

さいたま市の中小企業と創業者を支援します

# NEXT STAGE

ネクスト ステージ

Saitama city Support  
**Magazine**

2007  
Vol. 12



講演会 & ビジネス交流会



財団オススメ企業  
株式会社同栄  
代表取締役 藤川 宝夫 氏



創業者セミナー

## CONTENTS

### 特集！

2 ~ 3

集客する、売れる“手作りチラシ”の作り方と活用方法

自分力を生かした事業アイデア探索法！ 4

～創業者セミナーの講義・演習から～

財団オススメ企業！！ 株式会社 同栄 5

案産館だより 6

金融課・WorkJoy さいたまニュース 7

インフォメーション 8

特

集

# 集客する！ 手作りチラシの 売れる！ 作り方と活用方法

## はじめに

安くて美味しいメニューや良い商品売っているのに、こここのところ業績が良くないという声を耳にすることが多くなっています。その根本的な原因は、立地環境が変わったり、お客さんのニーズや好みが変わったり、また、強力な競合が現れたりといったように、多様な原因が存在します。本来であれば、経営スタイルや販売方法などを見直す必要がある場合が多いのですが、小さな企業では今直ぐに着手することは難しいのが現実です。

そこで、低コストで効果が高い「チラシ」を使った販売促進を実施して、業績をアップさせる方法があります。もちろん、販売促進の効果は一時的なものです。これまであなたのお店の存在に気づかなかった新しいお客さんを集めることができたり、一度か二度来店したことのあるお客さんに再び来店してもらうきっかけになったりという効果が期待できます。ここで来店したお客さんをしっかりつかんでリピーター化することができれば、安定した売上げをもたらす固定客を増やすことになります。

この特集では、小さなお店を対象に“手作りチラシ”による販売促進について述べていきます。そして、イメージをつかんでいただくために“A そば店”の事例をもとに説明していきます。

### A そば店の販売促進の目的

10万円以下の予算で、A そば店の半径約500m以内の6,000世帯に“手作りチラシ”を配布して、お客さんを集めることを目的とします。

## まずはチラシによる販売促進の意義を理解しましょう

チラシという販売促進ツールは、最も生活に密着した身近なツールで、**宣伝地域を限定し、その地域のほとんどの世帯に情報を届ける**ことができます。また、**費用対効果が高く**、小規模なお店でも実施可能です。さらに、伝えたいメッセージをほぼすべて書き込むことが可能です。したがって、チラシは小さなお店にとっても**直接集客や販売に結びつく身近な販売促進ツール**といえます。

## チラシを作る前に考慮すべきことは

### ①チラシの機能を知ること

チラシは「情報を伝える」、「注目してもらう」、「興味をもってもらう」、「買ってもらう」という機能をもっています。そのためには、**わかりやすいチラシ、目に留まるチラシ、見やすく読みやすいチラシ**であることが重要です。これを意識すれば、だれでもある程度効果的なチラシを作ることが可能です。

### ②ウソ偽りのないチラシを作成すること

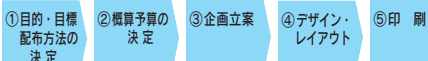
ウソや誤解を招くようなチラシを作ってはいけません。例えば、目玉商品として「〇〇商品先着30名様1,000円！」とチラシに掲載して集客を図ったものの、実際には10名様分しか用意していないといったことです。

### ③チラシを作る前に最低限調べておくこと

販売促進を行う以上、最低限調査しなければならないことが3つあります。1つ目はお客さんの特性や生活習慣です。対象のお客さんはどのような人たちで何を好むのかを知ることです。2つ目は、自店の業界における最近の流行や話題を知ることです。そして3つ目は競合の動向を知ることです。どのような商品をだれにいくらでどのように売っているのか、どのようなチラシを作っているかなどです。そして、このような調査結果を分析して、自店の目玉商品や販売促進手法などの企画に生かすことが、効果的な販売促進を実施する上では不可欠となります。

## チラシを作ろう

実際にチラシを作るステップは次の5段階です。このうち①と③は重要なステップです。このケースでは、手作りによりA そば店の販売促進チラシを作ると仮定します。



### ①目的・目標・配布方法の決定

- ・開店告知、記念イベント告知、目玉商品による集客など、チラシを作成する目的をハッキリさせます。
- ・目的に応じて目標を決めます。目標は売上高や来店客数など数値で表します。
- ・チラシの配布方法を決めます。新聞折り込み、ポスティング、特定場所に置く、車で手配り、

郵送するなど様々な方法があります。配布方法によりチラシの大きさや費用が変わりますので、次の②に影響してきます。

A そば店では、開店1周年記念と位置付けて、自店の存在を告知すること、平日の売上げを伸ばすこと、夏なので冷たいそばをアピールすることを目的とします。配布方法は新聞折り込みで、目標売上げは月商で通常よりも20万円アップとします。

### ②概算予算の決定

目標に応じて概算予算を決めます。印刷業者に委託する場合はかなりの費用がかかりますが、**手作りであれば10万円以下で実施可能です。**

A そば店では、目標売上高の3割、つまり6万円を販売促進予算とします。チラシのサイズはB4、1色印刷という最も低価格の印刷形態になります。なお新聞折り込み費用はA4もB4も同じですので、大きいB4サイズが有利です。

### ③企画立案

最も重要なステップです。企画についても以下のステップで検討します。



#### a だれに：対象者

対象とするお客さんはだれなのか、どこにいろのかをハッキリさせます。

A そば店では、歩いて来店できる、自店から半径500m以内の一般家庭6,000世帯を対象にします。

#### b 何を：販売する商品・サービス

対象としたお客さんは何を求めているのかを考察します。例えば、A そば店を例にあげると、安さを求めているのか、味を求めているのかなどです。次に、お客さんが求める商品の**セールスポイント**を明確にします。例えば、商品の「こだわり」、「原産地」、「製法」などを具体的にアピールしたり、他と比べて何が**いいのか**、**お客さんにとってのメリット**を強調することが重要です。

A そば店では、二八の手打ちそばが命ですので、機械で作ったそばとの違いを明確に訴えます。

#### c いくらで：価格

何が**いくら**なのかを明記することが重要です。とくにサービス業では**わかりやすい価格設定**を示すことが大切です。**込み込み価格**は、工





## 高久 広 (たかく ひろし)

中小企業診断士。イベント業務管理、TAC 中小企業診断士講座講師。広告代理店に長年勤務し、1,000 を超えるイベントの企画・実施や販

売促進・広告宣伝などの実務を積み、平成 10 年に手打ちそば屋を開業。平成 15 年に中小企業診断士の登録をし、現在は販売促進を中心に

事費や諸経費などが生じるサービス商品に向いています。なお、目玉商品で集客する方法がありますが、それだけ売れると儲けがなくなりますので、同じ場所に高利益商品を陳列するなど一緒に購入させる工夫が必要です。また、価格の高い安いには理由があるはずで、その理由を説明すると納得感が伝わります。

A そば店では、チラシにメニューの写真と金額を明示します。安さ感を伝えるために安い商品（せいろ 600 円）も掲載しますが、魅力的で高い価格の商品（天せいろ 1,200 円）の写真を大きく載せます。

### d どのように：仕掛け

数量限定、期間限定などの限定感で「買わなければ損」という気を起こさせることができます。また、クーポンによって集客を図る方法があります。ただし乱用するとお店のイメージを悪くする危険がありますので注意が必要です。

A そば店では、「開店 1 周年記念の平日キャンペーン」という位置付けとして、割引券をチラシに付けます。ただし、「2,000 円以上のお食事の場合」といった条件を付けて、安売りの悪いイメージを出さないようにします。

### e 安心・信頼

新しいお客さんに安心感をもってもらうことは難しいですが、チラシにおいても責任の所在を明示し、誠実さをもち、経営理念やこだわり、そして正しい情報を正確に伝えることで信頼を徐々に得ることは可能です。また、社長や社員の顔写真やコメントを掲載する方法、ユーザーの声や写真を掲載する方法も効果的です。

A そば店では、そばのこだわりを明示し、偽りのない情報を提示します。親近感をもたせるため、経営者夫婦の写真を掲載します。

### ④デザイン・レイアウト

前述の企画を基にチラシのデザインを検討します。予算があればプロに頼めばよいのですが、ここではパソコンのワープロソフトを使って自分で作ることにします。

デザインを単純に考えてみます。チラシの構成は、文章とイラストや写真の 2 つしかありません。そして 2 つの構成要素をレイアウトするだけです。よって、あまり難しく考えなくても結構です。また、手作りにおける以下の基本事項をある程度知っておけば、それなりのチラシが作成できます。

### 手作りチラシのデザイン・レイアウトの基本事項

1 枚のチラシを手にしたとき、人間は左上から右下に Z 型に目を移すといわれていますので、レイアウトの基本もそれを意識します。

原則、店名は左上から右下とし、右下には営業時間、定休日、地図、電話番号など基本情報をすべて明示します。

伝えたい商品は写真が有効です。モノクロ写真であっても文字よりはメッセージが伝わりやすくなります。ただし簡易印刷では写真の印刷品質は低いので注意が必要です。また、売りたい商品の写真は大きくしたり、文字でセールスポイントをアピールしたりするとさらに伝わりやすくなります。

キャッチコピーは、気を引く表現を意識します。そのためには、わかりやすく語呂がいい言葉や、季節用語や流行語を使用すると効果的です。

多くのチラシの中から自店のチラシを見てもらうためには、インパクトを与える必要があります。しかし、手作りチラシでは限界があります。よって、手作り感を前面に打ち出した暖かみのあるチラシに仕上げるという方法も 1 つです。

これまで検討してきた企画に基づいて、A そば店ではパソコンを使ってチラシを作成しました（あくまでもイメージです）。手作り感を演出しつつ、前述した基本事項に従ってデザインしています。

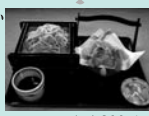
手打ちそば A

おかげさまで開店1周年


## 夏は冷たい蕎麦

手打ちそばが美味しい理由は？

手揉みにより強いコシが出る  
そば粉の割合が多い（当店は入割）  
麺に細かい凹凸があり汁が絡みやすい  
少量生産のため、いつも打ち立て  
夏は美味しい手打ちそばをどうぞ




天せいろ 1,200 円



せいろ 600 円

●営業時間 11時～20時  
(土、日、祝日は21時まで)  
●定休日 月曜日  
●場 所 さいたま市浦和区〇〇町1 045-\*\*\*-\*\*\*\*

平日 300円割引券 平日 せいろ1枚追加券  
2,000円以上のお会計のみ 天せいろご注文のみ



地図

A そば店のチラシ見本

(水色の色上質紙に黒 1 色で印刷した場合)

### ⑤印刷

ここまでくれば印刷するだけとなります。大がかりなカラー印刷の場合は、デザインのステップから印刷業者に委託することになりますが、このケースではプリントアウトしたものか、パソコンのデータを印刷業者（新聞販売店で簡易印刷を行っているところもあります）に持ち込みます。色の付いた紙（色上質紙）に色文字で印刷すれば多少見栄えもよくなります。なお、文字間違いがないように複数人でチェックすることが大切です。とくに商品の金額や電話番号が違ってしまうと大変です。

A そば店では、近くに数社ある印刷業者から見積りをとり、最も安く、安心できる業者に発注することにしました。このケースでは色上質紙の B4 サイズに 1 色印刷で 1 枚 6 円と仮定し、6,500 枚印刷します。よって印刷代は 39,000 円になります。

### チラシを配布しよう

チラシの配布方法は、前述したように様々な方法があります。自分でポストに投函する方法であれば費用はかかりません。費用対効果が高いのはやはり新聞折り込みです。地域によって異なりますが、1 枚 3 円から 3.5 円が多いようです。なお折り込む曜日に注意が必要です。一般的には月曜は最も少なく、火曜は主婦向け、金曜は週末予定向け、土曜はお父さんと家族向け、日曜は求人が多いという特徴があります。

A そば店では、新聞折り込み（6,000 枚）を行い、平日の集客が目的ですので月曜日に折り込みます。また、暇を見つけて自分でポスティングします。折り込み費用は 3.5 円 × 6,000 枚と仮定すると 21,000 円になります。以上から、販売促進費用の合計は 6 万円となり、予算の範囲内になります。

### 最後に

もっと沢山の情報をお伝えしたかったのですが、紙面の制約がありますので、最後に大切なことをお伝えします。それは、チラシを配布したら、どのくらいのお客さんがどの地域から来られたのか、チラシの評価はどうだったのか、などを調査して必ず記録をすることです。それらを分析して次に生かすのです。そのノウハウを蓄積していけば思いもよらぬ効果生まれるはずで、以上で終わりますが、この“手作りチラシ”の特集が皆様のお役に立てば幸いです。

# 自分力を生かした 事業アイデア探索法!

## ～創業者セミナーの講義・演習から～



平成18年12月9日(土)に、当財団において「さいたま市創業者セミナー」の実践編として、森英樹先生に表記のテーマで講義・演習をお願いしました。

講義と併せて、講師が準備したシート(自分たな卸しシート等)に、受講者自ら有している事業アイデア(あるいはそのヒント)を順に整理することによって、漠然としたものがだんだん目に見えるようになる過程が理解できました。紙面の都合で詳細は紹介できませんが、その一端から極意をご理解していただきたいと思います。



講師 森 英樹 氏  
(合資会社森オフィス代表)

急成長中堅企業で最年少事業部長を経験した後、その優れた経営センスとシステム感覚を活かすべく、経営コンサルタントに転身。年商数十億未満規模のベンチャー・中小・中堅企業のための経営戦略構築を専門領域として、多数の企業の中期経営計画策定とその実現推進指導にあたる。

2006年5月に藤井事務所代表・藤井孝一氏と共同出資で株式会社アンテレクトを設立し、取締役副社長に就任。

### 1 起業ネタは自分力を生かすべし

「起業ネタがない」、「事業化ができない」、「時間が足りない」は起業を諦める言い訳に過ぎない。自ら工夫し時間を作ることが起業に繋がることを銘とすべきである。

起業のネタは、向こうからは飛んでこない。自分の土俵で(専門分野で)考えることが重要であり、その中で具体的な商品を見出すことができる。すなわち

- ・まず自分の専門分野を決める
- ・その専門分野の中で商品を考えることが自分力を生かすことになる。

### 2 起業ネタ発想の極意とは

起業のためにはユニークさが必要だという声がある。しかしオリジナリティにこだわり過ぎると市場のないビジネスにはまる危険性がある。従来の起業の発想の殻を破り、地についた発想法が生きた起業ネタを生むと心得るべきである。

しかし、そのネタを実際の事業に結び付けるための極意は、オンリーワンを追求することである。オンリーワンは、他の追随を許さず、すなわち自分力を生かした事業になる。

### 3 事業アイデア探索の極意のチェックポイント

#### ①発想法の「落とし穴」にはまるな

発想法の「落とし穴」とは、「オリジナリティにこだわる」、「自由な発想にこだわる」、「具体化にこだわる」、「森を見て木を見ない」、「井戸を掘らずに水を求める」、「罠に騙されて大魚を見逃す」等を指す。起業ネタは、これらの「落とし穴」を回避することから生まれる。

#### ②自分力たな卸しで専門分野を特定せよ

自分の専門分野を、次の4つの質問に答えることで特定することができる。すなわち「好きなことは何か」、「できること、得意なことは何か」、「使えるものは何か」、「時流に乗っていることは何か」。

例えば「好きなことは何か」とは、

- ・2時間しゃべれることは?
- ・これまで一番お金を使ったものは?

という質問に答えることである。この結果を「自分たな卸しシート」にまとめる。

#### ③4つのキーワードの組み合わせで事業をイメージせよ

「自分たな卸しシート」の中から独自性の高いキーワードを4つ抽出して、それを組み合わせることによって、事業のイメージ

を作り出す。

例えば、キーワードの例として「自転車」、「教育」、「両親が八百屋」、「心のゆとり」から、「自転車に関する教育に取り組むことで、人々に心のゆとりをもたらすようなビジネス」をイメージする。

#### ④商品は4つの切り口で考えよ

事業には「売る物」が必要である。その「売る物」を次の4つの切り口で考える。すなわち「モノを売る」、「ワザ・スキルを売る」、「知識・情報を売る」、「場・ネットワークを売る」。何を売ることが決まったらその商品を決定する。

#### ⑤オンリーワンを追求せよ

事業にはやはり独自性が要求される。そのためにはオンリーワンが成功の必須条件になる。そのためには「顧客を絞り込む」、「商品を絞り込む」、「売り方を絞り込む」を行い、これらを組み合わせることで事業の武器としてのオンリーワンを実現させる。

ここからアイデアを発展させ事業計画へと進むことになります。(以降、テーマは事業化へのプロセスに進むことになりますが、割愛させていただきます。)





# 財団オススメ企業!!

## 株式会社 同 栄

所在地 中央区下落合 2-18-7  
事業内容 ガス・機械工具販売  
従業員 約 110 名 (パート含む)  
売上 34 億 8 百万円  
(平成 18 年 5 月期)  
連絡先 048-833-6411  
代表取締役社長 藤川 宝夫

今回は、60 数年にわたり工業用一般ガスや家庭用プロパンガス等、産業や生活に欠かせないインフラを供給する株式会社同栄を取材。地域密着を掲げ、素早い対応で安全を守る「街のガス屋」さんの顔を持つ一方、産業ガスのガス容器を IC チップで管理するというシステムで業界全体の安全性や信頼性を高める取り組みも行っています。1939 年にここさいたまで産声をあげ、まさしくさいたまの発展と共にあった同社について、藤川社長にお話をうかがいました。



### まずは御社のヒストリーをお聞かせください

1939 年、祖父が現在の中央区（当時の与野市）で創業し、私で 3 代目です。酸素販売から始まり、現在では工業用一般高圧ガス・溶接機器・溶接材料・機械工具・プロパン・家電製品などを関東で販売しています。我々が一貫して理念としているのは、ただ単にガスを売るということだけでなく、ガスを介して安全かつ快適で、便利な生活を地域社会に提案するという。ガスを使って何ができるのか、生活をどう豊かにできるのかをガス器具を始めとした豊富な商品群とともに提案し、商品の先にある快適な生活をお届けしようと考えています。

### 3 代目ということですが、社長の略歴を教えてください

実は、社長はおろか同栄に入社するつもりもなかったんですよ（笑）。大学卒業後、「これからは IT の時代が来る」と考え、商社系 IT 企業に入社し、約 10 年そこで働きました。その後、業種の全く異なる同栄に入社することになるんですが、システムエンジニアとして貿易業務（鉄鋼・食料品それぞれ 5 年）の実務に携わることができたのは、今考えると大変貴重な経験だったように思います。



1997 年に同栄に入社してからは、まずは業務を一通り見るということで 8 ヶ月間全支店を住み込みでまわって勉強しました。その後、SE の経験をいかして社内の情報化を推進し、企画開発部長を経て 2001 年 6 月に代表取締役社長に就任しました。

### 事業の強味を教えてください

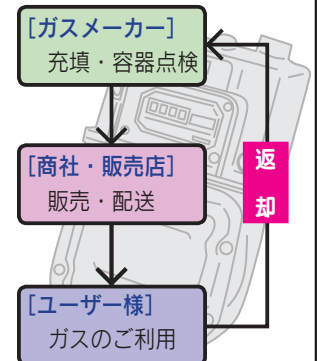
地元密着で長年にわたり積み上げてきた信頼こそ、最大の強みだと認識しています。我々が取り扱うガス等の商品は、どれも「安全」が不可欠です。何かあったらすぐに駆けつける、お客様が不安な点があれば直接顔を合わせて分かりやすく説明する。昔ながらかもしれませんが、安全が不可欠の商品を扱う以上、こうした活動こそが最も重要と考えています。必然的に新規顧客の開拓よりも、既存顧客のフォローに力を入れることになりませんが、結果的にはお客様をご紹介いただくなど、こうした活動が新規顧客の獲得にもつながっています。

### 今後の事業展開を教えてください

現在、工場等で使用する産業用一般高圧ガス（産業ガス）の容器を管理するシステム構築に取り組んでいます。ガス容器は、メーカーや販売店、ユーザー様のいずれかが所有者になるんですが、保安の面でこの容器の早期返却・所在確認・紛失防止等が大変重要です。現状では、バーコードシールを各容器に貼り付けることにより管理を行っていますが、業界全体での導入は 30% とまだまだ低く、バーコードには汚れたり剥がれたりするという欠点があります。

現在取り組んでいるのは、このバーコードに変わり、ガス容器に非接触 IC タグ（RFID）を装着するというシステムです。RFID により容器自身が情報を読み書きできるようになると、流通面でのトレーサビリティの実現、保安面での期限管理及び所在確認、作業面からは容器が離れていても自動的に情報の読み書きが可能となる等、様々な面で多くの効果が期待できます。自社の容器管理にとどまらず、系列メーカーや業界全体にも働きかけ、ひいてはガス業界全体の活性化を目的に、この事業に取り組んでいきたいと思っています。

#### RFIDを使った管理



こうした流れを容器そのものに情報として記憶

業界全体で情報を一括管理

### 財団を利用してみたいかがでしたか

研修、専門家によるコンサルティングなど、多方面で相談にのっていただける機関だと感じます。経営革新計画の承認も、財団を活用することで効率的に進めることができました。ぜひこれからも、中小企業ではなかなかできない研修等のメニューを充実させ、地元に根ざした支援を行っていただきたいと思います。

#### インタビューを終えて

IC タグによるガス容器の管理は、日本の業界全体にとどまらず、グローバルスタンダードになる可能性を秘めた取り組みです。「感心できるような商売をしたい、そのためには決して手は抜けない」という藤川社長。我々の暮らしや安全を、今後も支え続けてほしいと思います。

# 案産館だより



## 株式会社 ～浦和フットボール通信社～



今回は、2月から案産館に入居し、サッカーフリーペーパー「浦和フットボール通信」を発行する「株式会社浦和フットボール通信社」をご紹介します。同社は、今年度の「さいたま市ニュービジネス大賞」の受賞を機に起業。案産館に入居した動機や今後の展開について、共同起業家である村田要社長と樫沢佑一取締役と熱く語っていただきました。

### 「(財)さいたま市産業創造財団」を何で知りましたか？

起業を考えている中、インターネットにて情報を検索している際に、「さいたま市ニュービジネス賞」の存在を知り、主催するさいたま市産業創造財団を知りました。

### 「案産館」を何で知りましたか？

「さいたま市ニュービジネス賞」応募の際に、さいたま市産業創造財団にお伺いした際に、さいたま市産業創造財団で「案産館」を用意していると伺い、知りました。

### 「案産館」入居を決めた理由は何でしょうか？

さいたま市で配布する地域密着のフリーペーパーを配布することを事業にすると考えたときに、さいたま市、浦和区を拠点にビジネスができればと思い、浦和区に存在する「案産館」が候補に入りました。またビジネスを始める中で、什器設備やインターネット環境など全て揃っており、入居してすぐにビジネスに集中できる環境が魅力でした。

### 社名の由来（意味するもの）を教えてください。

3月から発行する「浦和フットボール通信」を媒体とする会社ということで、シンプルにそれがイメージできる「浦和フットボール通信社」という名前にしました。サッカーの街・さいたま、浦和において、浦和のサッカーの歴史は日本でも有数のものです。この歴史あるサッカー情報を配信するという意味を込めて媒体名は「浦和フットボール通信」にしました。

### 事業内容を教えてください。

サッカーを通じて街とサッカーを虹色にしようというコンセプトで、フリーペーパー「浦和フットボール通信」を毎月45,000部、浦和レッズのホームスタジアムである埼玉スタジアム2002の最寄り駅である浦和美園駅や、さいたま市を中心とした街に配布していきます。

### 当面の中心事業は何でしょうか？

当面は、フリーペーパー制作が中心事業となっていくと思います。フリーペーパーにより、サッカーを通じて地域密着のコミュニティを形成できればと考えています。

### 将来の(株)浦和フットボール通信社の姿を語ってください。

サッカー情報を配信する地域密着フリーペーパーとして「浦和フットボール通信」が認知され、多くの人に喜んでもらえるものとなった後、現在運営している月間1,300万PVの「浦和レッズについて議論するページ」とリンクして、インターネットのサイトもサッカーを通じた埼玉県No.1の地域ポータルサイトを目指し、様々な情報をフリーペーパー、インターネットの世界から配信していきたいと考えております。

### ■村田 要（代表取締役社長）

1979年埼玉県出身。まだインターネット創成期である1998年より「浦和レッズについて議論するページ」を運営し、現在では月間1,300万PVと他のサッカーサイトの追随を許さないほどの浦和レッズファンサイトへと成長させる。その他、インターネットのサッカーコンテンツを数々プロデュース。2007年2月より同社を設立。

趣味は、サッカー、食べ歩き、猫と遊ぶ、F1マニアックトーク。

### ■樫沢 佑一（取締役兼浦和フットボール通信編集長）

1979年埼玉県出身。2000年より「浦和レッズについて議論するページ」を村田と共に共同運営。インターネットサイト、書籍などで執筆を行い、現在までに浦和レッズに関する書籍、雑誌を3冊出版。埼玉とサッカーが大好きということから、今回の起業を決意。

全国津々浦々浦和レッズの試合を応援に行く熱血サポーター。遠征の際に全国の美味しいラーメン屋を探ることが趣味。

### ◎社長から一言

「浦和フットボール通信」では、サッカーの街を応援する企業を募集中です。

広告などにつきましては、ad@urawa-football.comまでお問い合わせください。

▼浦和レッズについて議論するホームページはこちら

<http://www.uragi.com>

株式会社浦和フットボール通信社

さいたま市浦和区元町 2-9-16MIO 北浦和

TEL 048-813-8209 / FAX 048-813-8173

URL <http://www.urawa-football.com>

★案産館ブログを開設しました！ぜひご覧ください

→ <http://anzankan.exblog.jp/>

# あなたの事業をしっかりサポートします！

～中小企業経営者の皆様に市融資制度のご案内～

さいたま市中小企業融資制度は、市内の創業予定者や中小企業経営者の皆様に、事業に必要な資金を低利かつ円滑に調達していただくため、市が金融機関に融資のあっせんを行う制度です。商品・材料の仕入、外注費・人件費の支払、機械・事業用車両の購入、店舗や工場の増改築などに必要な事業資金が対象となります。



## 小口資金融資のご案内

- |   |                        |
|---|------------------------|
| 1. 融資限度額：運転資金、設備資金あわせて 1,250 万円まで                             | 7. 保証：埼玉県信用保証協会の保証を付する |
| 2. 利率：年利 1.5% (固定)  | 8. 保証料：年 0.5 ～ 1.76%   |
| 3. 返済期間：運転資金 7 年以内 (内据置期間 6 月以内)<br>設備資金 10 年以内 (内据置期間 1 年以内) | (埼玉県信用保証協会の定めによる。)     |
| 4. 返済方法：元金均等割賦償還  |                        |
| 5. 担保：不要  |                        |
| 6. 連帯保証人：個人の場合は不要、法人の場合は代表者<br>(ただし、一定の要件を満たす場合には代表者の連帯保証も不要) |                        |

申込締切日

融資審査会予定日

平成 19 年 3 月 12 日 (月) ⇒ 平成 19 年 3 月 27 日 (火)

\*日程は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。  
(4 月以降の予定につきましては、下記までお問い合わせください。)

**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**

\*当財団は市中小企業融資制度の相談・受付等の業務をさいたま市より受託しています。

この他に中口資金融資、創業支援資金融資もあります。詳しくは上記までお問い合わせください。

福利厚生は



あなたの会社に  
パワー注入!

ワークジョイさいたまは、市内の中小企業に勤務する方を対象に、福利厚生サービスを行っております。会員になると、以下のサービスが受けられます。

只今、  
会員募集中!

これらのサービスが月々 **500 円**



### 共済給付

入学・結婚などのお祝いや休業などの見舞金、弔慰金を給付します。  
たとえば、会員が結婚したときや、会員またはその配偶者が出産したときは **10,000 円** の給付。  
子が小・中学校に入学した場合、**5,000 円** の給付。

### 健康維持増進

人間ドックを受診すると、最大 **10,000 円** の補助!  
(40 歳以上、会員本人のみ年 1 回)

### 宿泊補助

家族 4 人で旅行したら、  
年間 **6,000 円** の補助!  
(1,500 円 × 4 人)

### レジャー

家族 4 人で東京ディズニーランド  
に行ったら年間 **4,000 円** の補助!  
(1,000 円 × 4 人)

### バス共通カード

他にも、人気レジャー施設、フィットネスクラブや浦和レッズ、大宮アルディージャの観戦チケットも特別料金で利用できます。

### 食事・ゆうえんち券

「ジェフグルメカード」、「全国共通ゆうえんち券」(それぞれ 5,000 円分) が **4,500 円** に! (年間 12 セットまで)

### 映画館割引チケット

ワーナーマイカル、MOVIX の  
前売りチケットがそれぞれ **1,200 円** に! (それぞれ月 4 枚まで)

5,000 円券が **4,500 円** に!  
(年間 12 枚まで)

### 入会できる方

さいたま市内の事業所 (従業員 300 人以下の会社・工場・商店など) の事業主及びそこに勤務する方です。  
※パートタイマーの方も入会できます。

### 入会金・会費

会員 1 人につき  
入会金 **500 円**  
月会費 **500 円**

### お問合せ

勤労者福祉サービスセンター  
TEL 048(840)1133 FAX 048(859)1711  
E-mail: saitama@saitama-wsc.com  
URL: http://www.saitama-wsc.com



# INFORMATION

## 成功&失敗事例でわかる

### 「チラシ・DM 作成のポイント解説セミナー」

人気チラシコンサルタントが実際の成功や失敗例をお見せしながら「売れるチラシ・DM」のノウハウを公開します。「費用をかけて作ったけど、反応がイマイチ」、「チラシ・DMに何を書けばいいかわからない」…そんな方にぜひお奨めのセミナーです。

- 日 時：3 / 8 (木) 13:30 ~ 16:30
- 会 場：さいたま市宇宙劇場 (JACK 大宮 5 階) 第 1 集会室
- 講 師：堀内伸浩氏 (有) エルム・プランニング 代表取締役
- 対 象：さいたま市内の中小企業の方・創業予定の方
- 定 員：30 名
- 参加費：2,000 円
- お問合せ・お申込みは  
支援課 福田 / E-mail: y-fuku@sozo-saitama.or.jp

## 専門家による個別相談会のご案内

確定申告や決算等でお悩みの方は税理士による相談会、チラシや DM を活用した販売促進を行いたい方はチラシ・DM 相談会をぜひお気軽にご利用ください。なお、費用は無料です。

- 日 時：3 / 7 (水) 税理士による税務相談会  
3 / 14 (水) } 専門家によるチラシ・DM 相談会  
3 / 20 (火) } 埼玉県信用保証協会による金融相談  
3 / 6 (火)  
4 / 3 (火)
- 時 間：10:00 ~ 17:00  
(金融相談のみ 13:30 ~ 17:00)
- 会 場：(財) さいたま市産業創造財団 相談室  
※相談実施 2 日前 (土・日、祝日を除く) までにお申し込みください。  
申し込みがない場合は中止となります。
- 対 象：さいたま市内の中小企業の方・創業予定の方
- お問合せ・お申込みは  
支援課 福田 / E-mail: y-fuku@sozo-saitama.or.jp

## (仮称)「新都心ビジネス交流プラザ」オープン記念講演会

渋沢栄一の精神 (渋沢スピリット) の発信・普及拠点として、(仮称) 新都心ビジネス交流プラザが 4 月にオープンいたします (J R 北与野駅西口前 現在のアレーサ A 館)。

この施設は、さいたま新都心を「創業・ベンチャー」のメッカにするための拠点として、埼玉県・さいたま市が開設し、官民の連携による効果的、効率的な運営を行います。

(財) さいたま市産業創造財団は、(仮称)「新都心ビジネス交流プラザ」オープンを祝し、記念講演会を開催いたします。ぜひ皆様のご参加をお待ちしております。

- 日 時：5 / 18 (金) 14:00 ~ 16:00
- 会 場：(仮称) 新都心ビジネス交流プラザ 4 階会議室
- 内 容：講演会「コミュニティビジネスが社会を変える！」事例発表
- 講 師：川北秀人氏  
(IIHOF「人と組織と地球のための国際研究所」代表者)
- 対 象：埼玉県内の在住、在勤者でコミュニティビジネスに関心のある方
- 定 員：70 名
- 参加費：無料
- お問合せ・お申込みは  
支援課 大塚 / E-mail: h-otsu@sozo-saitama.or.jp

## インキュベータ「案産館」創業準備コース利用者募集

光ブロードバンド (100 M) や受付秘書サービスなどが整ったオフィス環境をご提供します。また、インキュベーション・マネジャーによる創業準備に必要な煩雑な各種手続きや資金計画、事業計画に関するご相談は勿論、その他経営に関する様々なサポートを受けることができます。

夢や志を持った創業者が、より確かに、より早く事業をスタートし軌道に乗せることができるシステムです。

- 対 象：さいたま市内で創業を志す方で支援を必要とする方
- 施 設：MIO 北浦和 3 階  
(浦和区元町 2 丁目、JR 北浦和駅東口徒歩 5 分)
- 募集人数：2 名 (書類審査、面接により決定)
- 利用期間：6 ヶ月 (1 回更新可、最長 12 ヶ月)
- 利用料：▼入会金 10,000 円  
▼月 額 28,000 円  
(共用オフィスでの専用机使用料、共益費・光熱水費を含む)
- お問合せ・お申込みは  
支援課 松本 / E-mail: y-matsu@sozo-saitama.or.jp

◆編集部から◆  
今回は、少ない費用で販売促進を行うための考え方や実践方法を集めました。中小企業にとって後回しになりがちな販売促進や広告宣伝ですが、ノウハウさえつかめばわずかな予算でも、売上げアップが可能です。  
3 月中にはこうした販売促進に関するセミナーや個別相談会も実施します。ぜひこの機会に御社の販促ツールを強化し、売上げアップを達成してください。

## Next Stage 第 12 号



2007 年 (平成 19 年) 2 月 25 日発行  
編集・発行 ●財団法人さいたま市産業創造財団  
U R L ● <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)  
●総務課 TEL 048-851-6696 FAX 048-851-6653  
●支援課 ①中小企業支援担当 TEL 048-851-6652  
②創業者支援担当 TEL 048-851-6697 FAX 048-851-6653 (①、②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 TEL 048-840-1133 FAX 048-859-1711

R100  
古紙配合率100%

PRINTED WITH  
SOY INK