

▶▶ 中小企業の未来を創造する信頼のパートナー

# アクセス埼玉

ACCESS SAITAMA

6

2024.June  
No.327



株式会社三ツ矢の西堀取締役営業部長

## 特集

お客様目線の「わかりやすい」ホームページとは？

～求人や販路拡大につなげる ホームページ見直しの切り口～

インタビュー

熱いハートでものづくり

株式会社三ツ矢



特集

1

お客様目線の「わかりやすい」ホームページとは？  
～求人や販路拡大につなげる ホームページ見直しの切り口～

インタビュー

株式会社三ツ矢 取締役営業部長 西堀 裕久 氏  
熱いハートでものづくり

わが社のワンポイントPR 公社会員紹介

(株)吉田工務店 (株)Up's Consulting 青木電器工業(株)  
(株)アルナ (株)石野製作所 土田ゴム工業(株)

企業紹介

(株)WILL (熊谷市)

改めて振り返るデジタル技術

第3回 ファイル形式と拡張子 理解しておくべき理由とは

改善っておもしろい！

第3回 壁に耳あり現場に柿内あり

ジェット口埼玉便り

2023年度の貿易投資相談から見る県内企業の関心动向～アジア諸国への輸出相談が大幅増～

これだけは知りたい！税金の知識Q&A

令和6年度法人税関係の税制改正

トピックス

資格取得もサポート！通信教育講座のご案内

information

○ITの専門家による無料相談 ○会員優待セミナー

○令和6年度埼玉県海外出願支援事業(海外出願補助金)の公募 ○マレリ(株)向け新技術新工法展示商談会 出展企業募集

創業者紹介 埼玉で起業した人・ひと・ヒト

(一社)たすけあい 田中 れいかさん

埼玉の造り手

Vol.33 (株)東亜酒造

今月の表紙

8



株式会社三ツ矢

10

12

13

14

15

16

17


18

19

20

広告


**埼玉県信用保証協会**は  
皆さまの資金繰りや事業のお悩みの解決をサポートします



埼玉県信用保証協会

当協会ホームページをご覧ください

埼玉県信用保証協会



**シニアパワーを  
活かしてみませんか**

**事務分野**

- 一般事務
- 経理事務
- 受付案内業務
- データ入力業務

**サービス分野**

- 調理補助
- 品出し・接客・レジ
- マンション管理

**屋内外の一般作業**

- 清掃 ● 軽作業各種
- 検査
- 梱包・包装・荷出し
- 製造業の検品や仕分け

**専門・技術分野**

- 保育補助
- 介護補助
- 学習支援
- 自転車修理

求人・人手不足  
にお悩みの  
事業主さまへ

公益財団法人いきいき埼玉  
では、シニア世代の就業機会  
確保のため「シルバー派遣  
事業」を行っています。経験  
豊富なシニアの力を皆様の  
職場の課題解決に活用しま  
せんか？

お問い合わせは所在市町村のシルバー人材センターへ

TEL **048-728-7841** FAX 048-728-2130

お気軽に  
ご相談下さい  
"相談無料"

売上拡大



補助金



事業承継



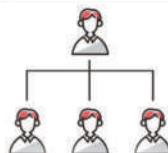
HPデザイン



WEB集客



雇用・労務



詳細はこちらをクリック

## お客様目線の「わかりやすい」ホームページとは？

～求人や販路拡大につなげる ホームページ見直しの切り口～



ホームページコンサルタント永友事務所  
代表 永友一朗

現在、多くの企業でホームページを開設しています。しかし、ホームページ内容が「自社が言いたいことだけ」になってしまっており「閲覧者に響いているか」（求人応募や製品への問い合わせなど、引き合いに貢献しているか）といえ、そうではないことも多いようです。

そこで本記事では、中小企業様がホームページの見直しを行うに当たって考えるべき「お客様目線とは？」「わかりやすさとは？」という切り口をご紹介します。ユーザー（閲覧者）目線のホームページに改善することで人材募集や販路拡大に貢献することを目的にします。

なお、筆者はホームページ制作業ではなく、中立的な立場から中小企業様向けホームページコンサルティング、セミナー講師、執筆を行っているコンサルタントです。

### 1. お客様目線のホームページ内容とは？

そもそもですが、SNSや動画が流行している

現在、「ホームページ」は必要なのでしょうか？  
筆者は「業種によっては必要ないが、製造業などB to B企業では欠かせない、むしろ最も重要なWebツール」と考えています。

SNSや動画がきっかけだとしても、あるいは人から紹介されたにせよ「この会社でいいのかな」と最終確認をするのはホームページでしょう。読者の皆様も新規取引先を探すときや比較検討するときは、ほとんど例外なくホームページを参照することと思います。

ここでのポイントは、ホームページは「必要がなければ見られないもの」であり、「確認のために見られる」ものだということです。あくまでも選択権はユーザー側にあります。

「ホームページは『見せる』ものではなく『見られる』もの」と筆者はよく表現しています。

では、必要があって閲覧されたときに、どうすれば成果につながるのでしょうか。それは「ユーザーがピンときて、納得し、取るべき行動がわか

りやすい」ことが必要でしょう。

繰り返しになりますが、ホームページ閲覧の主導権はユーザー側にあります。「自社ホームページでは、自社の強み／ウリがもれなく十分に言えているか？」が大事なのではなく、「ユーザーがピンとくるか」「ユーザーが納得するか」「ユーザーが取るべき行動を理解できるか」が大事なのです。

本記事では、読者様の状況に応じて、ユーザーを「お客様（潜在顧客）」「会員」「求職者」などと読み替えていただければと思います。

### ◎「ユーザーがピンとくる」ためにはどうすればよい？

ネットの向こう側にいるユーザーは、「探したい」「比較検討したい」「情報の裏取りをしたい（確認をしたい）」など「何らかの動機」があって閲覧することでしょう。何となく無意味にネットサーフィンを楽しんでいるわけではなさそうです。だからこそユーザーは「自分に適した、自分向けの情報なのかどうか？」をまずは判断するのではないのでしょうか。

つまり、われわれホームページ運営側は「他にもない『あなた』に、こんな『メリット』がありますよ」と言ってあげる必要があります。

ここでのポイントは、以下の3点です。

#### (1) 対象者を明確にする（二つ以上の要素で絞って訴求する）

漠然と「埼玉県の皆さん」とか「製造業の皆さん」などと訴えていてはピンとくることはありません。「今年、小学校に上がるお子さんをお持ちの埼玉県民の皆様へ」とか「長尺かつ高精度の金属加工工場をお探しの方へ」など、二つ以上の要素で絞って訴求することをお勧めしています。

ユーザーにピンと来てもらわないと、そもそも閲覧を続けてくれません。明確なターゲットに対して訴えることで、目を留めてもらう必要があります。



▲栃木県那須町のペンション「あじわい」様は「初めて赤ちゃんを連れて家族旅行されるなら、あじわいへ」と銘打って家族連れを多く集客。対象者を絞って訴えることで対象となるお客様の誘因性が高まります。

#### (2) 「あなたは●●できる」というニュアンスの文章にする

読者様のホームページでは「当社は」「弊社自慢の製品群は」など、自社が主語になっていませんか？ お気持ちはわかります。しかし、「ホームページは『見せる』ものではなく『見られる』もの」です。ホームページ閲覧の主導権はユーザー側にあります。自分都合で見ているユーザーに対して「当社は」「弊社自慢の製品群は」と言っても、響きにくいのです。

「あなたは●●ができます」「あなたは●●が選びいただけます」「あなたは●●がお楽しみいただけます」のような「メリット表現」こそ、ユーザーは「自分ごと」としてイメージが湧き、ピンとくるのです。

もちろん「あなたは」という4文字は省略しても構いません。読み手のメリットを示すことが本質です。例えば看護師の求人の場合は「豊富な研修制度があります」ではなく「研修も豊富だからご不安なく復職していただけます」のようなメリット表現を目指していきましょう。



△主語が「当社」の文章例
<p>幸せな毎日は、まず健康から。信頼の医療で、みなさまの健康づくりをお手伝いしています。</p> <p>患者の視点に立ち、人権を尊重した質の高い看護を提供するのがわれわれの使命です。心が通い合う看護を心掛けつつ、日々全力を尽くして看護にあたっています。</p> <p>地域の健やかな健康と暮らしを守る。それが××病院の使命です。</p>
○主語が「あなた」の文章例
<p>ブランクがあるから技術面が心配で…とのお悩み、先輩ナースも同じでした。</p> <p>入職時には医師も加わった研修を実施、採血／静脈内注射や吸引など基本的技術もしっかり学び直すことができますので、復職も安心です。</p> <p>当院では徒歩で通勤できる所に職員寮を完備。また箱根／軽井沢の保養施設と提携しており、いつでも格安料金で利用できます。</p>

▲例えば看護職の求職者に「響く」のはどちらの文章でしょうか。「あなた」（＝閲覧者）を主語にすることで、閲覧者はイメージが湧きやすくなります。

### (3) 「タイパ」の良いページをつくる

「若者は『タイパ』を重視する」という報道を目にしたこともあると思います。読者様のホームページでは、自社の自慢が何ページにもわたって長々と書かれていませんか？

また閲覧者は、貴社のホームページだけを見ているわけではありません。他社と比較しながら、テキパキと「取捨選択」を行おうとしているのです。

若者をはじめ閲覧者は「端的に、自分向けなのかどうか？」を気にしていることでしょう。ぜひタイパ（タイムパフォーマンス：時間に対しどれくらい効果やメリットがあるか、時間対効果のこと）のよい、的確な情報提供のページをつくりたいところですね。



▲名古屋の「つばめタクシーグループ」様は「3分でわかるつばめグループ」というページを設置し、端的な情報提供に努めています。これも閲覧者（＝お客様）目線の姿勢です。

### ◎「ユーザーが納得する」ためにはどうすればよい？

ユーザーがピンと来てくれたとしても、それだけでは「問い合わせ」「申込み」「エントリー」などに即直結することはないでしょう。「腑に落ちる、納得する」というステップが必要です。「腑に落ちる、納得する」には、以下の四つのポイントがあります。

#### (1) 不安と疑問を解消する

繰り返しですが、ホームページは「確認のメディア」です。SNSや動画、紹介などで認知したとしてもホームページで「最終確認、情報の裏取り」をしたいわけです。だからこそホームページの本質は（自社が言いたいことを頑張って言う。ということではなく）「ユーザーが知りたいであろうことに応える」ことが何よりも肝心です。

「経営者や社員はどんな人たちなんだろうか」「これまでのユーザー（お客様／求職者）はどんな評価をしているのだろうか」「取引の全体像はどうなっているのか」「委託側が用意するものは何か」「どれくらいの納期、スケジュールなのか」「気を

付けるべきことは何か」などなど、ユーザーの不安と疑問を慮り、それに応えることでユーザーの納得感が深まっていきます。

## (2) 安心できる根拠と失敗しない(かなえられる)根拠を示す

資格、豊富な実績、対応できる設備、返金/キャンセル制度など、ユーザーの希望がかなえられる根拠を示して納得感を出したいところです。文章表現としても「(当社の××は) ◎◎だから(あなたは) ▲▲ができます」のように「理由を併記」するとよいでしょう。



▲株式会社スリーハイ様(横浜市)のデジタル温度コントローラー。「手にフィットするからラクに持てます」など理由を併記することで納得感を出しています。

## (3) ネガティブな情報も知らせる

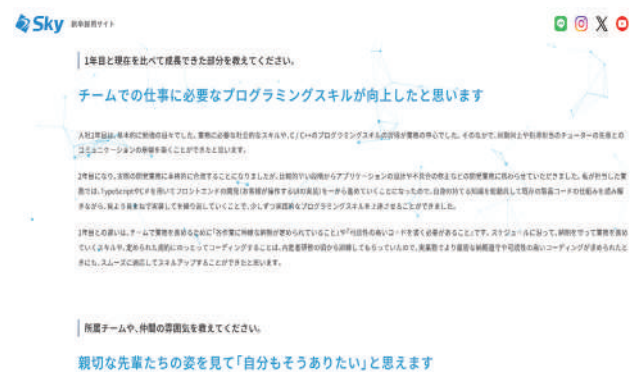
一般的に、ホームページは「いいことばかり書いてある媒体」とユーザーに思われているようです。だからこそ、「承れない」「●●は難しい」「▲▲という懸念はある」のようなネガティブな情報は、かえって信頼感を生むものと思います。ネガティブな情報もホームページに載せることは、信頼性向上だけでなく、ミスマッチ防止にもつながることでしょう。

## (4) エピソードを描写する

ネットだからこそ「イメージを湧かせる」説明が重要です。イメージを湧かせるために、すぐできて有効な方法は「エピソードを描く」ことです。

エピソードとは施工事例、相談事例、導入事例、来店エピソード、入社エピソードなどのことです。

エピソードを描くことで、「どんな方が」利用したかがわかり、自分に向いているかどうか判断しやすくなります。また「どんなときに」利用すればよいか判断しやすいので「自分向けではない」と誤解していたユーザーの誤解も解ける効用があります。そして過去のユーザーが満足したのかどうか判断しやすくなります。ホームページの改善で手詰まりを感じたら、とにかく「エピソードを数多く載せる」ことをまずは検討してください。



▲東京のS k y株式会社様では新卒採用サイトで先輩社員の声を掲載。特に「入社後に自分がどう成長したか?」を描写することで求職者の「自己成長イメージ」を湧かせています。

## ◎「ユーザーが、取るべき行動を理解できる」ためにはどうすればよい?

筆者は20年以上、中小企業様のホームページを毎日のように拝見しています。そこでよく感じるのが「ファーストアクションがわかりにくい」ということです。総じてとても素晴らしいことが書いてあるが、「では、まずどうしたらよいのか?」が明確でないことが多いです。

まずは見積もり依頼なのか? そしてそれはファクスなのか問い合わせフォームなのか? 電話なら何時から何時まで対応なのか? ユーザーが最初取るべきアクションを明確にしてください。そしてそのアクションは、他に比べて目立たせてください。



例えばボタンの色を他とは変えたりとか、全ページからそのアクションに動線があるとか、ユーザーに「あっ、まずは●●をするのが合理的なんだな」とわからせていただければと思います。



▲武藤工業株式会社様（神奈川県大和市）は「Zoomでオンライン工場見学受付」を各ページ下部で誘導。設備を紹介しながらオンラインで問い合わせ対応をしています。

## 2. わかりやすいホームページ表現とは？

前項までで「ピンと来て、納得いただく」という方向性をご提案させていただきました。一方、そのコンテンツ（ホームページ内容）が設置されていても、そもそもホームページが「わかりにくい」と、閲覧を途中でやめてしまうかもしれません。

貴社のホームページでは、以下のような「わかりにくさの原因」がないでしょうか。チェックしてみてください。

- ・似たような名前のコンテンツ／メニューが混在する

以前、とある団体様のホームページで「新着情報」「トピックス」「ニュース」というメニューが並列的に示されていたことがあります。とてもわかりにくいですよ。かつ、本当に見てほしいお知らせが見られないリスクもあります。

これは極論だとしても、貴社ホームページのコンテンツ／メニューは他のコンテンツ／メニューと判別しやすいかは再確認をお勧めします。

・重要なものとそうでないものが区別しにくい  
自社のことをすべて言い切ってしまうと、企業様のホームページに多い傾向です。自社のことを精一杯紹介したいお気持ちはわかりますが、「強弱」をつけないと「すべて読まれない」恐れも出てきます。「特に重要な製品を特に目立たせる」「問い合わせが少ない製品はトップページからリンクをしない」など、情報の強弱を意識してください。

・リンクではないところに下線を使っている  
クリックできると思ったらクリックできないと、ユーザーはストレスを感じることでしょう。強調表現で下線を使うのは、やめましょう。

なお、文字色を多用すると「やぼったい」印象になりますので、併せて注意してください。

「わかりやすさ」を考えると、視点は「ユーザーにとって、どうか？」であることは常に考えていただければと思います。

## 3. ホームページ制作委託時の注意点

ホームページをリニューアルしたり、求人用のホームページ（採用サイト）を新設したりするときに、ホームページを内製（自社社員が自作）するのではなく、外注するというケースも多いでしょう。ここではホームページ制作委託時の注意点を挙げてみます。

### (1) 制作会社選定の注意点

結論的に言えば、制作会社選定の第一目一番地は、見積額の多寡ではなく「担当者とのコミュニケーションが円滑か」になります。こちらの話が理解されないとか、業界のことがわかってくれなさそうとか、コミュニケーションのリズムが合わないと、制作期間から制作後に至るまで、相当なストレスになります。また、思ったようなホームページにならない可能性も高いことでしょう。

委託先が複数の候補まで絞れたら、必ず実際に

対面して打ち合わせを行ってください（その意味でも地元埼玉県内の制作会社を候補にするのがよいでしょう）。そこでは担当者（多くの場合、それがディレクターとして制作全体の指揮を執ります）のコミュニケーション能力を確認していただきたいと思います。

なお、「そもそも委託先を複数まで挙げて絞るための候補は、どうやって見つけるのか」とよく問われます。現実的なお勧めは、加入している商工団体や経営者仲間からの「紹介」です。

## （２）契約関係の注意点

不測の事態（病気、廃業…）のときのバックアップ体制を確認しておくことをお勧めします。例えば実際に、フリーランスの制作者がフリーを辞めて会社員に戻った（ので、案件途中で制作が続けられなくなった）という事例を筆者は複数知っています。フリーランスが良い悪いではなく、バックアップ体制がどうなっているのかの確認は重要です。

## （３）打ち合わせの注意点

契約をして打ち合わせるときは、ホームページの細かい仕様を「指示する」というより「一緒に考えてもらう」のがいいでしょう。まさに「お客様目線」ということについて、制作会社さんも知見をお持ちですので、積極的にディスカッションしたいところです。

制作会社は「業者」「下請け」「外注先」ではなく「運命共同体（パートナー）」です。貴社の販路拡大や人材確保について一緒に考え、共に歩んでくれる仲間だと考えて接するほうがよいでしょう。

なお、ホームページのオープン日が「必達（厳守）」の場合はしっかり伝え、守ってもらいましょう。そもそもホームページを制作する期間は、経営者様が想像するよりも長いものです。半年以上かかることもザラにあります。人気の制作会社さんほど数多くの案件を抱えて忙しい状況です。

また、発注側で原稿準備が遅れたりするとその分、期間は延びてしまいます。ホームページの新規制作やリニューアルは意識的に早め早めに動くよいでしょう。

## ４．アクセスアップとホームページ改善のチェック方法

ホームページを新規作成してリニューアルオープンしても、見てくれないと始まりません。ホームページが閲覧されるにはさまざまな経路がありますが、一般的には「検索エンジン経由」でのアクセスが多いことでしょう。

Googleは「検索エンジン最適化（SEO）スターターガイド」で「人を引きつける有益なコンテンツを作成すれば、このガイドで取り上げている他のどの要因よりもウェブサイトに影響を与える可能性があります」と述べています。

(<https://developers.google.com/search/docs/fundamentals/seo-starter-guide?hl=ja>)

意識すると「検索したユーザーが知りたいであろうことについて、詳しく、ふんだんに伝えるように努めること」がアクセスアップで重要なことだと述べているように筆者は考えています。

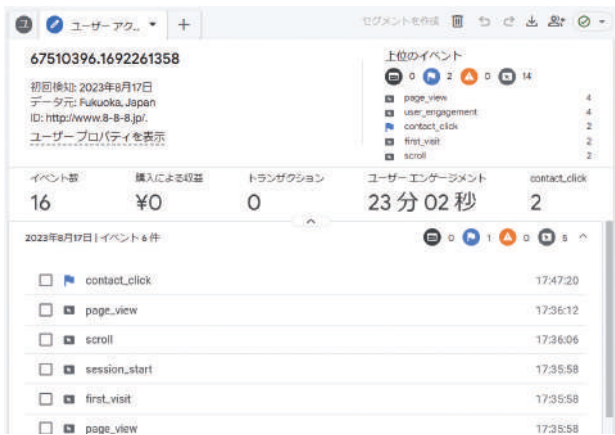
つまり、アクセスアップの観点でも「ユーザーを明確化し」「そのユーザーが知りたい／確認したいであろうことについて丁寧にわかりやすく伝える」という「お客様目線」の発想が必要なのだと思います。

なお、アクセスアップや日々のホームページ運用の改善ポイントをつかむためにも「アクセス解析」は欠かせません。「Google アナリティクス（GA4）」「Google サーチコンソール」などがよく使われています。ツールそのものは無料ですので、ホームページに必ず導入しましょう。

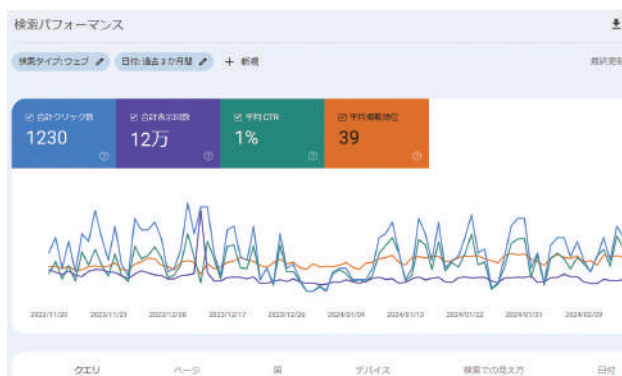
GA4はホームページ全体の閲覧状況チェックができるツールです。設定が必要ですが「問い合わせをしたユーザーは、どのページをどの順番で何秒見ていたのか」などもわかります。



GA 4で特にお勧めなのは「探索」機能の「ユーザーエクスペローラ」メニューです（下図）。個人情報はもちろんわからないまでも、ユーザーがどのルートでどの機器（スマホ／PCなど）でホームページを訪問し、どのページをどの順番で何秒見たか、などがわかります。問い合わせがあったものに絞って確認すれば、どのページが問い合わせに貢献したのかなどが推察できます。



一方、Google 検索コンソール（下図）は「どんなキーワードで検索されて閲覧されたのか。また、そのときの掲載順位は何位だったか」がわかるツールです。検索キーワードはユーザーの「ニーズ」を反映していますので、その分析は非常に有意義です。



GA 4もGoogle検索コンソールも、「ただ見るだけ」では課題が見えてきにくいものです。また項目が多く、データをすべて確認していくのは中小企業様の実務としては非常に難しいはず。本記事で繰り返しお伝えしていますが、「お客様の目線ではどうだったのか？」を検証するという目

的を持ち、それを確認できる項目に絞ってチェックしたいところです。

また、自社ホームページの改善のために、可能であれば実際のお客様などにホームページの使い勝手や所感を率直に聞いてみるのもよいでしょう。B to Cのビジネスであればご家族、配偶者に所感を尋ねるのもいいですが、遠慮がない分、かなり辛辣な意見が出るので気を付けてください。

## 5. まとめ

本記事では、ホームページの改善について「お客様目線」「わかりやすさ」という観点でお話をしてきました。筆者はホームページなどWeb運営の本質は「アナログ」だと考えています。実際の接客や商談、展示会での説明と同様、「相手」を明確にして、その「相手」が知りたいであろう情報を「わかりやすく」伝える。もてなすことは、アナログもデジタルも同じことです。

ぜひ、貴社のホームページを「お客様目線」で改善し、販路拡大や求人の充足等の成果を挙げてくださいことを祈念しております。また、そのチェックとして「アクセス解析」は必ずしていただきたいと願っています。



なお、本記事でホームページのリニューアルやアクセス解析に関心をお持ちになり、具体的な相談をされたい企業様は、公益財団法人埼玉県産業振興公社のDX推進支援グループや、同公社の埼玉県よろず支援拠点のスタッフと日程調整の上、じっくりとディスカッションすることをお勧めします。



問合せ先 公社 DX推進支援グループ

TEL 048 - 621 - 7051



詳細は18頁のinformationを参照ください。

問合せ先 埼玉県よろず支援拠点

TEL 0120 - 973 - 248





「熱いハートでものづくり！ 何でもお問い合わせください」と話す西堀取締役営業部長

## 株式会社三ツ矢



所在地 川口市西川口6-7-31  
 代表者 代表取締役 阿部 恭久 氏  
 事業内容 精密部品の製造および販売  
 資本金 2,295万円 従業員数 35名  
 TEL 048-255-2250  
<https://www.mitsuya-gr.co.jp>

今年、創業50周年を迎え、品質管理棟を新設する同社の西堀取締役営業部長に話を伺いました。

### ■貴社の概要について、教えてください。

**西堀** 創業は1974年、金属の精密加工会社に勤めていた志の高い3人が、その会社が解散するのでお客様に迷惑をかけられないと、その3人で操業再開したので、3人と三本の矢をかけて、社名を「三ツ矢」にしました。金属の精密加工会社を独立された方の中には「三ツ矢」の屋号を使用している加工会社が数社あり、現在も重要なパートナーです。核となった三ツ矢は既存のお客様と新規のお客様にご支持をいただき、業績を伸ばしてきました。この成果は全国に約300社ある優秀なパートナー企業の高品質、高精度の製品のおかげです。

金属と樹脂など素材を選ばず精密加工ができ、特に半導体業界では後工程の治工具類を製造し、工程の効率化、ローコストに貢献しています。マガジン・ウエハーリングなどの搬送用・ダイシング工程、ダイボンディング工程、ワイヤーボンディング工程など納入実績があり高評価をいただ

ています。また、半導体製造用治工具などの製造で得た技術は、お客様の種々の要求に対応できる「ものづくりの力」となりました。

約300社のパートナー企業と協力し、当社の提案力と品質・環境管理のノウハウをコーディネートし、内視鏡部品や腹膜透析部品の医療関連、小型ブレーカー部品、工作機械用部品など製造しています。当社はお客様に恵まれており、お客様の口コミや紹介で各拠点や系列企業様とのお付き合いが増えてきました。特に半導体業界では、当社の提案力や技術力でお客様の「お困り事」の解決や、「コストダウンの提案」などで信頼を得て、現在に至っています。

### ■強みを教えてください。

**西堀** お客様の「図面はないのだけれど、こういう精密部品は製作できる？」「機械が古くて図面がなく部品がつかれない」「輸入された機械が壊れたけど図面がない」などに対して、技術（設計）部門、検査部門を社内に有する当社では、設計・開発から、製造・検査による品質・環境性能保証ま



## 熱いハートでものづくり



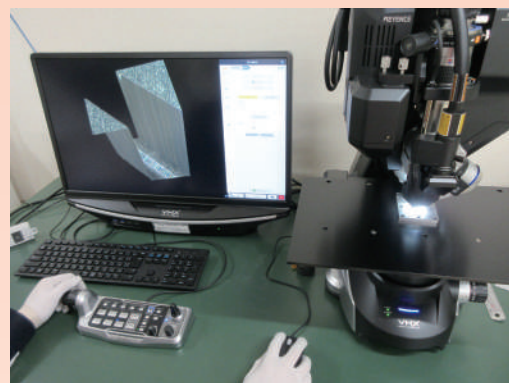
(左) ウエハーリング (右) ウエハーカセットマガジン  
半導体製造の後工程に使用される搬送治具  
5、6、8、12インチサイズをそろえる



医療機器部品難削材  
内視鏡部品や腹膜透析用チタン加工品など難削材  
にも対応。樹脂成形、切削加工等にも利用可能



(左) 三次元測定機 XYZAX ACXEL RDS (東京精密)  
(右上) 非接触三次元測定機 Smart Scope ZIP450 (OGP)  
(右下) 画像処理測定機 IM-8030 (KEYENCE)



マイクروسコープ VHX-8000 (KEYENCE)  
30 ~ 2,000 倍で表面観察と大気中での元素分析が可能

で、ワンストップで対応しています。新規製品だけでなく、カスタマイズや故障部品などの図面化・製作、検査だけのご依頼も幅広く対応します。

半導体製造用治工具の製造で培ったミクロン単位の精密加工技術、各種表面処理、熱処理の知識は「ピンカシメの三ツ矢」とも呼ばれるピンカシメ加工（微細ピン対応や高強度）をはじめ、軽量化、一体化、接合、工法転換、長寿命化、省略化など、幅広い精密加工ソリューション（解決策）をご提供します。

お客様ニーズに合わせて「品質、コスト、納期」を考慮した最適な加工要素をご提案します。また、担当者が部品調達から生産管理、納品まで一貫して対応するため、迅速な納品を実現できることも当社の強みです。

製品環境についてはお客様からの要求が厳しくなっています。例えば、RoHS指令、REACH規制などの調査、3TG（スズ、タンタル、タングステン、金の4種鉱物の総称）、BCP（事業継続計画）、コンプライアンスなど、企業活動には必須の確認事項や証明などが増えています。当社

では可能な限り対応しています。当社で製作納入した製品以外でもメッキや塗装の成分分析などもご相談ください。可能な限り対応しています。

### ■今後の展開・抱負は。

西堀 引き続きプラスアルファのご提案をお客様に進言させていただき、コストダウンや効率化のお手伝いをさせていただきます。

本年中に「品質管理棟を新設し、測定環境を整え、最新の測定機器を使用した測定技術をご提供する」ことです。

今までも測定だけのご依頼はありましたが、測定環境が整いますので、より一層の「測定のご依頼」をお待ちしています。また、パートナー企業様と協力し、お客様のニーズに合わせた製品を「熱いハートでものづくり」の思いを込めて、ご提案いたします。

当社が製作した製品がお客様で最終製品になり、治工具類が最終製品の生産に寄与することで、人々の生活が豊かになるよう貢献できる会社を目指します。

## 株式会社吉田工務店

<https://www.yoshida-kohmuten.co.jp>

**昭和5年創業 地域密着・まちづくり・すまいづくり・人づくりを行う総合建設業者**

さいたま市西区三橋 6-152-10

TEL 048-623-4711

資本金 3,000 万円

従業員数 37 名

### ■事業内容

#### 総合建設業

- 建築工事の設計・請負
- 土木工事の設計・請負
- 舗装工事、<sup>とび</sup>土工工事の設計および請負
- 造園工事の設計・請負
- 管工事の設計・請負
- 解体工事

#### 不動産業

■注文住宅、商業ビル、福祉施設など生活には欠かせない建物の設計から施工まで一貫して行う総合建設業者です。昭和5年の創業以来、地域に密着した工務店として、“新しい感覚と堅実な施工”をモットーに安心・安全な建物づくりを追求しています。どのようにすればお客様が幸せになるか、喜んでいただけるかを利他の精神をもって常に考え、お客様に寄り添い、ご満足いただける快適な空間をご提案、ご提供します。



## 株式会社Up's Consulting

<https://upsconsulting-web.com>

**お客様と共に成長しつづける**

さいたま市見沼区

TEL 080-6641-0628

資本金 100 万円

従業員数 1 名

### ■事業内容

経営戦略策定からコンサルティング

■コンサルティングの基本は「共に成長する」です。そのためにやることは、「ゴールを見据えたバックカスティングの計画」です。経営戦略策定から実践まで、ポイントを押さえれば、PDCAサイクルは回るのです。20年を超える営業経験や海外子会社を黒字化させた実践力をもとに戦略策定で終わらず、一緒に走ることで事業を成功させます。また、研修講師や組織開発、海外展開のアドバイスも活用したコンサルティングを行います。



## 青木電器工業株式会社

<http://www.aokielectric.co.jp>

**常に自信をもってお客様に提供できる「誇れる製品」をつくり続けます**

入間市狭山ヶ原 133-1

TEL 04-2934-1201

資本金 3,114 万円

従業員数 100 名

### ■事業内容

- 自動車機器関連のプレス板金事業
- ステンレス製モール事業

■1948年に設立以降、さまざまな分野の事業に取り組み、関東では数少ない800t プレスを保有し、金型製作から量産まで受注できます。1961年にスタートした自動車機器部品のプレス板金事業およびステンレス製モール事業に特化しています。設立から76年、長年培った経験と技術を継続的な改善活動によりお客様、時代に求められる形に進化させるべく、社員全員で熱意をもって取り組んでいます。





## 株式会社アルナ

<https://aluna.co.jp>

### 社会の変化に対応し、300年企業を目指す

川口市東川口2-2-2  
シマネビル22 7号室  
TEL 048-291-9309  
資本金 4,000万円  
従業員数 29名

#### ■事業内容

額縁・アルミパネルの製造・販売

#### ■受賞歴

- 「日本でいちばん大切にしたい会社」審査員特別賞
- グッドデザイン賞2022
- 埼玉県新製品AWARD2021

■1967年の創業以来、アルミ製額縁の企画・製造・販売を行っています。平面的な額縁だけでなく、アルミの特性を生かした立体額を製造し差別化を図っています。立体額は、ユニフォームやボール、優勝旗など額装することができます。その都度要望に応じて採寸し、最も適した額装方法を提案しています。グッドデザイン賞をはじめ、国内外のデザイン賞を受賞。今年度からアスリート採用を始め、地元スポーツチームの支援活動も行っています。



GOOD DESIGN AWARD  
2022年度受賞



## 株式会社石野製作所

<https://www.ishino-mfg.co.jp>

### 50年以上にわたり多くのお客様のご要望をカタチにしてきた自動包装機メーカー

神奈川県横浜市都筑区東山田町124  
TEL 045-592-5111  
資本金 1,000万円  
従業員数 8名

#### ■事業内容

- 物流搬送装置および各種産業装置のOEM供給・保守サービス
- 自動包装機の生産・保守サービス
- 包装資材販売・購入代行
- シェアオフィス・シェア倉庫サービス

■昭和35年に自動包装機のメーカーとして創立。コンベア振り分け装置のOEM供給、リユースコンテナ開発等の新事業から、土地200坪、建屋400坪を活用した「シェアリングスペース分野」の新ビジネスを推進し、起業家との協業ビジネスも展開しています。50年以上にわたり培われた「技術力」「対応力」「信頼のつながり」を生かし、これからも多くのお客様のご要望をカタチにしていきます。



2024年2月に米国に輸出したカップシール機  
カップ状の容器の開口部にシール材を自動配置し、これを圧着する仕組み

## 土田ゴム工業株式会社

<http://www.tsuchidagomu.jp>

### 安心と信頼、ニーズを満たすオーダーメイド製作

草加市神明1-7-7  
TEL 048-936-6261  
資本金 1,000万円  
従業員数 15名

#### ■事業内容

- 電力関係ゴム製品・NTT関連ゴム製品
- ガス関連製品・特殊オイルシール
- 農機用・建設用ウォーターシール自動車ゴム製品/水膨潤ゴム製品
- 樹脂製品/発泡製品/鋼材製品 ほか

■合成ゴム、シリコンゴム、ゴムスポンジ、ウレタンゴム、天然ゴムなど、さまざまなゴム材料の加工に対応しています。金型成型、金属絞り加工品、金属削り加工品のインサート成型、膨潤ゴム製品成型、抜き加工、切削加工、押出成型など、多種多様な加工方法を提案できることが強みです。優れた品質と高い信頼性にこだわり、常に新しい可能性に挑戦しています。お客様のご要望に沿った開発・製造をモットーに、製品づくりに取り組んでいます。







こんなお悩みありませんか？

- ハローワーク、求人サイト、人材紹介...色々使ったけど、応募がない
- 人材紹介は手数料が高い
- 採用にまで手が回らず、じっくり採用に時間をかける余裕がない
- 人材サービスはたくさんありすぎて、どれを使えばいいのか分からない
- 採用に困っているけど、相談できる相手がいない
- 採用してもすぐに辞めてしまう
- どうしたら定着するのか分からない

■中小企業の採用・定着のチカラになる

中途採用支援サービス「1Team」を展開し、中小企業にとって難題である人材採用の支援を行っています。人材採用に時間を割けない、思うように進まない中小企業と一体となり、効率的でミスマッチのない採用活動を支援します。

■コンサルから採用業務代行・定着支援まで

中小企業は人材採用の専任担当者がいないので、経営者が行う場合が多いです。そこで、同社が課題や魅力をヒアリングし、独自のノウハウに基づき採用業務を代行します。求人票の作成から面接の立ち合い、定着支援までワンストップで行います。

企業から一言

貴社と一緒に採用の成功を目指すゴルフのプロキャディのような存在になれたらと思っています。中途採用支援サービス「1Team」は、採用に苦勞している中小企業の新たな一手となります。

中途採用支援サービス「1Team」のチラシ



代表取締役の角張氏

所在地 熊谷市石原 1130-9  
 代表者 代表取締役 角張 康夫氏  
 事業内容 人材採用等のコンサルティングおよび  
 採用業務代行、キャリアコンサルティング

資本金 500万円  
 TEL 080-4173-6270 創業 2018年  
 E mail kakubari.yasuo@will-corp.com  
 https://1-team.net

## 第3回 ファイル形式と拡張子 理解しておくべき理由とは

株式会社ワズ・ワン 代表取締役 古澤 登志美

ファイル形式と拡張子、そしてアプリケーションとの関係性は、デジタルデバイスを積極的に活用する上で重要なポイントですが、「何となく分かったような、分からないような…」になってしまいがちな領域です。今号では画像ファイルを中心に、それぞれの関係性をひも解いていきましょう。

### ファイル形式とは？ 拡張子とは？

データファイル（ファイル）とは、収集・整理・記録されたデータの集まりです。Wordで作成された文書ファイルはもちろん、デジカメやスマホで撮影された写真も画像ファイルとして、それぞれの規格にのっとりファイルとして作成され、保存されています。

それぞれのファイルには「拡張子」と呼ばれる符号が付与され、ファイル名の後ろに「.（ピリオド）」で区切った数文字の英数字で示されます。この拡張子があることでOSやアプリケーション（アプリ）は、それらのファイルがどんなルールで記されているかを判別できます。そして適切な手段でそのファイルを読み込んで、ユーザーが理解できるように展開してくれるのです。

よく見かける拡張子の例を下表にまとめました。ファイル形式は非常にたくさんありますので、他者から渡されたファイルなどがうまく開けない場合には、拡張子からファイル形式を調べて、どんなアプリで開けるかを確認してみましょう。

拡張子	ファイル形式	主な用途
.docx	Word文書	Wordの標準的な文書
.xlsx	Excelブック	Excelワークシート
.jpg	JPEG画像	画像（写真など）
.csv	CSVファイル	表形式のデータ
.txt	テキスト	書式を持たない文

拡張子はOSの設定により、非表示になっていることがあります。拡張子を表示したい場合には、エクスプローラーのメニューから表示／非表示を切り替えることができます。Windows11の場合、「表示」メニュー内の「表示」から「ファイル名拡張子」のチェックの有無で切り替えができます。

### ファイル形式とアプリケーションの関係性

ファイル形式とアプリは一对一の場合もありますが、複数のアプリで利用できるファイル形式もあり、また、一つのアプリで複数のファイル形式を扱えるものも多いです。例えばJPEG画像は多くの画像編集ソフトで開いて編集できますし、見るだけであればブラウザやPhotoビューワーなどでも閲覧可能です。そのため、ファイルを開く際、優先的に利用するアプリをOSで指定することができます。各ファイルは、優先的に利用されるアプリのアイコンで表示されることが一般的です（下図参照）。



大量のデータをシステム間でやり取りするときに使用されるCSVファイルは、テキストデータの一種であるため、Windowsでは上図のようにメモ帳のアプリで開く設定になっていることが多いですが、データとして扱うためにはExcelの方が便利です。CSVファイルをダブルクリックするだけで、Excelで開くようにしたいときは、Windowsの「設定」→「アプリ」→「既定のアプリ」で設定できます。一時的に特定のアプリで開きたい場合には、ファイルを右クリックして表示されるメニューから「プログラムから開く」で選択することができます。

### 活用したいショートカット

「Ctrl + F」で単語や特定の文字列を見つけたいときに使用できる「検索」機能を起動できます。

各種PDFリーダーやブラウザ、その他さまざまなアプリケーションで共通のショートカットです。FindのFと覚えるといいでしょう。





## 第3回 壁に耳あり現場に柿内あり

株式会社柿内幸夫技術士事務所 所長 柿内幸夫

約30年前、まだ新米のコンサルタントであった私は一人で現場に行き、その職場の皆さんに改善指導をする仕事の進め方をしていました。実はこの頃、大きな悩みを抱えていました。5Sの実行などで現場の見た目上は改善されるのですが、売り上げ、利益、キャッシュフローなどの経営的な効果に十分な貢献ができていないといえなかったのです。

そんな中、ある機械加工会社から改善指導の依頼を受けました。早速伺うと、現場は見たこともないくらい散らかっていて、とても汚れていました。それまではコンサルタントとして、まず状況分析をしていましたが、何よりも整理、清掃が必要だという判断をしました。ゴミだらけに見えた要らなそうなモノを捨てること（整理）や、容器や設備の汚れを取る（清掃）です。

作業を始めると、みるみる職場がきれいになり、うれしくなった私はコンサルタントという立場も忘れ、作業服を一番汚すほど、作業に没頭しました。しばらくして落ち着いて、一緒に働いている皆さんの声に耳を傾けると、私にとっては驚くべき、そして実にうれしい会話が聞こえてきました。

「もっと早くからこれをやりたかったね」「この仕事は一人で完結した方が品質も能率も良くなると思うな」「材料の買い方には問題があるよね」「この設備の位置を変えたいなあ」などなど、具体的で実行すれば即座に利益が増える素晴らしい内容ばかりでした。現場で現物を前にして、担当者間の雑談の中にすごい答えがたくさんあることを発見しました。

結局、その日は最後までずっとそこで作業をし続けました。現場は明らかにきれいになり、改善の方向性も明確になったので、私としては大成功でしたが、一方で大きな心配がありました。改善終了後、社長にその日の活動内容を報告に行くのですが、清掃作業ばかりではコンサルティングとはいえないと、叱られるかもしれないと思ったのです。

ドキドキしながら、まずは皆で一日中、整理と清掃をしたことを正直に話し、その過程で従業員の方

たちから発せられた意見を報告したところ、普段は聞けない社員の声を聞けたと、社長は大変喜んでくださいました。叱られるのではなく、褒められたのです。

驚いた私は、この発見を自分の仕事の改善につながる方法を二つ考えました。一つは、現場の方だけでなく、社長や技術や管理、そして営業の方にも参加していただいて一緒に5S活動をしたら、もっと幅広く多くのアイデアが出そうなので、トップや他部門の人たちも呼ぶ。もう一つは、この活動を丸一日もかけずに3時間くらいで実行したい、ということです。

このやり方を考え始めてしばらくした頃、自動車関係のY社から指導の依頼がありました。私は引き受ける際に、この時に考えた、社長を筆頭に幹部の方も入って一緒に5S活動をして、皆で問題を発見して改善するやり方を提案し、了承をもらい実行しました。結果は驚くべきもので、現場の問題を全員で解決することができ、材料、中間品、完成品のすべての在庫が半分以下になり、不安定だった納期は完全に守れるようになりましたので、厳しかった経営状況が短期間で好転しました。この経験から、5Sが経営成果につながらないという大きな悩みを解決できたのです。

私の改善手法の一つである、モノづくりに関わるすべての人が、現場で現物を見ながらワイワイガヤガヤと議論して、改善して、全体最適の答えを出す方法はこの時から始まりました。







## 2023年度の貿易投資相談から見る県内企業の関心动向 ～アジア諸国への輸出相談が大幅増～

ジェット口埼玉では、貿易や投資など海外ビジネスに関する相談対応業務を行っています。県内企業の皆様からのご相談に、専門アドバイザーが面談、電話、メール等に対応します。

2023年度は前年度から約2割増えて延べ1,072件のご相談が寄せられ、新型コロナウイルスの収束や円安とともに、海外ビジネスへの関心が一段と高まっている状況がみられます。

本稿では2023年度の実績をもとに、県内企業による海外ビジネスの関心状況について、ご紹介します。

### ○アジア地域への関心が一段と高まる

2023年度の貿易投資相談件数を対象地域別にみると、アジア・大洋州が全体の62.2%で昨年度に引き続き過半数を占め、次いで北米・中南米（13.2%）、欧州・ロシア・CIS（独立国家共同体）（10.2%）、中東・アフリカ（5.6%）という順でした（表1）。国・地域単位でみると、中国が増加し米国は昨年度並み、ベトナム、タイ、インドネシア等のアジア諸国が続きます（表2）。

### ○アジア地域への輸出相談が大幅増加

相談目的別では、「日本からの輸出」が全体の約6割を占めて最大で、次いで「日本への輸入」（13.8%）、「日本からの投資」（5.2%）という順でした。従来、輸出・投資共にアジア・大洋州に関するご相談が最多ですが、今回は特に輸出相談で同地域が前年度比約4割増と大きく増えた点が特筆されます。

対象国・地域単位では、輸出相談は米国（80件）、中国（53件）、タイ（41件）、ベトナム（32件）という順で、海外投資相談はベトナム（13件）、フィリピン（6件）、台湾（4件）という順でした。

（表1）対象地域・目的別の貿易投資相談の傾向（単位：件数）

	日本への輸入	日本からの輸出	日本への投資	日本からの投資	その他	合計
アジア・大洋州	114	357	5	41	150	667 (62.2%)
北米・中南米	10	103	1	6	22	142 (13.2%)
欧州・ロシア・CIS	16	70	0	6	17	109 (10.2%)
中東・アフリカ	5	47	0	2	6	60 (5.6%)
その他	3	53	1	1	36	94 (8.8%)
合計	148 (13.8%)	630 (58.8%)	7 (0.7%)	56 (5.2%)	231 (21.5%)	1,072 (100%)

（表2）貿易投資相談の対象地域・国別ランキング（単位：件数）

1	中国	132
2	米国	109
3	ベトナム	62
4	タイ	59
5	インドネシア	41

### ○ジェット口支援を活用して埼玉から世界へ！

世界的なインフレや各種コストの上昇など、海外ビジネスを取り巻く環境は引き続き困難を抱えていますが、県内企業でも海外ビジネスに積極的に取り組み、ジェット口のサービスも活用して着実に成果を出している企業があります。

業種も製品もさまざまな企業の事例は、ぜひ弊所ホームページでご確認ください。「埼玉から世界へ！（ジェット口活用事例、海外ビジネス展開事例）」



海外ビジネスについてのご相談はお気軽に  
ジェット口埼玉まで！ Email STM@jetro.go.jp

広告



まっすぐ、あなたへ。  
**埼玉縣信用金庫**

本部 熊谷市久下4丁目141番地  
048(526)1111



# これだけは知りたい！ 税金の知識 Q&A

税理士・行政書士

元 文京学院大学講師 野口邦雄

## Q 令和6年度法人税関係の税制改正

令和6年度法人税関係の税制改正について、中小企業を中心に教えてください。

A

### (1) 賃上げ促進税制の延長および見直し

賃上げ促進税制について、教育訓練費を増やす企業への上乗せ措置の要件を緩和するとともに、子育てと仕事の両立支援や女性活躍支援に積極的な企業への税額控除率の上乗せ措置が創設され、適用期限が3年間延長されます。

中小企業においては、賃上げ率の要件（1.5%、2.5%）および税額控除率は現行を維持しつつ、賃上げの裾野を一層広げるため、赤字の中小企業にも賃上げのインセンティブとなるよう、繰り越し控除措置が創設されます。

### (2) 交際費等の損金不算入制度の延長および見直し

交際費課税について、以下の措置が講じられます。

- ① 中小法人の交際費課税の特例措置（定額控除限度額800万円まで損金算入可）と交際費のうち接待飲食費の50%まで損金算入できる特例措置（資本金100億円以下の大法人も適用可）が3年間延長されます。
- ② 交際費等の範囲から除外される一定の飲食費に係る金額基準が1人当たり1万円以下（現行：5,000円以下）に引き上げられます。

適用時期

①の改正は令和9年3月31日までの間に開始する各事業年度に適用されます。②の改正は令和6年4月1日以後に支出する飲食費について適用されます。

### (3) 中小企業者等の少額減価償却資産の取得価額の損金算入の特例の延長および見直し

中小企業者等の少額減価償却資産の取得価額の損金算入特例は、取得価額が30万円未満の減価償却資産（少額減価償却資産）を取得した場合、合計額300万円を限度として、全額損金算入できる特例です。

改正案では、法人税の申告書等をe-Taxで提出しなければならない法人（農業協同組合等）のうち、常時使用する従業員が300人を超える法人を対象法人から除外した上で、適用期限が2年間延長されます。適用時期

令和6年4月1日から令和8年3月31日までの間に少額減価償却資産を取得等して、事業の用に供した場合に適用されます。

「経営セーフティ共済」掛金の損金算入が制限されます

取引先の倒産等による連鎖倒産から中小企業を守る「経営セーフティ共済」（中小企業倒産防止共済）。掛金は、損金または必要経費に全額算入できるのが魅力の一つでしたが、令和6年10月1日以後は、解約後に再加入した場合の損金算入について、一定の制限が設けられます。

令和6年10月1日以後の解約から、掛金の損金算入が2年間「不可」になります。

令和6年度税制改正により、令和6年10月1日以後に解約した場合、再度加入しても解約後2年を経過する日までの間に支出する共済掛金の損金算入ができなくなります（加入は可能、所得税についても同様の取り扱い）。

出典：中小企業庁「中小企業倒産防止共済制度の不適切な利用への対応について」（令和6年1月）

この改正は、「中小企業の連鎖倒産防止」という同制度の趣旨に沿ったものですが、安易な任意解約には注意が必要となります。

参考：独立行政法人中小企業基盤整備機構Webサイト「共済サポートnavi 中小機構の共済制度」等

広告

The advertisement is divided into three main sections. The left section promotes 'New Comprehensive Fire Insurance' (新総合火災共済) with a focus on '4 things beyond fire' (火災だけではない4つのプラン) and 'worry-free support for buildings, household assets, and real estate' (幅広い補償で建物、家財、おまじ不動産をサポート). The middle section promotes 'Comprehensive Fire Insurance' (総合火災共済) and 'General Fire Insurance' (普通火災共済) with the slogan 'Let's work together with peace of mind' (安心をつなげて繋ぐ助け合い). The right section features a red banner for 'Automobile Mutual Aid' (自動車総合共済) with the acronym 'MAP' (Mutual Automobile Policy) and a rainbow graphic. Below this, it identifies the provider as 'Saitama Prefecture Recognized Saitama Fire Mutual Aid Association' (埼玉県認可 埼玉県火災共済協同組合) and provides contact information: 'Saitama City, Sakuragi-cho 1-7-5 (Sonnic City Building 7th floor)' (さいたま市大宮区桜木町1-7-5(ソニックシティビル7階)), Tel: 048-641-9203 (ext.) Fax: 048-645-6984.





## 公社情報

デジタル活用に関するお悩みを一緒に解決！  
～ITの専門家による無料相談～  
<https://www.saitama-j.or.jp/ict/servicead>



商業・サービス産業事業者を対象に、ホームページやSNSを活用した集客、キャッシュレス決済やペーパーレス化などの業務効率化のための、デジタル活用・導入支援を行います。

**対象** 県内の商業・サービス産業事業者  
(小売り販売を行う他業種も含む。ご不明な場合はお問い合わせください。)

**相談日** 月曜日～金曜日(ご予約時に調整します)  
(年末年始・土日祝日を除く)

**相談時間** 10:00～16:30(最大2時間/回)

**相談例** ホームページ、SNS、ネット(広告、ショップ)、システム・アプリ、キャッシュレス決済など  
※ホームページの制作・更新代行、アプリケーションソフトの開発や操作等の作業は行いません。

**支援回数** 1案件当たり概ね3～4回

**相談形式** 訪問相談およびオンライン(Zoom)相談

**申込方法** 事前予約制 **費用** 無料

**問合せ先** 公社 DX推進支援グループ  
TEL 048-621-7051

## 公社情報

[Web配信]会員優待セミナー  
SNS×採用!ゼロから始める  
ソーシャルリクルーティングセミナー  
<https://www.saitama-j.or.jp/seminar/24kua>



「ソーシャルリクルーティング」とは、SNSを活用した採用方法です。本セミナーでは、アカウントを整える方法からSNS活用のコツ、成功事例をお伝えします。ゼロから簡単にソーシャルリクルーティングを始めてみませんか!

**日時** 6/21(金)13:30～15:30 ZoomによるWeb配信

**内容** ○企業のSNS活用の現状

○ソーシャルリクルーティングがおすすめの理由

○フォローしたくなるInstagramアカウントの世界観を整える方法 他

**講師** (株)BESW 代表取締役 田中 千晶 氏

**定員** 50名 **費用** 会員無料 一般2,100円

**問合せ先** 公社 研修・情報グループ  
TEL 048-647-4087

## 公社情報

令和6年度埼玉県海外出願支援事業  
(海外出願補助金)の公募  
公募締切 6/21(金)12時【必着】  
<https://www.saitama-j.or.jp/shikin/r6/kaigaisyutugan>



公社では、産業財産権(特許、商標等)の戦略的な海外展開を目指す県内中小企業等を支援するため、海外出願にかかる費用の一部を助成します。

**対象者** 県内に本社または事業所を有する中小企業者等

**補助率** 補助対象経費総額の1/2以内

**対象出願** 下記を合計して最大300万円まで

**および補助額上限** 特許:150万円、実用新案:60万円

意匠:60万円、商標:60万円  
冒認対策商標:30万円

**対象経費** 外国特許庁への出願手数料、国内代理人費用、現地代理人費用、翻訳費

**問合せ先** 公社 産学・知財支援グループ  
TEL 048-621-7050

## 公社情報

マレリ(株)向け新技術新工法  
展示商談会 出展企業募集  
応募締切 6/10(月)17時  
<https://www.saitama-j.or.jp/sentan/jidosha/ma20240724>



自動車部品メーカーのマレリ(株)から、県内企業や公社モビリティ部会会員企業の皆様を対象として、新技術・新工法、新製品を提案する機会をいただきました。マレリ(株)



昨年度の展示商談会

からの新規受注獲得の大きなチャンスです。

ぜひ、ご出展ください。

**日時** 7/24(水)、25(木) 2日間 10:00～16:00

**会場** マレリ株式会社 吉見工場(吉見町)

**対象者** 次の1および2の両方に該当する企業

- 1 県内に本社や事業所を有する企業またはモビリティ部会会員企業
- 2 マレリ(株)からの技術ニーズに対応できる提案が可能なこと

**募集数** 25社(出展企業は審査の上決定します。応募いただいてもご希望に添えない場合がございますので、あらかじめご了承ください。)

**費用** 無料(1社・1ブース:上記写真参照)

**問合せ先** 公社 技術開発支援グループ  
TEL 048-711-6870



一般社団法人たすけあい

田中 れいか さん

創業のきっかけは？

会社員になれない自分に葛藤しつつも、社会とつながる方法を考え、22歳で個人事業主として開業しました。その後、児童養護施設の出身モデルとして、親元を離れて暮らす「社会的養護」の子どもたちへの理解の輪を広げる講演活動や情報発信を始めました。発信を通じて、施設で働く職員やNPO団体で支援をするスタッフ、施設を巣立った人たちと出会い、「もっとたくさんの人に社会的養護を知ってほしい」という思いがあることを知りました。「直接の支援はできないけれども、情報発信ならできるかも」と思い、社会的養護専門情報サイト「たすけあい」を開設しました。

事業内容は？

社会的養護専門情報サイト「たすけあい」では、ウェブサイトとYouTubeの2本柱で、親元を離れて暮らす子どもたちの現状や課題の発信をしています。

また、寄付に対する敷居を下げ、裾野を広げる取り組みとして、少額や単発でも児童養護施設等に寄付できる、ほしい物リストを活用した寄付サイト「ナカソラ」を運営し、“理解の輪”を広げるための講演やイベントへの登壇も行っています。

今後の展開・夢は？

これからも親を頼れない子どもたちや施設で働く職員が安心できる情報を届け、社会的養護への理解促進に寄与していきます。地域に密着した啓発活動、中高生向けキャリア支援等も行っていきたいです。



田中 れいか (たなか れいか) さん (28)

1995年東京生まれ、さいたま市在住。親の離婚をきっかけに7歳～18歳まで児童養護施設で生活。退所後は短期大学に進学し保育士資格を取得。その後モデルの道に。社会的養護から進学する子たちの受験費用をサポートする一般社団法人ゆめさば代表理事でもある。

一般社団法人たすけあい <https://tasukeai.co>  
 さいたま市中央区上落合2-3-2  
 新都心ビジネス交流プラザ3階 COCOオフィス  
 創業 2016年4月  
 事業内容 社会的養護専門メディア運営、講演活動、施設職員向け研修 等



2020年にYouTubeチャンネル「社会的養護専門 たすけあいch」を開設。専門書や勉強会よりも「詳しく、分かりやすく」発信



さいたま市の児童養護施設で、中高生向けに卓話「18歳で施設を卒業、モデルになるまで」を開催



児童養護施設をアップデートする、新しい「社会的養護」入門書出版



講演の聴講者に配布しているステッカー。中高生はもちろん、企業経営者にも配布中

広告

労務プロセスの最適化をワンストップでトータルサポート

**打刻**  
  
 出退勤打刻

**管理**  
  
 勤怠集計処理

**給与計算**  
  
 データ移行・給与計算

**照会・閲覧**  
  
 PC・スマホ照会

株式会社 **日東テクノブレーン**

〒359-1144 埼玉県所沢市西所沢1-14-14  
 0120-977-837 <http://www.nitto-tech.co.jp>





# 埼玉の造り手

Vol. 33

(株)東亜酒造



## 未来に向けて常にチャレンジ

来年で創業400年を迎える老舗でありながら、次の10年、その次の10年へと未来に向けて常に新しいことにチャレンジしている酒蔵。清酒の他、ウイスキーや焼酎、合成清酒など、さまざまな種類を取り扱っていることが強みである。

清酒の看板銘柄は「晴菊」「<sup>はれくさ</sup>貉藻」「<sup>かみのみ</sup>神の泉」など。

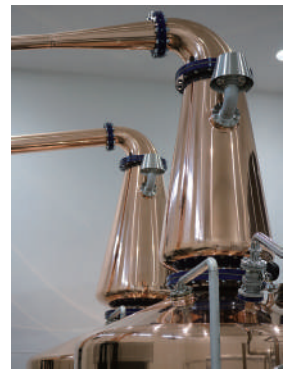
晴菊は、淡麗でやや甘口、芳醇な香りと爽やかな口当たりが特徴。

貉藻は、地元で収穫された「彩のかがやき」を丁寧に磨き上げ、醸し出したお酒で、冷やすとキリッとした口当たりでキレイがいい、お燗にすると一層ふくよかに広がる。温度による表情の変化が楽しめる逸品。

神の泉は、純米酒、原酒、淡麗辛口の三つの種類があり、それぞれの特徴を楽しめる。



製麹作業の風景



羽生蒸溜所のポットスチル

## 新ブランド立ち上げ&ウイスキー蒸留復活

看板銘柄とは別に2年前に新ブランドを立ち上げた。それが純米吟醸酒の「ikou」だ。開発メンバーには、お酒が好きで自分の手でつくりたいと他業界から転職してきた社員4人が抜てきされた。当時は全員、同社での酒づくり経験が1年半~5年と浅かったが、酒づくりに対する思いはとても強い。普段日本酒を飲まない若い女性にも飲んでいただきたいというコンセプトの設定から、どのような酵母を使い、どのような味をつくり、そしてどのように売るのがまで、自分たちで一から考えて決めている。ラベルは4人の千支をあしらって、女性も手を伸ばしやすいポップなデザインである。昨年よりも良いものをつくるという強い信念のもと、試行錯誤を繰り返しながら、探求を続ける。

清酒に続くもう一つの柱であるウイスキーも好評。2016年からの輸入モルトブレンドの製品化に続き、20年の時を経て、モルト原酒の自社蒸留も2021年2月に復活させた。今年は仕込みから3年がたち、順調に熟成できていると仲田社長は笑顔で語る。同社のウイスキー復活を待ち望むファンがその味を楽しめる日は、そう遠くない未来にやってくるかもしれない。



「羽生駅から徒歩5分とアクセスが良いことから、ここ羽生蒸溜所に工場見学施設や限定品が並ぶショップなどを併設することを計画している。人々が集まり楽しんでもらえるスポットになれば」と、来年のオープンに向けて準備を進める仲田社長。

## 株式会社東亜酒造

<https://www.toashuzo.com>

羽生市西4-1-11 Tel 048-561-3311

代表者 代表取締役社長 仲田 恭久 氏

創業 1625年 資本金 1,000万円 従業員数 65名

事業内容 酒類（清酒・合成清酒・焼酎・ウイスキー・リキュール・スピリッツ）の製造販売、輸出入食料品の加工販売

購入方法 市内酒販店ほか、オンラインショップ「とうあの蔵」

<https://www.toanokura.com>

### ● 一般社団法人埼玉県物産観光協会の紹介

一般社団法人埼玉県物産観光協会は、日々新しく生まれる魅力的な県産品や生産者の思いを『SAITAMA BRAND』として発信し、多くの皆様に知っていただきたく、「埼玉県新商品 AWARD」を立ち上げました。埼玉県の生産者が技術と伝統、土地の恵みを生かして開発した素晴らしい商品をご覧ください。

<https://chocotabi-saitama.jp/award>



晴菊 大吟醸



貉藻



ikou

## ● 読者プレゼント実施中!

東亜酒造の「晴菊 大吟醸」「貉藻」「ikou」をそれぞれ1名様、合計3名様にプレゼントいたします。応募は、本コーナーの感想などを添えて、「企業名、所在地、役職・氏名、電話番号、東亜酒造のお酒1点希望」を記載の上、[so-dan@saitama-j.or.jp](mailto:so-dan@saitama-j.or.jp)宛てメール、または、右の読者プレゼントの専用QRコードから、6月24日(月)までに、ご応募ください。当選者の発表および当選商品は、商品の発送をもって代えさせていただきます。





製造業  
を  
応援

PRと採用を支援する

# 映像制作



売上げ  
UPや、

コストの  
削減、

人材  
採用など

ご相談  
ください

動画で  
サポート  
します！

「埼玉 映像制作」GoogleクチコミNo.1

☎048-762-7907

株式会社チェリービー

🔍 チェリービー

カビの発生を遅らせる防カビフィルムを採用 特許第7178106号

## 防カビバッグ Go Block

衣類 靴 生活用品

カビの発生を抑制する機能性フィルムを使用した保存バッグ（10枚入）です。  
40×47cmの大きめサイズで衣類や靴、生活用品などの整理収納に活躍します。



大きさ

40cm

ジッパー下  
47cm

⚠️ 食品と食器類には使用できません。

アマゾン、楽天市場で販売中



アマゾン

楽天市場

山進社印刷株式会社

〒367-0073 埼玉県本庄市都島 570-43  
TEL.0495-24-2451 FAX.0495-21-8853

Sansinsya

金融+で、未来をプラスに。RESONA GROUP

# ビジネスプラザ さいたまの 創業支援

## 創業から業容拡大まで “こまりごと”を解決します

- 起業検討段階から起業後の方まで課題解決をお手伝いします
- 金融面のアドバイスだけでなく、セミナー開催等により、创业者の皆さまが抱える課題の解決をお手伝いします
- 公的支援機関や外部専門機関と連携し、皆さま個々の課題にも解決策をご提供します
- 创业者同士のビジネスマッチングや交流会などを通じて、事業成功に向けた起業前後の様々なお悩みにソリューションを提供します

販路拡大

体制整備

資金管理・資金調達

事業計画

専門家とのネットワーク

経営相談

IPO(新規上場株式)



### ～創業支援デスクを設置いたしました～

事業計画や資金調達、販路拡大など創業から業容の拡大までサポートはもちろんのこと、その先にあるIPOにいたるまで、企業の成長をどこまでもしっかり応援致します。

口座開設の際は、ぜひ埼玉りそな銀行をご利用下さい

お客様の“こまりごと”を解決するお手伝い!

 **Business Plaza**

RESONA **ビジネスプラザ さいたま**

〒330-0843 さいたま市大宮区吉敷町 4-262-16 (マルキュービル)  
さいたま新都心支店 3階 TEL: 048-851-3232 FAX: 048-601-3455  
(営業時間 平日 / 9:00 - 17:00 定休日 土日祝日の他、銀行休業日)

<https://www.saitamaresona.co.jp/bps/>



JR 高崎線・宇都宮線・京浜東北線  
「さいたま新都心駅」東口徒歩3分  
※お越しの際は、公共交通機関をご利用ください。

 **埼玉りそな銀行**