

アイデアの引き出しで、
心をつかむ。



人を惹きつけるデザイン、開発から、
心をつかむ空間演出まで。
アートシステムはあらゆる引き出しで
ニーズに対応いたします。

art system

株式会社 アートシステム 〒010-0951 秋田市山王五丁目15番33号 www.art-as.co.jp



BICAKITA

542
2026.09



ビックあきた Vol.542 2026年8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.018-860-5603 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。

元気な企業を応援するビジネスマガジン
Business Information Center
BICAKITA

2026
vol.542
09

【ビックあきた】
公益財団法人
あきた企業活性化センター

ブランド化と 循環型農業で挑む

経営探訪 東海林養鶏場



- 04 オンリーワン企業
株式会社 農園鈴福
- 05 わたしたちのSDGs
left works
- 06 活用事例
うつつ菓子店
- 07 主催事業報告
- 08 経営サプリメント
- 10 お知らせ

SNSでも県内企業の取り組みや
事業をサポートする情報を発信！





ブランド化と 循環型農業で挑む

地域の方に定着した直売所には、毎日多くの方が卵を求めて来店。



パッキング作業の様子。

「農業の補助金は機械や土地向けが多く、加工品開発は農家が得をしないと思われがち。だからこそ自分が成功事例を作り、規格外品に価値を持たせたい。」と東海林さんは情熱を込めて語る。さらに自身の食感を活かしたタルタルソースや、濃厚な黄身で作るマヨネーズなど、素材を余すことなく使い切る商品展開も構想中だ。

女性スタッフが活躍する職場づくりと秋田の未来へ

こうした改革を推進するのが、30代・40代を中心とした女性スタッフだ。2022年、東海林さんが伴走支援を依頼したデザイン制作会社とともに1年ほどかけて作り上げたのがコーポレートアイデンティティ。それに基づいて進めていったブランディング変更により東海林養鶏場の認知度や印象が向上し、求人に対して比較的若い世代かつ、女性の応募が増えた。また、スタッフに東海林養鶏場の目指すことが浸透し、自発的に動く組織風土が定着した。手書きの「東海林養鶏場通信」の企画立案・発行や直売所の売り場づくり、ノーコードによる出荷システムの構築など、東海林養鶏場のファン目線で作るアイデアが業務改善やさらなる顧客獲得に生かされている。

東海林さんは「売上を伸ばすことで、スタッフが安心して暮らせる給与水準を実現したいと考えている。また、新しいことに挑戦する際には、スモールスタートで販路を先に考え、確実に消費者の方へ価値を届ける取組を続けていきたい。」と語る。

確固たる理念と関わる人々への思いやり、そしてデジタル技術を武器に、秋田の農業の未来を切り拓く東海林養鶏場の挑戦はこれからも続いていく。



毎月発行する東海林養鶏場通信。スタッフが自発的に企画・制作する。

東海林養鶏場

〒013-0101
横手市平鹿町上吉田字竹原50
TEL 0182-24-0511
FAX 0182-24-3963
<https://shoji-egg.jp/>

代表
東海林 肇 (しょうじ はじめ)



HP



ブランド化と顧客との接点構築で卵の価値を高める

横手市平鹿町で鶏卵生産や堆肥製造を手がける「東海林養鶏場」。かつて5万羽だった飼育数を2万2千羽へあえて削減し、ブランディングや販路見直しを行うことで、小規模ながら以前を上回る高収益な経営体質へと転換を遂げた。同養鶏場では地域資源を生かした循環型農業に取り組んでいる。地元の農家から本来捨てられるはずの粕殻を引き取り、独自の技術で発酵させた高品質な堆肥を製造・販売。その堆肥を使った農家の作物を同養鶏場が運営する直売所で販売するなど、地域連携の輪を広げている。



入荷した卵を洗浄し、割れたり、ヒビが入っていないかを確認。



黄身がないものなども選別し、サイズごとに仕分け作業を行う。

経営理念に「思いやりを循環させ、人と人をつなぎ、幸せに満ちた世界を作る」を掲げ、ブランド卵「黄身の余韻」を軸に直売所や郵便局内での無人販売、ふるさと納税など顧客との接点を多角的に開拓。きめ細やかな顧客対応と確かな品質で全国にファンを広げている。さらに2025年3月には県内の農業分野で初となる経産省の「DX認定」を取得。生産・販売データの管理一元化を進め、持続可能な循環型農業の確立に挑んでいる。

農商工ファンドを活用し未活用資源を商品化

卵そのものの価値向上に加え、規格外資源を活用した6次産業化にも果敢に取り組む。今年度の「あきた農商工応援ファンド事業」に採択され、産み始めに出る小ぶりなSSサイズ卵を生かした「エッグピクルス」の開発に間もなく着手する。毎日約2,000個も出る小さな卵は、相場で決まる安値で取引されがちだ。そこで横手地域で古くから親しまれてきた、小ぶりな卵の甘い酢漬けという食文化に着目。県内の加工業者と連携し、常温流通できる体制を整えることで、自ら価格を設定できる高付加価値な名物商品へと生まれ変わる。



すずき こういち
代表取締役 社長 鈴木 康一

株式会社 農園鈴福

〒014-0318
仙北市角館町中町23-2(本部)
TEL:0187-54-2191
FAX:0187-55-4633
<https://r.goope.jp/suzufukuyoumart/free/nouennsuzufuku>



HP

補助金を活用し、あの感動を再現

角館で地域密着型のスーパー「スズフク・YOUマート」を営む鈴木康一さんは10年ほど前、明治大学農学部と同級生で京都の篤農家・西村靖さんが育てたトマトを食べ、そのおいしさに強い衝撃を受ける。自社店舗での販売を熱望し、西村さんに依頼したが流通の関係上難しいという返答があった。それでも諦められなかった鈴木さんは「それなら自分たちで作ろう」と西村さんに栽培指導を懇願した。何度も断られながらも数年かけて熱意で説得し、西村さんから承諾を得たことで「農園鈴福」の設立に至った。

県の補助金「夢ある園芸産地創造事業」を活用し、コconaツツ培地に自動で養液を供給する栽培システムや、遠隔で温度・湿度を管理できるIoT設備を完備した最新ハウスを建設。困ったことがあれば、すぐにビデオ通話で西村さんへ相談。遠隔でありながらも強力な指導者によるバックアップのおかげで、昨年初めてトマトといちごの販売にこぎつけたという。

トマトといちごの完熟品をお客様に届ける

当農園では春から秋にかけてトマト、初冬から春はいちごの栽培・出荷を行う。通常の市場流通では輸送中の傷みを避けるため、未熟な状態で収穫するのが一般的だが、当農園ではいずれの作物も限界まで甘みを蓄えさせた最もおいしい状態での出荷を目指す。トマトを購入した顧客から「昔、子どもの頃に食べたトマトの味がする」と喜びの声があった。完熟ゆえに傷みやすく一般的な小売店では扱えない希少ないいちごの品種「章姫」も、採れたてをそのままお店へ。評判を聞いた飲食店や菓子店などから卸販売の要望もあるが、「お店に買いに来てくださるお客様の優先順位が一番」という鈴木さんのポリシーにブレはない。

現在、自ら農園で栽培に携わりノウハウを蓄積している鈴木さん。「知識がなくても、素晴らしい指導者との繋がりを得ることで成功できるという事例を作りたい。若い世代が希望を持って稼げる農業に取り組める前例になれば嬉しい。」と語り、これからも農業の可能性を広げていく。



ハウス内の温度や湿度の調整を行うための装置。
事務所に設置されており、操作性が高い。



色見本を参考に基準に達したものを出荷。



ハウス内にはコconaツツ培地から伸びたトマトの茎がバランス良く張り巡らされ、収穫もしやすい環境。



大館市で住宅建材の補修や、エアコン設置工事などを手掛けるleft works。前職で培ったSDGsへの取組経験を生かし、リペアという分野に挑み、今年4月に一念発起して事業をスタートさせた代表の齋藤史典さんにお話を伺った。

前職の工場閉鎖を機に自ら事業を興して挑戦

住宅建材の補修、いわゆるリペアを主な事業として4月に設立した「left works」。代表の齋藤史典さんは、10年以上、乳飲料工場で勤務。在籍していた当時、業務改善活動の一環として、持続可能な社会の実現に取り組むという社内発表会に毎年参加していたという。

「自分たちができることは何か。その行動が何に繋がるか」といったSDGsへの意識付けが当たり前に行われていました。そのおかげで、自分たちの行動が環境を救うことにも、悪化させることにも繋がるという意識を自ずと持てるようになりました。」と齋藤さんは振り返る。

もともと手先が器用な齋藤さんは、副業としてリフォーム業を手伝っていた。しかし、工場が閉鎖することが通達され、齋藤さんは以前から構想を抱いていたリペア事業を自ら興すことを決意。副業をしている中で、大工さんにも器用さを買われ、リペアを勧められたこともきっかけのひとつだった。



フローリングの傷はパテで補修し、色を合わせて木目を描く。
どこに傷があったのか全くわからないほどに仕上がる。



木材部分だけでなく、アルミも補修することが可能。
全部交換せずにもるで新品のように蘇る。



前職のころに取得した資格を活かし、
エアコンの取付作業も対応している。

費用を抑えて環境を守る「直して使う」選択

現在の主力事業は、賃貸住宅退去後の床や家具の補修、エアコンなどの設置工事だ。部材交換や建て替えに比べ、費用と施工時間を大幅に抑えられるリペアは、顧客の負担を軽減するだけでなく、廃棄物を削減する環境に優しい選択肢でもある。不動産会社からの依頼を中心に需要が増加しているほか、愛着のある物を長く使いたい個人からのニーズも高い。現在は大館市など県北地域を中心に一部県央地域にも対応するが、将来的には人員を増やし、より広い地域へサービスを届けていきたい考えだ。

「私だけやってみても変わらないという考え方ではなく、私だけでもやってみようという考え方の人を増やせたら、素晴らしい世の中になると思う。特別なことではなく、身近なリペアを通じて“直して使う文化”を広げていきたいです。」と語る齋藤さん。確かな技術と環境への熱い思いを胸に、「直して使う」意識をこれからも伝えていく。



お客様に豊かな時間を
ビジュアルも味も
満足感のある商品づくり



自身の経験を糧に地元秋田で菓子店を開業

秋田市櫛山の「うつつ菓子店」は、2025年7月末に開業した焼き菓子をメインとした洋菓子店だ。オーナーである尾形真美さんは、高校卒業後から一貫して飲食業への興味を持ち続けていて、チェーン店カフェでの店舗運営を経験後、関西の製菓学校で菓子づくりの基本を本格的に学んだ。紆余曲折を経て能登に移り住み、店舗を持たないスタイルで焼き菓子を製造・販売していたが、2024年1月に能登半島地震で被災し、さらにその8ヵ月後、記録的豪雨による水害が起こったことがきっかけで、地元である秋田での暮らしを選んだ。現在営んでいる店舗は、シックで落ち着いた雰囲気、ショーケースには素材の良さにこだわった焼き菓子が並んでいる。能登に住んでいた頃は旅館の厨房で働いていた時期もあり、その際に培ったフルーツの飾り切りの技術を生かして、焼き菓子のほか、現在はフルーツタルトなどの生菓子も販売している。丁寧に作られたきらびやかな装飾が目を引く「プリンアラモード」は運営する喫茶スペースでしか食べられない人気のメニュー。確実に味わいたいなら予約がおすすめだ。

よろず支援の客観的なアドバイスで不安解消

開業準備の際、融資を受けた金融機関の担当者から「尾形さんの商材はSNSでの宣伝に向いているのでは」と、そういった宣伝方法に強い専門家のいる秋田県よろず支援拠点への相談を提案された。早速相談すると、SNSマーケティングの専門家である担当コーディネーターに、具体的なオープン時期の設定や、提供するメニューに季節感を取り入れることなどをアドバイスされた。SNSでの発信内容はもちろんのこと、自らメディアに対しての売り込みをすることも助言を受けた。「ひとりで菓子製造と店舗の運営も行わなければならないため、市場調査をする時間はありませんでした。コーディネーターの方からさまざまな情報や客観的な意見をいただけるので、非常に心強く感じています。また、数字の面でもわからないことがあるときはよろず支援拠点に相談すれば、専門の方が対応してください。これからも頼りにしています」。開店から1年が経過し、尾形さんは今後も顧客との対話を大切にしながら試行錯誤を重ね、地域に愛される店を目指す。



おがた まなみ
尾形 真美

うつつ菓子店
〒010-0028
秋田市櫛山共和町5-4
<https://www.instagram.com/utsutsukashiten2025/>



Instagram

>>> 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



繊細な技術が必要なフルーツの飾り切り。
彩り鮮やかな盛り付けで尾形さんのセンスが光る。



ショーケースには焼き菓子が並び、人気はアプリコットとラズベリーのジャムが乗った「ジャムボールクッキー」。



喫茶は公式LINEでの受付のみで事前予約を推奨している。

青森・秋田・岩手・北海道 合同商談会2026



7月16日、TRC東京流通センターを会場に、「青森・秋田・岩手・北海道 合同商談会2026」を開催し、298社・496名(内秋田県内受注企業61社・97名)のモノづくり企業が参加した。



この商談会は、4道県の中小企業支援センターが主催となり、取引拡大に取り組む受注企業支援のため、発注企業との商談や情報交換等の面談による自社製品・技術のアピールの場を提供するものである。商談・面談は、受注または発注企業から事前に希望を聞き取ったうえであらかじめ設定される「指名面談」と、各企業の空き時間を活用して行う「フリー面談」形式で行った。



参加者の声



鹿角エヌ・シー・エル 株式会社

〒018-5334
鹿角市十和田毛馬内字南陣場56番地
TEL:0186-35-3911 FAX:0186-35-3914
<https://k-ncl.jp>



H P

鹿角エヌ・シー・エル 株式会社

代表取締役 高橋 健一 さん(写真左)／取締役部長 西村 勉 さん(写真右)

弊社では半導体装置関連や通信関連機器を始めとした様々な分野で使用される基板のアセンブリを製造しています。こちらの商談会には毎年参加しており、情報収集や他企業様との関係性構築のきっかけの場としても活用させていただいております。過去にはこの商談会をきっかけに知り合った企業様と、数年の時を経て取引に結び付いたこともありました。繁忙期こそ、その先の時期を見据えて商談や営業を行っていかねばならないと常々感じているので、長期的に受注獲得につなげる循環となるよう今後も積極的にこういった商談会を活用させていただきたいですね。

主催：(公財)21あおり産業総合支援センター、(公財)あきた企業活性化センター、(公財)いわて産業振興センター、(公財)北海道中小企業総合支援センター
後援：青森県、秋田県、岩手県、北海道

経営

management supplement

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④

売上アップのために必須となる要素について、
全6回でご紹介。
今回は「**伝わるクリエイティブ～土台設計のコツ～**」
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。テレビ日本
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 「伝わるクリエイティブ」の 土台となる5W1H 整理術とは

「チラシを配っても反応がない」「SNSで情報発信しても予約が入らない」といったお悩みは、日頃のご相談に多い課題です。そのほとんどは、制作の前に「誰に何を届けたいか」を整理できていないことが大きな原因のひとつです。現代では、AIやCanvaなどを使うことで、誰もが文章や画像を制作することが可能になりました。しかしながら、土台となる情報設計の整理が抜けていると、出来上がりが的外れになり、「なんとなく」制作されたクリエイティブは「なんとなく」しか伝わらないものになるのです。

前回、8月号に掲載の「売上アップのコツ 科学的マーケティングメソッド③ 目に見えない価値の言語化」では、「ロジカルな仕組み」と「目に見えない価値の発露となる感覚的なクリエイティブ」という2つの歯車をしっかりと噛み合わせることの重要性と考え方について触れました。

今号では、「目に見えない価値の発露となる感覚的なクリエイティブ」を「伝わるクリエイティブ」にするための土台となる情報設計について、お伝えしていきます。

02 「5W1H」を、より具体的に 解像度高くイメージする

まずは制作の前段階として、次ページ右下の「**5W1H情報整理シート**」で情報の土台設計を固めておきます。「**5W1H情報整理シート**」は、伝わるクリエイティブに必要な土台となる「誰に・何を・どうやって」届けるのかを、事前に設計するためのツールです。制作の前に土台を固めておくことで「雰囲気は良いのに反応がない」という失敗を防ぎやすくなり、クリエイティブの伝わり方はブレなくなります。

それでは、実際に書いていく際の考え方や注意点について触れていきます。

Why(なぜ)では、なぜ、何のために制作し、伝えたいのかをイメージしてみてください。このとき、漠然と「集客のため」等にならないように注意が必要です。集客したい理由、さらに集客することで、どのような課題を解決していきたいかを言語化します。

Who(誰に)では、誰に届けたいのかを明確化していきます。ターゲット層は、どんな人か、年齢や仕事、生活リズムを具体的にイメージします。そして、何に困っていて・どのような不安を感じているかといったお客さまのニーズや心の状態を解像度高く想像してみてください。そして、そのお客さまは、何がきっかけなら動きたくなるかを考えます。どのような言葉なら背中を押すことが

できるのかなど、より具体的に、あなたなら目の前にいるその人に、どのような声をかけるのか、といったイメージが必要です。

What(何を)では、何を伝えるのかを深掘りしていきます。そもそも選んでいただくためには、価値提供や強みを明確にする必要があります。ここが山場です。伝えるべき強みや提供価値、体験後のお客さまにどのような気持ちや状態になっていただきたいかを、しっかり固めていきます。

Where(どこで)では、どの接点で、どのような形で届けるのかを洗い出し、集客導線のなかで有効と思われるポイントと伝えたいイメージを言語化していきます。

When(いつ)では、どのようなタイミングと流れで見てもらうかを決めていきます。この際、事前に年間スケジュール等が整理されていると進めやすくなります。

How(どのように)では、どのような表現で、どのような気持ちになっていただきたいか。さらに、どのような行動に繋げたいかを設計していきます。より具体的に、解像度高く、お客さまのお気持ちや行動を想像してみてください。日頃から、一番近くでお客さまに接している皆さまの腕の見せ所です。

これらのコツやポイントに留意しながら、「**5W1H情報整理シート**」を進めてみてください。

03 「5W1H情報整理シート」は事業者、 支援者、制作者の共通言語になる

「**5W1H情報整理シート**」が完成すれば、伝わるクリエイティブの土台となる情報設計は8割程度完成といえます。さらに、事業者の皆さま、支援者の皆さま、制作サイドのブレない共通言語として機能しますので、土台固めをすることで得られるメリットは非常に大きいと云えるでしょう。制作段階でAIやCanvaなどを使う際にも有効です。たとえば、AIへの指示の出し方(プロンプト)にもコツがあります。また、Canvaのテンプレートやカラー決めの際にも役に立つでしょう。ぜひ、実践してみてください。

具体的なお相談については、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。

伝わるクリエイティブの土台となる情報設計「5W1H情報整理シート」(簡易版)

① Why(目的・ゴール・条件) なぜ、何のために制作するのか		
書き方の コツ	「今、こういう問題が起きていて、こう変えたい」と1～2行で書きます。具体的な数字目標が一つでもあると、判断しやすくなります。	悪い例:「もっとお客さまが欲しい」「売上を上げたい」(漠然としている) 良い例:「今は新規のお客さまが月5人しか来ないので、Instagramからの問い合わせを月20人に増やしたい」
② Who(誰に・ターゲット) 誰に届けたいのか		
書き方の コツ	より具体的に、解像度高くイメージしてみましょう。	どんな人か(年齢・仕事・生活のリズム)、何に困って・何に不安を感じているか(ニーズ・心の状態)、何がきっかけなら動きそうか(背中を押す一言・場面)
③ What(何を) 何を伝えるのか		
書き方の コツ	まずは、ターゲットへの価値提供および強みを具体的に洗い出します。	20～40字で、誰が・どうなるかを一言で書きます。 チラシのタイトルや投稿の冒頭文のタネになります。
④ Where(どこで) どの接点で、どのような形で届けるのか		
書き方の コツ	まずは新規とリピートで分けて、顧客やターゲットとの接点を洗い出します。	有効と思われる接点と、伝えたいイメージを言語化していきます。
⑤ When(いつ) どのようなタイミングと流れで見てもらうか		
書き方の コツ	シーズンイベント・社会的な話題・自店の周年など、“旬”のフックとなる事柄を	年間スケジュールを洗い出して整理しておくイメージしやすくなります。
⑥ How(どのように) どのような表現で、どのような気持ち&行動に繋げるか		
書き方の コツ	カラーやフォントを決めながら、ブランドとしての世界観やトーンを揃えます。	そのクリエイティブに触れたとき、ターゲットはどのような気持ちになり、どのような行動をしたくなるかをイメージします。

あきた企業活性化センターからのお知らせ

吉本新喜劇出演者

9.20 2026 ①開場10:15 / 開演11:00 ②開場14:15 / 開演15:00
S席8,500円 A席6,500円 B席3,000円
あきた芸術劇場ミルハス 大ホール

お問合せ先 FANYチケット ☎0570-550-100
CNA秋田ケーブルテレビ ☎018-883-4076
アルヴェシアター ☎018-884-7450
あきた芸術劇場ミルハス ☎018-838-5822
さきかけNewsCafe ☎018-874-8171

お取り扱い プレイガイド チケットぴあ / ローソンチケット FANYチケット

吉本新喜劇 出前ツアー2026 秋田 検索

バリエティ出演者

月享方正 デンタラー おいでやす小田 すあひるかりす 相席スタート

From Tohoku, to the world.

東北の中小企業とともに、日本全国・世界を見据えた販路開拓・営業支援

お電話でのお問い合わせ 受付(土日祝除く) 9:00~18:00
090-4714-3682

Webからのお問い合わせはこちら

東京以西の展示会出展をサポートします!

- 展示会に出展したいけど、手が回らない
- 名古屋・大阪・福岡など西日本には出展できていない
- 英語対応ができず、海外バイヤーとの商談機会を逃している
- 販促資料の作成が苦手で、ブースでの営業に不安がある

Luoda. 合同会社Luoda(ルオーダ)
〒531-0072 大阪府大阪市北区豊崎3丁目15-5 TKビル2F

あきた企業活性化センターからのお知らせ

賛助会員募集

あきた企業活性化センターでは、県内の中小企業の新分野進出や経営革新等を支援する事業を行っており、この活動にご賛同いただける賛助会員を募集しています。

年会費1万円 企業・団体・個人等、どなたでもご入会いただけます。
また、有料広告・無料広告の掲載についても随時募集しております。

賛助会員様の無料広告は随時受付中

主な会員特典

- 当センターが発行する月刊情報誌「ビックあきた」の無料配布(12ヶ月分)
毎月月末に3,000部発行。賛助会員のほか、マスコミ各社、金融機関、商工団体、県内の大学・高校等へ配布しています。
- 当センターWEBサイトのリンク集への掲載
- 「ビックあきた」への賛助会員広告が無料
毎月2社程度、A4・1/4頁、カラー印刷
- 有料広告欄の費用が半額
- 企業情報等のリーフレット折り込み
※要事前相談
- 当センターHPのバナー広告料が半額
当センターの賛助会員のリンクも掲載

お問合せ/申請先 あきた企業活性化センター 総合企画部 総務広報課
TEL.018-860-5603 FAX.018-863-2390 E-Mail:active@bic-akita.or.jp WEBサイトはこちら▶

あきた企業活性化センターからのお知らせ

生成A Iを活用した知財戦略セミナー

生成A Iを利用の際の知財リスクと社内防衛策を学ぼう!

参加費無料

こんな疑問ありませんか?

- 生成A Iが作成した画像はだれのもの?
- 生成A Iになんでも聞いて大丈夫?
- 他人の著作物と似ていたらどうなる?

講師 幸谷 泰造
INPIT知財戦略部 知財戦略エキスパート 弁護士・弁理士

国内電機メーカーにソフトウェアエンジニアとして入社後、知的財産部門に異動し国内外の特許出願、特許クリアランス、係争等に従事。その後弁護士に転身し、知的財産を専門とする法律事務所の特許侵害訴訟やライセンス交渉等の係争業務、技術系企業の契約書作成、スタートアップ企業の知財戦略支援等、知的財産や技術法務に関する実務に幅広く携わる。令和6年INPIT知財戦略エキスパートとして営業秘密管理や知財戦略支援を担当。セミナー実績多数。

お申し込み先 INPIT秋田県知財総合支援窓口
((公財)あきた企業活性化センター内)
(担当) 会場・池田・高橋
TEL 018-860-5614 FAX 018-863-2390
E-MAIL akita_chizaisoudan@bic-akita.or.jp

【主催】INPIT秋田県知財総合支援窓口
【共催】秋田商工会議所

独立行政法人工業所有権情報・研修館(INPIT)事業
受託機関:公益財団法人あきた企業活性化センター

開催方法:対面
会場:秋田商工会議所ホール80
定員:2社
参加費:無料
申込:セミナーと同様

9.17 木 10:00-11:00
会場:秋田商工会議所ホール80
定員:30名

【知財個別相談】
同日開催 事前予約
会場にて、幅広い知財の相談に、INPIT秋田県知財総合支援窓口の知財支援担当者がお応えします!

知財はここから。 INPIT