

GLT

ひろしま中小企業支援情報

CONTENTS

産業支援情報

《特集》中小企業のブランド戦略

(株)クリエイティブ・ワイズ 代表取締役 三宅 曜子 ...2

事例紹介 用品名酒センター(株)4

事例紹介 (株)アップルズ・アンドペアーズ5

中小企業ものづくり高度化法の概要6

マネージャーの経営の処方箋 第1回7

技術支援情報

ビジネスサポート事例 第1回 (有)BLUE・STAR8

開催報告 広島市デザイン講習会9

研究報告 アミノ酸センサーの開発10

研究報告 ステンレス鋼および耐熱鋼材のエンドミル切削11

活動紹介 福祉関連分野支援事業 福祉用具開発研究会12

技術解説 オープンソース・ソフトウェア13

Information

(財)広島市産業振興センターからのお知らせ14

窓口相談、研修会開催等のご案内

ビジネスフェア中四国への出展企業募集等のご案内16

店舗演出、
接客などが優れた
いい小売店を募集します!

Vol.22

2006.8

店舗演出、接客、ユニバーサルデザイン対応などの基本的な商業機能が優れている中小小売店を、広島市長、広島商工会議所会頭の連名で顕彰する制度を創設しました。



応募資格

広島市内の中小企業者が営む小売店舗で、次のいずれにも該当する店舗が対象となります。
店舗が広島市中区、東区(温品・上温品・馬木・福田を除く)、南区、西区に立地していること。
市税を完納していること

応募方法

所定の応募申込書に必要事項を記入のうえ、店舗の写真(外観と内装部分各1枚)を添付し、下記の提出先へ郵送またはご持参ください。

お問い合わせ・提出先

〒733-0834 広島市西区草津新町一丁目21番35号

(財)広島市産業振興センター 中小企業支援センター(いい店ひろしま顕彰事業実行委員会事務局)

TEL 082-278-8032 FAX 082-278-8570 E-mail: assist@ipc.city.hiroshima.jp

URL: http://www.sss.city.hiroshima.jp/hotnews/wj060818_01.html

《特集》

中小企業のブランド戦略

～ 自社のブランドづくりと差別化戦略 ～



株式会社クリエイティブ・ワイズ
マーケティングコンサルタント /
ライフコーディネーター
三宅曜子

4月1日開始の商標法一部改正の地域ブランドとは

今年4月1日から、地域団体商標登録制度の出願受付が開始され、今秋には地域ブランドの登録が始まる。これまでの地域ブランドは全国的な知名度が必要で、誰にもよく知られた「夕張メロン」など一部の商品に限られていたが、改正商標法では事業協同組合や業界団体など法人格をもつ申請者で、周辺地域で知られているものであればブランドとして認めようというものだ。地名の付く商標は産地の活性化につながり、不正なブランド名の使用に対し、差止請求ができるなどの保護にもつながる。各地の農水産物や特産品、伝統工芸品などに地域名と商品名を組み合わせ、地域団体商標（ブランド）の出願は、現在全国で400件以上となっている。地域別にみると、京都府が一番多く、すでに100件以上に達し、ついで石川県、沖縄県と続き、広島県は10件程度と少ない。「広島酒」や「広島レモン」などが出願しているが、まだまだ地元で埋もれた名産品で全国にPRできるものがたくさんある。

私は、地域ブランドアドバイザーという称号をいただき、独立行政法人中小企業基盤整備機構主催の地域ブランドフォーラムでパネラーとして中国地域のブランド戦略について意見を述べさせていただいた。また、昨年度、広島における地域ブランドの育成と推進をするための「**広島特産品ブランド化委員会**」（広島市設置）の委員を務めた。ここで、「広島における地域ブランドづくり」について考えていくうちに、広島で戦前から作られていた伝統野菜がわずかに数戸の農家で細々と育てられていることがわかった。

広島の伝統野菜や伝統工芸に注目

「矢賀ちしゃ」「広島おくら」「福王寺ホウレン草」などをご存知だろうか。これらは共通して味が良く、香りがいい。今、全国でブームになっている「京野菜」や「加賀野菜」などに引けをとらない立派なものだ。京都や石川は今回の「地域ブランド」

でも真っ先に手を上げる積極性があるが、どうも広島はおとなしい地域性なのか、あまり訴求する意欲が感じられない。ようやく、平成15年度から「**こだわりの広島伝統野菜復活事業**」（広島市農林水産振興センター）として品種の掘り起こしや栽培方法などの試験が行われるようになった。とは言うものの、「矢賀ちしゃ」は8戸、「広島おくら」も8戸の農家が生産しているという寂しい状況だ。

広島の伝統工芸でもしかりである。伝統工芸産地プロデューサーとしてサポートを行う立場で見渡してみると、広島は「地元を育てる」という意識が希薄なようだ。

ずっと熊野町の活性化事業やメーカーのコンサルタントとして筆や化粧筆の販路開拓、販売促進策をはじめとするマーケティング支援を行っている。化粧筆の場合、欧米のプロの間でブームになり、東京で売れ、全国でブランドとして注目されるようになっていても、広島市内で購入できるところが非常に少ない。広島仏壇も7つの製造工程により完成する非常に手の込んだ職人技が光る素晴らしいものだが、中国製のものなどが出回り、地元でも売れにくい環境になっている。これらの状況は、地元の消費者の「**購入するなら地元のこだわりのものを！**」という意識が高まらなければ好転しない。



熊野の化粧筆



こだわりの商品がブランドとなる。先日、熊野の毛筆を非常にこだわってつくっているメーカーの社長が相談に来られた。同業の企業がみな頭を抱えている課題が後継者の確保だという。後継者、特に若い人たちが継ごうとしない。中小企業の製造業は同じ悩みを抱えているところも少なくない。

これは、企業自体の体制づくりの問題もあるが、地域全体がものづくりに対する魅力ある環境を整えていないためでもある。消費者が、積極的に地域を育成するという観点から、地産地消を意識して消費活動を行うことが重要だと思う。

自社ブランドと差別化戦略のポイント

「ブランドづくり」は、非常に知恵と労力のかかる仕事である。特に新商品の開発ともなれば、同業他社との差別化を明確にしなければ売り上げに結びつかない。

そのためには、まず、**ひとりよがりにならない**ことが重要だ。

とかく製造業などは「うちのは一番!」「ぜったいに売れるはず!」という思いが非常に強い。「ターゲットは?」と聞くと、「誰にでも」と答える。「誰にでも」向く商品は、以外にポイントが絞られず、あいまいな表現になり、消費者に訴えるものが弱くなってしまう。

まず、メインターゲットを明確にすることから始めよう。ターゲットが明確になると、ネーミングや形状も、食品関連であれば味や食感、香りも、また、戦略構築も非常にしやすくなる。ターゲットはプロフィールまで意識したい。年齢、居住エリア、家族構成、職業、嗜好などもイメージとしてつかんでいこう。これにより、売り出すテクニックや販売促進策なども明確になる。

次に重要な要素に、**ストーリーをつくる**ことがあげられる。

消費者は新しいものを購入するときに物語を考える。例えば新しいドレッシングなら、「旬のトマトを大きく切って、レタスとチーズも盛り付けて、大きなガラスのボールに入れて、このドレッシングを掛けて食卓に出すと、子供達はおいしそう!と喜んで食べてくれるに違いない。友人を呼んで、今度パスタパーティーをしようかな。そのときも、ちょっと変わったサラダを作って、このドレッシングをかけるとおいしいね、これどうしたのって言うてくれるかしら...」など、シーンを創造しながら買う決心をするのだ。この物語がイメージしやすいようにパッケージやメッセージ、使い方を提案する必要がある。

できれば、売り出す前に、社内や身内ではなく、まったくの消費者の立場で意見や提案を出してくれるモニタリングなど、テストマーケティングを行い、調整やブラッシュアップをすると、リスクが少なく安心して販売スタートができる。このデータや報告書を営業ツールとしてバイヤーなどとの交渉に活用すると販路開拓もしやすくなるのだ。売れるしくみづくりは、事前の細かな調整が不可欠な要素となってくる。

「大人の食育」と地域ブランド育成のためのショップをオープン!

広島は大手食品メーカーなどが注目する全国でも有数のテストマーケティングの地域であるにもかかわらず、新商品開発や販路開拓を行うために消費者にフェイス・ツー・フェイスでモニター調査や意見の聞き取りを行うアンテナショップがまったくと言っていいほどない。

「広島発のブランドマーケティング提案の実証店舗があれば」との思いで、5月に広島の地産地消と地元製造業の**売れるしくみづくり**を支援するためのテストマーケティングショップ「NEXT STYLE ヨウカ」をオープンさせた。

このショップは、私を中心に、調理士、栄養士、フードコーディネーターなど、全員女性のスペシャリスト集団で運営する。外食産業との併用で、メニュー開発、レシピ提案、パッケージデザインや販売促進物の制作等を総合的にサポートする。

場所は、広島を中心にある平和大通りの鶴見橋のたもとという、街中で自然が感じられる環境である。

地元の食材とこだわり調味料をふんだんに使い、地域ブランドとして立派に通用する逸品を地元の消費者にきちんと紹介していく。健康とゆとりを感じていただけるように料理メニューから店舗環境や内装にまでこだわった。「スローライフ・スローフード」と、「ロハス」、それに「地域ブランドのサポート」を実践することにした。



地産地消で地域ブランドをサポートするランチ

地元のいいものをしっかり地元で消化する...。「これから広島を豊かにステキな街にしたい!」との思いで、小さな一歩を踏み出した。



新商品の試食会も行う店内



テストマーケティングのための新商品の展示

株式会社クリエイティブ・ワイズ

〒730-0045 広島市中区鶴見町2番21号
ハウスバーンフリート平和大通り 403号
TEL (082) 545-6222

ブランド戦略事例紹介

～ 幸せを呼び込む金持ブランド～

今回GETでは、全国に1か所しかない縁起の良い名前の金持神社で開運祈願をした「金持酒」をブランド化し販売している五日市コイン通りの用品名酒センター（株）代表取締役 清水徳夫さんと代表取締役専務 清水美和子さんから、金持ブランドについて、お話を伺いました。



左から清水社長、清水専務

会社概要について



店内の陳列風景

用品名酒センター（株）は、広島市佐伯区に明治44年創業、もうすぐ創業百年を迎える老舗酒屋で、「金持酒」「金持羊羹」「金持麦酒」などの自社ブランド商品の販売も行っている。そのほか、焼酎は地元特産物をはじめ、各分野で賞を受賞したものなど、200種類以上取り揃えており品揃えも多彩だ。

商品企画の背景や動機

景気が低迷していた平成9年、当時コイン通り商店街振興組合の理事長をしていた清水社長は、全国に3か所しかない造幣局のある地で、特色があり景気の良い明るい気持ちになれるような商品はないかと頭を抱えていた。そんな折、知人から「鳥取県日野町に金持神社という縁起の良い名前の神社があるので一度行ってみては」と言われた。その神社に行き、ひらめいたのが金持酒である。同神社で祈願された縁起の良いお酒として、開運祈願済みの印が押されたラベルを貼り発売することにした。

酒造りは蔵元にお願ひし候補にあがったのは、西条、可部、竹原、そして地元五日市の酒造所だった。一つ一つ丹念に試飲し、清水社長の口にあったのが、地元五日市の八幡川酒造だった。「原料米には山田錦を使っています。あの米が一番日本酒に合います」と清水社長は満足そうに語られた。

商品の魅力や特徴

平成9年に「金持酒」の発売後、平成14年に「金持羊羹」を発売。その後、金持麦酒、金持ワイン、ゴールドエッセンスローション、金持もみじ、金持ブランデーケーキ、開運しゃもじなどの新商品を次々と開発し、自社ブランドの「金持シリーズ」を拡充し続けている。

特に「金持羊羹」の柿ようかんは「悪事をカキ捨て、好事をカキ集める」という縁起の良い意味が込められており、その柿を原料に自然の風味を生かしたようかんに仕上がっている。パッケージは陳列効果も考慮した金の延べ棒を模しており、空き箱は貯金箱として再利用できる。第9回ひろ

用品名酒センター株式会社

●代表取締役 清水 徳夫

〒731-5127 広島市佐伯区五日市四丁目18番18号

TEL (082) 921-0027 FAX (082) 921-0026

<http://shop.sfriend.ne.jp/kanemochizake/>

しまグッドデザイン賞のパッケージ部門の大賞に選定された。

用品名酒センターの屋上には、平成13年に京都市の伏見稲荷大社からおみたまを授かった「金持稲荷」をお祀りし、「金持酒」以外の商品はここで、開運祈願を行っており、街の隠れた名所になっている。



屋上にある金持稲荷

商品に「こんないいことがあった、ご利益があったという方は、ぜひご報告ください」と記したペーパーを添えており、実際に全国からたくさんのご利益話が寄せられている。

ブランド化を進めるうえで重要なポイント

「金持酒ができて、10年近くなりますが、やっと知名度が上がり、軌道に乗ってきた感じです。そう考えると、ブランドをいかに浸透させるかに尽きますね。その時だけの話題性で終わらず、ブランドを定着させていくことが大切です。もちろん、品質も高く、美味しいものでないといけません。」と清水社長は品質とご利益（気持ちを明るくすること）が期待できる面でインパクトのある商品を今後もつくり続けたいと考えている。リピーター客を増やすため、ホームページのオンラインショッピング（楽天市場）への出店や週に1度のメールマガジンの配信など、商品の販売促進も怠っていない。

「新しい金持ブランドで、話題づくりを行い、いろんなマスコミに取り上げてもらうことで、さらにブランドの定着を図りたいですね。なかなか難しいことですが」と語るのは清水専務。人とのつながりを大切にして、「金持ちに関わる商品はないか」「この人とタイアップすれば何か面白い商品はできないか」を常に考える姿勢から、新商品づくりに対する意気込みが感じられた。

今後の事業展開・抱負について

清水社長は、「今後は、商店街ぐるみで、金持ブランドを盛上げたいのです。そうなれば、もっと来街者を呼び込めます。いろんなイベントに出店すると、自分で買うには高くても、お土産品というイメージで皆さんに買っていただけます。1店舗1商品のブランドが確立できれば、観光名所になり、商店街全体が潤うと思います」と語る言葉から、自社だけでなく商店街の活性化を願う熱い思いが伝わってきた。

ブランド戦略事例紹介

～感動を提供するブランドを目指して～



(株)代表取締役 泉輝之さんからブランド化への熱い思いを伺った。

会社概要について

同社は、主にガソリンスタンドの排水溝やグレーチング、バリカーなどの金属製品の設計・施工・販売を行なっている。多くの特許商品を開発し、「北海道から沖縄まで、全国のガソリンスタンドでわが社の商品が採用されています」と泉社長は言う。

もう1つの主力商品として、**らせん階段**がある。一般的には簡素なイメージのあるらせん階段だが、同社はデザイン性の高いものを制作している。

光を取り入れ室内を明るくするため、真ん中の柱部分をはしご状にしたり、ステップにガラスやアクリルなど透過性のある素材を使ったりして、インテリアとして調和させている。建築デザイナーが手がけたおしゃれな部屋に、同社の階段が採用され、建築雑誌で紹介されているほどである。

ブランド構築のために新会社を設立

驚くべきことに、同社の製品のすべてを泉社長自身が開発している。数多くの金属製品を開発しているが、実は「木が好きだ」という。自ら設計し、職人の手による手作りの文机や猫間（泉社長が名づけた二畳程度の茶室的和空間）などの制作も手がけている。

「せっかくデザイン性の高いらせん階段や和家具などを開発しても、ヒロテツ工業の名前では鉄工業というイメージが強すぎる」との思いがあった。そこで、ブランド色を強く打ち出すため、平成16年7月、(株)アップルズ・アンドペアーズを設立した。

BIN chair (ピンチェア) との出会い



BIN chair No.6

昨夏、泉社長は知人の紹介で、新宿の建築家 田中敏博氏の事務所を訪問した。「初めて**ピンチェア**と出会ったとき、心が打ち震えた。その日は広島に帰りたくない。ずっとここで見ていたい」と思うほど感動したという。

田中氏は「お客さんに喜んでもらう」という思いで、「デザイン」プラス「もったいない」をコンセプトに、プレゼントとして制作していた。泉社長は、その芸術性の高さと

株式会社アップルズ・アンドペアーズ ヒロテツ工業株式会社

代表取締役 泉 輝之

〒733-0854 広島県広島市西区山田町381番地

TEL (082) 273-8363 FAX (082) 274-2532

<http://www.applesandpears.co.jp/>

田中氏の思いに共感した。その感動を多く人に伝えるべく、芸術性を損なうことなく実用に耐えられる家具に設計し直し、商品化したのである。

「このモデルが海外で好評だったんですよ」と泉社長は厚さ5cm程度のダンボール製の収納ケースを開いた。額縁のようなケースの中に、見事な曲線で切り分けられた板が、まるでパズルのピースのように見事に収められていた。しかも、職人の手作業により1枚の板を切り分けた証として、すべての木目が美しくつながっている。

ケースに収納されたピンチェア



ピンチェアは、今年2月にドイツで開催された世界最大の消費財見本市「フランクフルト・メッセ・アンビエンテ」で反響を呼び、フランクフルト市立工芸美術館の収蔵品となった。日本においても、既に埼玉県立美術館の収蔵品となっているが、「国内の美術館では無名に等しい作家の作品は取り扱わないケースが多々あり、ドイツのように良いものは評価するという姿勢を持ってほしい」と泉社長は国内の美術館での展示に期待を寄せる。

ブランドにかける思い

「当社の開発商品のテーマは『感動』です。田中先生の“お客さんに喜んでもらう”という思いには通じるものがあります。常にお客様に対して感動を提供し続ける。感動を生み出すために冒険する。そこに大きなロマンが生まれてくるのです」と語る言葉から自社ブランドにかける泉社長の情熱が伝わってきた。

今後の事業展開・抱負について

現在、アメリカへ和家具やピンチェアを発信するための準備を進めている。また、ピンチェアは、職人が一枚板から手作業で切り出すことから価格が高く、一般消費者には手が出しにくい面も否めない。今後は、「より多くのお客様に、購入しやすい価格で楽しんでもらうため、量産化も検討する」という。

「今年度、広島県の助成を受け、広島県立大学との共同研究により認知症の改善装置を開発していく」と次なる冒険への意欲を語る泉社長の夢は膨らむ。

中小企業ものづくり高度化法の概要

近年、技術革新の進歩は目覚ましく、最先端技術が短期間で陳腐化していく厳しい経済環境です。

この中で、製造業の国際競争力を支えるトップレベルの技術力を備えた中小企業者の層に一層の厚みを持たせていくためには、ものづくりの基盤となる技術の加速度的な高度化と、川上企業と川下企業との緊密なコミュニケーションの促進が必要です。

そこで、国は、「多様な分野での適用可能性」、「重大性・不可欠性」、「中小企業性」を有する技術を支援対象として選定し、技術力を有する中小企業を巡る課題に対処しつつその高度化を進めていくため、「中小企業のものづくり基盤技術の高度化に関する法律（中小企業ものづくり高度化法）」を本年6月13日に施行し、必要な施策を展開していくこととしています。

今回はその概要についてご紹介します。

1 特定ものづくり基盤技術の指定

ものづくり基盤技術振興基本法に規定するものづくり基盤技術のうち、主として中小企業が担い、その高度化が我が国製造業の国際競争力強化・新たな事業の創出に資するものを「特定ものづくり基盤技術」として指定しました。

具体的には、鋳造、鍛造、めっき、金型、組込ソフトウェアなど17技術です。また、技術は必要に応じて追加的に指定します。

2 特定ものづくり基盤技術指針の策定

鋳造、鍛造、めっき等の特定ものづくり基盤技術に関する指針（中小企業の特定ものづくり基盤技術の高度化に関する指針）を策定しました。

当該技術が多様な分野にわたる我が国製造業を支えている現状とその重要性を明示するとともに、個別の技術分野ごとに、市場に近い需要家企業群のニーズに対応した技術開発の方向性、技術が適用出来る様々な事業分野、人材育成・知的資産の活用・望ましい取引慣行等に関する事項を記載しています。いわば、特定ものづくり基盤技術に関わる産業の高度化戦略・将来ビジョンとして位置付けられるものです。

3 特定ものづくり基盤技術研究開発等計画の作成・認定

中小企業者は、単独または共同で「中小企業の特定ものづくり基盤技術の高度化に関する指針」に沿って、中小企業が研究開発等に関する計画を作成し、経済産業大臣の認定を受けることができます。

4 認定中小企業への支援措置

特定ものづくり基盤技術研究開発等計画が認定を受けた場合、次の支援措置を活用することができます。

(1) ものづくり基盤技術の研究開発支援

認定を受けた計画を対象として、中小企業と川下大企業等が協力して行う研究開発プロジェクトを資金面で重点支援します。

今年度の応募条件となる事前の認定申請は、7月21日で受付を終了しました。

(2) 中小企業信用保険法の特例

認定計画に従った事業の実施に要する資金の融通を円滑化するため、中小企業信用保険の普通保険等の別枠化、新事業開拓保険の限度額引き上げ等の特例措置を講じます。

(3) 中小企業投資育成株式会社法の特例

資本金3億円超の中小企業が認定計画に従った事業を行う場合等の資金調達の円滑化を図るため、中小企業投資育成株式会社法の特例措置を講じます。

(4) 中小企業金融公庫による低利融資

認定された計画の実施に必要な資金を優遇金利で借りることができます。

(5) 特許審査請求料と特許料の減免

認定計画に従った事業の成果としての発明の特許権化する場合に、審査請求料および特許料（1～6年分）を減額する特例措置を講じます。

5 ものづくり基盤技術高度化のための環境整備

中小企業における特定ものづくり基盤技術の高度化を促進するため、国は次の関連施策を総合的に推進します。

(1) 川上・川下ネットワーク構築支援

発注企業のニーズに関する有益な情報入手につながる、中小企業と大企業との「出会いの場」を創設する民間の取り組みを支援します。

(2) 高専等を活用した人材育成支援

高等専門学校の施設・教員を活用し、中小企業の技術者の育成を支援します。

(3) 製造中核人材育成事業

産学連携により、製造現場の技術を維持・確保する実践的人材育成プログラムの開発等を支援します。

(4) 基盤技術の承継の円滑化

個々の技術者に蓄積された生産技術・ノウハウを目に見える形でデータベース化し、効率的な継承を促進します。

(5) 知的財産の適切な保護および活用

特許料等の減免措置に加えて、知的財産権利化支援の予算措置や知的財産の活用ノウハウ等を普及させるセミナーの開催等を行います。また、知的財産取得・管理指針の普及、営業秘密管理指針の周知を図ります。

(6) 研究開発の成果の取扱いに係る取引慣行の改善

技術開発に抑制的に作用する恐れのある取引慣行について技術別指針で改善の必要性の記述や、下請代金支払遅延等防止法の厳正な運用等を通じて、望ましい取引慣行の実現を図ります。

●お問い合わせ先

中国経済産業局 地域経済部 地域経済課
TEL (082) 224-5684

●中小企業庁ホームページ（モノ作り中小企業支援）

<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/sapoin/>

マネージャーの

経営の処方箋

No. 1

助成金などの応募書類作成のポイント

中小企業支援センター プロジェクトマネージャー 高橋 滋



マネージャー活動について

マネージャーとしての業務をはじめて4年になる。

当センターの場合、比較的小さな会社の経営課題の解決をお手伝いすることが多い。生産ラインの問題とか財務など問題点の所在が明確になっている場合は、それぞれの道の専門家に結びつけることで処方箋が得られる。窓口相談や専門家派遣という形で支援を行う。

マネージャーとして直接助言を行うことが多いのが、新商品をきっかけとする**経営革新計画の承認取得と研究開発型助成制度の利用**に対する支援である。

各種支援策の有効活用のススメ

業務の基本は支援先企業の発掘である。企業を訪問し、各種の中小企業施策を紹介する。多くは紹介して終わりとなる。上記のような制度について「いかがですか」と声をかけて、「やってみたい」と言われた場合は、その時点での優先業務として進めている。現在の中小企業支援の基本は、「やる気がある事業者を集中的に支援する」ということであり、「やってみたい」という気持ちは手を差し伸べる重要なきっかけとなる。

昨年制定された**中小企業新事業活動促進法**の大きな柱の1つである**経営革新**では、企業の**経営革新計画**の作成が中心となっている。計画が県知事の承認を得た場合は、さまざまな優遇措置を受けられる。事業の転換点にある場合や新しい商品・サービスの構想がある場合は、ぜひ検討されると良い。ある会社の方からは、「税の優遇措置など思わぬメリットを受けることができた」と喜ばれた。

また、研究開発型の助成等制度は、国、国に準じる機構（NEDO、中小機構、科学技術振興機構など）、県、市など各種あり、金融機関を母体とした公益法人が個別に行うものもある。（財）ひろしま産業振興機構が、県内の補助・委託金制度等をまとめた冊子をホームページ上で公開しているのでご覧いただきたい。*

助成金などの応募書類作成のポイント

経営革新計画の承認申請や、助成金の応募書類の作成のポイントについてご紹介したい。

多くの社長さんは、文章作成の指導を受けたことがない。私は、民間企業時代、企画書を作ることが仕事だったので、他の人に分か

ってもら文章を作り、文書としてまとめることにエネルギーを注いだ。

まず、応募要項をよく読み、「誰がどういう視点で評価するのか」に気を配ってほしい。どのようなものも、**技術の新規性・独自性**と**市場性**が問われる。この2点について、自分自身で全体構成（ストーリー）を立て、応募要項と対比し、自分の構想がマッチしているか、十分書ききれぬかをチェックしてほしい。

情報が不足する場合は、競合の出方や、市場の規模について、書類を書き始める前に調べておく必要がある。書くに困って、同じようなことをあちこちに書き並べるケースがあるが、記入項目にきちんと沿えば、記述がダブることはいずれである。

次に、個別の書き方である。応募要項の中には、親切にも「こういうことを書いてください」という記入例を示したものがある。このようなものがあるということは、書き方がずれているものが多いことを示す。「こう書け」といわれたら、自分の感覚とずれていても、素直に従ったほうがいい。同じ言葉でも、企業・大学・官庁などの所属や分野で、使い方が異なることもあるからだ。

読む側（申請先）には申請内容に関する専門家もいるかも知れないが、基本的には、「素人」と考えた方がよい。原理や背景技術、効果などは、誰でも理解できるようにシンプルに示してほしい。

最後に、書き上げたら、第三者の目で全体を見直す。段落や改行、ナンバリングなど、文章作成の基本部分に目が行き届いていると、読む側も安心できる。

「書類など形ではない、気持ちだ」というも見方もあるが、気持ちを形で示すことも、やはり重要なことだと思う。

応募要項に沿って、要求されている内容を適切に書くこと。

特に市場性の見通しについては、市場や競合の動向を十分に調べて自身の計画を客観化すること。

公的な助成を得るために、この2点は、はずせないポイントだと感じている。

*「研究開発・技術開発・人材確保のための補助・委託金制度、アドバイザー制度ガイドブック」

URL : <http://www.hiwave.or.jp/kenkyu/kenkyu.htm>
発行 : (財)ひろしま産業振興機構

ひろしまビジネスサポート事例 第1回

～広島市の助成制度などを利用して実を結んでいる企業・製品紹介～

有限会社BLUE・STAR「単板防水木質トレー」



有限会社BLUE・STAR 代表取締役 北島大市
〒733-0033 広島市西区観音本町一丁目20番14号
TEL：082-849-1857
FAX：082-849-1857
E-mail：kitajma@hbs.ne.jp



■商品の紹介

単板木質トレーは、杉・檜などの間伐材を薄くスライスしてプレス成形したもので、接着剤は使用していません。（特許第339750）

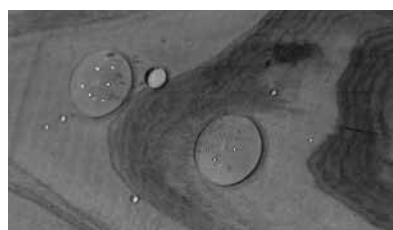
これまでに製品化されている複層木質トレーに比較して設備コストもはるかに安く、製品単価も従来の半分以下で実現しました。天然の木材が原料であるため、そのままでは、水分を吸水する 木の臭いが食品に移る などの課題がありましたが、この欠点を天然由来のワックス成分を塗装することにより解決し、防水機能を持たせることに成功しました。現在は、ホテル、スーパー、海鮮料理店など、多方面で利用されています。

■開発経緯

- 平成16年 ・単板木質トレーの実用化に着手
 - ・（財）広島市産業振興センター産業振興部中小企業支援センターに相談し、同財団技術振興部先端科学技術研究所の紹介を受ける。
- 平成17年 ・先端科学技術研究所が開催しているバイオマス利活用技術研究会に入会し、広島国際学院大学などとの共同研究開発に着手
 - ・同財団の「平成17年度新技術・産学官共同研究開発助成金」（テーマ：防水木質トレーの開発研究）に採択される。
 - ・「愛・地球博（愛知万博）」「特許流通フェアin岡山」出展
- 平成18年 ・「単板防水木質トレー」の特許出願、実用化
 - ・「ビジネスフェア中四国」「フードフェスタ広島」出展



実験装置(広島市工業技術センター内)



拡大写真（撥水効果の確認）

■今後の事業展開・抱負

現在、この木質単板トレーは月に約6万枚を製造していますが、今後とも、広島国際学院大学や（財）広島市産業振興センターなどと共同して、より多くの方面で使っていただけるよう商品の改良に努めていくとともに、本技術を活用して、トレー以外の木製品などの研究開発にも着手していきたいと考えています。

これらの研究開発によって間伐材などの森林資源の有効活用を進めるなど、微力ながら、環境問題の改善に役立つ企業となるよう努力していきたいと思っています。

木質単板トレーの製造販売や新たな製品の開発について関心をお持ちの方は、お気軽にお問い合わせください。お待ちしております。

開催報告 広島市デザイン講習会

平成18年6月21日（水）当センター主催の「広島市デザイン講習会」を広島市工業技術センターにおいて開催しました。その概要を報告します。

目的と概要

この講習会は、広島市のデザイン産業の振興を図るため、毎年開催しています。今回は、昨年度に引き続き、地方を活動拠点として全国的に活躍しているデザイナーを講師に招へいしました。

講演は、富山市でデザイン事務所「D - NET」を経営しているグラフィックデザイナーのはせがわさとし氏から「デザインの役割」をテーマに自身の制作した作品や仕事の紹介を通して、地方都市のデザイナーとして全国的な活動ができるまでの過程についてお話していただきました。

デザイナー、企業の開発担当者、デザイン関係の学生など30名が参加し、同氏の質の高いデザイン作品や仕事の紹介、デザイナーに必要なクリエイティブな感覚を維持させるための説明に熱心に耳を傾け、活発な質疑も行われました。



はせがわさとし氏による講習会の様子

成田空港の制作品の紹介

はせがわ氏は、日本で活躍しているグラフィックデザイナーが所属しているJAGDA（日本グラフィックデザイナー協会）の富山地区の会員です。全国的な仕事のきっかけは、1998年のJAGDAの新人賞受賞だそうです。

それほどJAGDAの新人賞は、デザイナーにとって権威のある賞のようです。JAGDAは年鑑を発行して会員の作品紹介を行っています。デザインを発注する大手メーカー等の企画担当者は常にそうしたデザイン情報をストックしています。

まだ、全国的に無名であった同氏の名前を全国的に知らしめた代表的な作品である成田空港のパ

ブリックアート「SILENT ZOO」も、JAGDAの年鑑に掲載されている同氏の作品を発注者が見つけ、指名コンペの一人として声がかかったものです。著名な芸術家等5名によりコンペは競われ、見事、同氏の作品が選定されました。

この作品は、成田空港のメインロビーの壁面に150mに渡り特殊な蛍光塗料で描かれています。30分に一度、天井光が閉ざされ、ブラックライトにより、夜の星座「SILENT ZOO」を浮かび上がらせています。

最後に、デザイナーとして全国的に活躍するためには、「平素からの資質向上のための自己研鑽が大切である」とのお話で講習会を終えました。



成田空港のパブリックアート「SILENT ZOO」

（技術振興部 デザイン開発室 谷本義則）

研究報告 アミノ酸センサーの開発

食品の管理プロセスにおいて、アミノ酸などの分析値がその品質の指標になるということが明らかになっています。また、臨床医療の分野においても、血液中あるいは尿中の遊離アミノ酸濃度を計測することは、疾患の診断や病態の解析に有効な方法です。

今回は、20種類のアミノ酸濃度を簡便に計測可能なセンシング法や、センサー素子の開発を目的とした研究について報告します。

はじめに

アミノ酸濃度の計測は、高速液体クロマトグラフィーまたは放射線標識アミノ酸を用いる分析法が一般的であり、クロマトグラフィー用の大量の有機溶媒や放射線利用技術を必要とするのが現状です。

食品管理や臨床医療の分野において、検体の分析を「その場」で行うことは、食品の鮮度測定や味付けなどの品質管理あるいは疾患の早期発見に非常に有効であり、必要とされている技術です。そのため、簡便・迅速かつ微量のサンプルで天然に存在する20種類の全アミノ酸濃度を計測する方法を確立することが望まれています。そのような装置はまだ開発されていません。

本研究は、上記のような分析を「その場」において特殊な技術を必要とせずに、迅速かつ簡便、安価に行うことが出来る装置および方法を開発するものです。

原理と方法

アミノ酸結合性たんぱく質として酵素であるアミノアシルtRNAシンセターゼ（ARS）を用い、その酵素がアミノ酸と結合する際に生成するアミノアシルAMP、または、ピロリン酸の濃度を定量することで、アミノ酸濃度を計測するという全く新しいタイプのセンシング手法を提案するものです（図1）。

この酵素は、生体内においてたんぱく質の生成に関わっており、20種類の各アミノ酸に対して20種類存在して各アミノ酸を正確に識別しています。そのため、この酵素を分子認識素子に用いることにより選択的なアミノ酸の計測が期待できます。

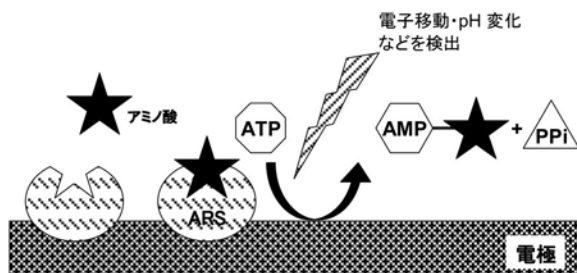


図1 酵素反応の模式図

現在までに、アミノ酸が酵素と反応することによって生成されるアミノアシルAMP量をキャピラリー電気泳動法により検出するという方法や、生成するピロリン酸をISFET電極にて検出するという方法で反応およびシグナル検出における基礎的条件を確立しています。そしてヒスチジン結合性たんぱく質はヒスチジンに、アルギニン結合性たんぱく質はアルギニン、リシン結合性たんぱく質はリシンに対してそれぞれ選択的に、かつ10～50 μMの濃度において定量性があり、また選択性があることも示しています。

今後は、数cm角のアクリル板上に数百μm幅の流路を掘り、各酵素を固定化した20の反応場を構築することにより20種類のアミノ酸を同時に検出可能なバイオチップの開発について検討します（図2）。

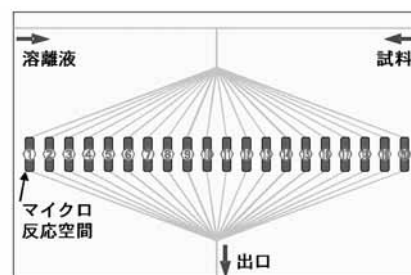


図2 20種の反応場をもつマルチ検出型マイクロチップの概念図

おわりに

本研究は、臨床医療、食品管理において簡便に利用可能なセンサー素子の構築を目指すものであり、現在これら分野において外部に委託して行われているアミノ酸の計測を、「その場」において容易に利用可能なものにすることが、本研究における事業化の目標です。将来的には一機関において複数台導入可能なコストで、しかも熟練した技術を要しない取り扱いが簡便なシステムになり得ると考えられます。

本研究の実現により、食品や病態の異常を早期に発見し対処することができるため、消費者や患者の食や医療に対する安心・安全を実現し向上させることが可能になると考えられます。

（先端科学技術研究所 釘宮章光）

研究報告 ステンレス鋼および耐熱鋼材のエンドミル切削

ステンレス鋼および耐熱鋼材を切削試験材料として、難削材加工用の超硬エンドミルと一般加工用のハイスエンドミルの2種類の工具を用いて側面切削を実施し、切削性を評価した試験結果を報告します。

はじめに

本研究は、平成16年度に中国・四国・九州地区の公設試験研究機関の機械技術担当者が、共同加工試験を実施したときのものです。

試験方法

(1) 工具

超硬工具：

難削材加工用、超硬材質、

4枚刃、φ8mm、TiAlNコーテッド

粉末ハイス工具：

一般加工用、粉末ハイス材質、

4枚刃、φ8mm、TiAlNコーテッド

(2) 被削材

SUS420J2（熱処理状態：焼なまし）

SUS440C（熱処理状態：焼なまし）

SUH310（熱処理状態：固溶化）

(3) 試験加工条件

共通加工条件 ・乾式切削
・ダウンカット
・工具突き出し量 35mm

表 試験加工条件

番号	被削材	工具種類	回転数 (rpm)	送り (mm/min)	Ad Rd
	SUS420J2	超硬	2390	480	12 0.8
	SUS420J2	粉末ハイス	1095	310	12 0.8
	SUS440C	超硬	2390	480	12 0.8
	SUS440C	粉末ハイス	1095	310	12 0.8
	SUH310	超硬	2390	480	12 0.8
	SUH310	超硬	800	140	12 0.4
	SUH310	粉末ハイス	1095	310	12 0.8
	SUH310	粉末ハイス	470	117	12 0.4

Ad = 軸方向の切り込み深さ (mm)
Rd = 半径方向の切り込み深さ (mm)

試験結果および考察

(1) 工具摩耗

SUS420J2の場合

超硬工具と粉末ハイス工具それぞれの逃げ面摩耗幅は、切削距離5mでともに80μm程

度であり、両工具の持ちに差が無いことが分かりました。

SUS440Cの場合

粉末ハイス工具の逃げ面摩耗幅は、切削距離4.6mで100μmを超えましたが、超硬工具では、切削距離5mで摩耗幅は82μm程度でした。従って、この材料に対しては超硬工具の方が適していることが分かりました。

耐熱鋼のSUH310の場合

乾式切削では超硬工具、粉末ハイス工具ともに、工具摩耗の進行が速く、適していません。特に、超硬工具の摩耗が早いという結果でした。これは、被削材の母材がやわらかく靱性があり、しかも加工硬化が大きいオーステナイト組織になっているため、工具への切屑の凝着等が工具摩耗を速めたものと推察されます。

また、粉末ハイス工具を使用した場合、切削条件の回転数、送り、切削量を下げれば、逃げ面摩耗幅を改善できることが分かりました。しかし、あまり下げ過ぎると逆効果となります。

SUS420J2とSUS440Cの比較

SUS420J2の方が加工し易いことが分かりました。両材料ともに焼なまし状態にありますが、SUS440Cの方はC量の違いにより硬いパーライト組織が多く析出し、切削し難い状態であったためと考えられます。

(2) 切削抵抗

SUS420J2とSUS440Cの場合

超硬工具で加工した方が、切削抵抗が小さいことが分かりました。

SUH310の場合

粉末ハイス工具で加工した方が、切削抵抗が小さいことが分かりました。

(技術振興部 材料・加工技術室 岡田邦彦)

活動紹介 福祉関連分野支援事業 福祉用具開発研究会

当研究会は、福祉用具開発、福祉関連施設等とのネットワーク構築および知的・身体的障害をもつ児童生徒のための教材自助具開発等の社会生活の向上を支援する活動に取り組んでいます。

昨年度は、車を運転する障害者のための「駐車システム」の開発、高齢者の自立を支援する「足関節運動装置」試作開発や、身体的に障害をもつ児童生徒のための教材・自助具開発等を行いました。

目的

当研究会は、福祉用具利用者および介護者の要望を収集し、利用者に適合する福祉用具の開発研究への取り組み、会員企業の新たな産業創生と高齢者や身体障害者等の社会生活の向上を支援することを目的に福祉用具の開発を行っています。

会員構成

MTRC

(有) 技研

協和レジナス(株)

(有) ケイ・ワイ技研

後藤鉄工(株)

シグマ(株)

(株) システム電子設計

(有) であい工房

(株) テオス

寺戸産業(株)

畑林工業(株)

広島市身体障害者更生相談所

広島情報シンフォニー(株)

平和機械(株)

丸善工業(株)

(株) ミカミ

活動内容

(1) 開発製品の展示会等への出展

2005年国際福祉機器展

床走行リフト用電動走行ユニットをアビリティーズ・ケアネット(株)の展示ブースに出展しました。

ベンチャーメッセひろしま2005

身体障害者用駐車システムおよび足関節運動装置を出展しました。

身体障害者用駐車システム体験会

平成18年2月21日、広島市工業技術センターで同システムの体験会を実施し、その様子が同日地元テレビ4社から放映されました。

(2) 身体障害者用駐車システムの開発

上記体験会を実施した当システムは、車を運

転する身体障害者が携帯電話でアクセスし、開閉バーを昇降させて専用の駐車スペースを確保できる装置です。



身体障害者用駐車システム

(3) 足関節運動装置の試作開発

本装置は、高齢者の足関節等を柔軟にし、自立を支援するリハビリテーション機器です。

本開発は、企業、大学、公設機関が協力し、産学官民が共同で取り組んでいます。

(4) 教材・自助具の開発

身体に障害のある児童生徒のための教材・自助具の開発支援を行いました。「ミシン直線縫い具」などの成果は、広島県立広島北養護学校のホームページに掲載されています。

今年度の活動について

今年度は下記の事業に取り組む予定です。

(1) 福祉用具相談会の実施

一般、障害を持つ人達を対象とした福祉用具に関する相談会を実施し、その要望に基づいた福祉用具の開発に取り組みます。

(2) 身体障害者用駐車システムの市場展開等

本システムの周知に努めてまいります。

(3) リハビリテーション機器の実用化

足関節運動装置の実用化に取り組みます。

(4) 車椅子収納装置の開発研究

車を運転する障害者が日常生活で使用する車椅子を車内に収納する装置の開発に取り組みます。

(5) 児童生徒のための教材自助具の開発

しいたけ植菌用孔明け機器の開発を行います。

(技術振興部システム技術室 山口研二、上杉憲雄)

技術解説 オープンソース・ソフトウェア

ソースコードを公開して有用な技術を共有することで、世界中の誰もが自由にソフトウェアの開発に参加することができるオープンソース・ソフトウェアが注目されています。

今回は、オープンソース・ソフトウェアのメリットや代表的なものを紹介します。

はじめに

オープンソース・ソフトウェアとは、ソフトウェアの設計図にあたるソースコードを公開し、誰でもそのソフトウェアの改良、再配布が行えるソフトウェアです。

ソースコードがあれば、そのソフトウェアの類似品を作成することや、利用されている技術を転用することが容易にできることから、一般的には、ソフトウェア開発者や開発した企業は、著作権および財産権を守るため、ソースコードを極秘にしています。

それに対し、オープンソースの考え方は、ソースコードを公開して有用な技術を共有することで、世界中の誰もが自由にソフトウェアの開発に参加することができるため、素晴らしいソフトウェアが生まれるはずだという思想に基づいています。近年この考え方に賛同する人が増えています。

オープンソースのメリット

1. 高品質

多くの人が協調して修正・改良を行うことで、不具合への対策が迅速に行われるため、信頼性が高くなります。

2. 高い拡張性

利用者やシステム規模によって、柔軟に性能や機能を追加・修正できるため、多種多様な要求に応えられます。

3. 低コスト

ライセンス料が無償であるため、初期導入費を抑えることができます。

代表的なオープンソース・ソフトウェア

オープンソース・ソフトウェアといえばLinuxが有名ですが、実際には様々な分野にオープンソース・ソフトウェアが広がっています。以下に代表的なオープンソース・ソフトウェアを紹介します。

1. インターネット・サーバ

Webサーバ「Apache」

Apacheは、Apacheソフトウェア財団のApache HTTPサーバプロジェクトで開発され、世界で最もシェアの高いWebサーバです。

DNSサーバ「BIND」

BINDは、ホスト名とIPアドレスを対応させるインターネットの基幹システムであるDNSサーバとリゾルバライブラリ、各種ツールの集合体です。

メールサーバ「Send mail」

Send mailは、ユーザが送信したメールを受け取って、他のサーバと連携してバケツリレー式に目的地まで配送したり、届いたメールをユーザが受け取るまで保管したりする機能があります。

ファイル共有サーバ「Samba」

Sambaは、ネットワークを通じてWindowsマシンにファイル共有やプリンタ共有などのサービスを提供することを可能にします。

2. デスクトップ・ソフトウェア

オフィススイート「OpenOffice.org」

OpenOffice.orgは、Sun Microsystems社が開発したStarSuiteを基に開発されているオフィス統合ソフトウェアで、文書作成、表計算、プレゼンテーション等の各プログラムで構成されています。また、Microsoft Officeとの互換性が高く、多くのプラットフォーム（OS）をサポートしています。

ブラウザ「Firefox」

Firefoxは、Mozilla Foundationが開発・公開しているWebブラウザです。

メーラー「Thunderbird」

Thunderbirdは、Mozilla Foundationが開発した電子メールソフトであり、拡張性に富み、学習型迷惑メールフィルタ機能を標準で備えています。

3. データベース

・データベース「MySQL」

MySQLは、スウェーデンのTCX Data Konsult AB社（後のMySQL AB社）が開発したリレーショナル・データベースです。

おわりに

当センターでは、企業の技術力向上から新規事業展開までを支援するために「オープンソース・ソフトウェア活用研究会」を開催し、実践的な活動を行っています。関心をお持ちの方はご連絡ください。（技術振興部システム技術室 中川晋輔）

（財）広島市産業振興センターからのお知らせ

窓口相談のご案内【無料】

広島市内の中小企業や起業家の方が抱える経営上の課題や法律問題の解決を支援するため、経営コンサルタントや弁護士、当センターのマネージャーや職員が相談に応じ、助言を行います。【秘密厳守】

■専門家による経営相談

原則毎週火・金曜日の10：00～16：00に、経営の専門家が相談に応じます。（1件1時間）

混雑している場合お待ちいただくことがありますので、なるべく事前に連絡してください。

■弁護士による法律相談

原則第2・第4木曜日の13：00～17：00に、弁護士が経営に関する法律相談に応じます。（1件50分）

法律相談は事前の予約が必要となります。予約申込は相談日の1週間前までをお願いします。

■窓口相談員予定（8～9月） 窓口相談員の予定は、予告なく変更になる場合がありますので、ご了承ください。

8月

日	曜	相談員	専門分野
1	火	普家 浩文	経営戦略立案から情報システム運用まで一貫した支援
4	金	佐々木一樹	創業支援、資金繰り、資金調達
8	火	若本 修治	インターネットを活用したマーケティング、店舗の企画設計
10	木	弁護士	経営に関する法律問題
11	金	伊藤 雅次	財務内容改善、資金繰り・資金調達
18	金	河野上和廣	イベント等の企画、創業・新規事業
22	火	新居 敏春	新商品開発、新規事業計画、社員教育、販売促進
24	木	弁護士	経営に関する法律問題
25	金	山根 敏宏	創業支援（資金） 経営支援（経営革新）
29	火	西原 裕	新規創業支援、事業計画策定、店舗立地・出店

9月

日	曜	相談員	専門分野
1	金	佐々木一樹	創業支援、資金繰り、資金調達
5	火	藤田悠久雄	小売・サービス業の経営支援・販売促進、創業支援
8	金	石原 正人	資金繰り、銀行交渉、相続税、自社株対策
12	火	若本 修治	インターネットを活用したマーケティング、店舗の企画設計
14	木	弁護士	経営に関する法律問題
15	金	新居 敏春	新商品開発、新規事業計画、社員教育、販売促進
19	火	伊藤 雅次	財務内容改善、資金繰り・資金調達
22	金	酒井 健次	事業承継、後継者養成 マーケティング戦略
26	火	山根 敏宏	創業支援（資金） 経営支援（経営革新）
28	木	弁護士	経営に関する法律問題
29	金	小松 香織	税務・経理

10月の窓口相談については当センターのホームページ（URL: <http://www.assist.ipc.city.hiroshima.jp>）を参照してください（10月初旬更新予定）。このほか、日時・相談員を指定できる予約窓口相談、電話やEメールによる相談も随時行います。

■問い合わせ先

中小企業支援センター TEL(082)278-8032 FAX(082)278-8570 E-mail: assist@ipc.city.hiroshima.jp

メールマガジン読者募集のご案内【無料】

広島市内の中小企業者の皆様に役立つ情報を提供するため、年4回「ひろしま中小企業支援情報GET」を発行しています。6月から、情報提供の迅速性や読者の方の利便性向上を図るため、下記の内容でメールマガジンの配信を開始しました。ぜひ、お読みいただきますよう、よろしくお願いいたします。

■メールマガジンの内容

購読料： 無料 配信回数： 月1回（毎月15日頃配信）

内容（予定）：当財団主催の研修会・セミナー等各種事業のお知らせ、市・国等の中小企業支援策の紹介、経営や技術力の向上に関するアドバイスなどの情報提供

■申し込み方法

下記アドレスあてに、Eメールアドレス、業種（創業予定の方は創業予定）をご記入のうえ、Eメールでお申し込みください。

【個人情報の取り扱いについて】

収集した個人情報については、第三者への開示は法令に基づく開示など特別な場合を除き、提供された目的を超えて利用しません。

■申し込み・問い合わせ先

中小企業支援センター TEL(082)278-8880 E-mail: shinko@ipc.city.hiroshima.jp

流通革新リーダー育成事業（新流通システム研究会）のご案内

流通業界では、流通革命と呼ばれるほどの急激な環境変化が起っています。

この研究会では、新しい流通システムや流通戦略を駆使し、成長している企業実務家等を講師に迎えての事例研究や参加者とコーディネーターによるディスカッションを通し、中小卸売業等流通業の事業戦略を研究していきます。なお、参加者の募集については、8月中旬頃、中小企業支援センターのホームページ等で行います。どうぞ、ふるってご参加ください。

- 日 時 9月中旬～11月下旬（全5回） 13：30～16：30
 - 会 場 広島市中小企業会館（協）広島総合卸センター 2階会議室 予定
 - 内 容
 - ・第1回 卸売業界のパラダイムシフト
 - ・第2回 商品力の強化
 - ・第3回 小売への深耕
 - ・第4回 情報化の推進
 - ・第5回 中小卸売業者の経営革新とリーダーシップ
 - 対 象 広島市内の中小卸売業等流通業の経営者・次代の経営者・経営幹部
 - 参加料 無料 ■ 定 員 20名程度（先着順）
- 日時、会場、内容は、変更になる場合がありますので、ご了承ください。

研修会・セミナー開催のご案内

●新連携活用セミナー（受講料無料）

～新連携で創造するビジネスチャンス～

- 日 時 9月8日（金）13：30～16：30
- 会 場 メルパルク広島 平成の間（2）（広島市中区基町6番36号）
- 内 容
 - ・新連携の概要、事例紹介、支援制度の活用方法などの解説
（独）中小企業基盤整備機構中国支部
新連携支援事務局プロジェクトマネージャー 瀬川 清文 氏
 - ・基調講演「新連携に期待される新事業展開の方向」
（独）中小企業基盤整備機構シニアリサーチャー 三本松 進 氏
（一橋大学客員教授・（独）経済産業研究所コンサルティングフェロー兼任）
 - ・事例発表「企業連携が京都を変えた！」
京都試作ネット 代表 山本 昌作 氏（山本精工（株）代表取締役副社長）
- 対 象 中小企業経営者・管理者等 ■ 定 員 100名（先着順）

●中小企業会計啓発・普及セミナー（受講料無料）

明日の経営を創る ～会計を活かした体質強化の進め方～

- 日 時 9月13日（水）14：00～17：00
- 会 場 鯉城会館5階 パール東（広島市中区大手町一丁目5番3号 広島県民文化センター内）
- 講 師 エースコンサルティング 代表 酒井 健次 氏（中小企業診断士）
- 内 容
 - ・「中小企業の会計」の意義・必要性
 - ・お金の流れを把握し、経営体質の強化を図ろう。
 - ・経営戦略を立てる。
 - ・事業計画をつくる。
 - ・新会社法を理解し、人材投資促進税制を使う。 など
- 対 象 中小企業の経営者・管理者等 ■ 定 員 30名（先着順）

■申し込み・問い合わせ先

中小企業支援センター TEL(082)278-8880 FAX(082)278-8570

中小企業支援センターホームページ（<http://www.assist.ipc.city.hiroshima.jp>）からのお申し込みもできます。

ビジネスフェア中四国2007“中四国発・こだわり良品発掘メッセ”出展企業を募集します 新企画！首都圏等バイヤーとの個別商談会を開催します。

平成19年2月2日（金）3日（土）に、広島、松山、呉、浜田の4市と商工会議所が協力し、中四国地域の製造業者や卸・小売業者などを対象とした消費財見本市・商談会、「ビジネスフェア中四国2007 - 中四国発・こだわり良品発掘メッセ -」（会場：広島市総合展示館）を開催します。

今回は、初めての企画として、出展企業と首都圏等バイヤー（（社）日本セルフ・サービス協会会員企業）との個別マッチング商談会も開催します。販路開拓・拡大のための絶好の機会です。ぜひご出展ください。

（ひろしまグッドデザイン賞商品の展示などを行う「産業デザイン展」を同時開催します。）

■募集対象

以下の商品を出展される中四国地域の企業または団体

地域ブランド食品 健康・快適商品 エコ商品

■出展料

大小間 50,000円（1小間の大きさ 間口3.0m × 奥行き2.0m × 高さ2.5m）

中小間 35,000円（1小間の大きさ 間口2.0m × 奥行き2.0m × 高さ2.5m）

■申込期限：9月20日（水）（先着順）

■申し込み・問い合わせ先 フェア実行委員会事務局 広島市都市活性化局観光交流部内

〒730-8586 広島市中区国泰寺町一丁目6番34号 TEL(082)504-2602 FAX(082)504-2253

申し込みは、出展案内パンフレットに付属している出展申込書を上記事務局まで郵送または持参。パンフレットは同事務局で配付。

ホームページURL：<http://www.city.hiroshima.jp/keizai/conv/fair/>

事業所・企業統計調査を実施します。

調査は日本全国すべての事業所が対象です。
9月下旬から各事業所に調査員がお伺いします。

事業所・企業統計調査は商店や工場、営業所、事務所、銀行、学校、旅館、学習塾、病院、寺院など、すべての事業所が対象となる大規模な統計調査です。

統計調査の結果は国や都道府県、市区町村などがこれからの行政を考える重要な基礎資料として活用されます。

9月下旬から各事業所に「調査員証」を携行している調査員がお伺いし、調査票の説明と共に調査票へのご記入をお願いします。時間はおかけいたしませんのでどうぞご協力をお願いいたします。

平成18年10月1日

総務省統計局 広島県 広島市

平成18年 事業所・企業統計調査



■問い合わせ先 広島市企画総務局 企画調整部調査担当（統計） TEL(082)504-2012
事業所・企業統計調査ホームページ：<http://www.stat.go.jp/data/jigyoku/>

ひろしま中小企業支援情報GET Vol.22 2006年（平成18年）8月1日発行（年4回発行）

編集・発行 財団法人広島市産業振興センター

産業振興部 広島市西区草津新町一丁目21番35号 TEL(082)278-8880 FAX(082)278-8570

技術振興部 広島市中区千田町三丁目8番24号 TEL(082)242-4170 FAX(082)245-7199

先端科学技術研究所 広島市中区千田町三丁目8番24号 TEL(082)247-0263 FAX(082)247-9753

E-mail: assist@ipc.city.hiroshima.jp

URL: <http://www.assist.ipc.city.hiroshima.jp/>

URL: <http://www.itc.city.hiroshima.jp/>

URL: <http://www.sentan.city.hiroshima.jp/>

URL: <http://www.economy.city.hiroshima.jp/>

「広島市中小企業支援センター」

「広島市産業振興センター技術振興部」

「広島市先端科学技術研究所」

「広島市の産業」