

前向きに挑戦する福井の企業を応援します

F-FACT

ファクト > Fukui advanced companies' try

【特集】 アジアが顧客 ～ 新市場を切り拓く ～

Vol. 3

アジアが顧客～新市場を切り拓く～

国内需要の減少などにより、成長著しいアジア市場で販路開拓を行う企業が増えてきました。しかし、海外展開を進める際には、国内とは異なる特有の課題・リスクに対応しなければならず、魅力あるアジア市場への挑戦を躊躇する中小企業も少なくありません。今回は、アジア市場の魅力とリスク、そして、リスクを乗り越えてアジア市場を開拓するためのポイントを紹介します。

① 中小企業が挑む！初めての海外進出

海外展開を行うためには、市場調査、ターゲットの選定、各種契約の締結、販売計画など、全体の流れを大まかに理解する必要があります。ここでは、2013年7月にフィリピンに進出した豊ファインパック株式会社のケースを通して、海外展開のプロセスを確認します。

市場の把握

同社は保護包装資材(ポリ袋やビニール袋など)を製造販売しており、電子部品、家電製品、工業製品など用途は多岐にわたります。比較的業績は安定していますが、包装資材市場が縮小する中で既存客の取扱量も減少しており、将来を見据えた新規顧客の開拓が必要でした。

そんな中、代表の田中利希也氏は、大手取引先がフィリピンに進出するとの情報を得ました。懇意にしていた福井県立大学経済研究所所長の中澤孝夫教授から海外拠点設立の必要性を助言されていたこともあり、海外での新規顧客獲得の必要性を痛感。早速、中澤氏から聞いた日本アセアンセンター主催の視察旅行に参加しました。市場を把握するには展示会・見本市に出展するのが一般的ですがフィリ

ピンではこうした機会はまだまだ少なく、その方法は専ら現地企業の訪問。フィリピン大使館商務部やJETROマニラ、知り合いの現地日系企業、専門誌から情報を収集し、通訳を付けてレンタカーで企業を回りました。

「現地で、日本製品に対する信頼の高さと日系企業の進出を希望する声があること、同業者の競合がないことを知りました。また、マニラの工業団地にお付き合いがある日系企業も多く、情報収集しやすいというのも魅力に感じました」

さらに、日系製造業が輸出目的で現地操業する場合、日本企業100%出資による会社設立が認められているほか、税制上の優遇措置(PEZA)という投資促進機関の制度が講じられている

ここがポイント

市場の把握(市場規模、ニーズ、競合他社、販売シエア等)ターゲットの絞り込みにあたり必要となるのが情報収集だが、多様な情報源にあたるのが大切。国内での主な情報収集先は次のとおり。

JETRO(日本貿易振興機構) <http://www.jetro.go.jp/>
日本企業の海外展開支援等を行っている。HPの「JETRO海外情報ファイル」から世界各国のビジネス情報を、「引き合い案件データベース(TTPP)」で仕入先・販路の情報を収集できる。

ふくい貿易促進プラザ

<http://www.fukui-kaigai.jp/>

海外ビジネスの経験が豊富なアジア市場専門員が相談員として常駐。海外ビジネスに関する各種相談や依頼に無料に対応している。

日本アセアンセンター

<http://www.asean.or.jp/ja/>

ASEAN商品の展示・商談会、ミッションの派遣・招聘、視察ツアー等を行っている。

展示会・見本市等

海外で開かれる展示会や見本市は、海外の顧客・パートナーと出会うチャンス。JETROでは世界各国で展示会等を開催しており、HP上の「見本



点も進出の決め手になった。か。

「マニラで製造拠点を作り、日本向けの製品を製造しながら実績を積み、将来的に現地



本も貴重な情報源(写真は田中氏が参考にした資料の一部)

日系企業やローカル企業向けに市場開拓していこうと決めました」

拠点の設立、人材採用

田中氏は、市場調査と同時並行で現地法人設立の準備を進めます。まず、工場物件の選定。フィリピン大使館で情報収集した日系不動産会社を通じて、レンタル工場を借り

ました。不慣れた土地でビジネス展開するうえで、初期投資を抑えられ作業までの時間も短縮できるレンタル工場は貴重な存在でした。

次に人材の確保。責任者として田中氏の知人の日本人を現地に迎え入れましたが、スタッフは賃金コストを抑えるため現地採用とし、日本人運営の人材紹介会社を通じて3名を雇用。しかし、採用後1

年足らずで一部が退社するなど、人材確保・育成は今後の課題です。

現地の法制度を知らなければ困難な法人設立の手続きは、専門業者に代行を依頼。ローカル業者に代行してもらうことで、現地の日系業者よりも1/5の費用で済んだそうです。

最も頭を悩ませたのは工場稼働までの手続き。税制の優遇措置を受けるには膨大な書類の作成を必要とし、2012年11月にマニラに現地法人を設立するも、2013年7月の稼働まで8カ月を要しました。

ここがポイント

進出用地の選定および現地法人設立

進出地は、工業団地の条件やパートナーとの関係も含めて検討し、選定には、現地のメリットや制約条件なども考慮すること。複雑な手続がある法人・工場登記は、弁護士、会計士、コンサルタント会社を通じて行う方が良い。

現地での有能な人材の確保

人材紹介会社から紹介を受ける場合でも任せきりにせず、自ら関与し、できるだけ多くの採用基準を設けて直接面接して比較検討したうえで決定すること。また、採用後においては、現地従業員の定着や育成に苦勞する企業も多く、相場以上の給与水準の確保、日本への研修制度、管理職への抜擢等、従業員にインセンティブを与え

豊ファインパック(株)の本格的な市場開拓はこれからですが、既に現地の日系大手企業との取引案件もあるとか。「現地の日系企業は日本国内とは違い大企業でもアポイントを取りやすく、仕事も割とスムーズに獲得できました。今後、事業が軌道に乗るかどうかわからないとは思いますが、成功の可能性は信じて頑張っています」

海外展開に関する県内の相談窓口

- JETRO福井 電話:0776-33-1661
- ふくい貿易促進プラザ 電話:0776-89-1140



いずれも、福井商工会議所ビル6階(福井市西木田2丁目8番1号)にあります。



代表取締役 田中 利希也 氏

豊ファインパック株式会社
<http://www.housougijutsu.net/>
所在地:越前市家久町31-11-2
電話:0778-23-7733
代表者:田中 利希也氏
資本金:1,000万円
従業員数:13人

表紙写真:有限会社吉中精工の成形加工

CONTENTS

- 01 特集 **アジアが顧客～新市場を切り拓く～**
中小企業が挑む！初めての海外進出
アジアの魅力とリスク
(有)吉中精工 / (株)GAIA / (有)チャーミー
アジア市場開拓のためのポイント便利帳
- 13 完成への道のり
ささの木総合法律事務所、(株)システムエルフ
- 15 [短期連載] 事業承継のススメ 第3回
- 17 アジアを攻める！ 第3回
- 18 飛躍する経営者たち 第3回
- 19 読者のひろば 第3回 私のイチオシのお店
- 20 インフォメーション 他

② アジアの魅力とリスク
~ 中間材市場に挑む ~

ベトナム進出で現地日系企業へ
販路拡大

有限会社吉中精工

福井市西開発に拠点を構える金型製造の吉中精工は、県内で多く見られる中間材メーカーの一つ。長く国内向けの取り引きを続けてきた同社では、新たな取引先を獲得しようと経済成長著しいベトナムに進出、現地での受注を伸ばしています。その経緯や、中小企業が海外進出する際に心がけるべきことについて、同社代表取締役の吉中一夫氏に伺いました。

研修生受け入れを機に
ベトナムとの交流深める

1950年に鉄工所として創業した同社が金型事業に乗り出したのは88年のこと。以来、着実に設備投資を続け、主として自動車業界向けの金型生産を手がけてきました。2006年〜07年頃は中国での特需も追い風となり、相当数の金型を送り出したのだそうです。

ベトナムとのつながりができたのもちょうどその頃。同社を含めた金型業界全体が、慢性的な労働力不足に悩まされていたことが背景にありました。

「鉄を扱う現場なのでハードな仕事と思われたのか、若い人が現場になかなか来てくれないのです。そこで求めたのがベトナムの若い労働力、つまり研修生の受け入れだったのです」と吉中氏。

業界団体の海外視察を通じて、現地における研修生送り出し機関の教育体制や研修生の能力が十分だと判断できたことから、吉中氏は「これならいける」と判断。2007年から3回に分けて計6人の研修生をベトナムから受け入れ、研修生の技術・語学習得に熱心に取り組んでいきました。



日本で技術を身に付けたベトナム社員が即戦力として勤務。金型や成型部品を製造し、現地日系メーカーに納めています。



自動車のエンジンスイッチやレバースイッチに吉中精工製の成形部品が使われています。

型メーカーや同社と取引のある商社からの注目も集めることとなり、ベトナム進出へと大きく動き出します。2011年には現地に合弁会社「Y. H. SEIKO VIETNAM JSC」(以下YHV)を設立。営業の拠点がついにできました。

吉中氏によると、YHVのあるハノイ周辺は、国策により4輪メーカーが進出しやすい環境になっているとのこと。日本の大手自動車関連メーカーも進出していて、現地法人と直接やりとりすることで、日本だけで営業活動していた頃とは比べものにならない商談も生まれています。進出後の現地での新規取引先(日系企業)は10社。そのうち7社とは国内での取引も始まったそうです。

税制や企業法、インフラ等
十分な調査が必要、と強調

さて、順調に見えるベトナム進出の裏で、先駆者ならではの苦労も数知れないことを吉中氏は打ち明けてくださいました。特に、関税に対する同国のとらえ方にはずいぶん苦労されたようです。

「金型そのものの輸入が無税なのに、金型を作るための部品には17%の関税がかかるという税制になっています。しかも、その解釈が税関の職員によって異なっている。当社でも、最初の金型輸入はほぼ無税だったのに、2回目は3000倍の関税がかかってしまったことがあります。それを回避しようと、EPA(経済連携協定)やFTA(自由貿易協定)のことは、ベトナムに進出してから短期間でずいぶん勉強しました」

その成果として同社はこのほど、同社製品がEPAに基づく原産資格を満たしていることを証明する「特定原産地証明書」の認定を取得。ようやく、通常の関税率よりも低い税率で、ベトナム国内に製品を輸入する体制を整えることができました。

「当社が行かなくても、いずれどこかの金型会社がベトナムに進出したことでしょう。外に出ている人たちはみな苦労されています。自分も、この後に続く方に少しでもお手伝いできればという思いでやっています」

地域が営業のエリアだったと振り返る吉中氏。それが、この1〜2年で「飛行機で4〜5時間」という地域にまで営業範囲が飛躍的に拡大しました。

「ベトナムには、日本の技術を求めている日系企業がたくさんあります。日本の技術はまだまだ海外で通用することを現地に行つて再認識しました」。今後10年間で、ベトナムでの生産・営業体制の確立▽成形部門の確立▽現地での幹部社員の育成——といった仕事に力を入れたということです。

最後に、海外展開を考える中小企業へのアドバイスを伺いました。

「中小企業にとって海外進出はまさに、会社の命運を左右する大事業。計画性をもった準備が必要です。進出先における、人材育成や企業法の理解、税制、インフラなどを十分に調査し準備することが大切です」。関税のように、海外進出後に初めて見えた課題も多いと語る吉中氏だけに、そのアドバイスには強い説得力がありました。



有限会社吉中精工
http://camera-repair.jp/
所在地: 福井市西開発2丁目410-2
電話: 0776-53-3061
代表者: 吉中一夫氏
資本金: 500万円
従業員数: 10人(ベトナム法人[Y.H. SEIKO VIETNAM JSC] 30名)
事業内容: 金型製造
日本本社: http://www.yoshinaka-seiko.co.jp/
ベトナム現地法人: http://yh-seiko.com.vn/vi/index.html

(有)吉中精工が語るベトナムの
魅力とリスク

- 【魅力】日本の高い技術力に強いニーズあり
- 【リスク】困難な部品の現地調達と高い関税、曖昧な税制



YHV (YH-SEIKO VIETNAM JSC) 工場(ハノイ市タンロン工業団地内)の前で撮影。



② アジアの魅力とリスク
~ アジアで食品の飲食店展開 ~

健康と美容をキーワードに
女性パワーでアジアに進出

株式会社G A I A

「すべての女性の、わくわくした未来のために」というコンセプトのもと、多彩なビジネスを展開する株式会社G A I A。今年1月、中国一の高層ビルとして知られる上海森ビルに野菜・果物ジュースを販売するスタンドバー形式の「veg.yard」上海店を出店しました。スタッフや仕入れ先の手配などは、同ビルで「福井鶏王」を運営する福井市の株式会社サザンパワーから全面的な協力を得たのだそうです。福井の有志と力を合わせ、女性ならではの視点でアジアを目指す代表取締役の坪川晶子氏に、その手応えを伺いました。

安心・安全&効能をPRし
食文化の違いを乗り越える

同社が福井市内で運営するナチュラルデリ&カフェ「veg.yard」は、若い女性を中心に高い支持を集める人気店です。坪川氏は店の立ち上げ時から、「福井の小さなカフェから世界に発信したい思いがあった」と語ります。

その言葉通り、同社は2013年1月、中国の上海に「veg.yard」上海店をオープンしました。ドラゴンフルーツ、トマト、コマツナなど、厳選した農産物を中心に約30種類の素材を現地で調達。食の安心・安全をアピー

ルしています。

「中国でも女性の健康や美容に対する意識が高まっています。日本の食に対する信頼感は強いのですが、中国には野菜を生で食べる文化がなく、野菜を使った生ジュースやケーキはまだ珍しいようです」

食文化の違いに配慮し、同店は野菜を使用したメニューに美白効果や冷え性予防などの効能を併記。さらに、生ジュースと総菜をセットランチで提供するなど、ニーズに応じたきめ細やかなサービスを提供しています。

「こうした心遣いは、まさに日本人女性ならではの『おもてなし』だと思います」

中国、タイでの経験をを通して、坪川氏はアジアで働く女性たちに共鳴したといいます。

「20〜40代の女性が輝けば、家庭も仕事もうまくいくと私は思っています。日本と同じように、上海やバンコクの女性は働き者。食の安心・安全を気にかけて、美容への関心も高い。私たちの提供する健康的な素材を使ったメニューで、彼女たちを応援したいですね」

健康や美容に関する市場が急伸びしている中国・東南アジアでは、女性の活躍の場が広がっています。小規模零細企業の進出には様々な課題がありますが、日本の高い品質とサービス、そして福井出身の先人や同志の存在が大きな支えになってくれるはず。同社の躍進は、まさにその好例だと言えるでしょう。



「Veg.Yard」上海店



「Veg.Yard」上海店のジュースと野菜サラダ。

福井の異業種と連携した
新プロジェクトも進行中

中国進出にあたり、坪川氏は同フロアでから揚げ店「福井鶏王」を開く福井市のサザンパワーから頼もしいサポートを得たと語ります。

「現地スタッフや仕入れ先の確保をはじめ、サザンパワーさんには本当にお世話になっていきます。先駆者の協力がなかったら出店はできなかったと思います」

志を同じくする福井人との協力は、異業種にも広がりを見せています。今年、福井県内で建設機械用部品を製造する株式会社日本エー・エム・シーと、サザンパワー、パン店「パンテス」、和菓子店「竹内菓子舗」、「veg.yard」による5社で共同事業を開始。それぞれの得意分野を生かし、

福井県産の酒かすを使ったケーキやまんじゅうなどを中国で販売するプロジェクトが開始しました。この取り組みは経済産業省の「JAPANブランド育成支援事業」に採択され、2014年度から中国のデパートやスーパーで販売をスタートさせる予定です。

「先日、日本エー・エム・シーさんが事業展開されるタイのバンコクで試作品を提供する機会がありました。酒かすを使って健康に特化した商品を扱っているのは私たちだけで、とても手応えがありましたね。タイでも、健康や美容への関心が高まっていることを実感しました」

福井人同士力を合わせて
生き生き輝く女性を応援

プロジェクトを通して意気投合した5社は、並行して福井の若手起業家や海外に進出を考える団体をサポートする「福和橋」を立ち上げました。

「皆さん、福井と世界の架け橋になりたいという思いがある。福井の人は優しく、すぐく応援してくれるんです。いろんな方のお力をお借りして



福井市高木の「Veg.Yard」。上海での実績をみた中国企業が、視察に来られたこともあったとか。既に、中国での合弁企業設立に向けた提案もあるようです。

株式会社G A I A

所在地：福井市高木中央2丁目4115
電話：0776-50-1551
代表者：坪川 晶子 氏
資本金：300万円
従業員数：10人(パート含む)
事業内容：飲食店
(ホームページは、リニューアル公開予定)



代表取締役 坪川 晶子 氏

② アジアの魅力とリスク
～異業種への展開～

アンテナショップの委託販売で、
中国ビジネス進出をサポート

有限会社チャーミー

有限会社チャーミーは、11年前にいち早く国際結婚のニーズ拡大に着目し、中国人女性との結婚相談・国際結婚の仲介業に携わってきました。2011年に、それまでの経験とネットワークを活かし、福井産を中心としたメイド・イン・ジャパン商品の委託販売を行うアンテナショップ「日出部屋」を中国広西チワン族自治区桂林に開設。今年、より富裕層の人口が多い国際都市・南寧に移転しました。現在、中国ビジネス進出のコンサルティング業務も行う同社の代表取締役五十嵐正尚さん、優子さんご夫婦に、中国市場の魅力についてお話を伺いました。

手間や不安を取り除く
中国のアンテナショップ

言葉の壁、コストのかかる現地視察、物件探しや契約の不安、信用できるスタッフの雇用、出店後の店舗管理…。中国ビジネスへの進出には、様々な問題が伴います。そんななか同社は、中国の国際都市・南寧にアンテナショップを開設し、毎月1万円(税別)の出店料で商品の委託販売を実施。手間や費用がかからず、中国まで足を運ばなくても現地で小売りができる魅力を訴え、需要を開拓しています。「アンテナショップでの委託販売であれば、いきなり中国に出店しなくても、その商品

に対する現地の人の反応を知ることが可能です。なにより、国際結婚の仲介で培った中国人との信頼関係やネットワークがある私たちが介在することで、中国ビジネスに対する不安や戸惑いを取り除いてあげることができます」

現在、アンテナショップで取り扱っているアイテム数は、1000種類近く。福井産の漆塗りの箸や陶器、和物のほか、カップラーメン、アニメのフィギュアなど多彩な商品が陳列されています。

中国人が抱く日本人への
信頼感をビジネスに活かす

アンテナショップ事業立上げのいきさつを正尚氏はこう

語ります。

「国際結婚業務で得た人脈を活かして、何か新しいビジネスを展開したかったんです。だから、中国の大学に1年間、日本語講師として単身赴任して、本格的に中国語を身に付けながら、現地での人脈づくりに努めました。そんな中で、中国では日本の商品に関心が高いものの、本物の日本製が少ないことに気づき、アンテナショップの事業化を決断しました」

多くの国際結婚を交わらせるなかで、中国の人々と人間味のある交流を深めてきたことも、事業化に向けて強みになったと言います。

「中国のお客様は、日本人や日本の商品に憧れがあり、高い信頼感を抱いてくれています。特に、安心・安全で健康に配慮した日本の食品に興味があり、少し高くても価値を認めて購入してくれますね」と手応えを語る優子氏。現在、商品の委託販売から派生する中国企業との商談の仲介、パートナー探しなど、次なるビジネス展開まで同社は幅広くサポートしています。

中国・南寧からアジアへ、
グローバルに事業を展開

膨大な人口を背景に、巨大化する中国市場。従来の製造業だけでなく、今は小売りやサービス業にまでビジネスチャンスは拡大しています。しかし、文化や習慣、法律が



アンテナショップ内。福井の品を中心に、幅広いジャンルから商品を選定しています。

「はじめは国際結婚の時にお世話になったご縁から、大自に恵まれた国際観光都市の桂林でアンテナショップを開いたんです。日本人スタッフが経営しているという信頼感が強みで、観光客からも好評を得ていきましたが、地元の人から『商売をするなら南寧に行け』と勧められ移転しました。それは私たちでは気付けなかったことであり、現地でどこまで信用に値する人を見つけられるかは大事ですね。」と正尚氏。

人口や富裕層の規模が大きい南寧では、日本製品を買い求める中国人は、桂林より多いそうです。国と国ではなく、人と人として向きあい、信頼関係を築いていく。それは中国だけに限らず、国際ビジネスの基本と言えるでしょう。

異なる中国のカントリーリスクに、二の足を踏んでしまう日本人は少なくありません。「実は、日本人の感覚のままでは向こうに行くこと自体がリスクなんです。契約やスケジュールの進行など、中国ではやり方が違うだけ。私たちが間に入ることで双方のバランスを調整し、中国人との感覚の違いに日本の事業主自身が気づいてくれることを願っています」

同社は、今年から中国ビジネスのコンサルティング業務もスタートさせました。「上海では日系企業が飽和状態ですが、南寧はまだ日本人自体が少なくチャンスがあります。大きな博覧会も開かれる国際都市であり、親日家が多いところなので、熱意のある方がいればお力になりたいと思っています」

今後は、ベトナムの国境に近い南寧の地の利を活かし、「東南アジアへ進出したい」と語る正尚氏。グローバル・ビジネスの水先案内人として、ご夫婦の活躍の場はさらに広がっていきそうです。



アンテナショップは、南寧のメインストリート沿いにあるビルに出店しています。



有限会社チャーミー

http://www.charmy-inc.com/
所在地：福井市日之出1丁目10 - 13 Sol-Wish 1F
電話：0776-29-0720
代表者：五十嵐 正尚氏
資本金：300万円
従業員数：4人(パート含む)
事業内容：結婚相談、中国進出支援



代表取締役 五十嵐 正尚 氏(右)、五十嵐 優子 氏(左)

③ アジア市場開拓のためのポイント便利帳

どうしたらグローバル人材が育つのか？

海外展開を進めるうえで、国際ビジネスに必要な知識や経験を持つグローバル人材が必要不可欠ですが、このような人材は限られており、社内での人材育成も困難であることが、中小企業の課題とされています。

ここでは、中小企業産業大学校の「異文化コミュニケーション力養成講座」(9月開催)で講師として招聘したケンパー・マティアス氏が、グローバル人材の育成に関して中小企業が抱える疑問や悩みにお応えします。

Q 国際ビジネスで通用する英語は、どのレベルまで求められますか？

A 中学3年までに学ぶ語彙や基本的な文法が分かれれば、ビジネスシーンに必要な英会話は身に付けることができず。ビジネス英会話と聞くと、その業務特有の専門用語が登場するので難しいと思われがちです。しかし、ビジネスシーンのほうが日常生活よりも語彙や話題が限られますので、実はビジネス英会話のほうが修得しやすいのです。

Q 英語力を身に付けるための効果的な方法は？

A まずは、中学生向けの英語の参考書で基本を習得することを推奨します。そして、とにかく英語でコミュニケーションを取る機会を作ること。最も効果的な方法は、海外の日本語を使わない環境で1年間でもいいから生活することです。最近ではフィリピンで学ぶ傾向が、特に大企業では高まっているようです。フィリピン人の英語は流暢で聞きやすく、費用はアメリカの1/10程度です。

Q 中小企業は、資金的な制約で海外派遣や専門機関の研修を受講させることが困難な場合も多いです。あまりコストをかけずに語学やコミュニケーションを学ぶ方法はありますか？

A 海外留学や海外派遣を経験した社員、海外出身の外国

人社員など、海外の生活や実務に経験がある人を中心とした研修会を開催すれば良いでしょう。ある程度資金に余裕があれば実績のある講師を招いても良いですが、その場合、語学力や知名度を基準にするのではなく、努力して結果を出している方を選定すべきです。失敗経験豊富な方でもOK。無名でも努力して失敗を経験しながら海外に挑戦した方のほうが、大手の著名な講師よりも、国際ビジネスの現場で本当に役立つ知識を得られると思います。

Q コミュニケーションの場で、伝えたいことが伝わらずに困るケースが多々あると思えます。それが不安です。

A 完璧な言語を話そうと意識してはいけません。今、N T Tコミュニケーションズ様で、英会話初級レベルの社員の方向けに、異文化トレーニングを実施していますが、英語が流暢でなくても、専門用語と技術的な知識を駆使して、海外出張できるレベルまで達成しつつあります。要は、伝えたい内容を相手が理解すれば良いわけで、下手な言葉であっても、ジェスチャーしたり絵を描いて理解させることができるんです。「言葉で伝えられなかったら別の方法で表現しよう」という前向きな姿勢を身に付けておくことも大切です。

30年くらい先は海外取引しなければ生き残れないという状況になっているかもしれません。だから、今すぐに海外展開する必要はなくても、今のうちに海外に関心を向ける必要はあると思います。30年先の海外展開と考えると、30年後の経営幹部がリーダーシップを発揮していなければならない。つまり、今の若手・新入社員をグローバル人材に育て上げる長期プランを策定しておくのが理想です。教育は時間をかけてじっくりと取り組むのが効果的。今から十分に間に合います。頑張ってください。



ケンパー・マティアス氏
ドイツ南部バイエルン州出身。2002年来日後、富士通(株)の多国籍チームに所属、立教大学大学院を卒業。2007年にIC異文化コーチング(株)を設立(現・代表取締役)。現在、日本で唯一のドイツ人認定コーチ&異文化コミュニケーショントレーナーとして活躍するほか、アジアや欧米各国で、人材育成、企業研修、国際ビジネスサポート等の事業を展開中。

海外展開をこれから考える企業や、まだ考えていない企業に向けてメッセージをいただきました。

コラム ネットでアジア市場へ売り込め

アジア圏のEC市場は急速に拡大しており、ネットショップはアジア市場で販路を拡大する重要なツールであるといえます。参入形態としては、①海外向けショッピングモールに出店、②自社サイト立ち上げ、③現地EC事業者による販売代行、がありますが、まずは、決済等の各種機能や集客代行などのサポート体制がある①モール出店から始めることが効果的です。

- 海外向けに商品を販売するモールの一例
 - 楽天市場**
香港、アメリカ、中国、台湾など、既に世界210の国と地域で利用されている。商品説明は5カ国語に自動翻訳。
 - Yahoo! ショッピングストア**
アジア最大のEC取引グループ「アリババ」とYahooが提携しており、Yahooショッピング店舗商品を自動翻訳し、アリババが運営するECサイト「淘宝网(タオバオワン)」内の「淘日本」にて商品出品が可能。物流支援も提供。
 - Buy-J.com**
中国本土向けショッピングモール。「配送」「翻訳」「顧客サポート業務」を代行。
- 決済
国内向けECの場合と同様、ネット上で決済サービスを提

- 供する決済代行業者と契約し、決済手段を用意することが一般的。なお、モールの場合、サービスの一環として決済代行業者としてのサービスを提供または斡旋している場合が多い。
- 売れ筋の特徴
海外での入手が難しい日本の生活雑貨、ファッション、キッズ用品、ベビーグッズ、地方名産品など
- 成功している企業の売り込み術
 - 動画で商品を説明し、品質の良さをPR。
 - 利用法や日本の文化を紹介。例えば、ストラップを販売するにあたり、「日本では携帯電話にアクセサリをつける」という文化があることを動画で説明し、興味を引く。
 - SNSとの併用でプロモーションを強化。ただし、中国は、Facebookではなく「人人網」が高いシェアを占めている。

グローバル人材の育成をサポートする公的制度

公益財団法人福井県アジア人材基金 <http://fukui-asianfund.jp/>

県内企業に勤務する社会人などの語学力向上や、アジア地域を中心とするグローバル経済分野の知識の習得等に関する事業を行っています(2013年スタート)。社会人向けの主な支援内容は以下のとおり。詳しくはHPをご覧ください。 **募集中**

- ①海外への長期留学・研修への奨学金貸与
長期留学や、特定のインターンシップ制度への参加について、渡航費等(10万円)、滞在費等(5万円/月)、研修費用(12万円)を貸与(返還免除あり)
- ②海外ビジネスに関する教育・情報提供への支援
海外ビジネス講座、ビジネス外国語講座の受講料の半額を助成(上限1万5千円)
- ③外国人留学生への支援
県内企業への就職支援(就職給付金5万円を助成)
日本語能力診断試験の受験支援(受講料3千円を助成)

中小企業産業大学校(公財)ふくい産業支援センター 人材育成部 <http://www.fisc.jp/fiib/>

各種集合研修(経営管理、工業技術のコース)や、個別企業のニーズに対応したオーダーメイド研修を開催しています。グローバル人材に関する研修は今年度終了しましたが、来年度も実施する予定です。カリキュラムが決まり次第、HPでお知らせします。

③ アジア市場開拓のためのポイント便利帳

リスク・課題対応事例集

海外展開にリスクはつきものです。また、その対処方法を誤るとさらに大きな問題につながることもあります。ここでは、海外市場開拓に伴い生じる課題やリスクの一部を対応策とともに紹介します。

ケース 4 労働契約の不備

概要	E国での法人設立に向け、本社長が信用しているE国人Fに現地法人の代表就任を前提に開設準備の全部を一任したが、準備期間も法人設立後もFとの間で労働契約を締結しなかった。1年後、本社長がFの経営手腕に疑問を持ち、Fに解雇を通告。しかし、Fは会社設立準備期間から1年以上経過しており無期限労働契約が成立していることを理由に解雇を拒否した。
対応策	たとえ準備期間であれ、労働契約を締結しておく必要がある。準備期間中に労働契約を直接締結することに抵抗を感じる場合は、人材派遣会社に相談すべき。労働契約法のような基本的な法律の知識は入手しておく必要がある。

ケース 5 安易な独占代理店契約の締結

概要	G国の貿易商社から、当社製品が非常に有望なので総代理店契約を締結し全国で販売したいとの取引申込があり、契約を締結することとした。間もなくテスト販売用の注文が入り輸出を行ったが、その後本格的な引き合いが入らず、何度か催促したがらちが明かない。
対応策	信用調査も行わずに安易な代理店契約を締結することは避けること。なお、一社の総代理店契約のような独占契約は非常にリスクのある契約なので、非独占ベースの契約にするか、特定地域に絞った一般代理店契約または販売店契約を締結し、実績を見ながら実力を見極める必要がある。

ケース 6 取引先と連絡不通

概要	高級建材用木材を輸出しているが、何度目かの取引で本船が現地に到着後も一向に代金数百万円の送金がない。居留守を使っているのか、連絡は全くとれない状況。なお、契約書は締結したことがなく、相手からの注文書に基づいて船積みしていた。
対応策	解決の拠りどころとなる契約書がなければ裁判で争うこともできない。何度か取引して誠意あるように見せかけるのが、悪事を働く輸入業者の常とう手段。日本人は最初から「信頼」を基本にビジネスを開始するが、国際的には非常識な認識であり、相手は信頼できないという前提でビジネスを組み立てる必要がある。

ケース 7 マーケティング能力の欠如

概要	H国の現地エージェントI社を代理店とし、セレクトショップ内で商品の販売を開始。現地からは商品に対し厳しい評価を受けた。現地販売価格はI社が定めたが、日本の約2倍の価格で設定しており売上は低迷。一定の販売量が無いと輸出の継続も難しく2年ほどで撤退することとなった。
対応策	販売を代理店に任せると、代理店のマーケティング能力（得意分野、営業成績等）や信用情報を調査するだけでなく、販売レポート等を提出してもらい、商品の改良や開発につながる情報の収集や、市場分析を行うことも大切。また、価格は、代理店任せではなく自社で決定する姿勢も大事である。さらに、独占的な契約は極力避けるべきである。

ケース 8 通訳の能力不足

概要	J国現地企業との交渉、現地従業員との全てのやり取りを通訳経由で行っていたが、都合の良いように言葉を解釈して重要情報を漏らしてしまうなど、双方の意思疎通が上手に行えなかった。
対応策	通訳には、勝手な解釈をせず正確に相手の言葉を伝えることの大切さを理解させること。場合によっては通訳を複数用いたり、現地の言語が分かる社員を（分からないふりをさせて）会議に参加させるなど、チェックを行うことも必要である。

ここで紹介した事例は、中小企業庁「海外展開成功のためのリスク事例集」の中から一部をピックアップしたものです。同事例集では59のケースを取り上げているほか、各種支援施策を分野毎で豊富に紹介しています。ご参考にしてください。

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

海外展開に関する県内の相談窓口は、「ふくい貿易促進プラザ」または「JETRO福井」まで(P1-2参照)。

模倣を防ぐ知財対策(ケース①～③)

海外市場開拓において、商標の先取りや模倣品など知的財産に関するトラブルは企業規模を問わず数多く発生しています。そこで、進出国において商標・特許登録などを行い、自社の知的財産に関する法的権利を確保することが重要です。

ケース 1 海外進出予定先での不正な商標登録

概要	A社は、国際見本市への出展を機に、B国への販路開拓を開始した。その後、B国での商標登録を目指し2件の出願を行ったが、見本市でA社商品を見た者が、既にB国に出願していることが発覚した。
対応策	本件のような冒認出願(※)は、放置すればA社が商標の不正使用に該当してしまふ。行政機関に相談の上、冒認出願の拒絶に向けての対応を協議し、異議申立てを行うなど、その阻止を図るべきである。 ※発明者(考案者)でない者であって、特許(実用新案登録)を受ける権利を承継しない者がした特許(実用新案登録)出願。

ケース 2 合併先企業から技術流出

概要	海外企業との合併で工場を設立し、自社の保有技術を提供して事業を行ってきたところ、ノウハウ情報までも相手に吸い取られてしまい、最終的に合併を解消することとなった。
対応策	「ノウハウ」は特許のような登録制がないので、どこまで相手に提供するかあらかじめ決めておく必要がある。

ケース 3 取引先からの模倣品被害

概要	C国の官民合同ミッションによる商談会に参加した際、現地のD社から自社製品の引き合いがあったので、C国政府の立会いの下、D社と覚書を交わした。D社から詳細な仕様書を求められたが、C国政府の公認企業との安心感から提出したところ、後日、D社が一方向的に契約を破棄してきた。調査した結果、自社製品と同じものをD社が導入していたことが発覚した。
対応策	相手国政府から紹介された企業でも、安易に重要資料を渡してはいけない。相手国政府に提出が必要な資料・データであってもコピーできない用紙やデータを使用する、事象毎に事前の模倣に対する損害請求の覚書を定めておく等の対策を行うことが大切である。

国際特許出願支援事業【追加募集中 募集締切：12月10日】

国外での特許権等の取得を促進するために出願費用を助成する事業です。
 対象企業：福井県内に本社を置く中小企業(個人事業者、事業協同組合含む)
 事業期間：支援企業決定日から2014年2月28日まで
 対象事業：意匠、商標、冒認対策商標の外国特許庁への出願(特許、実用新案の今年度の募集は終了。来年度募集予定。)
 助成対象経費：外国特許庁へ出願するための出願費用、代理人や翻訳等に要する経費(1/2以内を助成)
 申込先：(公財)ふくい産業支援センター 技術開発部 電話 0776-55-1555
 ※詳細は、HP <http://www.fisc.jp/fstr/> をご覧ください。



▲本制度の活用事例。株式会社カママンネンの眼鏡の商標(左)、株式会社一本義久保本店の日本酒の商標(右)

完成への道のり

Vol.3

ささの木綜合法務事務所（企画・販売）
株式会社システムエルフ（システム開発）

商品はどのようなプロセスで完成されていくのか。
企業によるアイデアの創出から新商品誕生までの開発ストーリーを紹介します。

訪問介護現場の課題を 解決するソフトを共同開発

今回紹介するのは、福井県産業情報センタービル内にオフィスを構える『ささの木綜合法務事務所』。同事務所の特色は、行政書士事務所でありながらパソコン用ソフトウェアの企画・販売を事業の一つとしていることです。その第一弾が、先ごろ発売された訪問介護職員シフトシステム『くぐみ』。同ビルに入居するコンピュータ関連企業の株式会社システムエルフと共同開発した同ソフトについて、代表の佐々木壮一郎氏に話を伺いました。

クラウドによる提供で メンテナンス性を向上

佐々木氏が訪問介護事業用のソフトに目を向けたきっかけは、在宅介護事業に携わる知人から、業界の抱える問

題を聞いたことでした。「訪問介護事業は本来、医療機関に近い役割を持つ業種なのですが、医療機関に比べると資金力も乏しく、従業員を多く抱えることができません。ぎりぎりの人員で現場をこなしており、シフト組みのような管理業務が後回しになりがちなのです。直前までシフトが決まらないことも多く、結果、従業員の定着率低下を招いているのです」

半導体メーカーを退職し、一念発起して行政書士の道に進んだ佐々木氏。同センターインキュベートルームへの入居条件が「IT関連企業」ということだったので、当初から同ソフトの企画・販売を予定し事務所を開設したといいます。

「前職の生産設備の制御と、以前のIT関連企業の経営の経験から、当初はExcelやAccessを使い

自分で開発をする予定でした。でも、お客さまのパソコンにインストールする形態だと、自分の体一つではサポートしきれない。インターネットでサービスを提供するクラウドでなければ……と

考えたのですが、自分自身そうした知識・技術がなかったのどうしようかと思っていたんです」

そうした悩みは、同年2月、同ビル内にある株式会社システムエルフの代表・坂井順一氏に出会ったことで解決へと向かっていきます。業務向けシステムを多く手がけているシステムエルフ

にとっても、クラウド型でのアプリケーション提供は初のチャレンジだったとか。「くぐみ」の開発を通じて得られたものは多い。何より、こうしたソフトのニーズは、当社だけでは把握できなかった」と坂井氏は開発の過程を振り返ります。

シフト組みに苦慮する 他業種への展開も視野に

ソフトの開発にあたっては「簡便な入力」に工夫を凝らしました。入力はわずか3ステップ。職員が次月の勤務予定を入力し、利用者のスケジュールを入力。両者が自動的にすりあわせられ、訪問スケジュールができあがる……という流れです。もちろん、月間のシフト表やヘルパー・利用者に渡すスケジュール表といった帳票の印刷も可能。ゆくゆくは、システムエルフが得意とする勤怠管理や給与計算システムと組み合わせ、訪問

介護事業者の業務全体を支援するような仕組みを整えたい、と佐々木氏は意気込みます。「慢性的に人が足りていないこの業界は、何も手を打たないままだとますます状況が悪化することでしょう。国の支援にも期待したいですが、それだけでは追いつかない事態になっている。行政書士の立場からでもきつとできることがあるだろう」と志を同じくする全国の仲間とこの事業に臨んでいます。いずれ自分自身が介護業界のお世話になるだろう、とも思っていますから」

事業所との顧問契約を結び、事業運営・利用者の生活相談などトータルな支援をできる体制を整えることが当面の目標とのこと。「訪問介護事業に限らず、シフト組みに苦慮している業界はたいへん多いと聞いています。ゆくゆくは、そうした業界にも『くぐみ』の普及を進めていきたいですね」と、さらなる展開を期待させる一言で佐々木氏は締めくくってくださいました。

異業種との共同プロジェクトに 初めて参加した坂井氏から一言

「介護業界の動向やシステムに対するニーズを知ることができましたし、給与計算や勤怠管理などのシステムを別の業界向けに提案できるのではないかと、ビジネスチャンスが広がる可能性も感じました。また、行政書士がチームを作って顧問契約の一環として販売するという方法は、「売る」ことを得意としない弊社にとっても魅力的なこと。得られるものは大きく、意義の深い開発だったと感じています」

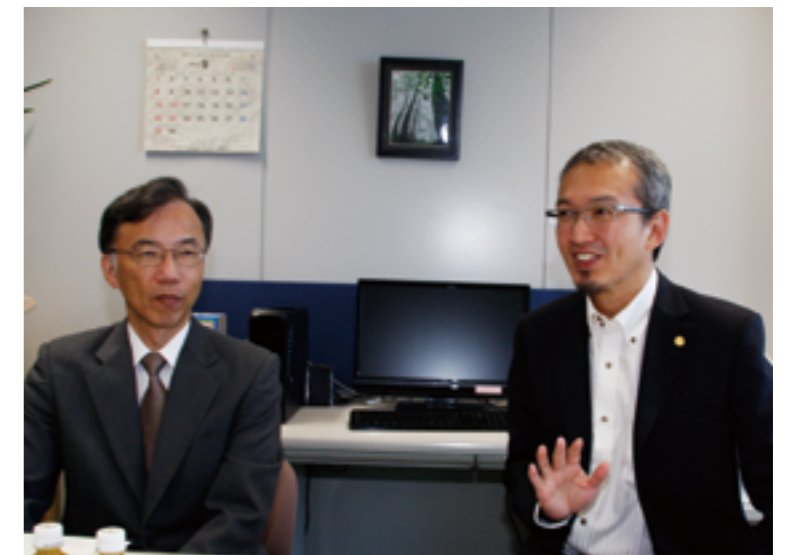


訪問介護職員シフトシステム「くぐみ」は、簡単操作、シフトミス(重複)ゼロ、急な予定変更も可能、シフト作成の責任者負担の大幅軽減などのメリットがあります。



左：介護事業所のスタッフが「くぐみ」を操作中。さらなる現場ニーズに応えたバージョンアップの検討も始めています。

右：業務提携する行政書士に対し、システムの研修会を開催しました。行政書士がグループ化し一般事業を対象とした事業を実施するのは、全国でも初めてのケース。また、県産業情報センタービルの入居企業同士のコラボ企画も、今回が初めてです。



ささの木綜合法務事務所 代表 佐々木壮一郎氏(右)
株式会社システムエルフ 代表取締役 坂井順一氏(左)

事業承継の ススメ

100年経営を実現するために 大事なこと

読者の皆さまこんにちは。中小機構北陸 事業承継コーディネーターの竹川です。今回は、事業承継計画の重要性やその内容・ポイントなどについてお話ししました。連載の最後である第3回は、「100年経営の実現」をテーマに、100年経営を事業承継の視点から考えるところに、「事業価値を高める」ために必要な「知的資産経営」に迫りたいと思います。

企業の条件「朝日新書」には、老舗企業の強み(図1)があげられています。はっきり分かれることは、不動産や事業資金などの「物的資産」よりも、信用や伝統など「財務諸表に表れてこない目に見えにくい資産」＝「知的資産」が圧倒的に上位にきていることです。では、「知的資産」とはどのようなものでしょうか。

1 知的資産経営とは

繰り返しになりますが、知的資産とは「財務諸表には表れてこない目に見えにくい経営資源の総称」のことです(図2)。また、自社の強み(知的資産)をしっかりと把握し、

それを「見える化」し活用することで業績の向上に結び付けることを「知的資産経営」といいます。もつと分かりやすく言うならば、「知的資産」＝「事業価値を高める会社の強み」のことです。この「強み」を発見・棚卸しし、会社の実力(信用・収益力)を高めるツールが「知的資産経営」なのです。

2 事業承継と知的資産経営

事業承継を「事業の承継」と読み替えてみてください。冒頭で事業のDNA＝知的資産であると述べたとおり、事業承継を円滑に進めるために、知的資産経営の考え方が非常に有効になるのです。事業承

継で重要になるのが、現経営者と後継者の認識ギャップを把握することです。ギャップ自体は悪いことではないのですが、それを客観視せずお互いの理解が進まないまま事業承継が行われることはまったく不幸なことです。後継者にとって大事なことは、現経営者の頭の中にあるものを理解したうえで、それを尊重することではないでしょうか。では、具体的にどのような現経営者の頭の中をのぞき見ることができるのでしょうか？「知的資産経営報告書」＝事業価値を高める経営レポート「作成のポイントからそのコツをつかんでみましょう。

3 知的資産の棚卸しのポイント

前回もお話ししたとおり、事業承継は経営者と後継者の問題だけでなく、「事業」の問題です。したがって、「事業」の計画なくして「承継」計画もないのです。具体的に考えてみましょう。

①「業務の流れ」を見る

会社は、お客様に何らかの価値を提供することに よって収益を得ています。そのため「業務の流れ」の中に会社の強みが隠されていることがあります。分かりやすく言うと、「なぜ、当社が選ばれているのか？」を考えることで「強み」を発見し、その強みを強化していくことも可能になります。

② 3種類の資産で「強み・弱み」を把握する

図3に示す、3種類の資産に分けて自社の強みと弱みを考えてみましょう。「ヒト」「しくみ」「ネット

③「外部環境」を把握する

PEST(政治、経済、社会、技術)分析などは有効

なフレームの1つです。

④ 今後のビジョンを描く(方針・戦略)

ここまでの棚卸しで自社の「強み」が明確になり、追い風環境がどこにあるのかが分かれれば、自ずと会社の方向性や方針が明確になるはずです。また、ビジョン(ありたい姿)も見えてくるでしょう。

⑤ 価値創造のストーリー

「過去・現在・将来のストーリー」「現在・将来のストーリー」に分け、時の流れを意識して考えましょう。新事業へのチャレンジや内部の足固めなど課題が満載でしょう。KPI(※1)やKGI(※2)などの指標を、会社の事業計画に結び付けることが大事です。知的資産の棚卸しは会社が独自で進めることも可能ですが、専門家や支援機関など第三者の客観的な視点も大変有効です。「知的資産経営」は事業承継だけでなく、金融機関との関係性構築、経営革新、新製品開発、人材育成など幅広い経営課題の解決に展開できます。

図1 老舗の強み【老舗企業の強みは何だとお考えですか？】

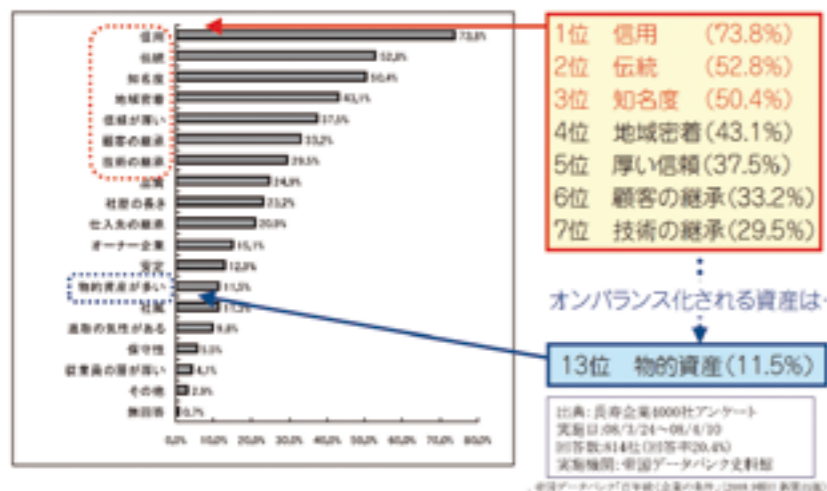


図2 知的資産のイメージ



図3

人的資産：一個人(社長・従業員)に附随する資産	社長のカリスマ性、社員の技術、ノウハウ、経験 など
構造資産：組織(仕組み)に定着している資産	顧客データベース、各種しくみ、マニュアル、文化 など
関係資産：組織外とのつながりに関する資産	顧客とのつながり、協力会社・調達先とのつながり など

※1 KPI (Key Performance Indicator)：重要業績評価指標。プロセスの達成度合いを定量的に定めた指標のこと(研修受講回数、開発製品数、受注件数など)。

※2 KGI (Key Goal Indicator)：重要目標達成指標(売上高、利益額、付加価値額など)。

中小機構「知的資産経営支援」
<http://www.smrj.go.jp/keiei/chitekishisan/index.html>

経済産業省知的資産経営ポータル
http://www.meti.go.jp/policy/intellectual_assets/

執筆者 竹川 充氏

独立行政法人中小企業基盤整備機構 北陸本部 事業承継コーディネーター
2012年度に「事業承継コーディネーター」に登録。中小企業の事業承継に関する相談への対応・助言、各種セミナー講師等の活動を行う。また、経営コンサルタント会社、MITコンサルティング(株)の代表取締役を務める傍ら、ふくい産業支援センターの「新事業コーディネーター」として、経営戦略や財務戦略、事業承継を中心に、中小企業の課題解決に取り組んでいる。中小企業診断士。



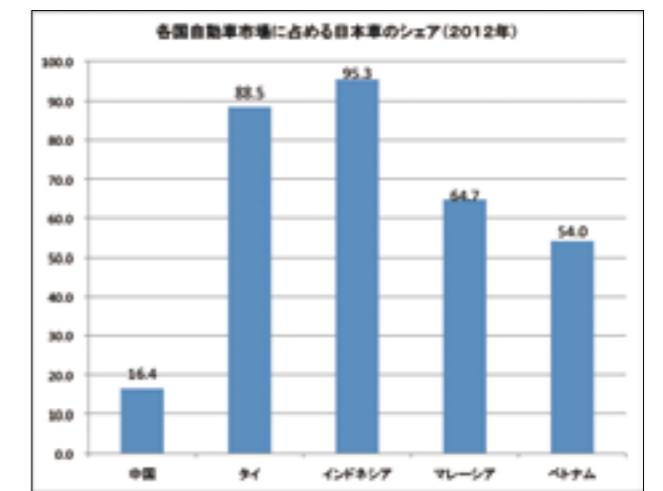
アジアを攻める!

中国や東南アジア地域における最新の経済情勢やビジネス動向を、福井県立大学地域経済研究所の専門家に解説していただきます。

3 アジア市場の拡大とASEAN



タイにある8番らーめん(8番らーめんのホームページより)



アジア経済研究所資料より

執筆者 春日 尚雄氏

1957年生まれ。電機部品メーカー代表取締役などを歴任し、主に海外生産拠点整備をおこなってきた。2013年4月より、福井県立大学地域経済研究所、教授。ASEANや大メコン圏(GMS)の経済、地域開発、日系企業の進出を専門としている。

日系企業がアジアに進出する際、①生産・製造拠点として活用する、②現地消費市場においてビジネスをおこなう、という両面がある。従来は製造業を中心に、進出先の安価な人件費などのオペレーション・コストを利用した海外生産活動が多く見られ、また現在もその拡充のための設備投資が続いている。一方、アジア各国における所得の増加により、一般消費市場が急速に拡大している。人口13億人を擁する巨大な中国市場、古くより日本からの投資がおこなわれてきた人口6億人のアセアン市場も例外ではない。

の浸透も進んでいる。例えばかつてタイでは高価な食事であった日本食が、現在ではタイ人の所得にも合ったものとして受け入れられ始めている。タイで100店舗展開を達成した「8番らーめん」なども成功例としてあげられる。日本とは違った文化、嗜好をもつた国では、日本とは違ったビジネスモデルを構築することが必要である。そのためには良き現地パートナーに恵まれることも非常に重要な要素となる。経済は先進国化するほどサービス産業の割合が大きく占めるようになる。中国がルイス転換点(工業化してゆくに農業部門の余剰労働力がなくなること)を迎えているのか、という議論が開始されている。先進国にキャッチ

アップするため、外資導入による労働集約的工業化を永遠に続けることはできない。人件費の上昇と共にどこかで産業構造の転換がおこなわれないと、いわゆる「中所得国の罠」に陥ることになる。日系企業の海外進出は国内製造業の空洞化という負の側面が取り上げられることが多いが、こうした消費市場をめざす産業、企業にとってはアジアの劇的とも言える市場拡大はまさにフロンティアと言って良い。

リオは考えにくいだが、アセアンへの投資は製造業、サービス業ともに対中国以上に活発化してゆくことが考えられる。その一つの理由として、工業製品を例にとれば中国自動車市場における日本車のシェアは16%台であるのに対して、アセアン各国における日本車のシェアは90%を超える国もある。台数で換算すると、アセアンにおける日本車販売台数は中国における台数にほぼ匹敵する。それだけアセアンにおいて日本と日本製品がより認知されていることであり、日本型ビジネスとの親和性が高いことから、海外進出先にアセアンを選択する企業は今まで以上に増えると思われる。

飛躍する経営者たち

第3回

福井県ゆかりのアグレッシブな経営者取材。企業を成長へと導く秘訣に迫ります。

道廣 喜子氏 Salon de Lakshmi (サロン・ド・ラクシュミー) 代表

経営者意識を持たず

人の役に立ちたい「一心で動く

洋間2部屋、エステ用ベッド、ダイニングキッチンなどで構成され、女性らしい素敵なインテリア空間が広がる「サロン・ド・ラクシュミー」。起業や経営をサポートしようと2011年11月に福井市下馬にオープンしたこのシェアスペースが今、人気を呼んでいます。オーナーの道廣喜子氏に話を伺いました。

Salon de Lakshmi
http://www.salon-lakshmi.jp/
所在地：福井市下馬2丁目814



道廣 喜子氏

フラットな立場で社会参加を考える

道廣氏が独立したのは2006年。体調を崩し勤務していた病院を退職後、看護師経験を活かした各種エステの施術や体調管理のコンサル、料理教室を始めました。「独立志向があったわけではなく、どう社会参加できるかを考えた結果、自分のスキルと人が求めるものが一致した」と、起業当時を振り返ります。2009年からは専門学校でブライダルエステ、介護、栄養学などを教える講師としても活躍。これらの経験を経て辿り着いた形が「サロン・ド・ラクシュミー」でした。

「教えるが技術を身に付けても、将来、結婚・出産、退職を経て仕事を再開する場合、すぐに働ける環境はあまりない。では、働ける場を提供したり、私のネットワークを活かしてお客様を紹介したらどうか。それに、起業は複雑なプロセスと苦勞を伴うもの。私の経験でそれを緩和して起業のお手伝いをしたい。そんな思いがありました」人の悩みを取り除き、役に立ち、喜んでほしい。道廣氏の経営の根幹にあるのは常にその思い。「人を、男性だから、女性だから、経営者だから」という視点でみたことも、自分自身は経営者であるという意識もないです。皆がフラットな立場なんだという認識で、どうしたら社会に役立つか考えた結果、経営という形で社会参加してい

それだけです」

多角的に物事をとらえる

道廣氏は「多角的に物事を見つめる」と自身の性格を分析しており、これは「ラクシュミー」の運営に表れています。まず「ラクシュミー」の特長の一つが、利用者の提案を受けて使用料が設定される点。収支計画を提示してもらいその妥当性を見極めた上で料金を決定します。これは、経営者としてコスト意識を身に付けてもらうための取り組みであり、時にはコンサル的立場でアドバイスも行うそうです。また、異業種の利用者を結び付けて新たなビジネスを提案することもしばしば。「花、結婚、写真に関する仕事をしている3人を結び付けて、レストランウェディングのプロデュースという新しいビジネスを提案しました。お客様には低価格でサービスを提供でき、利用者の方にもビジネスの機会が増える。単体よりも連携するほうがメリットがありますので、そんなつながりも大事にしています」

現在、異業種との連携であらゆる相談に対応できるバックアップ体制を整えており、県外からの申込みもあると。今後は、空き物件を活用した新たなビジネスモデルの構築も視野に入っており、人をつなぎプロデュースを得意とする道廣氏の活躍の場は、ますます拡がりを見せそうです。

本誌「F-ACT(ファクト)」を活用して会社をPRしよう!

企業情報メール便 販路開拓のチャンス! 本誌にチラシを同封できます

本誌では、企業情報メール便(チラシ同封サービス)を毎月実施いたします。配達先は、県内事業所約2,200社です。この機会に、貴社の商品・サービスを幅広く紹介しませんか?



次回実施号

VOL.4 12月25日発行予定

チラシ提出締切日: 12月19日

チラシ2,200部をご提出(持参または配送)下さい。

ご利用を検討の方は、事前に、電話または電子メールにてご連絡ください。1号につき約10社まで受け付けます。なお、申込状況および掲載内容によりお断りする場合があります。

■料金

同封するチラシ・パンフレットのサイズ	料金(税込)
A4判以下のチラシ	8,400円
A4判超～A3判以下のチラシ (二つ折にしてA4判以下のサイズにすること)	12,600円
A4判以下のパンフレット(10ページ程度まで)	16,800円

※チラシ・パンフレット1種類当たり1回分の同封料金です。

お申込み・お問い合わせ先

(公財)ふくい産業支援センター 総務部 F-ACT編集室
TEL.0776-67-7414 e-mail: kouhou-g@fisc.jp

『ふくいの逸品創造ファンド助成金』募集のお知らせ

ふくい産業支援センターでは「地域資源の特長を活かし、従来とは違った形で活用することで、付加価値の高い商品やサービスを生み出す」新たな取り組みをご支援する『ふくいの逸品創造ファンド助成金』の事業計画を下記のとおり募集します。

『ふくいの逸品創造ファンド事業』

【募集期間】(予定)

- ①平成25年度第3回募集 平成25年11月18日(月)～平成25年12月25日(水)
- ②平成26年度第1回募集 平成25年11月18日(月)～平成26年1月15日(水)

【助成期間】

- ①平成26年3月(交付決定予定)～平成27年2月28日まで(原則・延長可)
- ②平成26年5月(交付決定予定)～平成27年4月30日まで(原則・延長可)

【事業概要】

制度名	助成率・助成限度額
【地域資源を活用した新商品開発・販路開拓支援事業】 一般枠 県内の特色ある地域資源(農林水産物や鉱工業品またはその技術、観光資源等)を活用した新商品開発・販路開拓	助成率 1/2 以内 助成限度 500万円 (販路開拓のみ 200万円)
小規模企業連携枠 小規模企業同士が2社以上連携し、県内の特色ある地域資源を活用した新商品開発・販路開拓 手しごと枠 福井県が認定する「ふくいの手しごと」を活用した新商品開発・販路開拓	助成率 2/3 以内 助成限度 300万円
【農工商連携による新事業創出支援事業】 商工業者・農林水産業者の連携による新商品開発・販路開拓	助成率 2/3 以内 助成限度 600万円
【企業連携による繊維産地競争力強化モデル事業】 繊維関連企業の連携による新商品開発・販路開拓	
【小売店との連携による福井ブランドめがね販売モデル事業】 眼鏡関連企業と小売店との連携による新商品開発・販路開拓	

※申請のための事業説明会を11月18日～22日に県内5ヶ所で開催します。詳しくは同封のチラシをご覧ください。当助成金の詳細につきましては、ホームページをご覧ください。

お申込み・お問い合わせ先

(公財)ふくい産業支援センター ふるさと産業支援部
TEL.0776-67-7406 FAX.0776-67-7429 E-mail: i-fund@fisc.jp

読者のひろば

毎回、一つのテーマについて読者の皆様に問いかけ、いただいた声をピックアップして紹介するコーナーです。

3 私の一押しのお店を紹介します

ワイルムズ ym's美容室

越前市西椋尾町18-7-3 電話: 0778-43-1572



髪の毛の質や状態によって似合うスタイルをしっかりと提案してくれます。また、県外の方々をお店を回ってマッサージの研究に力を入れており、髪質に合った「これが気持ちいい」という施術方法を実践しています。形だけのサービスではなく理論的な提案をされていること、そして、そのために研究に努力されている姿は見習うべきだと思いました。(越前市/サービス業)

アンティークカフェあさい/骨董・カフェ

小浜市小浜酒井1 電話: 0770-52-0081



浅井古美術店を改装した、骨董品とカフェを楽しめるお店で、店内は木の温もりを感じる優しい雰囲気のカフェと古い器の展示スペースがひとつになっています。コーヒーもランチも古い味のある器でサービスされます。2ヶ月に一度「市」を開催し、米粉パン、野菜、リサイクル着物などが並びます。小浜の歴史文化にリンクするようなたたずまいとサービスが評判を呼び、口コミでお客様が絶えません。(小浜市/木製品製造業)

おらんだ亭/串揚げ専門店

福井市南四ツ居1-21-11 電話: 0776-54-1665



広いカウンターと個室が一堂。注文は、ドリンク以外、全て店主のお任せです。席に座りドリンクをオーダーすると「次で終わりにして下さい」と言うまで、目の前で揚げる絶品の串揚げがテンポ良く出てきます。飲食業界が不況の中、流行のスタイルを追いかけるのではなく、絶対的自信のあるやり方を貫き、また行きたいと思わせる方法は、我々の日々の仕事でも見習う点が多いです。(永平寺町/食品製造業)

(有)BIG WOOD/住宅施工

越前市家久町102-10-1 電話: 0778-21-0471



木造住宅の施工を手掛けており、得意としているのは店舗施工です。お店の個性をインパクトづけるこだわりの施工が特長で、施工主から「こんな空間にしたい」というテーマをいただいたら、お客様の動線、お客様と店員の目の高さや距離感、音の響き具合など細かなところまで施工主に提案して設計しています。「ここにはこの香りがいい」「ここにはジャズがいい」という提案までもされていて、ユーザー視線をとことん追求する点に感心させられました。(越前市/公務員)

ご意見・ご提案を求めます

VOL.4のテーマは、**あなたが刺激を受けた言葉**

ご提出先: F-ACT 編集室 締切: 12月6日(金)

本に掲載されていた言葉や映画のセリフ、上司、親、友人などからかけられた言葉で、刺激を受けた言葉を募集します。言葉と刺激を受けた理由を明記のうえ、e-mail、FAX、郵送のいずれかでご提案願います。(連絡先: P22に掲載)

個人事業税（第2期分）の納期限は12月2日（月）です。

事業主の方は忘れずに納付しましょう！！

口座振替をご活用ください！

個人事業税の納付には、便利で確実な『口座振替』が利用できます。
詳しくは、最寄りの金融機関や福井県税事務所（嶺南振興局税務部）へご相談ください。



コンビニ納税できます！

個人事業税を下記のコンビニエンスストアで納めることができます。
これらのコンビニであれば、原則として24時間、**全国どこでも土曜・日曜・祝日も納付が可能**です。

【利用できるコンビニ】

● ローソン	● ファミリーマート
● サークルK	● サンクス
● ミニストップ	● セブン-イレブン
● コミュニティ・ストア	● デイリーヤマザキ
● ポプラ	● ヤマザキデイリーストアー
● エブリワン	● くらしハウス
● ココストア	● スリーエイト
● スリーエフ	● 生活彩家
● セーブオン	（順不同）

【お問い合わせ先】 福井県税事務所 TEL：0776-21-8272 嶺南振興局税務部 TEL：0770-56-2223

従業員の個人住民税は特別徴収の実施を！

- 個人住民税の特別徴収とは、事業者（給与支払者）の方が、従業員（給与所得者）に代わって、毎月支払う給与から個人住民税（市町村民税＋県民税）を徴収（引き去り）し、従業員の住所地の市町に納入していただく制度です。
- 地方税法および各市町の条例により、給与を支払う事業者で所得税の源泉徴収の義務のある方は、原則として個人住民税の特別徴収を行っていただくこととなっています。
- 従業員が常時10名未満の事業所は、申請により年12回の納期を年2回とすることができます（納期の特例）。

【お問い合わせ先】 各市町住民税担当課 福井県総務部税務課 TEL.0776-20-0257

お問い合わせは **fisc** 公益財団法人 **ふくい産業支援センター** <http://www.fisc.jp/>

総務部 F-ACT 担当
TEL：0776-67-7414 FAX：0776-67-7401 e-mail：kouhou-g@fisc.jp
〒910-0296 福井県坂井市丸岡町熊堂第3号7番地1-16（福井県産業情報センタービル内）

皆様の声を
お聞かせください！

「○○が面白かった、ためになった」、「△△をもう少し□□にしたらどうか」、「●●のテーマについて紹介して欲しい」、「▲▲会社がやっている■ ■について取り上げて欲しい」など、本誌を読んだ感想や、要望など、皆様のご意見をお待ちしております。

編集後記

◆今号の特集では、アジア市場の開拓に取り組む企業の活躍や、海外展開するうえでのポイントを紹介しました。海外展開でリスクはつきものであり、今回紹介した企業いずれもリスクがあることを認めていました。しかし、それ以上に「魅力」の話が盛りだくさんだったのも事実です。リスクよりも魅力を強く感じ、積極的に挑戦する姿勢が見えました。グローバル人材の育成についてお話を伺ったケンパー氏は、「日本との文化的差異があることを理解し、お互いの共通点を多く見つけ出し、それを基に良好な関係を築く」ことが、異文化コミュニケーションを図るうえで大切なことだと言います。その上で異文化を楽しもうとまで提案していました。また、チャーミーの五十嵐夫妻によれば、日本の常識で海外展開すること自体がリスクだとのこと。「日本式△△」の何を維持し何を相手国に合わせるか。その判断は難しいと思いますが、「リスクがあるのは当然だから、恐れずに挑戦してみよう、魅力を楽しもう」という割り切った考え＝前向きな考え＝も求められているのではないかと感じました。取材を通じ、そう思った次第です。（編集室）

新聞記事から集めた 県内企業の 新商品・新規事業

■ 収集期間：平成25年8月1日～9月30日
■ 収集対象：福井新聞、日刊県民福井、日本経済新聞、毎日新聞、朝日新聞
当支援センターが収集している新聞記事の中から、県内企業の新商品・新規事業に関する記事をピックアップしました。
ここで掲載した情報は、ホームページでもいち早く確認できます。— <http://www.fisc.jp/newspaper/>

【食料品・飲料】	
サブレに型押しされた恐竜を、食べながら「発掘」するユニークなお菓子を、企画、販売。県立恐竜博物館等で販売し、福井をPR。	米又（福井市）
大野市の菓子店の5店が、大野の名水を使った伝統の水ようかんとチョコレートを組み合わせた新スイーツ「シヨコラdeようかん」を開発。チョコの風味と水ようかんの食感の良さを併せ持つのが特徴。	伊藤順和堂、お菓子のひろせ、清水風月堂、毎川金花草、松田陽明堂（いずれも大野市）
越前地区の伝統食「イカのへしこ」をそばろ状に挽き、香辛料とオリブオイル漬けにした「イカへしこオイル漬け」を開発。	越前漁協加工部「ぬかちゃんグループ」（福井市）
郷土料理であるサバの「へしこ」を使ったペースト「へしこびゅうれ」の販売を開始。和洋どちらでも楽しめる商品で、首都圏や関西でも展開を目指す。	小浜海産物（小浜市）
こだわり豆腐「もたら直売所 大野くわかけ店」が8月8日、大野市鍛冶の国道158号沿いにオープン。米粉と豆乳を使用したシフォンケーキや豆乳ソフトクリームも提供する。	ハッピーライフ（大野市）
県産大豆「里のほほえみ」を原料に用いた豆乳ソフトクリームを開発し販売を開始。カロリーと甘さを控え、後味にほんのり豆乳の香りがするのが特長。	がであんばく五湖の駅、ヤマグチ食品（いずれも美浜町）
【繊維／衣服】	
筒状炭素分子のカーボンナノチューブ（CNT）をコーティングした糸を使った融雪シートを化学メーカーなどと共同で開発。従来の装置に比べ軽量で折り曲げられる上、消費電力を約2割抑えることが可能に。	松文産業（勝山市）
福井市の福井県織協ビル地下1階に「ファッションスペースITOチカ」をオープン。洋服や小物など、県内で作られた繊維生地による作品を毎月交代で展示する。	福井県織協ビル同業会（福井市）
ポリエステル系の伸縮糸と吸水・速乾性のある糸を組み合わせる技術を使った、テーパーや「ゆるキャラ」を展開する地方自治体などに着ぐるみ生地を開発。	フクイテキスタイル（永平寺町）
鯖江市の2社が反射糸を編み込んだニット製品を開発。伸縮性を持たせる特殊な技術を採用し、夜間の事故防止につながる機能性ウエア「夜ピカ」のブランド名で商品化。	ジュエラ、テクノワープ（いずれも鯖江市）
軽くて通気性がある養生器具用品を開発。特許を持つシリコンゴムをスポンジ状にした素材で、従来品より約3割軽量化。これを足掛かりに、福祉・医療市場に参入を目指す。	SHINDO（あわら市）
【金属／機械】	
農業や化学肥料を使わずに育てた県産コシヒカリ玄米と水でできた植物性飲料「GEN-MY（ゲンマイ）」を開発、商品化。玄米食の代用として首都圏を中心に市場を開拓する。	ケイ・エス・ティ・ワールド（福井市）
鉄の加工技術を生かした新しい雑貨ブランドを手掛ける「291（ふくい）アイアンワークス」を設立。スチール扉の製造過程で出た端材を活用した本棚やたんすの仕切り板、テーブルなど約30種類を販売する。	秀建（福井市）
ショッピングセンターなどで使われる屋内用の横開きシャッターを開発。折り畳んだ際の幅を同社従来品より30%削減し、店舗スペースの有効活用や、空間をスタイリッシュに見せられる点をアピールして、東京や大阪などの商業施設やビルへの採用を目指す。	東工シャッター（鯖江市）
【眼鏡】	
少子高齢化が加速する中、フロント枠が赤や青のカラフルな老眼鏡を開発し商品化。ワンタッチで付け替え可能な temples、鼻パッドは色違いの2種類ずつをセットで販売する。	ビューマスター（鯖江市）
プライベートブランド眼鏡の新シリーズを自社サイトで発売。商品はすべて鯖江市で生産、「メイドイン鯖江」を全面に打ち出し、鯖江市を眼鏡の生産地としてPRするのが狙い。	オーマイグラス（東京都）
眼鏡の技術を生かし、植物性樹脂素材のアセテートを使った腕時計を商品化。パッケージの箱や文字盤の裏側には福井県の形をあしらった「メイドイン福井」をアピールする。	プラスジャック（鯖江市）
【その他の製造業】	
手開き傘の開閉時に押す金具で指が挟まらない「セーフティアンブレラ」を開発。高齢化を背景に市場拡大が見込める医療・介護分野向けとして、首都圏の百貨店を中心に販売予定。	福井洋傘（福井市）
越前和紙に化石や恐竜のデザインをあしらった、地層をイメージしたブロック型メモ「ドキドキ発掘メモ」を商品化。和紙製は山田兄弟製紙（越前市）に依頼。県立恐竜博物館で人気商品に。	若越印刷（敦賀市）
県工業技術センターが開発した試作機をベースに、刃物の切れ味を簡単に測って数値化できる試験装置を販売。	轟産業（福井市）
越前焼工業協同組合理事長や金沢市のデザイナーとコラボし、培養土に越前焼のセラミック粒を使った盆栽を開発。	みにく園（坂井市）
【建設】	
二酸化炭素排出削減に配慮した住宅として福井県が認定する「低炭素住宅」の福井県第1号を鯖江市に建設。	中西工務店（越前市）
福井工大学の学生とともに中古アパートの修復、活用策を研究し、1つの建造物を複数人で共用する「シェアハウス」への改修計画を本格スタート。	宮永不動産（福井市）
【商業／サービス】	
農業用水路の水漏れを防ぐ特殊シートを開発。ポリエステル織布とブチルゴム材の2層構造となっており、従来製品に比べて安全、簡単に施工できるのが特徴。	白崎コーポレーション（鯖江市）
手軽に心電図が測定できる「携帯型心電計」を導入し、運転手の健康管理に。全国で相次ぐ運転手の心疾患によるバス事故に対応。心電計の販売・レンタルも開始。	福井中央観光（福井市）
鳥取、福島両県にある2店舗の屋根をオリックス（東京都）に賃貸し、太陽光発電事業に協力する計画を発表。2店舗合わせた年間予想発電量は、一般家庭約730世帯分の年間消費電力に相当。	PLANT（坂井市）
敦賀市内の飲食店を中心とする8店舗が、共同でアンテナショップ形式の弁当店「蒼印食堂（ブルーレーベルキッチン）」をオープン。空き店舗が目立つ地元商店街の活用が狙い。	蒼印食堂（敦賀市）
「恐竜の骨かきもち」を企画販売。生産は農業生産法人HJK（福井市）の加工部門「米工房・ほ・た・る」が担当。伝統野菜の河内赤かぶら、ヨモギ、サツマイモ、カボチャ、塩の5つの味が楽しめ、形を恐竜の骨に見立てた。	大津屋（福井市）
4社が連携して丸岡町を回る日帰り観光ツアーを企画。丸岡城や酒蔵を巡るほか、越前織のキーホルダー作りを体験できる。	久保田酒造、谷口屋、柳澤織ネーム、和あらいや（いずれも鯖江市）
新日本プロレスリング（東京都）とコラボした塗着を商品化し販売開始。ジュエラ（鯖江市）がコラボを提案。	土直漆器、ジュエラ（いずれも鯖江市）
グアテマラ製フェアトレード商品で、ビームスなどの有名店でも扱われている人気のアクセサリーブランド「Wakami（ワカミ）」の県内初正規販売店に。	アデオス（福井市）
【情報産業】	
60歳以上限定の認知症予防のパソコン講座を開催。入力などの基本を学ぶほか、ネットで情報を集めて旅行を計画し実際に仲間と旅行する。	ウォンツ・ジャパン（鯖江市）
国内の優れたものづくり技術を英語で紹介する専門雑誌を世界に向けて2ヵ月ごとに発刊し、中小企業の海外進出を支援。欧米、アジアの約1千社の資料調達・購買担当者に送付。	インデックスライツ（坂井市）
大学生対象のビジネスプランコンテストを開催。2泊3日で福井の抱える問題を解決するITビジネスを企画立案させる。優勝グループには賞金40万円も。	オールコネク（福井市）
橋本写真製版社（富山市）と共同で地域情報の発信を売り物にする電子書籍サイト事業に乗り出す。自治体の広報誌などを無料で電子書籍化して公開。	国府印刷社（越前市）



70th Anniversary

福邦銀行 創立70周年記念

ありがとう ATM利用 キャンペーン

2013年6月17日→12月31日まで

福邦のATMから出金して
レシートに“当たり”が出たら/
プレゼント!

この
マークの
ATMで!



レシート(ご利用明細票)に“当たり”が出たら、
窓口までレシートをお持ちください。
5種類の中から好きな賞品一つプレゼントいたします。



※品切れの際は代替品とさせていただきます。

ゆめBANK
福邦銀行

詳しくは店頭でお問合せください。

経費削減のために有料広告を掲載しています。

F-FACT

前向きに換える福井の企業を応援します

Vol.3

2013年10月25日発行(隔数月25日発行)

編集発行



公益財団法人 ふくい産業支援センター

〒910-0296 福井県坂井市丸岡町 熊堂3-1-16 TEL: 0776-67-7414

この印刷物は再生紙及び大豆インキを使用しています。

