもおそらく同じだ。」という持論を展開した。

「日本における医療・ヘルスケア産業の市場規模は現在1,550～1,600兆円。2034年には2,800兆円となる。日本の人口は2043年まで65歳以上の高齢者が伸び続けるが、そこからは全年齢層で減少に転じる。テクノロジーに頼らない限り、医療は対応できなく

なる」と述べた。また、医療機関の受診行動も今後変化していくと説明し、政府もこうした変化を促進するため、今後10年かけて多岐にわたる施策を展開していくものと予測しているという。

「病院のワークフローや事務的なところから変化が起き、それは多分戻ることではない。この変化を契機として、診断や治療といった医療分野にも徐々にテクノロジーが取り入れられて変化していくだろう。そのほか、海外では製薬と医療機器の認定を世界基準にしようという動きがあり、いつかは日本も参加することになる。新しいルールの到来は、大企業だけでなく新参者にチャンスが訪れるということ。ヘルスケアのうねり、変化をとらえ、どのような新しいニーズが生まれるか、興味を持ってその動向を注視していたらと思う。」と講演を締めくくった。

県内事例紹介1

NPO法人 光環境DX研究会
理事 河村 希典 氏



秋田大学発ベンチャー。次世代の光技術、情報通信技術、制御システムなどを活用した、研究や活動成果の発表と交流を目的に設立された。ライフサイエンス人材育成事業補助金は当学会の研究発表会にて実施した特別講演に充てられている。また、地元企業や県産業技術センター、福祉施設などで構成する「あきた快適環境創造研究会」にも参画。介護施設を実証の場とし、光と音と香りを生かした空間環境の調整システムとその利用に関する研究に取り組んでいる。

県内事例紹介2

あきた介護予防研究会
会長 渡部 真吉 氏



地域における介護予防の推進及び医療・福祉分野の知識普及と人材育成を目的として活動しており、地域住民の健康寿命延伸と、専門職の質の向上を目指している。医療DXや多職種・他職種連携、産学連携に関する勉強会や研修会開催にライフサイエンス人材育成事業補助金を活用した。最新の研究成果や実践事例の発表に加え、参加者同士が知恵を出し合うディスカッションの場を設け、資質向上を図るほか、地域の専門員同士がつながり、共に課題を解決できる関係づくりを推進している。

参加者の声



小林工業 株式会社 取締役 柳田 史 さん

私どもは各種金型の製造、CNC粉末成形プレスの2つの事業を柱にしています。医療分野に参入しているものの、より本格的な展開を目指し、その足がかりとして今回のセミナーに参加しました。私たちは技術のことを先に考え、造った後でニーズを考えてしまうことがあります。今回の鶴谷先生の基調講演を聞いて、世の中の流れを踏まえてニーズを見つけることが重要だと改めて感じました。外部ニーズを的確にとらえて、そこに自社の技術を連携しなければ、しっかり事業化して利益を生み出せない。今回のセミナーではとても有意義な内容をお聞きできました。

小林工業 株式会社
〒015-8686 由利本荘市石脇字赤ハゲ1-372

TEL:0184-22-5320
https://www.kobayashi-akita.co.jp/index.html



HP

経営 サプリメント

テーマ

売上アップのコツ 科学的マーケティングメソッド①

売上アップのために必須となる要素について、
全6回で紹介。
今回は「**集客ロジック × ブランディング**」について
解説します。



秋田県よろず支援拠点
スペシャリスト
コーディネーター
杉田 和可子
Sugita Wakako

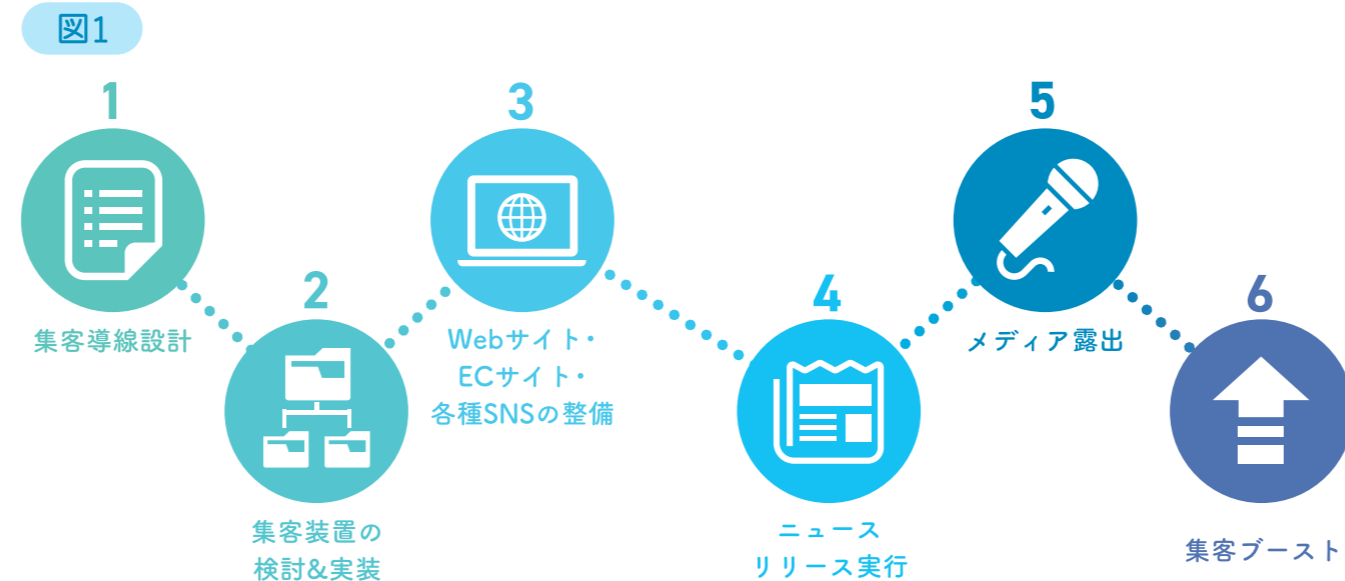
【主な経歴】
コピーライター/マーケティング&メディア戦略コンサルタント。
眼鏡店勤務、出版社勤務を経てフリー。パリ発のファッション誌
「ELLE JAPON」や「Numéro Tokyo」をはじめ、メンズライフ
スタイル誌・モノ系雑誌・メガネ専門誌などの執筆や編集
を経験。東日本大震災後、秋田の仕事をスタート。テレビ台本
やWebサイト運営などを多数手掛ける。平成28年より
コンサルティング業を開始。マーケティングをベースに、
強みの言語化・コピーライティング、ブランディング、メディア
戦略、PR広報、SNS集客、コンテンツの質向上および
情報発信等の支援を得意とする。

【お問い合わせ】
秋田県よろず支援拠点 TEL .018-860-5605

01 集客はロジックと演出に 分けて考える

売上アップに必須となる「集客」について悩まれている事業者さまは多いのではないのでしょうか。日々のご相談の中にも、非常に多い課題が「集客」です。人口減少の中、ターゲットとなる顧客の母数は減少する一方です。そんな中、まだ「なんとなく集客」を進めていませんか？

私はいつも「集客」をロジック（論理的仕組）で捉えるよう助言しています。図1のように、進めるべきポイントは、業種を問わず、大体同じです。進めるべき順番があり、ひとつひとつのポイントに、設計や実装するべき項目が詰まっています。コツとしては「集客ロジック」と「ブランディング＝演出による世界観の共有」を一旦分けて考えることです。これにより、グッと整理しやすくなります。



02 集客ロジックの基本を押さえて 半自動化へ

集客ロジックの基本を押さえ、各ポイントで実施するべき項目の実装精度を高めることで、集客力が向上していきます。まずは**①集客導線設計**です。ターゲット設定や顧客との接点の把握と設計、自社でコントロールできるメディアの導線把握と設計を進めます。次に**②集客装置の検討&実装**です。ここでいう集客装置とは、WebサイトやECサイト、

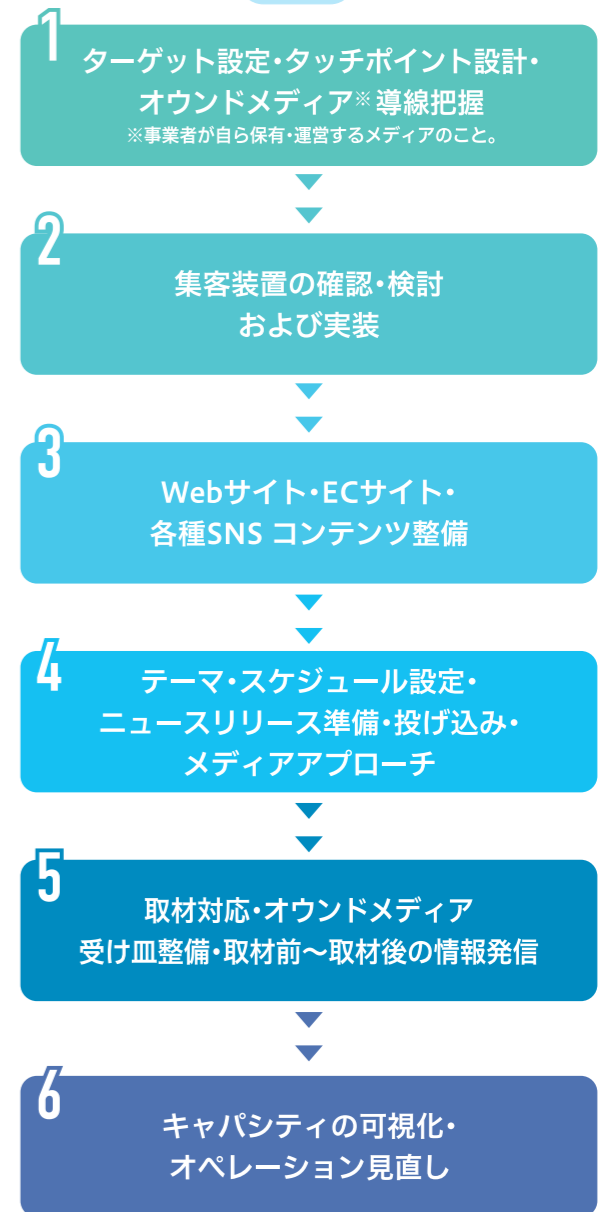
各種SNS等を指しますが、その他にもフォトスポットや体験イベント、デジタルサイネージ等も含めて検討&実装を進めます。そして**③Webサイト・ECサイト・各種SNSの整備**では、コンテンツの質の見直しを図り、メディア露出を見越して、あらかじめ載せておくべき情報を精査して掲載しておきます。その後、**④ニュースリリース実行**から**⑤メディア露出**、**⑥集客ブースト**を仕掛けます。ニュースリリースの準備から実行を進めて、メディア側が興味・関心を持って取材したいと感じてもらえるような内容でアプローチを図ります。こうしてメディア露出の機会を獲得することができれば、WebサイトやECサイト、各種SNS等へのアクセス流入や実店舗への来店が底上げされて集客にブーストがかかるという仕組みです。各ポイントで土台となる情報を分析・整備・設計していくので、2周目からは半自動化され、適宜見直しを図りながら進めます。

03 集客ロジックの各フェーズで 抑えるべきポイント

集客ロジックの①～⑥の各フェーズで押さえるべきポイントをお伝えします。たとえば**①集客導線設計**であれば、基本的なことになりますが、ターゲットをより具体的に設定し、想定する顧客との接点を洗い出して整理します。顧客との接点は、WebサイトやECサイト、各種SNSのほか、実店舗や看板、チラシ、リーフレット等、顧客と接触する機会となる、あらゆる

接点を想定します。そして、これらの接点をどのように経由して、顧客が購入まで辿り着くかを設計していくのです。こうした集客ロジックの構築は、顧客の気持ちになって想像し、シミュレーションすることが求められます。なによりも、事業者の皆さまが日々大切にされている「顧客への誠意と想像力」が力を発揮する場面です。集客ロジックの①～⑥の各フェーズで押さえるべきポイントについては、図2にまとめましたので、参考になさってください。

図2



具体的なご相談については、無料で相談できる国の経営相談所 **秋田県よろず支援拠点** へ、お気軽にご連絡ください。お待ちしております。

あきた企業活性化センターの支援メニュー

あきた企業活性化センターでは
相談される皆様の各成長ステージに合わせ、
様々なメニューを活用して
ワンストップで総合的な支援を行います。



起業

- 創業支援室・コワーキングスペースの提供** 起業家や新事業分野進出を目指す企業に事務スペース(創業支援室)を提供し、入居者が抱える様々な課題の解決を支援するほか、無料で使えるコワーキングスペース「ACTIVE!スペース」を提供します。 **E**
- 起業家等交流会の開催** 県内外のスタートアップロールモデル等を招へいし、県内の起業家同士等による相互交流を図ります。 **E**
- 起業家との連携促進支援** 企業とスタートアップ等起業家との協業の推進を通じ、企業の経営課題の解決やスタートアップの立ち上げ・成長を支援します。 **E**

経営相談

- 経営相談への総合的な対応** 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提案、関係機関等への取り次ぎなど、総合的な支援を行います。 **B**
- 専門家の派遣** 企業が抱える経営課題に対し、センターに登録されている各種分野の専門家を派遣し、診断・助言を行うほか、適正かつ円滑に価格転嫁を行いたい企業を伴走支援します。 **B**
- 秋田県よろず支援拠点 生産性向上支援センター** 県内の支援機関等と連携しながら、企業の経営相談にワンストップで対応するとともに、企業自らが経営課題に気づき解決できるよう支援します。「生産性向上支援センター」では、企業の生産性向上に関する相談に対し、複数回の現場訪問による伴走支援を通じて課題解決に向けた提案・助言を行います。 **F**
- 秋田県プロフェッショナル人材戦略拠点** 「攻めの経営」への転換や経営改善に意欲的な企業が必要とする、多種多様な「プロフェッショナル人材*」の活用を支援します。(*経営経験者、有資格者、副業人材等) **G**
- 生産性向上への支援** 生産性向上のための課題抽出やその解決に向けた取組について、アドバイザー等が改善指導やアドバイスを行います。 **D**
- 取引上のトラブルに関する相談** 代金の未払いや不当要求、突然の取引停止など、企業間の取引に係るお悩みやトラブルに関する相談に対応します。 **H**

知財・デザイン活用

- 知財の総合支援窓口** 特許や商標などの知的財産権の取得、技術やノウハウなどの営業秘密の管理、知的財産のビジネス活用など知財に関するお悩みや課題の解決を支援します。 **C**
- 外国出願への支援 補助金** 海外での事業展開や模倣に対する対策のため、外国への特許・商標・意匠等の出願を支援します。 **C**
- 産業デザインに関する支援** 商品開発、マーケティング・PR等について、デザイン活用の視点からの助言や、デザイナーとのマッチングを支援します。 **C**

設備導入

- 設備投資への支援** 設備の導入により、経営基盤の強化を目指す企業に対し、必要とする設備を割賦販売またはリースします。 **E**

販路開拓・取引拡大

- 取引のあっせん** 県内ものづくり企業の取引拡大のため、首都圏および東北地区担当のアドバイザーによる発注案件の開拓や取引のあっせんを通じてマッチングの支援を行います。 **D**
- 商談会の開催** 受注機会の拡大を図るため、受発注企業が一堂に会する商談会や発注企業を県内に招へいして行う個別マッチング商談会を開催します。 **D**
- 発注情報報告会の開催 受発注情報の提供** 首都圏および東北地区担当のアドバイザーが収集した発注情報を報告会やWeb、E-mail、Fax等を通じて提供します。 **D**
- 輸送機関連産業の強化** 輸送機関連メーカー等とのマッチング、新技術・新工法の芽出しを支援します。また、電動化等に対応するための部品・加工ニーズの収集や商談会を行います。 **D**
- ものづくりへの一貫支援** 企業のコア技術の発掘、共同研究体の形成、新製品・新技術の開発やビジネスマッチングなど、事業化に至るまでを一貫支援します。 **D**

商品開発・技術開発

- 研究開発の支援 補助金** 中小企業者等と県内研究機関との共同研究による新技術や新商品の研究開発を支援します(あきた中小企業みらい応援ファンド)。 **E**
- 新商品開発の支援 補助金** 中小企業者等と農林漁業者の連携体や、連携体を支援する団体が行う新商品や新サービスの開発とその販路開拓を支援します(あきた農商工応援ファンド)。 **E**
- 競争的研究開発資金の提案・事業推進の支援** 国等の競争的研究開発資金事業の提案支援や、国の成長型中小企業等研究開発支援事業(Go-Tech事業)の事業管理機関として事業推進を支援します。 **E**
- ライフサイエンス分野の事業推進支援 補助金** 県内企業のライフサイエンス関連分野への進出または販路拡大のための出展と、県内の産学等のグループが行うライフサイエンス分野の事業化に向けた研究会等の活動を支援します。 **E**

情報提供

- 情報誌『ビックあきた』** 県内で活躍する事業者の紹介、イベント情報や各種支援施策・補助金等、経営に役立つ情報を提供する情報誌『ビックあきた』を毎月発行します。 **A**
- ウェブサイト・メールマガジン** 各種支援施策やイベント情報等をウェブサイトやメールマガジンを通じて発信します。 <https://www.bic-akita.or.jp/> **A**

お問い合わせ先 各メニュー末尾のアルファベットに対応しています。

- A** 総務広報課……………018-860-5603
- B** 総合相談課……………018-860-5610
- C** 知財・デザイン支援課……………018-860-5614
- D** 取引振興課……………018-860-5623
- E** 新事業・設備支援課……………018-860-5702
- F** 秋田県よろず支援拠点……………018-860-5605
- 生産性向上支援センター……………018-860-5609
- G** 秋田県プロフェッショナル人材戦略拠点……………018-860-5624
- H** 取引かけこみ寺……………018-860-5622
- ※ 分からないときは……………018-860-5610へ!