

## 入居企業紹介 その76

SICに入居されている企業をご紹介します。

SIC-1 327

### テイクオフコンサルティング



#### 【代表プロフィール】

#### テイクオフコンサルティング

代表 上出 武史(かみで たけし)さん

大手半導体系メーカーにてエンジニアとして、また、不動産関連の営業職、外資系企業のセールスエンジニアと技術職と営業職の経験を活かし2009年に独立。

近々、第二子の誕生予定(2011.1.28時点)。

#### 【起業しようと思ったきっかけは?】

父親が会社経営に携わっていた環境もあり、物心ついたときから自分自身が起業することは将来像としてイメージしていた。もともと理系肌で、起業前に社会経験が必要と考えていたためサラリーマンの経験をした。現場での実務を経ながらインターネットマーケティングの世界を知り、小学生のころからコンピュータにも親しんでいたこともあって必然的な出会いを感じつつ独立を決意した。

2009年9月にSICの創業準備オフィスに入居し、売上を徐々に伸ばすことができたため、1年後にはSIC-1に移った。

#### 【事業紹介】

事業内容はインターネットを利用しての商品・サービスの売上アップを狙う企業をターゲットとしたインターネットコンサルティング。商品・サービスの特性によっては、インターネットを利用することでこれまでの販売、広告方法よりも効率を高めることができるが、ほとんどの中小企業はホームページへの投資対効果が低く、不満を抱えているのが実情である。インターネットを活用した売上アップには経験に裏付けされたインターネットマーケティングのノウハウが不可欠である。

テイクオフコンサルティングでは数百サイトのホームページを運営し、あらゆる特性を持つ商品・サービスの販売や見込み客の獲得を行っており、顧客となる企業へはそれぞれに対してより効果的なマーケティング・サポートが提供できるのが最大の強み。

また、ホームページ制作にかかるイニシャルコストを対価として受け取るのが一般的であるが、当社では売上アップ、または広告効果の向上に連動して成果報酬を受け取る方式を採っており、顧客にとっては効果が未知数な初期投資の負担を軽減できるというメリットがある。

昨今、SEO(検索エンジン対策)技術はインターネットに関わるほとんどの人が関心を寄せる領域であるが、変化も激しい。しかし当社では常にその変化の中でパフォーマンス向上を繰り返しており、それも高い顧客満足へとつながっている。

#### 【これからの夢または目標は?】

インターネット業界はまだまだ成長の可能性があると感じている。インターネットに特化したマーケティングスキルをさらに磨きをかけて、他社との差別化を図りながら事業を拡大し、特に軌道に乗り出したコンサルティング事業はサラリーマン時代の営業経験を活かして着実にクライアントを増やしていきたい。



#### 探しています!

ホームページ制作のスキルがある個人、またはフリーランサーの方をパートナーとして探しています。HTML、CSS、画像加工に関する経験のある方がいらっしゃれば、一度声を掛けてください。

テイクオフコンサルティング

SIC-1 327号室 TEL /FAX 042-770-9941

e-mail info@takeoff-consulting.net



# 入居企業トピックス

## ●今月の掲載記事紹介

12月の新聞紙上に掲載された企業をご紹介します。ご紹介する記事は、SIC-1と2に掲示していますので、どうぞご覧ください。

1月25日(火) 株式会社ファンメディア  
 神奈川新聞 挑む 中小企業の欄で紹介されました。  
 「15万人ダイエットサイト」

## 入居企業の皆様へご案内 2月の販売予定日 in SIC

くるまかふえ Sky Days  
<http://skydays.net>



4日(金)  
 18日(金)  
 25日(金)

営業時間 11:00 ~ 16:00



ベーグルショップ 米来

<http://www.bgr-shop.jp/>

1日(火)  
 8日(火)  
 15日(火)  
 22日(火)

営業時間 12:00 ~ 18:00

パン・飲み物ともなくなり次第終了です。

## SIC トピックス

マレーシア国職業訓練校の20名の指導員の方々が、  
 視察に見えました。

ご存知の方もいらっしゃると思いますが、SICでは、毎年日本国内外からの視察を受け入れています。1月19日(水曜日)には、マレーシアの職業訓練校の指導員の方々が、当センターへ視察に見え、プレサイスゲージ(株)とさがみはら表面技術研究所を訪問されました。

今年も、東南アジアや中東諸国等からの視察が予想されます。センターでは、視察にご協力頂ける企業を募集しています。ご興味のある方は、スタッフまでご連絡ください。お待ちしております。



## SIC からのお知らせ

# ものづくり 経営相談



SICでは、ものづくり経営相談(無料)を実施しています。いつでもお申込み、お問い合わせ下さい。お待ちしております!

相模原市内の「ものづくり企業」(製造業または情報通信業)を対象に経営相談(無料)を実施しています。お申し込みは、SICホームページから。 <http://www.sic-sagamihara.jp>

# 2011年2月

【今月の経営スケジュール(3月期決算の会社参考)】

経理: 1月源泉税・地方税納付、給与計算・試算表作成

Sky daysさんが来る日  
 米来さんが来る日

日	月	火	水	木	金	土
30	31	1 会議室4月分 予約受付開始 	2	3 節分 旧正月	4  立春	5 *SIC-2 エレベーター点検 経営塾
6	7	8 針供養 *SIC-1 エレベーター点検 	9 <span style="border: 1px solid red; padding: 2px;">いい会社の魅力を「見る/伝える」 企業取材ツアー 9日~10日</span>	10	11 建国記念の日	12
13	14 SIC-2 ガラス清掃 害虫駆除	15	16	17	18	19
20	21	22	23 *SIC-2 揚水ポンプ点検 9:30~10:30 断水	24	25 職場リーダー養成塾	26
27	28	1	2	3	4	5

\* エレベーター点検 SIC-1 9:30~11:00 SIC-2 9:30~11:30の間はご利用になれません。 お問い合わせは 生井(内線1116)まで



## 長期的なイメージ創造活動 「SICブランド」って

新しい年がスタートして、早くも1か月が経ちました。事業年度(平成22年度)期末まで、あと2か月。公的事業などでは、ひとつの区切りですので、詰めの仕事が大切になるかと思えます。また、もう一方で、企業によって、決算期は違いますが、次の年度を考える時期かもしれません。経営計画や事業計画の立案です。

SICの2011年は、設立から12年が経過し、13年目に入ります。SIC事業では、3つの事業が10周年を迎えます。「経営塾」「こどもアントレ」「ヒューマンデザイン開発支援事業」です。経営塾は、2001年に、経営者育成塾としてスタート。約100名の方が卒業されています。こどもアントレも、毎年参加希望の方が増加し、昨年は定員48名のところ、300名を超える応募数になりました。いずれの事業も、地域に定着し、意義を認めていただいているのではないかと考えております。そして、このような取り組みの一つ一つが、SICの「ブランド」を作っていると考えられます。

そこで、「SICブランド」とは、どんなものなのか、もう少し掘り下げて考えようと試みました。しかし、残念なことに、私自身の中で整理できていないことに気がつきました。そこで、「ブランド」について、少し聞きかじってみました。「ブランド(Brand)」という言葉は、英語で「焼印を押す」という意味のBurnedから派生したものです。「カウボーイは、一緒に放牧してある他人の牛から自分の牛を区別できるように、牛の脇腹に独特の焼印を押します。」(※文献)ということだそうです。SICと他組織との差異をわかりやすくする。独自性を主張する。このようなことが目的となっているようです。

もう少し詳しく表現すると「ブランドとは、自社製品を他メーカーから区別するためのシンボル、マーク、デザイン、名前のことです。ブランディングとは、競合商品に対して自社ブランドに差別的優位性を与えるための長期的なイメージ創造活動のことです。」(※文献)長期戦略として捉えることが大切なようです。

では、企業にとって、「ブランド」は、どのような効果をもたらすのでしょうか?

「企業にとっての収益源を、顧客ベースでみると次の二つになります。ひとつは、既存顧客のロイヤリティを高めて自社製品

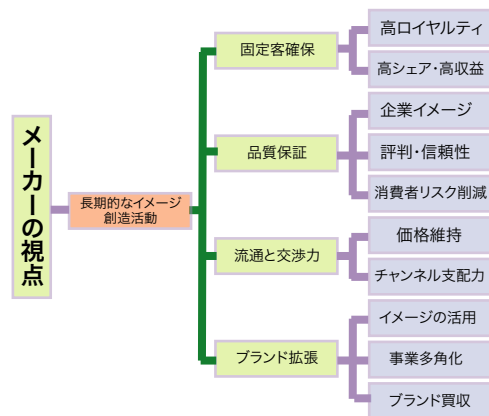
を購入し続けてもらうことです。もうひとつは、新規に顧客を開拓して顧客のベースをひろげることです。」「現在のように消費者の好みが多様化して市場が飽和した状態では、消費者がなかなか新しいものに飛びつかなくなっています。」「これまでの顧客をしっかりとつかむ方が、企業にとってはマーケティングの効率が高いのです。」(※文献) 下図によって、イメージしていただけたらと思います。

「ブランド名には、企業ブランド、製品クラス、ファミリー・ブランド、個別ブランド、製品仕様など、いくつかの階層があります。」「イメージが確立したブランドでは、製品カテゴリー、使用状況、ユーザー、国や文化などとブランド名が強く結びついています。」(※文献)なるほど、いくつかの階層があり、国や文化にまで関係するものなんですね・・・。

話は、元に戻りますが、「ブランド」を考えていく中で、この「ブランド」を支え築いているバックグラウンドがなければ「ブランド」は輝かないのではないかと。たとえば、SICであれば、施設や設備のレベル、IMの能力、財務の健全性などがあります。そして、実施している単独事業の実行・運用で、結果が表面化します。もうひとつステージをあげると「入居企業」及び「地域企業」の皆様も、「SICブランド」に大いに関係があるのではないかと。もっと考えてみると「輝いているSIC入居企業」の皆様が、「SICブランド」の源泉ですね。結構、良いストーリーです。そのようなことで、「SICブランド」については、引き続き長期的な視点から、もっと具体的に深めてみようと考えを巡らせております。

### メーカーにとってのブランドの意義

「ブランド戦略の実際」小川孔輔著・日経文庫



※文献「ブランド戦略の実際」小川孔輔著・日経文庫

## どんな人ですか? SIC スタッフ編

### 今月のスタッフ【相場 美恵子(みいこ)】

となく、老体に鞭打って会社での自分の「居場所」を作って行きたいと思う。

最後にもうひとつ目標を挙げれば、タバコ屋の看板娘ならぬ、「SICの看板オバチャン」になること。入居者や業者の方々、そして昔懐かしい顔ぶれが、お仕事の合間や休憩時間、お近くにいらした際に、噂話や流行、遊びの話、韓流ドラマにミーハーな芸能界の話、そして、もちろん真面目な仕事の話などなど、お気軽に立ち寄って頂ける「場所」になりたいと思う。



SIC-2 商談コーナー脇の日の当たる気持ちのいい通路がお気に入りのひとつ。

(次回は、佐藤 則一です。)

## わたしの居場所

「自分の居場所」というテーマを与えられ、色々思案したが、やはり一日の大半を過ごしている会社での居場所を考えてみることにした。

私が思うにSICは「寄せ鍋集団」。社員同士が成績を競い合うようなライバル関係にはなく、様々な経歴を持ち、個性豊かな人材の雑多な集団である。その中でキラリと光り、「この具材は欠かせない」と言われる存在になりたいと思う。

美味しい鍋となるために、「具材」である社員が自分の仕事を頑張るのは当たり前。そのうえでお互いを認め合い、少人数ならではのチームワーク、コミュニケーションをとって行くことが大事だと思う。そして経営陣という旨味の効いた「ダシ」の出番。様々な「具材」を活かす指導で、全てがうまく合わさったら、もっと評判の良い「寄せ鍋」になるはずである。

淋しいことに私も定年を意識する年齢になったが、働く場所がある幸せを感じながら、残された年月を、現状で満足するこ

# 企業をサポートし隊!!

## 【シリーズ企画 企業支援の現場から・・・アドバイザー編】

### 第4回 「中国のとらえ方」

#### ●華僑と華人

台湾出張の機会があり、台湾人の友好的な気質を再認識しました。言語的に福建系言語が主流なのですが、気質的にはアセアンの華僑から派生したプラナカンに近い感じです。プラナカンとはマレーシアやシンガポールなどに渡った華僑が、現地化し独自文化をつくって、自身を華人と呼ぶようになったものです。華僑（華は「中国」を、僑は「仮住まい」を意味します。それに対し華人は「仮住まい」の意味が取れ、現地化選択した人達の呼び方です。）

#### ●中国人の海外展開

シンガポールやマレーシアは華人の経済関与が多い国です。シンガポールは人口の7割が福建系華人です。マレーシア首都クアラルンプールの華人の多くは広東系華人です。またタイで経済を握っているのは、潮州人という華人です。米国や日本など多くの国に中華街があり、現在紛争中の戦闘地域最前線でも開業する中華料理店もあります。この様に、昔から中国人の海外展開は、「古く・広く・深く」行われています。またそれら華僑、華人の経済的支援が今の中国の基盤になってきた事も注目に値します。

#### ●地域特性

中国ではその広さから凄まじい数の方言が有ります。数十キロの距離で方言が違うということもあります。上海語、広東語等という方言名を聞かれたことあるのでは無いでしょうか？

地域毎に食事も違ってきます。北方系の粉食、南方系の米食等がありますし、味付けも違います。異なる環境では異なる気質が生まれます。

権力好きな北京人、合理的だが嫌われる上海人、素朴だがビジネスは淡泊な東北人、ドライな香港人等、色々と分類されてきています。

そういう点では、「中国」などという大きな括りでモノを語るのは、危険もあるかと思います。華僑、華人や大陸の各地域集合体が「中国」であり、地域を考慮することも必要な場合があるかと思います。

#### ●メディアリテラシー

日本のメディアでは、反日デモなどことさら取り上げる嫌いがありますが、現地での生活はまったく平穏で、日本の情報で逆に驚かされることも多々あります。

メディア情報が氾濫している現在、メディアリテラシー（情報メディアを主体的に読み解き必要な情報を引き出し、その真偽を見抜き活用する能力。）が大切では、と考えます。

ビジネス上でも中国の“地域”の考慮が、円滑な商談クロウズに役立つかも知れません。またメディアリテラシーも、今後経営に要求される能力の一つであると思います。

SICアドバイザー 早野 寿一



## 山本のめし屋レポート

## 洋食レストラン 「てんすい」

相模湖畔にある洋食屋さんに行ってきました。味も雰囲気も昔懐かしく、温かな気分になる小さなお店です。知人と三人で「イタリアンハンバーグ」「カツカレー」「ナポリタン」を注文しました。どれも丁寧に作られたしっかりとしたお料理でした。また、ボリュームも満点。ちょうど窓際に座れたので相模湖が一望できました。家族や友人とどうぞ。場所は国道20号線の相模湖インターチェンジの少し手前です。



■住所〒252-0183 相模原市緑区吉野 641-1 ■Tel.042-687-5058 ■営業時間 11:00～20:00 ■定休日:日曜日

## 編集後記

日本の独特な風習、節分は2月3日。（2024年までは、この日で、2025年からは、2月2日だそうです。）邪気を追い払う為の古くから行われている行事ですが、1年の厄除けとして、年（数え年）の数だけ豆を食べます。（地域によって違うかもしれませんが）SICの経営者を含むスタッフ全員の平均年齢は50歳と高く、豆の数は651個となります。皆さんの会社は、何個ですか？ 荻島

★ご意見・ご感想をお待ちしています。（株）さがみはら産業創造センター（SIC）〒252-0131 相模原市緑区西橋本 5-4-21  
電話:042-770-9119 FAX:042-770-9077 ホームページ: <http://www.sic-sagamihara.jp> E-mail: [koho@sic-sagamihara.jp](mailto:koho@sic-sagamihara.jp)