

中小企業 かごしま

平成 21 年 2 月号（活性化情報第 4 号）

CONTENTS

- 1 特集 1 **地域資源**を活かした新たなビジネスを
- 10 特集 2 魅力あふれる**元気なまち**は こうしてつくる！
- 24 **TRY!** 温暖化防止と環境のために（株式会社 源麴研究所 取締役副社長 丸山良文 氏）
- 25 特別寄稿 **安心・安全を守る**（太陽ガス協業組合 常務理事 三嶽 豊 氏）
- 30 Never Give Up! 元気を出そう！がんばれ中小企業(1)
挑戦・誠意・創意工夫で「**小さな一流企業**」へ
（株式会社東郷 代表取締役社長 東成生 氏）
- 33 Never Give Up! 元気を出そう！がんばれ中小企業(2)
危機だからこそ 変えること・変えないこと（組合アンケートより）
- 38 中央会の動き
「平成 20 年度組合自治監査講習会」開催
「ホームページで売るための写真撮影ノウハウ講習会」開催
- 40 インフォメーション
次世代育成支援対策推進法が改正されます！
’09 鹿児島市新就職者激励大会～未来は君が拓く～
定年引上げ等奨励金（70 歳まで働ける企業奨励金）
公正取引委員会九州事務所ニュース
- 45 倒産概況（平成 21 年 1 月鹿児島県内企業倒産概況）
- 47 業界情報（平成 21 年 1 月情報連絡員報告）
- 49 中央会関連主要行事予定



特集 1

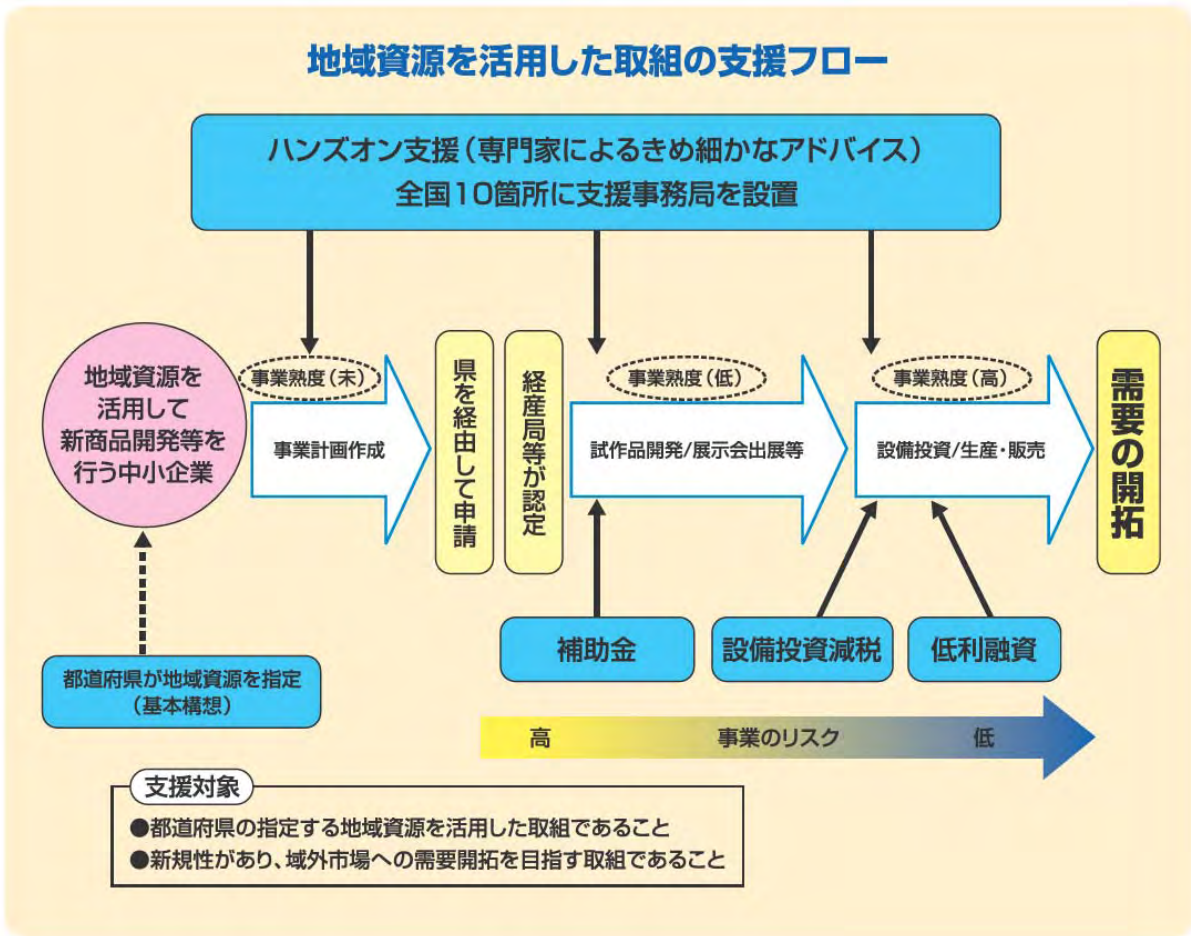
地域産業資源活用事業計画認定事例集

地域資源を活かした
新たなビジネスを

農林水産品、産地の技術、観光、伝統文化など全国の各地域には経済活性化につながる多くの「宝の山」が眠っています。地域経済を支える中小企業の経営者らが自ら足元を見直し、地域の「強み」となる地域資源を掘り起こし、磨いていく・・・こうした中小企業の先進的な取り組みを国が応援するのが「中小企業地域資源活用プログラム」です。

国はプロジェクトの企画段階のサポートから始まり、販売などに結びつける「出口」戦略まで支援しています。

本号では、鹿児島県で地域産業資源活用事業計画に認定された事例をご紹介します。組合や組合員企業も果敢に挑戦しています。「うちでも何かやりたい！」そう思ったら、是非中央会にご相談ください。



—CASE—

01

大海酒造協業組合（鹿児島県鹿屋市）
**「ばら焼酎」の開発、製造及び「かのやばら園」を活用した需
 要開拓による地域振興**

認定日：H19.10.12

大海酒造協業組合は、行政やNPO法人等と協働で鹿児島の焼酎と「かのやばら園（※）」で育てたばらを使用した「ばら焼酎」の商品開発を行ってきているところ。

今後、開発した「ばら焼酎」に「ばらの香り」を付けていくなど商品の改良を行い商品としての完成度を高め、原材料栽培をする「かのやばら園」と一緒に販路開拓を行うことにより、地域を売り込むための効果的なプロモーション活動を展開していく。

※「かのやばら園」

鹿屋市は、「ばらを活かしたまちづくり」を目指し、平成18年4月に「日本一誇れるばら園」を合い言葉に「かのやばら園」を敷地を拡大レランド・オープン。

・イベント・物販等の運営管理をNPO法人「ローズリングかのや」が行う。

売れる商品づくり（競争力、市場性、販路）

◆競争力

・開発した既存の商品の完成度を高め「ばらのつぼみ」を二次仕込みに活用し「ばらの香り」をつけた類似商品には全くないばら焼酎の開発を目指す。

◆市場性

・焼酎の市場規模はここ10年毎年伸長。清酒をH15年には追い抜きH16年には約81百億円となっている。（国税庁：酒類消費数量）

・都市部の女性を顧客として獲得することを目指す。

◆販路

・大海酒造協業組合が既に有している鹿児島県外の特約店での販売。特に都市部の女性をターゲットに顧客層を広げる。



（ばら焼酎）



（かのや ばら園）

地域資源における関係事業者との連携

・研究・開発・製造段階での鹿屋市、鹿児島県工業技術センター、(株)鹿屋大隅地域公社等との連携。

・「かのやばら園」の運営管理を行っているNPO法人「ローズリングかのや」との共同による市民の参画への呼びかけ。

・今後は、生産農家の育成や、鹿屋産業支援センター、鹿屋商工会議所と連携した販売戦略の確立も検討。

—CASE—

02

株式会社山王産業（鹿児島県鹿児島市）
**希少価値の屋久杉を活用した、身につける屋久杉「Jewelry
 Wood」(ジュエリーウッド)の開発と販路拡大**

認定日：H20.12.15

屋久島から産出される屋久杉土埋木（伐採後の切り株や台風で倒れた倒木）を活用して、高級な宝飾品、腕時計、筆記用具等、「身につける屋久杉商品（Jewelry Wood）」を開発し、販路開拓を行う。

売れる商品づくり（競争力、市場性、販路）

◆競争力

- ・屋久杉を活用した本格的な宝飾品、腕時計、筆記用具などの商品化を、原木製材から最終加工及び販売まで一貫して行っているのは同社のみ。
屋久杉という希少価値の高さにも優位性がある。オリジナルブランドを確立する。

◆市場性

- ・宝飾品の市場規模は、国産及び輸入宝飾品の合計で平成18年12,728億円（矢野経済研究所調べ）となっており、平成15年から年々増加している。

◆販路

- ・首都圏で、テスト販売を行うとともに、インターネットを活用した通信販売など販売チャネルを開拓し、全国に販路を拡大する。

地域資源における関係事業者との連携

- ・原材料の供給は、林野庁屋久島森林管理署、生産性及びデザイン力向上のため、東京在住のデザイナーや県工業技術センターとの連携、販路開拓のため地域力連携拠点（かごしま産業支援センター及び鹿児島商工会議所）とさらに連携を深め、首都圏での製造直販売を目指す。

【同社の開発商品】



ネックレス



腕時計



万年筆

—CASE—

03

西酒造株式会社（鹿児島県日置市）

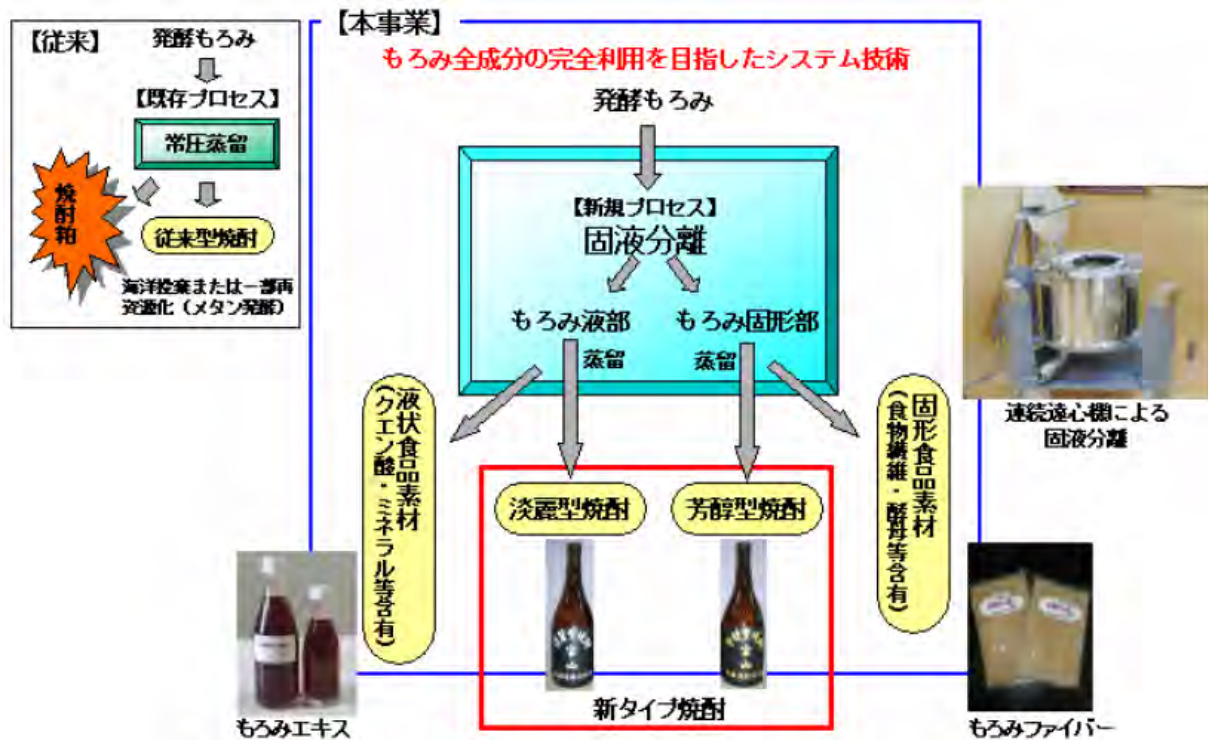
新規焼酎製造法による新タイプ芋焼酎の創出と副産物の食品素材化

認定日：H19.10.12

焼酎ブームに伴い蒸留廃液（焼酎粕）の処理問題が深刻化しているなか、発酵もろみの完全利用により焼酎粕をゼロにする製造方法を確立。焼酎もろみ液を予め固液分離し、もろみ液部と固形部を別々に蒸留して2種類の新タイプ焼酎（淡麗型、芳醇型）を造る。また、液部の蒸留残液からクエン酸とミネラルに富む液状食品素材（濃縮もろみ液、調味液）を、固形部の蒸留残渣からサツマイモ食物繊維・酵母に富む固形食品素材（もろみファイバー）を造る。



（酸味調味液（ドレッシング））



売れる商品づくり（競争力、市場性、販路）

◆競争力

- ・液状食品にはクエン酸やミネラルが、固形食品には食物繊維や酵母が豊富に含まれている。それを活かした優位性のある商品の開発を行う。
- ・新タイプの焼酎（淡麗型、芳醇型）は、新嗜好ユーザの獲得が見込める商品として開発を行う。

◆市場性

- ・もろみファイバーは食品全般に使用可能であり（パン、麺類、菓子、練り物）、二次加工品製造業者との契約を目指す。
- ・濃縮もろみ液は健康飲料、調味料分野への市場参画を図る。
- ・西酒造は、既に一定の市場を持っており、そこに新しいタイプの焼酎を導入する。

◆販路

- ・もろみファイバー、濃縮もろみ液は食品全般への販路開拓を目指す。
- ・新タイプ焼酎は、既存の販売ルートを活かし売り上げ増を目指す。

地域資源における関係事業者との連携

- ・鹿児島大学、鹿児島工業技術センター、鹿児島県農産加工研究指導センターと連携し、事業を推進していく。



—CASE—
04 アース化研株式会社（鹿児島県薩摩川内市）
シラスを活用した「地球温暖化対策に寄与するエコ製品」の開発と販路拡大
認定日：H20.12.15

鹿児島県全域で産出されるシラス（火山噴出物）を 1000℃で焼成して、シラスバルーン（中空体）に加工し、人・環境に優しい水系塗料として、遮断・断熱塗料「シラスバルーンペイント」を応用したエコ製品を開発する。

売れる商品づくり（競争力、市場性、販路）

◆競争力

・遮熱・断熱塗料「シラスバルーンペイント」の改良を行いながら、その特性を活かし、安価でメンテナンス不要、地球温暖化に寄与するエコ製品を開発することにより、他社との差別化を図る。

◆市場性

・塗料の市場規模は、平成 19 年度出荷金額ベースで 7,758 億円（（社）日本塗料工業界調べ）
・環境省が平成 15 年度に推計した「環境ビジネスの市場規模」によると、環境負荷低減技術及び製品（製造装置、技術、素材、サービスの提供）の市場規模は、平成 12 年の 1,742 億円に対し、平成 22 年 4,530 億円、平成 32 年 6,085 億円と予測されている。

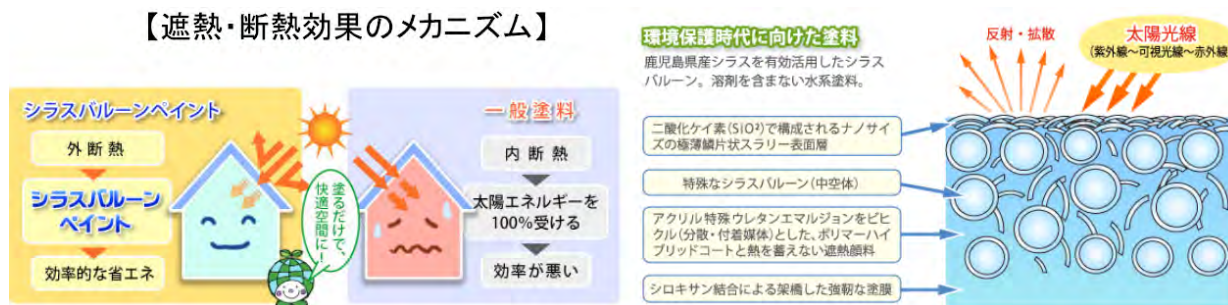
◆販路

・エコ商品の開発を通じた「アース化研」ブランドを高め、パートナーとなる販社を増加させ、国内外へと販路拡大を目指す。

地域資源における関係事業者との連携

・原材料の供給は、地元業者との連携を強化する。
・生産力強化のため、鹿児島県工業技術センターや財団法人かごしま産業支援センター、川内商工会議所などとの連携をさらに深める。

【遮熱・断熱効果のメカニズム】



—CASE—
05 有限会社尾塚水産（鹿児島県阿久根市）
阿久根産ウニを「捨てる場所がないほど完全に活かしきった」オリジナル商品の開発と販路拡大
認定日：H20.9.30

生食や瓶詰めに適さない不良卵巣や内臓を有効活用してウニ味噌やウニ醬を製造するとともに、加工後に残るウニ殻を焼成して、粒径30ミクロン以下のカルシウム粉末を生成、また形を壊さずに磯の風味あふれる器として製品化を行い、これまで埋設処理してきた不良卵巣・内臓やウニ殻を環境に配慮した新商品として有効活用する。

売れる商品づくり（競争力、市場性、販路）

◆競争力

- ・ウニ醤は、独自の製法で開発しており、香味なども他の商品とは全く異なる。
- ・ウニ器は、他社では棘部を除いているが、そのまま残し、形を壊さずに磯の風味あふれる器である。
- ・ウニ殻カルシウムの商品は現在市場には存在しない。

◆市場性

- ・健康ブームが高まる中、安心・安全な天然素材の有効性を利用したものは需要拡大が見込まれる。

◆販路

- ・ウニ味噌やウニ醤は、パートナーとなる販社を増やすとともに通信販売により販路を広げる。
- ・ウニ殻カルシウムやウニ器は、商談会、展示会を活用して、食品加工業者や健康食品業者、外食産業へ販路開拓する。

地域資源における関係事業者との連携

- ・地元漁業者との連携……ウニの安定供給
- ・(財)かごしま産業支援センター、鹿児島県工業技術センター、鹿児島県水産技術開発センターとの連携……生産力強化及び技術開発

ウニ味噌



ウニ醤



ウニ殻カルシウム



ウニ器



—CASE—

06

薩摩びーどろ工芸株式会社（鹿児島県薩摩郡さつま町）

黒切子を主体とする薩摩切子の販路拡大と耐熱ガラスを素材とする色被(いろきせ)切子の開発

認定日：H20.9.30

- ・平成18年に、技術的に難しいとされていた「黒切子」の開発に成功し、国内外で高い評価を受けている。
- ・「黒切子」を中心にブランド力を強化し、さらなる販路拡大を目指す。
- ・新たな素材（耐熱性硬質ガラス）を活用した新商品（色被（いろきせ）切子）の開発及び販路拡大を図る。

売れる商品づくり（競争力、市場性、販路）

◆競争力

- ・薩摩切子の中でも技術的に難しいとされている「黒切子」の製造販売を行っているのは同社のみであり、他社商品と差別化できる強力な商品で市場の評価も高い。

◆市場性

- ・ガラス製品の出荷実績は、平成15年を底として回復基調にあり平成18年度では570億円に達している。（窯業建材統計年報）

◆販路

- ・国内外で開催される展示会・商談会やアンテナショップ等を積極的に活用して販路開拓を図る。

地域資源における関係事業者との連携

- ・鹿児島の特産品である大島紬・屋久杉・川辺仏壇の業者との連携を図るほか、自治体や商工会との協力関係を構築する。

【同社の既存商品の例】



【薩摩黒切子】

【パリの展示会出展風景】



—CASE—

07

株式会社夢百笑（鹿児島県熊毛郡中種子町）
種子島産の「安納芋（ヘルシー食材）」と「パッションフルーツ」の加工品開発と販路開拓

認定日：H20.12.15

安納芋の特徴である高糖度（通常のさつまいもの1.7倍）を活かした砂糖のいらぬヘルシー食材として、「安納芋ペースト」、「安納芋スティック」や種子島産パッションフルーツを材料とした添加物を使用しない「パッションラクトアイス」を開発し、販路開拓を行う。

売れる商品づくり（競争力、市場性、販路）

◆競争力

- ・さつまいも、パッションフルーツとも添加物を使用しない加工品を提供することにより、競争優位を確保する。

◆市場性

- ・消費者のヘルシー志向が高まっている中、安心・安全の天然素材の有効性を利用した商品は需要拡大が見込まれる。

◆販路

- ・従来の通信販売に加えて、都市圏の高級菓子店、ホテル、旅行交通機関への直接セールスと展示会、商談会を重点的に進める。

地域資源における関係事業者との連携

- ・原料の安定供給のため、地元生産農家との連携を強化する。



安納芋



パッションフルーツ

—CASE—

08

日本有機株式会社（鹿児島県曾於市）
日本で初めてさつまいも澱粉を使用した健康食品（さつまいも冷麺・温麺・焼麺）の開発及び販路開拓

認定日：H19.10.12

鹿児島県は、さつまいもの全国1位の生産量を誇り約4割を占めるわが国屈指の産地である。日本有機（株）は、鹿児島県農政部農産物加工研究指導センターが5年かけて技術開発した澱粉麺の技術移転を受け、のどこし、透明感とGI食品である機能を活かした「さつまいも冷麺」の商品を開発し、県内の道の駅等で試行販売しているところ。

本事業では、これまでの取り組みを踏まえて、今後5年間に冷麺としてのみならず、温麺・焼麺の商品を開発し、通年商品として販路拡大を図ることを目指す。ネーミングも通年商品として「さつまいも麗麺」とする予定。



さつまいも

売れる商品づくり（競争力、市場性、販路）

◆競争力

・冷麺と名が付く商品はいくつもあるが、さつまいも澱粉を使用した冷麺は他にはない。さつまいもの低い血糖化指数（GI値）を活かしたヘルシーな食品、なめらかなのどごし、加熱すると透明になり独特の弾力を持つなどの特徴があり、競合製品との優位性は有している。また、温麺・焼麺などの通年商品を開発することにより、競争力を強化することを目指す。

◆市場性

・中華麺の市場は約1,888億円（工業統計）。
・健康や環境に配慮するLOHAS層や健康食品の市場も期待。

◆販路

・全国のデパート、スーパー、ホテル・レストラン、海外及び個人向けに販路を確立。



（さつまいも冷麺）

- ・2005年 鹿児島県知事賞受賞
- ・2006年 農林水産省総合食料局長賞受賞



「カニ玉天津あんかけ風にアレンジしたさつまいも冷麺」

地域資源における関係事業者との連携

- ・鹿児島県農政部農産物加工研究指導センターとの連携による新商品開発。
- ・JAと連携した栽培農家の確保。

-CASE- 09	株式会社風月堂（鹿児島県鹿児島市） さつま町産南高梅、さつまいも（種子島紫原種いも）を活用し、オリジナル商品の開発と販路開拓	認定日：H19.10.12
--------------	--	---------------

「うめ」はさつま町の南高梅、さつまいもは自社農園で栽培される「一吉紫いも（商標登録済み）」、その他を黒酢、黒糖、海洋深層水という鹿児島県産の食材にこだわり、類似商品にはない新たな「贈答用」菓子の開発を行うとともに、さつま町の南高梅を「薩摩西郷梅」ブランドとして確立させる。



(さつまいも)



(うめ)

売れる商品づくり（競争力、市場性、販路）

◆競争力

- ・鹿児島県産の健康的かつ無添加の食材・地産地消にこだわった菓子の製造販売を行う。「うめ」のペーストと「さつまいも（一吉紫芋）」をミックスした材料に、餡練りの技術を加味した「イモ餡」をベースにした和洋菓子の製造、販売（シュークリーム、パイ、タルト等）、「うめ」を菓子以外の商品の原材料として活用した商品（梅ソーメン、梅ぎょうざ等）などの他社にない商品の開発を行い、収益事業の柱とする。

◆市場性

- ・国内食品ギフト市場。

◆販路

- ・主に 30～50 歳代の女性が贈答品として活用することを想定し、百貨店、空港販売店、ネット通販により域外市場の開拓を図る。



(海洋深層水)

地域資源における関係事業者との連携

- ・新商品の企画及び開発に当たって、さつま町経済課及び農政課、JA さつま等と連携。生産農家と地域資源であるさつま町産「うめ」を薩摩西郷梅として安定供給を図り、原料品質向上についての検討を定期的に行う。



(同社のさつま鶏サブレ)

特集 2

まちづくり取組事例集

魅力あふれる元気なまちは こうしてつくる！

かつて、商店街散策は家族揃って出かける楽しみのひとつであり、また商店街のある場所は、まちの一等地でした。時代は変わり、商店街を取り巻く環境は次第に厳しくなり、店舗の廃業・撤退でシャッター通りと呼ばれるところもでてきました。その上、追い打ちをかけるような大型ショッピングセンターの進出、未曾有の経済不況による消費マインドの冷え込み。

このままでは商店街が死んでしまう、もう一度商店街に輝きを取り戻そう・・・各地でそんな取り組みが始まっています。

本号では、「街元気～まちづくり情報サイト～」より、5つのまちづくり事例をご紹介します。

より多くの事例やまちづくりに関する情報については、下記をご参照ください。

「街元気～まちづくり情報サイト～」 <http://www.machigenki.jp/>

主催者： 経済産業省 商務流通グループ 中心市街地活性化室

事務局： 独立行政法人 中小企業基盤整備機構 まちづくり推進課

◆富山県富山市◆

LRT を活用した中心市街地の活性化に取り組む富山市。百貨店や広場が新設される再開発事業、中心部に建設される街なか居住を推進するマンション建設など、ハードを中心とした面的な整備にLRTの線的な整備が見事に絡み合う。チャレンジショップ、まちなかサロン等の先行事業も継続的に行われ、賑わい創出に貢献する。平成19年2月、基本計画が第一号として認定された。



平成18年に運行を始めた新型路面電車「ポートラム」

☀ 地域の紹介：日本海側屈指の工業都市

富山市は、富山県の中央、神通川下流域に広がる中核市であり、県庁所在市である。東には雄大な北アルプス・立山連峰を望み、北は富山湾に面する、自然に恵まれた緑豊かな都市でもある。

江戸時代には飛騨街道や北前船航路により交通の要衝となり、物流拠点として、また越中売薬の行商の根拠地として知られるようになった。今日も中小の製薬会社が多数あり「くすりのとやま」として配置薬市場で大きなシェアを保っている。明治時代には後の北陸電力となる北陸初の電気事業会社が設立され、急流河川を利用した水力発電による豊かな電力を基盤とした工業のまちとして発展してきた。昭和20年8月の空襲により市街地は壊滅的な被害を受けたが、戦後は10年足らずで復興を果たし、現在は、産業用ロボットなどの工業機械をはじめ、環境、バイオなど高い技術力を持つ産業が集積している。

平成17年4月、富山地域7市町村の合併により新「富山市」が誕生。人口が合併前の32万人から10万人増えて42万人に達し、県内の人口の約38%を占めることになった。面積も約6倍の1241.85k㎡に拡大し、いっそう重要な役割を担う都市となった。

中心市街地はJR富山駅南側に位置し、富山城址公園周辺には県庁や市役所などの官庁、報道機関のビルが集まり、その南の総曲輪通り、中央通り、西町の3商店街を中心にもっとも賑やかな商業ゾーンを形成している。

まちづくりの背景：全国に先駆けたコンパクトシティ構想

住みやすいまちのランキングでいつも上位に登場する富山市だが、住みやすさの一つの要因に、土地が安く住宅が持ちやすいことがある。

富山市の住宅地価は1㎡あたり8万円弱(平成12年)と、他の県庁所在市に比べて割安で、持ち家率は67%と県庁所在市でもっとも高くなっている。

地価の安さはこれまでのまちづくりで、住宅地を拡大してきたことが背景にある。これは市内に住宅地に適した広大な平坦地が広がっていることと、モータリゼーションの進展度が他の都市よりも高いことで可能になった。ちなみに、乗用車の保有台数は1世帯あたり1.73台で全国第2位、道路の整備率は71.7%で全国第1位、都市交通での自動車の分担率72.2%で、全国有数の「車社会化」が進んだ都市でもある。市街地が郊外へと広がったため、富山市はDID(人口集中地区)人口密度が41.2人/haと全国の県庁所在地の中で最低となっている。

しかし、市街地拡大による郊外への人口移動に伴い、商業、就業の場や大病院、市民会館など生活関連施設も郊外に移転したため、中心市街地の都市機能の空洞化問題が次第にクローズアップされるようになってきた。人口密度の低い市街地が広範囲に広がることは、ゴミ回収や介護サービス、道路や上下水道の整備などでコスト増を招き、市民の負担増や、公共サービスの低下につながることも懸念される。さらに、人口減少による少子高齢化社会が予測を超えて急速に進んでいることや、地方財政の悪化が鮮明になってきたことをきっかけに、まちづくり関係者の間で、「コンパクトなまちづくり」が注目されるようになってきた。

実施しているまちづくりの概要：公共交通の活性化で賑わいを取り戻す

中心市街地では大規模小売店舗の撤退が相次いだ上、郊外型店舗が増えたため、店舗数、販売額、歩行者通行量がともに減少し、商業者は歯止めをかける必要に迫られていた。第3セクターのまちづくり会社「まちづくりとやま」では、富山市のまちづくりのリーダー的存在である小泉氏が中心となって賑わいを取り戻すためのさまざまな試みに取り組んできた。空き店舗解消を目指したチャレンジショップ(創業支援施設)のオープン、空き店舗を利用した買い物客向け休憩スポット「まちなかサロン」、路上や地下道で生演奏や芸を披露するイベント「街角パフォーマンス」などによって実績を

げてきた。中心市街地への足として手軽に利用できるコミュニティバス「まいどはや」の運行は市民に定着している。マイカーの買い物客を中心商店街地区に呼び寄せるための駐車場無料開放イベント「街なか感謝デー」も買い物客増に結びつくイベントとして注目されている。

富山市の「コンパクトなまちづくり」では、公共交通の活性化が大きな役割を果たしていることが特徴だが、平成18年4月、新しい公共交通機関として、LRT(次世代型路面電車)「富山ライトレール」を開業させた。それまで富山駅から富山湾に面した岩瀬まで走っていた JR 富山港線を廃止し、路面電車化するというユニークな発想で、わずか3年間で工事を完成させた。

ライトレールは運行間隔を JR 富山港線時代にはラッシュアワーでも30分に1本だったものを朝は10分間隔、そのほかの時間帯でも15分間隔を基本にし、利用しやすさを大幅に向上した。また、東西に広がる富山湾沿いの郊外の住宅地からライトレールを利用しやすいようにバスを2路線走らせ2駅で接続させることによって、郊外の市民も利用できるようにした。車両は高齢者やベビーカー、車いすの人でも楽に乗り降りできる低床型を採用し、停留所もバリアフリー化されるなど、利便性は格段に向上した。

富山市内には、JR 富山駅の南側の中心市街地を通り、「市内電車」の名で親しまれている富山地方鉄道の路面電車も走る。大正2年の開業以来、100年近い歴史を持ち、中心市街地に独特の景観をもたらしているが、この路面電車を延伸、環状線化する事業も始動している。

「富山市は平成25年度に北陸新幹線の開業を控えており、開業に合わせて北陸本線などの在来線や新幹線を高架にすることになっており新駅も上にできる。そこで新駅の下を通過して駅北の富山ライトレールと路面電車を結ぶことになっているが、8年後の新幹線開業を待たずに市内電車の環状線化を前倒しで進め、新幹線開業と同時にライトレールと結ぶという準備を今から始めている。また路面電車も古くなっていることから、更新時期には徐々にLRTに切り替えていくように、路面電車を運営している富山地方鉄道と富山市が話し合いを行っている」

小泉氏は、北陸新幹線開業をにらんだ公共交通機関の整備の現状をこう語る。これらの公共交通の利便性の向上がコンパクトなまちづくりへ、大きな役割を果たすと期待されている。

案内人

(株)まちづくりとやま
事業企画推進部長
小泉 彰氏



「市民がどんどん活動できるような橋渡しや底上げを行う」ことがまちづくり会社の役割であると語る小泉さん。全国に先駆けて行われた若者向けのチャレンジショップや駐車場完全無料開放イベントなど、ユニークでアイデア溢れる事業を先導しながら、富山らしさを追いかける。今回は「鉄軌道を活かした富山型まちづくりということで特色を出していきたい」と意気込む。

☀ 今後の展望：アイデア溢れる試みを基本計画にも活かす

平成19年2月、富山市は改正中心市街地活性化法にもとづく中心市街地活性化基本計画の第一号の認定を国から受けた。この認定によって、中心部の賑わいを取り戻すための都市機能集積策に、国から5年間にわたって補助金や交付金が優先的に支給されるほか、税制面でも特例措置が講じられることになった。

基本計画の骨子は①「まちなか居住の推進」、②「賑わい拠点の創出」、③「公共交通の利便性の向上」という三本柱に集約される。

「まちなか居住の推進」に関しては、富山市ではマンション施工者や入居者に対する補助金を設定して、まちなかのマンションを中心とした居住を促進している。また、郊外に住んでいる高齢者の持ち家を市が借り上げ子育て世代に転貸。高齢者にまちなかに住んでもらう住み替え支援制度も設けた。これらの施策によって、市中心部の人口は昨年 42 年ぶりに増加に転じた。

「賑わい拠点の創出」として、中心部の商業ゾーンにいくつもの拠点施設が建設中、あるいはオープンしている。平成 19 年 2 月には多目的ホール「フォルツァ総曲輪」がオープン。このホールには映画や演劇、コンサートなどさまざまなイベントに使える設備が整っている。3 月には「まちづくりとやま」が居酒屋や焼肉店など 6 つの飲食店からなる「にぎわい横町」をオープンさせた。9 月には総曲輪通り商店街の南に、大規模再開発ビル「総曲輪フェリオ」のオープンが決まっている。ここには核テナントの百貨店「大和」が出店し、郊外店と差別化できるブランドがそろっていることから中心市街地活性化の目玉になることが期待されている。



▲総曲輪通り商店街
富山市の中心市街地である総曲輪通り商店街。現在は商店街の東側（国道 41 号線寄り）の再開発や街なか居住計画が進められている。

基本計画では 3 本柱のそれぞれについて、数値目標をかかげている。たとえば「賑わい拠点の創出」では、中心商業地区の歩行者通行量(日曜日・人)を現状の約 2 万 5000 人(平成 18 年)から 1.3 倍の 3 万 2000 人(平成 23 年)に増やす目標をかかげている。「まちづくりとやま」は市民や商業者と協力し合ってさまざまな取り組みを試みてきたが、これからもアイデアを出し続けきめ細かな取り組みの積み重ねが目標達成への着実な道筋となるに違いない。

◆香川県高松市◆

全国初の民間主導型再開発事業「高松壱番館」が、平成 18 年 12 月完成した高松市丸亀町商店街。経済産業省の戦略補助金を活用し構築したタウンマネージメント・プログラムのもと、土地の所有と利用の分離、定期借地権などのスキームで商店街の再生を目指す。



高松中心市街地再開発のシンボル「壱番街」

☀ 地域の紹介：四国の玄関口として栄える

高松市は、北は瀬戸内海に面し、南は讃岐山脈に連なる、香川県の県庁所在市である。鎌倉時代から漁業や瀬戸内海交易の拠点として栄え、天正 16 年(1588 年)生駒親臣が築いた城を「高松城」と名づけたことが地名の由来とされており、以来、江戸時代の松平 220 年も含め城下町として栄えた。明治以降も、四国の玄関口の商業都市として発展を続けるが、近年は、昭和 63 年に瀬戸大橋

の開通により宇高連絡船が廃止、その後の四国横断道路開通や瀬戸内海三橋開通などにより、本市をとりまく環境も大きく変化した。

平成 17 年に塩江町、18 年に牟礼町・庵治町・香川町・香南町・国分寺町と合併し、面積は県の約 20% に当たる 375.09km²、人口約 42 万人の都市となった。

市の中心市街地は、三越と天満屋百貨店、丸亀町商店街を中心に、8 つの商店街からなる中央商店街がぐるりと回廊状に形成されている。また、国、県、市の各種行政施設や企業の四国支店・支社、文化施設、病院等医療施設や福祉施設も中心市街地区とその周辺に集積している。

☀️ まちづくりの背景：「ものを買うだけの商店街」から「時間消費型の商店街」へ

高松市の中心市街地活性化は、丸亀町商店街を抜きには語れない。

丸亀町商店街は、高松城築城とともに形成された 400 年余りの歴史を持つ街で、市内 8 つの商店街のリーダー的存在である。しかし 1980 年代以降、四国一の商店街といわれたこの街にも通行量、売上高の減少がみられるようになる。瀬戸大橋の開通、県外大手資本の進出、車社会の本格的到来と郊外大型店の展開が始まりだした昭和 58 年、5 年後の 400 年記念祭の準備にあたり、当時の丸亀町商店街振興組合 鹿庭理事長は、青年部の有志メンバーを集め、まちづくりの研究の開始を指示する。「100 年後、500 年祭を無事に迎えられる商店街であるように」との思いをこめて。

さっそく、現振興組合常任理事の明石氏などを中心にまちづくりの研究が始まった。市民へのアンケートなどをふまえ、検討を重ねた結果、現在の丸亀町はまだ衰退の兆しはみられないが、業種が物販に特化しすぎていること、家賃が高いため新規出店が難しく居住人口の減少がみられることなどから、このままでは商店街の活力は落ちていく一方であると判断。そこで、商店街全体を抜本的に見直し、「ものを買うだけの商店街」から「時間消費型の商店街」へとつくり変えていくことが求められているとの結論に至った。

平成 2 年、丸亀町商店街振興組合は事業計画を次のように練り上げる。

コンセプトは、①美しい町並み、快適な「場所」をつくる、②住みたくなる町をめざす、③毎日の生活を「楽しく、美しく、豊か」にする商業活動を展開する、④市民活動を支える場所や機能を提供する、⑤サステイナブルを基本とする。具体的には、全長 470m におよぶ商店街を A から G までの 7 街区に分け、各街区にテーマを設定、それに添ってゾーニングを行う。また、いくつかの広場を設ける一方、建物は高度利用にし高層階を住居とする、というもの。平成 5 年には A 街区、D 街区の再開発に関する調査が始まり、翌 6 年には A 地区の市街地再開発準備組合が設立された。

特筆すべきは、再開発ビル建設にあたり、定期借地権を使って、土地の所有と利用を分けたということである。商店街と地権者が出資して第三セクター「高松丸亀町まちづくり株式会社」を設立し、地権者はまちづくり(株)に対し定期借地権付きで土地を貸す。まちづくり(株)は再開発ビルを所有し、テナントから家賃を徴収するとともに、地権者に対して地代

案内人

高松市丸亀町
商店街振興組合
常任理事
明石 光生氏



「人が住みたくなる街」が街づくりの原点であり、そこから必然的に「住みやすい街」も出てくる」明石さんにとっての商店街づくりや街づくりには、自己責任と競争という原理が前提となっている。

「街づくり人材に特別な育成等は必要ない」と語る本意は、自身の経験に基づく「街づくりは若者に任せる」との持論に支えられる。

を払うというもの。この方法だと、土地代が事業費に顕在化しないためにテナント料を抑えることができ、また、まちづくり会社による効果的なテナントミックスが容易になる。加えて、定期借地であることにより、地権者の合意が得られやすい。

この間の資金に関しては、丸亀町商店街振興組合が駐車場経営などの収益事業を持っていることが大きな力となった。

☀ 実施しているまちづくりの概要：中心市街地活性化基本計画が国の認定を受ける

平成 18 年 12 月、A 街区再開発ビル「高松丸亀町壱番街」がオープンを迎えた。隣の三越も再開発にあわせ、この日リニューアルオープン。地元商店街と連携した新しい取組みとして、全国の三越のモデルになっているのである。オープン後半年が過ぎた平成 19 年 6 月、商店街の売上高は 2 倍に増え、通行量の減少にも歯止めがかかり、前年を上回っている。中心市街地の居住者も増えた。

市も平成 19 年「高松市中心市街地活性化基本計画」を作成。計画の基本方針は、①商業・サービスの高度化、②回遊したくなる中心市街地づくり、③定住人口の増加の 3 点。5 年後の具体的な数値目標も掲げ、商店街の空き店舗率を 18.1% (平成 18 年 12 月・以下同じ) から 14.2% (平成 23 年 12 月・以下同じ) に、中心市街地の小売業年間販売額を約 1050 億円から 1100 億円に、中心市街地の定住人口は 2 万 385 人から 2 万 1700 人へ、商店街の通行量(休日)は約 12 万人から 15 万人へ、それぞれ増やす計画である。

同計画は、平成 19 年 5 月、富山、青森の両市に続き、国に認定を受けた。これにより、計画に基づく事業に対し、国からの補助金が期待できる。事業の中心は、やはり丸亀町商店街再開発だ。全国的に注目を浴びた所有権と使用权の分離による開発法を、今後は B 街区、C 街区と、引き続き他の街区でもとりいれていく予定である。

☀ 今後の展望：小規模連鎖型開発

平成 19 年 4 月、イオン高松ショッピングセンターが高松市香西本町にオープンした。平成 11 年 2 月にオープンした三条町の「ゆめタウン高松」など、郊外型大店舗の脅威は、中心市街地の商店街を直撃する。

だが、丸亀町商店街は頑張っている。地域通貨「カメ」などで人が回遊するツールを作ってみたり、A 地区のドームでのウェディングを提案したり、アートな場があるかと思えば、地元農家と提携した生鮮食品店を設けたりと、民間主導のまちなか再生事業を柔軟な発想でリードしている。



商店街再開発事業は、今後、A 街区、G 街区以外の街区の開発をどう進めて行くかという課題があるが、ここにもユニークな発想が生きている。商店街に統一のデザインコードを設けているため、そのコードに従えば、既存の建物をいかしながら、どこでも小規模連鎖型で街並みをつくりかえていくことが可能なのだ。2、3 軒まとまれば再開発に着手できるのである。じつはこれこそ、「小さな開発の連鎖が大規模開発と同じだけの効果を生む」という丸亀町商店街ならではの街づくりの基本コンセプトである。

▲丸亀町壱番街 丸亀町商店街北側の A 街区「丸亀町壱番街」は他街区に先駆けて平成 18 年 12 月にオープン。今年 7 月には丸亀ドームも完成した。

◆長崎県佐世保市◆

日本一元気な商店街と誰もが認める佐世保市の四ヶ町商店街。商店街を舞台に開催されるキラキラフェスティバルや YOSAKOI させぼ祭りなど、「まちを元気にしたい」との思いで始められた仕掛けは多くの市民や企業の熱い応援を得て佐世保を代表するイベントに成長した。理屈ではなく、感動を与える仕掛けで街に活力を生み、賑わいを作り出している。



基盤整備が完了し佐世保の
“新しい顔”となった駅前

☀ 地域の紹介：明治より軍港として栄える

長崎県北部に位置する人口約 25 万人の港湾都市佐世保市は、烏帽子岳と将冠岳、佐世保湾に囲まれ、市中心部にJR佐世保駅、商店街、市役所などが高密度で集まる「自然のコンパクトシティ」になっている。

明治 19 年(1886 年)海軍の鎮守府が置かれ、軍港や都市も整備、明治 35 年(1902 年)には村から一足飛びに市になった。海軍、海軍工廠(造船所)ができたことで一旗挙げようと商売人が集まり、第二次世界大戦末期には人口 29 万人にまで発展するが、終戦直前、昭和 20 年 6 月 26 日の大空襲で焼け野原となり、人口はいったん 14 万人台にまで減少する。

しかし朝鮮戦争をきっかけに米軍基地が強化、自衛隊基地も設置され、再び「基地の町」となる。また、海軍工廠をひきついで佐世保重工は大型タンカーの建造などで発展し、商店街も栄えた。平成 4 年には市の南東部に、オランダの町並みに擬したハウステンボスというテーマパークがオープンし、多数の観光客が訪れている。

☀ まちづくりの背景：黒船の襲来に次々とイベント仕掛けで迎え撃つ

佐世保は、造船などの産業と基地によって栄えてきたが、米軍基地の縮小、石油ショック後の造船業の不振によって人口が減り始める。

平成 9 年、そんな佐世保にやってきたのが、ジャスコシティ大塔という郊外型大型SC(店舗面積約 2.8 万㎡)。中心街からの距離はわずか 6~7kmしかない。商店街にとって、まさに「黒船の襲来」である。

全国を視察し、大型店の進出によって町がダメになった事例を数々見ていた現佐世保市商店街連合会会長の竹本さんは強い危機感をもった。すぐに会議を呼びかけ、市役所のイベント予算に商店街の資金、玉屋デパートの寄付で 600 万円の予算を捻出、イベントを打つことになった。

イベントを実施したからといって売上があがるとはいえないことは、竹本さんたちもわかっていた。だが、活力が大事だ、と考えた。「その場では買い物をしなくても、『あの町は面白いな』と感じさせることで、次には買い物に来る。郊外店は無機質だが、商店街は有機質だ。有機質というのは、賑わいが賑わいを呼ぶということ」と竹本さんは言う。

こうして、ジャスコシティ大塔オープンの前年、平成 8 年に始まったのが、冬の商店街を 100 万個の電球で飾り、約 1 ヶ月間にわたって毎週末にイベントを開く「きらきらフェスティバル」だ。

街を活気づけたいと商店街からは「きらきらウェディング」「市民参加の第九合唱」とアイデアが湧き出たが、電気代がかさみ、予算 600 万円なのに費用が 1000 万円に。そこで挫けないのが佐世保だ。「補助金がないからできない」ではいけない。まず自分で動いて金を作る。「自助、互助、そして公助」という順番で、自助努力から解決していこうとしたのである。具体的には、地元企業に「企業応援団」になってもらう。市民には「光のオーナーになろう」と呼びかけ市民応援団を募集する。資金集めにも工夫を凝らすことで、「小さな夢が大きな流れになった」(竹本さん)のである。

☀ 実施しているまちづくりの概要：商店街主導で行政はバックアップ

ではなぜ、佐世保では魅力的なイベントを次々仕掛け、成功を収めることができるのか。その秘密は「会議のやり方」にある。

商店街の人は誰もが自分の商売があって忙しい。そこで、朝7時から会議をすることにした。ホテルに集まり朝食をとりながらアイデアを出し合うのだ。会議のルールは、できないというのはよそう、どうしたらできるか考えよう、というもの。その結果、きらきらフェスティバルが成功し、やればできるという成功体験が共有される。

会議に活気を与えているのは、来るものは拒まず、というオープンマインドだ。「自由に意見が言える若者、ばか者、よそ者が街づくりには必要だ」と竹本さん。楽しく活気あるイベントは、楽しく活気ある会議から生まれる。YOSAKOI させば祭りも、そうしたイベントのひとつ。朝会議で、YOSAKOI そーらん祭りのビデオを観た。これは面白い。じゃ、見に行こう。自費で札幌に出かけた竹本さんたちは、目の当たりにして踊りのパワーに鳥肌がたった。早くもその晩、「こういう祭りを佐世保でやろう」と盛り上がり、実際平成10年から始まった。今では26万人が集まり、経済効果は20億円ともいわれる大イベントに育った。

しかし、順風満帆とはいかない。平成17年、商店街は激震に見舞われた。イオン九州が佐世保市相浦地区に大型商業施設の出店を計画したからだ。規模はジャスコ大塔の2倍以上。ジャスコ大塔ができて、市中心部では小売販売総額が220億円減った。今度は死活問題だ。

市民アンケートでは11万人が賛成し6万人が反対。便利になると思ったのか賛成のほうが多かった。竹本さんたちは反対し署名を集めた。

出店予定地は農業振興地域で、建設には市長の許可が必要だったが、結局市はイオン出店を認めなかった。決定の背後には、「百年かけて造った中心街を一企業に壊されてはならない」との思いがあった。市民から、決定への反発はほとんどないという。

ハード面の取り組みには、平成13年3月にオープンしたまちの文化創造拠点「アルカス SASEBO」がある。コンサート、演劇、展覧会に利用され、ホールとしての稼働率も高い。また、「ポートルネッサンス 21 計画」も進んで、平成元年に「鯨瀬ターミナル」、平成4年に「佐世保シーサイドパーク」、平成5年に「新みなとターミナル」がオープン。平成15年度には、ゆっくりと潤いある歩行空間を創出するため、JR佐世保駅周辺の新市街地と既成市街地を結ぶプロムナードの整備も行われた。

案内人

佐世保市商店街連合会
会長
竹本 慶三氏



「できないと言うことはよそう。どうしたらできるかを考えましょう」竹本さんの発言には常に前向きな姿勢が貫かれる。「理屈では人は動かない。感動なのだ。心を動かすから人はついて来る」詩人相田みつを氏の言葉をまちづくりの拠り所として、あくまでも街を元気にすることにこだわる。そこには自称「ちょいワル親父」の生き様も表れている。

🌞 今後の展望：個店の活性化を狙う「一店逸品運動」

数々のイベントとこうした施策がかみあって、ジャスコ大塔ができて以来減っていた商店街通行者数は平成13年から増加に転じた。まちづくりの専門家で日本政策投資銀行の藻谷浩介参事役も「人口20万人都市のなかで日本一元気」と太鼓判を押す。だが、売上はまだ回復していない。その意味で商店街とあわせて「個店の活性化」が大きな課題となる。



▲佐世保シーサイドフェスティバル
平成17年より開催されている、佐世保シーサイドフェスティバル。

その課題を実現するための策のひとつが「一店逸品運動」である。同種の試みは各地にあるが、佐世保市のそれは、「売れ筋商品ではなく、売り筋商品売る」ということだ。黙っていても売れる商品ではなく、こだわって説明しなければ売れない商品で、お客との会話が生まれれば、という思いが込められている。

佐世保市では、ハウステンボスのインパクトを活かして観光都市「佐世保」の確立を図っていくことも課題に掲げている(第5次佐世保総合開発計画)。ハウステンボスをはじめ佐世保には観光資源が多く、その魅力と商店街の活気、さらに佐世保の国際都市としての性格が結びつければ、さらなる賑わいにつながっていくだろう。

◆石川県金沢市◆

大型商業施設の駅前進出により、金沢市の中心市街地は大きな節目を迎えている。古くからの中心であった香林坊地区では空地を利用した商業施設の建設とテナントミックス事業、共通駐車場事業、フリーペーパー事業などを仕掛け、まちづくり会社を中心に精力的に取り組んでいる。



ヨーロッパ風にデザインされた商業施設「プレーゴ」

🌞 地域の紹介：加賀の伝統が魅力のブランドに

金沢のまちは、蓮如の北陸地方への布教によって一向宗徒の勢力が強まり、農民を中心とする信徒が真宗本願寺の末寺を金沢御坊として建立、寺のまわりにまちがつくられたことに始まる。天正11年(1583年)に前田利家が入城。以後、加賀・能登・越中を合わせた「加賀百万石の城下町」として栄えていった。

金沢には今も、兼六園などの文化施設や能や茶道といった伝統文化、金箔、加賀友禅等の伝統産業が暮らしのなかに息づいており、「住んでみたいまち」「訪ねてみたいまち」の上位にランキングされるなど、魅力あるブランドとなっている。

☀️ まちづくりの背景：条例によるルールづくりとユニークな市街地活性化

金沢も他の地方都市と同様、中心市街地の人口が減り、住宅地の郊外化・公共施設の郊外移転、大型小売店の郊外展開、空き地・青空駐車場等の低未利用地の増加、マイカーによる交通渋滞、環境汚染等が引き起こされた。

そこで、金沢市では、平成7年12月に策定した金沢世界都市構想で、「都市周辺部の無秩序な開発や都心部の空洞化を土地利用の誘導により未然に防止していく」という方向性を定める。平成9年度には、市役所に都心ルネッサンス推進本部を設置し、中心市街地活性化を市政の最重要課題と位置付け、市をあげて取り組む体制を整えた。また、中心市街地活性化法の成立を受け、中心市街地活性化基本計画(第1次基本計画)を作成、国に提出したのである。

だが、商店街を行く人は減少の一途をたどる。主要6商店街の歩行者数は、平成9年から15年にかけて平日平均約25%も減少したのである。

案内人

(株)金沢商業活性化センター
金沢 TMO 事業部長
高本 泰輔氏



イオン系商業施設の駅前進出は商都金沢市の中心市街地の地盤沈下を招きかねない。「金沢 FORUS に集まるお客さんを如何に香林坊まで呼び込めるか」をミッションに掲げて奮闘する若きリーダー高木さん。「(進出後の) 今となってはしょうがないこと。むしろどのように共存していくかを考えるべきである。如何に大連立を組んでいくか、そのためにはしたたかにならなければならない」と頼もしい。

こうした状況に対し金沢市は、まちづくりについての条例でルールを定める一方、TMO を通じた空き店舗再生＝ショッピングモール「Prego」の整備や、「香林坊ハーバー」を運営する学生中心組織への支援など、ユニークな中心市街地活性化策を展開していく。

中心市街地活性化基本計画は、現在、平成16年から21年度までの第2次基本計画が実施されている。同計画では、整備テーマが「まちなかの定住と交流の促進」で、基本方針が次の5本になっている。

①個性を活かした美しいまちづくり

金沢市では住民との協働を通じて、中心市街地に残る歴史的まちなみや建造物の保存、電線類の地中化、広見(城下町の特徴のひとつで街路の一部が広がっているところ)、道筋や用水沿いの整備につとめ、金沢の都市景観の創出に努めてきた。また、美術館等、伝統文化の継承と新たな文化を創造する施設整備にも取り組み、金沢の個性を生かした美しいまちづくりを推進。とくに金沢21世紀美術館は開館2年で入館者が274万人に達し、新たなまちのシンボル、にぎわい創出の施設となってきた。

②定住促進

平成13年には「まちなか定住促進条例」を制定し、まちなか区域(市内中心部の約900ha)での住宅建築等に助成を行うことで、中心市街地の定住を促進してきた。このほか、「旧町名復活推進条例」(平成16年)、「コミュニティ空間条例」(平成18年)等を制定し中心市街地での暮らし良さを実感できる施策を展開してきた。

③元気な商店街・都心ビジネス

市では平成14年に「商業環境形成まちづくり条例」を制定し、都市計画のゾーニングの手法を活用することで、中心市街地への都市機能の集積を進めてきた。

④人と環境にやさしいまちなか交通

人と環境にやさしいまちなか交通の確立に向けて、商業集積地・交通結節点と周辺住宅地とを結ぶコミュニティバス(金沢ふらっとバス)の導入をはじめ、バス利用の活性化を図ることで、マイカーに過度に依存

しないまちづくりを推進してきた。また、平成 15 年には「歩けるまちづくり推進条例」を制定している。

⑤まちなか交流活動の促進

地域コミュニティ活動を支援するとともに、文化施設の回遊性を高め長く滞在してもらうために、合同企画展を開いたり共通入場券を発行。平成 17 年には、金沢駅東広場にもてなしドームが完成した。

☀ 実施しているまちづくりの概要：Prego と無料タクシー

金沢の中心市街地活性化策を代表する取り組みが「Prego」であり無料タクシーだ。

平成 10 年に施行された中心市街地活性化法にもとづき、同年、金沢市と商業者 30 名の協力により、「株式会社金沢商業活性化センター」（金沢 TMO）が設立される。資本金の半分を大型店や商店街が、残り半部分を市が出資した。この金沢 TMO による空き地活用の最初の取り組みとなったのが、ショッピングモール「Prego」である。

「Prego」のターゲットは 20～30 代の女性で、デザインは南欧イタリア風、当時金沢にはなかったオープンカフェとミニイベントが開けるパティオ（中庭）を設けた。総事業費は約 4.3 億円だが、その 99%は国、県、市からの公費でまかない、平成 13 年 3 月にオープンに漕ぎつけた。

テナントは一般公募したが、まちに長く滞在してもらおうと、店舗のうち 3 つは飲食店とし、物販店は応募者の中から 2 店舗を選び、施設の「顔」となる入り口部分のテナントは東京までリーシングに行った。

初年度の売上は「6 店舗で 6 億円」の目標を超過達成し、Prego 単体でも 2400 万円の利益を出した。付近の交通量もオープン前年は平日 1500 人／日程度だったのがオープン後には 4000 人／日となり、賑わいの創出にも効果をあげている。

一方、無料タクシーは、金沢駅東口に平成 18 年 11 月にオープンしたイオンの大型商業施設「金沢フォーラス」に対し、駅前の集客を金沢市中心部の商店街のにぎわいにつなげる仕掛けだ。

金沢フォーラスに続いて駅周辺はマンション建設ラッシュになっており、「駅の近辺で衣食住が完結するようになれば中心街には脅威」との声も出ている。そうしたなかで、5 つの商店街と商業施設でつくる「金沢中心商店街まちづくり協議会」は大和タクシーと契約を結び、金沢駅と中心市街地を無料タクシーで結ぶサービスを始めた。

運行は午前 10 時から午後 8 時まで。まちづくり協議会が発行するフリーペーパーを持っていると、金沢駅から 5 つの商店街まで無料タクシーで行き帰りできる。

フリーペーパーは共同販促のツールで、11 万 5000 部発行。10 万部は金沢市内に全戸配布し、残りは商店街に街置きしている。

このほか、まちなかに学生を呼び戻すための施策として香林坊ハーバーがある。閉館になった映画館を借り上げ、学生に運営を任せて商業者、大学教員らが支援。創作活動に打ち込む若者たちの発表の場や国際交流の拠点として活発に活用されている。



▲Prego プレーゴ

片町通りの空き地に建設された西洋風の複合施設 Prego。中心市街地の中央に位置し、高級感漂うパティオ（スペイン建築の中庭）の周りには、飲食店や物販店などが立ち並ぶ。

🌞 今後の展望：駅前と中心街とのつながり強化を

金沢市の商業環境形成まちづくり条例などにもとづく取り組みは、すでに、中心市街地の衰退傾向に一定の歯止めをかけるという成果を生み出している。さらに、まちづくりに関する協定の締結、旧町名の復活、中心市街地の住民や事業者一体となった施策の推進により、中心市街地の住民コミュニティ復活の兆しもみえてきたが、依然として中心市街地の地盤沈下傾向は続いている。

また、平成 18 年 11 月、JR 金沢駅前にイオンの複合商業施設「金沢フォーラス」がオープンし、年間 800 万人もの集客となっている。

ただ、フォーラスのオープンによって福井や富山から金沢に買い物客が流れており、それは金沢の商圈全体としてみればプラス要因だ。したがってフォーラスと共存共栄を図るべく、駅前と中心街とのつながりをいっそう強め、人の流れを作り出すことがひきつづきの課題となる。

◆静岡県静岡市◆

市町村合併で人口 71 万人の政令市となった静岡市。呉服町名店街では、商売の原点を見直し、個店の魅力づくりを行うための「一店逸品運動」を展開。個店の特色・個性を再認識し、新商品や新サービスを開発することで商店街のイメージアップに取り組んでいる。



静岡呉服町名店街

🌞 地域の紹介：徳川家ゆかりの歴史性豊かな城下町

静岡市は、奈良時代に国府が置かれ、戦国時代には今川義元の城下町として栄え、江戸時代は徳川家康が隠居後入城し、幕府政治の采配をふるい、幕府倒壊後は、最後の将軍徳川慶喜が移住するなど、徳川家ゆかりの城下町として発展した歴史性豊かな都市。

平成 15 年(2003 年)4 月に静岡市と清水市が合併し、人口は約 71 万人の全国で 15 番目の規模である新「静岡市」となり、平成 17 年(2005 年)4 月 1 日には政令市になった。均衡ある都市の発展をめざし、静岡駅、東静岡駅および清水駅周辺地区の 3 つの地区を核として機能分担と連携を図り、個性とバランスのとれた都市づくりをめざしている。東静岡地区は高度行政機能と情報・芸術拠点として、静岡都心地区は商業・業務拠点として、清水都心地区は海洋文化・レクリエーション拠点としての整備に取り組んでいる。

🌞 街（中心市街地）の現状

静岡市の中心市街地は、静岡環状線の内側に広がる、JR 静岡駅周辺の地区で、県庁、市役所、大規模公園などの公共施設や、商業・業務機能が集積し、又、JR 静岡駅、静岡鉄道ターミナル駅があり、交通結節点としての機能を有している。しかし、人口は減少傾向にあり、市全体に占める割合も低下し、少子高齢化も進行している。静岡市の商業の中心的な役割を果たしているものの、商業統

計では、商店数・売場面積ともに減少傾向にある。通行量調査や市民アンケートから、来街者数も減少傾向にある。

静岡呉服町名店街は、その静岡市の中心市街地の中心部に位置し、江戸時代に徳川家康が駿府の町づくりを始めた時からの歴史ある商店街である。

現在の商店街は、昭和30年代前半に不燃建築体として建築された共同店舗ビルにより形成されている。昭和30年代後半からの高度成長期に、静岡市の中心商店街として状況を呈し、商店街の各種共同事業を推進するため商店街振興組合を設立し、現在に至っている。

特徴的な取り組みの紹介

《取り組みの背景》

静岡呉服町名店街では、平成6～平成7年(1994～5年)に行われた歩車道モール化のハード整備に先駆けてソフトの充実を図るため、平成5年(1993年)に一店逸品運動に着手。商店街並びに個店の特色、個性を再認識し、利用者へアピールし、また、呉服町名店街らしい新商品、新サービスを開発し、商店街のイメージアップを図ることを目的として取り組みが始まった。

《取り組みのポイント》

- 当初は蕎麦、菓子等の商品開発をしやすい食品関係等5～6店舗の仲間を集めてスタート、徐々に参加者を広げてきた。現在は、組合予算700万円で、「逸品カタログ(静岡新聞広告特集)」を作成し、これに各店の逸品を掲載する形で、現在では商店街全店が参加。
- 立ち上げは、静岡県の中企業活性化基金助成金を活用した。活性化基金の助成金を受けるには「運動」(啓蒙活動)だけではだめで、何か「実験的事業」をやる必要があるため、チラシに併せてフェアを実施した。静岡市では呉服町にちなみ、平成8年(1996年)に「一店逸品運動推進事業補助金」を創設している。
- 組合全体で作成するカタログとして個店からは掲載料を徴収しない。掲載内容に「セール告知」など逸品運動の主旨に沿わないものを出す個店に対しては、その旨を伝え修正を求めるなど、商店街の事業として管理の行き届いた運営を行っている。
- 個店の意欲を維持し続けるため、「効果がなかった」として逸品運動への継続意欲を喪失しかけている人には、カタログの「プロフェッショナル」のコーナーに出てもらい、店主(店員)をクローズアップすることにより、お客さまの反応が出やすいように持っていくなどの工夫を行っている。

《取り組みの概要》

- ① 事業としては、月2回研究会を開催し、新逸品・逸サービスの開発を行う。
- ② 逸品・逸サービスは、店頭でエンブレムを設置し、お客さんに訴求する。
- ③ 加盟店全店の既存の逸品・逸サービスと開発した新逸品・新逸サービスなどを掲載したチラシを毎年30万部発行し、商圈に配布。逸品カタログが確実に消費者の手元に届くよう、異業種も含めた各種組合に配布。例えば地域の旅館の各部屋に置いてもらう工夫をしている。
- ④ 呉服町名店街サポーターズクラブ「呉服町倶楽部」の開設
呉服町名店街サポーターズクラブは、呉服町名店街といっしょに一店逸品運動を推進する、いつも呉服町を利用するお客様によって結成されたこのクラブ。これまで委員会への参加をはじめ、逸品のアイデアや呉服町への意見提出など様々な活動を展開する。今後も魅力ある新逸品の開発・名店街づくりのために、より一層活動の輪を広げていく。

《取り組みの体制》

一店逸品委員会を商店街振興組合内に設置。一番最初は、有志の5、6人でスタートする。当初は「商品開発部会(一店逸品研究会)」と「一店逸品委員会」とが別があり、平成9年(1997年)に「一店逸品委員会」に一本化する。呉服町の一店逸品委員会では、「同業も拒まず」という姿勢であり、様々な業種の店が集まることの意義や効果は大きい。

《地域への効果》

①商店街の個店の活性化

委員会で行う月2回の定例研究会で開発した新逸品は20を越え、お客さんには好評で、今でも各店の定番商品となっており、個店が活力を取り戻している。また、研究会には参加していないけれど、独自で新商品を開発している店が増えた。

②地域生活者が、商店街や個店の魅力を見直す

一店逸品運動によって、マスコミに報道される機会が増えたり、10万部逸品チラシの配布で、商店街の存在や個店を多くの方に知ってもらうことができた。

③商店街の一体性な取り組みの機運の向上

平成16年(2004年)には、ショッピングセンター経営ノウハウを、商店街の運営に活かすため、ショッピングセンター協会に加盟した。



▲呉服町名店街から誕生したオリジナル「エコバッグ」

▲店頭のエンブレム

🌞 今後の課題

①組合がデベロッパー機能を果たし、テナント運営していく体制づくり

商店街組合が、ショッピングセンターのデベロッパーのように、商店街のテナントの運営をサポートしていく体制づくり。

②商店街活動に対するオーナーの理解を得て、組合活動に対するテナントの参加を促す

近年、オーナー=営業者ではなく、土地売却・テナント貸しするオーナーが増えてきたため、オーナーと商店街がまちの魅力づくり等の方針を共有し、情報交換を行い、理解を促進する。

③利用者や生活者の輪づくり

利用するお客様の意見を取り入れ、逸品のアイデアや呉服町への意見提出など様々な活動を展開する。今後も魅力ある新逸品の開発・名店街づくりのために、より一層活動の輪を広げていく。

TRY! 温暖化防止と環境のために

インタビュー：株式会社 源麴研究所 取締役副社長 丸山良文 氏

シリーズ6回目となる今回は、焼酎粕の処理を行う薩摩中央飼料事業協同組合を技術面・運用面で支える源麴研究所の取り組みを教えてくださいました。

● どうする？ 焼酎廃液

薩摩中央飼料事業協同組合は、近隣 5 社の焼酎メーカーが集まって、焼酎廃液の共同処理・飼料化のために組織した組合だ。この組合が採用している「GEN 方式焼酎廃液飼料化システム」を開発したのが、組合員である錦灘酒造の関連会社である源麴研究所だ。

「近代焼酎の父」と呼ばれる河内源一郎氏から数えて 3 代目となる山元正博氏は、1977 年に父の経営する河内源一郎商店（種麴の製造・販売）に入社し、焼酎造りを学ぶ過程で、廃液の問題を知った。

焼酎を 1 リットル作ると、2 リットルの廃液が出る。それまで焼酎廃液は主に海洋投棄（※）されていたが、環境保護の面からいずれ大きな問題になるだろうことを予想し、この廃液をうまく処理できないものか、研究が始まった。

様々な処理方法を実験・検証したが、悪臭・時間・コストなどの問題をクリアできる方法はなかなか見つからない。諦めかけたときに見つけたのが、本業で日々取り扱っていた河内菌（麴菌）だ。麴菌の発酵熱で焼酎廃液を乾かし、飼料化できないか・・・その目論見はみごとに当たった。ヒントは足元に転がっていたのだ。

その後、数年をかけて麴菌の発酵をコントロールするためのシステムを開発し、錦灘酒造に 1 号機を導入。1999 年に源麴研究所を設立した。九州だけでも既に 10 箇所稼働している引き合いの多いシステムに成長している。

● 異業種連携による食品リサイクル

このシステムからできる麴発酵飼料は豚の肉質も改善することがわかった。すなわち、け

もの臭がなく、アクもない。細胞膜が強くなる分、うまみそのまま残る。また免疫抵抗力が向上するため、豚が病気になりにくい。（鹿児島大学との共同研究により実証）

この特性を活かし、2008 年に新しいプロジェクトも始まった。外食産業・畜産業とのコラボレーションによる食品リサイクルだ。

主に県内で外食産業を展開する康正産業グループから出る食品残渣・調理端材などを研究所でリキッド・フィード飼料（液状飼料）にし、養豚業を営むノガミ産業へ。ノガミ産業で育てた黒豚は、康正産業の黒麴黒豚として消費者に提供。食べ物を無駄に廃棄せず、より美味しいものにして返すというサイクルを作り上げた。

従来であれば、食品残渣は一般廃棄物として化石燃料を使って焼却していたが、麴菌が発酵する力を利用したシステムは環境負荷もなく、処理コストも大幅に削減できる。

● 捨てるもののない世界を目指して

処理をする材料によっては、飼料にならないものもある。工場廃水や養豚の廃水などだ。これも麴菌の働きにより分解・浄化し、液肥として有機農業に再利用することができる。麴菌はまだまだ多くの可能性を秘めている。

目指すのは捨てるもののない世界だ。環境を守り、人間の健康をサポートする挑戦は、今日も続いている。

（※）焼酎廃液の海洋投棄

海洋汚染を防止するためのロンドン条約により、2007 年から海洋投棄は原則禁止となっている。



特別寄稿

安心・安全を守る

太陽ガス協業組合 常務理事 三嶽 豊
高圧ガス第2種販売主任
液化石油ガス設備士

安心・安全を守ることは、どのような企業にとっても大切であり、対処を誤ると組織存続の危機を招きます。

本号では、ガス業界が安心・安全を守るためにどのような取り組みを行っているか、太陽ガス協業組合 常務理事の三嶽豊さんに寄稿いただきました。

「キッチンからの火災を根絶」を目指して

鹿児島県の平成18年の火災件数は1072件。出火原因で見ると、コンロ(電気を含む)が原因とする火災は149件(全体の14%)で、たき火の168件に続き第2位にランクされています。ちなみに第3位は火入れ(野焼き)の121件で、以下たばこ、電灯電話等配線と続きます。

さらにコンロが原因の内、てんぷら鍋に起因するものが91件で6割を超えています。この傾向は全国も似たようなもので、キッチン(つまりコンロ、さらに天ぷら調理)からの火災を根絶することが、火災を減らすことに大きく寄与するといえます。

実は業界では平成17(2005)年より最低1口は調理油過熱防止装置を装備したコンロでなければ販売しないとしてきました。

調理油過熱防止装置とは、天ぷら油が自然発火(他に種火がなくとも油自身が燃え出す)温度の370度に達する前に、実際は鍋底の温度が250度になると、ガスの供給を停止し消火してしまう装置です。鹿児島県での平成14年の天ぷら火災が122件であることを考えると、明らかにこの装置の成果と業界では判断しています。

一方、アンケートによれば、せっかく装置が装備されながら、装備されていない方の口で天ぷら鍋を使う人も多く、せっかくの装置が活かされていないことも判明しています。

そこで平成20(2008)年4月、業界をあげて全口に安全センサーを装備することにし、秋には法制化をはかりました。これにより全口に調理油過熱防止装置が装備され、このコンロが全世帯に普及すれば、天ぷら鍋火災は根絶されと考えられます。業界はこの全口安全センサー付きガスコンロを「Siセンサーコンロ」と統一名称を使い、消費者への広報と普及を図っています。

●主なはたらき



Rinnai ビルトインシリーズ 総合カタログ 2008 IVより

全コンロ安心センサー



すべてのコンロバーナーに安心センサーを搭載
安心・安全にお使いいただくために温度センサーをすべてのバーナーに搭載しました。すべてのバーナーで“うっかり”も“しっかり”フォローします。

全コンロ消し忘れ消火機能・グリル消し忘れ消火機能



すべてのコンロ・グリルにおいて、消し忘れても点火後一定時間が経過した時点で自動消火します。(コンロ/120分、グリル/両面焼15分・片面焼22分)

立ち消え安全装置

煮こぼれや吹きこぼれ、強風などで火が消えた時、自動的にガスを止めます。

調理油過熱防止装置

センサーが鍋底の温度を感知し、約250℃で作動し油の発火を防止します。

Paloma 総合カタログ 2008 より

なお「Si センサーコンロ」のSは Safety (安心) Support (便利) Smile (笑顔) を、iはIntelligent (賢い) を意味しています。「Si センサーコンロ」の基本搭載機能は、調理油過熱防止装置、立ち消え安全装置、消し忘れ消火機能、早切れ防止機能となっていますが、さらに焦げ付き消火機能、鍋なし検知機能、調理温度調整機能、炊飯機能など、様々な安心便利機能が搭載されています。

業界としては、この「Si センサーコンロ」の普及により、確実に天ぷら鍋火災が撲滅されると信じていますし、機器の寿命である 10 年後といわず、数年間で普及させることで、キッチンからの火災根絶を願っています。

設備の安全（配管や末端ガス栓）

「Si センサーコンロ」に代表されるように、使用器具の安全面は高度化していますが、ガス供給の設備面でも、安全の高度化はすすんでいます。

ガス業界はここ十数年、出来るだけ人間の手に頼らない安全安心の確保を目指してきました。その代表がコンピューターチップを内蔵したガスメーター、いわゆるマイコンメーターです。すでに 20 年以上の実績があり、一般家庭では特殊な場合を除き 100%マイコンメーターになっています。

マイコンメーター

様々な機能を備えていますが、まず第1はガス遮断機能です。急激なガスの流れや、長時間のガスの流れを判断して、メーター部でガスを遮断します。安全が確認されれば、ボタンを押して誰でも復帰ができます。電気と言えば家庭用ブレーカーのようなものです。

また、地震（震度 5 以上）を感知して遮断する機能も備えており、阪神淡路での地震をはじめ、多くの地震災害時に遮断機能が働き、その安全性が証明されています。危険予知に対してはまず止める、予防原則が基本設計になっているからです。

石けん水をかけて初めて分かるような微少漏洩もメーターは検知し、知らせる機能が搭載されています。その他十数種の機能がありますから、まさにコンピューターメーターです。なおマイコンメーターは、計量法により 10 年で交換することになっています。

ヒューズガス栓

コンロやガス炊飯器に繋がる末端のガス栓です。ガスコックと言う人もいますが、今はガス栓で統

<p>マイコンメータ</p> <p>ガスもれなどガスの流れに異常があると、マイコンメータに内蔵されたマイコンと遮断弁が働き、ガスを遮断します。</p> <p>マイコンメータは、大きな地震（震度5相当以上）の際にはガスを止めるなど、保安機能がさらに充実しています。</p> 	<p>ガスもれ警報器</p> <p>ガスもれをすばやく感知し、ブザーや音声で知らせます。</p> 
<p>ヒューズガス栓</p> <p>ゴム管がはずれるなどしてガスが大量に流れたとき、自動的にガスを止め、ガスもれを防ぎます。</p> 	<p>立消え安全装置・過熱防止装置付きコンロ</p> <p>立消え安全装置は風や煮こぼれなどで火が消えると、安全装置が働いて、自動的にガスを止めます。</p> <p>過熱防止装置は、天ぷら鍋などが熱くなりすぎると自動的にガスを止め、過熱による火災を未然に防ぎます。</p> 

一されています。ゴム管が繋がっているガス栓にヒューズ機能が付いており、ゴム管が外れた場合、その勢いでヒューズが働き、ガスの放出を防止するものです。ほとんどの家庭がこのガス栓に交換済みです。さらに、ガス栓の中途半端な開栓という誤作動をなくすために、中途開栓ではガスが出ないオン・オフがはっきりしたヒューズガス栓に切り替わっています。

ガス漏れ警報器

万が一ガスが洩れてしまった場合、爆発危険濃度の 100 分の 1 から反応しますから、一番早い警報になります。危険度の低い時点での警報なので、安全性からも是非設置を進めたいものです。

なお、学校や病院などの重要保安物件や地下室等には、ガス漏れ警報器の設置が義務づけられております。

一酸化炭素警報器

ガス漏れ警報器と似ていますが、用途が全く別で、一酸化炭素の濃度で警報をする装置です。一酸化炭素中毒は死に至る危険なものですから、特に大容量のガス器具を室内で使う所では必要でしょう。ガス機器には不完全燃焼防止装置が付いていますが、思わぬ偶然が重なり事故は起きています。機器の不具合が絶対にならないということはないので万全を帰すためにも安心でしょう。

保安点検ほか

さて、ガス業界は人の手を経ない安全を求めてきました。しかし、ご存じのようにいくらハード面の装備を高度化しても、機器の経年劣化は避けようがなく、感度に微妙な相違が出てくることも分かっています。そのためにも、人の手による点検、消費者の協力が必要になってくるのは当然です。コンロなどの消費機器だけでなく、安全機器の交換の必要も出てくるわけです。

保安点検

法定保安として原則 4 年に 1 回。お使いのガス機器の点検をするもので、有資格者が点検することを、法律で供給業者に義務づけています。ガスの性質、ガス機器の構造などに精通していなければならないからです。家庭内のコンロ点検もあるので、消費者の協力がなければできません。台所が片付いていないからと、拒否される消費者もありますが、そうした家庭には、ガスの供給をお断りすることも、安全の観点からは必要となってくるでしょう。

この保安点検は大きく分けて 3 つあります。

1 つは、コンロに代表されるガス機器の燃焼点検です。LP ガスでは青い炎が安心の色です。赤い炎は空気不足の色です。十数年前のガス機器には安全装置の装備されていないもの、装備されていても現代の目から見れば不十分なものがあります。そのため安全にご使用いただく上で守っていただきたい注意事項などを伝えます。安心のために買い換えもお勧めしています。長く丁寧にご使用いただくことはいいことですが、器械は劣化することをご理解いただきたいと思います。使用禁止のラベルを貼らせていただくこともあります。

2 つめは、ガス漏れがないかの検査です。原則5分間の圧力保持で検査しています。

3 つめは、設備の点検です。メーターや警報器の期限管理はもちろん、作動テスト、ガス栓やゴム管の交換などがあります。お客様に金銭的なご負担をいただくものもありますが、安心安全にご使用いただくためにご理解をいただきたい部分です。

以上の検査だけなら 30 分もあれば完了します。不具合があれば危険の度合いに応じて応急措置が講じられるのはいうまでもありません。

消費者の方々へのお願い

最後になりましたが、消費者の方々へのお願いです。

ガス使用者の義務と注意すべきこと

ガスは正しく使えば、これほど便利で使いやすいものではありませんが、いろいろな安全装置、安全システムがあるにもかかわらず、一步使い方を誤れば危険を伴うものであることも事実です。それだけに、勝手に判断せず、業者の点検を受けることが大切です。

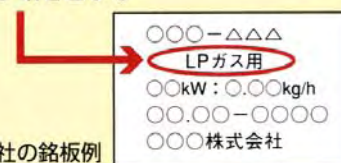
私たちからは特に3つのことをお願いします。

1. ガス種にあった器具をご使用いただきたい。ガスには大きく LP ガスと都市ガスがあり、それぞれガスの性質が違うので、ガス種に応じた器具でないと、正常な燃焼をしないので危険です。
2. 換気をこまめにしていただきたい。ガスが燃焼するには大量の空気が必要です。室内での燃焼器具(コンロや室内の湯沸器はその代表です)をお使いの時は、換気扇を回したり、換気をこまめにする必要があります。これはガスが不便だからでなく、ガスを上手に使うコツです。
3. ガスが途中で消えたりするのは安全装置が働いた結果です。使用を止め、すぐガス供給会社にご連絡ください。自分勝手に判断しないことです。せっかく安全装置が働いたのに無理に燃焼をさせると、不完全燃焼を長時間することになり、一酸化炭素中毒の原因となります。また、安全装置を改造し、その働きを無効にするなどは危険きわまりない自殺行為ですからお止めください。

安全装置の改造により一酸化炭素中毒死を招いたことは、大変残念な不幸な出来事でした。業界の一員として、襟を正し、原理原則に則った、人間の心による保安を心がけていくことの大切さを痛感した事件でした。

器械でできることは器械に。器械にできないことや、器械の管理点検は人間が。ハードとソフトの連携を業界一丸となつてがんばっているところです。

新しくガス器具をご使用の際には、LPガス専用の器具であることを確認してください。



製造会社の銘板例

※LPガス用器具には上のような表示があります。

Never Give Up! 元気を出そう！がんばれ中小企業(1)

挑戦・誠意・創意工夫で「小さな一流企業」へ

株式会社東郷 代表取締役社長 東成生 氏

1月23日、東大阪宇宙開発協同組合が開発した小型衛星「SOHLA-1」（まいど一号）が種子島宇宙センターから打ち上げられた。町工場の経営者たちが技術力を結集して打ち上げた人工衛星に目頭を熱くした人も多かっただろう。

次は鹿児島県の番だ。来年打ち上げられるH2A ロケットには、鹿児島県の中小企業が集まって作った人工衛星が搭載される。その一翼を担っているのが株式会社東郷だ。先行きが不安になるニュースばかりが流れる昨今、夢あふれる挑戦を仕掛ける企業は何を見つめて走っているのか。

本号では「小さな一流企業」を目指す株式会社東郷の代表取締役である東成生さんにお話を伺った。

Q. 東郷は何をしている会社ですか。

A. 超精密金型を製造販売しています。IC リードフレーム（半導体パッケージの内部の配線として使われる薄板の金属のことで、外部の配線との橋渡しの役目をする）、コネクタにモーターコア（あらゆる通信機器・家電製品・自動車・航空機・船舶などに使われる）の3つの柱で事業を行っています。販売先は日本国内に加えて、中国・台湾・フィリピン・インドネシア・シンガポール・マレーシア・タイなどのアジアパシフィック地区にも及びます。



Q. 金型の世界の中で、御社の強みは何でしょう。

A. スピード・高精度・低価格です。IT バブルの崩壊以降、ここ10年の間に受注価格は半分にになりました。そんな中で10年前と同じ利益を出すためには、半分のスピードで製造しなければなりません。しかし、それを工夫してクリアしていくことが企業の力になります。それから「自分たちが作りやすい部品」ではなく、「お客様が使いやすい部品」を作るようにしています。よい製品をより速くより安く提供することで、世の中が絶対必要な企業だと認識してくれます。

Q. 鹿児島発人工衛星開発プロジェクトに参加したきっかけは？。

A. このプロジェクトは、鹿児島大学の西尾先生が中心となって2005年にスタートしたのですが、当時の世話人のご紹介で、切削モノは東郷さんかなということで声がかかったんです。

Q. プロジェクトはどのような体制になっているのですか？。また、人工衛星の目的は？。

A. このプロジェクトには4社が参加していて、当社は本体や送受信機を、フジタワークスさんが板金分野、エルムさんとARPさんが設計とソフト関係を担当しています。人工衛星の目的は、局地的な雲や雨の発生を予測するための水蒸気分布の測定です。サイズは10cmの立方体ですが、この中に高マイクロ波帯で高安定の電波を送出する仕掛けを組み込み、地上に設置したアンテナ

との通信を介して、大気下層部の水蒸気分布を高感度に測定します。

衛星開発に関しては、組み込む部品を薄く軽く作ることが至上命題です。素材にはアルミニウムを使うのですが、これを薄く加工すると変形しやすくなってしまいますので、宇宙でのG（重力）や振動、また真空状態に耐えられる強度に仕上げるために、日々研究を重ねています。現在4号機の試作に入っていますが、随分改善されてきました。

Q. このプロジェクトに参加することによって社内の雰囲気に変化はありましたか。

A. 最初は「ホントにできるの？」という懐疑的な雰囲気もありました。でも構想図ができあがると、やはり社員の意識が「できるかな」というふうに変わってきたと感じます。人工衛星を作ること自体は利益を生むということではなく、むしろ持ち出しが多いのですが、社員のモチベーションアップや技術力の向上という意味では、お金では測れない効果があったと感じます。

プロジェクト開始後、すぐに1回目のコンペがありました。JAXA（宇宙航空研究開発機構）へのプレゼンでPRするには、やはり形あるものを見てもらったほうがいいだろうということで、急遽アルミニウムの模型とそれを固定するポットを作りプレゼンをしました。1回目のコンペでは準備が間に合わず、最終選考で落ちてしまったのですが、2回目のコンペで合格し、来年、わたしたちの人工衛星が打ち上げられることになっています。



Q. 社員の育成はどのようにしていらっしゃいますか。

A. 毎月東京からコンサルタントを招いて、社員教育を行っています。QDC（品質・納期・コスト）を完璧に守るにはどうしたらいいとか、その意識付けや手法などを繰り返し勉強しています。

コンサルタントに限らず、外部の方がやってくる環境は、いい加減なことをやっていたはいけない、ちゃんとやらなきゃいけない等々、意識向上に繋がります。外部の目が会社を磨いてくれるんですね。



Q. 苦境に立たされたことはありますか。

A. 当社は創業して24年になりますが、設備投資資金をどうしようかと悩んだこともありました。でも、楽天的な性格なので「くよくよ考えても始まらない。とにかく足を運ぼう」と、行動に移すことを心がけていますね。

Q. 100年に一度と言われる経済危機ですが、どう動きますか。

A. だからこそチャンスがあるはず。業績が右肩上がりでもうまく回っているときは、企業はやり方を変えませんが。良い方法だとわかっているでも。今なら大幅に工数・工程の見直しをしようという機運が高まっていますから、この機会を捉えて提案をすれば、企業もきっと



（写真上）地下工場の放電加工室

（写真中）コネクタ金型

（写真下）桜島をモチーフにした順送金型

耳を貸してくれます。声をかけてくれるのを待っていても相手はやってきません。自ら動かなければ。

一品一様の世界は、顧客の望む仕様のあるものをスピーディーに製造し提供することが重要です。それを念頭に、あちこちに足を運び提案活動を行うことで、チャンスの扉が開かれると思っています。

Q. この経済危機の中で、変えること・変えないことがありますか？。

A. 変えることは、製造原価を見直すこと・作業工程を見直すことですね。そして変えないことは、常に前向きに行こうということです。

Q. お休みの日の気分転換は？。

A. 盆栽や魚釣りでしょうか。盆栽は20才くらいから始めたんですが、まったく飽きないですね。水遣りや剪定をしながら育てていく過程は、雑事を忘れられるひとときです。盆栽の完成品を買って眺めるのではなくて、自分で作っていく過程が楽しいですね。

Q. 最後に一言お願いします。

A. 鹿児島にもっともっと人を呼んで活性化したいですね。鹿児島には焼酎や黒豚、黒酢など、特産物やおいしいものがいっぱいあります。仕事で県外の方とお話をすると、鹿児島に行ってみたいという声をよく聞きます。魅力のある会社、魅力のある地域であれば、きっと人が来てくれると思います。



種子島で生まれた少年が、小学一年生の遠足で見た宇宙センター。たくさんのコンピュータが並ぶ地下の発射管制室を見ながら「いつかこんなものを作りたい」と胸躍らせた。

少年は大人になり、超精密金型を製造する工場を作った。あのとき見た宇宙センターのように加工室は地下工場になっている。

そして来年は、彼の手がけた人工衛星が宇宙に飛び立つ。

夢を夢で終わらせない力は、「とにかく足を運ぶ」という地味な行動の積み重ねと、余暇に自分を解き放つ時間から来ているのかもしれない。

Never Give Up! 元気を出そう！がんばれ中小企業(2)

危機だからこそ 変えること・変えないこと

組合アンケートより

今年アメリカ大統領に就任したバラク・オバマ氏のキャッチ・フレーズは「CHANGE」。そこで、今回の「元気を出そう！がんばれ中小企業（2）」では、100年に一度の経済危機といわれる今を乗り切るために変えること（変えようと考えていること）、危機だからこそ変えないことを組合の皆さんにアンケート方式で伺った。

様々な思いのなかから、元気を出すヒントをぜひ見つけて欲しい。

※アンケートにご協力いただき誠にありがとうございました。紙面を借りてお礼申し上げます。

鹿児島県自動車車体整備(協)

専務理事 中間 正次さん

主業がサービス業であり、目標は「顧客のリピーター」であります。1つの仕事の工程で多く人が係わることで完成している。一人一人がお客様が喜んでくれることを信念として仕事をするのが大切ではないかと考えます。厳しい環境のときにこそ、その精神を教育するチャンスではないかと思い、下記を組合だより新年号に掲載した所です。

平成 21 年のテーマは《チェンジ》。

これからの課題、各自の役割分担認識

目標 ※一人一人の仕事の結果が大事です

《お客様よりご指名のかかる『あなた』になる
為に何をすべきか？》

“共に考え:行動する”

鹿児島自動車工業(協)

事務局長 賀籠六和文さん

現在行っている事業の充実を図る。

親切、丁寧、正確に利用者が安心出来る態勢を整える。新しい事への挑戦は大事だが、あれもこれもと言う様なやり方は良くないと思う。既存の事業を一步一步努力していく事が安定への道だと考える。

鹿児島県エルピ-ガス保安情報センター(協)

専務理事 前田洋次さん

従業員・会員が経営者であるといった信念を持ち最善を尽くすことが、この不況を克服する有効手段と思う。

鹿児島県遊技業(協)

専務理事 新川照男さん

[変えない事]

手軽に遊べる遊技業への転換

[変えようとしていること]

業界の高コスト体質

玉里団地中央商店街事業(協)

理事長 川瀬清一さん

川瀬清一個人としての意見です。

今一度原点に戻り、無理なく無駄をなくして、備えあれば憂いなしの気持ちで乗り切れるのでは。

一番街商店街(振)

事務局長 川口保義さん

不況風は波状で寄せ来るのが世の常である。出来ることから積極的に、経費の効率的運用、経験、発想を行動に結び、魅力を創出する。先進地の活動を視察し参考に

する等々、ありふれたことを地道に時を稼ぐ。

宮之城下町振興(協)

理事長 迫田公秀さん

営利事業的な事はやっていないので、何か出来る営利事業等はないか？皆で話し合ってみたい。

鹿児島市青果商業(協)

(危機に即した事業については) 組合として取り組んではない。不況の折、青果業をとりまく状況は益々厳しいものがあるが、組合員には活性化につとめてほしい。

お客の出入りが多ければ自然に店は活気づく。

組合員には助言をしている。宴会の挨拶で、商品の値札・産地表示は当然のことだが、料理方法・食べ方・栄養分の表示等で客に伝えるようにしたらどうか、お年寄と若者をターゲットにする商いを考えたらどうかと。特に若者は話が苦手な人が多く、自然に教えるようにしたらどうか。客が客を呼んでくれるような店舗展開をしたらと助言している。店主も勉強の時であると思う。

鹿児島県建築設計監理事業(協)

当組合は主に県など、官公庁からの受託業務により運営を行っておりますが、昨今の厳しい財政事情により公共事業等の建設投資が大幅に縮小され、民間工事も経済の不景気により発注が少なく、厳しい運営を迫られております。

今や地球環境問題は人類にとってあらゆる分野で喫緊の課題であり、建築界には既存建築物の耐震化、長寿命化等への早期対応が強く求められています。

そのような中、当組合におきましては、各組合員が有する建築物の調査・診断や改

修設計、継続保全のノウハウを活かした「建物再生専門部会」を立ち上げ、ユーザーの立場に立って時代に即した新規事業を展開していくこととしています。

鹿児島県菓子(工)

「断じて勝つ」

昨年の業界は、表示問題・事故米等、安全・安心にかかわる事件が噴出して、大いに困惑したが、経済危機といわれる今年こそ、組合員は一丸となって、「断じて勝つ」の精神と意気込みのもと、法令遵守・品質管理等の徹底を図り、自信と誇りを持って菓子造りに励み、安全・安心な製品を消費者に提供して行きたい。

鹿児島県川辺仏壇(協)

質の高い物作りをし、海外製品との差別化を図り、作り手の顔が見える商品を提供し、消費者ニーズに答えていく事が今後必要となる。

鹿児島県保険代理店(協)

お客様のために、今まで以上に誠意をこめて、仕事をする事。
会員増強につとめる。

天文館通り繁華街(協)

組合としての事業の充実を進めたい。

薩摩中央飼料事業(協)

組織力向上と、エコフィード飼料販売の強化。

南栄建設(協)

マインド、アイデンティティ。

(和、心)。

..... 鹿児島建設保守協同組合
気配り。

..... **その他**

私達の業種は木材の普及、森林の整備につながり、地球温暖化防止に寄与する最先端産業だと自負しております。何事でもchangeすればいいというものでもありません。グローバル化一辺倒が今日の姿になったことを反省し、日本の気候風土にあった良き伝統・組織を再認識し、地域に密着した協同組合本来の目的に向かって再challengeするところに活路を見出そうと誓っています。

..... **小売業**

[変えること]

LPG のみにとらわれず、発想の転換期と思われる。最大の危機こそチャンスが生まれてくるのでは？。

[変えないこと]

業種が少しずつ違えど（LPG、都市ガス、IH 関係・・・）お客様との密なる対応と各人のプロフェッショナルとしての自覚。

..... **運送業**

運送業の組合であるため、物流に関するあらゆる情報を少しでも多く組合員へ提供できる体制をとりたい。そうすることで、組合と組合員が一丸となり、相互扶助の精神の基で経済危機を乗り越えたい。

..... **運送業**

[変えること]

協同組合を維持していくために組合員の意識の改革をしていこうと思う。

[変えないこと]

個人タクシーとしての「ブランド」を現在より高めたい。

顧客に個人タクシーの質の良いサービスをアピールしていきたい。

..... **サービス業**

好景気時代の運営を漫然と行うことなく、会員全員が危機意識をもち、それぞれの会社内にそれを浸透させることが大切だと思います。実情に則した会社の理念・方針を根本から見直し、是々非々な対応が必要と思われれます。

..... **卸売業**

異業種間での連携の強化（情報交換や共有）。事務作業の迅速化。

..... **小売業**

今やっていることをしゅくしゅくと継続すること。

..... **製造業**

組合組織のスリム化

..... **製造業**

協調。

..... **以下匿名希望**

現在の経済状況下においては、当分の間は売上げが上向きになる可能性は全くなく、逆に悪化するのには必至である。

これに対応して、組合員（中小企業）も必死になってリストラ等を行い経営改善に努めているが、これも限界に近づきつつあり、このままでは共倒れも致し方ない状況かもしれない。

つまり現状維持は後退と一緒にあり、ダーウィンの進化論の如く組合員（中小企業）が生き残れるのは変化できる企業である。具体的には二度とこない過去の栄華を全部忘れ、鶏口牛後の発想を捨て、組合員

同士が一致協力して合併・集約化を実施し、この難局を乗り切るしかないのではなからうか。

積極的に消費者の皆様とのコミュニケーションを取る方法を取り入れるべきだと思う。インターネットメール・携帯メール等を、いかに各社（各組合員）の事業のツールとして活用してもらうかは今後大事であると思います。

しかしながら年配の方には受け入れられない部分もあるので、日頃の店頭でのきっかけ作りを大事にしていく事を忘れてはならない。

私達の商店街では、昨年3回100円商店街を実施しましたが、今年より2ヶ月に1回を目標に実施する方向で準備を進めています。

正直者が苦勞する時代でしたが、時代が変わり、正直者がむくわれる時が来たような気がします。

あたりまえの事をあたりまえに出来る。

正しい事を正しくやることが、変える事であり、変えない事でもあります。

創業原点に立ち戻り、お客様本位の商売のあり方を見直す。または回帰して時代に即したスキルを見出す努力をする。

課題整理の為に、人とのコミュニケーションを多くすること。

- ・「量より質」に変わること、変えることに傾注する。
- ・例えば売上中心の考えから、商品の質・人の質・財務の質を中心にした長続きのする経営の体質に改善する。

[変えること]

環境への変化に対応し、与信管理を優先した商取引にシフトする。

[変えないこと]

基本に忠実に。本業以外に手を広げない。

[変えようと考えていること]

組合員の要望に迅速に対応できるための事務局体制及び危機管理体制の確立。

[変えないこと]

各組合員間の相互扶助及び連携強化。

[変えること]

保守的経営から、得られるものを生かしつつ、新事業への参加。

[変えないこと]

安心・安全を常に明確に表現すること。顧客の期待と信頼を裏切らない組織運営の実現。

過去に固執しない（やり方・実績）。

社員・組合職員を大切に、1人もリストラすることのないよう現状を見直し、世の中の流れを見誤らないこと。

集約にむけて、早目に行動をしないと、将来像が見えてこない。数量減少している中で、集約化しか生き残る道はないと思われる。

経済危機の影響と同時に中小小売業の販売不振により会員の減少が続き、又新しい会員の入会が困難であるため、固定費（事務局の維持）の削減に努めているところです。又、例会等の充実を計り、安定した組合運営に努めています。

組合員の団結。1人1人の意識を高め、組合を利用し、自分の為になるように動く。ただ、名前だけの会員ではなく、積極的に

組合を使って、組合にしかできない事をや
っていく。組合側としても、いろんな情報
提供をしていく。

ロスの削減。今更と思われがちであるが、
運用・商品販売に於いて、時間のロス・商
品の期限的ロスなど、見方を変えるとロス
はあらゆる所に存在しており、これらを把
握・認識し、対策する。

役職員一丸となって組合を盛り立てて
いくのは当然のこと。組合員一人一人との
コミュニケーションも大事にしていきたい
と思います。

[変えること]独立独歩の精神を持つ。

[変えないこと]信頼関係の強化。

時代の変化に順応してゆく発想の柔軟
性を備える。その為の情報の先取りを心掛
ける。

組合員の相互協力、及び組合への協力意
識を持つ事。

- ・ 組合共同販売製品の拡大

- ・ 適正販売価格の追求
- ・ 共同販売製品における品質管理の徹底

今年ほうし年。

「うしは多く語らず」

「うしは一步一步確実に前進」

うしに見習いましょう。

安定した品質を確保してユーザーのニ
ーズに最大限答える！！

経費の削減（勤務時間を調整し、人件費
を削る）

[変える事]集約化 [変えない事]組合理念

会員事業者の調和

基本に戻すこと

団結

関係団体への賦課金増もあり（組合費の
値上げは据置）苦しい状況だが、組合員の
親睦を目的とした納涼大会、及び年2回の
懇親会等の開催を維持すること。

事業主の皆様へ 労働保険のお知らせ

平成 21 年度から年度更新の申告時期が変わります

平成 20 年度まで（4/1～5/20）→平成 21 年度から（6/1～7/10）

平成 21 年度から、年度更新の手続きは 6 月 1 日から 7 月 10 日までの間に行っていただ
くこととなります。なお、年度更新申告書は 5 月末に送付する予定です。

しかし、労働保険料等の算定方法は変わりません（4 月 1 日から翌年 3 月 31 日までに支
払う賃金総額に保険料率を乗じて得た額となります）。

問合せ先

鹿児島労働局労働保険徴収室 適用係

電話 099-223-8276

中央会の動き Wind from CHUOKAI

●『平成 20 年度 組合自治監査講習会』開催

1月27日(火)、鹿児島市のホテルウェルビューかごしまで平成20年度組合自治監査講習会が開催された。

講師は、監査法人トーマツの鹿児島事務所長であり公認会計士の西元浩文氏。「組合法改正による監事の役割と監査の方法」「税制改正について」の二つのテーマで説明があった。



組合法改正による監事の役割と監査の方法について

組合と監事は委任関係にあり、受任者である監事は自らの裁量で事務を処理することができる。この中で、監事は民法第644条の規定により、善良な管理者の注意をもって、委任事務を処理する義務が生じるため、不適切な監査を行った場合は、民事上の責任を問われる可能性がある。監事の職務は、原則として理事の職務執行が法令及び定款に基づいているかをチェックすることであり、身分的・経済的独立や精神的独立が要求される。

監査の方法としては、試査(サンプリングチェック)が効果的である。まずは、監査上の重要性を勘案して監査計画の策定を行い、監査の実施にあたっては、監査計画において策定した実証手続きを修正することにより、十分かつ適切な監査証拠を入手しなければならない。また、内部統制(内部牽制・内部監査)が確立された組織では、監査の絶対量を減少させることが可能である。今後、組合は組織の規模や体制を考慮して内部統制を図ることが望ましい。

具体的な監査の手法については、事前の帳尻合わせを防止するため、期中の抜き打ちによる実査が効果的である。また、残高証明書の偽造といった不正手段も巧妙になってきたため、監査技術の向上を日々怠らないことも大切である。実査は、最終的に現金残高に帰着する。手許現金残高と帳簿額が合致できないときは、一般的に不正や誤謬の存在を疑うべきである。

税制改正について

平成21年度の税制改正のポイントとして、中小法人等の軽減税率の引き下げや欠損金の繰越還付の復活、また事業承継に係る軽減措置の概要について解説があった。

職業監査人としての自らの体験を随所に取り入れた講習は、多くの参加者を飽きさせることなく終了した。

●『ホームページで売するための写真撮影ノウハウ講習会』開催

2月5日(木)、宝山ホールで「ホームページで売するための写真撮影ノウハウ講習会」が開催された。人気のデジタルカメラをうまく使いこなして、ビジネスで使うホームページの写真を、もっとブラッシュアップするための講習である。

講師は(企)アートブレインZEROに所属するカメラマンの河村明氏。



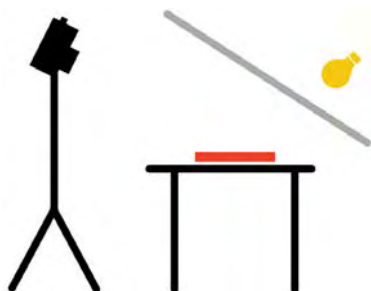
カメラをやっているのが撮影機材が高いということ。今回の講習では、全ての機材について、ホームセンターで簡単に入手できるものを組み立てて使うというリーズナブルなセットを作成。

カメラで撮影する場合の重要なポイントとして、1. 三脚を使うこと 2. 内蔵フラッシュは絶対使わないこと 3. ISO 感度を理解すること 4. クオリティ(画質)はなるべく高画質にすること 5. ホワイトバランスを理解すること 6. 三脚が使えない場合は手ブレ補正機能を使うこと 7. カメラは正しく構えることなどが説明された。

また、実際の商品撮影についても、花瓶や観葉植物、ぬいぐるみ、できたての料理、焼酎瓶などを使って、構図やライティングの設定ポイントなど注意すべき点の解説があった。

撮影後の写真データについては、画像加工ソフト Photoshop を利用して、より魅力的な写真に修正・合成する方法を学んだ。

プロでなくても、ここまでできる！ということを実感できる講習となり、終了後も講師に質問する参加者が多く、関心の高さを感じる講習会となった。



インフォメーション Announce from CHUOKAI

●次世代育成支援対策推進法が改正されます！【厚生労働省 雇用均等・児童家庭局】

我が国における急速な少子化の進行等の現状にかんがみ、次代の社会を担うすべての子どもが健やかに生まれ、かつ、育成される環境の整備を図ることが喫緊の課題となっています。

このような状況を踏まえ、地域や職場における、総合的な次世代育成支援対策を推進するため、児童福祉法等の一部を改正する法律が成立し、次世代育成支援対策推進法の一部が改正されます。(以下「改正法」という。)

改正法(一般事業主関連部分)のポイント及び施行日については、以下のとおりです。



▶ 改正法のポイント

1. 行動計画の公表及び従業員への周知の義務化（平成 21 年 4 月 1 日施行）

仕事と家庭の両立を支援するための雇用環境の整備等について事業主が策定する一般事業主行動計画の公表・従業員への周知が、101 人以上の企業は義務(※101 人以上 300 人以下企業は平成 23 年 3 月 31 日までは努力義務)、100 人以下の企業は努力義務となります。

	現行	平成 21 年 4 月 1 日以降	平成 23 年 4 月 1 日以降
301 人以上企業	規定なし	義務	義務
101 人以上 300 人以下企業		努力義務	義務
100 人以下企業			努力義務

※義務及び努力義務の規定はそれぞれ上欄に掲げる日以降に策定又は変更した行動計画について適用されます。なお、平成 21 年 3 月 31 日までに策定又は変更した行動計画については義務ではありませんが、自ら公表、周知することを妨げるものではありません。

2. 行動計画の届出義務企業の拡大（従業員 101 人以上企業へ）（平成 23 年 4 月 1 日施行）

一般事業主行動計画の策定・届出の義務づけ対象範囲が従業員 301 人以上企業から従業員 101 人以上企業に拡大されます。

	現行	平成 23 年 4 月 1 日以降
301 人以上企業	義務	義務
101 人以上 300 人以下企業	努力義務	義務
100 人以下企業		努力義務

➤ 次世代育成支援対策推進法とは？

急速な少子化の流れを変えるため、次世代育成支援対策推進法では、地方公共団体が地域行動計画を策定・公表するとともに、企業においても、従業員数に応じて、従業員の仕事と子育ての両立を支援するための一般事業主行動計画を策定し、都道府県労働局にその旨を届け出ることが義務づけられています。

➤ 行動計画を策定するメリットは？

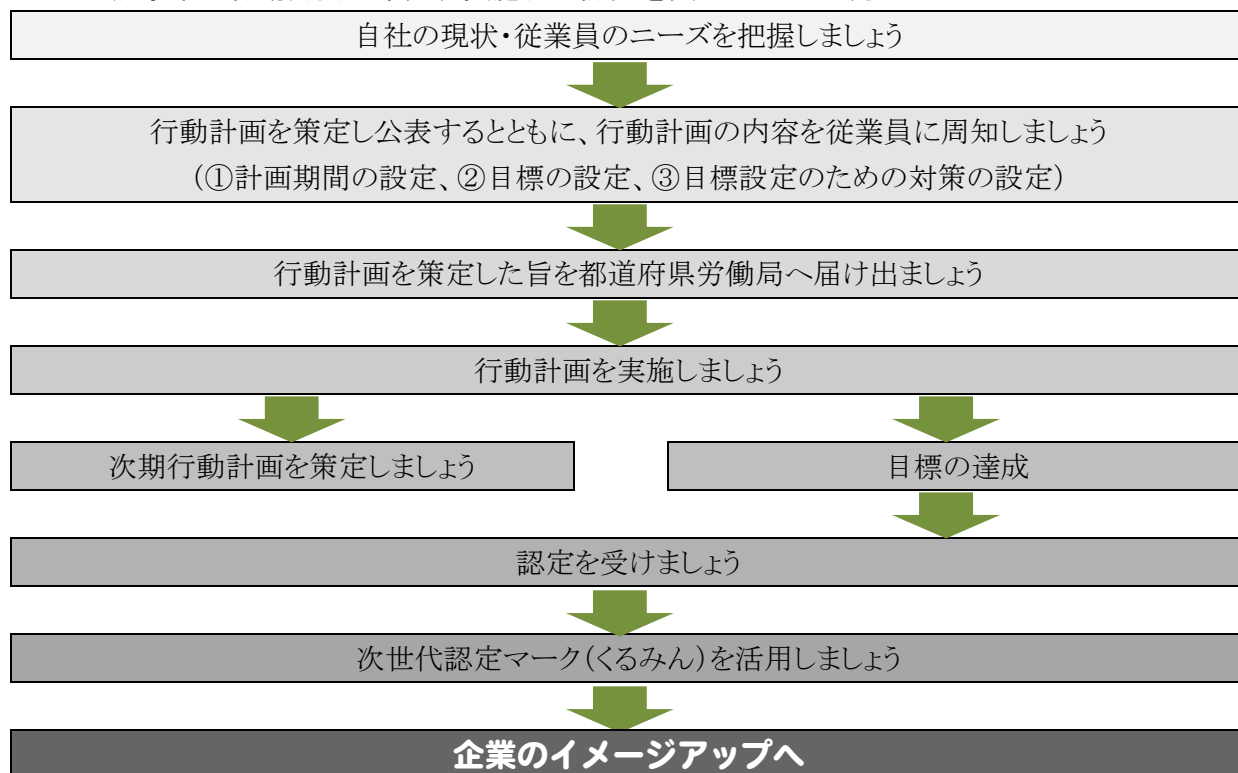
行動計画を策定・実施し、一定の要件を満たすと、厚生労働大臣の認定を受けることができます。

認定企業になると、次世代認定マーク(愛称:くるみん)を商品等につけることができ、企業のイメージアップや優秀な人材の確保等が期待できます。



【次世代認定マーク くるみん】

➤ 一般事業主行動計画の策定、実施及び認定を受けるまでの流れは？



改正法及び一般事業主行動計画に関するお問い合わせ

鹿児島県労働局雇用均等室 TEL:099-222-8446

●'09 鹿児島市新就職者激励大会～未来は君が拓く～【鹿児島市】

事業主のみなさまへ

鹿児島市では、鹿児島公共職業安定所や経済団体等と共催で、この春、新しく鹿児島市の事業所に就職する若人の門出を祝福し、激励するため、「'09 鹿児島市新就職者激励大会～未来は君

が拓く～」を開催します。

この大会は、式典、研修、講演等で構成されています。

みなさまの事業所で、今春採用を予定している新社会人の皆様の参加を心よりお待ちしております。

- ◆ 日 時:平成 21 年 3 月 26 日(木)10 時～15 時
- ◆ 場 所:鹿児島市勤労者交流センター・多目的ホール(中央町 10 番地 キャンセ 8 階)
- ◆ 内 容:式典、研修、講演

- 研修 ①企業のしくみ
- ②社会人としての基本的なマナー

- 講演 『出会いに感謝～思い続けたオリンピック～』
- 宮下 純一氏(北京オリンピック 競泳メダリスト)
- ※鹿児島市出身。現在、TV等でご活躍中です。



- ◆ 申込方法:3 月 2 日(月)から 3 月 19 日(金)までに事業所ごとに参加申込書を取りまとめ、事業所負担金(参加者 1 人につき 2,000 円)を添えて、お申し込みください。
- ◆ 申込み先:大会事務局(山下町 11-1 鹿児島市商工総務課内) TEL 216-1325

●定年引上げ等奨励金(70 歳まで働ける企業奨励金)【高齢・障害者雇用支援機構】

急速な少子高齢化による労働力人口の減少が見込まれる中で、今後も、我が国経済社会の活力を維持していくためには、働く意欲を持った高年齢者の方々が長年にわたり培った知識と経験を、企業において継続して生せるようにすることが求められています。既に、「高年齢者の雇用の安定等に関する法律」(高齢法)により、事業主は 65 歳までの高年齢者の安定した雇用を確保することが義務づけられていますが、2012 年にはいわゆる「団塊の世代」が 65 歳に到達することから、65 歳以上の定年制や定年の定め廃止を普及・促進し、「団塊の世代」の働く場をいかに確保していくかが、当面の重要な課題となっています。

さらに、高年齢者の就業意欲の高さや、中小企業における人材確保等の観点から、「70 歳まで働ける企業」の実現を進めることも重要と言えます。

このため、①65 歳以上への定年の引上げ又は定年の定め廃止、希望者全員を対象とする 70 歳以上までの継続雇用制度の導入を行った事業主の経済的負担を軽減することや、②地域において波及効果のある高齢者雇用のモデル的取組を行った事業主を支援すること、または、③事業主団体が傘下の中小企業事業主に対して高年齢者の継続雇用についての支援活動を行うことを奨励するために、平成 20 年度から「定年引上げ等奨励金」の制度が改正され、新たにスタートしました。

この制度は、次の 3 種類の奨励金・助成金で構成されています。

➤ 中小企業定年引上げ等奨励金

雇用保険の常用被保険者数 300 人以下の事業主が、就業規則等により、高齢法第 9 条第 1

項に規定する高年齢者雇用確保措置のうち、65歳以上への定年の引上げ、希望者全員を対象とする70歳以上までの継続雇用制度の導入又は定年の定め廃止を実施した場合に、導入した制度に応じ、一定額を支給します。

➤ **70歳定年引上げ等モデル企業助成金**

70歳以上まで働くことができる新たな職域の拡大等を行うモデル的な取組み、又は地域における波及効果のある取組みを実施した事業主に対し、実施に要した費用の2分の1に相当する額を支給します。

➤ **中小企業高年齢者雇用確保実現奨励金**

事業主団体が、傘下の雇用保険の適用事業の中小企業事業主に対して、高齢法第9条第1項に規定する高年齢者雇用確保措置の導入やその他必要な雇用環境の整備に関する相談・指導等を実施した場合、それにかかった経費を奨励金として支給します。

お問い合わせ先

(財)鹿児島県雇用支援協会

〒892-0844

鹿児島市山之口町 1-10 鹿児島中央ビルディング 11F

TEL:099-219-2000

●公正取引委員会九州事務所ニュース【公正取引委員会事務総局 九州事務所】

独占禁止法は、カルテルや談合などを禁止して、事業者による公正で自由な競争を通じて経済が発展し、消費者の利益が確保されるよう、自由経済社会において公正で自由な競争が行われるための基本的なルールを定めたものです。

公正取引委員会では、独占禁止法のほか下請法と景品表示法を運用しており、これらの法律に関する相談に随時対応しております。

最近の新聞発表事件からご紹介します。

景品表示法違反事件

◆株式会社QVCジャパンに対する排除命令について（1月14日）

（株）QVCジャパンは、「もてなしサーバーセット」と称する大型スプーン及び大型フォークを2本ずつ詰め合わせた商品並びに「会津塗スプーン5本セット」と称するスプーンを5本詰め合わせた商品を一般消費者に販売するに当たり、同社がインターネット上に開設したウェブサイトにおいて、平成15年11月ころから平成20年4月ころまで、例えば、「もてなしサーバーセット」について、「漆特有の風合いが食卓を華やかに」、「漆特有の風格と重厚感は、ふだんの食生活をほんの少しお洒落に彩るにも、大切なお客さまのおもてなしにも最適です。」等と記載することにより、あたかも、当該商品の素材は木を加工したものであり、漆のみで

塗装を行ったものであるかのように表示していたが、実際には、素地はABS樹脂であって、漆とウレタン樹脂の塗料を混合したものをを用いて塗装を行ったものであった事実が認められたことから、平成21年1月14日、景品表示法第4条第1項第1号（優良誤認）の規定に違反するとして、同社に対し、前記表示は、一般消費者に対し、実際のものよりも著しく優良であると示すものである旨を公示すること、再発防止策を講じ、これを役員及び従業員に周知徹底すること等を内容とする排除命令を行った。

下請法違反事件

◆西日本車体工業株式会社に対する勧告について（12月11日）

西日本車体工業(株)は、業として請け負う製造の目的物たるバス車体に使用する部品の製造を下請事業者に委託しているところ、コスト削減を図るため、平成19年2月から同20年2月までの間、下請事業者に対し、「一括値引き」と称して、下請代金の額に一定率を乗じて得た額を下請事業者を支払うべき下請代金の額から差し引くことにより、下請事業者の責に帰すべき理由がないのに、当該下請事業者を支払うべき下請代金の額を減じていた（減額した金額は、下請事業者6名に対し、総額1358万7634円である）事実が認められたことから、同社に対し、下請法第4条第1項第3号（下請代金の減額の禁止）の規定に違反するとして、平成20年12月11日、同法第7条第2項の規定に基づき、今後、再び下請事業者の責に帰すべき理由がないのに下請代金の額を減じることのないよう、発注担当者に対する下請法の研修を行うなど社内体制の整備に必要な措置を講じたこと等を、自社の役員及び従業員に周知徹底すること等を内容とする勧告を行った。

なお、西日本車体工業(株)は、平成20年4月30日、下請事業者に対し、減額分を返還し、同年9月19日から同月24日までの間、自社の発注担当者に対する下請法の研修を実施するとともに、同年11月12日開催の取締役会において、前記の減額行為が下請法の規定に違反するものであること及び今後、下請事業者の責めに帰すべき理由がないのに下請代金の額を減じないことを決議している。

本件は、平成20年11月26日、中小企業庁長官から下請法第6条の規定に基づき措置請求を受けた事案であり、当該請求に基づく勧告としては九州地区においては初めての事例である。

九州事務所における相談や申告等の窓口

①広報、職員採用等	総務課	092-431-5881
②独占禁止法、各種ガイドライン 合併・営業譲受けに関する相談等	経済取引指導官	092-431-5882
③景品類、表示についての相談、調査依頼（申告）等	取引課	092-431-6031
④下請取引についての相談、調査依頼（申告）等	下請課	092-431-6032
⑤独占禁止法違反についての調査依頼（申告）	第一審査課	092-431-6033

鹿児島県内の業界情報

製 造 業

(平成 21 年 1 月情報連絡員報告)

味噌醤油製造業

寒さが長続きせず、また、景気の悪さも影響してか、低調に推移した1月だった。

漬物製造業

干大根の原料が不足気味。

酒類製造業

区 分	H19. 12	H20. 12	前年同月比	
製成数量	24,820.8	26,697.0	107.6	
移出数量	県内課税	8,898.0	8,540.3	96.0
	県外課税	10,439.5	10,528.9	100.9
	県外未納税	6,399.3	5,697.5	89.0
在庫数量	262,735.0	264,458.5	100.7	

(平成 20 年 12 月分データ。単位 k0・%)

蒲鉾製造業

サブプライムローン問題等を受けての不況のためか、帰省客も少なかった。また、1月3日を過ぎるとさらに売れなくなり、前年同月比マイナス4%であった。ただ、スリミの下級の値が下がりつつあり、1キロ当たり50円～100円位の下げである。しかし、上級はそのままの相場である。また、少し下がっても売上が悪いので経営的には少しも利益が出ない状況である。

鯉節製造業

愛媛県のある業者が焼津産の鯉節を枕崎産と偽り販売するという偽装問題があった。そのような中で、枕崎、山川の方は少し忙しかったが、まだまだ業界は良い状況ではない。

菓子製造業

農水省の需要喚起キャンペーンによる「菓子まつり・スイーツフェスタ」を1月8日から13日まで山形屋地下イベント会場で、24日・25日の2日間ドルフィンポート会場で開催した。両会場とも大賑わいで成功裡に終わったと思う。しかし、新春の七草・成人式等の行事に伴う菓子需要は皆無に等しい。

大島紬織物製造業

2月9日～15日、天文館の菓々子横丁にて伝統工芸士によるふれあい体験フェアを開催。2月14日、天文館本通り、ハイカラ通り、中町ベルグ等でストリートファッションショーを開催。2月21日～23日、鹿児島山形屋において大島紬フェスティバルを開催予定。3月6日～8日、県民交流センターで、薩摩焼及び川辺仏壇と「さつまの伝統的工芸品フェスタ」を開催予定。

本場大島紬織物製造業

平成 21 年 1 月の検査反数 674 反、前年対比 70.5% (282 反減)。1 月末に福岡の(株)後藤が任意整理、奄美の組合員にも影響があると思われる。

木材・木製品製造業

雇用情勢の悪化等で住宅着工を見合わせる動きが表れており、12月の着工戸数は冷え込んだ昨年同期よりもさらにダウン。通年でも過去5ヶ年と比較して9.3%減である。当市場でも1月の製品売上は対前年比77%減と振るわず、丸太も対前年比90%と不振。丸太の搬入は旺盛な時期であるはずだが、好転の兆しはない。

素材生産業・製材業・材木卸売業

米国発の世界的経済不況の中で、日本の住宅新築着工数も回復せず、製紙需要も後退し、木材産業不振の構図はより深刻化している。県内原木市場の初市も全て価格不振で今後の市況回復は厳しいものと思われる。さらに、住宅について、昨年11月施行の改正建築士法及び本年10月施行予定の住宅瑕疵担保履行法の影響で特に在来工法木造住宅新築の遅れが懸念される。

生コンクリート製造業

出荷量 165,496 立米 (対前年比 90.6%)。特に減少した地域は、出水、加治木、奄美大島。特に増加した地域は、串木野、南隅。官公需 121,194 立米 (対前年比 91.3%)、民需 44,302 立米 (対前年比 88.7%)。

コンクリート製品製造業

1 月度の出荷トン数は対前年度比 102.9% の 11,660 トンとなった。ようやく前年度並みの出荷量となったが、地区によっては年間を通じ、対前年度比 65% で推移しているところもある。公共工事における 1 月度の受注は相変わらず低調に推移している。

機械金属工業

特段の変化は見られない。

仏壇製造業

海外製品輸入内訳 (主たる輸入国: 中国、ベトナム、タイ等)。平成 20 年 10 月 24,419 本、11 月 22,155 本、12 月 24,447 本、平成 20 年度累計 255,629 本。

印刷業

世界的規模の金融大恐慌とも言われる現在、何の好転材料も見出せないまま、多くの事業所が資金繰りに苦慮している。安易な人員削減などで凌ぐことも容易ではなく、深刻な状態が続いている。

非製造業

(平成21年1月情報連絡員報告)

卸売業

米国発の世界同時不況が、雇用不安と個人消費の停滞を呼び、流通業界は極端な不況感に包まれている。更にマスコミ報道が拍車をかけて実体よりも過度な不景気にさらされている。新たな販路を開発し、人員と在庫増の現状を打開すべく調整を行っていかねばならない。また、利益改善（優先）のため人員削減を行う必要がある。

中古自動車販売業

極めて厳しい状況である。売れている店と売れていない店との格差が生じてきている。元旦からの新春フェアに関し、客足は鈍かったが、成約はほぼ前年並みに推移した。今後の需要増に期待したい。

青果小売業

前年同月比 126%、前月比 75%。

農業機械小売業

組合としても融資を行っているが、市が融資する方が借入の利率が低いということで現在申請中という組合員もいる。選択できる機会があることは、融資を受けられるというのとはもとより、組合員にとっては安心の材料ではないだろうか。系列販売店の底上げがあったため組合全体の売上としては前年同月期より多くなっており、表面上は好調のように見える。

石油販売業

1月も小売価格は低下した。そのため、需要にやや回復の兆しが見られた。その反面、油種によってはやや息切れ感も見られた。このところの不況の影響で産業関連油種である軽油・重油の落ち込みが懸念される。

商店街（霧島市）

1月の売上もやはり対前年比より減少の傾向にあるようだった。正月明け、それぞれの商店の売上は、「過去にないほど少ない」という声をよく聞いた。

商店街（薩摩川内市）

中旬までは前年並みだったが、下旬は悪くなった。マスコミ報道の影響による消費低迷を心配している。

商店街（鹿屋市）

大型時計宝飾店（和田）が閉店。鹿児島銀行が病院跡を買い上げ、駐車場になる予定。（2月6日より解体、4月31日舗装工事終了予定）

サービス業（旅館業/県内）

年末年始の繁忙期に関し、本年は休日が例年に比べ長かった割に、お客様の多い日が元旦前後に限られ滞在も短くなっている傾向にあった。新年会等も件数はほぼ例年通りだったが、人数や予算を縮小する団体が多くなっている。

サービス業（美容業）

来店間隔が伸びてきて、売上減少となり、経営の悪化いわゆるスパイラル状況ができつつある。

旅行業

1月は実働時間が短い上に、人の移動や旅行人口も減少する閑散期にあたり、厳しい年明けを迎えている。この現状の中で、経費を抑えつつ好転への材料を模索している状況である。売上は対前年比約15%の減。

自動車分解整備・車体整備業

1月は年間で最も暇な時期である。景気悪化の影響でユーザーが古い車を整備して長く乗り続けて頂くことで業界が活性化することを期待する。

内装工事業

1月のラベル売上数は、カーテンラベル対前年同月比62.3%で減少、壁装ラベルは対前年同月比115.2%で増加、じゅうたん等ラベル対前年同月比1161.1%で大幅に増加となった。現場数は昨年より増えているが、利幅は少なく、相変わらず厳しい状況である。

建設業（鹿児島市）

受注競争の激化、受注量の減少、会員数の減少。

貨物自動車運送業

平成21年に入り燃料価格は落ち着いてきているが、依然として高止まりで推移している。荷動きは、県外に上った車両に対し、下りの荷物が不足している状況である。

運輸業（個人タクシー）

不景気の影響を受け、売上悪化が進んでいる状況である。

そろそろ年度末。法改正で変更点がいろいろと出ています。

(近日中に発行予定)

決算時期を迎えられる組合は、中央会発行の冊子

「組合が行う決算期手続きのポイント」(活性化情報別冊版)

を参考に決算関係書類を作成しましょう。

中央会関連 主要行事予定

お申し込みは
鹿児島県中小企業団体中央会 連携支援課まで
TEL 099-222-9258

平成21年3月	
3日(火) 19:30	平成20年度第3回商店街人材育成事業 (商店街後継者育成) 鹿児島市「レクストン鹿児島」
10日(火) 14:00	地域力連携セミナー 「電子契約で迅速かつコスト削減を図る」 鹿児島市「ソフトプラザかごしま2階」

取引先の突然の倒産。
そんなときあなたを守る安心の共済です。

経営セーフティ共済の ご紹介

「経営セーフティ共済」は中小企業倒産防止
共済制度の愛称です。

「経営セーフティ共済」は、取引先事業者の倒産の影響を受けて、中小企業者が倒産する事態（連鎖倒産）又は、倒産に至らないまでも著しい経営難に陥る事態の発生を防止するため、毎月一定金額を掛け、万一取引先事業者が倒産し、売掛金や受取手形などの回収が困難となった場合には、掛金総額の10倍の範囲内で、回収不能額を上限に、共済金の貸付けを受けることができる共済制度です。

- ◆最高3,200万円の共済金貸付が受けられます。
- ◆共済金貸付は無担保・無保証人・無利子です。
- ◆税法上の特典も有ります。
- ◆一時貸付金制度もご利用できます。

中小企業かごしま

(平成20年度 活性化情報第4号)

平成21年2月10日発行

発行人 鹿児島県中小企業団体中央会 会長 岩田泰一

〒892-0821 鹿児島市名山町9番1号 県産業会館5階

TEL 099-222-9258 FAX 099-225-2904

印刷所 株式会社朝日印刷

中小企業の皆さんへ
手助けのふりをした
勧誘・斡旋にご注意ください！

【勧誘、斡旋の手口】は・・・

- 中小企業倒産防止共済（経営セーフティ共済）や緊急保証制度の利用のお手伝いをするといった、FAX、ダイレクトメールなどが送りつけられていませんか？
- 貸付や保証を受けるためには、会員になる必要があると思わせ、入会金、年会費や保証料などを振り込ませるという事例が発生しています。
- 「中小企業に関係した組合に加入すれば有利な資産運用ができます」など、不審な勧誘をする事例も出ています。

【注意事項】

中小企業倒産防止共済制度は、入会金、年会費や保証料は必要ありませんので十分ご注意ください。

信用保証協会では、金融斡旋屋などの第三者が介入した保証を取扱いません。信用保証協会と似た名前で来る、FAX、ダイレクトメールなどには十分ご注意ください。なお、信用保証協会は、所定の保証料以外に、相談料、手数料、入会金などをいただくことはありません。

中小企業に関連する組合から、有利な資産運用の勧誘を受けたときなどには十分ご注意ください。