

なら中小企業だより

3

2005 / vol.18

情報

中小企業の創造・新事業への挑戦

発見

I n f o r m a t i o n D i s c o v e r y

[特集]セールスステップと行う販路開拓

新商品販路開拓マッチング会&株式会社東京営業部のご紹介

セールスステップ活用企業(豊国ヌードル株式会社)

経営革新計画承認取得&小規模企業設備支援資金制度「貸与」活用企業(梅乃宿酒造株式会社)

事業可能性評価委員会A評価企業(有限会社こだわりらんど)

情報セキュリティは経営問題&受発注案内

なら産業活性化プラザ 財団法人 奈良県中小企業支援センター



セールスレップと 行う販路開拓

新商品販路開拓マッチング会&株式会社東京営業部のご紹介

(財)奈良県中小企業支援センターでは、企業の販路等確保を支援することを目的に、企業と販路等を有しているセールスレップとのマッチングの場「新商品販路開拓マッチング会」を設けています。「商品ができたが販路がないので探したい」「試作品を作ったので、マーケット調査をしたい」と考えている企業の方々をお手伝いします！

独立自営の営業専門家「セールスレップ」を活用しよう！

1 セールスレップとは！

セールスレップとはセールス・リプレゼンタティブ(Sales Representative)の略称で「メーカーに代わって、商品の販売を代行するセールスパerson」のことです。セールスレップはメーカーの社員ではなく独立自営のセールスパersonであり、メーカーとの契約に基づいて商品を販売します。利用するメーカー側から見れば、各地に営業拠点を置く必要が無くなったり、営業担当者の人件費やセールスのために出張する経費を削減できます。また、営業ターゲットとなる地域の小売店に密着した人材を活用できれば、自前で人材を育成するより販売効率が良くなることも期待できるでしょう。日本ではあ

まり馴染みがないかもしれませんが、営業エリアの広いアメリカでは一般的に用いられている営業スタイルです。

また、セールスレップは単に「販売代理業」と訳されることもあります。要はメーカーの委託を受けて販売先を開拓したり、メーカーに代わって製品に対する問題点や要望などを営業先から聞き出したりするコミッション営業パーソンであります。この「営業先の声を聞く」という行為の中から製品に対し、いかに付加価値を見つけ出せるか、これがおそらく営業の仕事の「コア」になるのではないのでしょうか。セールスレップ・システムの成功の鍵も、突き詰めていけばきっとこの「付加価値力」に行き当たるのでしょうか。あくまでも顧客(企業・団体)の立場に立って、

顧客に満足される商材を提供することがその役割であり、既に存在する商材をただ単に切り売りするのではなく、顧客の状況にあった形で用途開発を行ったり、また商材を一部バージョンアップするなどの変更を加えてでも提供する姿勢がセールスレップの真髄と言えます。

このような役割を果たすことで、セールスレップは近年、メーカーと販売先を結ぶ橋渡し役として注目をされる存在となっています。特に、中小企業やベンチャー企業には専門の営業マンがいない、販売ルート先を開拓できるノウハウがない、などの理由で優良な商材・商品が埋もれていることが多く、この「セールスレップ」がクローズアップされているのです。

また、専門販売員を社員として雇用、あるいは教育することが難しい中小・ベンチャー企業に対して「セールスレップ」が営業機会拡大のコーディネータ役として果たす役割はこれからますます大きいものになると思われます。セールスレップは、専門性の高い優良な商材・商品を、企業や行政に提案する、メーカーと販売先の橋渡し役的存在です。同時に、ユーザーの声をメーカーへフィードバックしながら商品開発にさえ携わる存在でもあるのです。

2 なぜセールスレップなのか(背景)

日本ではデフレ時代に入り、製造業では大幅なコスト削減がされてきました。そこでさらに、営業というホワイトカラーの生産性も高めることが、求められています。

従来はメーカー、特に大衆消費財メーカーは販社といった自社の販売会社を活用し、また、卸を使って流通を行ってきました。しかし、支店や販社維持のコストが高むことから、セールスレップのような営業代行や営業のアウトソーシングが着目されることになってきました。

3 セールスレップの存在意義

セールスレップの存在意義を述べる際、理論的には次の2点が重要と思われれます。

中小企業、ベンチャー企業にとっては、セールスレップは重要な流通チャンネル

卸チャンネルや販社等を持っていて、すでに確立された流通ネットワークを持っている企業にとって、新たな流通チャンネルであるセールスレップはあまり必要ではないでしょう。しかし、そういった流通チャンネルを持たない中小企業や、ベンチャー企業にとっては、すばやく低コストで流通を行うことができるので、重要な存在といえます。

マーチャンダイジング機能をセールスレップは持つ

作ったものをただ売るというだけでは売れない時代になっています。市場からの製品に対するフィードバックを的確に伝える機能をもった仲介者が必要になって来ています。セールスレップには、市場の声をメーカーに伝えるという役割を果たすことも期待されます。セールスレップは、従来の営業マ

ンと異なり給料で働いているわけではなく、製品が売れることによって利益を得ることのできる成果報酬型の契約によって働きます。したがって、市場の声をメーカーにフィードバックするという役割を効果的に果たすことができます。簡単にいえば、「売れる商品をつくってくれないと売れませんよ」とメーカーにフィードバックするのです。

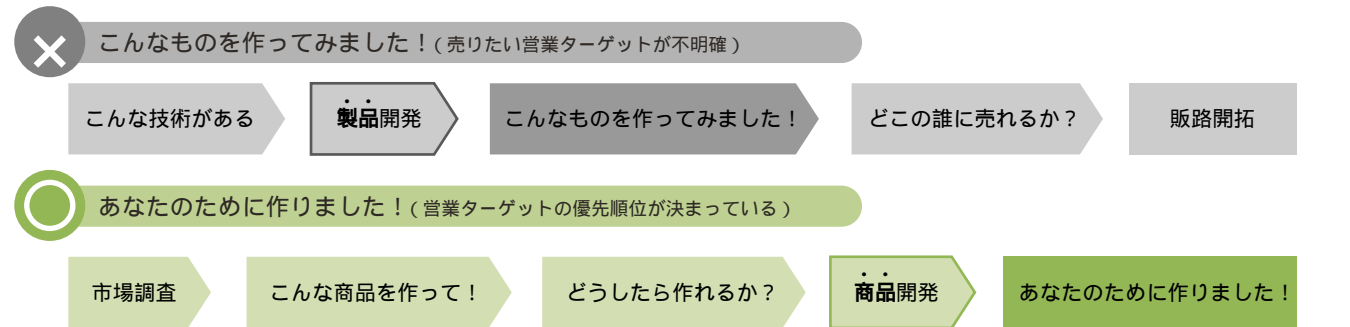
4 セールスレップを活用する際の注意点

もちろん、セールスレップを使えば必ず売れるわけではありません。セールスレップは一緒に売っていくための努力と戦略と体制と役割を提供してくれる営業パートナーであって、必ず売れる"保証"はしてくれないのです。また、直接自社で営業した場合と商社や問屋等の間接営業をした場合との比較も必要になってきます。誰が売っても売れる商品なら自社で営業すればよいわけですし、誰が売っても売れない商品もある、ということなのです。「売れない商品を売るのが営業の役割だ」「成果報酬型のセールスレップの営業担当者が勝手に商品を売ってくれるだろう」と勘違いしている企業があるとすれば到底、成果を上げることは適わないでしょう。

市場調査をした上で他の製品を上回る魅力ある商品を開発すること、セールスレップと協調、コミュニケーションを綿密に取って、顧客の声を吸い上げ製品の完成度を高めていく「マーチャンダイジングが重要」という営業活動をする上では不可欠の姿勢がなければ成功を得ることはあり得ません。

【セールスステップ利用不向き例】

- | | |
|--------------------------|--|
| 例1 経営者が営業活動に積極的ではない企業 | セールスステップを利用することは営業アウトソーシング"半直接営業"という位置付けなので、直接営業の経験がない企業には向きません。このような企業は、まず経営者自らが顧客訪問活動を重視し、自社の営業の勘所(ノウハウ)を徐々に蓄積して行った方がよいでしょう。 |
| 例2 商品・サービスが曖昧な企業 | 営業活動は、自社の商品・サービスを顧客に提案していく活動です。その商品やサービスが曖昧だったり、未完成だったりすると、セールスステップに営業アウトソーシングしたとしても機能しません。セールスステップ導入を検討する前に、自社商品の完成が先決です。 |
| 例3 売りたい相手先が不明確な企業 | どこの誰に売りたいのかがハッキリしない企業にはセールスステップはすぐに導入できません。しっかりした市場調査を実施して、営業ターゲットの優先順位を決めることが先決です。 |



(財)奈良県中小企業支援センターのセールスステップ事業紹介

販路開拓を支援します！ (財)奈良県中小企業支援センターの新商品販路開拓マッチング事業

当事業は「商品ができ、販売したいが売上規模(=市場規模)が小さいので商社が扱ってくれない、販路がない」「試作品を作ったので、マーケット調査をしたいがどうすればよいか」を悩んでいる企業に対して、当支援センターがセールスステップとのマッチングの場を提供して、企業の販路開拓を支援することが目的です。

(昨年7月15日、16日にはマーケティング講習会～セールスステップと行う販路開拓～(講師:(株)東京営業部・福元雅和社長)を実施し、企業や専門家等にセールスステップの概要について、研修と実際のセールスステップ(同:

| | |
|-----------|---|
| 参加募集者 | 奈良県下に事業所を有し、販路開拓を行いたい中小企業 |
| 開催手順 | 企業より、支援センターへマッチング依頼を提出 支援センターで、企業の商品内容等の精査(場合により、当支援センターの登録専門家・総合相談プレーンに相談し、商品内容等をブラッシュアップする) 精査が終わった案件は、マッチング会でセールスステップに対し、プレゼンテーション 企業とセールスステップとの間で契約の締結(セールスステップは営業活動を開始) |
| マッチング会の開催 | 原則毎月1回実施(次回の開催は、決定次第当支援センターのホームページ等に掲載致します。) |

マッチング会についてのお問い合わせ

販路開拓のためにマッチング会に参加を希望される方は、事業説明をさせていただきますのでお問い合わせください。

〒630-8031 奈良市柏木町129-1 なら産業活性化プラザ3F
 (財)奈良県中小企業支援センター 経営支援グループ
 TEL:0742-36-8312 FAX:0742-36-4003 URL:http://www.nashien.or.jp

福元社長を講師に迎えた当支援センター主催の
マーケティング講習会



Sales Representative

セールスレップ事業を行っている企業紹介

地方企業の首都圏展開の自立促進を支援する

株式会社東京営業部

地方の中小企業にとって首都圏への販路拡大は魅力的ですが、販路をいかにして築くか、現実には厳しいものがあるのではないのでしょうか。自社で営業スタッフを抱え事務所を構えればコストがかかるし、定期的に上京しても土地勘がないため効率的に営業するのは難しく、小規模では商社に頼んでも断られる可能性が高い。

そのような中、株式会社東京営業部は、地方中小企業を支援するため首都圏でセールスレップをしている企業なのです。その名が示すとおり『地方の中小・ベンチャー企業にとっての東京営業部』として活動しており、数ある営業代行企業の中でも支援先を地方企業に限定していることが特徴です。

市場分析から営業戦略を立案。売りが成功すれば、10数%の手数料を受け取る、という完全成果報酬型で動いている同社。投資リスクを最小限に抑えながら、首都圏への進出を的確に進めていくことができるから、依頼企業にとってはメリットが大きいと言えます。

同社の福元社長が重視しているのは、市場と顧客の声をメーカーに伝え、商品開発に生かしてもらうこと。「当社のセールスレップは、コスト削減だけではなく、商品を売るためのマーケティング戦略に役立ちます。秀でた技術を持った地方企業の製品を、東京で普及させるお手伝いをしたいと考えているのです」と語っています。

さらに、同社の支援は「営業を請負って、販売して終わり」ではありません。最終目標は、地方企業が自立して首都圏のマーケットを開拓・維持していきえるようになるまで営業組織を育て上げることにあるのです。これを同社では『セールスインキュベーション事業』と呼んでいます。

これを実現させるために、同社では3つのステップを設定しています。



商品を前にして企業とマッチングを行う福元社長

第1段階はセールスレップ、営業アウトソーシングです。ターゲットは、テストマーケティングをしたい、首都圏進出の足がかりにしたい、という企業。これらの企業向けに専任営業ス

タッフを用意し、首都圏での営業を請け負います。

これにより販路を確立し、ある程度販売できると見込めるようになったら、第2段階。首都圏での営業ノウハウをベースに他地域での販売網を築き、全国展開を目指します。このとき同社では、営業戦略や販売網の構築をサポートし、東京営業部内に専用の営業本部機能を立ち上げるのです。

そして第3段階は、いよいよ営業機能の独立です。支援した地方企業と東京営業部が共同出資して営業専門の販社をつくります。その後、この販社が自立できるようになったら、東京営業部の持ち分をメーカーに買い戻してもらおうことを視野に入れているといいます。

しかし、この事業は完全成果報酬型で動く東京営業部にとって、ややリスクの高いビジネスかもしれません。それでも地方企業の支援を使命と考えている同社では、有望な支援先を探しているのです。

会社概要：株式会社東京営業部

代表取締役：福元 雅和

所在地：〒105-0013 東京都港区浜松町1-16-5 芝ビル5F

TEL:03-5472-5532 FAX:03-5472-5588

URL:<http://tokyo-si.com>(<http://www.tokyo-si.com>)

事業活動： ジョイント・ベンチャー型支援(地方企業との共同販売会社設立)

セールス・レップ型支援(地方企業の首都圏営業代行)

セールス・アウトソーシング型支援 営業人材教育・コンサルティング事業

企業紹介

i n t r o d u c t i o n

豊国ヌードル株式会社



大和郡山市にある豊国ヌードル株式会社

生パスタ“ニョッコ”で ブランド確立を目指す

豊国ヌードル株式会社は1971年創業の製麺メーカー。これまでではうどん、そば等の商品をメインに扱っていましたが、近年、日本国内では珍しい生パスタを新商品に投入することで受注環境が活発化しています。最近ではセールスレップを活用して東京を中心とした首都圏の外食産業界にも積極的に営業展開を図るなど、精力的に活躍の場を拡げています。



豊国ヌードル株式会社が提供する新食材“ニョッコ”

何故、生パスタか？

パスタの本場イタリアでは、古くから大切なお客をその家代々の味の自家製手打生パスタでもてなす風習があり

ました。もちろんイタリアでは生パスタを作っている会社が多くあります。しかし現在、日本でよく食べられているパスタは、家庭はもとよりレストラン等でも乾燥パスタが主流となってい



生パスタのペンネ：この他にもリングイネやフェッチャーネなど様々な種類の生パスタを作っている

るのが実情で、これまでの日本国内では生パスタを大量生産する会社もあまりありませんでした。

ところが、豊かな食生活の中、外食産業でもいかに他店との差別化を図るかが重要な要素となっています。最近イタリアレストランや専門店以外でもパスタをメニューに加えている店舗も

多くありますが、ソースだけでは他店との差別化を図れないとあって、手作り感からぬもりを感じさせる生パスタを使用し付加価値をつける、そういった店舗が増えつつあるようです。町を歩けば店の看板に「手作りパスタの店」「生パスタ」等と掲げているこだわりの店が見かけられるようになり、

またテレビ等のメディアでもそういった店が取り上げられることが多くなりました。こういった環境を踏まえて同社は今後、積極的に日本のパスタ料理にもこだわりの『生パスタ』を提案していきたいと考えているのです。

生パスタの特徴

風味

生パスタは乾燥パスタと違い、熱を加えていないので、小麦本来の味が生き、風味豊かな仕上がりになっています。

ソースの絡まり

乾燥パスタは表面がつるつるしているのですが、ソースが絡みにくいのですが、生パスタはモチットした表面に、ソースが良く絡まります。

食感

乾燥パスタの食感は固く歯切れが良いのに対し、生パスタはモチットした弾力と、乾燥パスタの歯切れの良さを併せ持っています。

茹で時間

乾燥パスタと比べ、生パスタは日持ちはしませんが、茹で時間は乾燥パスタの10分前後に比べ、生パスタは1分半から3分半と短時間で気軽に作る事ができます。



ソースもセットにして販売している市販用冷蔵生パスタ

業務用・市販家庭用、両方の生パスタを用意

同社製品、業務用冷凍生パスタ「パリア」は、作りたての生パスタを冷凍することによって、長期保存を可能にしています。また、冷凍状態のまま茹でられ、茹で時間も短いので調理時間の短縮に役立ちます。

同社の生パスタはロングパスタ、ショートパスタやニョッキ等さまざまな種類を用意しており、外食各店のオリ

ジナルメニューを作ることに最適な商品と言えます。



同市販用冷蔵生パスタ「パスティーナ」は業務用冷凍生パスタ「パリア」を一般家庭向きにアレンジした冷蔵生パスタです。「パリア」と同じく、乾燥パスタでは出せない、生パスタならではの食感、風味が特徴となっていま

す。また、ソースがセットになっているので、一般家庭でも気軽にパスタ専門店の味を楽しむことができます。バリエーションも豊富にあり、色々な希望の味に答えることのできるラインナップとなっています。全国のスーパー等で求めることができるほか、同社のHPや電話やFAXからも直接買うことができます。

豊国ヌードル株式会社



工場で作られたばかりの生パスタ



パスタの本場、イタリアから取り寄せた機材

豊国ヌードル株式会社が提供する新食材“ニョッコ”

“ニョッコ”とは豊国ヌードル(株)が登録商標申請中の新商品で、イタリアの伝統食材ニョッキ()を日本人好みの味覚・食感に合わせて、同社が独自に改良・カスタマイズし、ジャガイモの風味豊かで日本人が好むモチツとした食感を実現している商品なので

す。(ニョッキとは...中世の中頃に誕生したニョッキは、小麦の生地を団子状に丸め、フォークの背でスジをつけたショートパスタの元祖的なパスタです。初期の頃の材料はパンと牛乳、卵などでしたが、現在ではポテトと小麦粉で作られています。)

“ニョッコ”を提案する理由・・・

イタリア料理店が飽和状態の中、ロングパスタだけでは差別化が難しい状態です。同社はイタリアンだけでなく、中華・和食・洋食・アジア料理など様々な料理法に利用できる新食材とし

てイタリアの伝統であるニョッキを尊重しながらも、日本人に合う食感に改良したこの“ニョッコ”を提案していき、全ての外食産業に使える新食材に発展させたいと考えているのです。

豊国ヌードル(株)のニョッコの

様々な食べ方

揚げたニョッコに塩を振って、おつまみに
ミネストローネやチャウダー、ポタージュ等スープの具材に
鍋物の具材に
ぜんざい、みつ豆等のデザートに
揚げて中華八宝菜の具材等に

豊国ヌードル(株)沿革

- 1971 ▶ 大阪市西成区千本北2丁目17番8号に個人経営にて創業
- 1979 ▶ 麺類の製造及び卸売業として資本金800万円の株式会社に改組し、豊国ヌードル株式会社に改める
- 1985 ▶ 大阪市西成区南津守3丁目2番32号に本社工場移転
- 1995 ▶ 豊国ヌードル株式会社本社工場を奈良県大和郡山市今国府町129号3番に移転
豊国ヌードル株式会社 資本金を1,000万円に増資
- 2003 ▶ 生パスタ「バリア」販売部門設立
現在に至る

豊国ヌードル(株)はセールスレップを導入しています

豊国ヌードル(株)は当支援センターが主催したマーケティング講習会～セールスレップと行う販路開拓～に参加されました。また、同時に行われた(株)東京営業部・福元代表取締役との面談をきっかけに同社と契約し、同社製品の首都圏外食産業各店をターゲットにした営業活動に(株)東京営業部のセールスレップ事業を活用しています。

会社概要：豊国ヌードル株式会社

本 社
〒639-1031 大和郡山市今国府町129-3
TEL:0743-59-2906
FAX:0743-59-2908
URL: <http://www.toyokuni.jp/>
代表取締役：阿部 博英
事業内容：麺類製造業

経営革新計画承認&当支援センターの小規模企業設備資金制度（貸与）活用企業

企業紹介

i n t r o d u c t i o n

梅乃宿酒造株式会社 日本酒の枠を超え、 新市場開拓

梅乃宿酒造(株)は日本酒の製造・販売を営んでいますが、昨今の経営、日本酒業界を取り巻く環境の変化に対応するため、日本酒をベースとした新たな酒類の開発を進めています。日本酒をベースとした新たな酒類の製造販売を行う同社の計画は奈良県の経営革新計画承認を受けています。

また、同社は当支援センターの小規模企業設備資金制度(貸与)を利用することで設備の拡充も図っています。



新開発の日本酒ベースリキュール：普段日本酒を飲まない層にも受け入れられたことにより新市場の開拓に成功した



梅乃宿酒造株式会社

梅乃宿酒造株式会社



吉田暁取締役社長

梅乃宿酒造(株)は1893年(明治26年)の創業、100年を超える歴史を持つ酒造メーカー。現・吉田暁社長は4代目にあたります。同社が高精白した山田錦中心の酒造好適米に葛城山系の良質の伏流水を仕込み水に用い、南部流の技で醸す味は高い評価を獲得してきました。

しかしながら、昨今は焼酎の消費量が日本酒を上回るなど日本酒業界全体を取り巻く環境が厳しいものになっています。そこで同社は、日本酒の良さを見直してもらうためにも付加価値を加えた今までにはなかった日本酒を作り出し、新市場を開拓して行かなくてはならないと考えています。

この新市場開拓を目標に、同社はここ数年で日本酒ベースのリキュールや発泡日本酒など、これまでの日本酒の範疇を超えた新商品を次々と生み出し、実績も積んできているのです。

同社の日本酒ベースリキュールは茶(商品名:大和ちゃちゃ)、苺(商品名:飛鳥るびー)、梅(商品名:吉野すういーと)、ブルーベリー(商品名:大和高原ベリー)と奈良産の素材にこだわった4種。開発にあたっては奈良県工業技術センターと共同研究を行ったそうです。普段は日本酒を飲まない人々にも受け入れられ、新市場の開拓に成功。売れ行きは好調です。

また、発泡日本酒(商品名:「月うさぎ」と「ファンタジー」)は、ペンションや洋食料理店といった今までにはなかった場所で提供され始め、女性を中心に人気を博しています。同商品はシャンパン感覚の味わいで、日本酒を飲めない人にも飲みやすく、洋風料理を始め様々な料理との相性も良いことが特徴です。

また、日本酒ベースリキュール「飛鳥るびー」を作った後に廃棄される運命にあった苺を利用してジャムを作っ



新分野への挑戦だけでなく、伝統的な商品の製造にもさらなる力を入れる梅乃宿酒造(株)



製麹室: 酒の味や香りを形成する上で欠かせない麹を作る場所。良い麹を作るためには温度と湿度の管理が非常に大切



平成十六年全国新酒鑑評会金賞受賞酒
「大吟醸酒・梅乃宿」



たところ、テレビにも取材され大好評。一度酒につけ込んであるため良い風味が出るのだそうです。

その後も「大和高原ベリージャム」、「吉野すういーとジャム」、「梅酒の梅の実」など酒製造に係る副産物を活かした商品を次々と商品化させています。

このように同社は、奈良県の地元特産品を利用し、お酒をキーワードにした食品やおもしろ商品を今後も創り出して行きたい、と考えているのです。

このように酒造メーカーとしての固定観念を崩し、新しい挑戦を続ける同社。しかしその一方で、「まだまだ新しいものもやって行きたいが、根幹である伝統的な酒造りにもさらに力を入れる。」と、吉田社長は言います。その言葉通りに平成16年全国新酒鑑評会においては大吟醸酒「梅乃宿」が四年連続となる金賞を受賞しています。同社は、新しい日本酒の形を追究するとともに吟醸酒など伝統の高級酒作りにも重点を置いているのです。

伝統プラス現代化を図ることをモットーに新たな個性を生み出しながら、今後も同社の革新は絶え間なく続くことでしょう。

梅乃宿酒造株沿革

- 明治26年 ▶ 吉田商店、創醸
- 昭和25年 ▶ 吉田商店から、梅乃宿酒造株式会社に改める
- 昭和54年 ▶ 自社ブランド中心に移行。鑑評会のために醸していた吟醸酒の本格醸造に着手
- 昭和59年 ▶ 現社長・吉田暁就任
- 昭和62年 ▶ 全自動精米機設置
- 平成元年 ▶ 山廃仕込みの復活
- 平成10年 ▶ 蔵開きの開催
- 平成13年 ▶ リキュール免許取得 梅酒の販売開始
- 平成14年 ▶ 焼酎免許取得 焼酎の販売開始
- 平成15年 ▶ 日本酒ベースリキュール販売開始
- 平成16年 ▶ 清酒1600石醸造中

梅乃宿酒造株全国新酒鑑評会受賞歴

- 昭和60年
- 平成元年
- 平成9年
- 平成13年
- 平成14年
- 平成15年
- 平成16年



酒の種類に合わせて様々な精米歩合が設定できる全自動精米機



貯蔵タンク：新酒を熟成させることで味がまろやかになる



製品の瓶詰め風景

会社概要：梅乃宿酒造株式会社

本 社：

〒639-2102 奈良県葛城市東室27

TEL:0745-69-2121

FAX:0745-69-2122

URL: <http://www.umenoyado.com/>

代表取締役：吉田 暁

事業内容：日本酒（清酒）の製造・販売

梅乃宿酒造株の当支援センター小規模企業設備資金制度(貸与)

<本制度による導入設備>

発泡日本酒を熱処理して出荷するための瓶かん器(付属機器を含む)

<導入による効果>

製品加工時間の短縮ができる。

製品瓶詰め後の熱処理工程の能力が2倍になった。

(4500本/日 9000本/日)

活用
状況

企業紹介

i n t r o d u c t i o n

「起業なら奈良!ビジネスプラン」で A評価を獲得

有限会社こだわりらんど

農作物の宅配会社「(有)こだわりらんど」を起業した小山紘司氏(同社取締役)は当支援センターが、起業家支援を目的に開設している「やまとベンチャースクール」の元受講生。2002年から2004年まで58人が受講し、

11人が実際に起業しましたが、その中の一人が小山氏です。また、小山氏は当支援センターが主催する「起業なら奈良!ビジネスプラン」(事業可能性評価委員会)に自社のプランを申請し、最高評価のAランクを獲得しています。



取締役小山紘司氏：可能な限り商品はライトバンで当日中に顧客へ届ける

「キトサン」使った安全な農作物届けます！

小山氏は、大学卒業後、歯車の製作や掘削機械のメンテナンス会社などを経て、2001年から健康食品の販売会社に勤務。「キトサン()」と呼ばれる解毒作用のある健康食品を扱っていました。(キトサンとは、カニ殻からタンパク質とカルシウムを除いて残ったキチン質を精製したものです。人体の免疫力を高め、解毒・排毒作用があり、健康食品として市販されています。)

「農薬を使わずに作物にも人間にもなくてはならないキトサンを使っただけの栽培を何とか奈良でもできないか」と

考えていた小山氏は桜井市の青果市場の役員をされていた迫氏(故人)と出会い、意気投合したことで市場に入りする農家相手にキトサンの勉強会を開始しました。すると、農家の反応は上々で、90人ほども集まったことがあったといいます。

これからは必ず、無農薬、減農薬野菜の時代が来ると確信した小山氏は2003年5月に健康食品会社を退社。キトサンを使った野菜の販売事業を行うことを決意しました。顧客を一人一人獲得しようとライトバンでの商品の宅配も決めました。



キトサン栽培によるかご入り野菜

同年7月には、事業計画を具体的にまとめるため、「やまとベンチャースクール~創業支援塾~」を受講。「講義修了後も講師等のアドバイスを受けたり、受講生同士の情報交換、出会いも役立った」と小山氏は話されています。

起業してから1年余、現在提携している農家は桜井市や榛原町を中心に80軒。顧客は一般家庭を中心に約200人ほど。小山氏は「昔、食べた野菜の味がすると言ってもらえるのが嬉しい」と語っています。

支援センターの具体的な支援

小山紘司氏は起業するにあたり、当支援センターが主催する「やまとベンチャースクール~創業支援塾~」及びビジネスプランをブラッシュアップする「あなたの夢実現!創業支援ゼミ」を受講し、起業するための基礎知識等を学び、実際に起業する段階でもその知識を活かしています。

また、同社は同じく当支援センターが主催する「起業なら奈良!ビジネスプラン」事業可能性評価委員会)に自社のビジネスプランを申請し、最高のAランク評価を受けています。この評価を得たこと

で同社は当支援センター主催の「起業家マッチングプラザ」へ参加する資格も得ました。同社はその場を活かし、企業としてのネットワークを上げたり、当支援センター所属の総合相談ブレンより経営指導を受けて事業に新たな要素を取り入れています。

さらに、当支援センターの経営技術診断助言事業による専門家派遣制度を利用し、業務運営体制や効率的な広報手段の強化を図るなど、当支援センター支援制度を活用しています。

(有)こだわりらんど:小山専務の声

(財)奈良県中小企業支援センターの「やまとベンチャースクール」や「起業家マッチングプラザ」へ参加させていただいたことで、人的つながりを拡げることができました。今では、このことが最も大きい私どもの強みとなっています。さらに、同支

援センターの総合相談ブレンの方々にも様々な形でご助力いただいたり、登録専門家派遣事業を利用することで事業計画作成や業務運営体制整備、広報活動に至るまで細かく指導していただいたことが非常に役立ちました。



同社が扱う商品は県内の農家がキトサンを使って作った農産物が中心。味も良く、栄養価も高い

会社概要: 有限会社こだわりらんど

本社: 〒635-0822
 奈良県北葛城郡広陵町平尾 634-2
 TEL: 0745-54-1350
 FAX: 0745-54-1351
 URL: <http://www.kodawari-l.com>
 代表取締役: 小山 真弓
 事業内容: 有機農作物小売業

情報セキュリティは 経営問題

全世界的なインターネットの急速な普及は、利便性の向上と同時にコンピュータウィルスの感染や情報漏洩などの危険性をも高まらせています。今や情報セキュリティ対策は、中小企業にとっても、顧客情報や自社情報を守るために欠かすことのできないものとなっているのです。

情

報セキュリティ、特にインターネットを利用したシステムの情報セキュリティでは、社内だけでなく、外部からの不正アクセス等も発生しており、米国等の調査では内部より外部犯行の割合が大きくなっており、外部犯行には国内外の競合企業等からの不正行為も増えています。

人

人的面を考える場合、ウィルス・ワーム等の有害プログラムでは、情報システムの管理・運営を行う者だけでなく、情報システムの利用者一人一人が情報セキュリティ意識を持たないと被害を防止できないことが多くなってきています。これは情報セキュリティの人的面の特徴でもあり、利用者全員に対して情報セキュリティの啓発を行うことが大切になっているのです。

従

来、日本国内では情報セキュリティの重要性の認識はあまり高くありませんでした。これについては、かつての日本企業

は終身雇用であったため、従業員の企業への忠誠心が高く、不正を働く者がほとんどいなかったからである、とも言われてきました。

し

かし、90年以降、バブル経済の崩壊とともに終身雇用制も崩れ、企業ではリストラの嵐が吹き荒れ、従業員の忠誠心も危うい状況になってきてしまいました。また、従業員の削減によって、組織における内部統制機能が更に希薄になってきています。このような状況で目の前においしいものが置いてあった場合、どれだけの人がそれを食べずに我慢できるでしょうか。人間の弱さを、情報セキュリティに絡めて考える必要もあるのではないのでしょうか。

ま

た、「情報セキュリティ対策は、社内コンピュータレベルにおける情報処理や情報資産取り扱いの延長線上での対応で十分である」との認識から生じたと思われる事件・事故も多発しています。

例

えば、最近マスコミにも数多く報告されている個人情報漏洩事件は、内外部からの不正アクセスの問題であると言うより、はるかに単純な設定ミスやシステム構築段階での知識不足等、ずさんな管理体制に起因するものが多いようです。米国の例では、ずさんな管理体制の個人情報漏洩事件に対して、多額の支払いを余儀なくされています。また、国内の自治体では住民基本台帳データの漏洩に対する損害賠償請求で、管理体制不備等により、最高裁で自治体敗訴の判決が下されている例もあります。

今

後、国内の企業でも、個人情報の漏洩に対し同様な判断が下される可能性は強く、情報セキュリティが、中小企業にとっても経営上の問題になることは明らかでしょう。中小企業の情報セキュリティを確保する場合には必要な要素には、トップ自らが重要経営事項ととらえ、対策を行うことが欠かせないのです。

当支援センターは、中小企業における情報セキュリティ対策を積極的に支援します。2月24日(木)に春日野荘(奈良市法蓮町)におきまして中小企業における情報セキュリティ対策セミナー「狙われています！あなたの企業データ～企業の情報資産を漏洩から守るために～」を右記テーマで開催いたしました。

中小企業における情報セキュリティ対策事業についてのお問い合わせ

〒630-8031 奈良市柏木町129-1
 なら産業活性化プラザ3F
 (財)奈良県中小企業支援センター
 経営支援グループ
 TEL: 0742-36-8312
 FAX: 0742-36-4003
 URL: <http://www.nashien.or.jp>

情報セキュリティ対策セミナー講演テーマ等

基調講演

「企業におけるデータ流出・ウイルスの現状」
 帝塚山大学教授 高瀬宜士氏

基調講演

「データ漏洩犯罪の現状」
 奈良県警察本部 生活安全部 警視 高橋正樹氏

基調講演

「情報セキュリティ対策とは」
 京都大学大学院 工学研究科 助教授 上原哲太郎氏

パネルディスカッション

「情報セキュリティ対策を具体化するために」
 コーディネータ:

大阪成蹊大学 現代経営情報学部 教授 工藤英男氏

パネリスト:

高瀬教授、高橋警視、上原助教授

瀧村裕一氏(NPO法人なら情報セキュリティ総合研究所理事長)

山地真嗣氏(NPO法人情報セキュリティ研究所(和歌山))

受・発・注

情報

NEWS

NEWS
 受注
 ニュース

次の受注希望があります。紹介を希望される企業は、当支援センターまでお申し出ください。

| 登録 | 地域 | 加工内容 | 従業員数 | 主要設備 |
|--------|-------|-----------------------------------|------|-----------------------------------|
| J-0754 | 橿原市 | 平面研磨・万能研磨 超硬研磨・放電加工 ロー付加工等 | 7 | 円筒、平面、工具、芯なし研削盤、 放電加工機、フライス盤、他 |
| J-0079 | 大和郡山市 | 電気機器等組立 (クリーンルーム等を 必要とする組立) | 33 | コンペアー、クリーンルーム、 クリーンブース、防塵室 他 |

紙面の都合で掲載できませんが、上記以外にも受注の申込(繊維・機械金属・軽作業・組立)がありますので、発注のご計画(外注していただく)があれば、お知らせください。
 支援センターの下請(外注)取引あっせんを経由した取引は、企業それぞれの責任で行ってください。

このニュースは、受・発注アンケート等を参考に
 して作成したものです。
 下請(外注)取引あっせんの結果については、必ず
 支援センター・経営支援グループへ報告くださ
 るようお願いいたします。

(財)奈良県中小企業支援センター
 経営支援グループ
 TEL:0742-36-8312 FAX:0742-36-4003

メールマガジン「産研学わいわいがやがや」、登録募集中!

(財)奈良県中小企業支援センターでは、産・研・学の連携による産業創出を目指して、交流情報や支援情報等のタイムリーな情報をお届けするために、メールマガジン「産研学わいわいがやがや」の配信サービスを

開始しております。是非、ご登録下さい。
登録は下記HPから出来ます。
また、FAX、電話(0742-36-8312)からも登録を受け付けております。



是非、アクセスしてください。
<http://www.nashien.or.jp>

また、FAX、メール(keiei@nashien.or.jp)、
電話(0742-36-8312)からも登録を受け付けております。

創業・経営革新をめざすあなたの

「元気」

を応援します。

(財)奈良県中小企業支援センター相談窓口事業

「情報(IT)化相談の日」

自社ホームページの作成活用、電子商取引等ITに対する企業の意識が一段と高くなっています。是非、本相談窓口をご利用下さい。

実施日 毎週月曜日
時間 午前9時から午後5時まで
場所 なら産業活性化プラザ1F東
奈良県中小企業支援センター総合相談窓口

「産研学 共同 相談の日」

企業は生き残りをかけて技術開発、新商品開発を行なっています。企業独自でできない部分もあり、産業界・研究機関・大学等との連携が一段と、重要になってくるでしょう。専門家による本相談窓口を是非、ご利用下さい。

実施日 毎週金曜日
時間 午前9時から午後5時まで
場所 なら産業活性化プラザ1F東
奈良県中小企業支援センター総合相談窓口

問い合わせ先 (財)奈良県中小企業支援センター
〒630-8031 奈良市柏木町129-1 なら産業活性化プラザ3F

経営支援グループ
TEL:0742-36-8312 FAX:0742-36-4003

情報発見

中小企業の創造・新事業への挑戦

2005. 3 vol.18

編集・発行(財)奈良県中小企業支援センター

〒630-8031 奈良市柏木町129-1

なら産業活性化プラザ3F

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

総務調整グループ

TEL:(0742)36-8310 FAX:(0742)36-4010

金融支援グループ

TEL:(0742)36-8311 FAX:(0742)36-4010

経営支援グループ(総合相談室は1F)

TEL:(0742)36-8312 FAX:(0742)36-4003

産業技術グループ

TEL:(0742)36-8313 FAX:(0742)36-4003

印刷:実業印刷株

