

診断京都

一般社団法人 京都府中小企業診断協会

No.113
2016年 春号



平成28年度のスタートに向けて

～ Change (変化) Challenge (挑戦) Contribution (貢献) ～

一般社団法人京都府中小企業診断協会（京都協会）は、4月2日に満4歳、幼稚園で言えば年少組になりました。旧京都支部の活動を引き継いで4年、この間、よちよち歩きながらも、少しずつ成長して参りました。速報値ではありますが、平成27年度も社会貢献積立を継続できる見通しです。会員並びに関係者の皆様のご協力に厚く御礼申し上げます。



2月19日付の日本経済新聞電子版のコラムに「サービス産業がアジアを救う」に異議ありという記事がありました。「・・・先進国型の経済成長にはサービス産業への移行は欠かせないが、だからといって慌ててサービス産業に転身しても、基盤のないところから優れた産業は花開かない。逆に安易なサービス産業への移行は経済の停滞を招く。製造業が空洞化する一方で、競争力のないサービス産業が積み上がるだけだからだ・・・」

京都協会も例外ではありません。これから先、大人になっていくためには、これまでも増して、創意工夫に満ちた付加価値の高いサービスを提供し続けることが求められます。このことはとりもなおさず、京都協会の存在意義そのものでもあります。そのためには、創造性あふれる人材の確保・育成と高いレベルの組織運営といった基盤の強化が欠かせません。今年度と来年度は成長の年輪幅が狭くなるかも知れませんが、重心を少し低くし、具体策は総会後の新体制に委ねるとして、大きく次の3つに取り組んで参ります。

①創造性あふれる人材の確保・育成

近い将来、会員数200名を目指します（現在は140名）。今年度は特に、非会員や実務補習の受講者に向けて“京都協会”を積極的に情報発信していきます。また、人材育成の柱の一つであるプロコン・カレッジについては、受講者増と同窓会の機会増に取り組みます。加えて、自己研鑽型研究会の立ち上げを

積極的に働きかけて参ります。

②独自事業のブラッシュアップと研究開発

プロコン・カレッジ、秋のシンポジウム、大学と連携して中小企業の経営革新を支援する「京都イノベーション大学」など独自事業の更なるブラッシュアップと新事業の研究開発を進めます。特に、京都イノベーション大学は昨年度、初の試みとして5社の企業にご参加いただき、概ね好評を博しました。今年度、さらに充実させて参ります。

③組織運営並びに事務局体制の見直し

大きく総務、会員事業部、対外事業部に分かれている事業部門の管理体制と定款の一部、事務局体制などを見直します。特に事務局は、事業の拡大に伴い、作業の量が増すだけでなく、内容も複雑さが増し、時折、ご不便をお掛けするケースも見られました。会員の皆様に、これまでのようなきめ細かなサービスを提供できるよう増員も視野に入れて検討を進めて参ります。一方で、会員の皆様には諸事情をご賢察賜り、業務効率化に向けて、一層のご理解とご協力をお願いする次第です。

昨年度は、マイナンバーやプレミアム商品券、自動運転、TPP合意、ラグビー、ノーベル賞などが話題になりました。さすがの“爆買い”にも一服感が見られたようです。今年度も、マイナス金利、電力自由化、伊勢志摩サミット、IoT、軽減税率、適格請求書等保存方式、18歳による選挙、増税前の駆け込み需要の有無など話題は盛りだくさんです。女性・高齢者支援や京都創生、世界的な難民問題や気候変動、景気動向も気になるところです。京都協会は、こうした動きに目を配りつつ「Change (変化) Challenge (挑戦) Contribution (貢献)」の理念の下、「経営の診断及び経営に関する助言」と「基盤強化」に取り組んで参ります。一層のご高配、ご指導ご鞭撻をよろしくお願い申し上げます。

一般社団法人京都府中小企業診断協会
会長 山脇 康彦

京の起業家⑧

AZUL (アズール) 電器

京都商工会議所様よりご紹介いただき、平成25年1月に右京区西院で創業され、「困ったときに思い出してもらえる電器店」として地域に根差したサービスを展開されているAZUL (アズール) 電器の代表 南智彦様にお話をお聞きしました。



●創業のきっかけは？

もともとは家電の修理を、その後、習得した技術を活かして電気工事の仕事をしていました。以前、他の電器店が当地で営業されていたのですが、お店をお辞めになるということで、仕事関係の方から紹介されました。私自身はお店を自分で持つことを考えておらず、経営していけるかどうか迷いもありましたが、妻の勧めもあり開業することにしました。

●「AZUL 電器」というお名前の由来を教えてください。

AZULは、スペイン語で紺碧のブルー、ロゴ・看板もAZULカラーを使っています。もう一つの意味は「AZ」はAからZで最初から最初まで、UはUser＝お客様、LはLongなので、「最初から最後までお客様と長いお付き合い」という思いを込めています。

●商工会議所を利用するきっかけは？

最初はすべて自己資金で始めました。その後、事業が広がったことから、資金繰りの改善のために融資を受けるよう税理士にアドバイスをいただき、商工会議所に相談するようになりました。商工会議所からはマル経融資（日本政策金融公庫の小規模事業者経営改善資金融資）や小規模事業者持続化補助金の申請のために経営計画の作成支援を受け、今でも販路開拓に関する支援の情報をいただいています。

●創業後、地域のお客様をどのように増やしていかれたのでしょうか？

お客様、業者とのつながりも全くないゼロからのスタートでした。当初は住所を見ても位置関係が分からず、地図を片手に家を一軒一軒回ることから始めていきました。その訪問ツールとして当店が取り扱う商品、サービスを紹介する「AZUL新聞」を作成しました。その後、お知り合いの方を通じて当新聞をご覧になったご近所の方から「私も新聞が欲しい」と言っただけできるようになり、現在、お店の入口2か所に設置して自由にとっていただいています。しかし、創業1年目は大きなお仕事をすることがなかったため、正直続けられるかどうか不安でした。

そんな中、他店で「家電製品を修理できない」と言われ、買換えを検討されていたお客様からのご依頼で私どもが故障した家電製品を修理したところ大変喜んでいただきました。その後、そのお客様の紹介により「この家電製品を修理して欲しい」「家電製品の入れ替えをするのにあたりアドバイスが欲しい」などの相談を受けるようになりました。こちらから営業をかけるわけでもなく、お客様の口コミで新たなお客様の輪が広がっていくことが実感でき、すごくうれしかったです。今では近隣のお客様から

の紹介で、ご友人、お子様、ご親戚まで、幅広く引き合いをいただき、対応する地域も拡大しました。



創業2年目から3年目にかけては、お風呂やキッチンなどの部分的なリフォーム工事の相談を受け、自分たちでできない部分を大工や設備屋にお願いしたことで、他の業者とのつながりを作ることができました。そのつながりで、逆にお仕事の依頼をいただくこともあります。



今では、工事でも修理でもない、お困りごとの相談も多いです。電球の取り換えから、畳をフローリングに代えたり、トイレや、部分的な床を修理したりという少し大工的な仕事もしています。困ったときに思い出していただける電器店でありたいという思いが一番ですね。

●毎月発行の「AZUL新聞」でもホームページでも工事事例の写が多く分かりやすいですね。

「AZUL新聞」は毎月手書きでその月に合った内容で作成し、裏面に工事事例を写真で見せ、金額も入れています。発行を楽しみにして下さっているご近所の方も多いです。ホームページからの問合せも多いですね。様々な事例のビフォー・アフターの写真を掲載していますので、お困りごとの検索で引っかかるようです。それを見て見積もりのご依頼をいただくこともあります。分かりやすい保存版の見積もり表も配布しています。



●今後の展開は？

創業当初は売上目標よりもお客様とのつながりを一軒でも作っていきたいという思いで事業を進めました。今の目標は法人化です。当社のスタッフにも資格を取得してもらって、修理でも工事でも家電製品の販売でもお客様に満足していただけるよう、さらに力をつけていきます。また、いくつかチームをつくって同じ日に複数の依頼先を回れるようにしたいですね。工務店や共同経営されている方と連携してチームを作って動けるようにしたいなと思います。最終的にはAZUL電器で家が一軒建つような事業を展開することです。行程ごとに別の業者ではなく、「AZUL電器」にすべてお任せしていただける体制をとっていきたいです。（阪本 純子）

京都商工会議所 経営支援員 I氏より

私自身も「AZUL新聞」をいつも楽しみにしています。技術の高さはもちろんのこと、創業当初より地域のお客様や取引業者様を大切にしてお仕事をされている姿勢、売って終わりではなく家電製品の設置から取扱の説明まで丁寧かつきめ細かなサービス、お困りごとのご相談対応でお客様に喜んでいただいていることが、地域に根付く電器店としていくことにつながっているのだと思います。今後も販路開拓へのご支援など状況に合わせた必要な情報を提供していきたいと思っています。

【店舗情報】

AZUL 電器
〒615-0033 京都府京都市右京区西院寿町1
TEL: 075-202-8075
営業時間: 10:00~19:00 (日・祝休み)
<http://www.azul-denki.com/>

業 家

京の起業家⑨ hair salon ARY

京丹後市商工会様よりご紹介頂き、京丹後市大宮町で平成27年11月1日に開業された「hair salon ARY」の代表田邊知広さんと、奥様でスタイリストの有紗さんにお話をお聞きしました。

●創業のきっかけは？

兵庫県神戸市出身で東京のヘアサロンで10年間勤務していました。将来独立し、開業するにあたって東京や地元神戸も選択肢にありましたが、妻（有紗さん）の出身地である自然豊かな京丹後市の環境に惹かれ、開業することにしました。

●独立開業についてはいつ頃から考えられていましたか？

美容師として業界に入って、2～3年で店舗の責任者を任されました。そこで経営について意識するようになり、「将来は自分の店を持つ」と意識し、独立するための準備を始めました。

スタイリストとしての技術を高め、独立するためには多くの経験が必要になります。そのために来店客の多い店舗に移籍し、年間のべ2,000人以上のお客様の担当をさせていただくことで、お客様1人1人の髪質に応じた最適なカットやセットを行うことが出来る技術や、サービス時の接客スタイル、対応について等多くの経験を積み、スタイリストとしての自分の「型」を身につけることが出来ました。

●東京とは大きく環境の違う地域での開業に不安はありませんでしたか？

今まで多くのお客様と接してきた経験によって、地域や環境が変わってもお客様に対する「技術」や「接客」についての不安はありませんでした。

開業するにあたっては、地域に密着した、独自性を打ち出していくことで他店と差別化し、お客様に来店して頂ける店舗になるように計画を作っていました。

特に、これまでの経験から価格面で大きく差別化した設定にしました。低価格でありながら高品質のサービス

を提供することでお客様にリピートして頂ける店にしていけると思って価格・サービス等を組み立てています。

●オープンしてからの感想と今後の目標は？

Webサイトを用いた広告を中心に集客していますが、足元商圈である京丹後市だけでなく、広域からお問い合わせ、ご来店頂いており、3か月が経過しますがリピート率も順調で手応えを感じています。早期にもう1人スタイリストを採用して、お客様をお待たせすることなく対応できるようにしていこうと思っています。

自店が「人の集まる店」になることで人の流れが出来て集まり、他の業種も地域に開業してほしいですね。このお店だけでなく、地域全体が元気になるお店になるように頑張っていきます。

(神戸 壯太)

京丹後市商工会 経営支援課 係長 岡朋博氏より

東京の繁盛店で勤務された経験、ノウハウを十分に発揮されており、ご自身の持ち味を活かした店舗として営業されています。

店舗のある大宮エリアにおいては大小あわせて20件以上の美容室がある中で、オープンして3ヶ月ですが、しっかりと組み立てられた店舗のコンセプトやお店のこだわりがお客様に伝わっており、順調なスタートを切っておられます。

田邊さんご自身も地域に溶け込んでいき、盛り上げていくためにボランティア活動などにも参加されているなど、公私ともに「地元に着目した」活動をされており、地域を更に活性化していく取り組みにも期待しています。

【店舗情報】

hair salon ARY

〒629-2503

京都府京丹後市大宮町周枳1767

T E L : 0772-66-3661

営業時間：9：00～19：00



社会保障・税番号制度① 法人番号とその活用

平成28年1月1日より、社会保障・税番号制度の運用が開始されました。個人番号（マイナンバー）については、事業者における本人確認の手続きや安全管理措置、個人番号が記載されている書類の保管や廃棄などに対する関心が高まってきました。一方、法人番号については、現状は個人番号ほど関心が高まっておりません。本稿では、法人番号とその活用についてご説明いたします。

【法人番号とは】

法人番号とは、行政手続における特定の個人を識別するための番号の利用等に関する法律（以下「番号法」といいます。）の規定により、特定の法人その他の団体を識別するために指定される13桁の番号です。なお、法人番号は法人のマイナンバーという誤解がありますが、マイナンバーは個人番号のことなので、法人のマイナンバーはありません。

【法人番号の目的】

法人番号の目的は、行政の効率化、国民の利便性の向上、公平・公正な社会の実現、新たな価値の創出です。個人番号の目的との相違点は、新たな価値の創出という目的がある点です。法人番号は、個人番号と異なり利用範囲に制限がありません。従って、民間による法人番号の活用で新たな価値を創出することができます。

【法人番号の指定】

法人番号は、国税庁長官が番号法施行令の規定により以下の法人や団体に対して指定します。なお、以下の法人や団体については、届出手続等を要することなく国税庁長官が法人番号を指定します。

1. 会社法その他の法令の規定により設立の登記をした法人
2. 国の機関
3. 地方公共団体
4. これら以外の法人又は人格のない社団等であって、法人税・消費税の申告納税義務又は給与等に係る所得税の源泉徴収義務を有することとなる団体

上記1. の具体例は、株式会社、有限会社、合名会社、合資会社、合同会社、協同組合、特定非営利活動法人、社会福祉法人、医療法人、一般社団法人、一般財団法人、公益社団法人、公益財団法人等です。また、上記4. の具体例は、外国会社等、宿泊施設運営等の収益事業を行っている健康保険組合や国家公務員共済組合、保険代行業等の収益事業を行っている登記のない労働組合や同業者団体です。

上記によって法人番号を指定されない法人又は人格のない社団等であっても、国税に関する法律に基づき税務署長等に申告書・届出書等の書類を提出する団体など一定の要件に該当するものは、国税庁長官に届け出ることによって法人番号の指定を受けることができます。例えば、上記4. に該当しない人格のない社団が、出版物を発行し原稿料やデザイン料を支払う場合（報酬等の支払調書の提出義務者となる）は、法人番号の指定を受けることができます。

また、法人番号は1法人に対し1番号のみ指定されます。したがって、法人の支店や事業所等には指定されません。

【法人番号の通知】

法人番号は、国税庁長官が法人番号などを記載した書面により通知します。なお、法人番号指定通知書の差出人は、国税庁長官官房企画課法人番号管理室となっています。

【法人番号の公表】

法人番号は、国税庁法人番号公表サイトで公表されます。公表される情報は、法人番号の指定を受けた団体の商号又は名称、本店又は主たる事務所の所在地及び法人番号の3項目（基本3情報）です。法人番号指定後に商号や所在地等に変更があった場合は、公表情報が更新され、変更履歴も併せて公表されます。

【国税庁法人番号公表サイト】

国税庁法人番号公表サイトでは、公表されている基本3情報を法人番号、法人名及び所在地などの条件で検索・閲覧することができます。また、公表されている全ての法人の基本3情報をダウンロードすることができます。さらに、企業等のシステムから基本3情報データを直接取得するためのインタフェース（Web-API）を公開しています。

【法人番号の活用】

法人番号の活用方法の例は以下のとおりです。

- ・企業内で法人番号を取引先コードとして使用する
- ・部署やシステムによって異なるコードで管理されている取引先情報に法人番号を付加して、情報の集約や名寄をする
- ・企業間で企業情報をやり取りする際に、法人番号が企業を特定するためのコードとして使用する

【国税庁法人番号公表サイトの活用】

国税庁法人番号公表サイトの活用方法の例は以下のとおりです。

- ・法人番号で法人の名称・所在地を確認する
- ・速やかに更新された名称・所在地情報により、取引先情報を更新する
- ・都道府県別の基本3情報のデータをダウンロードし、ダイレクトメールの送付等に使用する
- ・基本3情報の日時の差分データをダウンロードして、新たに設立された法人等に対する営業活動に使用する
- ・Web-APIで基本3情報の差分データを自動取得し、取引先情報の更新を自動化する

【終わりに】

平成27年度補正ものづくり・商業・サービス新展開支援補助金の事業計画書には「法人番号欄に記載がない場合は、書類不備とさせていただきます」という文言が記載されていましたが、今後は我々中小企業診断士の仕事においても法人番号を使用することが増えるでしょう。法人番号の活用を新たなビジネスチャンスにつなげていただければと思います。

（小松崎 哲史）

新年特別研修会、祝賀会開催

平成28年度の新年特別研修会・祝賀会が1月22日（金）、新都ホテルにおいて催されました。祝賀会に先だって実施された特別研修会では、京都で江戸時代から継承されてきた老舗問屋 近江屋ロープ株式会社の8代目社長野々内達雄様を講師にお迎えし、「創業200年の老舗問屋が何故再生できたのか？」というテーマで、ご講演頂きました。

経営が悪化するまで、老舗の暖簾を守り続けるということが社長の中で優先されていたこと、その後「社員を守る」「社員の幸せのために生きる」と決心するに至った出来事、社員からの発案でヒット商品である害獣防止ネットを開発、世の中で必要とされる会社として再生に至った過程、社員の変化、そして結果として



「暖簾が守られた」ことになったことをリアルにお話しいただきました。ご講演の中で「因縁果報」（「因と縁が化合したエネルギーの流れで現実が現れる」という言葉で、ご自身の心の動きと経営状態の変化を説明されました。非常に心に沁みいるとともに、企業を支援する立場としても身が引き締まる内容でした。

特別研修会の後には、同ホテル内の八坂の間で多数の御来賓をお迎えし、会員とともに祝賀会を開催しました。山協会長の挨拶に続き、御来賓の皆様よりご祝辞を頂戴した後、慣例の日本酒で乾杯を行い、懇親会に移りました。昨今の経済情勢や、中小企業対策、今年度の京都府や京都市の取り組み内容について、また新しく京都協会に入会された会員の紹介など、参加者同士の歓談に花が咲き、終始和やかな雰囲気での宴となりました。最後に岡原理事による中締めで締めくくりました。（阪本 純子）



会員交流会を開催

平成28年2月6日（土）、毎年恒例の入会3年以内の方を対象とした会員交流会を開催致しました。今年は、14名の会員と山協会長以下役員3名が参加しました。第一部の交流会は京都商工会議所の会議室にて、会員の自己紹介と協会の各種事業活動等の紹介、コミュニケーションタイムを通じて交流を深めました。第二部の懇親会は、炭火串焼「つじや」本店にて、交流会に続いてさらに盛り上がりました。第一部では、自己紹介でお互いのことを知るきっかけとなり、後のコミュニケーションタイムや懇親会でも話が尽きませんでした。同じ中小企業診断士ではありますが、様々な職業の方が集まった場となり、診断士の活躍フィールド



の幅広さを実感しました。次に、山協会長、坂田副会長、成岡常任理事から協会の事業や各研究会、診断士会（組合）についての紹介がありました。協会では様々な事業を行っていることを知ることができました。また、参加した会員のなかでは新しく研究会を立ち上げる方々もいらっしや、その他の研究会についての質問も多く出ました。コミュニケーションタイムは、参加者を3グループに分けて、それぞれに役員がファシリテーターとして入り、様々な意見交換がなされました。各回30分の時間があっという間に過ぎてしまい、第一部の交流会が終わりました。第二部の懇親会でも引き続き活発な交流が行われました。世話役として、このような場と取り仕切る機会を頂き、大変貴重な経験をさせて頂いたことに感謝申し上げます。筆を置きたいと思えます。（石井 規雄）



平成27年度 第3回理論政策更新研修 開催

中小企業診断協会京都支部主催の平成26年度理論政策更新研修の最後となる第3回目の研修が平成26年2月14日の日曜日に京都メルパルクで開催されました。

第1講目は、近畿財務局 京都財務事務所長 北川真さまより、「わが国の財政・最近の金融行政等について」と題して、京都のみならず国全体の財務状況、社会保障や少子高齢化の問題等について大局的な観点からご講義いただき、平成28年度の税制改革や金融行政の重点事項等についてご講義いただきました。マイナス金利による影響など最近のトピックスに関する質疑応答がありました。

第2講目は、中野雅公協会会員より、「中小企業支援に欠かせないIT活用のススメ～攻めと守りのIT活用で業績アップ」と題しまして幅広い実務経験に基づき、Webサイトのリニューアルによる成功事例などを紹介

しながらわかりやすく解説されました。

この日は110名を超える参加者の方々が熱心に聴講されていました。なお中野雅公協会が講演された内容につきましては、

本誌でも概要を紹介しておりますのでぜひご覧ください。

平成28年度につきましても、合計3回の理論政策更新研修を予定しておりますので皆様のご参加をお待ちしております。詳しくは京都診断協会のホームページでご確認ください。

（杉村 麻記子）



中小企業支援に欠かせない IT 活用のススメ

中野 IT 活用診断士事務所 代表 中野 雅公

昨今、支援ニーズが高まっているIT活用に関して、「1. IT活用の考え方」、「2. 売上に繋がるホームページの作り方」、「3. ネットショップを成功に導く出店」の3つの視点で事例を交えて研修を行いました。

1. IT活用の考え方



左図のようにインターネットでは3人のお客様の概念が存在し、それぞれの特徴は以下の通りです。
「接客」：ホームページやネットショップを訪れた顧客に商品やサービスの価値やこだわりを伝え、成約に繋げるための仕掛けづくり。

「集客」：ホームページやネットショップに顧客を誘導するための仕掛けづくり。

「追客」：一度でもサービスの利用や商品購入されたお客様に対して、再度利用を促進させるための仕掛けづくり。

接客・集客・追客の3客を好循環させることがIT活用を成功に導く戦略です。しかし、最初から好循環することはなく、「1. 接客→2. 追客→3. 集客」の順番で取り組むことが重要な考え方です。集客を重視されがちですが、訪問する顧客に「ここで買いたい、おもしろい」と価値や違いを伝えることで成約率を高めることが重要です。

2. 売上に繋がるホームページの作り方

インターネット上では情報が溢れかえっており、ただホームページを作成しただけでは問合せには繋がりません。デザインや掲載している情報、顧客目線など様々な要素がありますが、一番重要なポイントは自分の強みを活かし、コンセプト（誰に・何を・どのように）を見直すことで「尖がる」ことです。

- ・顧客は誰か？その顧客は何を求めているのか？（顧客ニーズ）
- ・その顧客に対して何を提供できるのか？（自社の強み）
- ・競合と比較して自社でしか提供できない価値は？（競合分析）

上記の通り、コンセプト検討時には3C分析が効果的です。実際にコンセプトを見直してホームページをリニューアルした鍼灸院百花堂様の事例を紹介します。

	リニューアル前	リニューアル後
他社に真似できない強み	考慮していない	無理して働き続けたことで心と体の病気になるって苦しんだ経験
誰に	女性のお客様に	働く女性のお客様に
何を	鍼灸治療を	心と体のリラックスを
どのように	東洋医学を組み合わせた鍼灸治療で原因の根本を治療する	アロマや音楽による癒しの待合室、時間をかけた触診とカウンセリングで、東洋医学と鍼灸を組み合わせ治療

このコンセプトに沿ってホームページのリニューアルとチラシの制作を行い、近隣のポスティング、手配り

でのチラシ配布を行ったところ、これまでホームページでの問合せがほとんどなかったにも関わらず1ヶ月で新規顧客10名、3ヶ月で売上が3倍になりました。来店した顧客からは「院長の経験と考えに共感した」という声が聞かれ、病気になった経験を強みに、誰にも真似できない経験が共感を生み、集客に成功しました。



3. ネットショップを成功に導く出店

ネットショップ市場は右肩上がり成長を続けており、今後もさらに成長することが予想されています。しかし、ただ出店するだけでは販路拡大に繋がりません。出店するために押さえておきたいポイントとして、「売れる商品の選定基準」「売れるための出店方法」について伝えました。

・売れる商品の選定基準

ネットショップでは売れる商品・売れにくい商品が明確に存在します。ネットショップで成功するための3要素として、1. 商品で差別化する、2. 価格で差別化する、3. 提供サービスで差別化する、の3要素があります。中小企業の場合、価格競争は難しいので、商品もしくは提供サービスで差別化することが重要です。

売れる商品	売れにくい商品
<ul style="list-style-type: none"> ■重量があるもの お米、水、家電製品など ■周囲に購入がばれたくないもの ダイエット商品、矯正下着など ■季節外れのもの 水着など 	<ul style="list-style-type: none"> ■高額なもの 時計や車など ■時間経過とともに価値が下がるもの 生鮮食品など ■試着や試食をしないと買えないもの 服やメガネなど

・売れるための出店方法

ネットショップの出店には大きく3つの出店方法に分かれます。

1. モール型：Yahooショッピングや楽天市場に出店して販売を行う
2. ASP型：ネットショップ出店のためのWebサービスを月々レンタルして販売を行う
3. 自社サイト型：ホームページに買い物カゴなどを付加して自社サイトで販売を行う

それぞれメリット、デメリットがありますが、実際に売れるかどうかわからないので出店時のリスクを下げるのが重要になります。そのため、無料で出店できるYahooショッピングや低額で運営が可能なASP型での出店を行い、テストマーケティングを行いながら運営ノウハウを蓄積することが重要となります。

IT活用は、ツールの特性を理解した上で戦略的に活用する必要がありますので、難しい一方で正しく活用すると成果を出しやすいツールでもあります。最後に、本文が、IT支援する上で、参考になれば幸いです。

はんなり診断士



伊藤 友重
(いとう ともしげ)

北摂マーケティング合同会社

伊藤です。京都府中小企業診断協会に入会させていただいております。このように自己紹介の場をいただいたことに御礼申し上げます。

Q 1. 経歴は？

経歴は富士通B S C→フリープログラマー→富士通マーケティングです。ITベンダのシステムエンジニアとして長く仕事をしておりました。昨年2015年10月に北摂マーケティングという会社を興しました。転勤していた東京から戻り、思い入れの強い高槻の地でコンサルとITの2軸で事業を展開させていただいております。

Q 2. 趣味は？

食べること。寝ること。ダイエット。
歴史研究。御朱印。囲碁将棋番組を観ること。

Q 3. 性格は？

良くないですが、頑固なほうです。最後は自分でやるしかないな、と思います。人の話を聞くのが大好きで、

勉強会、研究会にはよく顔を出します。わりといいやつです。

Q 4. 尊敬する経営者は？

任天堂の元社長の岩田聡さん。

Q 5. 診断士として実現したいことは？

企業にとっても私にとってもこれまでのやり方を変えるのは難しい。ですが、変化に対応して自身を変えていくことが求められていると思います。診断士は、経営者やそこで働く人たちが思いを遂げられるよう、応援する役割です。知識や情報の提供、コミュニケーションを通じて、相手に進む勇気を持ってもらえればと思います。

Q 6. 今年やることは？

今年は本格的にマーケティング事業（R事業と名付け）を提供していきたい、と考えます。「そこに市場があるのか」ということです。経営者が新たに道を進むときに突き当たる問いです。答えはありません。いくらマーケットリサーチをしても答えは出てこないでしょう。未来だからです。でも、マーケットリサーチをして、その結果や事例を会話させていただくことで、何かヒントになるかもしれません。気づきが進む勇気になるかもしれません。そういう情報発信を今年は積極的に提供してまいります。

至らぬ点もあるかと存じますが、どうぞご鼻屑に。



中尾 武寿
(なかお たけとし)

パナソニック株式会社

京都に生まれ育って半世紀余りが経ちました。平成26年に診断士登録を行い、27年から本協会にお世話になっております。28歳までの9年間で大学で過ごし、その後は家電メーカーに勤務しております。

大学では工学部に在籍し、後半の5年間は量子化学という分野の研究に没頭しておりました。研究テーマは分子や化学反応の理論解析で、昭和56年にノーベル賞を受賞された福井謙一先生の孫弟子にあたります。福井先生の頃は、まだ機械式の計算機を使用されていた時期があったそうで、骨董品のような手回しの卓上計算機が研究室に置いてあったのを記憶しています。

私が学生の頃には情報技術も大きく進歩を遂げており、大型計算機が稼働するようになっておりました。機

械式計算機では何年もかかりそうな計算を、大型計算機は一瞬で行うことができました。大規模な計算が可能になると、それを利用してこれまでできなかった計算を試みたいと考えるようになります。私はある日、その計算を大学の共同利用の計算機で行いましたところ、少し計算量が多過ぎたのかCPUを占有してしまい、当時の大型計算機センターの先生からお叱りを受けたこともありました。

入社後は、米国勤務や大学の特任教授をさせて頂いたり、ビジネススクールで学ぶ機会を得たりと幅広い経験をさせて頂きました。ビジネススクールでは、伝統的なフレームワークからファイナンス理論、IT戦略やソーシャルビジネスなどまでを、まさに寝る間もなく叩き込まれました。

現在は、この体得した知識や経験とこれまで培ってきたコンピュータ技術、さらには人工知能とを掛け合わせて、社会への貢献を果たしたいと考えております。「社会に埋もれた潜在価値を掘り起こし、それを人工知能で現実の価値に変えて、企業経営者のみなさまを通じて社会にご提供する。」そんなビジネスモデルの実証実験をまもなく開始したいと考えております。

経営革新支援研究会について

経営革新支援研究会では、会員の皆さまにお役に立てる情報発信や人脈形成、会員の相互理解の促進などを目的に、年間7～8回の勉強会を開催しています。この研究会の特長はオープンな開かれた会である点です。会員の皆さまはもちろん、診断士資格をお持ちの方であればどなたでもご参加頂けます。開催日は原則第2水曜日の午後6時半からで、直近では、2月10日(水)に日本政策金融公庫京都支店融資第二課長の遠藤 恭司様と融資第三課長の北田貴司様をお招きして、「日本政策金融公庫国民生活事業における28年度施策」についてご講演頂きました。

また、平日夜はお仕事等で参加できない方にもご出席

頂けるようにと、年に一度、土曜日の昼間に開催しています。27年度は3月5日(土)に独立行政法人中小企業基盤整備機構近畿本部経営支援部長の瀬戸口強一様に「平成28年度の中小企業施策並びに中小企業診断士に期待すること」とのテーマでお話頂きました。

28年度の第1回目は4月13日(水)に開催予定です。皆様、奮ってご参加ください。よろしくお願ひ致します。
(足立 早恵子)



平成27年度

プロコンカレッジ開催

平成27年6月～平成28年1月まで、第3回京都プロコンカレッジが開催されました。ご存知の方も多いと思いますが、本カレッジはプロのコンサルタントとして独立開業し、成功するために必要な知識、ノウハウ、経験を修得するものです。本年度は、京都協会会員の方をはじめ、大阪協会や滋賀協会からも参加者があり合計9名の方が受講されました。

カレッジの内容は、4日間の講義でプロコンに必要な心構え、行動指針、プレゼン技法、セミナー企画法、営業手法、コンサル手法などを学びます。その後、1人～2人のチームで中小企業の課題解決を解決するコンサル

ティング実務を行います。既にプロコンとして独立している方もあれば、これから独立する方、或いは企業内診断士でプロコン技術や技能を習得したい方など目的や立場は違いますが、実務ではそれぞれが持てる力を十二分に発揮されました。受診企業の経営者の方からも、感謝の言葉を頂きました。平成28年度は、講義の内容をパワーアップして開講する予定です。独立を考えている方や企業内でコンサル技術・技能を高めたい方は、ぜひご参加ください。なお、下表にコンサル実務の概要をご紹介します。



(坂田 岳史)

No	受診企業業種	取り組んだ経営課題	成果
1	プラスチック製品製造・販売業	営業改革と組織活性化等	営業管理手法の確立と、組織活性化のための計画作成
2	ゲストハウスの運営(新規創業)	ビジネスモデルと事業計画作成	ビジネスモデルの完成と事業計画作成法の修得
3	レンタルオフィス業	Webを活用した集客法	Webプロモーション手法の確立とコンテンツマーケティング計画作成
4	インテリア小売業	データ分析による店舗集客法	データ分析によるWeb改善、分析手法の確立等
5	食品製造販売業	店舗集客とWeb活用法	テストマーケティングによる店舗運用計画作成とWeb活用計画作成等

コンサル実務期間が3カ月と限定されているため、計画作成コンサルが中心となっています。

編集後記

新年度が始まりましたね。私事ですがこの春、育児休暇より復職します。1年間の育休中、赤ちゃんを抱っこしながら経営を学ぶ勉強会(注)の立ち上げという、プチ留学のような機会に恵まれました。おかげで、普段とは違う物事の見方や考え方が身に付き、パワーアップして職場に戻れるような気がしています。私のように仕事から離れずとも、企業内診断士にとっては、社外の方々と接し助言を行う診断士活動がプチ留学として大いに活用できるのではないのでしょうか。今後、診断京都では社内診断士の活躍も取り上げていきます。独立診断士の方はもとより、企業内診断士の方々もぜひ診断京都をご活用ください。

(注) ぶちでガチ育休MBA
<http://wepage.com/ikukyu-MBA/page1> (赤坂 美保)

京都診断協会の行事予定

- ・ 5月28日(土) 通常総会
- ・ 8月7日(日) 第1回理論政策更新研修

診断京都

No. 113

2016年4月発行

一般社団法人京都府中小企業診断協会

〒600-8815 京都市下京区中堂寺南町134番地
京都リサーチパーク ASTEM棟301号室

TEL (075) 325-5731

FAX (075) 325-5675

メールアドレス info@shindan-kyoto.com

ホームページ <http://www.shindan-kyoto.com/>

印刷所 株大 気堂 TEL (075) 361-2321

FAX (075) 361-5047