中小、交流サイト活用広がる

口コミで顧客拡大 商品アイデア募集

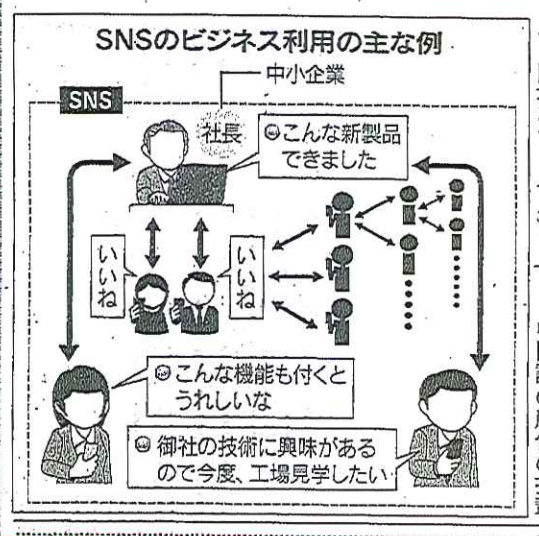
関西の中小企業で交流サイト（SNS）や新しい携帯情報端末をビジネスに活用する動きが広がってきた。SNSの口コミによる営業支援や新製品の企画、端末の高い機能を駆使した社内の事務効率化など多様だ。各社が抱える経営課題をIT（情報技術）の導入で、解決につなげる。

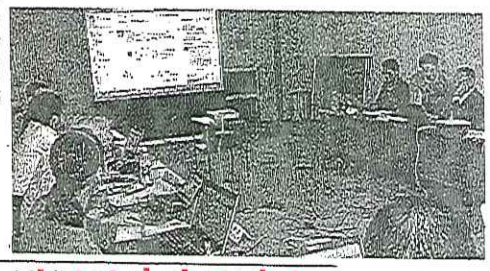
情報の信頼性高く

フォーマルウエア店「ノービアノービオ」を運営するNFL（大阪市）は、SNSのフェイスブックを顧客の掘り起こしに活用する。

川辺友之社長は今年1月から、店の話題などの投稿を始めた。「商品を気に入ったらフェイスブックで紹介し、口コミで宣伝してくれる」（川辺社長）。売上高は前年同月比で1割増のペースだ。

客が来店したことをつぶやけば、その客のフェイスブックに登録した知り合い1人につき1円を割り引くサービスもある。同社はフェイスブックの法人ページを開設。2年後の台湾出店を目指し、中国語の広告の掲載を始めた。





パイプ加工の摂津金属工業所（大阪府東大阪市）。今夏、田中啓司社長が最新のレーザー加工機の導入をフェイスブックで報告後、工場の見学依頼が相次ぐ。同社のホームページへのアクセスも増え、田中社長は「新規取引先の開拓のきっかけになっている」と語る。

製品開発に生かすのは生活雑貨の企画・販売を手掛けるカワキタ（東大阪市）だ。女性の利用率が高いSNSのミクシィなどを通じて、若い母親から乳幼児や母親向けの製品開発のアイデアを募る予定。

手軽に人的ネットワークを広げられるため、SNSに注目が集まる。特にフェイスブックは実名登録が原則で、ある程度、情報の信頼性が担保できる。「商売の前に個々人の信頼関係が、まずありきなので、自社ファンづくりがしやすい」（NFLの川辺社長）

中小の関心も高い。堺商工会議所が9月中旬にフェイスブックセミナーを開き、60人の定員に約120人の応募があった。大阪の繊維関連企業の有志で組織する「せんば適塾」もフェイスブック講座を立ち上げた。

ただ注意も必要だ。SNS活用策を研究する任意団体、ソーシャルメディアドライブ（大阪市）の道端俊彦代表は「手軽にできるからこそ、社内のルールづくりが不可欠」と強調する。例えば、「従業員の個人的なつぶやきは会社と関係ない」といった具合に外部に明確にすることや、従業員が勝手に社内情報を漏洩しないよう規定を定めることなどを挙げている。

「せんば適塾」ではフェイスブックの活用講座を開催（大阪市）

携帯情報端末も戦力に

画面で着物選び 新たな料理提案

米アップルの多機能携帯端末「iPad（アイパッド）」など新しい携帯情報端末を活用する例が目立つ。

京友禅の着物やバッグを製作する岡重（京都市）は「iPad」の画面上に着物などを表示し、顧客に好きな色柄を選んでもらう。

「その場に着物がなくてもイメージしやすい」（岡島重雄社長）のが特長だ。

豆乳メーカーの美盛（堺市）は「iPad」で業務の効率化を狙う。外食向けに豆乳を使ったメニューの開発・提案と材料供給が主力だ。顧客の前でiPadの画面に新メニューや見積書を表示し「業務効率が大幅に上がる」（寺田信一社長）と判断した。

新ビジネスを立ち上げたところもある。金型製造の枚岡合金工具（大阪市）は、中小製造業向けに外販していた文書・図面管理ソフトの用途拡大に乗り出した。2010年夏にiPad対応版を発売したのに続き、10年末にはスマートフォン（高機能携帯電話＝スマホ）対応版を開発した。

農業分野でも活用が広がりそうだ。兵庫県立農林水産技術総合センター（加西市）は兵庫みらい農業協同組合（同）グループなどと組み、スマートフォンを活用した稲作の管理システムを構築する実験を始めた。

「山田錦」など酒米を栽培する三木市内の水田が対象で、将来、農家などの業務効率化を狙う。

県民かりんとう SA・PAで販売

西日本高速道路会社グループは10月1日、管轄する高速道路のサービスエリア（SA）・パーキングエリア（PA）54カ所で「西日本県民かりんとう」を発売する。八つ橋風味（京都）、お好み焼き風味（広島）、とんこつラーメン風味（福岡）など9種類。「昔から親しまれているお菓子を通じて西日本の特色をアピールするとともに、利用者に楽しんでもらいたい」という。

西日本高速道路サービス・ホールディングス（大阪市）と西日本高速道路ロジスティックス（同）が企画した。パッケージも工夫し、オリジナルキャラクター「かりんちゃん」が各地の方言をクイズ形式で紹介している。それぞれ55字入りで販売価格は350円。

節電に取り組む個人の金利優遇

関西アーバン銀行が新商品

関西アーバン銀行は個人や企業の環境負荷低減の取り組みを支援する金融商品の取り扱いを10月3日から始める。家庭で節電を心掛ける個人に優遇金利を適用する定期預金など、3種類をそろえた。環境性能の良い新設備の導入で生まれる資金需要や、環境意識の高まりに伴う消費者ニーズの変化に対応する。

定期預金では「暖房の設定温度を20度を目安にする」など、家庭での節電方法を紹介する「節電チェックシート」を預入時に交付し、取り組む意思表示をしてもらう。金利は年0・15%と、通常（現在は0・03%）より高く設定した。

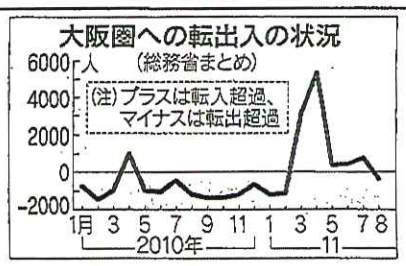
このほか、住宅への太陽光パネル設置費用を低金利・長期間で借りられ

関西の防災力

第3部 都市部を守れ ④

大阪圏 転出超過に

8月、半年ぶり 転入者なお増加



総務省の人口移動報告によると、8月の大阪圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県）への転出入の状況は、転出者数が転入者数を385人上回る転出超過だった。東日本大震災が起きた3月以降続いていた大阪圏への人口流入は5カ月で止まった。だが、転出超過数は前年同月の3分の1程度の水準。人口流出に歯止めがかかる傾向は続いているとの見方もある。

総務省の人口移動報告は各市町村に届け出があった転出入者数をまとめたもの。大阪、京都、兵庫、奈良の2府2県をまとめて大阪圏として集計している。年間で見ると大阪圏は1974年以降、転出超過が続く。今年3～7月は転入者数が転出者数を上回る転入超過が、70年以来41年ぶりに5カ月も続いた。

8月の大阪圏への転入者数は前年同月比で1139人増の1万5951人。転出者数も341人増の1万6336人だった。地域別にみると東北や関東からの転入者数は増加傾向が続いている一方、減少傾向だった関東や東北への転出者数は増えている。

りそな総合研究所の荒木秀之主任研究員は「大阪圏への転入者数は増加が続いており、まだ人口流出が止まる傾向にあるといえる。今回の転出超過は一時的な可能性が高い」と分析している。

オンキヨー本社 来年2月に移転

土地など一部譲渡

オンキヨーは29日、大阪府寝屋川市の本社を2012年2月に移転すると発表した。寝屋川市や枚方市、大阪市への移転を検討している。本社の土地・建物の一部を6億5000万円で譲渡。譲渡先は明らかにしていない。現本社社屋の老朽化が進んでいるほか、業務拡大で人員が増加してオフィスが手狭になっていたため移転を決めた。

固定資産の譲渡に伴い、12年3月期の第2四半期で特別損失として約8億1400万円を計上する見通し。現本社では音響の検査設備などがある一部建物は譲渡せず、業務を継続する予定。定款上の本社所在地の変更はしない。

大阪の2市2町 共同で事務処理

府から移譲の52項目

大阪府の池田、箕面市、豊能、能勢町は1日、府から権限移譲される事務を共同で行う「共同処理センター」を設置する。福祉、まちづくり、公害規制や生活安全に関する52の事務を、2市2町が共同で設置する10課で処理する。各市町がそれぞれ権限を受ける場合に比べ、年1億2000万円の人件費削減効果が見込めるという。

今年8月に施行の改正地方自治法で追加された「内部組織の共同設置」を活用し、広域連携により効率化を図る。同法に基づく事務の共同処理の仕組みを導入するのは「全国で初めてではないか」（総務省）という。

年1億円超コスト減

中国で百貨店 11月1日開業

イズミヤ

イズミヤは29日、中国初進出となる蘇州市の百貨店を11月1日に開業すると発表した。直営の食品スーパーを中心に150店舗のテナントを入れた大型店で、初年度4億5000万元（約54億円）の売上高を目指す。

店名は「泉屋百貨」。蘇州市高新区の開発区域内の商業棟にあり、地上4

2万人」

災で鉄道が運休し、駅込む帰宅困難者（3月・小田急新宿駅）

帰宅困難者の考え方

以内 → 全員が徒歩帰宅可
キロ → 距離が1キロ増えるごとに10%ずつ帰宅可能者が減少
以上 → 徒歩帰宅は全員が困難

宅困難者の収容、交通情報の一元的な提供などをどこまで盛り込めるかが焦点となる。

条例で移動抑制

1日平均14万人弱の観光参考になる。東京都は20日、内閣府と帰宅困難者対策の協議会を設立した。東日本大震災での反省を踏まえ、従来の「どう帰宅させるか」から「むやみに移動を始めない」を基本原則とし、民

阪急「烏丸駅」・市営地下鉄「四条駅」徒歩2分に誕生
親友会烏丸ビル
《烏丸通錦小路上ル》
烏丸ハイメディックコート