

# Next Stage

ネクスト ステージ

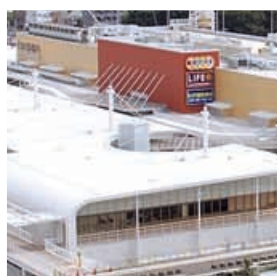
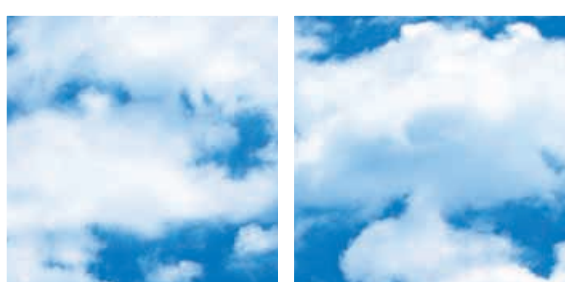
Saitama Support Magazine

(財)さいたま市産業創造財団

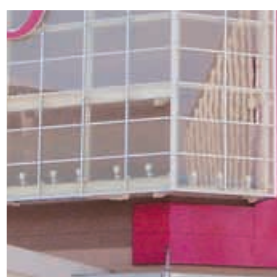
## CONTENTS

- 2 **特集！宋文洲講演録**
- 4 インキュベータ「案産館」新コース開設
- 5 さいたま市内の元気企業
- 6 知的財産権
- 7 金融課ニュース
- 8 インフォメーション

第4号  
2005



コクーン新都心



イオン与野  
ショッピング  
センター

ステラタウン





# 宋文洲講演録

## 中小企業の生き残る道は営業にあり

～営業行動を変える勇気がありますか～



**講師** ソフトブレン株式会社  
代表取締役会長  
宋文洲氏  
【略歴】 1963年中国山東省生まれの41歳。  
85年に北海道大学大学院に国費留学。学生時代に開発した土木解析ソフトの販売を始め、92年28歳のときにソフトブレンを創業。98年には営業など非製造部門の効率改善のためのソフト開発とコンサルティング事業を開始。00年12月に東証マザーズに上場。成人後に来日した外国人では初のケースとなる。04年6月17日に東証2部上場を果たし、業界最大手に成長。  
営業改革を訴えた著書「やっぱり変だよ日本の営業」は、トヨタ自動車の張富士社長自身が購入し、営業系の役員を中心に配布。ベストセラー＆ロングセラーとなっている。

### もともと科学技術の勉強にきた工学博士です

私はもともと、正直言って全く営業に無縁の人です。今41歳ですが、21歳（1985年）の秋に日本へ来ました。

私が政府に言われたことは、君は日本の先進的な科学技術を研究してこいということでした。大学は向こうで卒業して、日本へは修士とドクターを取りに来ました。取れましたよ。こうみえても工学博士ですよ。

だから本当は営業とは関係ないんですね。研究者になってドクターを取る直前に中国の研究機関に帰ろうと思いました。ところが運命は不思議なもので、丁度天安門事件が起きまして、そのまま帰るとちょっと危ないかなと思って、札幌の小さな会社に入りました。 <中略>

### 日本の営業のここがおかしい

日本では企業と個人は一体化していますね。企業＝私、私＝企業。つまり、企業が俺だ、俺が企業だと考える。これは良さそうで良くない。営業でも言いますね、俺の客だ、お前の客じゃない、会社の客だ、どうして社員がそうなったか。みなさん、中小企業の社長がそうしたのですよ。お前の客だから大事にしる...と。これ裏返せば、俺は何もしなくていいと。お前に任せるから失敗するな。これ馬鹿馬鹿しいことですよ。任せるなら失敗も任せるよと。

営業は結果出せ、売れてなんぼ...と言いながら、客は神様だよと。いいですか、朝は売れてなんぼと言っておきながら、夕方は、客は神様だと。あなたは、なぜその神様にノルマをつけて売りつけるんですか（笑）。みなさん、なんで笑わないのですか、面白いでしょう、これ非常にシンプルですよ。

### お客さんは営業マンから商品を買うのではない

皆さんは、なぜ物を買うんですか、私が営業マンで、一生懸

3月3日（木）大宮ソニック市民ホールにて、講演会＆ビジネス交流会を実施しました。講師はソフトブレン株式会社代表取締役会長の宋文洲氏。当日は210名という数多くの参加者が熱心に受講されました。今号の特集では、宋会長のご了解を頂き、営業上のヒントが満載の当講演のエッセンスを、出来る限り講演の語り口そのままに皆様にご紹介します。

命売ったから買うのですか、そんなことないですよ。あなたが買いたいとき、物を買うのです。そのあなたの立場に立ったとき、私は素直に思います。私が買ってくれそうな客に、買ってくれそうな物を、売れそうな人間を使って売ります。一番いけない営業のパターンは、売れないお客様に、売れない商品を、売れない営業マンを使って売ることです。いくらあなたが頑張っても、成果が出る訳がない。相手に迷惑です。

営業は根性と人柄だという人がいます。この根性と聞いたとき、日本人はみな感覚が鈍感になっているから、全く良いと思っているのですよ。根性で売ってくる人には、私は帰れと言いたいのですよ。それから、営業で一番大事なことは何ですかと聞くと、人柄と答える人が多い。営業は人柄が重要ですが、他の部署ではどうですか。人柄は何をやってもベースではありませんか。なんで営業だけ人柄に関係あるのですか。

もう少し具体的な日本の常識の例を考えて見ましょう。商品さえ良ければ売れるという常識ですね。物作りの中小企業はたくさんありますが、みんな在庫を増やしています。みんな良いと思って作った筈です。良ければ売れる、嘘に決まっています。売れるものは良いのです。優秀な営業マンがいれば売れると言っけれど、そんな優秀な営業マンがたくさん集まるような会社は少ない。優秀な営業マンが集まれば集まるほどコストが掛かります。本当に優秀な営業マンがたくさんいるような会社は、はっきり言ってたいしていい会社じゃありません（笑）。

### キーワード1 プロセス・マネジメント

今日の1番目のキーワードはプロセスの管理です。プロセス・マネジメント、つまりプロセスの管理という概念です。先程言いましたがお客さんはなぜ買うかということです。それはあなたが一生懸命売ったから買うものではありません。ではなぜ買ったか、それは結果ですね。結果的に買ったということであって、その前にはたくさんいきさつ、プロセスがあるのです。

これはインテルというコンピュータの心臓部を作った会社の話です。この会社の創業者、彼もゼロから創業しました。（パン工場の絵を指しながら）パンはなぜおいしくなるのでしょうか。パンの工場の目的は、おいしいパンを焼くことです。なぜおいしいパンが出来上がるのでしょうか。それは、職人が一生懸命焼くからパンがおいしくなる。普通はそう思うのですが、彼の答えは違います。ビジネスの本質から見た場合は、職人が一生懸命焼いたからおいしくなったのではないのです。それは、ちゃんとした材料を選んで、ちゃんと混ぜて、ちゃんとこねて、ちゃんと発酵して、ちゃんと焼いたからおいしく焼けたのです。このちゃんと、というのは言葉ではだめです。営業マンAさん、Bさん、Cさんと私とは基準が違いますから、客観的な基準が

必要です。客観的とはお客さんが観る、つまり距離を離して第三者の目で観ることです。この場合は、たとえば小麦粉は去年の北海道産でなきゃいけない、水は、どこかの水、イースト菌はあのメーカーが作った商品、こねるのは毎回300回こねる。ちゃんと混ぜるのは、1対1対0.05で混ぜるという基準です。つまりおいしいパンを作る工程、プロセスは、客観的にどこで何をすべきかという分解作業です。分解した各々の作業、業務において、客観的な基準が必要です。営業でいえば、最初はアポとらなきゃいけない。最初はお客さんのニーズの調査にいきま、ヒアリングに行きます。

通常の営業日報に何が書いてあるかと言いますと、今日はABC商会の山田さんに会いました、感触は良かった、お客さんの反応良かった、次回また訪問する。今年は予算がないとのこと。他人ごとのようですね。これでは何にも書いてないに等しい。つまり、1回目の面会は、くどくど書く必要はないのです。ポイントいくつかと、あと名刺を入れてくれればそれでOKです。彼だから売れる、一生懸命だから売れるというのはまったく嘘ですね。一生懸命だから売れるものじゃないです。料理もそうですね、愛情込めて作った料理はおいしい、嘘に決まっている（笑）。

### キーワード2 分解（分ければ分かる）

今日2番目に申し上げたいキーワードがあります。これは先ほども少し触れましたが、「分解」というキーワードです。

一つテストしましょう。皆さん、（絵を指しながら）このブルーの絵、これは何でしょう。分かりますか。多分皆さんは分からないと答える。でも何とか言葉で教えてちょうだいと言うと、うん、これはアメーバーのようですね、木の葉っぱですね、パズルゲームのピースですね、ゴルフが好きな方はこれゴルフ場に見えますね。でもこんな言葉を日報に書いたら、この絵を見たことのない人は、日報を読んでこの絵を想像出来ますか。しかし、絵を小さな長方形に分ければ、誰でも長方形は分かります。その一つ一つが事実です。何も事実を示さないような営業日報で、営業の行動管理をするのがどれほどナンセンスなことか。大体社員も分かっている。どうして日報を書かせるのですかと聞くと、行間を読めと答える。僕には行間は分からないです。どういう意味ですかと聞くと、読んで心理状態を推理しなさいとね。

部長はいつも頑張れと言うから、頑張りましたと書く。部長は何を喜ぶか分かっているから、これ決まっている文句ですよ。逆に部長もそのことは分かっているから、行間を読むことになる（笑）。

### 適材適所はプロセスの適材適所である

お客さんが物を買った理由は、すべての営業のプロセスに満足したからです。たまたま来た営業マンに提案力がない場合は、お客さんの本音としては、ちゃんと提案力のある営業マンに、ちゃんとした提案をして欲しいということです。営業マンから買うのではなく、あなたの会社から買いたいということなのです。だからあなたの会社は責任を持って、この営業マンでなくてもいいですから、提案のできる人をこの時点で出せば良いのです。同じように、稟議の時は社長とか偉い人に出てきて欲しいのです。そうすれば、提案力のある人間、立場の上の人間、新入社員、提案力はないが商談力のある人間など、全部組織的

にきれいにお客様のためにこのプロセスに張り付けること、リンクすること、くっつけることが可能です。これこそ日本語という適材適所ではないでしょうか。適材適所とは、皆さんこの言葉は分かっているが、経理に行くとか、営業に行くとか、これが適材適所と思っている。違うのです。この適所というのは、ビジネスのプロセスにおいて、どの時点で適所かということです。

### プロの営業マンは要らない

気持ち大事というけれど、それだけでは駄目です。しかし、気持ちさえ丁寧になれば、頑張りさえすれば良いというわけでは絶対ないのです。今日は中小企業の方が多いということで、具体的に言います。正直言って、中小企業はなかなか効率が上がらない。冒頭にも申し上げましたが、プロの営業がいないのか。しかし、プロなどいないんですよ。大体この頃、プロというのは古くさいです。皆さんご存じかどうか分かりませんが、あのトヨタホームもかつてとにかく苦戦したんです。売れないので、あわてて車のディーラーのトップセールスを全国から集めて売らしたのです。でも、売れないのです。営業のプロなどいないのです。営業のプロなら何を売っても売れる、これ絶対嘘です。お客さんが満足して、また注文が来るためには、どういうプロセスがあるか、全部分解してどの部分にプロが必要かを知ることが大切です。面会するのにプロは必要ありません。

### ノウハウは会社のものである

次によく営業マンが辞めるから困るといいます。これは要は普段から情報を取っていないからです。あるのは日報だけです。皆さん、辞めた社員の2年分の日報読みますか。事実のない日報は何の意味もありません。必要なのは、お客さんは営業マンとどんな話をしてきたか、誰と話をしてきたか、どんな商品は、どんないきさつで購入して、そのとき何を満足して何を満足しなかったか、誰が反対して誰が反対しなかったか、等などの情報です。これが事実です。

あなたがあらかじめ必要なものをエンジンの上に設定しておけば、営業マンは日報ではなく、営業が終わったとき電車に乗る前の数秒間にボタンを押せば、2年間も3年間もみんなデータになります。全部グラフに残っていますので、ヒアリングする必要は全くない。要は、顧客の情報と営業マンを分離すればいいんです。そのためにシステムが必要になってきますが、インターネットの時代ですから、共有すれば良いのです。ソフトブレンの場合、もともとこのサービスは中小企業向けにはなかったのですが、去年の6月に2部上場してから、株主の中に結構中小企業の社長さんも増えて対応するようになりました。

大事なことは、どうやってものを捉えるか、どうやって皆さんの会社の事業に合わせて営業のプロセスから属人性を排除するか、ということです。 <以下略>

宋会長には講演会後のビジネス交流会にもご出席いただき、参加者の方の個別の質問にも丁寧に応じていただきました。営業の考え方はもちろん、終始笑顔を保ちながらその人柄に、参加者の多くが魅せられたようです。宋会長、本当にありがとうございました。また、スペースの制約上、講演の多くを割愛させていただいたことをお詫言致します。



## インキュベータ「案産館」

### 新事業コース募集開始!!

創業3年以内の方へ

10㎡と19㎡の個室を3室提供します



現在「案産館」では、創業前または創業1年未満の方を対象に、創業準備コース（専用机、共有机を配置した会員制度のオフィス）をご利用いただいておりますが、4月25日から創業準備コースに加えて、次のステップに進まれる方を主な対象に「新事業コース」を開設します。

創業3年以内の方で、新規事業（新分野進出・新技術開発・新商品開発）に取り組んでいる、又は取り組もうとしており、さいたま市内に本社を置き支援を必要としている方を対象としています。

オフィスは、一部屋に3台または2台のデスクを用意しました。

会議室や商談室・応接室も無料、セキュリティーは万全で、24時間ご利用いただけます。

更に、新事業コースでは、スタートアップ期に必要な経営に関する相談、アドバイス、カウンセリング等を無料で受けることができます。また、創業間もない事業者に対し、インキュベーション・マネジャーによるマーケティング等の支援を行い、事業展開のスピードアップを図ります。

### 創業スタートされる社長をお待ちしております

募集企業：3社（3名）

利用期間：1年以内（年度毎に更新・最長3年）

入会金：10,000円

利用料：（共益費込み）

19㎡＝84,000円／月（机3台）

10㎡＝50,000円／月（机2台）

保証金：利用料の2ヶ月分

入会審査：書類審査、面接により決定

利用開始日：平成17年4月25日（月）

申込受付：平成17年3月22日（火）～4月8日（金）

申込方法：詳しくは、ホームページを参照ください

お申込み・お問合せ

（財）さいたま市産業創造財団 支援課 加藤・佐藤

TEL 048-851-6652 Fax 048-851-6653

E-mail shien@sozo-saitama.or.jp

URL http://sozo-saitama.or.jp

### 入会体験記

#### 案産館「創業準備コース」を利用して

平成16年10月22日に開設された案産館「創業準備コース」の最初の入会者である日本キャリアート代表取締役 古木孝典氏に、利用体験を語って頂きました。

私が案産館に入所したのは、今から約5ヶ月前のことです。自分で創業準備を進めていたこともあり、事業計画らしきものは既に用意しておりましたので、当初は「事務所スペースを安く借りられる」くらいの気持ちでした。しかし、実際に入所してみると、そこにはたいへん充実した支援プログラムが用意されていました。毎週受講した「経営基礎講座」では、多くの専門家から直接アドバイスをいただきながら、事業計画の見直し、販路開拓の見直しを繰り返しました。今、入所前に用意した事業計画を見直してみますと、内容がたいへん幼稚に感じられ、「あのまま事業開始しなくてよかった」と安堵しております。全体的な学習は「経営基礎講座」、個別の相談は毎月行われるマネージャーとの「個別相談」と、サポート体制が確立されているのも心強く、不安を感じることなく創業準備に専念できました。

創業準備がまだできていない方にはよい準備期間として、ある程度準備できている方にはよりレベルアップを図るために、また創業時だけでなく創業後の業績向上のために、ぜひご利用されることをお勧めいたします。

ご参考：講座をもとに作成した私のホームページ  
http://www.careert.co.jp

### 事業を始める方のための実務講座

インキュベータ「案産館」では、4月16日から土曜日の昼間、これから事業を始める方のための実務講座を開催します。新事業コース、創業準備コースの利用会員様は優先的に受講できます。

#### 実施講座

期 日	内 容
4 / 16	オリエンテーション 起業の心得 創業期の資金繰り計画
4 / 23	会社設立の考え方・作り方 税と会計の基礎
5 / 14	事業計画作成講座
5 / 21	販路開拓の進め方
5 / 28	事業計画作成講座
6 / 4	公的支援制度について s 創業時のIT活用術
6 / 11	経営に生かすホームページの作り方
6 / 18	経営に生かすホームページの作り方 先輩経営者からのアドバイス



#### 先代の志を守り事業拡大

戦後復興の足音が唸りを上げ始めた1952年（昭和27年）に、先代社長木野久一は、英国ICI社の塗料を、当時自動車ご三家の一つであったいすゞ自動車のヒルマン車用として輸入販売を始めた。これが現在のトキワ化成株式会社の礎である。その後、鳩山政権の国産振興政策を受け、先代木野は新しい日本企業の志を立て大誠化学株式会社を設立。防音塗料「アンチックス」、車両用シーラー剤を製造、いすゞ自動車傘下の工場に納入を始めた。先代木野はアイデア、販売、資金を専らとし、長男の木野明（現社長）が全面的に製造を担当した。この創生期の親子の志は、現在息子二人に脈々と受け継がれている。

#### 技術と設備は当社の自慢

1962年、近代的生産設備工場として改組したトキワ化成株式会社は、蓄積された技術とバラエティに富んだ高度な機械設備のもとに、得意先企業からの絶大な信頼を得ている。特に、混ぜる技術（ニーダー攪拌機）は最高水準と評価され、その他混合分散、脱泡工程等の設備が設置されている。昭和45年に大日本インキの依頼ではじまった防水剤も主力製品のの一つになっている。それら優れた技術と機械設備が強力な営業力となり、社員11名すべてが製造業に従事している会社の営業を支えている面もある。資料に示された主な納入先のリストが、それを如実に物語っているといえる。

#### 環境問題は「廃棄」からの開放

環境問題により溶剤関連は厳しい状況にあるが、省エネ関連製品は今後の主力の一つになると考えている。たとえば撥水（水をはじく）機能をもつコート剤を建物の床に塗ることにより、従来のシート工法の場合の「廃棄」業務からの開放を実現することができる。また



さいたま市内の

## 元気企業

3回目となる今回は、我が国の自動車産業の歩みとともに、車の塗料に携わってこられたトキワ化成を取材。社長・専務お二人の明るい人柄が垣間見られた取材でしたが、その中で、先代の時代から50数年、技術の蓄積、バラエティに富む機械設備の設置等を通じ、如何に大手企業からの信頼を勝ち得てきたかを熱く語っていただきました。（なお、文中の敬称は省略させていただきました。）

### トキワ化成株式会社

所在地	さいたま市桜区新開2-22-4
設立年月	1962年2月
事業内容	・塗料、接着剤、充填剤、防水剤の製造販売 ・瀝青材料、保温保冷材料の製造販売 ほか
従業員	11名
売り上げ	443,000千円（2004年1月期）
役員	代表取締役 木野 明 専務取締役 木野 裕ほか
TEL	048-861-0086 FAX 048-864-8264
主要納品先	・大日本インキ化学工業株式会社 ・横浜ゴム株式会社 ・いすゞ自動車株式会社 ・ディックブルーフィング株式会社 など

二重窓のシール剤（隙間のシール部分）による冷暖房機能、防音機能などによる省エネ住宅の実現等、環境問題への配慮は業種に関らず共通の命題である。ここにも当社が持つ技術・機械設備の伝統が有効に活かされている。

#### 課題は古いKKD経営からの脱却

これまで、優れた技術と設備に裏打ちされていたとはいえ、経営者の経験と勘と度胸（古いKKD）による経営を行ってきた。これからは、データを用いたより科学的な分析、計数に基づく経営を指向し、内外の環境変化に対応できる企業に成長することが課題であろう。

#### 財団を利用して

工場の現場改善をテーマに「専門家派遣」を利用しているが、要求に合った専門家に対応して頂き、大変満足している。財団には様々な支援があり気軽に利用できるのが良いが、財団の存在があまり知られていない気がする。中小企業活性化のため、多くの企業が支援を享受できるよう、あらゆる機会を利用してPRに努めて欲しい。



代表取締役社長  
木野 明



# 知的財産権 Part3

## ～商標登録を有効活用しよう～

今回は、簡単に使える「発明の鉄則」を紹介しました。何かユニークな商品を思いつきましたか？商品ができれば、次に考えるのがネーミングです。最終回となるPart3では、ネーミングに関して、皆さんが起業する場合の基本的な注意点と、商標登録の有効活用について説明したいと思います。皆さんのブランド戦略の参考にしてください。

講師 佐原 雅史  
さはら まさし

株式会社プライナ [代表取締役]  
1973年生まれ。大阪大学機械工学専攻。  
弁理士(平成10年登録)。大手メーカーにて  
設計・開発に従事した後、特許事務所におい  
て、発明発掘から権利化に至るまでの知的  
財産支援を行なう。平成14年に株式会社プ  
ライナ設立。平成16年にプライナ国際特許  
事務所設立。

### POINT 1

#### あなたが会社を設立するときに必要な『商号』

会社を設立する際の一番楽しい瞬間、それは会社名を決めるときでしょう。これから目指すべきビジョン、将来の夢などを参考に会社名をいろいろと考える時間は、希望が大きく膨らみます。この会社名のことを「商号(しょうごう)」といいます。会社を登記する際には法務局に手続きを行います。その書類には「商号」を記載しなければなりません。登記のルールとして、同一市町村内では、既に登記されている他の商号と営業面で区別ができないような商号は登記できません。あなたが生み出した商号が登記されたときは、ホッと安心する瞬間でもあります。

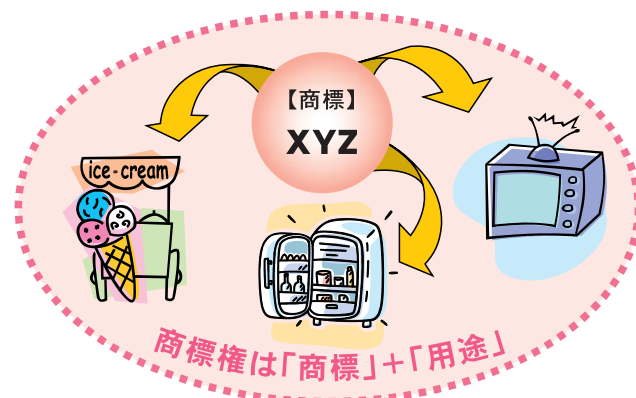
### POINT 2

#### 『商号』と『登録商標』はどこが違うの？

『商号』の登記ルールを知った皆さんは、『あれっ？』と思いませんか。同一市町村内ということは、他の市町村であれば、同じ商号の会社を他人も設立できるということになります。つまり、法務局に申請する商号は、あなただけのものではありません。例えば、さいたま市に会社を登記したとしても、あなたの営業範囲は埼玉県全域、関東全域、いや日本全体に広がる場合もありますね。他の地域で同一

商号の会社と競合したら、あなたの営業努力が、あなたの利益に繋がらない場合があります。そして、お客さんも同じ商号の会社が沢山存在すると混乱するかもしれません。

そこで必要になるのが商標登録(商標権)です。商標登録の申請は「特許庁」に対して行います。登録を受けるには各種ルールに従った審査をクリアする必要がありますが、一番大切なルールは、他人によって先に商標登録されていないことです。従って、「商号」と「商標」はまったく別ルールの下で運営されていることに注意しましょう。商標登録を受ければ、その名称は日本で独占できることになりますので、安心して営業活動ができますね。



### POINT 3

#### Rマークで、登録済みアピール

商標権を獲得したら、積極的に「登録しています！」ということをおアピールしましょう。そうすることで、他人があなたの登録商標を誤って使ってしまうことを未然に防ぐことができます。これがブランド構築の第1歩ですね。このアピールをする際に便利なのがRマークです。このRマークは登録商標にしか用いてはいけなことが法律で決まっています。従って、皆さんも登録を受けたら積極的に利用してください。なお、よく見かける『TM』というマークは、いわゆるトレードマークとして主張しているだけです。いつでも自由に用いることができます。商標登録を受けるまでは、「TM」を活用することいいでしょう。皆さんのブランドが世界に羽ばたいて行くことを願っています。

(登録前) XYZ<sup>TM</sup> → (登録後) XYZ<sup>®</sup>  
Rマークを活用しよう！

全3回にわたって知的財産権を紹介させていただきましたが、いかがでしたでしょうか。ビジネスの成功は、皆さんの「アイデア」と「努力(信用)」の結晶そのものだと思います。あなたのアイデアを守る特許権、信用を守る商標権は、ビジネスの表舞台には出てきませんが、陰から懸命に支えてくれる存在だと思いますので、ぜひ有効活用してください。またお目にかかれる日を楽しみにしております。最後までお読みいただきありがとうございます。

#### 専門家窓口相談のご案内

さいたま市産業創造財団では、専門家による個別相談会を実施しています。

弁理士による相談会は、4月21日(木)の予定です。

費用は無料ですので、ご予約の上、ぜひご利用ください。

お問合せ (財)さいたま市産業創造財団

支援課 中小企業支援担当

TEL 048-851-6652

FAX 048-851-6653

E-mail

t-sasa@sozo-saitama.or.jp

## さいたま市中小企業融資制度 (小口資金・特別小口資金・中口資金)の 申込みの締切日・融資審査会開催予定日一覧表

申込締切日	該当融資審査会開催予定日
平成17年4月11日(月) →	平成17年4月26日(火)
" 28日(木) →	" 5月17日(火)
" 5月13日(金) →	" 31日(火)
" 26日(木) →	" 6月8日(水)
" 6月10日(金) →	" 27日(月)

なお、日程が都合により変更になる場合もありますので、事前にご確認ください。

## 埼玉県信用保証協会主催による 17年度「よろず金融相談」のご案内

下記の日程で、さいたま市産業創造財団内の相談室を使って、埼玉県信用保証協会による「よろず金融相談」を実施いたします。当日は信用保証協会の保証付き融資に関するあらゆるご相談に対応いたしますので、是非ご利用ください。

(予約の必要はございませんが、予約された方がスムーズに相談を受けられます。)

### ①開催日時 毎月1回 下記のとおり開催しております

第1回	第2回	第3回	第4回
4月5日(火)	5月10日(火)	6月7日(火)	7月5日(火)
第5回	第6回	第7回	第8回
8月9日(火)	9月6日(火)	10月4日(火)	11月8日(火)
第9回	第10回	第11回	第12回
12月6日(火)	1月10日(火)	2月7日(火)	3月7日(火)

### ②時間 10:00～17:00

### ③場所 財団法人 さいたま市産業創造財団 相談室

金融課では、中小企業融資のご相談等を行っていますのでご利用ください。

お問合せ (財)さいたま市産業創造財団 金融課  
TEL 048-851-6391 / FAX 048-851-6392

## セミナーのご案内

### 専門家個別相談会

弁理士・税理士・社会保険労務士がアドバイス

#### 弁理士による相談会 (要予約)

個性的な商品や独自技術を開発しても、他社が類似製品を製造販売すれば、その独自性は失われ、商品の競争力は半減してしまいます。開発した商品や技術に対しては、特許権、実用新案権、意匠権、商標権等を取得して、活用することが極めて重要です。

特許等の出願や手続き等の各種テーマに関して、お気軽にご相談ください。

日程 4月21日(木)

相談員 米山 尚志 氏(米山国際特許事務所所長)

#### 税理士による相談会 (要予約)

一言で、税金や財務の話といっても、それぞれの企業で抱えている課題は様々です。しかし、いずれの課題も間際になってあわててもなかなか間に合わないケースが多いのも実情です。先手必勝で早めの対策が極めて重要です。

税務申告・創業・事業承継・財務診断等の各種テーマ

に関して、お気軽にご相談ください。

日程 5月11日(水)

相談員 松波 竜太 氏(松波竜太税理士事務所所長)

#### 社会保険労務士による相談会 (要予約)

「企業は人なり」といいますが、社員を採用したらいかにその能力を発揮してもらうかが企業存続の重要なポイントとなります。きちんと雇用関係を法的に整備することはもちろん、モチベーションを高めるための社内の仕組みを整備することが競争力の源泉となります。

採用・社会保険・助成金・就業規則・給与体系・目標管理制度等の各種テーマに関して、お気軽にご相談ください。

日程 5月13日(金)

相談員 牧田 昌己 氏(牧田経営労務事務所所長)

対象 さいたま市内の中小企業の方及び創業予定の方

会場 さいたま市産業創造財団 相談室

時間 10:00~17:00 相談料 無料

申込み 事前に予約申込みが必要です

お問合せ・お申込み先は

(財)さいたま市産業創造財団 支援課 佐々木

TEL : 048-851-6652 FAX : 048-851-6653

E-mail : t-sasa@sozo-saitama.or.jp

### 事業を始める方のための実務講座

会社設立・事業計画の作成・販路開拓・資金繰り等々...創業直前の方への実践セミナーです。

日時 4月16日(土)・23日(土)・5月14日(土)~6月18日(土)までの毎週土曜日(全8日、13講座)

10:00~16:00

会場 案産館(浦和区元町2丁目9・16 MIO北浦和) 会議室 他

JR京浜東北線 北浦和駅東口 徒歩5分

対象 さいたま市内で創業を考えている方

定員 10名(定員を超えた場合は選考)

受講料 10,000円

お問合せ・お申込み先は

(財)さいたま市産業創造財団 支援課 加藤

TEL : 048-851-6697 FAX : 048-851-6653

E-mail : t-kato@sozo-saitama.or.jp

### 4月1日から勤労者福祉事業を開始します

(財)さいたま市産業創造財団は、4月1日に(財)さいたま市勤労者福祉サービスセンターと統合し、さいたま市内の中小企業(従業員300人以下)で働く方と事業主の皆さんの福利厚生を向上させるための事業(勤労者福祉事業)を開始します。

事業内容としては、ご入会いただいた方に対して、出産祝いやお見舞金などの共済給付をはじめ、人間ドックの補助、レジャー・宿泊施設の割引、各種チケットのあっせんなどのサービスを提供するものです。

申し込みは、事業所単位となります。(従業員一人につき入会金500円、会費(月額)500円)

詳しくは、(財)さいたま市産業創造財団勤労者福祉サービスセンター(TEL 048-840-1133/FAX 048-859-1711)までお問い合わせください。

### 編集部から

梅の花を見たり、たまの暖かい風や日差しで、少しづつ春の気配を感じます。いよいよ新年度のスタートです。これから新事業や創業に挑戦するという方も多いのではないかと思います。

さて、財団は設立1周年を迎えました。4月からは勤労者福祉サービスセンターとの統合により、勤労者福祉事業も開始し、ワンストップサービスをより充実させます。ぜひお気軽にご利用ください。

### Next Stage 第4号

2005年(平成17年)3月25日発行

編集・発行 財団法人さいたま市産業創造財団

URL <http://www.sozo-saitama.or.jp>

さいたま市産業文化センター4階

(〒338-0002 さいたま市中央区下落合5-4-3)

支援課: 中小企業支援担当 TEL 048-851-6652

創業者支援担当 TEL 048-851-6697

総務担当 TEL 048-851-6696

FAX 048-851-6653(、、共通)

E-mail shien@sozo-saitama.or.jp

金融課: TEL 048-851-6391 FAX 048-851-6392

E-mail kinyu@sozo-saitama.or.jp

勤労者福祉サービスセンター(4月1日以降):

TEL 048-840-1133 FAX 048-859-1711

