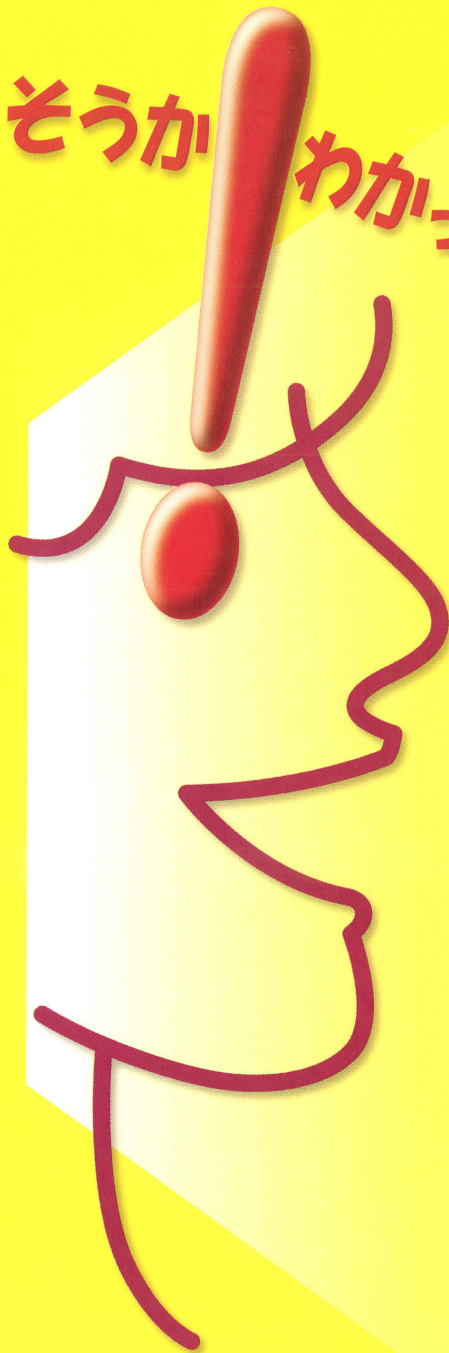




困った…から

そうか！わかった！

ビジネスのお悩み…



ご相談は支援センターへ

情報発見

32

2008/Autumn

- カラハリスイカで“オンリーワン”を目指して!!
- 近江商人に学ぶ
- 平城遷都1300年祭
- コラム「マーケティング・デザインの目」
- コラム「たかが5S、されど5S」
- コラム「ちょっと気になるITワード」
- つながりの力で中小企業を応援する「地域力連携拠点」
- (財)奈良県中小企業支援センターからのお知らせ
- 奈良中央信用金庫・大和信用金庫・奈良信用金庫のご案内

地元中小企業を応援し、
資金ニーズに素早く対応します!



大和信用金庫

本店：〒633-0091 桜井市桜井281-11
tel 0744-42-9001 fax 0744-45-5700
<http://www.yamato-shinkin.co.jp/>



〈やましん〉は元気!
をモットーに、
地域経済の発展に
尽くします。

ならしん事業用ローン
「びじねすまん金太郎」



事業資金のご相談なら!

中小企業を応援する!!

ならしんへ!!!

※詳しくは窓口または担当者までお問い合わせ下さい。

 奈良信用金庫

本店：大和郡山市南郡山町529番地の6
TEL：0743-54-3111
URL：<http://www.narashin.co.jp>

あっ、そうだ!!
「ちゅうしん」があった…

中小企業のみなさまへ!!

事業資金について

販路拡大について 等々

ご相談はぜひ「ちゅうしん」へ…。

 奈良中央信用金庫

〒636-0398 磯城郡田原本町132-10
☎0744-33-3311(代) ☎0744-33-3801
<http://www.narachuo-shinkinbank.co.jp>



カラハリスイカで “オンリーワン”を目指して!! 田村薬品工業(株)の取り組み

奈良県初の農商工等連携認定!

本年5月に、「中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動促進に関する法律（農商工等連携促進法）」が成立し、商工業を営む中小企業者と農林漁業を営む生産者が協力して、新商品や新サービス等を生み出す「農商工等連携」の取り組みが注目を集めています。相互の経営資源を活用して工夫を凝らした取り組みを展開することで、新商品の開発や販路開拓などにつながり、それぞれにとって経営改善が期待できます。

こうした中、奈良県内でも農商工等連携が始動しています。

今回は、本年9月に奈良県で初めて認定を受けた田村薬品工業(株)の取り組みを紹介します。



田村薬品工業(株)とは～御所そして奈良の活性化を目指して

田村薬品工業(株)は、1934年に創業し、奈良県御所市に工場を構えながら、「未来にチャレンジする健康開発企業」として、医薬品・健康飲料等の製造・販売を行っています。

先代の田村信一社長と現社長の田村恵昭社長は、奈良県、とりわけ地元である御所に強い愛着を持ち、薬草園の開設・維持や小学校へのエレ

クトーンの寄附など様々な地域貢献を行ってこられました。

そうした中で、近年続く奈良県の経済低迷・産業空洞化に危機感を持ち、自社が起爆剤のひとつになればと、新たな健康食品事業を検討されました。

平成18年に奈良先端科学技術大学院大学発のベンチャー企業である(株)植物ハイテック研究所と協業契約を

結び、カラハリスイカ美容飲料の開発・製造・販売に取り組んできました。

昨年度より、奈良県や当支援センターなどの支援を受けながら、カラハリスイカから抽出した「天然シトルリン」を利用した新たな飲料、サプリメント（顆粒）の商品開発を開始しました。

■カラハリスイカとは



カラハリスイカは、アフリカ南部、カラハリ砂漠原産の野生スイカであり、過酷な砂漠環境で生育。腐りにくいうえ、水分保持能力が極めて高く、天然

のシトルリンを豊富に含んでいます。カラハリスイカ果汁のシトルリンは、合成されたシトルリンに比べ約10倍の抗酸化作用があるほか、肌の保湿力

に効果があるなどの研究結果が出ています。

カラハリスイカはボツワナ共和国の農務省と日本で唯一、奈良先端科学技術大学院大学が契約を交わし、共同研究を行った素材であり、ボツワナ共和国では、産湯や飲料に使われるなど人々の生活に密着しています。

普通に食べると決して美味しいものではありませんが、機能性に富んだ素材として奈良の地域の産業の糧となるべく準備が進められています。

■奈良の農業の発展のために — JAならけんと連携 —

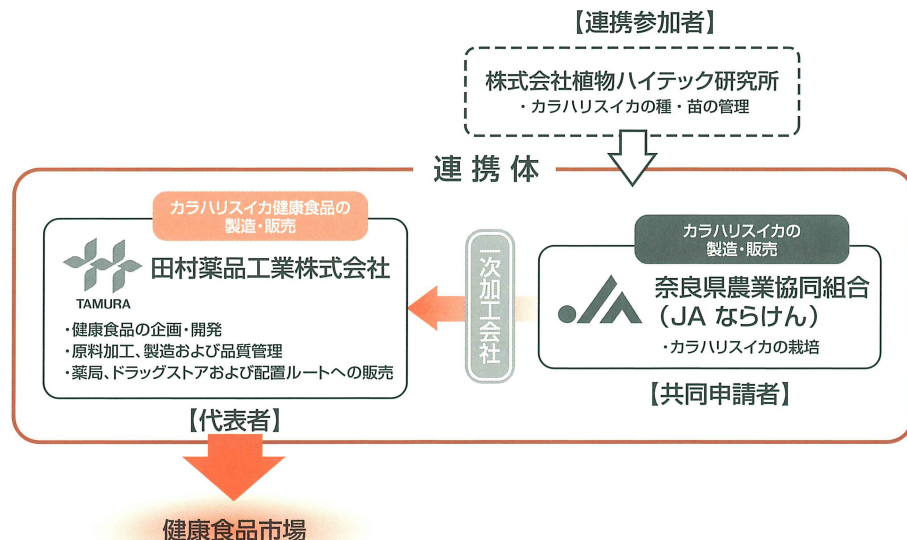
商品の開発を進めるためには、カラハリスイカの生産が不可欠です。そこで、奈良県全域の単一農協であるJAならけん（県農業協同組合）が、田村薬品工業（株）と連携し、ノウハウを活かしてカラハリスイカの生産を行うこととなりました。

そもそも奈良県は、大和スイカの産地として、戦前から戦後にかけて全国最大のスイカの生産地でしたが、現在スイカの主産地は鳥取県や熊本県に移り、奈良県では自家消費及び直売が中心で市場出荷は少なくなっています。しかし、全国各地で栽培されるスイカ

の種の9割は現在でも奈良県で採取されています。

JAならけんでは、今回、大和スイカの伝統を持つ地域でカラハリスイカの栽培を行うことで、近年増加している休耕地の解消と奈良の農業の発展につなげたいと考えています。

連携イメージ



カラハリスイカで“オンリーワン”を目指して!! 奈良県初の農商工等連携認定!

■カラハリスイカを商品化!!

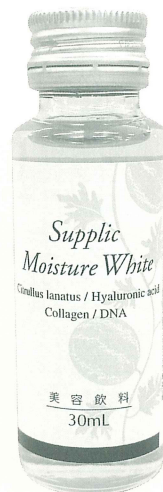
田村薬品工業(株)は、天然シトルリンを豊富に含むカラハリスイカを原料にした、新しい健康ドリンク(医薬部外品)の商品化を予定しています。天然シトルリンは、前述のとおり優れた保湿効果と抗酸化作用(老化につながる活性酸素を取り除く作用)を兼ね備えています。

また、カラハリスイカ果汁に、ハリと潤いを保つお肌の三大成分であるコラーゲン、ヒアルロン酸などをブレンドした「サプリックモイスターホワイト」の販売も予定しています。

この他、天然シトルリンは肝臓での解毒作用である尿素回路の活性化を高める効果があるため、アルコール分解を早めるクルクミンを含むウコンを配合した「カラハリウコン飲料」の商品化も予定しています。



カラハリスイカドリンク(試作品)



■“オンリーワンの健康食品”を目指して

今後は、ドリンクの市場調査を行い、商品化に取り組んでいきます。また、カラハリスイカの健康ブランドを構築していくために、展示会や広報等を通じた販売促進活動を行うとともに、カラハリスイカの栽培を推進するとともに、生産設備の増強を行う予定です。

近年、製薬・医薬品の販売業界はM&Aを含めた統廃合が非常に多く、大手の製薬・医薬品メーカーは拠点をアメリカなどに移すなど環境変化が激しくなっています。こうした状況の中、田村薬品工業(株)は昨年末以来、工場の拡張等を進めながら、これまでの

ドリンクの受託メーカーから固形剤を含めた総合受託のメーカーへの転身を図っているところです。「カラハリスイカ」を「オンリーワンの健康食品」として全国に発信し、5年ないし10年かけてブランドの確立に向けてじっくりと取り組んでいきたいと考えています。

今回、農商工等連携の認定を受けたことで、奈良県の地域経済を支える医薬業と農業が連携することとなり、奈良県の地域活性化に貢献するものと大きな期待がかけられています。



代表取締役社長 田村 恵昭氏

●会社概要

田村薬品工業(株)

◎所在地
奈良県御所市西寺田50
◎電話番号
0745-66-0381
◎FAX番号
0745-66-1840
◎E-mail
market2@tamura-p.co.jp
◎ホームページ
<http://www.tamura-p.co.jp>

近江商人に学ぶ

誰でもわかる企業サイトへの集客成功戦略

本稿は、7月17日になら産業活性化プラザで開催した第1回ITセミナーの概要を、講師の田中松太郎氏にまとめていただきました。

インターネットの普及は著しく、手軽に低コストで立ち上げることが可能なWEBサイトは日毎その数を増し、今日、会社やお店はWEBサイトを持っていて当たり前といっても過言ではないような状況です。

似たようなWEBサイトが星の数ほど存在するため、「SEO対策やWEB広告などさまざまな集客方法をやってみたもののなかなか成果(売上)に結びつかない。WEBサイトを立ち上げたけれど、売上はさっぱり。」というご相談をよくいただきます。これは売上を出すための仕掛けと管理が上手くいっていない場合が多々あります。顧客に対して伝えるべきことをしっかりと伝

えているか、顧客目線のサイトになっているかを早急にチェックする必要があります。さらにもっと遡れば、「商いの基本ができているか」という原点のチェックが必要な場合もあります。

近江商人の教えに「三方よし(売り手よし、買い手よし、世間よし)」というのがあります。これは約400年前から伝わる商売の教えで、現代のビジネスにもあてはまり、ネットビジネスにおいても重要な教えと言えます。今回はこの近江商人の教えを交えながら、売り手よし、買い手よし、世間よしの「三方よし」の精神のもと、WEBサイトへの集客について書かせていただきます。

ターゲットユーザーを絞り込め!

WEBサイトでは、誰をターゲットに誰に売りたいのかがよく分からないものがよく見受けられます。ここでは、

リアルな店舗のそば屋を例に考えてみます。(〈資料1〉参照)

Akinai
a cheating party/sic

例えば... そば屋さん

<A>

本格手打ち そば 本日開店	そば・うどん 定食 本日開店
---------------------	----------------------

Akinai 近江商 近江商 近江商

〈資料1〉

本日オープンそば屋の店長が店の前に張り紙を張り出そうとしています。店長は2つの案を考えました。〈A〉は、店のこだわりである「本格手打ちそば」というのを前面に打ち出した方が良い

Akinai
a cheating party/sic

ターゲットユーザー像をつくる

【氏名】 山田A子
【年齢】 35歳
【性別】 女性
【職業】 専業主婦
【家族構成】 商社に勤める38歳夫と5歳男と3歳女
【趣味】 お菓子(ケーキ等)づくり
【インターネット歴】 3年 ネットショップをよく利用
【インターネット環境】 ノートパソコン 光接続

Akinai 近江商 近江商 近江商

〈資料2〉

と考え作成したもの、これに対して〈B〉は、そばだけでなく、うどんや定食も打ち出したほうがより集客できるのではと考え、「そば・うどん・定食」という打ち出し方をしたものです。



では、ここで皆様がお客様（買い手）になってみましょう。例えば、「今日はおいしいおそばが食べたい」と思った時に、〈A〉、〈B〉2軒の店が並んでいたらどちらかのお店に入りますか。また、「給料日前で手軽にお昼を済ませたい」という時はどうですか。おそらく多くの方が、前者では〈A〉を、後者では〈B〉を選択されるのではないのでしょうか。

〈A〉はおいしいが値段が高め、〈B〉は懐に優しいとイメージされたのではないのでしょうか。たった1枚の張り紙がそう思わせたのですね。本当は、安くおいしい本格手打ちそばを提供しようとしていたのに、伝え方が足りな

かったと言えます。

これとよく似たことがWEBサイトではよく見られます。このことは、「WEBでは無数の人が見てくれるから、買ってくれるお客様はどこかにいるに違いない。」という思い違いに起因しています。

本当は〈資料2〉のように、町中の洋品店と同じで、具体的に山田A子さんの具体的なイメージを描きながら、どのようなことを求めているのかをニーズを具体化し、ターゲットユーザー像を絞り込むことで、よりの確に情報を伝達することができるWEBサイトにする必要があるのです。

ゴールへ導く戦略とは？

WEBサイト構築の戦略を立てる上で、マーケティング戦略でよく用いられる

ランチェスターの法則（〈資料3〉参照）が有効です。

◆ランチェスターの法則

弱者戦略	強者戦略
<p>基本戦略：差別化 (違うものをもつ、違うやり方をする)</p> <p>—— 5大戦略 ——</p> <p>① 局地戦：スキマ市場（ニッチ市場）を担う</p> <p>② 一騎打ち：ライバルの少ない市場を狙う</p> <p>③ 接近戦：スキンシップで戦う</p> <p>④ 一点集中：ターゲットを決めて重点化する</p> <p>⑤ 陽動作戦：手の内を読まれないようにする</p>	<p>基本戦略：ミート作戦 (直ちに追隨する)</p> <p>—— 5大戦略 ——</p> <p>① 広域戦：大きな市場を担う</p> <p>② 確率戦：数打てば当たる</p> <p>③ 遠隔戦：広告、チャンネル等を有効利用して離れて戦う</p> <p>④ 総合戦：すべての武器を総動員して戦う</p> <p>⑤ 誘導作戦：こちらの有利な場所へと誘導して戦う</p>

〈資料3〉

中小企業は、この法則の弱者戦略をとる必要があります。

つまり、他のものとの違いを明確にし、他とは違う見せ方、ユーザーへのアプローチの仕方を検討していく戦略

です。この為には、まず最初に「何のために、誰に見てもらうためにWEBサイトを構築するのか」を明確にする必要があります。



この後のプランニングで気をつけなければならない点を〈資料4〉にまとめてみました。

◆WEBサイト構築のためのプランニング

●現状サイトのチェック	●目的の明確化	●コンテンツのカテゴリ サイズ
●競合サイト調査	●コンセプト、ターゲット、 戦略の決定	●ゴールへ導くユーザー 導線の戦略
	●コンテンツ戦略	
	●運用戦略	
	●デザイン戦略	
	●システム戦略	
	●プロモーション戦略	

〈資料4〉

敵を知り己を知れば百戦危うからず

競合他社はどのような戦略をとっているのか、敵の動きを知ることは重要です。競合サイトの分析、プロモーションの動向、ユーザビリティのチェックを行います。また、その業界における顧客や市場はどのようなサービスを求めているのか、ターゲット調査も必要で、WEBアンケートなども有効な手法です。

経営戦略を立てる時に、自社の「強み」、「弱み」の分析の重要性がよく言われます。WEBサイトの構築におい

てもサイトの「強み」、「弱み」の分析は重要です。中でも自社サイトのアクセス分析は重要です。これは、サイトへのアクセスログを取っていることが前提となりますが、アクセス数の分析や、どのようなキーワードで訪問していただいたか、どのようなリンクを経由して訪問していただいたかなど、アクセスに関する情報のログを取得できる仕組みをWEBサイトに持たせておく必要があります。

SEOとLPO

WEBサイトにおける集客で重要なのがYAHOOやGoogleなどに代表される検索エンジン（サーチエンジン）での検索キーワードの設定です。よく言われるSEO（サーチエンジン最適化）対策と呼ばれるもので、これらの手法については様々な書籍等でも紹介され

ておりますので具体的手法についてはここでは特に詳しくは触れません。

SEO対策において重要なのはその対策手法もそうですが、やはり買い手の視点に立ったときに、ユーザーがどのような検索キーワードで検索し、自分のサイトに訪れる可能性があるのか

ということの分析をしっかりと行うことが重要です。この分析がしっかりとできていなければ、例えばサイトの名称のキーワードで上位表示されたとしても、サイト名を知らないユーザーは絶対にそのサイトに到達することはないですし、ユーザーのニーズにあったキーワードで上位表示される仕組みをもたなければ集客には繋がりません。

また、LPO（ランディングページ最適化）対策は、せっきくSEO対策によ

り自分のサイトに訪問していただいたとしても、そこから素通りされたのでは意味がありません。例えばWEBショップであればそこで商品を購入していただくというところまで到達しなければ、いくらアクセス数を増やしても売上増には繋がりません。LPO対策では、訪問したユーザーが確実に目的を達成していただくように、サイト内ページのユーザー導線を最適化していくことが重要です。



代表取締役 田中松太郎 氏

●会社概要 (株) あきない応援団

◎所在地
滋賀県甲賀市
水口町山2648番地4
◎ホームページ
<http://akinai-co.net>

近江商人に学ぶ、WEB商売の10教訓

これは、今から約400年前に書かれた近江商人の「商売の十教訓」ですが、この教えには昔も今も変わることのない商売の秘訣が込められています。

今日はこの教訓を現代のWEB商売に当てはめて検証していきます。

どうですか、現代のWEB商売にもぴったり当てはまる教訓だと思いませんか。

■おわりに

売り手よし、買い手よし、世間よしの三方よしの精神は、400年前でも現在のWEBにおいてもその本質は変わりません。むしろ、相手の顔が見えないWEBこそ、特にこうした考えをしっかりと理解した上で展開していくことが、結果的に長期的かつ安定的な運用に繋がるものと考えます。テクニックに溺れることなく、しっかりとした戦略のもと地道に努力を続けることが成功への近道です。常に買い手の立場に立った考え方で魅せ方を工夫し、集客力を高めていきましょう。

- 一. 商売は世の為、人の為の奉仕にして、利益はその当然の報酬なり
利益をあげてこそ、企業は社会的な責任を果たす
- 一. 店（モール）の大小よりも場所の良否、場所の良否よりも品の如何
お客様にとって価値ある商品を提供しよう！
- 一. 売る前のお世辞より売った後の奉仕、これこそ永遠の客をつくる
売る前のサイトづくりより売った後のフォローメール
- 一. 資金の少なさを憂うなかれ。信用の足らざるを憂うべし
メールを活用した日々の地道な努力を！
- 一. 無理に売るな、客の好むものも売るな、客の為になるものを売れ
安売りをするな！ 流行りものを追うな！ お客様のためを一番に！
- 一. 良き品を売ることは善なり、良き品を広告して多く売るとはさらに善なり
良いものを、メルマガの積極活用でさらにPR！
- 一. 紙一枚でも景品はお客様を喜ばせるものだ。つけてあげられるものがない時は、笑顔を景品にせよ。
笑顔のかわりにお礼のまごころメールをつけよう！
- 一. 正礼を守れ。値引きは却って気持ちを悪くするぐらいが落ちだ
価格競争に巻き込まれるな！ 他より高く買ってもらえるお客様と関係づくりを！
- 一. 常に考えよ、今日の損益を。今日の損益を明らかにしないでは寝につかぬ習慣にせよ
WEBサイトでリアルタイムな損益管理を！ 日々のデータ管理がものを言う
- 一. 商売は好況、不況はない。いずれにしても儲けねばならぬ
儲けられない原因は不況ではない。儲けなくてはビジネスではない。
ただし、儲けにだけ走らぬよう、くれぐれもご用心！！

平城遷都1300年祭

平城遷都1300年記念事業 マスターライセンスオフィスについて

マスターライセンスオフィスは、社団法人平城遷都1300年記念事業協会より記念事業のシンボルマーク・マスコットキャラクター等のライセンス管理業務を受託しています。



■マスターライセンスオフィスの主業務

- 1、マスコットキャラクター、シンボルマーク等を使用した商品・広告・景品等の使用承認
- 2、マスコットキャラクター、シンボルマーク等を使用した商品（公式記念品）の制作・販売
- 3、公式記念品ショップの運営管理

マスターライセンスオフィスは、シンボルマーク・マスコットキャラクター等のPRを兼ねた商品販売等を積極的に展開し、記念事業アピールの一翼を担っていきます。

お問い合わせ・申請書提出等は下記『平城遷都1300年記念事業マスターライセンスオフィス』にて承ります。

また、申請書類等につきましては、HPを開設しておりますので、そちらからダウンロードして下さい。

■アドレス <http://www.1300.jp/sentokun/index.html>

●申請書提出・お問い合わせ先

平城遷都1300年記念事業
マスターライセンスオフィス
〒630-8113 奈良市法蓮町757 奈良法蓮庁舎2階

営業時間：午前9時～午後6時
休日：土曜・日曜・祝日
TEL：0742-25-2151
FAX：0742-25-2153
E-mail：sentokun@d-kintetsu.co.jp

デザインってタダですか？

デザインはコストか、投資か？

大阪市立デザイン教育研究所
嘱託教授 馬場英彦

私は永年デザインやマーケティングの仕事に携わってきました。製品の開発にはプロダクトデザインが重要な役割をします。開発された新製品を市場に出すための戦略企画づくりには、ビジュアルデザイン、広告デザインや店舗での演出など、インテリアデザインが販売の拠点では重要です。このような《デザイン》の発想や作業は人間の創造力という、目に見えない、言わばデザイナーの頭脳の中にその創造的価値が存在しています。そこが、企業にとって、なかなか真の価値を判断しづらい理由です。

無形の価値を認める点では国内よりむしろ米国が進んでいます。そのアメリカで実際にあったジョークのようなお話をご紹介します。

ある人が、たまたま体調が優れずどうしたものか、医者へわざわざ行くほどでもないと思い、親しい友人に電話で症状を説明し、医者に行くべきかどうか相談しました。医者友人曰く『大したことは無い、このように食生活を守り、このような生活リズムで・・・』

などとアドバイスをもらい、お礼を言ってお電話を切ったそうです。数日たったある日、その友人から請求書が届きました。先日の電話相談に対する費用を請求されたのです。その人は『単に電話で相談しただけじゃないか！』と憤慨し、別の親友で弁護士に電話で『費用を支払う積りが無いが法律的にどう思うか？』と相談したところ何と、その弁護士から請求書が届いたのには参った！とのエピソードです。

さて、皆様の事業経営の中で、デザインをどのように位置づけておられるでしょうか？よく見かけるのが自社のパンフレットや印刷物を作成されるときに、印刷会社に一任されて、印刷物という物理的なコストに無形のデザインが含まれているケースをしばしば見受けられます。つまりデザインという無形の価値は認めず、印刷物という有形の中に組み込んでしまわれているのです。

また商品の一部であるパッケージデザインは商品のコストの一部として扱われます。さらに商品自体のデザインに関しても、商品にかかる送料と同

様に、製品コストの一部として扱われるケースも多く見られます。皆様は、デザインをお金を払って購入する商品とお考えになったことはありますか？

デザインはその企業の命である商品を物語る大きな戦略的な機能を果たしています。

物体(商品や印刷物)の単価×製造数量の中でまかなうとすれば、その価値は単なる部品の扱いでしかありません。企業にとって最も大切な商品や企業ブランドを表現する重要な無形の知的財産は、これからの企業戦略にとって非常に重要な要素です。企業がお客から信頼され、愛用される重要な役割を果たすのが《デザイン》です。

企業にとってデザインは戦略上の大きな利益を生み出す『投資』と位置づけられれば企業の価値はさらに向上するのではないのでしょうか？

取引上の悩みに応じます！

下請かけこみ寺

たとえば・・・こんなお悩みありませんか？

相談例
1



契約書に支払い方法等が書いていないのですが、どうしたらよいのでしょうか？

相談例
3



代金の支払い時に、値引きを要求されて困っています！

下請かけこみ寺に ご相談を！

03-5541-6655

(ここ良い むろん win-win)

相談例
2



代金の支払いをめぐってこじれています。裁判を起こそうか迷っています。

相談例
4



仕事の受注と見返りに、取引先が取り扱っている商品を購入するよう求められ困っています。

当センターでもご相談に応じています

0742-36-8312

第四回目

5Sの実践こそ企業経営の命

清掃・清潔・躰の進め方

(財)奈良県中小企業支援センター 専門調査員
中小企業診断士 富沢隆夫

最終回の第四回目は清掃、清潔、躰の進め方について紹介します。

■清掃の進め方

身の回りのものや職場の中をきれいにするように掃除をしましょう。そして全員でほうきを持ったり、雑巾がけすることを習慣付け、機械や設備は作業員自ら掃除を行いましょう。

- 1) 職場を区分けして担当者を決め割り当てを行う。
- 2) 掃除時間を決める。終業時5分間掃除を行い、習慣化する。
- 3) 清掃用具を準備する。用具は使いやすく、戻しやすい置き方を工夫し、必要数を職場ごとに分散して置くようにする。

■清潔の進め方

いつ誰が見ても、誰が使っても不快感を与えないようにきれいな職場をみんなで作りましょう。要らないものを置かない、乱さない、汚さないようにすることがポイントです。

清潔とは整理、整頓、清掃の3Sを維持することです。

- 1) 要らないものをチェックする(整理)身の回りに不要物がないかどうか定期的にチェックする。
- 2) ものの置き方をチェックする(整頓)どこに、何が、いくつあるか見てわかるようにする。
- 3) ホコリ、ゴミがないかチェックする(清掃)チェックポイントを決めて定期的にチェックし対処する。

■躰の進め方

躰の基本は叱ることです。叱るためには目で見て良いか悪いか一目でわかる職場にしましょう。

- 1) 躰のない会社や工場の責任はトップや幹部にあります。工場の躰はやることを決めて、一つずつ着実に実践することが大切です。
- 2) 上手に叱る。見つけたその時に。その現場で人を育てようという気持ちを持って叱るよ

うにしましょう。

■5Sの実践・定着のために

- 1) まずやってみる
これが5Sの鉄則です。お金はない、人手もない、忙しくて出来ないなどという中小企業にとって利益を出し、企業を強くしていく、もってこいのツールです。費用もかからず、誰でも実践でき、実践したことによる変化が目で見えて分かるため誰でも理解出来ます。
- 2) 継続させる
5Sを定着させるために一番重要なことはトップの信念と推進させようとするエネルギーです。何が何でも定着させるという信念を持って、日々現場を回り、出来ていなければその場でなぜ出来ていないのか理由を聞き、一緒に解決策を見出し改革する。その繰り返しで現場の意識が変わり浸透して定着化が進みます。ぜひ継続してやってください。

設備貸与・設備資金貸付のご案内

設備貸与事業

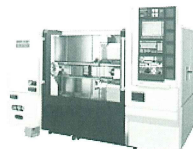
企業者に代わり当支援センターが設備を購入して企業者に一定期間貸与します。
※設備貸与として50万円以上6,000万円以下の範囲でご利用いただけます。

設備資金貸付事業

企業が創業や経営基盤の強化に必要な設備を導入するにあたり、無利子の長期設備資金を貸し付けし、創業及び経営基盤の強化を促進します。

※設備資金として25万円以上4,000万円以下の範囲で貸付いたします。

※詳細は当支援センター金融支援グループまでお問い合わせ下さい。(0742-36-8311)



安心・安全なパスワードとは

(財)奈良県中小企業支援センター
ITマネージャー 浅野紗世



メールやWindowsの設定をしたり、特定のWebサイトを利用するときなどに必要となる「パスワード」は、他人の個人情報や重要情報を手に入れようとする者から身を守るために必要不可欠なものです。簡単には破られない、強固なパスワードを作る方法についてご紹介したいと思います。

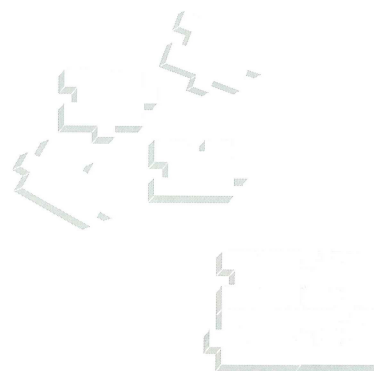
他人に簡単に破られないパスワードが「強いパスワード」と呼ばれています。「長い文字列」や「辞書に載ってないデタラメな文字列」が強いパスワードと考えられがちですが、「長く、デタラメ

な文字列だから安心」ともいえないのです。重要なのは、「悪意のあるハッカーに見破られないもの（推測されにくいもの）＝強いパスワード」が本質であるということです。では、悪意のハッカーはどのようにして他人のパスワードを推測するのでしょうか。

「IDとパスワードが同じ」、誕生日などの「数字のみ」の場合や、辞書に載っているような「名詞や氏名など推測しやすい文字列」も危険です。悪意のハッカーは、こうした「弱い」設定のユーザを自動で巡回して、パスワードを盗む傾向にあります。「飼っている犬の名前なんて誰も知らないだろう」と思っている、実際には「弱い」パスワードであることが多々あるのです。

案外、簡単で効果の高い方法として「記号を用いること」をオススメします。たとえばappleというパスワード。このままですと辞書にも載っていますし、非常に推測されやすいパスワード

といえます。これを@ppleといった具合に「a」を「@」に置き換えただけでも、強度が向上します。yamamotoという人名も、[yamamoto]といったようにカッコにくるだけで推測されにくくなります。他には、いずれかのパスワードが破られた場合、他のサービスも危険にさらされてしまいますので、複数サービスで同じパスワードを使い回さないことや、同じパスワードを継続して使用しているとリスクが高まるので、定期的に変更することで強度が違ってきます。是非お試しください。



セミナー・イベント情報、助成制度や各種施策情報、時の話題など盛り沢山!! のメルマガ、FAX通信をご購読ください。

①当センターが中小企業の皆様にお届けするお得なメルマガの定期購読をオススメします。

『情報発見』メルマガ編 月1回発行(概ね15日頃)

購読料は無料です!!是非ご登録ください。

お申し込みはこちら <http://www.ikkr.jp/nashien/>

②FAX通信(概ね月1回)

購読料は無料です!!

お申し込みは、0742-36-8312

産業支援グループ 経営支援係まで



NEWS つながりの力で中小企業を応援する 「地域力連携拠点」

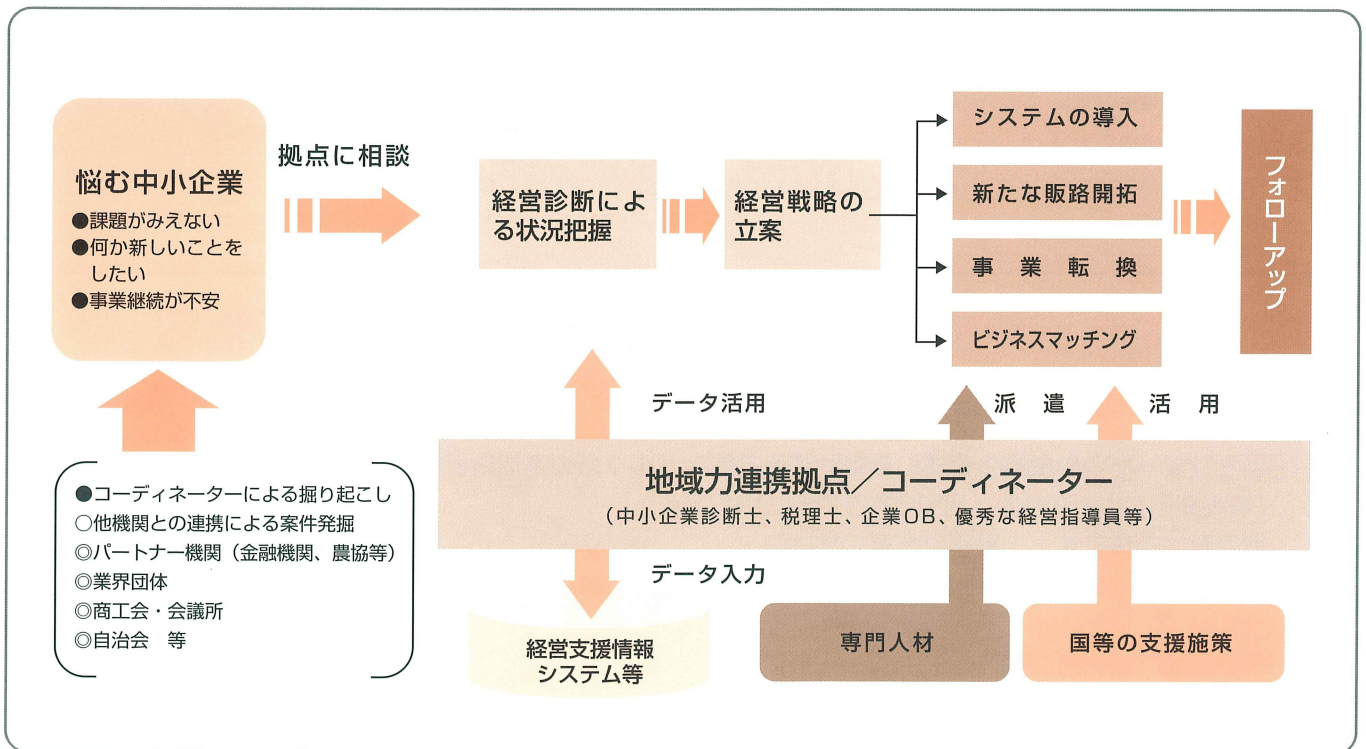
○地域力連携拠点とは

地域経済の活性化を目的に、今年6月より国が全国316箇所に地域力連携拠点を設置し、中小企業を手厚く支援する取組みが始まりました。奈良県内には6箇所の地域力連携拠点があります。中小企業を取り巻く環境が厳しさを増す中で、経営力強化や新製品・サービス開発等への取組み、事業承継、創業・再チャレンジ等、多くの課題が浮かび上がってきます。中小企業支援に精通したコーディネーター（企業OB・中小企業診断士・税理士・優秀な経営指導員等）と共に、中小企業の課題解決の糸口を見出し、支援するのが「地域力連携拠点」です。

地域力連携拠点にご相談いただければ、こんなことが実現できます。

- ステップ 1** まずは気軽にご相談ください！
相談窓口のコーディネーターがお応えします。
- ステップ 2** 自社の強みの強化、弱み克服の糸口をつかみましょう！
強みと課題を明確化し、解決に向けた道筋をわかりやすくお伝えします。
- ステップ 3** 課題を克服し、ステップアップしましょう！
課題に応じて、コーディネーターが、専門家や支援策につなげていきます。

地域力連携拠点の支援の流れ



まずはご相談ください。あなたの経営課題の解決をプロが支援します

地域力連携拠点事業の特徴

(財)奈良県中小企業支援センターにおいては、コーディネーターと職員が一体になって次のような中小企業様のお手伝いをしています。

- 1 地域における支援機関等の力を総動員したきめ細かい支援を行います。
- 2 「悩む中小企業」の課題をワンストップで支援します。
- 3 支援のプロフェッショナルのコーディネーターが、支援を求める中小企業と最適な専門家をピンポイントでつなげます。
- 4 様々な支援策を最大限活用して、成長に至るまでの一貫した支援を行います。
具体的には①相談、②専門家派遣、③情報提供、④調査・研究機関の紹介、⑤マッチング等を行い、中小企業の前向きな取組みを支援します。

地域力連携拠点の支援のイメージ



奈良県内の 地域力連携拠点への お問い合わせ

奈良県商工会連合会	TEL:0742-22-4412
広陵町商工会	TEL:0745-55-3535
宇陀商工会	TEL:0745-82-2211
奈良商工会議所	TEL:0742-26-6222
奈良県中小企業団体中央会	TEL:0742-22-3200
(財)奈良県中小企業支援センター	TEL:0742-36-8312

原材料価格高騰等緊急特別対策資金の創設に伴い、 中小企業緊急相談窓口を開設しました。

県内の厳しい経済情勢に対応するため、県制度融資のセーフティーネット対策資金の中に、新たに限度額や融資利率等が有利な「原材料価格高騰等緊急特別対策資金」が創設されました。

このことに伴い、本年11月5日より、当支援センター内に「中小企業緊急相談窓口」を設置しました。お気軽にご相談ください。

(相談例)

- 原材料価格高騰等緊急特別対策資金の申し込みをしたいが、自社は対応業種に該当するか。
- 現在既にセーフティーネット対策資金の借入をしているが、原材料価格高騰等緊急特別対策資金を申し込むことはできるか。
- 原材料価格高騰等緊急特別対策資金の申し込みをしたいがどのような手続きが必要か。
- 原材料高のため、省エネルギー対策についてアドバイスを受けたい。
- 原材料高に対応したコスト削減に取り組むため、専門家派遣を受けたい。

【原材料価格高騰等緊急特別対策資金の概要】

融資対象

県内に事業所を有し、原材料の高騰により経営環境が悪化し、必要事業資金の円滑な調達に支障をきたしている中小企業者で市町村長の認定を受けた者で、県税を滞納していない者（対応業種が拡大されました）
なお、県税の滞納がないことについては、事業所を所管する県税事務所の証明が必要です。

融資限度額

運転資金／5,000万円（←通常分25,000万円）

融資利率

2.10%（←通常分2.20%）

担保及び保証人

保証協会の保証が必要
法人代表者以外の連帯保証人は原則不要
必要に応じて担保徴求

保証料率

0.60%（←通常分0.70%）

融資機関

7年以内（内据置1年以内）

実施期間

平成20年11月10日
～平成22年3月31日の融資実行まで

取扱金融機関

商工中金、南都銀行、りそな銀行、大和信用金庫、
奈良中央信用金庫、奈良信用金庫、近畿産業信用組合



地域力連携拠点事業（専門家派遣） 個別の経営課題の解決に、 プロのアドバイスを受けてみませんか。

支援センターに登録された専門家（中小企業診断士・技術士・税理士など）を各事業所へ派遣し、経営改善の具体策を提案します。まずは、ご相談ください！

今なら
自己負担が大幅に
軽減されます

（最大負担ゼロ）

■専門家派遣実施例

①製造業A社

製造現場のムダ取りによる利益増加を図りたい。

生産性の向上、省エネの取組みをアドバイス

- 人材配置の変更によるムダの排除
- コスト管理の徹底、各部門強化連携 など

コストダウンに成功

②小売業B社

インターネットでの販売売上を伸ばしたい。

インターネットマーケティング手法をアドバイス

- 楽天での出店における現状分析・改善点の指導
- 新規顧客獲得手法の助言 など

売上アップ

③サービス業C社

売上が伸び悩んでいる。受注を増やしたい。

受注増の仕組みをアドバイス

- ミニコミ誌の発行
- 事業関連のサービスの実施 など

リピート率がアップ

④製造小売業D社

低価格競争から脱却したい。

新商品づくりを支援

- 売れる商品の提案
- マーケティングの重要性の認識 など

新商品により、利益率が向上

利用条件

- ①経営革新等を行い経営の向上を目指す意欲ある中小企業者であること
- ②経営革新等経営の向上に係る目的あるいは目標が明確であること
- ③専門家の派遣により支援の効果が期待できる状況であると判断されること

派遣費用 無料

（ただし4・5回目の派遣を希望される場合は、派遣に要する費用の1/2をご負担いただけます。その場合は、1日（4時間程度）の単価12,000円、24,000円、36,000円、48,000円（専門家により異なります）の日数×1/2が自己負担となります。）
※派遣完了が平成21年3月中旬までのものに限り、
※H20年度予算内での実施ですので、予算をオーバーした際には、ご希望に添えないことがありますのでご了承ください。

派遣回数

支援内容に応じて決定します（原則1回～3回。最大5回まで。）

奈良中央信用金庫・大和信用金庫・奈良信用金庫の

ご案内

奈良中央信用金庫、大和信用金庫、奈良信用金庫は、地域に根差した地域金融機関として、地域の発展のため、様々な取り組みをしています。

今回は、これら3つの信用金庫の最新情報をお伝えします。

●奈良中央信用金庫

●お取引企業、地元中小企業へのサポート活動

■ならちゅうしん経営研究会：昭和63年発足

会員企業数30社

- 月1回のペースで、企業経営に役立つセミナー、視察等を実施しています。

■ちゅうしんビジネスクラブ：平成3年発足

会員企業数300社

- お取引企業のニーズへの対応、問題解決にお客様と一緒に取り組んでいます。

※会員相互のビジネスパートナー探し、販路の拡大等を目的として、ちゅうしんビジネスクラブ専用のホームページも開設しています。

<http://www.shinkin.co.jp/businessclub/>

■ちゅうしん地域中小企業振興助成金制度：平成20年創設

- 利益の1%を地元企業の育成支援に充てています。

平成20年の創業60周年を機に、地元の中小企業の応援団として県内での起業、新事業を目指す中小零細企業に対し育成支援目的の助成金制度を創設しました。

(愛称：グッドサポート)

今後も毎年この助成金制度を継続いたしますので、募集の際は奮ってのご応募よろしくお願い致します。

●大和信用金庫

大和信用金庫は、環境に配慮した商品を開発する等、持続可能な社会貢献活動を拡充するとともに、地域の歴史と環境と子供たちを大切にすることをCSR活動(地域社会への貢献)の柱としています。

■取り組み例等

- 平成20年度「大和川定期預金」の預入総額82億円の0.01%分と金庫役職員からの出資により、大和川の再生事業への拠出を行う「大和川基金」への組入れを行いました。
- 「大和川定期預金」と同時期に募集したポスター・コンクールでは、172点もの応募をいただき、全支店で入選作品の展示会を実施しています。
- 奈良県制定の「山の日・川の日」に「ふるさと大和川源流体験ツアー」を実施し、昨年以上の参加を頂きました。
- 今年も王寺町の「大和川クリーンキャンペーン」に、100名以上の職員が参加しました。
- 奈良県内の企業として初めて、役職員全員が「認知症サポーター養成講座」を受講しました。
- ストップ温暖化「匠の知恵」コンテストでは、「地域環境貢献賞」を受賞しました

今後も日常の業務全てが企業としての社会的責任であると認識し、地域社会の一員として地域に貢献し続けるという姿勢を持ち続けていきます。

●奈良信用金庫

地域とならしんとのふれあいを通じて、地域への取り組み姿勢をKCN(近鉄ケーブルネットワーク)の情報発信番組「Kパラnext」より紹介。「奈良を再発見」をテーマに、各支店の職員が地域を散策しながら地域のお店等を紹介しています。



旬の奈良をぎゅつと凝縮 地域情報多面体

ならしんがお届けする情報番組
ならしんチャンネル

Kパラnext土曜日
KCNファミリーチャンネルで
放送中!

アナログ：1ch
デジタル：地デジ11ch(111ch)
番組表でご確認ください。

*奈良信用金庫は、(財)日本情報処理開発協会(JIPDEC)より「プライバシーマーク」の認定を受けています。



NLM 奈良まほろば法律事務所

Naramahoroba-Law-office

所長 弁護士 下村 敏博

お気軽に事務所へお電話ください。

お問合せ先 **TEL.0745-52-0506**

受付時間/午前9:00~17:00(土日祝は除く)

奈良県大和高田市高砂町2番1号 サンライズビル3F
TEL:0745-52-0506 FAX:0745-52-0516
<http://www.naramahoroba-law.com/index.html>
E-mail:office@naramahoroba-law.com

NEXTMEAL つぎの食文化へ

FRUX GROUP

A HOME MEAL REPLACEMENT FRUX GROUP WEB SITE

青果仲卸事業

業務用青果専門小売事業

HMR事業 (青果加工事業)

FS (フードサービス) 事業



私たちは、「自然の恵み」に感謝し、「四季の心」を大切に、お客様の健康な食生活に貢献します。

次回「八百屋塾」2月26日(木)

惣菜のわかる「八百屋塾」

当社では月に1度、企業様を対象にした勉強会「惣菜のわかる八百屋塾」を開催しております。

【内容】参加費無料/要予約

- 基調公演** 様々な企業様、経営者様などをお招きして、毎回興味深いテーマでお話をいただいております。
- メニュー提案** 季節の野菜や果物を使ったメニューのご提案とその素材や調理法のご紹介をいたします。
- 試食** ご提案メニューの試食をご用意しております。

※ご希望の方には毎月ご案内をさせていただきますので、お気軽にお問合せ下さい。



フルックスグループ

〒639-1124 奈良県大和郡山市馬町696
TEL. 0743-56-5520 FAX. 0743-56-4319
E-mail kksankou@ruby.ocn.ne.jp
グループホームページ <http://www.frux.jp>



◆ うめもり なら町本店 ◆

奈良市鶴福院町5番地
電話・FAX/0742-26-6775
<http://www.umemori.co.jp>

西大寺店、檀原神宮店、八木店、日本橋店



名誉総裁高松宮賞 授賞 知事・市長賞 授賞

手つくりみそせばい本舗

吉野風物詩葛餅・鹿サブレ・天平の瓦

株式会社 **横田福栄堂** 〒630-8002 奈良市二条町1丁目3番17号
TEL.0742(33)0418 FAX.0742(35)0990



いつも”ずっと”

頼れるパートナー

南都銀行

南都銀行はコミュニケーションを大切に、

お客さまのニーズに積極的に対応できる

頼れるパートナーであり続けたいと

考えています。

いつも”ずっと”地域の皆さまとともに

あゆみ続けていきます。

ナント・なら・ずっと!
NANTO 南都銀行

本店:奈良市橋本町16
<http://www.nantobank.co.jp>

ご相談は支援センターへ

(財)奈良県中小企業支援センター

〒630-8031

奈良県奈良市柏木町129-1

なら産業活性化プラザ3F

電話番号 **0742-36-8312**

FAX番号 **0742-36-4003**

URL <http://www.nashien.or.jp>

2008. Autumn Vol.32



この冊子は環境調和型大豆インキを使用しています。