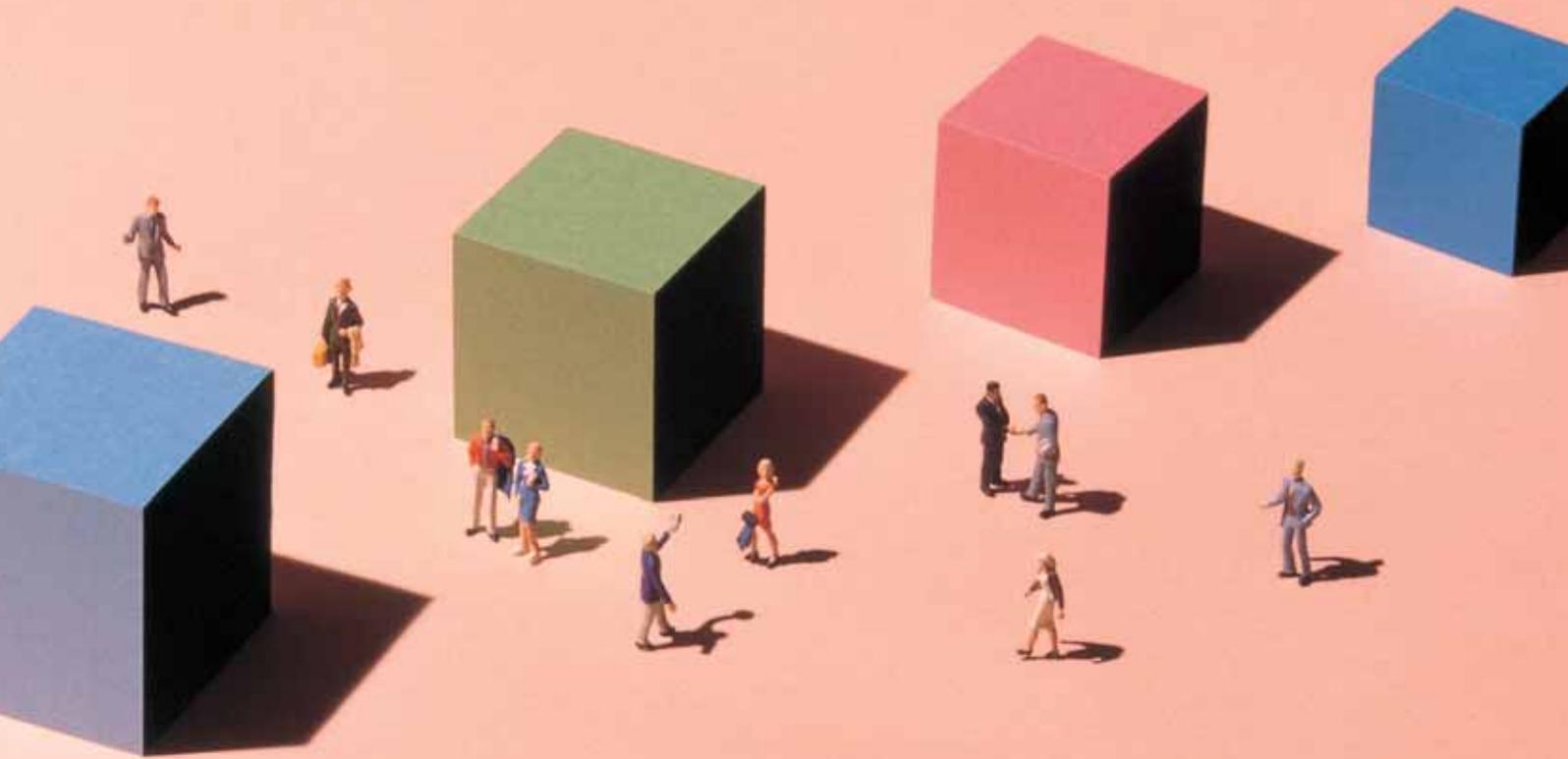


産業情報いわて

(財)いわて産業振興センター情報誌【月刊】平成16年5月10日発行

MAY 5
2004
VOL.26



【特集】

県内主要発注企業外注ニーズ調査結果 [P2]

**「半導体」「一般機器」が多忙で、
今期も多忙を予測**

貸与・貸付制度案内 [P5]

起業しました！起業家大学修了生を訪ねて [P6]

**デジタル技術を駆使し、
世界市場を動かす製品を開発**

経営革新講座 実務シリーズ 1 [P8]

経営革新のすすめ

経営相談コーナー [P10]

工業技術センターだより [P11]

研修案内 / 賛助会員募集 [P12]

【特集】県内主要発注企業外注ニーズ調査結果

「半導体」「一般機器」が多忙で、今期も多忙を予測

当センター(取引支援課)は、次のとおり「外注ニーズ調査」を実施しました。受注活動の参考にしていただくため、以下に調査結果の概要をお知らせします。これによると、前年度に比べ「半導体」「一般機器」を中心に多忙となっており、外注金額全体も増加しています。

なお、後半に記載の「発注案件」の詳しい内容をお知りになりたい場合は、当課にお問い合わせください。

調査について	目的	県内主要発注企業の外注状況及び下請企業に対する技術・加工等のニーズを把握し、下請取引紹介あつせんの円滑化に資すること。
	対象企業	県内所在の発注を主とする登録企業 117社
	調査方法	調査対象企業を訪問してのヒアリング調査
	調査時点	平成16年2月

生産状況

(1) 現況

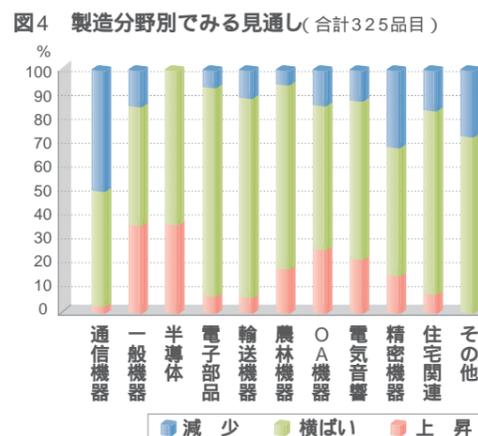
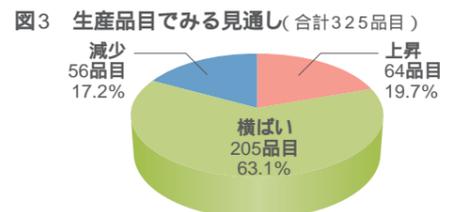
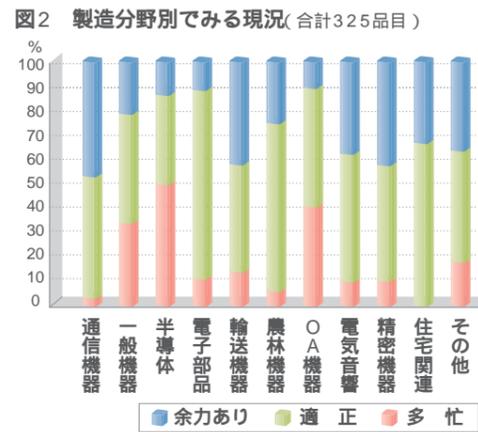
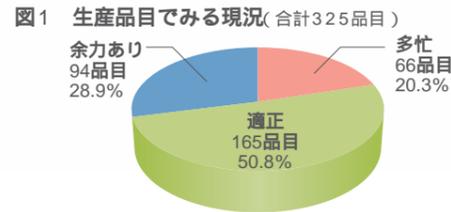
回答企業数117社の生産状況を生産品目総数325品目についてみると「多忙」とする品目が66品目で20.3%(前年度31品目8.8%)、「適正」が165品目で50.8%(同165品目で47.0%)、「余力あり」が94品目で28.9%(同155品目44.2%)である。前年度と比べ「多忙」が11.5%増加し、「余力あり」が13.3%減少しており、全体としては上向いている。(図1)

これを製造分野別に割合をみると、「多忙」は半導体の50.0%(同0.0%)で最も高く、次いでOA機器が40.7%(前年度41.7%)である。「適正」は電子部品が77.8%(同71.4%)、農林機器が68.8%(同29.4%)、住宅関連が66.7%(同66.7%)である。「余力あり」は、通信機器が47.1%(同62.5%)で最も高く、次いで精密機器が42.1%(同56.5%)、輸送機器が41.9%(同50.0%)であり、半導体の多忙が顕著である。(図2)

(2) 見通し

今後の見通しを生産品目総数325品目についてみると、「上昇」が64品目19.7%(前年度43品目12.3%)、「横ばい」が205品目63.1%(同206品目58.7%)、「減少」が56品目17.2%(同102品目29.1%)である。前年度と比較して「上昇」が21品目で7.4%上昇、「横ばい」が1品目減少で4.4%上昇、「減少」が46品目で11.9%減少であり、ここでも全体としては上向いている。(図3)

これを製造分野別でみると、「上昇」は一般機器が36.5%(同20.6%)で最も高く、次いで半導体が36.4%(同20.0%)、OA機器が25.9%(同19.4%)である。「横ばい」は電子部品の85.2%(同71.4%)が最も高く、次いで輸送機器の81.4%(同70.0%)である。「減少」は通信機器が50.0%(同55.0%)で最も高く、次いで精密機器の31.6%(同34.8%)である。(図4)



外注状況

(1) 外注企業数

回答企業117社が外注している企業の数(延べ)は3,289社あり、これを県内外別で見ると、「県内」が38.9%(前年度40.2%)、「県外」が61.1%(同59.8%)であり、これまでどおり「県外」が20%ほど高い。(図5)

これを製造分野別にみると、企業数の多い順に、一般機器が749社(うち県内283社/37.8%)、輸送機器415社(うち県内147社/35.4%)、通信機器390社(うち県内125社/32.1%)、電気音響333社(うち県内187社/56.2%)、電子部品326社(うち県内125社/38.3%)となっている。(図6)

(2) 外注金額

回答企業117社の1年間での外注総額は、3,198億8,548万円(前年度は114社で1,507億839万円)である。

これを県内外別に見ると、「県内」694億3,065万円21.7%(同601億9,121万円39.9%)、「県外」は2,504億5,483万円78.3%(前年度905億1,718万円60.1%)であり、前年度に比べ「県内」は、割合が大きく減少している。(図7)

(* 前年度と比較して外注総額及び県外外注金額が大きく増加した理由は、発注企業の1社が材料を無償支給から有償支給に切り替えたためである。)

これを製造分野別にみると、「県内」が高い製造分野は、半導体の89.3%(同91.9%)、農林機器76.5%(同59.8%)、住宅関連56.8%(同56.3%)である。「県外」が高い製造分野は、輸送機器の91.1%(同72.8%)、一般機器が89.1%(同87.9%)、OA機器の85.5%(同84.9%)である。(図8)

外注している加工内容

回答企業117社が外注している加工内容をみると、「メッキ」が80社71.8%と最も高く、次いで「旋盤切削」の65社53.8%、「樹脂200t未満」61社52.1%である。(図9)

これを県内外別で見ると、県内は「製缶・鉄骨」が66.7%で最も高く、次いで「平面研削」の65.0%、「アルミ鋳造」が64.3%である。県外は「冷間鍛造」が100.0%、次いで「ステンレス鋳造」「ゴムライニング」「粉末冶金」がいずれも83.3%である。(図10)

図5 県内外別外注企業数(合計3,289社)



図6 製造分野別外注企業数/県内外別状況(合計3,289社)

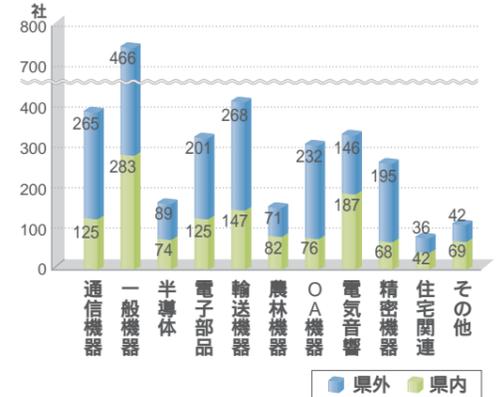


図7 県内外別外注金額(合計3,199億円)

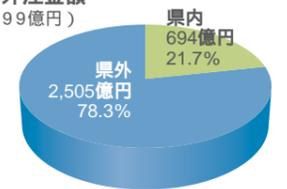


図8 製造分野別外注金額の割合(合計3,199億円)

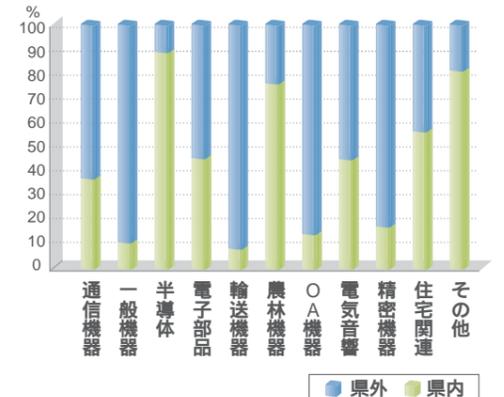


図9 加工内容別外注割合

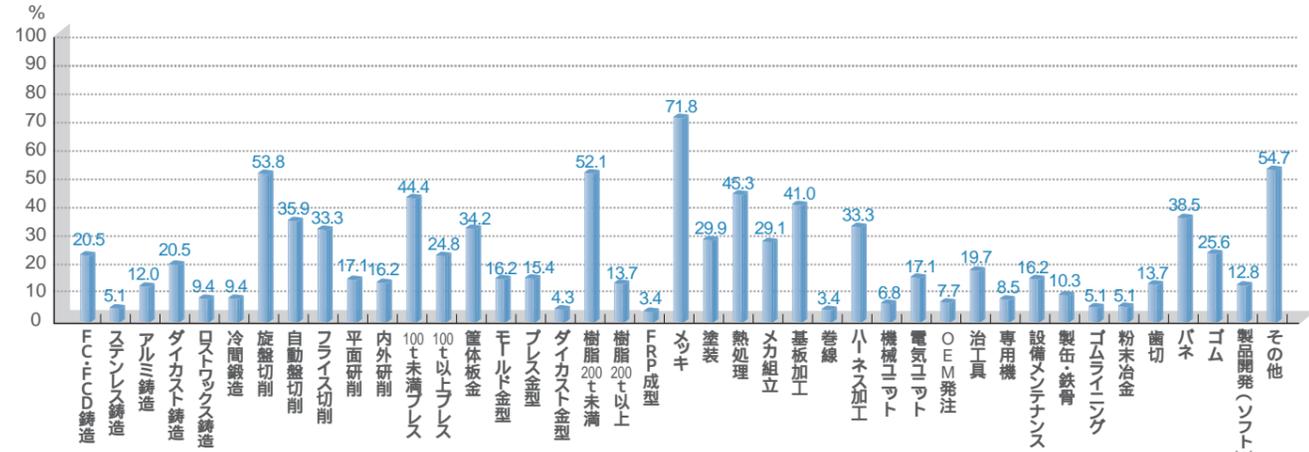
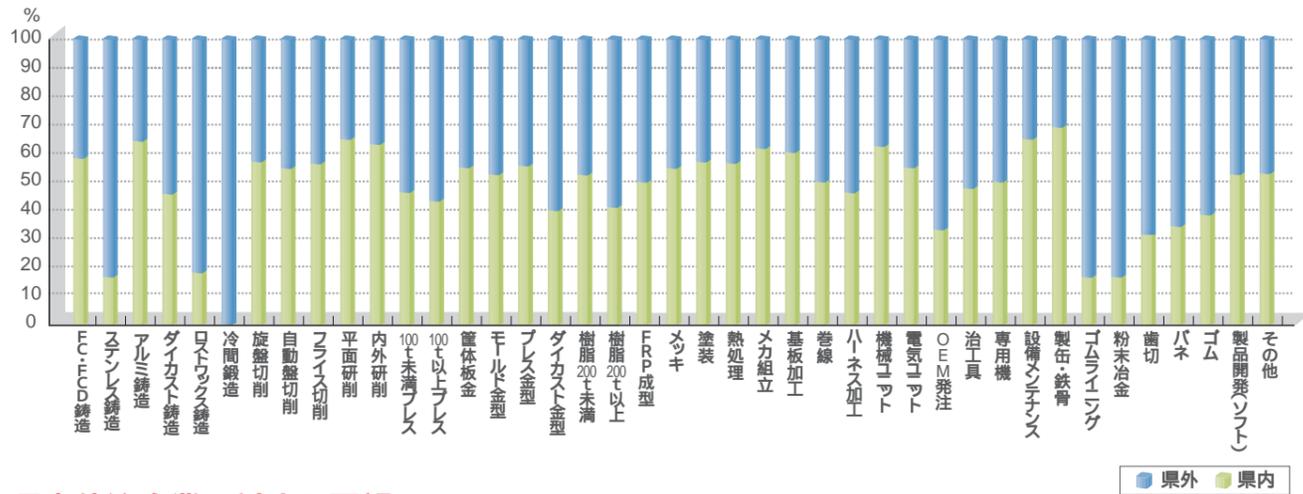


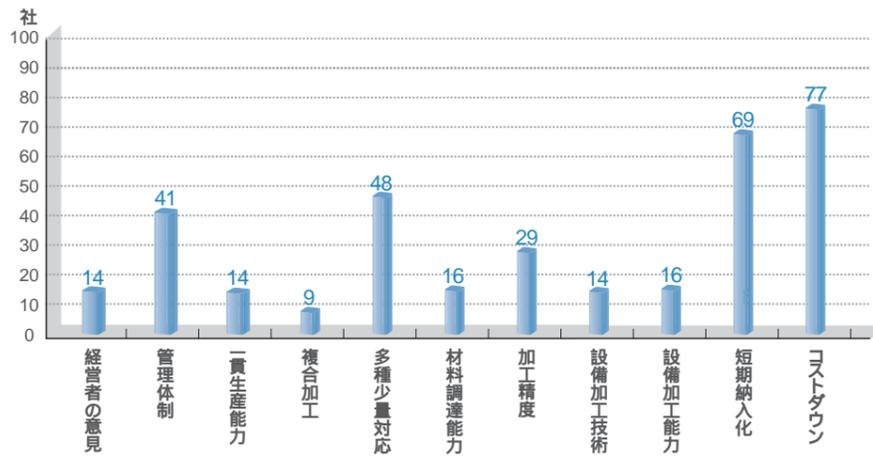
図10 加工内容別県内外企業割合



県内外注企業に対する要望

県内発注企業の県内受注企業に対する要望は、「コストダウンへの対応力」が77社(65.8%)、「短納期化への対応力」が69社(59.0%)、「多種少量生産への対応力」48社(41.0%)が上位3項目であり、以下「管理体制のレベル」41社(35.0%)、「加工精度」29社(24.8%)となっている。(図11)

図11 外注企業に対する要望(複数回答)



発注案件

対象企業に対し発注案件について質問したところ、「現在、県内企業に発注することが可能な案件」、「今後新たに生じる発注案件」に分けて次のとおりとなっている。

(1) 現在、県内企業に発注することが可能な案件

- ・ 製缶・鉄骨
- ・ 板金加工
- ・ 試作板金加工
- ・ 板金塗装、鋳造品の機械加工、内外径研削加工
- ・ タレパン、レーザー加工
- ・ プレス加工(400t以上)
- ・ 砲金鋳物
- ・ 鋳物製品のバリ取り
- ・ 精密機械加工
- ・ 超精密機械加工
- ・ 大型の機械加工(3社)
- ・ 切削、研削、表面処理他
- ・ 切削・研削・ワイヤー放電加工(一貫対応)
- ・ 鋳造品のマシニング加工、内外径研削加工

・ マシニング、ジグ研削加工

- ・ フライス、マシニング、研削、板金加工
- ・ 穴あけ、平面研削、レーザー加工
- ・ パフ研磨・ダイカスト
- ・ 熱処理、ブロー成形
- ・ 大型プレス金型
- ・ 治工具(ミクロン台の精度が必要)
- ・ 部品加工～完成品組立(2社)
- ・ 完成品組立(材料自己調達～完成品まで低コストで一貫生産対応)
- ・ ハネスの加工(材料100%自己調達)
- ・ 編立(原糸を編地、テキスタイルに変える)
- ・ セラミックのパターン印刷

(2) 今後、新たに生じる発注案件

- ・ 板金、プレス加工
- ・ 板金(溶接込み)
- ・ プレス、抵抗溶接、めっき
- ・ スポット溶接、アーク溶接
- ・ 切削、ゴム成形、めっき、ハネス加工
- ・ 大型の機械粗加工
- ・ 治工具
- ・ 樹脂成形
- ・ プラスチック成形、アルミダイカスト、印刷
- ・ ゴム加工全般
- ・ 特殊加工(プリント、刺繍)

設備貸与制度

100万円～6,000万円まで
貸付OK!

長期 最長7年返済

低利 年利2.3%

無担保 保証協会の保証も不要



利用者に代わって機械設備を当センターが購入し、長期・低利で貸与する制度です。中小企業であればどなたでもご利用できます。(一部対象外業種・設備あり)

連帯保証人

法人の場合 2名以上
個人の場合 1名以上
(申込額2,000万円以下の場合)

以下の条件のいずれかを満たす企業は最長10年、1億円まで貸与できます。

- 中小企業創造活動促進法の認定企業
- 中小企業経営革新支援法の承認企業
- ISO9000 / ISO14000の認証取得企業
- 加工高に対する県内企業への外注比率が10%以上の企業
- 県内企業5社以上へ下請発注している企業
- 県内企業への下請発注額が年間1,000万円以上の企業
- 申請する設備を設置することで ~ に該当する企業でも可

リースもあります

リース期間
原則として5年(利率1.860%)か7年(利率1.382%)となります。
対象企業
従業員20名以下(小売・卸・サービス業は5名以下)の中小企業。
20名を超え50名以下の企業も利用できますが、条件がありますのでお問い合わせください。

設備資金貸付制度

設備代金の1/2までを
無利子で貸し付け

融資可能額!
50万～4,000万円

最長7年返済!



16年度中に契約・納品される新品設備が対象
既に納品済みの設備でも、代金のうち貸付希望額相当の金額が未払いであれば貸付可能
ただし、16年4月以降に納品されたものに限ります。
対象企業 従業員20名以下の企業
(小売・卸・サービス業は5名以下)
従業員20名を超え50名以下の企業向けの枠もありますが、条件がありますのでお問い合わせ下さい。

対象業種 不問(一部対象外あり)
対象設備 資産に計上できる新品の機械設備
(不動産、中古機械は不可)

連帯保証人・担保

- ・ 2名以上必要
- ・ 申込額が2,000万円を超える(建設業等は1,000万円を超える)場合、不動産担保が必要

お問い合わせ先 取引支援課 TEL 019-621-5385 FAX 019-624-5480
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/torihiki/> E-mail sitauke@joho-iwate.or.jp

お申込み・お問い合わせ先 金融課 TEL 019-621-5381～3(直通) FAX 019-621-5480
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/setsubi/> E-mail setsubi@joho-iwate.or.jp



デジタル技術を駆使し、世界市場を動かす製品を開発

盛岡に本社を置く「デジタル・カルチャー・テクノロジー 『デカルト』」は、高度なIT技術を縦横無尽に活用し、今までになかったソフトウェア開発を手掛けている注目企業である。社長の藤原隆司さんは起業家大学の一期生。今回は日々挑戦を続ける藤原社長に、商品開発の秘けつやアントレプレナーの心構えを語ってもらった。

インターネット黎明期に起業を決意

日本において、インターネットが民間レベルにまで浸透しはじめたのは90年代初頭。その数年後には商用プロバイダも登場し、接続サービスが始まっている。とはいえ当時のインターネットはまだ一部の人のものであり、一般市民の認知度はそれほど高くはなかった。

藤原隆司さんの会社「デジタル・カルチャー・テクノロジー DICULT(デカルト)」は、96年、まさにそんなインターネット黎明期のまっただなかに誕生したITベンチャー企業である。

起業をするまで、藤原さんは市内のコンピュータ会社でシステム設計からプロジェクトマネジメントまでを担当していた。その仕事のなかで「インターネットを普及させることは、今の時代のビジネスチャンスではないか」との考えが膨らんでいったと話す。かくしてIT業界の最前線で培ったスキルとアイデアを武器に起業を決意した藤原さんは、ビジネスの知識を得る方法として各種セミナーに参加しようと思いつく。その情報収集のなかで当センターが初めて「起業家大学」を開講するというニュースも知ったという。成長のさざしを見せ始めていたインターネット、そして起業を支援する大学開講のニュース。時流を敏感にとらえ、藤原さんの起業家としての第一歩は始まったといえるだろう。

デカルトの哲学を企業理念に据えて

高度なスキルに加え、すでに自身の



「ソフト開発は、形は見えないけれど製造業と同じ」と社長の藤原隆司さん。コミュニケーションを大事にするのも客のニーズをダイレクトに掴むためだ。

会社へのビジョンも持っていた藤原さんだが、起業家大学で学んだ「アントレプレナー(起業家精神)」は、今も記憶に残っているという。

社会の変化をチャンスととらえ、その中で自分の夢を実現するために新たな事業を興していくという姿勢は、起業家にとってなにより大切なもの。そういった精神面での発見を得て、藤原さんは大学修了と同時に独立、会社を立ち上げた。社名の「デカルト」は、フランスの高名な哲学者の名前である。

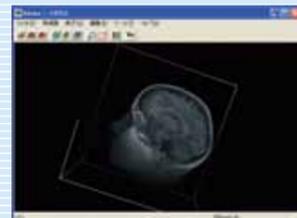
「デカルトは、その哲学論により近代文明の夜明けを作ったといわれる人。私も彼にならい、これからの時代のビジネ

ス文化とビジネスモデルを創造する企業を作ろうとの願いをこめています。」

目指すものは、新たな社会文化、企業文化、地域文化、経済文化を創造していく21世紀型価値創造企業「デカルト」の会社案内に綴られている藤原さんの言葉に、アントレプレナーとしての決意を感じとることができる。

モノづくりはまずニーズありき

創業当初はウェブ制作を主な業務としていた「デカルト」だが、現在のソフト開発へと事業転換するきっかけとなったのは、4年ほど前に自治体からの要



- 「e-Libraryシリーズ」@マイページ「シリウス」はじめ、メール配信システム「D-mailer2001」、チケット予約管理システム「D-Ticket2001」、街頭情報端末「ネットキオスク」...多くの知的ソフトがこの空間から生まれている。
- 社員は現在13人。「地元の企業として、地域の受け皿にもなっていきたい」と話す藤原さんは雇用にも意欲を燃やす。今年は2名の新卒者を採用している。
- 研究機関と大学とのコラボレーションで、今年4月登場したばかりの「シリウス」は、高度な技術に使いやすいユーザーインターフェースを備えた画期的な製品。これをベースにさらに進化させた医療用ソフトとしての開発も行う予定だ。
- 「DICULTON」は、企業におけるeビジネス戦略をサポートするITビジネスソリューションパッケージ。情報技術を効果的に導入するための最適なハード・ソフトウェアの選定からサポートまでを一貫して行う。
- WEB版図書蔵書管理システム「e-Libraryシリーズ」は、小学校・中学校向けの「ほんたくん」、高校・大学向けの「ピタゴラス」、企業・一般図書館向けの「パスコ・ダ・ガマ」など目的別のソフトが揃う。

望にこたえて開発したウェブ上の仮想図書館だ。ネットで借りたい本を検索し、メールにより予約を入れたのち指定の学校図書室などで受け取るというこのシステムは、現在はさらに進化したソフト群「e-Library シリーズ」として県内外で使用されている。

これ以後も「デカルト」では多彩なソフトを世に送り出しているが、特に注目はウェブ上で情報発信側と受け手の双方向コミュニケーションを可能にしたシステム「@マイページ」と、CTやMRIなどの2次元人体断面画像を3次元画像に変換できるシステム「シリウス」の2つ。前者は自治体において住民参加型の総合ポータルサイトを実現するものとして、後者はウィンドウズPC上で動作する世界初の製品として医療現場で期待されている。

「モノづくりはまずニーズありき。そのために色々な人に会って話を聞くことは欠かせない」と、藤原さんは商品開発の秘けつを話す。「e-Library シリーズ」しかし、実は「シリウス」も行政機関や大学関係者との交流が共同開発へと結びついて誕生した製品なのだ。そんな

同社のパートナー企業も、東北はもとより関東圏へも広がっている。「会社って眉間に皺寄せて一人でやるものじゃない。「一緒にやっぺいこう」という気持ちこそが大事であり、コラボレーションの重要性をいつも感じています。」

アントレプレナーとして模範になる会社を

起業から8年。一見、藤原さんの道のりは順調そのものだが「数々のトライ&エラーを繰り返してきた」と振り返る。「夢を持つことは大事ですが、それが現実にビジネスとして成立するかきちんとリサーチし、かつリスクを知らないこの厳しい時代には生き残れない。生半かな気持ちじゃ起業はできないと思います。」

経営者として経験した数々の苦勞。しかし「それが結果的には人間的な成長につながった」とも藤原さんは言う。支えているのは、アントレプレナーとしての使命感と夢である。「中小企業には、大企業にはない『技術』といふ財産があります。うちでは『シリウス』

という商品を開発しましたが、これからも岩手から世界の市場を動かすニッチ製品を出していきたい。そういう中小企業が数多く登場することが、地域の活性化にもつながると信じています。」

数々の投資ファンドの登場や研究機関・大学との連携など、今は事業を取り巻く環境もよくなってきているという。「起業家大学一期生として模範になるような会社にしたい」と語る藤原さんの挑戦は、これからも続く。



会社名 株式会社デジタル・カルチャー・テクノロジー「デカルト」
 住所 盛岡市中央通3-17-7 KANNO第2ビル
 TEL 019-606-1070
 FAX 019-621-7339
 代表 藤原隆司
 業種 ITソリューション・アプリケーション開発・ネットワークシステム構築

お問い合わせ先 新事業支援課 TEL 019-621-5070 FAX 019-621-5481
 URL <http://www.joho-iwate.or.jp/info/sogyo> E-mail joho@joho-iwate.or.jp

経営革新のすすめ

経営革新が頻繁に取り上げられる昨今ですが、その一方で「経営革新計画の立て方がわからない!進め方がわからない!」とする企業が多いようです。本シリーズでは、確実な成果を得るための経営革新計画の立て方と進め方のポイントを6回にわたり解説します。

この経営革新講座では、前回まで6回シリーズで企業風土の変革に向けた取り組みを中心に、中小企業診断士の吉田史朗氏(S&Gビジネスディレクション(株)代表取締役社長)に執筆していただきました。今回から新たに実務シリーズとして、

バランススコアカードなど新しい手法を中心にご紹介し皆様の経営革新計画作成をお手伝いします。執筆者は、秋田県に事務所を置き、本県や宮城県でもコンサルタントとして活躍している中小企業診断士の佐藤善友氏です。



経営革新とは

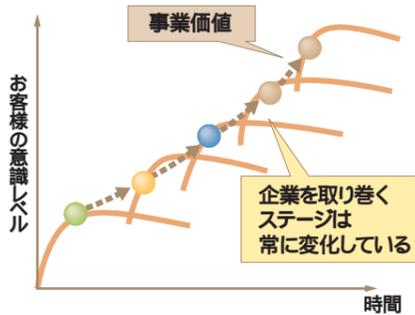
本シリーズでは、経営革新を「社会の変化やお客様の意識の変化に対応するために、自社の事業価値を絶えず見直しながら、自社の古い殻を破りその価値を提供するための柔軟な企業づくり」と捉えています。

平成11年に施行された「中小企業経営革新支援法」の定義が先広く捉えていますので、同法の経営革新計画の申請を検討している企業の皆様にも必ず参考になると思います。

事業価値の追求と経営革新

ここで言う「事業価値」とは「お客様に提供する他社にない価値(顧客満足)」を指します。貴社へのお客様の要求は常に変化しています。それは、社会の構造が変わりそれにつれてお

経営革新とは



お客様の価値感が変化するからです。

少子高齢化、人口減少、大型店の出店、IT化の進展、中国の台頭、国際化の進展、環境問題など、今、社会の構造がダイナミックに変化しており、それに従ってお客様の意識も大きく変わってきています。社会構造が変化すると、お客様の意識は階段を上り下りするように大きく変化します。我々がビジネスを営む場(ステージ)が不連続に変化しているのです。ですから、我々は常に変化するステージを意識して、そのステージにおける自社の事業価値を明確にした経営を進めなければなりません。

事業価値がより多くのお客様に、しかも、強く求められれば貴社のビジネスは成功する確率が高いし、低ければ成功はおぼつかなくなってしまいます。企業経営とは、自社の事業価値をより効果的に提供していく行動です。

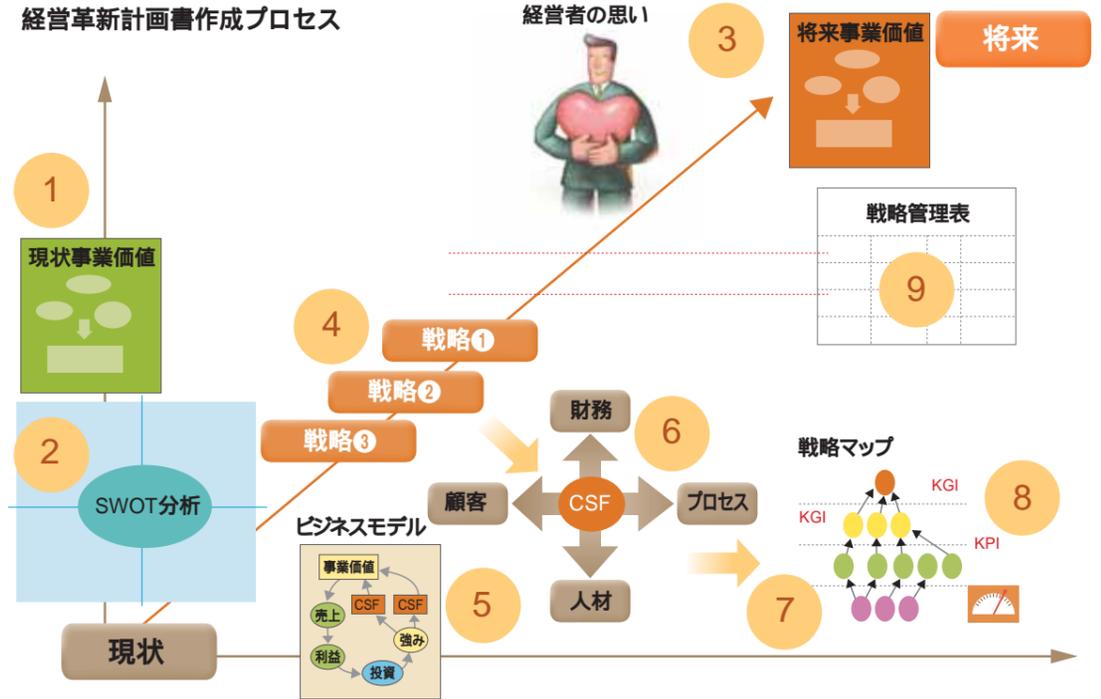
また、「古い殻」とは企業の既存概念や企業風土を指します。「過去の延長線上に成功は無い」と言われるように、古い殻を脱ぎ捨て、新たな柔軟な視点でもって経営を進めなければ成功は難しい時代です。経営者の仕事は企業風土との戦いと言われるますが、まさに経営革新を進める経営者が取り組まなければならない最大の課題です。

経営革新計画書作成のプロセス

今回は本シリーズで筆者が紹介する経営革新計画立案のプロセスを簡単に説明します。次回からは、各ステップで使用する手法を詳しくご紹介しながら計画書作成のポイントをアドバイスさせていただきます。

- 現在の事業価値を明確にする**
まずは、上記で述べた事業価値を明確にします。今現在の事業価値を「顧客」、「顧客ニーズ」、「自社の強み」から定義する「エイベルの定義」という手法で整理していただきます。
- 現状を分析する(外部分析・内部分析)**
現在の貴社を取り囲む経営環境と、自社の強み・弱みを整理していただきます。ここでは「SWOT分析」という手法を使って整理していただきます。
- 将来の事業価値を明確にする**
現在の事業価値とSWOT分析の結果から将来の事業価値を創出していただきます。
- 戦略を抽出する**
新たな事業価値を達成するための戦略を検討し、先に行ったSWOT分析の手法でふりか

経営革新計画書作成プロセス



ていただきます。ここではプロジェクトメンバーから戦略アイデアを出す「ブレインライティング」という問題解決手法をご紹介します。

- ビジネスモデルを作る**
「新たな事業価値」、「自社の強み」、「戦略」、「売上」、「収益」の関係を明確に示したビジネスモデルを作成していただきます。ビジネスモデルを作ると、貴社の経営革新の全体像が明確になり、社内外からの協力を仰ぐ際の道具になります。金融機関からの融資を受ける際には必須の道具となることでしょう。
- 戦術を洗い出す**
いくら素晴らしい戦略が出来上がっても、具体的な実行項目(戦術)が明確になっていなければ絵に描いた餅です。戦略展開手法として最近注目を集めている「バランススコアカード(BSC)」の手法を活用して実行項目を洗い出させていただきます。
- 戦略マップで戦術をシナリオ化する**
上記で出された実行項目が総花的に展開されたのでは、高い成果を

生むことはできません。洗い出した戦術間の関係を明確に示した「戦略マップ」を作成していただきます。

- モニタリング指標を設定する**
各戦略が戦略マップに従い計画通りに実施されているのかを確認するための、モニタリング指標を設定していただきます。
- 戦略管理表でモニタリングする**
戦術項目とモニタリング指標を日常の経営で管理する「戦略管理表」をご紹介します。

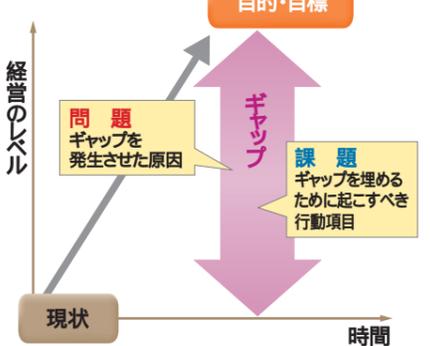
計画書作成の基本的な考え方

経営革新計画書の作成に限ったことではありませんが、計画を立案する際に重要なことは、「目標が明確になっているのか?」と言うことです。筆者は、現状と目標のギャップを発生させた原因を「問題」と定義し、現状と目標のギャップを埋める事項を「課題」と定義しています。

ですから、問題=課題とはなりませんし、目標のないところに問題や課題は存在しません。経営者はこれをしっ

かりと認識することが重要です。目標が明確になっていないのに「問題が山積みで大変ですよ!」と話す経営者がいかに多いことか…。また、目標が明確になっていても、それを社員が理解していない企業も多々あります。経営革新を進めるためには、問題の共有が先目標の共有が優先します。

目標・問題・課題
目的・目標がないところに問題や課題はない!!



経営革新計画書の作成は、貴方の夢を具体的に紙に表現する作業です。1年かがりの作業となりますが、楽しみながら取り組んで下さい。

(有)ジー・エフ・シー Good Friend's Consultant
代表取締役 佐藤 善友

経営相談コーナー



当センターでは、中小企業者等が抱える経営、金融等様々な問題の相談に応ずるため、3ステップに総合相談窓口を設けておりますので、お気軽にご相談ください。

Q 社内で新事業を始めるためにビジネスプラン(事業計画書)を作ろうと思うのですが、どのような計画を作ればよいのでしょうか。

A ビジネスプラン(事業計画書)は、自社で取り組もうとしている事業の内容や、企業が進もうとしているビジネスの方向性を、誰が見てもわかりやすい形に表現したものです。

経営者や事業担当者は、ビジネスプランを作る過程で、まず自分自身の考えや事業内容を整理します。それから、資金調達先やパートナーへの事業説明資料はどう作ればよい、関係者へ理解を求めるための説得資料はどう作ればよいかを検討し、それらを順序良くまとめて、わかりやすい計画に作り上げていくことが重要となります。一般に、ビジネスプランは以下のような項目を織り込んで作成していきます。

1. 全体の要約

事業の内容、製品・サービスの概要、市場予測、資金のめど、利益計画、財務予測等を簡潔にまとめます。この部分をどうまとめるかがビジネスプランでは最も重要なポイントとなります。

資金提供者や事業協力者は、まずこの部分に目を通して事業としての価値や魅力を推測するからです。

2. 会社概要

会社の沿革(創業の経緯、事業実績)、経営理念、経営陣や組織・人材、事業コンセプトや事業の目的(社会的貢献度)、経営方法等を記述します。

3. 製品・サービス概要

製品やサービスについて以下の点をわかりやすく説明します。

特徴、性能、どんな効果・効能があるのか
競合製品との差別化のポイント
研究開発が必要な場合は、その開発計画など

特に、言葉でわかりにくい部分は、図表・写真などを多用しながら、できるだけわかりやすく説明します。

4. マーケティング戦略

なぜその商品・サービスが利益をもたらすのかを、できるだけ客観的な視点から説明します。業界や市

場の状況、競合分析、販売方法等を具体的に説明するだけでなく、市場分析や事前調査の結果を根拠として示しながら説明すると説得力が増します。

「売れます」とか「お客様が求めています」という主観的な言葉だけでは、説得力はありません。「アンケート調査したお客様の7割が利用したいと回答しました。」というような具体的事実があれば、より説得力が高まります。

5. 財務データ

ここでは、必要資金やその使途と調達方法、販売予測、損益計画、キャッシュフロー、資金繰り計画などを記述します。できるだけ無理の無い計画を立ててください。

また、成長が見込める事業の場合は、成長率の変動を考慮して複数の計画パターンをシミュレーションし、成長に合わせた資金調達の手段を事前に検討することも重要です。

6. 付属資料

事業をより詳しく理解してもらうために必要と思われる資料を添付します。

ここでも、説明文章だけでなく図表や写真を活用して、よりわかりやすい資料を作成してください。

このような内容を盛り込んでビジネスプランを作りますが、その中で気をつけるべき点としては、**自社製品・サービスの強みばかりを力説してしまい、「話がますます」と思われぬようにすることです。** 良い点ばかり説明しても、事業を評価する立場の人に信用してもらうことはできません。ビジネスプランでは、自社の強みや商品・サービスの長所を示すとともに、自社としてどのような弱みや課題を持っているのかを客観的に整理し、それをどのように解決していくか、という部分を説明することも重要となります。

このようにして作成したビジネスプランは、一度作ればそれでよいというものではありません。事業説明で得られた各種アドバイスは次の計画に反映させ、事業を進める中で発生した目的や環境の変化に対しては、取り組み内容を修正していきます。

ビジネスプランは常に進化していくものです。一度立てた計画にとらわれず、修正を重ねながらより良いビジネスプランに仕上げる努力を怠らないことが、ビジネスを成功させるための近道となることでしょう。

当センターでは、「専門家派遣制度」や「経営革新セミナー」でも、ビジネスプランづくりを支援しています。

お問合わせ先 「専門家派遣制度」「経営革新セミナー」に関するお問い合わせ先
経営革新支援課 TEL 019-621-5387 ~ 5388 FAX 019-621-5481

経営相談・窓口相談に関するお問い合わせ先
新事業支援課 TEL 019-621-5070 FAX 019-621-5481

URL <http://www.joho-iwate.or.jp/info/sogyo> E-mail joho@joho-iwate.or.jp

工業技術
センター だより

「メイポール」って ご存じですか？



メイポールワイン



メイポールの花



メイポールの実

果肉の中まで赤いリンゴ「メイポール」って知ってますか？このリンゴは、ゴルフボールくらいの大きさで、搾ると赤い果汁になります。通常このリンゴは、酸味が多過ぎ食用には適さないため、観賞用やリンゴの受粉樹として栽培されています。今回この品種の持っている赤い色素に着目し、ワインを試作しました。

メイポールは酸が強い(酸っぱい)のですが、あと味はスッキリ

しており、ワインにすると爽快感が味わえます。ただ、発酵が緩慢で通常の4倍以上の2ヶ月もの時間が掛かります。この原因を調べたところ、原料果汁の窒素源が不足していることがわかり、窒素源の添加により発酵期間を従来並みに短縮でき、十分に実用化出来るレベルに達しました。

もうすぐ、赤いリンゴワインがみなさんの前に出回ることでしよう。

お知らせ

平成16年4月1日より計量検定所が廃止され、工業技術センターにおいてその業務の一部を行うことになりました。

工業技術センター
計量検定部
TEL 019-635-6694
FAX 019-635-6693

お問合わせ先 岩手県工業技術センター 企画情報部
TEL 019-635-1119(相談ホットライン) FAX 019-635-0311
URL <http://www.kiri.pref.iwate.jp/kiri/>
E-mail kikaku@sv02.kiri.pref.iwate.jp

経営者大学ミドルマネジメントコース

管理者・後継者に要求される6つのテーマを18日間の体験学習で学ぶロングランコースです。

講師 (株)エム・イー・エル

日程 平成16年6月8日～

11月17日

(2泊3日を6回)

テーマ

講	テーマ	会場	日程
1	企業理念・経営戦略	松尾村・八幡平ハイツ	6/8～10
2	計数の理解・経営分析	雫石町・ゆこたんの森	7/7～9
3	ビジネスゲーム	安代町・ホテル安比グランドアネックス	8/4～6
4	マーケティング・製品開発	松尾村・八幡平ロイヤルホテル	9/7～9
5	リーダーシップ・部下指導	雫石町・ゆこたんの森	10/5～7
6	経営革新計画の策定	金ヶ崎町・ウェルサンピア金ヶ崎	11/15～17

受講料 約90,000円

(受講者数により変動・定員30名で約半額)

宿泊料 第1講 18,000円

第2講 ～20,000円

研修案内

お申込み・
お問い合わせ先

情報研修課 TEL 019-621-5390

FAX 019-621-5480

E-mail : kenshu@joho-iwate.or.jp

URL http://www.joho-iwate.or.jp/kenshu

大企業は対象外となっております。

ISO9001 内部監査員養成講座

内容 シリーズ概要、要求事項、不適合指摘、
是正処置技法他

講師 (有)高野テクノサービス 高野清治

日程 平成16年6月22・23・24日

会場 金ヶ崎町・ウェルサンピア金ヶ崎

受講料 約12,000円

(受講者数により変動・定員30名で約半額)

宿泊料 20,000円

営業マン養成講座

内容 販売計画、実績管理、得意先管理、新規
開拓、企画提案営業他

講師 日本創造経営協会 中村邦則

日程 平成16年7月12・13、21・22日

会場 松尾村・八幡平ロイヤルホテル

受講料 約14,000円

(受講者数により変動・定員30名で約半額)

宿泊料 10,000円×2回

ホームページ作成入門講座

ファイル管理ができる方を対象に、ソフトの基
本操作、全体設計、ページ作成等を指導します。

内容 ホームページの仕組み、作成手順、
ページ作成他

講師 いわて産業振興センター職員

日程 7月14・15日

会場 盛岡市・マリオス11F

受講料 無料

賛助会員募集のお知らせ

(財)いわて産業振興センターでは、センター事業の充実、円滑化を図ることを目的に賛助会員を募集しています。
趣旨をご理解のうえ、ご加入いただきますようお願い申し上げます。

特典 ① センター情報誌「産業情報いわて」を毎月送付します。

② 企業信用情報の代行検索料金を割引します。

③ ホームページの作成支援及び(財)いわて産業振興センターのホームページへの掲載を行います。

年会費 20,000円(加入した翌月からの1年間分)

お申込み・
お問い合わせ先

情報研修課 TEL 019-621-5389 FAX 019-621-5480

E-mail joho@joho-iwate.or.jp

産業情報いわて 2004年5月10日(毎月10日発行)

発行 (財)いわて産業振興センター

〒020-0045 盛岡市盛岡駅西通二丁目9-1(マリオス7階、19階) TEL.019(621)5389 FAX.019(621)5480

E-mail joho@joho-iwate.or.jp URL http://www.joho-iwate.or.jp/

編集印刷 川嶋印刷(株)

2100

古紙配合率100%再生紙を使用しています。

