

ORIC NEWS

翔飛 ひしやう

入居者紹介

企業向け動画活用による効果、 今後の動画市場について



～人・企業の成長を支援する媒介者でありたい～

 kibidang ●
株式会社きびだんご

詳細は6ページをご覧ください

— 本号の主な内容 —

巻頭言

研修・交流会活動

新入居者紹介

入居者紹介

イベント案内

No.51 (2016.1)

すべての県民が明るい笑顔で暮らす 「生き生き岡山」を目指して

岡山県知事 伊原木 隆太



新年あけましておめでとうございます。

年頭に当たり、皆様のご健勝とご多幸を心からお祈り申し上げます。

昨年も、私が目指す「生き生き岡山」の実現に向け、本県の未来に好循環をもたらす「教育県岡山の復活」「地域を支える産業の振興」など重点戦略を中心に施策を着実に推進してまいりました。

産業の振興については、本県へ本社機能に移転した企業が、優遇税制などを受けられる国の支援制度の全国初の認定を受けるなど、この3年間で誘致企業の投資額は1,100億円を超え、2,000名近くの雇用を創出することができました。

今年、晴れの国おかやま生き生きプランに掲げる行動計画の最終年であると同時に、人口減少問題を克服し、本県の持続的な発展を目指す「おかやま創生」の取り組みを本格的に展開する年となります。教育と産業という2つの最重要課題については、引き続き、プランに基づき着実に進め、喫緊の課題である人口減少問題については、「おかやま創生総合戦略」

に盛り込んだ本県の強みを生かした特色ある施策を県民一丸となって取り組んでまいります。

戦略の基本目標のひとつである「人を呼び込む魅力ある郷土岡山をつくる」ためには、魅力あるしごとづくりが不可欠であります。このため、本県の産業構造に厚みを与え、新たな雇用創出の可能性を持つベンチャー企業の成長は非常に重要です。県では、岡山リサーチパークインキュベーションセンター（ORIC）を支援拠点として、新たな市場を切り開きイノベーションを起こす技術支援、市場のニーズに即した優れた製品や技術の販路開拓支援などにより、特色ある技術を持ち市場競争力のあるベンチャー企業を育成し、力強い成長を促すことができるよう取り組みます。

引き続き、すべての県民が明るい笑顔で暮らす「生き生き岡山」の実現に向け、これまで蒔いた種が花を咲かせ、実を結ぶよう全力で取り組んでまいりますので、ORICに入居されている皆様、そして将来創業を目指される皆様が岡山の地で飛躍されることを大いに期待しております。

■ 平成27年10月度ORIC交流会

● バーベキュー交流会

10月8日、ORIC中庭で恒例のバーベキュー交流会を開催しました。昨年秋のバーベキュー交流会では無人操縦ヘリコプター（ドローン）による空中からの撮影や「仮想現実」ヘッド・マウント・ディスプレイの体験で盛り上がりましたが、今回は「笠岡ラーメン」で盛り上がりました。

今回のバーベキュー交流会もORICと支援機関の関係者が参加し、参加者は約50名と前回並みに

なりましたが、好天に恵まれ例年通り、綺麗な天然芝の上での開催となりました。会は瀬田IMの乾杯の挨拶で始まりました。ORICでの活動状況のほかに、互いの趣味や出身地、共通の知人・関心事などを話題にして、参加者の人脈形成を意図する開催主旨は実現したようです。また、入居企業社員の家族の参加も増えて、子供たちの歓声もバーベキュー交流会を盛り上げてくれました。「笠岡ラーメン」は、ORIC入居予定者が提供してくれたもので、岡山市京橋の朝市ではりピーターが出るとの評判どおり、一時は長い列ができるほどの盛況でした。その美味しさから二杯目に挑戦した人もいたようです。



「笠岡ラーメン」

バーベキューに用意した肉などの食材が順調に消化されたところで、岡山県産業労働部小西総括参事の中締めで会を終了いたしました。

終了後は多くの参加者の方々の積極的なご協力により、スムーズに後片づけを行うことが出来ました。スタッフ一同感謝しております。

■ 平成27年11月度ORIC交流会・セミナー

● 入居者紹介

「ファンデーション用顔料の開発と今後の展望」 (株) BN機能設計



同社の代表取締役の越田孝久氏より、掲題のタイトルでお話いただきました。(株)BN機能設計を創業するに至った経緯について、まず説明がありました。そのあとでBN(窒化ホウ素)という化合物の一般的特徴や製造方法について分かり易く説明して頂きました。同社はBNの高熱伝導性に着目し、これを生かした高熱伝導放熱材料の完成を目指しているとのことでした。BNは極めて異方性が強く、結晶の或る方向においては極めて良好な熱伝導性を示しますが、これに垂直の方向においてはほとんど熱伝導性が無いとのことでした。したがって、BNを混練して樹脂を高熱伝導化するには、いかにBN粉末を等方的になるよう分散するかがキーであると説明され、これこそが同社の開発テーマの中心とのことでした。

開発品の想定ニーズはパワー半導体分野などであり、これらの市場については堅調に増加する見通しの様です。他方でBN粉末の高い剥離性を生かして化粧品分野へ応用することが期待されているとのことです。現在は産業技術総合研究所とのコラボで剥離性が向上するような粉碎方法を検討中とのことです。

BNの高熱伝導性と剥離性を生かし、複数の県内企業とそれぞれのビジネス展開を計画中とのことで、(株) BN機能設計はその技術的中核として、それぞれビジネスローヤリティーを得ることを事業の核にするとのことでした。

● ORIC セミナー

「ブランドを考える」

就実大学副学長 兼 経営学部長 教授 杉山 慎策 氏



就実大学副学長兼経営学部長の杉山慎策先生に、ブランドについてお話いただきました。杉山先生は、資生堂やロレアルなどの企業で長い間マーケティングに携わってこられました。

杉山先生は、ご自身の出身地（鏡野町）に近い岡山県津山市で、現在、市の総合計画策定に携わっていらっしゃるとのことで、津山市を例にお話を始められました。津山市は、B級グルメの「B-1グランプリ」で「津山ホルモンうどん」がグランプリを獲得するなど、積極的な活動をしています。知名度は今ひとつです。津山を示すブランドでも、「津山」の他に「美作」、「作州」、「つやま」など、たくさんあって野放図な状態とのこと。比較に出されたのは「SONY」です。1946年設立の「東京通信工業株式会社」が1955年に「SONY」のロゴを使い始め、以後一貫して「SONY」を使い続けている。ブランド戦略の基本は、まずこの「一点突破」だそうです。日本のブランドのトップ3は、トヨタ、ホンダ、キャノンですが、皆、ブランドマークを統一し、浸透を図っているとのことです。

ブランドとはもともと、放牧している牛に、所有者を示すために押した焼き印のことだそうで、「差の無いものをどう差別化するか」が本質です。世の中にはモノがあふれていますが、その中から消費者は選択します。「製品」は工場で作られ、「商品」として店に置かれますが、「ブランド」は消費者の頭の中にあるイメージだそうです。つまりブランドは、頭の中で思い起こされ、意識として認識され、消費の判断に影響を与えるものです。従って、思い起こす力のない「ブランド」はブランドとして機能していません。強いブランドを築くためには、広告、宣伝、販促などのマーケティング活動が必要になりますが、すべて投資が不可欠です。

しかし、トップブランドにならない限り、想起されることが難しいことは、日本で富士山の次に高い山が、一般にはほとんど認識されていないことで分かります。商品売ることがブランド構築の目的であるので、企業名をブランド化するよりも、商品名のブランド確立にフォーカスすべきだと仰います。そして、ブランドを構築するのは、マーケティングを着実に実行するしか方法が無い、とのことです。

これまで、ブランドという言葉は何となく使っていましたが、目から鱗のお話でした。

参加者の評価も非常に高いセミナーとなりました。

● 入居者紹介

「新しいバイオマスメタンガス発電の現状と課題」 (株) エヌ・エス・パイ

同社代表取締役の井戸社長に、同社の取組について説明いただきました。バイオマス発電については、国の固定価格買い取りの制度（FIT）が適用されていて、現在新エネルギーとしては最も高い39円で買い取られています。しかし、FITの原資は、末端価格への上乗せであり、消費者の負担に依存するFITは長くは続かないだろうと井戸社長は考えています。そのため、同社が技術を有しているバイオマスメタンガス発電では、発電だけでなく、メタンガスの販売も考えてビジネスを構築していくとのことでした。



これまで、ポンペによるガスの取引では、高圧ガス化して体積を圧縮することが行われていましたが、これを取り締まる高圧ガス保安法の規制が厳しく、敬遠する向きもありました。しかし最近では、触媒を使って低圧で大容量を保管できるタンクが登場し、容器自体も軽量化され、取扱が容易になり、ビジネス化の障害の1つが取り除かれたようです。

同社のバイオマスメタンガス発電は、非常に効率が高く、有機物の90%以上をエネルギーに転換できるとのことです。これには、同社が使用している技術であるナノグラインディングが大きく貢献しています。ナノグラインディングでは、有機物をナノレベル程度まで微細化することが可能で、この微細化により、メタン菌などの微生物が素早く有機物を分解できることが特徴です。特に消化が困難だったリグニンやセルロースのような物質の微細化は、メタンの産出効果に大きく寄与しているようです。

この微細化による発酵効率の向上のために、同社のシステムは、他社のものと比べて、省スペースであり、熱給電効率は、電気で42%、熱で46%の合計88%にも達するとのことでした。また、同時に発生する液体部分である液肥も、逆浸透膜などを使って中水などの再生水として活用できるようにしたそうです。

今後は、さらなる設備コストの低減やプラントの省スペース化の推進などを行い、導入を一層容易にすることや、運用ノウハウの構築を行っていく予定とのことでした。

新入居者紹介

平成27年9月に開催された第49回入居審査会により下記1者の入居が決まりました。

| 入居者名 | 事業概要 | 所在地 | 分野 |
|-------|-----------------------------|-----|-------|
| 牧野 靖宏 | ・ 目づまりせず、メンテナンスし易い石臼型製粉機の開発 | 笠岡市 | ものづくり |

株式会社 きびだんご

代表者 代表取締役 長谷川 健

連絡先 〒701-1221 岡山市北区芳賀5303 ORIC 311号室

TEL 086-259-5644 FAX 086-259-5645

E-MAIL info@kibidan-go.co.jp URL http://kibidan-go.co.jp/

【事業内容】

集客動画・採用戦略動画制作
営業戦略構築支援
トータルコスト改善支援 など

【弊社が目指す動画制作と活用方法】

チラシやホームページ、動画などの広告媒体となるものすべては、ターゲット（お客様、顧客）戦略から使用・集客方法まで目的に応じた広告でなければなりません。

今では検索結果にもサイトで動画が使用されているかという点で、SEO順位にも影響が出るようになりました。

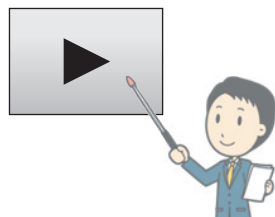
最近では実際に動画を作ったけど全く使われてないという事例もよく見受けられます。活用頻度の高い動画を作ればその分費用対効果は高くなり、コストメリットも大きくなります。

そういった複数の使用場面を想定したご提案をさせて頂いております。

例：企業紹介動画の場合



①会社HPに掲載



②企業説明会



③展示会用ディスプレイ

上記は一例ですが、一つの動画でも活用方法は様々です

【今後の動画市場】

動画市場は年々増加しており、世界で最も利用されている動画サイト「YouTube」の利用者数は、2015年1月時点で4,924万人まで推移し、なお増加傾向にあります。

また、動画広告の市場規模は2014年と対比しても、2017年までに倍の880億円にまで急成長する見込みです。スマートフォンが普及した昨今では、PC問わず動画コンテンツの撮影～配信までが個人で手軽に行える時代になりました。今後も多様に変化する動画制作のニーズに合わせて各種ご提案が出来ればと考えております。

■ 「おかやま新商品フェスタ2016 WINTER -販路開拓商談会-」

(主催：岡山県、(公財)岡山県産業振興財団)

◆ 開催日：平成28年1月18日(月) 13:00～17:00

◆ 場所：岡山ロイヤルホテル 2階 光楽の間 参加無料

◆ 開催概要：①販路開拓商談会 13:00～17:00

セラーがバイヤーへ売り込む予約制の個別商談会。県内外の40社程度のバイヤーが参加予定。

食品(飲料含む)を製造する中小企業が対象。

②出前個別相談会 13:00～17:00

経営全般・販売戦略・パッケージデザイン・各種支援情報等について。

対象企業：岡山県内に本店又は支店、営業所等のある食品を製造する中小企業等。

■ 「第29回ベンチャーマーケット岡山」

(主催：ベンチャーマーケット岡山運営協議会、岡山県、(公財)岡山県産業振興財団)

(後援：(株)東京証券取引所、(一社)日本ベンチャーキャピタル協会)

◆ 開催日：平成28年2月10日(水) 10:20～13:00(※時間は予定)

◆ 場所：コンベックス岡山 バンケットホール

◆ 開催概要：資金調達を希望するベンチャー企業・中小企業と、将来性がある投資先を探す金融機関やベンチャーキャピタル等の投資家を中心としたビジネスパートナーとのマッチングを行ないます。

■ 「創業相談会」

(主催：おかやまインキュベータ協議会、岡山県、岡山県立図書館、(公財)岡山県産業振興財団)

◆ 開催日：平成28年2月27日(土) 13:00～17:00

◆ 場所：岡山県立図書館 参加無料

◆ 開催概要：創業に関心のある方々が、起業に関する専門家であるインキュベーションマネージャー、中小企業診断士等と1人約30分個別に相談することが出来ます。

事前申し込みが必要ですが、当日飛び込みも可能です。

入居者募集中!!



研究室大



研究室小

センターでは随時入居のご相談に応じています。
お気軽にお問い合わせください。

Tel 086-286-9116

■ 施設使用料・空き室状況

(2016年1月現在)

| 施設区分 | 面積 | 使用料の月額 | 減額後の使用料※ | 部屋数 | 空き室数 |
|-------|-----------------------|-----------|----------|------|------|
| 研究室小 | 約 25 m ² | 46,280 円 | 23,140 円 | 22 | 9 |
| 研究室大 | 約 50 m ² | 90,510 円 | 45,255 円 | 28 | 9 |
| 試作開発室 | 約 100 m ² | 180,000 円 | 90,000 円 | 6 | 2 |
| 創業準備室 | 5 m ² /ブース | 5,000 円 | | 6ブース | 6ブース |

※創業5年未満の企業及び個人は、入居後3年間は減額になる制度があります。

■ 次回募集

原則として3ヶ月ごとに入居審査会を開催しています。
次回は2月末までに事業計画書を提出された方を対象に、3月中に開催の予定です。
(創業準備室の募集は随時受付けています。)
詳しくはホームページをご覧ください。 <http://www.oric.ne.jp>

