



中小企業 かごしま

平成 23 年 8 月号 (活性化情報第 2 号)

CONTENTS

1 **特集 1**

中小企業白書の概要 2011

11 **特集 2**

中小企業白書事例集

31 **特集 3**

九州新幹線全線開通 ～鹿児島から元気を発信～

38 **Never Give Up! 元気を出そう! がんばれ中小企業**

地域が求めるものを提供する企業で あり続けたい

(西川グループ)

41 **特別寄稿 安心・安全を守る**

幼稚園の安心・安全について

(学校法人永吉学園 田上幼稚園・田上キッズ保育園 理事長 永吉龍志 氏)

47 **中央会の動き・インフォメーション**

facebook セミナー、地域別交流懇談会
かごしま木の家づくりセミナー案内

49 **業界情報** (平成 23 年 6 月情報連絡員報告)

51 **倒産概況** (平成 23 年 7 月鹿児島県内企業倒産概況)

53 **中央会関連主要行事予定**

震災からの復興と成長制約の克服

中小企業庁から「2011年版中小企業白書」が公表されました。白書は「最近の中小企業の動向」、「経済社会を支える中小企業」、「経済成長を実現する中小企業」という3つの観点から構成されています。本号ではその主な概要を紹介します。

第1部 最近の中小企業の動向 (p2)

中小企業の業況は、総じて持ち直しの動きが見られたが、東日本大震災の影響により大幅に悪化している。また、円高の進行や原油価格の高騰等の先行きへのリスクがある。政府としては、中小企業支援策をしっかりと講じていく。

第2部 経済社会を支える中小企業 (p4)

1. 産業、生活の基盤たる中小企業

経済、社会において、中小企業は重要な役割を担っており、震災でも、産業のサプライチェーンを担い、地域の住民生活を支えるなど、その重要性が再認識された。

2. 中小企業の良さを守る取組

震災後の急速な景気後退や深刻化した構造的課題の中、中小企業の良さを維持していくために、資金繰り対策、事業引継ぎ、事業再生、地域密着型金融等の支援を行っていくことが重要である。

第3部 経済成長を実現する中小企業 (p7)

1. 経済成長の源泉たる中小企業

震災により多くの中小企業が倒産、廃業する中、起業、転業は、経済の新陳代謝や企業の成長、雇用の創出等の観点から、重要な要素である。

2. 中小企業の強みを伸ばす取組

人口減少、少子高齢化に加えて、震災後に一層高まったエネルギー供給制約の中で、我が国経済が持続的に成長していくためには、中小企業がより効果的な取組を行うことにより、その労働生産性を向上させることが重要である。

また、震災により中小企業にとって厳しい状況が続く中でも、中長期的には、国内需要の大幅な増加は見込めないため、現地市場の動向を踏まえた国際化、国内における国外からの事業機会の取り込みを行っていくことが重要である。

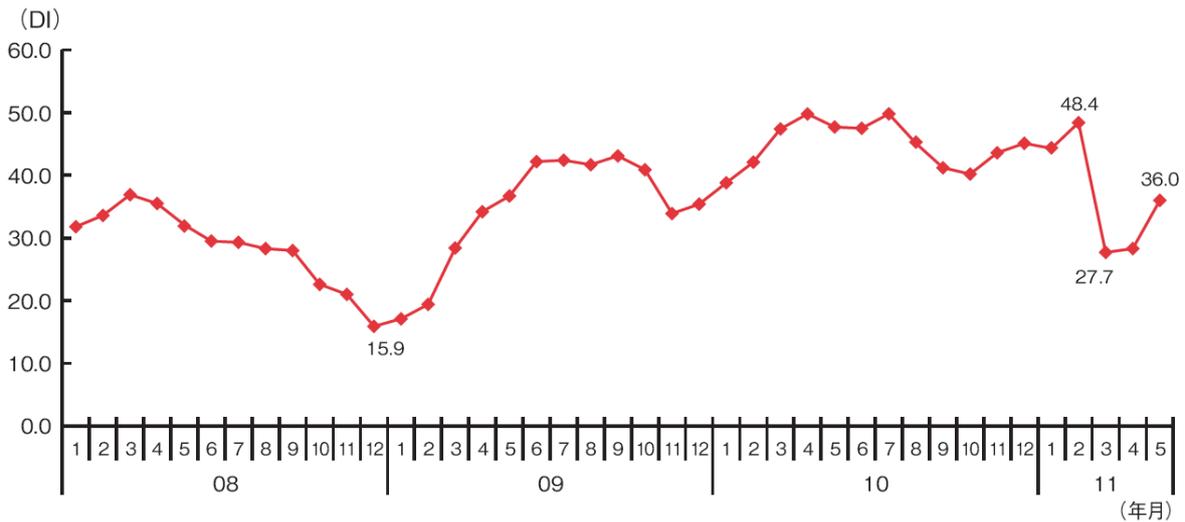
第1部 最近の中小企業の動向

■ 2010年度の中小企業の動向

中小企業の業況・生産は、持ち直しの動きが見られていたが、東日本大震災の影響により、大幅に悪化している。

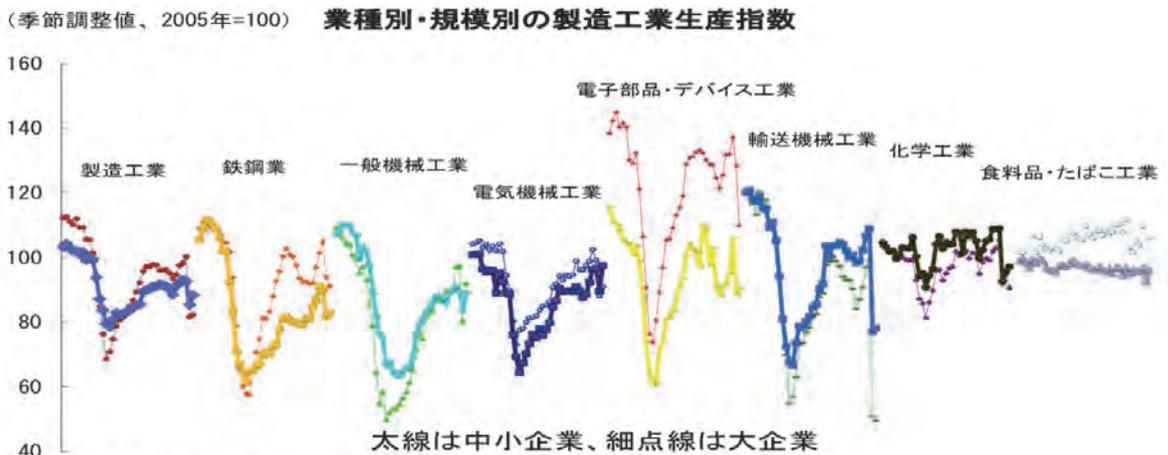
景気の現状判断DIは、リーマン・ショック以降、足踏み状態を経ながらも持ち直してきたが、震災の影響により2011年3月には大幅に低下した。

全国の現状判断DI



中小企業の生産は、総じて持ち直しの動きが見られていたが、震災の発生した2011年3月には、過去最大の下げ幅で低下。特に、輸送機械工業の低下が著しい。

規模別・業種別の製造工業生産指数



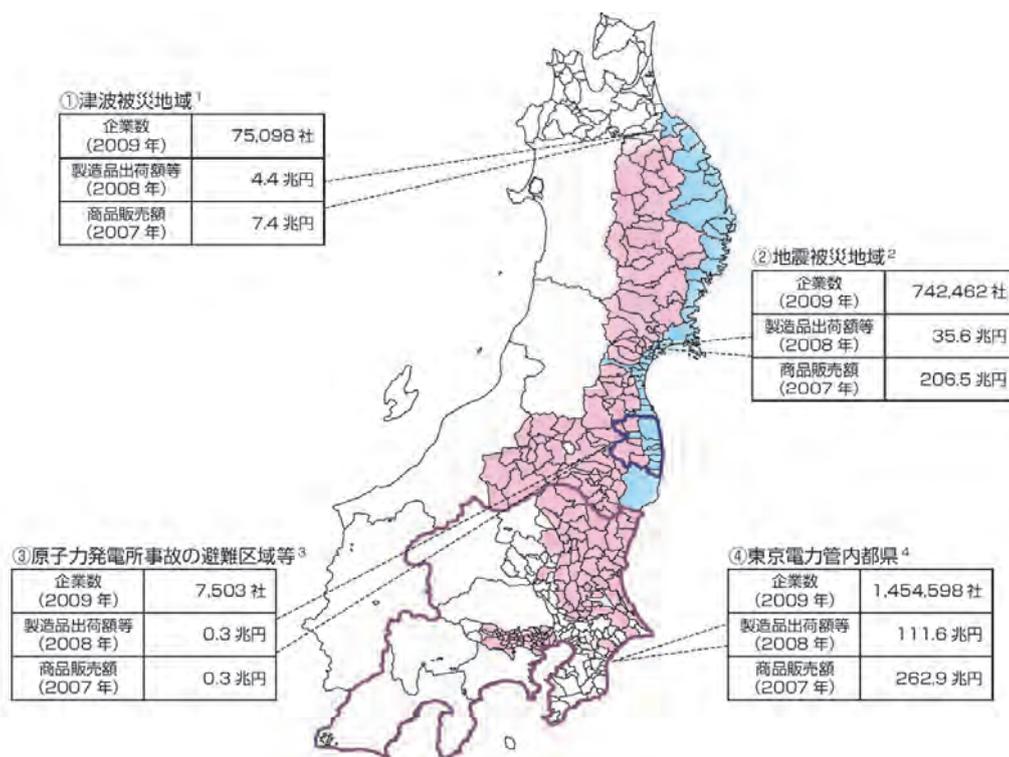
資料：経済産業省「鉱工業生産指数」、「生産動態統計調査」、中小企業庁「規模別製造工業生産指数」再編加工
 (注)1. 期間は、2008年1月～2011年4月。
 2. 大企業の数値は「鉱工業生産指数」、「生産動態統計調査」、「規模別製造工業生産指数」を再編加工して試算。

■ 東日本大震災の中小企業への影響

東日本大震災では、地震、津波、原子力発電所事故、電力供給制約等の様々な事象が生じ、これらが複合的に関連して中小企業に広範かつ甚大な影響が生じた。

津波の影響を受けた地域には約 8 万社、地震の影響を受けた地域には約 74 万社、原子力発電所事故の避難区域等には約 8 千社、東京電力管内都県には約 145 万社が存在している。

被災地域の企業数、製造品出荷額等、商品販売額



企業数は、津波被災地域で約 3 万 8 千社、地震被災地域で約 78 万社、原子力発電所事故の避難区域等で約 5 千社、東京電力管内で約 136 万社であり、被災地域においても、中小企業が企業数のほとんどを占めていた。

被災地域の企業数、事業所数

	企業数	中小企業数	大企業数	中小企業の割合 (%)
津波被災地域 ¹⁾	38,005	37,972	33	99.9
地震被災地域 ²⁾	779,261	774,058	5,203	99.3
原子力発電所事故の避難区域等 ³⁾	5,341	5,339	2	100.0
東京電力管内 ⁴⁾	1,360,159	1,353,941	6,218	99.5
	事業所数	中小企業の事業所数	大企業の事業所数	中小企業の事業所の割合 (%)
津波被災地域 ¹⁾	46,089	41,816	4,273	90.7
地震被災地域 ²⁾	978,722	850,386	128,336	86.9
原子力発電所事故の避難区域等 ³⁾	6,476	5,845	631	90.3
東京電力管内 ⁴⁾	1,697,591	1,482,741	214,850	87.3

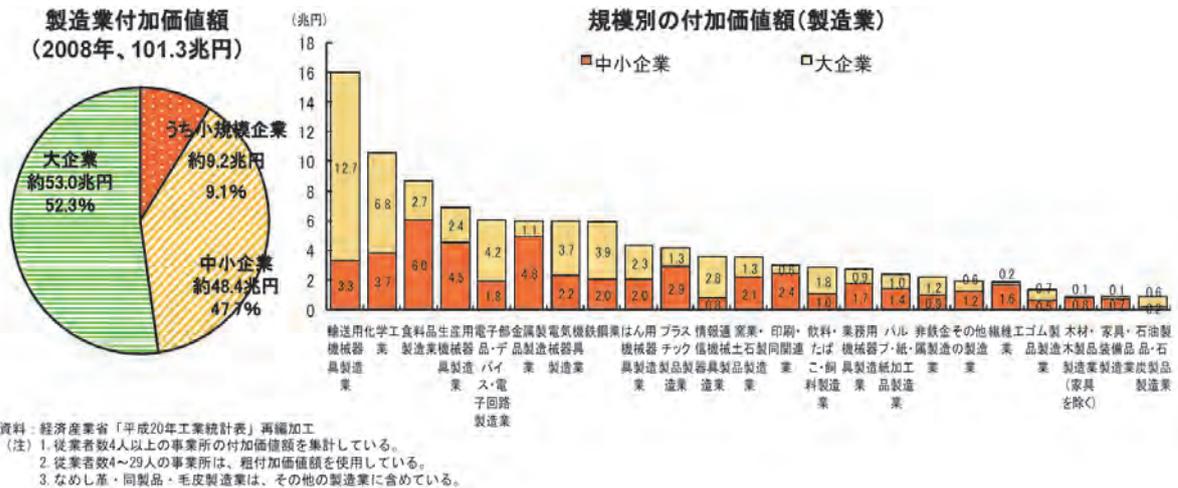
第2部 経済社会を支える中小企業

1. 産業、生活の基盤たる中小企業

中小企業は、経済、社会的に重要な存在である。東日本大震災でも、我が国の産業のサプライチェーンを担い、地域住民の生活を支えるなど、中小企業の重要性が再認識された。

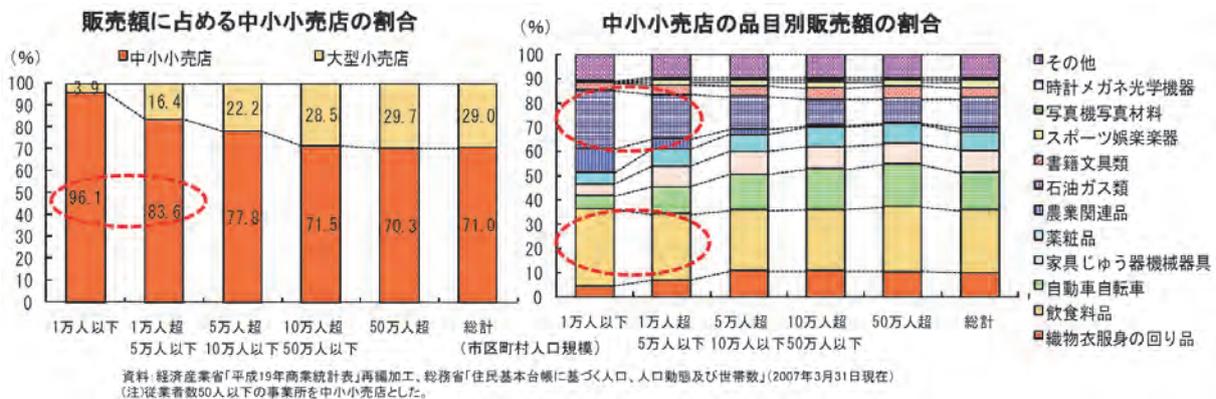
(1) 産業を支える中小企業

中小製造業は、我が国の製造業付加価値の約5割を生み出しており、特に、食品品製造業、金属製品製造業、生産用機械器具製造業では、中小企業が多く付加価値額を生み出している。



(2) 生活を支える中小企業

中小小売店は、小売販売額の約7割を占め、人口規模が小さい市区町村では、その割合が高い。品目別には、飲食料品や石油ガス類といった割合が高く、中小小売店が生活必需品の供給を担っている。



(3) 被災地域の経済を支える企業及び企業群

石巻都市雇用圏では、水産加工業、建設業、漁業を営む企業群が存在し、これらの企業群で、企業、雇用、売上高の5～6割りを占めており、地域経済の中で重要な役割を果たしている。

石巻都市雇用圏の主な企業群内の企業数、従業員数、売上高

企業群の業種特性	圏内企業数(社)	圏内企業に占める割合	圏内企業の従業員数(人)	圏内企業の従業員数に占める割合	圏内企業の売上高(百万円)	圏内企業の売上高に占める割合	中核となる企業
水産加工	162	21.7%	3,641	21.6%	312,946	41.3%	石巻魚市場(株)、大興水産(株)、(株)女川魚市場、(株)七星社、宮城県漁協等
建設	179	23.9%	3,773	22.4%	83,993	11.1%	公共工事、若生工業(株)、新東総業(株)、(株)丸本組、丸山商事(株)等
漁業	60	8.0%	1,318	7.8%	58,536	7.7%	(株)ヤマニシ、(株)守平商店、宮城ヤンマー(株)等
小計	401	53.6%	8,732	51.9%	455,475	60.2%	
合計	748	100.0%	16,826	100.0%	756,985	100.0%	

資料：(株)帝国データバンク「SPECIA」を用いて、東京大学政策ビジョン研究センター坂田一郎教授、森純一郎助教の協力により作成
 (注) 1. 石巻都市雇用圏とは、石巻市、東松島市、女川町をいう。
 2. 石巻都市雇用圏の企業が供給元となる取引を集計した。
 3. 本分析では、取引の大きさ(取引額)を反映できない、石巻都市雇用圏外に本社が存在する事業所が含まれていないなどの制約がある。

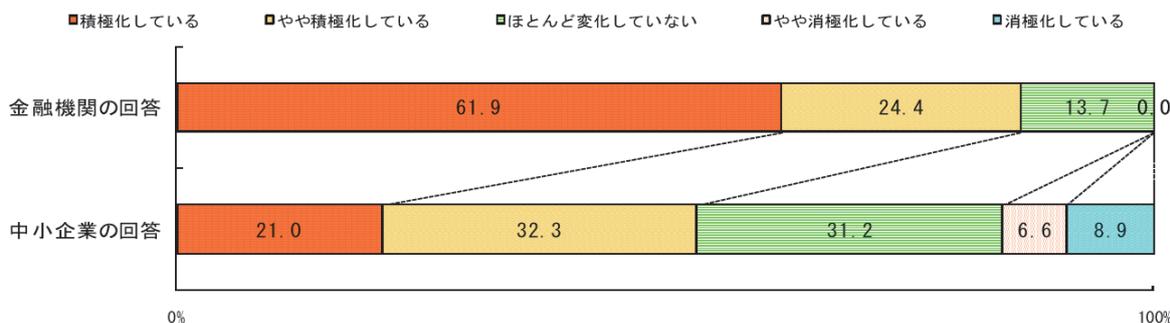
2. 中小企業の良さを守る取組

急速な景気後退や深刻化する構造的課題の中で、中小企業の良さをどのように守っていくのか。

(1) 急速な景気後退への対応

東日本大震災発生以降、様々な中小企業対策が実施されているところであるが、リーマン・ショック後の急速な景気後退期にも、景気対応緊急保証制度が、約85万社の中小企業に利用され、公的金融機関の貸付条件の変更実績が約120万円件となった。2009年12月の中小企業金融円滑化法の施行前後では、金融機関の約9割、中小企業の約5割が条件変更への対応が積極化していると回答していた。

金融機関の貸出条件変更に対する姿勢の変化
 (中小企業金融円滑化法施行前後の比較)



資料：中小企業庁「経営環境実態調査」(2010年11月)
 中小企業庁委託「中小企業向け融資に関する調査」(2010年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株))
 (注) 中小企業については、中小企業金融円滑化法施行以後、金融機関に対して貸付条件の変更を申請した企業のみを集計している。

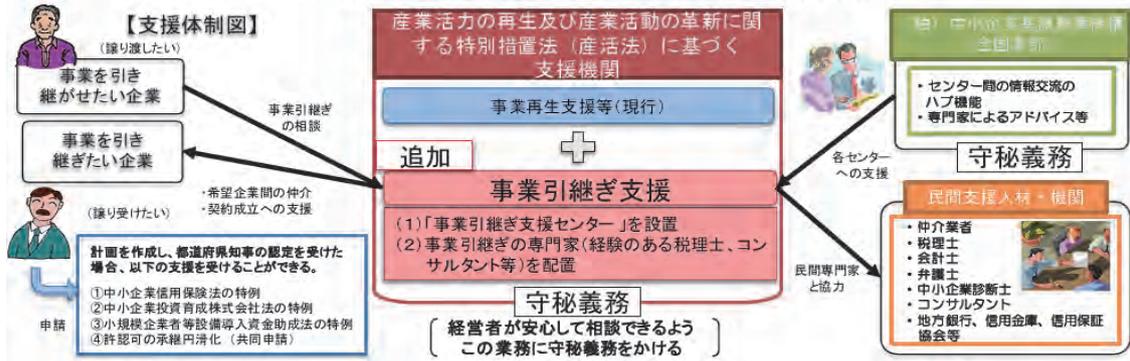
(2) 構造的課題への対応

① 事業引継ぎ

東日本大震災により、国内需要の収縮やグローバル競争の激化等の構造的課題が深刻化する中、展望が開けない中小企業も存在することから、必要な施策を講じていく必要がある。政府では、これまでの中小企業の親族間の事業引継ぎを支援しているところにあるが、親族外であっても、中小企業の経営資源を確実に引き継いでいくため、企業間のマッチングを支援する体制整備を行う。

資料：株式会社レコフ調べ

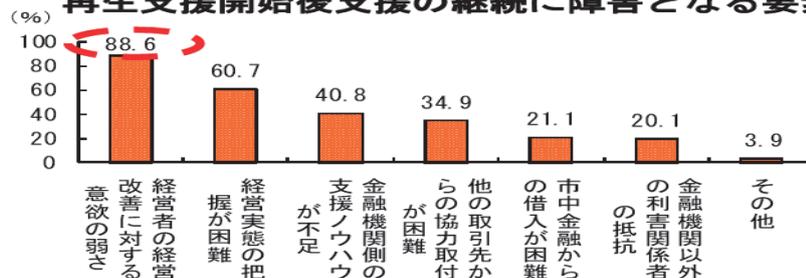
地域中小企業の事業引継ぎ円滑化支援



② 事業再生

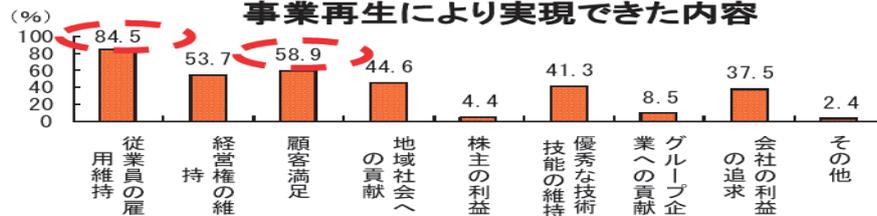
従業員の雇用維持、顧客満足等のためにも、苦境に陥った中小企業が債権者との適切な調整を行うことによって事業の再生が図られていく必要がある。中小企業の再生支援では、金融機関は「経営者の経営改善に対する意欲の弱さ」、「経営実態の把握困難」を課題に挙げるが、民事再生を申請した約8割の中小企業が「個人資産額より個人保証債務が多い」と回答しており、中小企業の民事再生に際して、個人保証が課題となっている。

再生支援開始後支援の継続に障害となる要素



資料：中小企業庁委託「中小企業向け融資に関する調査」（2010年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））
(注) 複数回答であるため、必ずしも合計は100にならない。

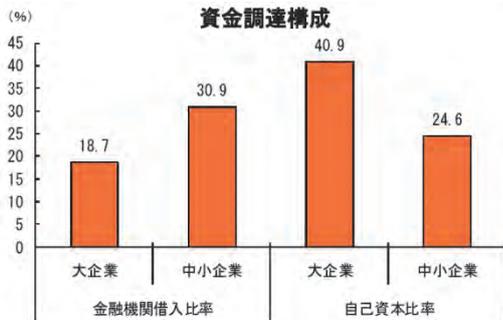
事業再生により実現できた内容



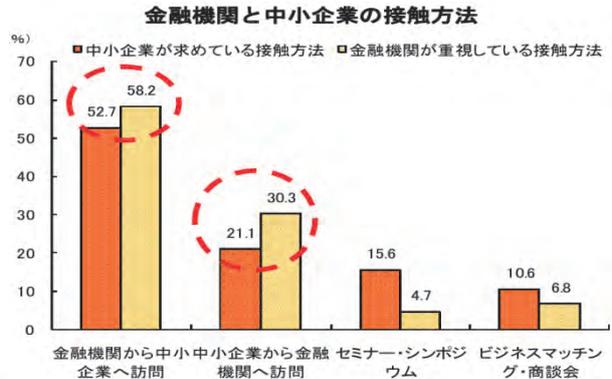
資料：中小企業庁委託「中小企業の企業再生調査」（2010年11月、三菱UFJリサーチ&コンサルティング（株））
(注) 1. 民事再生を申請した中小企業のみを集計している。2. 複数回答であるため、合計は必ずしも100にならない。

③ 地域密着型金融

中小企業は、大企業に比べて、自己資本比率が低く、間接金融に依存する割合が高い。震災からの復興に限らず、中小企業と金融機関の関係は重要であり、中小企業、金融機関ともに、接触方法として、「金融機関から中小企業へ訪問」、「中小企業から金融機関へ訪問」を最も重視しており、お互いの顔の見える密接な関係を築きたいと思っていることが伺える。



資料：財務省「平成21年度法人企業統計年報」
 (注) 1. 大企業は資本金1億円以上、中小企業は資本金1億円未満とした。
 2. 金融機関借入比率=短期・長期金融機関借入/総資産。 3. 自己資本比率=自己資本/総資産。



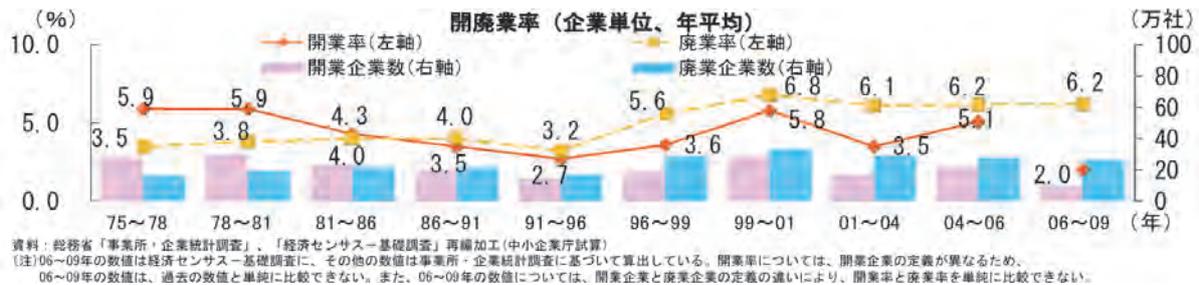
第3部 経済成長を実現する中小企業

第1章 経済成長の源泉たる中小企業

東日本大震災の影響により、多くの中小企業が倒産、廃業を余儀なくされ、エネルギー供給制約、国内需要の収縮、グローバル競争の激化等の震災前からの課題がより深刻化することとなった。足下の復興が喫緊の課題であることは言うまでもないが、我が国経済が持続的に成長するためには、起業、転業により経済の新陳代謝を促進し、労働生産性の向上、国外からの事業機会の取り込みにより、中小企業が成長していくことが重要である。

1. 我が国の起業の実態

我が国の開業率は、近年2~5%で推移。廃業率は、1990年半ばから上昇し、近年5~7%で推移しており、震災の影響により、今後更に上昇することが懸念される。

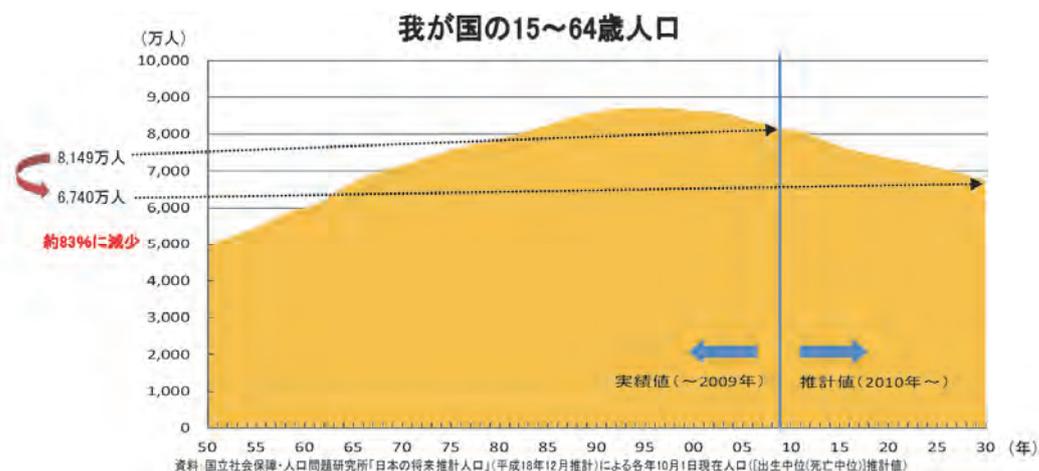


資料：財務省「事業所・企業統計調査」、「経済センサス基礎調査」再編加工(中小企業庁試算)
 (注) 06~09年の数値は経済センサス基礎調査に、その他の数値は事業所・企業統計調査に基づいて算出している。開業率については、開業企業の定義が異なるため、06~09年の数値は、過去の数値と単純に比較できない。また、06~09年の数値については、開業企業と廃業企業の定義の違いにより、開業率と廃業率を単純に比較できない。

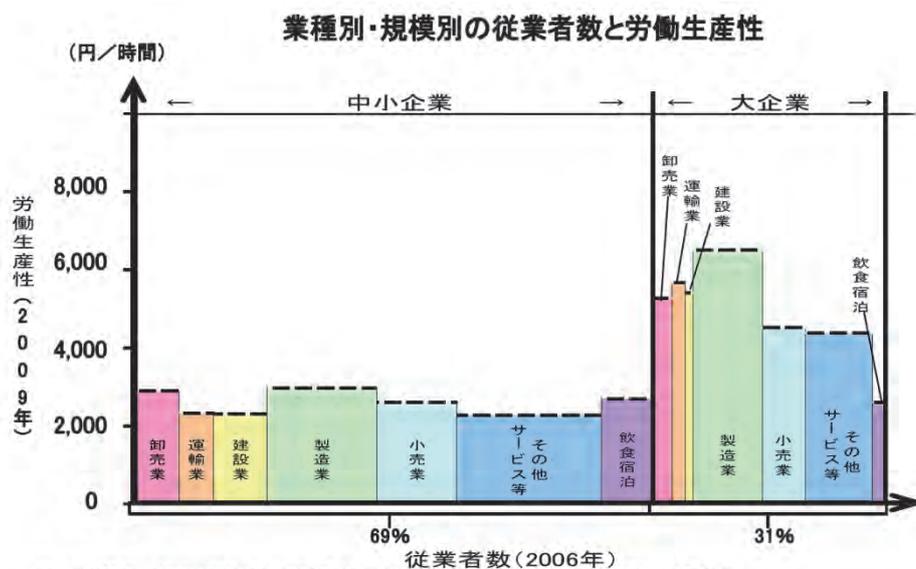
第2章 中小企業の強みを伸ばす取組

1. 労働生産性の向上（労働生産性の現状）

人口減少及び少子高齢化により、15～64歳人口が、2030年に6,740万人と、2009年の8,149万人の約83%の水準に減少することが見込まれることに加え、震災後に一層高まったエネルギー供給制約の中で、我が国経済が持続的に成長していくためには、企業の労働生産性を向上させていくことが必要である。



我が国の労働生産性を見ると、総じて労働生産性が低い中小企業で従業員の約7割が働いており、将来も中小企業で働く従業員の割合が変化しないと仮定すると、全体の労働生産性を向上させるためには、大企業のみならず中小企業の労働生産性も向上させる必要がある。

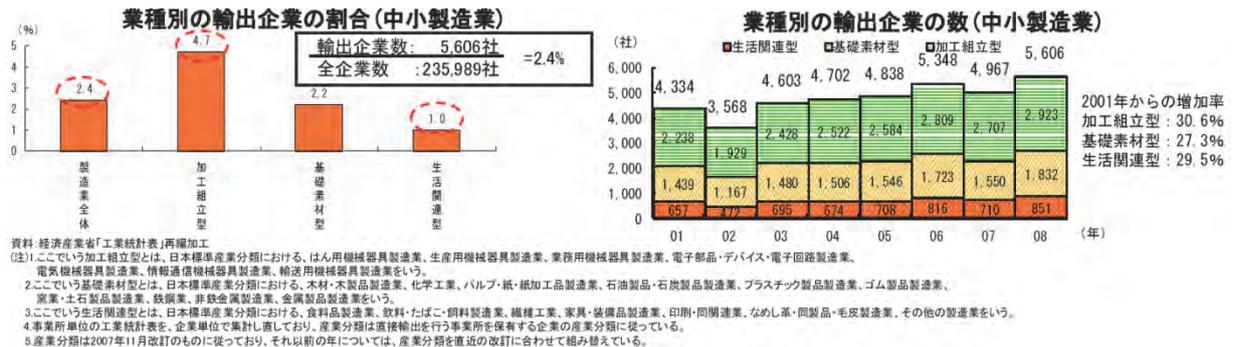


資料：総務省「平成18年事業所・企業統計調査」、財務省「平成21年度法人企業統計年報」、厚生労働省「平成22年毎月勤労統計」再編加工
 (注)1. 横軸は、業種別及び規模別の従業者数の割合を表す。
 2. 縦軸は、労働生産性を表す。
 3. 労働生産性＝粗付加価値額／(従業者数×総業労働時間数)。
 4. 粗付加価値＝営業利益+役員給与+役員賞与+従業員給与+従業員賞与+助産・不動産賃貸料+減価償却費+特別減価償却費。
 5. 従業者数＝役員数+従業員数。
 6. サービス等その他の労働生産性については、統計の制約上、法人企業統計年報のその他のサービス業の数値を用いている。

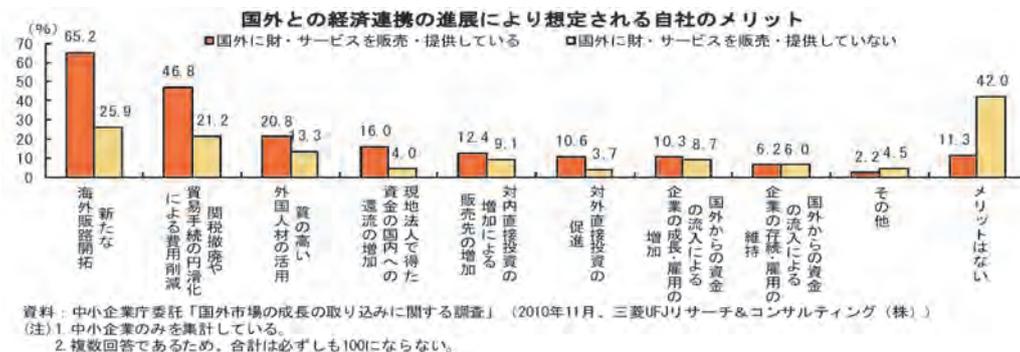
2. 国外からの事業機会の取り込み

東日本大震災の影響により、国内需要の収縮、グローバル競争の激化等が更に進行し、輸出や訪日外国人の減少、外国企業や外資系企業の日本離れの動きが見られるなど、大変厳しい状況が続いているが、中長期的には、国内需要の大幅な増加を見込むことは困難であるため、我が国の中小企業は、今後成長が見込まれる国外からの事業機会を取り込んでいくことが必要である。

2008年の中小製造業の輸出企業の割合は2.4%。業種別には、加工組立型で高い。輸出企業の数は、2008年には5,606社に増加し、いずれの業種も増加傾向だが、東日本大震災の影響により今後の減少が懸念される。



国外に財・サービスを販売・提供する企業は、「新たな海外販路開拓」、「関税撤廃や貿易手続きの円滑化による費用削減」と回答する企業の割合が高いが、国外に財・サービスを販売していない企業でも、約6割がメリットがあると回答。



中小企業白書 2011年版のまとめ

我が国の経済社会を支える中小企業の震災からの復興を早急に行うとともに、我が国経済が持続的に成長するために、起業・転業、労働生産性の向上、国外からの事業機会の取り込みにより、中小企業が更なる発展を遂げていく。

※ 詳細は中小企業庁の下記インターネットアドレスからご覧ください。

<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/>

2011 年版 中小企業白書事例集

特集2では、2011年版中小企業白書より、東日本大震災での壊滅的な被害から早期復旧した中小企業、産業・生活の基盤を支える中小企業、強みを伸ばし成長する中小企業など、40の事例について紹介します。

この記事は中小企業庁が発表した「中小企業白書」を参考に作成しています。「中小企業白書」の全文は、中小企業庁ホームページ(<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/index.html>)に掲載されています。

■東日本大震災の中小企業への影響

—事例—

01

緊急事態に備えてBCPを策定していたことにより早期復旧を果たした企業

宮城県仙台市の鈴木工業株式会社（従業員67名、資本金6,000万円）は、産業廃棄物の収集運搬、リサイクル等の中間処理、上水・下水施設の清掃等を行う企業である。

同社は、東日本大震災によって、中間処理施設の事務所、施設内で使用していた重機、車両、トラックスケール等といった主要設備のほとんどを流失し、処理施設の建屋の壁が半壊、施設内の焼却炉や水処理施設もヘドロやがれきに埋もれ、敷地内の廃棄物の保管場所等も地面が陥没する被害を受けた。

同社では、2008年8月から緊急事態に備えてBCPの策定検討を始め、2009年9月に第1版を制定した。社内研修会では外部の専門家も参加してもらい、BCPの机上演習や模擬演習を実施したこともあって、中間処理施設からの円滑な避難やお客様のもとで作業している社員の安否確認が迅速に行われ、全員の無事を早い段階で確認することができた。

またBCP策定により緊急用の通信手段として衛星電話を設置していたことによって、処理施設の修理業者に速やかに連絡が取れ、震災の翌日には修理業者が復旧の確認作業に取り掛かることができた。衛星電話の効果は、お客様との連絡にも大いに役立ち、官公庁やお客様と

の連絡を行い、地震翌日から各市町の復旧作業及びお客様の復旧作業にも参加できた。自社の処理施設が復旧するまでは、県外の産廃業者の協力を得て円滑に廃棄物の処理を行った。

本社の電話やパソコンは3月16日に復旧し、産業廃棄物の収集運搬及び清掃業務、リサイクル業務は震災後約1週間で復旧し、その他の中間処理業務についても約1か月で復旧し、早期に完全復旧を果たした。

同社は、BCPを策定していたことで、今回の震災で事業の早期復旧に一定の効果があったと評価するものの、今回の震災を教訓に見直しを図りより精度の高いBCPの策定を急いでいる。



社内研修会における外部の専門家によるBCPの演習

—事例—

02

地元での復興に強い意思を持って 取り組んでいる企業

宮城県石巻市の株式会社ヤマニシ（従業員194名、資本金1億円）は、中型船を中心とした各種船舶を製造する企業である。2008年には、東北最大級の150トンクレーンを導入し、造船規模も最大2万4,000トン級に拡大するなど、近年は国際需要に対応する態勢を一段と強化してきていた。しかし、震災では、工場施設の1階部分が浸水して生産設備の多くが被害を受け、建造中の大型貨物船も2隻が流された。岸壁も地盤沈下している可能性があり、護岸修復をする必要があり、当面は製造を見合わせる予定であるが、2012年春頃の工場復旧を目指して懸命に復旧・復興に取り組んでいる。国内外の船主からも、同社の操業再開の暁には1番船を建造したいという申出が多く寄せられている。

同社の前田英比古社長は、「漁業が盛んな石巻に根付き、地元で有数の雇用を担っていることを自負して経営してきた。事業が通常どおりに戻れば、利益も出てきて雇用機会も広がる。90年間培った造船の技術、技能、人材を活かすためにもこの石巻の地で必ず復興したい。」と話す。

—事例—

03

創意工夫により地元製品の生産を 再開している企業

宮城県気仙沼市の株式会社男山本店（従業員17名、資本金1,500万円）は、1912年創業の老舗酒造メーカーである。同社の社屋は、昭和初期の洋風建築で、築80年の国の登録有形文化財であるが、今回の津波被害で1階・2階部分は崩れ、3階部分だけになり、電気・水道・ガスも不通になるなどの深刻な被害を受けたことから、震災直後は、社員全員が途方に暮れた。しかし、地酒を生産するために必要なもろみのタンクは無事であり、井戸水でタンクを冷

やし、発電機で機械を動かすなどの工夫を行いながらもろみを搾り、3月下旬に製造再開にこぎつけ、全国からの注文に対応している。

—事例—

04

原子力発電所事故の発生直後から 利用者へのガス供給を再開した企業

福島県南相馬市の相馬ガス株式会社（従業員30名、資本金9,600万円）はグループ企業とともに、都市ガス、LPガス、ガソリンスタンド等のエネルギー事業を営んでいる。

原子力発電所事故によって管内が屋内退避地域に指定され、住民や社員の多くが避難し、都市ガス原料や石油製品の輸送が滞ったが、都市ガス等利用者1万軒の対応に備え、市民ボランティアの協力を得るなどして、震災直後から営業を再開した。

現在は、緊急時避難準備区域となったが、いまだ売上見通しを立てにくい状況の中でも、同社の渋谷克之社長は、「エネルギー事業は、大切なインフラの一部であるという信念を持っている。今後も、利用者がいる限り、事業を継続していく。」と話す。

—事例—

05

速やかに生産ラインを復旧させ全 面稼動した企業

福島県相馬市の株式会社アリーナ（従業員200名、資本金1,000万円）は、電子機器部品組立製造を行う企業で、チップ電子部品を基板に取り付ける技術で世界最先端の実績を誇っている。この技術は、世界有数の携帯電話製造企業の製品にも活かされており、当社の部品は全世界の携帯電話の約20%の製品に供給されている。

同社の生産が止まると、取引先に大きな影響が出ることから、大震災直後、直ちに社内に災害対策本部を設置し、社員と家族の安否や家屋等の被災状況の把握、社員への支援体制の確立、工場復旧のためのプロジェクトチームの立ち

上げを実施した。また、毎日状況報告会を実施し、情報の共有化に努めた。

本部を中心にガソリン不足や地震、津波で家を失って出社できない社員のための支援を相馬市役所に要請し、職場復帰できる生活環境の改善に奔走した。生産設備の修理では、取引業者や機械製造業者の技術者が名古屋方面からも支援にかけつけ、社員と共に連日復旧作業に取り組み、3月22日には全面稼働することができた。同社は福島第一原子力発電所から50キロメートル弱の距離に立地しており、同社の高山慎也社長は、「放射能の安全宣言を出してほしい。」としている。



震災直後（左）と稼働再開後の工場（右）の様子

—事例—

06

節電で光熱費約 15%削減に成功した企業

東京都千代田区の株式会社久保工（従業員83名、資本金2億円）は、ビル・住宅の建設や不動産活用コンサルティング、環境緑化等の事業を行っている企業である。

同社は、2009年より省エネへの取組を開始し、蛍光灯の間引き、こまめな消灯、LED照明の導入、給湯器の不使用時オフ、空調やエレベーター使用の制限等を行っている。また、環境緑化事業部では屋上緑化用の人工軽量土壌を開発し、建設技術を活かして防水工事から施工まで総合的に行っており、本社ビルにも屋上庭園や菜園、藤の壁面緑化を取り入れ、ヒートアイランド現象の防止や空調負荷の軽減に取り組んでいる。こうした取組の結果、2010年には、2008年と比較して電気料金を約15%削減することができた。

同社は、今夏に見込まれる電力需給逼迫に対

応し、使用電力15%抑制の目標を達成すべく、クールビズの早期実施、空調の設定温度の引き上げといった更なる節電に取り組んでいる。

—事例—

07

取引先を支援することにより供給体制を維持した企業

宮城県石巻市の株式会社堀尾製作所（従業員52名、資本金2,000万円）は、亜鉛ダイカスト18での高精度鋳造を実現し、光ピックアップ19部品で世界シェアの約30%を占めている。同社は、高台に立地していたために津波の被害は免れたが、協力会社の宮城県石巻市の有限会社雄勝無線（従業員14名、資本金300万円）は、最終工程の部品加工や検査を担ってきたその工場が設備ごと流された。有限会社雄勝無線は廃業の危機にあったが、株式会社堀尾製作所から工場の空きスペースと生産設備を無償で借り受けたため、廃業を免れた。一方、株式会社堀尾製作所は、自動車向け部品の在庫に余剰がなくなり、納期が逼迫した状況に陥った。しかし、有限会社雄勝無線の協力を得て、突貫で工作設備を作り、徐々に納期遅延がなくなり、納入先のラインストップは免れることができた。同社は、「他社に仕事を頼んでも対応することは困難であったと思う。雄勝無線さんに作業を続けてもらったおかげで、部品製造が滞らなかった。」と感謝している。

—事例—

08

自社の金型を他社工場に持ち込んで生産を行い、取引先への影響を抑えた企業

宮城県岩沼市の株式会社岩沼精工（従業員50名、資本金1,000万円）は、精密プレス加工、金型製作、省力化機器の設計・製造を行い、民生用リチウムイオンバッテリー向け端子で高いシェアを有する企業である。

今回の震災により工場が約1.2メートル浸水し、500種類以上の金型や機械設備が被害を受け、同社の千葉喜代志社長は、「工場の被災

状況を見た時、一瞬再開の断念も考えたが、取引先への供給責任や従業員とその家族の将来を思い、操業継続を決断した。」と言う。

同社は、取引先への影響を最小限に抑えるべく震災以前の受注には無事だった在庫等で対応し、量産品に不可欠な金型の洗浄と錆び防止を最優先に行い、自社の金型と従業員を借用した同業者の工場に送って生産を行った。自社工場は、被害を受けた機械設備を中古品の購入で代替して生産体制を整え、電力供給が再開するまでは、大型発電機を借り入れるなどの工夫を行い、震災から約1か月で操業を再開した。

同社の千葉社長は、「被害は大きかったが、取引先に迷惑は掛けられないので、客先、同業者の協力、仲間に支えられて早期復旧に全社一丸で取り組み、やっところまで来た。本当に感謝している。」と語る。

—事例—

09

自粛ムードを取り払う取組を行っている商店街

東京都杉並区の高円寺銀座商店会協同組合の飲食店経営者が中心となり、顧客とともに行う被災地支援チャリティプロジェクト「オー・ド・ヴィー」を立ち上げた。

消費者に外食や飲酒を自粛するのではなく、飲食店を利用する際に、店舗ごとのチャリティメニューや「もう一品」、「もう一杯」を注文してもらうことで、売上の一部を被災地域に送ろうという事業である。飲食店ならではの募金活動として被災地域への直接支援ができる上に、消費マインドの低下により売上が大きく影響を受ける街を活性化させることにもつながることから、同商店街は、この活動を積極的に支援している。さらに、各方面に働きかけをしたところ、高円寺の10商店街が加盟する「高円寺商店街連合会」の後援を得ることもでき、同商店街の取組の認知度が高まり、更なる取組につながることを期待される。

■ 経済社会を支える中小企業

—事例—

10

時代の変化に応じた業態転換を行い、成長し続ける創業300年の老舗企業

滋賀県長浜市の大塚産業マテリアル株式会社（従業員117人、資本金2,000万円）は、住宅内装材や自動車部品を製造する企業である。

同社は、1700年初頭に蚊帳を製造する企業として設立された。大正時代から第2次世界大戦末期までは、様々な物資が不足する中で、厳しい環境下でも研究開発を怠らず、絹で羊毛代用品や真綿の量産技術の開発製造を行うなど、その時代に適応した事業展開を実現してきた。

戦後もしばらくは蚊帳製造を続けたが、1950年代半ばには、国内の住宅事業が変化し、洋風建築が普及することで蚊帳需要が減少することが予想された。こうした中、同社は、自社の技術を活かせる新たな事業展開を模索し、蚊帳

生地を貼った住宅内装用壁紙を開発し、ウォールペーパーとして欧米諸国に広く輸出した。

1960年代半ばには、自動車の普及を見越し、ポリエチレン・フィルム・ヤーン織物を開発し、車のシートのバネ受け材や、さらにその後日本初となるウレタン一体発泡ヘッドレスト5を大手メーカーと共同開発してきた。

同社は、時代の変化の中で、主力製品の販売力が落ち込んでいく中でも、研究開発や新製品開発を怠らず、常に顧客や消費者のニーズを捉えて、創業時の蚊帳製造から住宅内装用壁紙や自動車内装材等の開発・生産へと時代の変化に応じて業態転換を行ってきており、創業300年の老舗企業として今日も新たな歴史を刻んでいる。



同社の縫製レスによる
自動車用シート素材

—事例—

11

**常に他社に先駆けて新しい試みに
取り組む清酒ラベル印刷業界トッ
プの創業約 100 年の老舗企業**

石川県金沢市の高桑美術印刷株式会社（従業員 290 名、資本金 1 億 6,800 万円）は、清酒のラベル印刷を行う企業である。

同社は、1912 年に名刺や伝票を印刷する会社として設立された。戦後、世間ではまだ珍しかったカラー印刷に取り組み始め、地元の清酒メーカーのラベルをカラー印刷で手掛けた。多色刷りで繊細かつ特殊な技術を要する清酒ラベルに可能性を確信し、本格的に全国の清酒メーカーへ営業を行い、受注を獲得していった。

また、1950 年代半ばには、日本で初めて清酒ラベルに写真製版 6 を導入し、同業他社との差別化を図った。日本酒の生産・消費量は 1970 年代前半にピークを迎え、同 70 年代後半には地方の銘酒が注目を浴びるようになった。こうした中で、個性ある地方の銘酒を PR するために、単なるラベル印刷だけでなく、デザイン性と企画性を高め、瓶の包装紙や外箱、チラシ、パンフレット等を一括して企画・受注・印刷することで販売促進にもつながる事業を始めた。その後、日本酒の生産・消費量が減少する中で、日本酒で培ってきたノウハウを他分野にも応用して、総合的な PR を担う事業として、1997 年には、クリエイティブ事業を立ち上げ、WEB

や映像コンテンツ等の印刷以外の分野にも進出し、総合的な商品の PR、パッケージング会社へと展開した。

こうした取組を重ねて、同社は、清酒瓶の製造から販売までを総合的に企画提案する企業に成長し、清酒ラベル印刷の国内シェアも約 3 割とトップになり、最近では、国産ワインや焼酎等のラベル印刷も手掛けている。



同社がデザインを含めて企画した酒ラベル、
包装紙等パッケージ商品

—事例—

12

**自社設備は自社で作るという方針
で成長を続けている企業**

広島県広島市の株式会社ヒロテック（従業員 1,340 人、資本金 2 億 8,000 万円）は、自動車用部品から、部品製造のための金型・設備等の組立プラントまで製造する総合メーカーである。

同社は、1932 年の創業以来、広島の地でものづくりを続けてきた。1953 年には、マツダ株式会社から自動車車体部品を受注し、1959 年には、プレス金型やプレス機械の製作販売を開始した。1982 年に、マツダ株式会社の全車種の製品設計も含めたドア生産を受注し、さらに、同 80 年代にはサブやフォード等海外自動車会社のドア金型、車体組立設備を受注するなど、自動車部品生産だけでなく、自動車設備総合メーカーとしても世界的評価を受けるようになった。1985 年からはマフラー生産も開始し、現在では、世界 9 か国 21 か所に工場を持ち、世界の自動車メーカーに量産部品、設備を供給している。

同社は創業当初から、自社で使用する設備は自社で作るという方針のもと、社内で生産する部品の生産設備を自ら製作し、そのノウハウを活かして、自動車会社各社に自動車用ドアを中心に、プレス金型、車体組立設備の設計・製作・販売を行っている



工場内の様子

一事例一

13

産官連携で開発したプレス用分割構造パンチを大手自動車メーカーに採用された企業

宮城県遠田郡のキョーユー株式会社(従業員108人、資本金8,888万円)は、電子デバイス向け産業を中核とし、自動車関連産業のプレス金型やその部品も製造している企業である。

同社は、設計・開発、試作品製造、製品生産、出荷までの工程を一貫して手掛けており、生産ラインは複数シフト制を導入し、ほぼ24時間操業をしている。こうした体制が、短期間かつ高精度の開発・生産の実現につながっており、同社の強みとなっている。

同社は、地元の地方公共団体が開催したマーケティングの機会を通じて、東北地域に進出した大手自動車部品メーカーと知り合ったことがきっかけとなって、自らの強みである開発・生産体制を活かして、プレス用分割構造パンチ14を開発した。同パンチは、刃先のみを交換できて、工具コストを5割削減できるというメリットがあり、大手自動車部品メーカーに採用されることとなった。同社は、引き続き自らの強みである一貫生産体制を活かして、更なる製品開発に取り組んでいる。



一体型パンチ



分割パンチ(ばらし)



分割パンチ(連結)

一事例一

14

徹底した自前主義で100%内製化を目指し、顧客中心のものづくりを行う企業

大阪府枚方市の吉泉産業株式会社(従業員60人、資本金1,000万円)は、魚の切り身の大きさを映像情報で判断して常に一定の大きさに切り分けるスライサー等の食品加工用業務機械を製造する企業である。

顧客数が限られる同社製品はオーダーメイドに近く、発注数が少ないことから外注しても割高なことが多いため、自社内に部品製造の機械を導入して製作を行うなど、徹底した自前主義を貫いている。また、営業社員が日々顧客を訪問してニーズを集め、納品後もメンテナンス時に機器改良の要望を聞くとすぐに開発や製造部門に伝え、短期間に新製品開発や改良部品の製造を行うなど、顧客中心のものづくりを実践している。

このように徹底した自前主義と顧客中心のものづくりにより、製品の独自性を向上させることで、他社製品との価格競争に巻き込まれないだけでなく、独自の技術・経験を社内に蓄積することが可能になり、製品開発の速さと質の向上に貢献している。



食品加工用業務機械

元請企業の倒産を乗り越え、自社独自の製品メーカーへ進化した企業

奈良県奈良市の君岡鉄工株式会社（従業員21名、資本金1,000万円）は、仮設足場製品を製造する企業である。

同社は、1993年に売上の大部分を占める取引先が倒産し、突如大口得意先を失った。また、自社製品製造のための設備投資を行ったところに、売掛債権の焦げ付きが重なった。同社の君岡誠治社長は、中小企業倒産防止共済の貸付を受けるなどして運転資金を得て、既存の仮設足場の加工により売上を確保しながら、独自に開発した難地盤25にも対応できる高性能鋼管杭「くい丸」の販路開拓に励んだ。1993年の経験からも一つの取引先に大きく依存すると経営リスクが高まると考え、全国各地を営業して回り、小口の注文にも対応して地道に販路を拡大していった。製品性能の高さもあって、同社の製品の認知度は次第に高まり、取引先も順調に増加して、元請企業の倒産という危機を乗り越えることができた。

最近では、仮設足場であった「くい丸」が東海旅客鉄道株式会社のレール基準杭として700キロにわたり採用されるなど、建築業界以外にも取引先を拡大している。さらに、関西大学との共同研究を行うことで、「くい丸」が様々な工事に採用される機会を拡大することに尽力しており、自社製品メーカーとして安定的な取引構造を実現している。



高性能鋼管杭

ポケットティッシュを折りたたむ機械を開発し、ポケットティッシュはもらうものという文化を創り出した企業

高知県高知市の明星産商株式会社（従業員385人、資本金9,800万円）は、各種ティッシュやマスク等を製造する企業である。

同社は、和紙を製造する会社に勤めていた創業者により1968年に設立され、アメリカから輸入されたボックスティッシュをヒントに、誰もが手元に持ち運べるポケットサイズに折りたたむ機械を開発製造して、ポケットティッシュはもらうものであるという文化を創った。以来、機械を作れる加工メーカーとして、お客様の要望や困りごとへ対応することで発展してきた。

同社は、ウェットタイプティッシュの開発や化粧水を含んだティッシュ開発等、医療・医薬品分野に近い製品にも挑戦して市場拡大に取り組んでいる。その技術力や生産能力は、大手企業からも高く評価されており、大手メーカーが販売する高性能立体型マスクのOEM生産を行っている。ポケットティッシュの需要が大きく落ち込む中、価格競争を避け高品質の追求により、今後とも、パイオニア精神を持って、消費者のニーズに応じた新市場の開拓に挑み続けていくつもりである。



同社開発の折りたたみ機

研究開発を行い、医療機器分野で新たな事業展開に成功した企業

兵庫県加西市のトラストメディカル株式会社（従業員 20 人、資本金 5,000 万円）は、医療用機器や検査キットを製造する企業である。

同社は、当初金型製造や成形加工を行っていたが、国内外の競争激化により、将来成長性の低いことから、新たな事業を開始したいと考えていた。社内外からアイデアを募集し、社長直々に事業可能性を検討するなど試行錯誤を繰り返した。その中で、同社の社員の大学時代の恩師から「研究中である DNA 培養技術が高速化されると、人間や家畜の病気特定速度が飛躍的に向上し、早期治療や病気蔓延などを防ぐなど、絶大な効果が期待される。」という話を聞き、情報収集や技術開発に必要なノウハウや人材を探したところ、自社での開発が可能と判断し、事業化に取り組むことを決意した。その後、グループ内で新規技術開発に必要な資金を調達し、開発者が製品開発に専念できる環境を整備するとともに、創業以来常に注力してきたものづくりのノウハウを活用して、インフルエンザ等の病原菌ウイルスの超高速遺伝子検査技術を開発した。

同検査技術は、十数分で病原体ウイルスの特定を可能とし、病気の蔓延を防ぐことが期待されている。同社が実証実験を重ねながら積極的に医療関係者を回ったことで、同検査技術は徐々にその効果が知られるようになり、現在では、大手メーカーや医療機関とも連携して更なる高速化に向けた取組を行っている。



同社が開発した超高速遺伝子検査

地域になくてもならない商店街を目指し、地域密着型の取組や情報発信を行う商店街

鹿児島県鹿児島市の宇宿商店街は、JR 宇宿駅前に広がる商店街である。

同商店街は、来街者の特徴やニーズをアンケートや聞き取りによりの確に把握し、地域に密着した取組を行っている。例えば、子育て相談や高齢者が集えるコミュニティ施設の設置や、携帯電話を活用した見守り事業や商店街情報の発信、各種イベントを通じた住民登録活動・来街者増加のための活動等を実施している。

また、同商店街では、商店街の地域貢献を PR するため「商店街消灯実験」を企画・実施した。商店街の街路灯の明かりが街を活気付け、市民が楽しく買い物ができる環境づくりや安心安全なまちづくりに貢献していることが改めて認識され、地域住民から「街の明かりを保っていたのは商店街であり、商店街の明かりがないと、街の雰囲気寂しくなる。」「今までは、商店街の存在を当たり前だと思っていたが、改めてその大切さを感じた。」といった声が寄せられた。

同商店街は、売れる店を並べるだけでなく、地域との密着度を高め、地域住民に愛してもらうことを目指している。また、地域住民の生活必需品を供給するほか、地域の伝統を育むことを役割として掲げており、地域住民の歴史と思いが詰まっている場所として商店街を発展させていく考えである。



宇宿商店街の夜の街並み
(消灯実験時には写真の街路灯も消えた)

買い物難民の発生を防止し、高齢者の消費生活を支える組合

大阪府堺市の泉北桃山台市連マーケット事業協同組合は、泉北高速鉄道母・美木多駅から徒歩 10 分の泉北ニュータウン内に位置する組合である。古くから市場として小規模飲食小売店が集積していたが、1999 年に組合出資型のスーパーマーケットの形態に変更している。同マーケットでは、仕入は各店舗が行い、収益は組合の収入となり、10 日に 1 回、組合から各店舗へ売上を返済する仕組みとなっている。

2005 年から 2010 年の 5 年間の同組合の商圏人口は、17,828 名から 17,467 名へと約 2%減少したものの、65 歳以上人口は、泉北ニュータウンの入居者の加齢もあり 3,304 人から 4,178 人へと約 26%増加した。利用客や買い物支援バス利用者を対象に実施した調査も、自宅近くで買い物できずに困っている多くの高齢者の存在が判明し、来店が困難な高齢者等向けの宅配サービスを開始することとした。

宅配サービスは、2 名の店舗職員が他の業務の傍ら電話、FAX で注文を受けて配達を行っている。最初は、自転車により小規模で低費用な配達から始めたが、規模が大きくなったことから、現在では、原動機付自転車に変えている。

さらに、近年では、顧客管理ができる POS システムを導入し、「この顧客は、マグロの切り身なら「刺身」ではなく「ぶつ切り」を好む。」など、過去の売上履歴から顧客の好みを反映した商品を選ぶことで、サービス品質の向上に努めて信頼を獲得してきており、利用客数は徐々に増えつつある。



売場の様子



宅配バイク

夜市を開催して新規出店を支援することなどによりにぎわい再生に成功した商店街

群馬県館林市のたてばやし下町通り商店街は、同市の玄関口である館林駅から徒歩 8 分の県道沿い 330 メートルの商店街である。同商店街は、1988 年からの県道拡幅工事を機に廃業店が増え、1993 年に 43 店あった組合の商店数が 30 店を下回り、空き地と駐車場が増加し、徐々ににぎわいを失いつつあった。

同商店街は、にぎわい再生に向けて模索を続ける中で、視察した近隣市のナイトバザールをヒントに、夜市に取り組むこととした。商店街を中心に、県や市、商工会議所、市民ボランティアが参加して「たてばやし下町夜市実行委員会」を設立し、2004 年 10 月から毎月第三土曜日に「下町夜市」を開催し、現在 7 年目を迎えている。

夜市開催の翌週には、出店者間で勉強会を開催し、先輩店が新規出店者に指導を行っており、紅茶店とジェラート店が商店街内で出店に至った。チャレンジ出店への希望者は、多数に上るため、出店審査を行っており、まちなか再生や商業振興への姿勢も重視している。

毎月の開催日には、市の広報車によるアナウンスが行われるとともに、小学校、保育園で案内が配付され、市を挙げて様々な協力が行われている。夜市には、地元の高校のブース出店、大学生等のボランティア参加も含め、様々な世代、立場の人々が参加する地域ぐるみのイベントとして活況を呈しており、商店街がコミュニティ再生をリードしている。



「下町夜市」の様子

**店主の収益、雇用確保のために、
数々の地域密着事業を展開する商店街**

東京都足立区の東和銀座商店街は、JR 亀有駅から徒歩約7分、約500メートルの距離にある商店街である。同商店街の周囲には住宅街が広がり、長らく地元住民の生活を支えてきたが、同商店街から1キロメートル圏内に大手スーパーが数多く立地したこともあり、いつしか商店街は徐々に衰退し、いずれ同商店街は消えてしまうのではないかと危機感を持つようになった。

そうした中で、1990年に東京都から隣接区に新設する病院の売店とレストランの事業委託の募集があり、地元の商店街として取り組みたいと積極的に手を挙げ、委託事業実施のために、組合員の約半数の出資を得て、株式会社アモールトワークを設立した。

同社は、この病院での売店とレストラン事業の経験を基に、区立小学校の給食事業に展開したところ、主婦達が自分の子供達の給食を調理することが好評で、小学校のほか、保育園、福祉施設と次々と受託施設を増やし、現在は20を超える施設の給食を担っている。

また、同社は、独居老人の増加を心配した社会福祉協議会の要請を受けて、安否確認を兼ねた老人給食宅配事業を実施している。この事業単独では、採算割れであるが、事業の重要性を認識している地元の人々が催事の際の弁当やパーティ料理等を同社に発注することで、給食事業全体としては、黒字を確保している。

同社は、「自分達の街は自分達が良くする。」という考え方の下、200名を超える商店街メンバーを始め、地元の人々を雇用しながら、非営利の事業会社として数々の地域密着事業を展開している。



老人給食宅配事業の盛り付け作業の様子

民事再生法の適用を受け、オンラインの商品を開発し、業績を回復させた企業

東京都大田区のアルタン株式会社（従業員20名、資本金2,000万円）は、エタノール除菌剤、離型油スプレー、食品添加物等を製造する企業である。

同社は、1981年に殺菌スプレーの販売を開始して以来、食品産業向けに業務用環境衛生関連製品を研究開発・販売している。1998年度には、13億円の売上を計上したが、2002年度には、ライバル会社の出現により売上が10億円に落ち込み、資金繰りが逼迫したことから、2003年1月に民事再生手続の申請を行った。

2003年9月に民事再生計画の認可を受けたが、当時の代表者は辞職し、借入金の保証債務を弁済できずに法的整理を余儀なくされた。一方で、社員の給与は削減せずに、本社移転等により経費を削減し、売上が減少しても黒字経営ができるように体質を改善した。その後の経営努力等もあり、2007年9月には民事再生手続を終了した。

同社の主要製品であるアルコール製品は、販売先としている食品業界の長期不況によって販売不振が続く可能性があった。再生後の経営では、経営基盤を健全化させるため、これまで培ってきた技術・情報・人脈を活用して、新たに製品を開発して事業を立ち上げる必要があった。そこで、2006年4月から広島大学と共同研究を開始し、2007年6月には柿渋含有の除菌製品（アルタンノロエース）を開発し、特

許を出願した。柿渋は、ノロウイルスやインフルエンザ、多剤耐性菌にも消毒効果があることから話題となり、発売直前にメディアで取り上げられるなど、好評を博した。

その他にも、水を電解しアルカリ性を保った電解アルカリ水を添加した洗浄機用洗剤や食品改良剤、親水部がイオン化していない非イオン系の界面活性剤を主成分とする中性洗剤が高評価を得ており、今後の事業展開が期待される。



除菌製品

—事例—

23

懸命な情報収集を行い、中小企業の復興を支援する金融機関

岩手県宮古市の宮古信用金庫は、宮古市・釜石市・山田町の沿岸部に9店舗を有する信用金庫である。今回の震災により、本店を含む7店舗に、冠水・損壊等の被害が発生し、営業停

■経済成長を実現する中小企業

—事例—

24

企業向け総合アウトソーシング事業を展開し、起業後間もなく300人の雇用を創出した企業

2005年に設立された東京都中央区の株式会社ティーケーピー（従業員300名、資本金2億8,779万5,000円）は、IT技術を活用した企業向け総合アウトソーシング事業を展開する企業である。

同社は、商社でインターネット上の金融機関の立ち上げに携わった河野貴輝社長が、IT技

術に追い込まれたが、行政への交渉を重ね、店舗の裏手や町役場スペースで一部業務を再開した。

同金庫は、人力による情報収集を懸命に行い、店舗長や担当者等が避難所まで訪問して、状況確認や相談対応を行った。また、営業を再開した店舗には、被災店舗勤務経験者を厚く配置し、震災により通帳・印鑑・キャッシュカード等が流出した中小企業の申出に柔軟に対応している。また、中小企業からは、資金繰りを中心に様々な相談が寄せられている。同金庫は、事業再開の意欲を有し、再開のめどが立ちそうな中小企業から、既存貸出の条件変更の申出があった場合は、元金・利息の棚上げといった条件変更も行っている。また、工場・設備・在庫等が滅失・破損した中小企業から、新たな融資の申出があった場合は、その据置期間を長めにするなどして、債務返済の負担が大きくなるように対応している。

齋藤浩司理事長は、「地域中小企業の復興は、信用金庫に課せられた大きな使命である。自社や取引先の被害状況が分からず方向性を見出せずにいる中小企業も多いが、頑張ろうと意欲を示す中小企業もあり、手伝いや支援は惜しまない。」と考えている。

術を現実の事業に活用することを目標に設立した。六本木のビルの1フロアから始まった貸会議室事業は、東京、大阪を始めとする全国主要都市に500室以上を運営するまでに拡大し、これまでに7万社、150万人以上が利用している。また、貸会議室事業に加え、旅行業免許を取得して会議室、出張、宿泊の一括予約を行うほか、研修プログラムの提供、弁当の手配、中古オフィス用品のレンタル、コールセンターや給与計算業務の受託等、貸会議室から派生する

様々な事業に次々に参入し、企業向け総合アウトソーシング事業を幅広く展開している。河野社長一人で起業した同社は、事業拡大に伴い、2005年の設立から5年で雇用を約300名まで成長させている。

同社の貸会議室事業は、不動産を所有しないことによって初期投資を抑え、資金力を高めたことが、その後の事業展開や発展につながっている。現在、国内での事業拡大を図ると同時に、ニューヨーク、上海等の国外の大都市で事業展開する準備を進めている。



社長一人から従業員約300名まで成長した
ティーケービーの社員

—事例—

25

女性起業家の育児体験を活かした 子育て雑貨商品の企画販売を行う 企業

沖縄県那覇市の沖縄子育て良品株式会社（従業員3名、資本金500万円）は、2004年に起業された子育て雑貨商品の企画や販売を行う企業である。

同社の山本香社長は、前職の沖縄物産を扱う企業で、伝統的な工芸品や織物等の商品開発や店舗の立ち上げに携わる一方で、趣味で自らの育児体験から得たアイデアを基に商品の開発を行っていたが、2004年に独立し、安心・安全に配慮した子育て雑貨商品や、沖縄の地域資源を用いた製品の企画販売を始めた。特に、

（財）沖縄県産業振興公社の平成21年度OKINAWA型産業応援ファンド事業に採択された「子どもが口にしても安心な生活雑貨の開発プラン」では、沖縄県産木のリュウキュウマツ

やハンノキを用いた弁当箱等の日用雑貨品等の開発を行い、「安心、安全、良質、ナチュラル」なこだわり製品を生産している。

「身の丈にあった事業を展開してきた」と語る山本社長であるが、書籍等を参考に自ら起業の手続きを行い、2010年2月には、商社等との取引を増やすべく法人成りも果たしている。2010年10月には、沖縄の素材を活かした母子に優しい化粧品・雑貨・食品の開発と販路開拓事業が経済産業省の地域産業資源活用事業計画に認定され、更なる発展が期待される。

—事例—

26

起業家が前職の人脈を活かして優れた 高齢者人材の確保に成功し、生きがいや働きがいの創出に成功している企業

東京都港区の株式会社じんざいセンター・ゆずり葉（従業員数9名、資本金1,000万円）は、大企業OBを活用した試験監督業務や金融機関関係者向けの通信講座答案添削業務を行う企業である。

同社の本多勲社長は、前職の社団法人でサラリーマンの生涯設計、ライフプランの相談指導に従事していたが、その中で高齢者に仕事を提供することで、生きがいや働きがいを提供していきたいと考えるようになった。本多社長が55歳の時、社団法人で受託していた試験監督業務を事業として分離することになり、それに応えて起業した。同社は、大企業の管理職経験者を中心に、本多社長の人脈を活用した紹介による採用を基本としており、優秀な人材を潤沢に確保できている。特に、金融機関関係者向けの通信講座答案添削業務では、金融に特化した専門知識が必要とされるため、首都圏在住の都市銀行、信託銀行のOBを多数確保できている点で、他社と差別化できている。

高齢化社会を前提とした雇用慣行の変化から65歳まで働くというケースが多くなり、同社でも登録時の年齢が高齢化し、現在の中心層は60歳代後半である。こうした中、同社では

登録人材の年齢の上限を70歳としている。これは、社長の「70歳になったら次の人に道を譲って、人生を楽しんでほしい。」という考えに基づくもので、社名の「ゆずり葉」の由来にもなっている。現在では、登録者が2千名を超え、高齢者の就労機会を創出し、更に生きがいや働きがいを創出していくことが期待される。



試験の受付や通信講座の答案添削を行う同社社員

—事例—

27

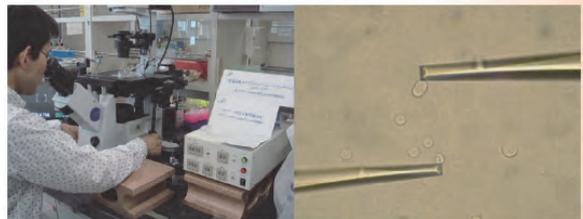
起業家が前職で培った大学研究者、技術者、職人との人脈や製品開発の経験を活かして、新薬開発や再生医療に貢献する細胞操作装置を開発した大学発ベンチャー企業

大阪府豊中市の株式会社アイワークス（従業員1名、資本金550万円）は、誘電泳動の技術を利用して細胞を操作・選別・融合する装置「セルワークス」を開発した大学発ベンチャー企業である。現在は、大阪大学に研究拠点を構えて、バイオサイエンス研究ツールの研究開発や製造・販売を行っている。

同社の横山拓也社長は、前職で顕微鏡の開発に従事していたが、大阪大学の脇坂嘉一氏と知り合い、不均一な電場にある物質に力が働く「誘電泳動」という電気力学現象に興味を抱いた。前職の企業からの資金援助等、各方面からの支援が得られたこともあり、脇坂氏と共同で2007年に株式会社アイワークスを起業した。経営面は横山社長が、技術面は脇坂氏が担当し、受託研究や実験器具の製造等を行っていたが、ついに誘電泳動を利用して顕微鏡下で細胞を自由に操作・選別・融合することができる細胞操作装置セルワークスの開発に成功、将来の新薬の開発や再生医療の分野での活躍が期待されている。

「起業には、パートナーの存在、前職企業での経験や取引先、そして、精神的な支柱となって

くれた家族が重要だった。」と横山社長は語る。とりわけ前職での経験から、製造の現場に実際に足を運ぶことの大切さ、そして、製品開発の初期段階で多額の費用をかけず、設計にある程度めどが立ってから製品化することの重要性を学んだという。横山社長は、「今後は、セルワークスを主軸にそのアプリケーションを増やすことに注力し、バイオサイエンスの発展に貢献したい。」と語る。



セルワークスの操作風景（左）と細胞を融合させている様子（右）

—事例—

28

国・県・市から自社の独自技術とビジネスモデルの認定を受けることによって販路拡大に成功している企業

福岡県福岡市の株式会社ファーストソリューション（従業員3名、資本金300万円）は、福岡市等のインキュベーション施設、(株)福岡ソフトリサーチパークセンタービルに入居する2005年に起業された企業である。汚泥の凝集沈殿・脱水・輸送までを一貫して行う独自の汚泥処理技術「MC（メッシュカット）工法」を活かして、コストを抑えた環境にも優しい小型の汚泥処理装置を武器に着々と成長を遂げている。

同社の高田将文社長は、大学卒業後に、地元の総合設備工事業者に就職し、水処理関連の業務に従事していたが、管理職に昇進する直前に、現場のエンジニアであり続けたいとの思いから独立を決意し、環境ベンチャーとして同社を起業した。

高田社長は、前職の経験から汚泥処理の技術には自信があったが、経験のない経営面については、(独)中小企業基盤整備機構のアドバイザーから助言を得ている。また、技術の認知やブランドも重要であると考え、経済産業省の新

連携事業及び福岡県の経営革新計画の認定を受けるとともに、福岡市の福岡市ステップアップ助成事業の最優秀賞を受賞し、また、国土交通省の新技术情報提供システム（NETIS）への登録も行い、販路の拡大に成功している。現在は、東アジアへの海外展開も視野に入れており、より一層の成長が見込まれている。



同社が開発した小型汚泥処理装置（左）と汚泥の脱水に用いるエコポーチ（右）

—事例—
29

業種転換によって自社製品を開発することで下請企業から脱却し成長を続けている企業

東京都大田区の株式会社大橋製作所（従業員88名、資本金9,600万円）は、ACF 接合27によるマイクロエレクトロニクス実装装置の開発・製造・販売を主力事業とする企業である。

当初は、精密板金加工では高い技術力を有する企業であったが、第2次オイル・ショックにより変化した経営環境に主体的に対応するため、自社製品の開発に進出した。1980年に初の自社製品となる特殊金型を開発し、その後も多様な製品開発を行ったことにより、市場に耐えられる製品づくりと事業化の課題が明確となった。

1990年代に入って、熱圧着実装分野の将来性に注目して、同分野に経営資源を集中し、市場調査によって有力な取引先の開拓に成功したことから業績が向上した。業界の常識を覆す卓上型COG実装機28が1999年に日本経済新聞の日経優秀製品・サービス賞を受賞、2006年には世界初のフルオートFOBライン29の開発に成功し、ACF接合実装機のフルラインメーカーに発展するなど、事業の多角化による業種

転換と新事業の創造に成功している。

同社の大橋正義社長は、「企業として持続的に発展するための原動力は、①経営理念の具体化を図り、経営方針・計画を作成し実践すること、②コア技術の開発や主要製品の開発を進めるための人材を確保し養成すること、③多様な人材や企業・機関と連携して、自社ブランド製品を開発すること、④国際基準、環境問題、企業の社会的責任等に対応すること。」と語る。特に、「経営指針を絶えず更新することにより、社会の変化に応じた新たな課題が明確になり、その後の事業展開の方向を定めることができる。」という。1980年に自社製品開発の強化を定めた経営計画を初めて策定しており、2011年度から第11次中期経営計画に着手する。

—事例—
30

公共事業の減少を受けて建設業から介護福祉分野及び農業分野に進出し、相乗効果を得ている企業

長崎県佐世保市の株式会社堀内組（従業員105名、資本金8,000万円）は、介護福祉分野や農業分野に進出している総合建設業者である。

同社は、戦前から旧国鉄松浦鉄道の建設工事を担い、1950年の会社設立後も公共工事を中心に地域に密着した事業を拡大してきたが、公共事業が減少していく中、人材や資金、設備等に余裕があるうちに、介護福祉分野及び農業分野へ進出した。介護福祉分野では、1998年には社会福祉法人を設立、1999年には特別養護老人ホーム「虹の里」を開設して運営している。農業分野では、ブルーベリー、マンゴー、オリーブ等の栽培を行っており、ブルーベリー事業では、2007年から「点滴ポット栽培」を導入し、病害虫等による被害の低減と、低農薬栽培による安全で高品質な果実を収穫している。また、オリーブ事業では、耕作放棄地を利用して市場ニーズのある高品質な食用、化粧用のオリーブオイルを抽出するための果実を栽培し、オリーブの樹木を活かした景観作りに目を付け

て、県内の教会等にオリーブを植樹し、農業と観光の連携の試みも行っている。

介護福祉分野及び農業分野への進出は、本業である建設業での受注にもつながり、売上や雇用を回復させつつある。同社は、今後も新分野での事業を拡大させることで、本業の建設業の受注が増えていく相乗効果を期待して、地域への貢献や更なる発展を目指していく。



同社が運営する特別養護老人ホーム「虹の里」



ブルーベリーの点滴ポット

—事例—

31

質の高い人材の育成に成功し、高付加価値デニム生地を製造する企業

岡山県井原市の日本綿布株式会社（従業員60名、資本金2,000万円）は、ジーンズ製造の工程を一社で完結する一貫生産体制を構築している。

同社の川井眞治社長は、約20年前に（株）日本貿易振興機構主催のヨーロッパ視察に参加した際、イタリアのトスカーナ地方の衰退を目の当たりにし、最後には一貫生産に対応できる企業のみが生き残れるとの思いを強くした。それ以来、全ての工程を自社に取り込みノウハウを蓄積することを目的とし、1997年に防縮

加工設備新設により「整理加工（防縮加工）」までの一貫生産を、2004年には設備新設による最終過程である「洗い加工」までの一貫生産体制を着々と整備してきた。この一貫生産によるノウハウの蓄積が、安価な外国製品に負けない高付加価値素材の開発・提供へつながった。同社の品質へのこだわりは世界に知れ渡っており、主に付加価値の高いプレミアムジーンズと呼ばれる1本3万円もする高級ジーンズに採用されている。また、ラルフローレン、ポール・スミス、ヤコブコウエン等の有名ブランドから指名の引き合いがある。

川井社長は、「品質を支えるのは、従業員の一人一人の職人としてのプライドである。」と考えており、事務所内には勤続30年以上の社員の写真を飾ることにしている。同社では、独特の肌触りを生み出すために旧式のシャトル織機を使ってデニム生地を織っているが、こうした機器の操作法を含め、職人の技を身につけるには約20年の長い時間と経験が必要であり、同社の工場では、60歳のベテラン職人が18歳の新人に技術を伝承する光景がよく見られる。こうして蓄積された技術と人材を活かして、同社は、世界初のグラデーションデニム・ファイバーによる高付加価値デニム生地の開発に成功した。これは1本の糸を3層に染め分けることにより、色相の多層構造を構成するもので、現在のところ同社のみが生産可能である。川井社長は、「中小企業は、大量生産の安物では生き残れない。高品質の本物、こだわりで差別化し、顧客価値の高いマーケットだけを狙っていく。」と語る。



同社が開発したグラデーションデニム・ファイバーの生地を用いたジーンズ

店舗や商品にデザイン性を取り入れることで、製品のブランド力を高めて、顧客単価上昇に成功している企業

滋賀県長浜市の有限会社菓匠禄兵衛（従業員31名、資本金1,000万円）は、1926年に「居川製菓舗」として創業した老舗和菓子店である。

同社は、4代目の居川信彦社長の「自社独自のブランドを確立して、単価が高くても売れるものを作りたい。」との意向で、店舗のデザインを著名なインテリアデザイナーに依頼し、斬新でおしゃれな店舗づくりを実践している。また、これを契機に、商品開発でもそのインテリアデザイナーと協力してデザイン性に富んだ和菓子作りを行っている。その成果の一つであるデザイナーズ最中「くう」は大ヒットとなり、百貨店等でも販売し、好評を博している。

こうした取組が話題となって、同社の知名度が上がり、各地の百貨店からの出店依頼が増加する中で、居川社長は、「百貨店等のバイヤーと会う際には、突然新商品のアイデアを聞かれることがあり、常に訴求力のある商品を提案できるよう日頃からアンテナを張って準備をしている。」と語り、商品開発のための情報収集に余念がない。

同社の商品のデザイン性と新規性が顧客に評価され、比較的高めの価格であっても、居川社長の就任以来、売上が毎年1.5倍と急速に成長している。同社は、2010年3月に東京駅構内に新店舗を出店しており、更なる成長を見込んでいる。



デザイナーズ最中「くう」

従業員からの業務改善の提案を積極的に取り入れ、従業員満足を高めて、人材育成に取り組む企業

福岡県福岡市の株式会社一蘭（従業員110名、資本金4,000万円）は、全国にとんこつラーメン店をチェーン展開する企業である。

同社では、「企業は人、従業員は企業のブランド」との理念の下、人材育成や従業員満足を非常に重視している。

「より質の高い商品・サービスを提供するためには、まずはサービスする従業員の満足度・モチベーションを高めることが大事である。」と同社は考える。「会社に必要とされている。」と感じられれば、その思いは必ずお客様へのサービス向上につながるからだ。

そのため、まずは日頃から相手を「褒める」「認める」「感謝する」ことを全社的に徹底している。さらに、現場の声を活かしてボトムアップの業務改善を進めるために、経営陣への「目安箱」の設置、職員同士で意見交換できる社内サイトの構築等を行っている。

また、店舗スタッフの満足度向上にも同様に力を入れており、現場の従業員の声を経営陣に届く仕組みを構築している。月に一度の責任者会議では、積極的な業務改善の提案が上がり、その声を実際に形にした「ライセンス制」を店舗にて導入し、調理・顧客対応等6種類のライセンスを設けている。同ライセンスは、半年ごとに行うテストに合格しなければ維持できないようになっており、継続的な技術の評価によりサービスの品質確保を行うと同時に、スタッフに手当を支給することで給与にも反映させている。

同社の中村和也専務は、「店舗の展開に伴う人材不足を見越して、人材確保・育成のための投資は今から惜しまず行うべきである。」と考えている。



社員表彰の様子



リライタブルプリンター

一事例一

34

技術革新により、紙やインクを不要とする費用効率が高いプリンターを開発・製造している企業

宮崎県宮崎市の三和ニューテック株式会社（従業員 130 名、資本金 6,500 万円）は、プリンターやカードリーダーライター等を開発・製造する企業である。

同社は、自社で長い間手掛けてきたカードリーダーライター事業で培った熟を利用して印刷と消去を行う技術を応用し、特殊なシートに文字の書き込みと消去を繰り返し行う「紙やインクが不要なリライタブルプリンター」の開発・製造に成功した。

リライタブルプリンターは、環境に優しい製品として注目されており、株式会社鹿児島放送、宮崎県庁で導入されている。また、海外のメディアが動画共有サイトに投稿したことがきっかけとなって、海外からの問い合わせが飛躍的に増えているという。

現在は、RFID タグ 2 への書き込みが可能であるリライタブルプリンターも開発しており、大手メーカーにも納入している。今後は、新しい用途向けのプリンターを企画していく予定である。

一事例一

35

自動化を行い、入社 3 か月の社員でも高品質の製品を作る仕組みを構築している企業

福岡県遠賀郡の株式会社ワークス（従業員 44 名、資本金 1,500 万円）は、レンズやハイブリッド自動車、電気自動車、精密モーター金型の部品の加工を行う企業である。同社の強みは、高い加工精度の金型を製造できることにあり、加工精度が直角・平行・真円の全てで 0.3 マイクロメートル以下のレンズを一度に 16 個作ることのできる金型も製造している。

こうした精密金型の製造は、経験を積まないで困難であるが、同社の平均年齢は約 30 歳と非常に若く、非正社員も多数働いているにもかかわらず、高品質の製品を安定的に製造できる。

その理由は、同社では、長年の経験で培った精密加工、職人の技である「技能」を数値制御装置といわれる、約 50 台からの NC 6 工作機械に「技術」として、標準化した作業手順に置き換えたことで、経験の浅い人でも高度な加工が実現できる仕組みを構築したところにある。

同社では、NC 工作機械の活用方法をマニュアル化し、社員が気付いた改善点を随時反映するなどの工夫により、経験を積んだ職人でなく、入社 3 か月の社員であっても高品質の製品を作ることができる。また、NC 工作機械の導入は、納期短縮や費用低減に貢献している。

同社の三重野計滋社長は、「効果的に自動化を行い、ノウハウを共有できる仕組みを構築すれば、やる気のある若者はすぐに成長して設備

を使いこなせるようになり、効率的に高品質の製品が製造できる。」と語る。



NC工作機械を使いこなす若手社員

—事例—

36

ITを活用して、即日対応の家事代行サービスを提供している企業

東京都中央区の株式会社ベアーズ（従業員82名、資本金8,900万円）は、1999年に起業された家事代行サービスを提供する企業である。同社は、顧客ニーズに応じた質の高いサービスを提供するためには、家事代行スタッフである「ベアーズレディ」の状況を正確に把握する必要があると考え、システム開発部隊を内製化し、ベアーズレディの技術や住所、希望する勤務時間等を常時把握できるデータベースを構築した。

この結果、従来は、サービスを提供できる人材を探すために見積もりからサービス提供まで2週間を要していたが、即日対応が可能となった。

同社の「ベアーズ・エクスプレス」は、同日14時までに問い合わせをすれば、その日のうちにサービスの提供を受けられるという業界初のサービスである。

このように情報技術を活用することによって、業務の効率化のみならず、顧客数の拡大にもつながり、5年前に年間約2億円であった同社の売上は、現在年間9億円を超えるまでに増加している。

同社の高橋ゆき専務は、「家事代行サービスはまだまだ世間に認知されていない。今後も日

本の生活環境の変化に伴い、進化し続ける生活者の価値観とニーズを的確にとらまえ成長していきたい。そして、同じ志の企業とも前向きな連携を図り、業界を盛り上げ、“家事代行サービス産業”を築きたい。」と語る。



「ベアーズ・エクスプレス」のコールセンター

—事例—

37

木質ボイラーを新設して、省エネに取組み、費用削減を実現した企業

栃木県那須塩原市の二宮木材株式会社（従業員40名、資本金1,000万円）は、製材及び住宅建築の請負を行っている企業である。

同社では、製材の際に水分を含んだ木材を乾かすためのボイラーが必要であり、重油ボイラーを使っていたため、月約300万円という高額な燃料費が必要であった。そこで、燃料費削減のために、間伐材や製材後の木くず、チップ等を燃料に使う木質ボイラーを導入した。

木質ボイラーからも二酸化炭素は排出されるが、樹木として吸収してきた二酸化炭素と相殺されるため、二酸化炭素削減効果が認められる。同社は、東京電力株式会社と協力して国内クレジット制度の認証を申請済みであり、年間約2,500トンの二酸化炭素削減効果を見込んでいる。木質ボイラーの設備投資費用は、約1億円掛かったが、環境省からの約5,000万円の補助金を活用したこと及び燃料費削減効果を見ると、1年程度で初期投資を回収できるという。同社の二宮英壽社長は、「重油を使っていた頃には、毎月300万円掛かっていた燃料代が

ほとんど不要となった。」と効果の大きさを語る。



同社の木質ボイラー



移動距離を短縮し、効率的に作業できる
ようレイアウトされた厨房

—事例—

38

製造業のノウハウをサービス業に 適用することで業務工程改革を行 う企業

鳥取県鳥取市のブリリアントアソシエイツ株式会社（従業員6名、資本金300万円）は、2004年に設立された飲食店と高級ホテル内併設のビューティーサロンを経営している企業である。

同社は、2006年4月に鳥取港近くの「かろいち市場」にレストランを出店し、その後の売上が5年間で2倍に拡大している。この売上の伸びの要因は、業務工程の効率化にある。

福嶋登美子社長は、前職で経験した動線やリードタイムの考え方を活用して、ホール担当者が厨房に入る距離を短縮するための動線の設計や料理の配膳が素早く行えるようなデシャップ9の配置等の厨房のレイアウトを変更した。さらに、社員の意見を取り入れ、試行錯誤でより効率性の高い厨房へと改善していった。

その結果、1日で130席を10回転できる店舗を作り上げ、売上を前年比で20%増という目標をほとんどの月に達成できるようになった。福嶋社長は、「今後、「かろいち市場」には、農産物等を販売する農業協同組合ができる。お客様の流れも変わると思うので、また入口の増設や席の配置等を柔軟に変更していきたい。」と更なる効率性の向上を目指している。

—事例—

39

販売代理店を活用して、国外でもき め細やかなサービスを提供する企 業

長野県須坂市のオリオン機械株式会社（従業員600名、資本金1億円）は、酪農用機械及び産業用機械等の製造・販売を行う企業である。

同社は、酪農用機械に用いられる真空技術や冷凍技術を応用して、真空ポンプ、産業用冷水機や、圧縮空気除湿乾燥機を製造するとともに、事業所向けのジェットヒーターを製造している。

同社は、1970年代にジェットヒーターの輸出を開始し、自社製品の販売に当たっては、販売網のみならずサービス網の構築にも熱心に取り組んできた。特に、主力製品の一つである産業用冷水機のアメリカでのアフターサービスについては、代理店にサービスエキスパートと呼ばれる専門知識を保有する専門家を配置すると同時に、補用部品を常時在庫している。また、アメリカの大手エアコンメーカーと提携し、修理や保守・点検を行う場合はサービスエキスパートが顧客に一番近いエアコン修理業者に指示を出して急行させ、部品を現地に送って迅速に対応できる体制を構築している。さらには、中国においても現地法人を通じたサービス網を構築している。こうした取組が顧客から評価を得て、同社の製品は他社メーカーよりも価格は高いが順調に販売額を伸ばしている。

外国人観光客を受け入れることで再生した家族旅館

東京都台東区の澤の屋旅館(従業員5名)は、1949年に現館主である澤功氏の義母が客室数8室で創業した旅館である。

同旅館は、設立当初から修学旅行客を中心に宿泊者数が増加する傾向にあり、1961年には客室数を16室に、1968年には客室数を24室に増築するなど、経営は順調であった。

しかし、ユニットバス付きのビジネスホテルの台頭や修学旅行先の多様化等により、1970年頃から客足が減少し業況が悪化し始めた。客室の数を減らすなどの様々な取組を行い経営努力を続けたが、1981年には赤字に転落、1982年には3日連続で宿泊客数が0になることもあり、旅館の存続が危ぶまれ始めた。

こうした中で、同業者に相談したところ「日本人観光客が駄目なら外国人観光客を受け入れたらよい。」とアドバイスを受けた。澤館主は、当初「日本人に受け入れられないような小さな和式旅館が外国人観光客に受け入れられるか。」と半信半疑であった。しかし、アドバイスを受けた旅館を見学した際に、自らの旅館とほぼ同じ規模・設備も同じであるにもかかわらず、外国人観光客で溢れ活気に満ちているのを目の当たりにし、外国人観光客の受入れを決意した。

1982年に、外国人観光客を受け入れた後、外国人と日本人の文化の違いから様々な苦労を経験したが、外国人観光客のために費用を掛けて特別な取組を行っているわけではなく、部屋を掃除した際に枕の上に小さな折り鶴を置くなど、日本の文化を自然に伝えつつ、自然体で一つ一つの課題に対応していった。

この結果、富裕層を中心に外国人観光客の客足が増加し、3年目には客室稼働率は90%を超えるようになった。以来客室12室の当旅館に客足が途絶えることはないが、顔が見える経営を大切にしたいと考えており、規模を大きく

することは考えていない。

澤館主は、「外国人観光客にとって、宿は手段であって目的ではない。外国人観光客は旅の目的に応じて宿泊先を選んでおり、富裕層だからといって必ずしも高級ホテルに宿泊するわけではない。山が見られる地域であれば山を、雪が見られる地域であれば雪を売りにすればよい。あくまで、あるものを自然体で提供していくことが大切である。」と話す。



家族で外国人観光客を見送る風景

九州新幹線全線開通

～鹿児島から元気を発信～

平成 23 年 3 月 12 日に九州新幹線が全線開通し、鹿児島ー博多間が最速 1 時間 19 分で結ばれた。開通前日の 3 月 11 日に、日本全体を震撼させた東日本大震災が発生し、自粛ムードの中での出発であった。

開通後約 4 か月を経て、九州新幹線全線開通が我々にどのような影響を及ぼしたのか、そして今後この開通をどのように活かしていけばよいか等について、有識者達による座談会を行った。

本号では、この座談会の内容について紹介いたします。



〈 司 会 〉

鳥丸 聡 (シンクタンク・バードウイング代表)

〈 出席者 〉 50 音順

池田 誠 (社団法人鹿児島県特産品協会事務局長)

石窪 奈穂美 (消費生活アドバイザー)

河井 達志 (鹿児島県商店街振興組合連合会理事長 (宇宿商店街振興組合理事長))

中間 幹夫 (鹿児島県旅行業協同組合理事長)

全線開通後 4 か月を経て

■前日に東日本大震災が発生■

鳥丸

2004 年 3 月に九州新幹線が部分開通した際の利用状況は 2.28 倍と驚異的な伸びを記録し、これに最も驚いたのが JR 九州。

その後、高速道路休日千円で若干利用客が減少するものの、高水準を保ったまま、本年 3 月 12 日に全線開通を迎えました。

開通前日に東日本大震災が発生し、暗いムードの中での発進だったが、鹿児島ー熊本間で平均 62%の伸び、博多ー熊本間で平均

35%の伸びと、南高北低ながらも震災で日本経済が落ち込んだ中、総体的に頑張っています。皆さんの感想はいかがですか？



石窪

皆が、部分開通からじわりと時間短縮効果を感じながら待ちわびていた全線開通。時短効果は絶大だと思う。飛行機は予約をとる手間がかかるが、新幹線だとふらりと鹿児島まで行ってみようかと手軽に乗れるところが良い。新幹線効果がこれからどう波及していくのか、鹿児島の賑わいと福岡の賑わいが今後どうなっていくのか注目したい。ただトンネルが多く車窓の楽しみがなくなったのは残念ですね。

鳥丸

車窓の風景を楽しみたい方は、おれんじ鉄道を利用してほしいですね。JR九州だけが勝ち組になるのではなく、肥薩おれんじ鉄道の活性化も今後の課題ですね。

池田

震災発生後、日本再生の申し子のように全線開通した九州新幹線。開通にあわせて、大阪・中国地方等の百貨店等から「鹿児島フェア」の開催要望が多数あり、本県への関心の高さを感じた。また、開催地域のマスメディア等々にも取り上げられ、絶大な効果があった。

4月の連休あたりから観光客も増えてきており、鹿児島市内・指宿の観光土産品売り場では観光客の増加が見られる。花かご

しま 2011 もあって、ブランドショップにも多くの観光客が訪れた。

鳥丸

「日本再生の申し子」という言葉はおもしろいですね。JR九州ではCMも自粛する等、控えめなスタートでしたが、被災地に元気を与えるという意味からも、ある程度は計画通り活発な取り組みを実施してもよかったのかもしれない。

■効果はあらわれているが3年後が勝負■

河井

4年前から九州新幹線全線開通委員会の一員として各地を駆けまわった。震災は、我々の浮かれた気持ちをぐっと抑え、どういう効果がでるかじっくり見なさいとの試練を与えたような気がする。今のところ効果があらわれており、これまでの努力が報われた気がしている。しかし、新幹線は開通後3年目に落ち込むという神話がある。3年後に勝負がくると思う。

天文館も4月から観光客が増えてきており、小料理屋も満員の状況。人々の運賃・距離・時間の概念が変わったと思う。

鳥丸

鹿児島ー博多間が2枚切符で2万円を切り、予想以上に安かった運賃設定も効果があらわれている要因のひとつではないか。



鳥丸聡氏

中間

鹿児島県旅行業協同組合には、現在 74 組合員がいる。3 月、4 月はどん底であったが、6 月から良くなってきたという声を聞く。夏旅・秋旅の予約も昨年以上に入っており、全線開通効果があらわれてきている。

我々の業界はアウト（県外向けの商品）が栄えなければ落ち込むと言われているが、イン（県内向けの商品）でも商売になることが分かった。今後は、着地型旅行として仕かけていく予定である。新しい良い流れがきており、今後も継続させなければならない。

中国地方・山陰地方との交流も積極的に実施しようとの考えから、先日は(社)全国旅行業協会岡山県支部とはじめての交流会を行った。

鳥丸

これからは着地型旅行が重要になってくるだろう。岡山は意外と穴場かもしれない。大阪だけでなく、いろんな県をターゲットにしたきめ細やかな戦略も必要となってくる。

九州新幹線全線開通後の課題

■消費者目線の取組みが必要■

鳥丸

開通後における課題についてお聞かせ願いたい。

石窪

鹿児島までは便利になったものの、鹿児島中央駅からの 2 次アクセスがまだまだ使い勝手がよくない。中心市街地も回遊性の面からは、100 円バス等利用者目線の取組みがほしい。

また、旅行者のレベルが上がっているなかで、鹿児島への期待値とは何かの分析が不足している。期待値を裏切らない、それ

以上の満足度を与えられるかがリピーターにつながっていく。



石窪奈穂美氏

鳥丸

私も知覧までの行き方や中央駅から郊外までどのバスに乗っていいか迷う時がある。県外から来る人にとっても分かりやすい交通網の整備が課題ですね。

また、ある弁当屋では、黒豚弁当として、濃い味でボリュームのある弁当を販売したが売れなかった。そこで消費者の意見を取り入れ、薄味で小さめの弁当を作ったら売れるようになった。こうした消費者目線での分析が大切だと思う。

■リピーター客をどう増やしていくか■

池田

開業に向けて、様々なイベント・フェアを実施してきたが、今後どのようにして継続的に取り組んでいくか課題。それには個々の企業努力が求められる。

県内で開催されるコンベンションや大会等の参加者は、平成 21 年度が 55 万人。今年は 100 万を超えると予想されているが、この参加者をリピーター客としてどのようにつなげていくかが大切。また、四国・北部九州からの観光客が少なく、これをどうやって増加させるか、併せて、大隅半島や離島まで足を運ばしてもらうには

どうしたらいいのか、課題はまだまだたくさんある。

■都市間競争が激化■

鳥丸

篤姫ブームの時のように、ある種何かしらのブームをおこすことも必要ですね。

河井

商店街においては、厳しい都市間競争が始まった。旅行形態が変われば小売業は衰退すると言われていたが、鹿児島から福岡へ、更には大阪へと買い物客が流れていっている。これをどう克服していくかが今後の課題。商店街は戦略を変えなければ潰れていく。

鳥丸

都市と都市を結ぶ新幹線。しかし、それに比例して都市間競争は激化していく。これはある意味宿命なのかもしれない。

■おもてなしの心■

中間

アウト（県外向け商品）が良くない中、イン（県内向け商品）でいかに素晴らしい商品を開発していくかが今後の課題。

大隅半島に新幹線効果があらわれていないが、こうした影の部分の部分をどうするのかも考える必要がある。現在、甕島のツアーが人気で、宿泊予約がとれない状況になっているが、ブームは去るのも早い、来るのも早い。大隅半島も5年～10年のスパンで仕掛けを考えていく必要がある。

県外からの鹿児島の印象としてあげられるのは、屋久島でも桜島でもなく、人間の良さである。実はそこが最も大事なところで、子供からお年寄りまで、観光客へのおもてなしを学び、身につけていくことが重要である。

鳥丸

初期需要が確保できるまでは、大隅半島や離島までの交通料金を半額にするとか、ソフト面を強化していくことも必要なのかもしれない。また、県民が県外客を案内できるように人材育成も大切であり、そのためには、まず鹿児島県民が鹿児島県内を旅することが不可欠だと思う。

これからの戦略

■相互交流の大切さ■

鳥丸

様々な課題が出たが、こうした課題を踏まえ、これからの戦略についてお聞かせ願いたい。

河井

やはり人でしょう。鹿児島へ来るのは確保できているが、鹿児島県民も県外へ行かなければならない。行けば必ず来てくれる。いや行かなければ来てくれない。こうしたくすぐりが必要になってくる。人は人に関わりに行くのであってやはり人がメインであると感じる。



河井達志氏

池田

特産品は生活文化であり、生活イコール人である。人の質をいかに高めていくかが戦略として必要になってくる。その部分が時間短縮より大切なことであり、地域を引っ張る人材育成が求められる。

鳥丸

確かに、ただ鹿児島にきてくれただけではだめでしょう。息の長い交流には、相互に行き交うことが大切ですね。

■プロとしてのおもてなし■

石窪

消費者の疑問にプロの言葉で応える、プロとしてのおもてなしができることが重要だと思う。笑顔で迎えるとか、帰り際に深々と頭を下げる等の接客マニュアルは当然のこと。それ以上の専門知識を持つプロとしてのおもてなしに取り組むことが、戦略のひとつとして必要である。

鳥丸

東京ディズニーランドは相変わらずの人気であるが、あそこの従業員は皆プロの集団であり、お客の楽しませ方を知っている。震災が起きた時に、店内のぬいぐるみを頭にかぶるよう皆に配る等、売り場店員一人一人の判断で、お客様目線に立った業務を行っている。

「鹿児島には、素晴らしい歴史や文化・資源があります」ではだめ。付加価値をつけるためにも人材の育成は必要でしょう。

■フィルム・コミッションの重要性■

河井

甕島は、テレビドラマ「Dr.コトー診療所」のモデルとなっていたり、森進一が歌った「おふくろさん」の歌碑があるといった付加価値で人が訪れる。こうしたフィルム・コミッションの活動も大切で、映画の疑似体験ができる仕組みづくりも大事なことである。

また、組織間の交流を図る助成金ももっと必要だと思う。助成金が、交流マインドに火をつけるきっかけにもなる。



中間幹夫氏

中間

宮崎市では、宿泊したら宮崎で使える3,000円の商品券をプレゼントするキャンペーンを行った。宮崎にお金が落ちる良い仕掛けだと思う。

各市町村においては、ここから先は隣の市の区域ですといったような感じが見受けられるが、こうした縦割り行政からは脱却し、横の連携を図りながら展開していくことも必要である。

JR九州のCMがカンヌ国際広告賞のアウトドア部門で金賞を受賞したが、九州や鹿児島を世界にPRできたことも嬉しい出来事であった。

■海外との連携への取り組み■

池田

今後、鹿児島は、海外（特に東アジア）との連携にも取り組んでいくべきである。

鳥丸

桜島フェリーでは韓国語でアナウンスを行っているが、非常に良いことだと思う。日本と韓国・中国の間には領土問題等があるが、それは国家間の問題であり、一般市民の日常生活レベルでは関係のないこと。韓国や中国からも鹿児島へ多くの留学生がきているが、皆、日本大好き、鹿児島大好きとあって帰っていく。グローバル戦略

として、もう一度、草の根のからいも交流に取り組んでいっても良い。

中間

グーグルマップで鹿児島を真ん中にもつてくると、鹿児島を中心に、北京・上海・東京・大阪がある。海外へ目を向けた取り組みは賛成ですね。

鳥丸

県外客にとって、どこまでが鹿児島で、どこまでが宮崎だとかの境界線は関係ない。行政区分にとらわれない取り組みが必要。

錦江湾が映画「海猿」の舞台となり、若い人々に大いに注目された。また以前、映画「007」のロケ地に坊津になったのも大きなPR効果を発揮した。こうしたフィルム・コミッション効果は絶大だと思う。鹿児島には自然・歴史・文化といった素晴らしい素材はたくさんあるが、映画がそれに演出を加えてくれる。あるがままのものをあるがままに伝えるだけでなく、それに付加価値を与えるプロとしての作業が必要。北海道は、「冬はスキー」、沖縄は「夏はマリンスポーツ」とメリハリがきいたPRを行っている。鹿児島の観光パンフをみると、資源が多すぎて手をこまねいている気がする。

■素材に付加価値を与える■

中間

鹿児島は郷土料理だけでも内容がとても充実しており、確かに資源はたくさんありすぎる。

河井

モノは変わらないが、それに付随するものを少しずつ変えていき、質をあげていく取り組みが必要かもしれない。

鳥丸

なるほど。味加減やのどごしを少しずつ変えながらやり続けることが必要なわけ

ですね。これまで価格を安くしても客が入らなかったのに、質を高め、価格も上げて成功したホテルの事例等を見ると、これまでの概念を打ち破り、新たなニーズを取り入れながら展開していくことも重要だと思う。いつまでも南九州は新婚旅行のメッカというわけにはいかないですからね。

また、これまで北九州・南九州で分けられていたが、今後は新幹線の全線開通で、東九州・西九州で分けられる時代になると思う。そうすると東と西をもっているのは福岡と鹿児島だけ。鹿児島には薩摩半島と大隅半島があり、それらの先端をつなぐフェリーの存在も重要になってくる。

中間

大隅は行政が引っ張らないといけないでしょう。タクシーの運転者から地域の人々までをまきこみ、地域着地型商品をつくっていくことが必要です。

■今あるものに含みをもたす■

鳥丸

意外と元気な限界集落ツアー、農家民泊体験なんていうのがあってもおもしろい。今あるものに含みをもたす戦略を考えていくことも必要かもしれません。

中間

決して、観光分野だけが独立しているわけではなく、産業・福祉・観光等総合的にレベルアップすることが観光分野の向上につながる。

■県全体での取り組み■

河井

そのためには、やっぱり縦割り行政では無理がありますね。民間も交えながら、行政も横とのネットワークを図り、県全体で取り組む必要がある。

石窪

県民にも、観光は観光業者のものだけではなく、県民一人一人の意識が重要だというメッセージを送ることも大切でしょう。



池田誠氏

鳥丸

お年寄りを呼びたいのならお年寄りの考えを参考に、修学旅行生を呼ぶなら、中学生・高校生の立場になって考えることが必要。観光産業は総合産業であるとのコンセンサスが得られていないから縦割りになっている。観光振興は奥が深いですからね。

河井

県をイメージさせるキャッチコピーが必要なかもしれない。今あるニーズ、トレンドをつかまなければならない。

■時代の流れを感じ、ニーズを捉える■

石窪

例えば、鹿児島は食材は豊富だが、アレンジがいまひとつ。食味の好みも日々変化しており、今は酸味がトレンドになっている。時代の流れを感じながら、きめ細やかなニーズを捉えることが必要であり、また、一つの商品に、楽しみや驚きといった遊び心を取り入れ、感動を与える演出も重要。日常の生活や昔ながらの食文化や風習の

中に埋もれている鹿児島ならではの宝物がまだまだあると思う。

池田

鹿児島S-1グランプリ（商店街グルメNo.1決定戦）では、背白ちりめん三昧井で志布志中央商店街が優勝したが、県内どの地域も潜在能力はあり、そのきっかけづくりも必要。

中間

例えば、フロントもレストランも全部鹿児島弁で話し、鹿児島の雰囲気を出すホテルとかあってもいいかも。

■鹿児島の魅力を磨き発信■

鳥丸

今あるものに演出を加え、楽しみ方を伝える。それには、やはり一人一人の県民のおもてなしが必要不可欠。

今日は、九州新幹線全線開通というテーマで座談会を行ったが、鹿児島のファンを倍増させるためのツールは新幹線だけでなく、そのほかに飛行機や船というツールもある。陸・海・空をベストミックスしながら、鹿児島のファンを倍増させ、総合産業としての観光産業を活性化していくこと、それが鹿児島の生きる道だと思う。そのためには、アイデアマンの存在も必要でしょう。

次の世代になったときに、世界的にも鹿児島が魅力ある観光スポットになれるよう、時間をかけて、鹿児島の魅力を磨き、発信していく戦略の構築が大切ですね。

本日はありがとうございました。

Never Give Up! 元気を出そう! がんばれ中小企業

地域が求めるものを 提供する企業であり続けたい — 西川グループ —

大正7年「西川商店」として創業以来、現在10社からなるグループを形成し、楽しみを共有できる総合サービスを提供している西川グループ。地域にとって存在価値のある企業であり続けることを経営理念とし、事業展開を図っている。

今回は、株式会社西川グループ本社の代表取締役社長である西川明寛氏にお話を伺った。

▶ 原点は徳之島

大正7年、先代の西川武雄が、徳之島で西川商店として雑貨店を創業したのが、西川グループのはじまりです。以後、島民の生活に根ざした事業を展開したいとの思いで事業の拡大・経営の多角化を図っています。

私は昭和44年に西川商店に入社し、当初はお酒の配達を行っていました。その後、昭和48年の西川運輸(株)の設立と同時に社長に就任し、以後、事業拡大を図りながら、現在はグループ10社で各種事業を展開しています。

私は徳之島で生まれ育ちましたが、離島は物流コストの問題等から品物の値段が高く、こうした課題を少しでも改善したいとの思いから、「地域の人々が喜ばれるものを提供する」を常に念頭に置き活動しています。

昭和51年、鹿児島市南栄地区に西川ビルを建設したことを皮切りに鹿児島市内を中心に事業を拡大しておりますが、故郷である徳之島が私の原点になっていることは確かです。



西川明寛社長

■ 西川グループ

(大正7年西川商店として創業)

- 株式会社西川グループ本社：鹿児島市南栄5丁目10-9 Tel. 099-260-2101、FAX 099-269-9455
- グループ企業
 - 株式会社西川商事
 - 株式会社奄美大島にしかわ酒造
 - 西川グループ事業協同組合
 - 西川運輸株式会社
 - 株式会社西川産業
 - 株式会社西川ファーム
 - 株式会社西川海陸輸送
 - 株式会社オーシャンリカー
 - 株式会社七膳

➤ 多種多様の事業を展開

現在、グループ企業 10 社で、貨物運送、港湾荷役、タクシー、ホテル、料飲食、商社、酒造、遊技場、旅行、不動産、農園、レジャー・観光等、多種多様な事業を手掛けています。

最近では、奄美大島において、(株)西川産業が展開するジョイフルのフランチャイズ店として、5 月に奄美大島の空の玄関口である奄美空港にジョイフルJr をオープンさせ、8 月には7店舗目となる入舟店も開店させました。

(株)奄美大島にしかわ酒造で製造している黒糖焼酎にも力を入れています。黒糖焼酎の人气が定着した中、首都圏への販売も含め、無理した大量生産はせず、大切につくりあげたものをお客様に提供していこうとの想いで取り組んでいます。また、3 月に発生した東日本大震災では、当社で製造している飲料水(ペットボトル)の需要が相当ありました。被災地のお役にたてたことは嬉しい限りでした。

現在、(株)西川ファームにおいては、赤土じゃがいもの生産に取り組んでいます。赤土じゃがいもは徳之島の特産品でもあり、より一層のPRに努めたいと考えています。

➤ 西川グループの明日を考える会

グループの課題としては、人材育成があげられます。グループ企業の数が増え、事業の範囲が拡大すると、経営理念が伝わりにくくなります。もちろん各企業・事業部門では、それぞれしっかりした仕事を行っていますが、それぞれが独立しては十分な効果が発揮されません。

そこで始めたのが、今年で9回目をむかえた「西川グループの明日を考える会」という研修会

【平成 23 年度 全社重点経営方針】

グループ企業の発展とその社員の更なる生活向上を目指し、全社が一丸となって経営基盤の強化を図る。

【平成 23 年度 全社スローガン】

激変する経済情勢の変化を的確に捉え、経営の効率化をはかり安定経営を目指す。



ジョイフルJr 奄美空港店



(株)奄美大島にしかわ酒造製造黒糖焼酎
「島のナポレオン」

です。西川雄一副社長をリーダーに、午前 5 時から始め、意識改革や自己改革を促すとともに、グループ全体の事業活動等の把握に努めています。

本研修会は、経営者の考え方を全社員に浸透させ、同じ目標に向かって邁進するグループとしてまとまっていくことに大きな役割を果たしています。

➤ 信頼される企業として

経営者にとって大切なことは「思念」（思い念ずること）だと思います。それと「引き際」ですね。多角的経営を展開していると、業績のよくない事業分野も出てくる。そういう時は、思い切って撤退することも必要です。

また、社員に対しては、自ら学ぶことを心がけるように言っています。他人に教わることを期待するのではなく、自分で学ぶ姿勢がないと向上はありません。その方が知識として身につきます。

また、経済情勢の変化を的確に捉えるためには、情報を如何に誰よりも早く掴むかが重要です。そのためには、周囲との信頼関係も必要不可欠です。更なるスピードが求められる今、重要なことは“変確”です。柔軟な発想と立ち止まらない改革、確かなビジョンの構築によって、地域社会の未来を担い、信頼される企業として努力していきたいと思っています。

【社訓】

- 一. 心を合せて楽しく働きましょう。
- 一. 真心をもって社会につくしましょう。
- 一. 技をみがき人格の形成に努めましょう。
- 一. 規律を守り礼儀を正しくしましょう。
- 一. 常に清潔整頓に心がけましょう。

➤ 今後の鹿児島

鹿児島の企業をみると、世代交代が図られ、若い経営者が増えてきています。柔軟な発想とバイタリティーで、鹿児島を元気にしてほしいと思います。



料亭旅館竹千代霧島別邸



薩摩料理さくら（レクストン鹿児島）
「ダイニング皇」

九州新幹線全線開通により、ホテル部門の業績が伸びていますが、これからの鹿児島は観光がキーワードです。

鹿児島には、歴史・文化に加え、素晴らしい地域資源や観光資源等、たくさんの「本物」があります。しかし、その資源を活かしきれていない。各関係機関や企業がひとつになって、観光鹿児島としてPRしていく連携が重要だと思います。また、遊技部門においては、今回の東日本大震災による節電に対して、他県に比べて顧客の理解が得られたことは人情味ある県民性のあらわれでしょう。こうした県民性も有効に活用しながら取り組んでいければと思います。

現在、少子化が大きな問題となっていますが、徳之島や鹿児島においては、更に若者が首都へ流出しています。「人がいて地域は成り立つ」、地域で多くの人活躍できるよう雇用の場をつくっていくことも我々の使命だと思っています。これからも前向きに邁進していきたいと思っています。

幼稚園の安心・安全について

学校法人永吉学園

(田上幼稚園・田上キッズ保育園)

理事長 永吉 龍志

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、鹿児島県子育て支援事業協同組合の理事長であり、安心・安全な幼稚園の環境づくりに取り組んでいる学校法人永吉学園（田上幼稚園・田上キッズ保育園）の永吉龍志理事長に寄稿いただきました。



はじめに

私共の幼稚園では、心身ともにたくましい人間の育成を目指して、幼児教育に取り組んでいます。本園では、安心・安全な幼稚園の環境づくりとして、物的（施設）環境・人的環境・財政的環境をそれぞれ整えていくことが、園児を守り、将来の国を担う人材を育成する場を提供できるものであると考えています。

幼稚園では、まず第一に物的環境（施設）を整え、安心・安全な事故の起きない環境をつくること。第二に人的環境として、幼児教育に携わる職員が目の行き届いた教育環境をつくり守ること。第三に、これらを経営していくための財政的基盤を確立させることを常に考え行動し、最適な環境を整えていかなければなりません。

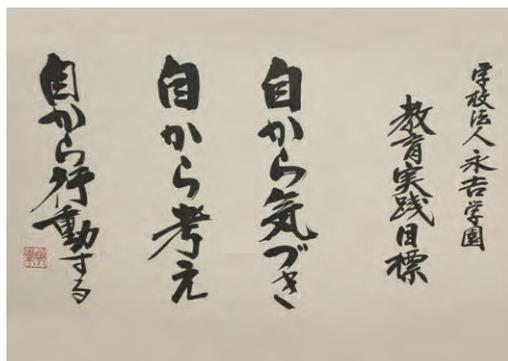
また、近年幼稚園教育の中で、食育の重要性が叫ばれており、食の安全が大変重要な問題となっており、今後の課題として取り上げられています。本園でも、安全な食材の導入や、調理に対する基準の厳密化などに対応しており、子どもの食の安全・安心を守っているところです。

本園での、安心・安全対策として「環境」と「食育」の観点から、どのように取り組んでいるかを紹介いたします。

1. 田上幼稚園の概要

田上幼稚園は、昭和51年4月に鹿児島の代名詞、桜島を望む現在地にトリコロールカラーのとんがり帽子をシンボルとして、「21世紀を担う世界に羽ばたく子どもたち」をスローガンに、音楽・体力づくりなどの情操教育を目指して開園しました。

また、他に先駆け、長年計画していた「インターナショナルスクール田上幼稚園」を2005年10月に開設し、日常の保育を英語で、外国人講師のイメージ



教育による英語教育を行っています。

とんがり帽子の屋根を持つ園舎は、開園以来のシンボルで、各教室に冷暖房設備を設置し、また全国でも類を見ない冷房付きの体育館を備え、暑い夏の日、寒い冬の日、桜島の降灰の日、雨の日も元氣いっぱい遊ぶことができ、運動会の練習やサッカー、そして、子どもたちだけでなくお母さんたちのバレーボール等、地域の方々にも利用されています。

本園は、鹿児島市中心部の閑静な住宅地に囲まれ、高台にあるため鹿児島市街地を一望できる環境にあります。また、園庭には、桜・梅・楓・栗・紅葉などの木々が植えられ、子どもたちが四季を感じられるように環境を整えています。

2. 安心・安全な「環境」づくり

幼児教育を取り巻く、わが国の国際経済社会全体の趨勢をとらえてみれば、現在共働き世帯が就業世帯の半数を超え、子どもの多くは、両親が家庭にいる時間が少なくなり、また地域社会の連帯感も希薄になってきております。このような中で、今改めて幼児教育を問い直さねばならないのは、従来からの幼児教育はもとより、これまで以上に子どもと幼稚園との関わり、子どもを取り巻く「環境」に目を向けなければならないということです。

「環境を通しての教育と援助の在り方」のもとに、幼児の自発を促し、自ら活動し学ぶための環境構成の在り方や、保育者の幼児への関わりと援助のあり方について考えています。

幼稚園教育は、幼児期の発達特性に照らして、幼児の自発的な活動としての“あそび”を重要視し、心を動かされる環境、時間や場所、共に活動したり共感し合ったりできる人の存在や、子どもが自ら行動できるきっかけづくりなどができるように教育課程を編成し、教員の援助によって適切な施設設備の下に適切な環境を与えて、その心身の発達を助長し、組織的・計画的な指導を、環境を通して行うことが重要なこととなります。現在、幼稚園内で考えられる「環境」に、自然環境、地域的環境、人的環境、物的環境、空間的環境等あらゆる環境に対しての具体的な内容を調査研究した結果を適切に活動を行うことで、「環境」の安心・安全対策を行えます。幼稚園内にある様々な「環境」の一部を紹介いたします。

(1) ゆとりある園庭の遊具

田上幼稚園の園庭には、沢山の遊具は置いてありません。遊びの中で物的環境だけに頼るのではなく、自分達で遊びを発展させていけるよう教師は手助けして気づかせていきます。ブランコも使用する時は「先生、押してください」「ありがとう」の言葉、幼児の自己主張や気持ちを言葉で伝えられるようにしています。



幼稚園の園庭

(2) 遊具・設備の講習会

年に数回、園長先生による音響器具の取り扱い、スピーカーやコード等の配線の仕方などの講習会を行っています。全ての音響セットを出し、職員が指導を受け共通理解を図っています。



講習会の様子

(3) 管理されている楽器類

鼓隊の太鼓です。子ども達が自分で取り出し、片付けが出来る様に整理しています。また、職員全員で年に5回ほど1つ1つ太鼓のネジが緩んでないか、皮が破けてないかチェックします。より良い音が鳴るようチェックは怠りません。



太鼓

(4) あらゆる環境に対応した体育館

大きな体育館には冷暖房が完備され、鹿児島特有の灰、雨が降っても気にせずのびのびと遊ぶことができます。



体育館

(5) 紫外線予防テント付きのプール

水遊びで使用しているプール。年齢に応じて水量を調整します。紫外線予防のテントが設置されており、火山灰が降っても気にせず楽しむことができます。



テント付きプール

(6) 還元水、強酸性水

水のPhの値によって、飲み水や消毒液など、色々な用途があります。この還元水は様々な場面で使われており、口に入れても安全で、具体的にはすり傷の消毒や汚物等の処理を行う時、殺菌に使用しています。



還元水、強酸性水

幼稚園の研究テーマでもある『環境を通しての教育』は、幼児がしたい、やりたいことを直接与えることではなく、間接的にかかわっていくことが重要であることを本園でも実感しています。

幼児が自ら気づいて、自ら行動することのできる環境構成や、教師らの言葉かけが間接的にかかわっていくこととなります。そのような環境を構成していくことが幼児の自発心を高め、より活動を深めることになり、幼児自身の自ら生きる力・自ら考える力へとつながっていく効果的な教育・指導であると考えます。

しかし、ただ設備環境を充実させるだけでは、幼児は、自ら活動を展開していくことは難しい。教師は、見守り続け、幼児の自発的行動を待つのではなく、幼児一人ひとりへの言葉かけ等、教師の気づいたことを物的環境に取り入れ、教師自ら行動して幼児に見せることで幼児の新たな活動を導き出していくことが大切だと思います。

このような、物的環境・人的環境の中で、指導する側の教師の影響が、展開の広がりや知識の獲得、集団生活の規律、幼児同士のかかわりなど、幼児の思いやり、自信・集団意識が芽生えています。と同時に、このような様々な「環境」を整えていくことが、幼児教育における安心、安全につながっていくものと思われれます。

3. 安心、安全な「食育」とは

田上幼稚園(キッズ保育園)では、「食育」の観点から、食の安心・安全に、信頼できる業者の協力のもと、出来ることから少しずつ取り組んでいます。

食品には、添加物や農薬が目には見えない形で健康を脅かしています。こうした状況の中、食育を実践するという意味でも、なるべく自然に近い調味料・食材を入手し、使用するよう心掛けています。

昨年は、宮崎県の牛や豚の口蹄疫が大きな問題となり、今年3月11日の東日本関東大震災により、福島原発の放射能漏れの影響で食の安全性が問題となり、子どもたちの食の安心・安全が学校教育の「食育」として、大事な課題となっています。学校の評価も食の安全について大きく取り上げるようになってきています。なお、田上幼稚園では平成16年から文部科学省のモデル幼稚園として研究を続けてきています。

日々260食の給食を作る中、時間的制約をはじめ様々な制約、予算もあります。しかしこれを前提条件として、日々子どもたちの笑顔に会いたくて、この笑顔が未来にまで続いていくことを願って、どのように取り組んでいるかを一部紹介いたします。

(1) 食育の3本柱

① 太く長く生きるための「選食力」

選食力とは、幼い子供からお年寄りまで、それぞれ自分に適した安全・安心・健康になる食材を選ぶ能力のことです。

旬の食材は、栄養価が高く、人がその季節に必要な栄養素をキチンと補給できます。その美味しさも格別です。季節を感じる彩り豊かな食卓を囲めば、五感で味わう心の豊かさが育まれます。

お手軽にコンビニ・ファーストフード等で食べものが手に入る世の中だからこそ選食力が不可欠です。本物の味を知り、安全性を見抜き、自分を健康にしてくれる食べ物を選んで、バランス良くいただくことが肝心です。そのためには、幼いうちに正しい食生活、生活習慣、しつけを身につける必要があります。



給食の風景

② 幼少の食事作法

「いただく」。人は他の動物の命をいただくことで、その命と引き替えに生きています。この命に感謝を込めていただく。感謝を込めて「いただきます」を言う。こうした事をキッチンと伝えていく。現状では、こうした事を語りかけてくれる年長者が家庭や地域になかなかいないのが残念ですが、みんなで伝えていく必要があります。



給食の風景

③ 地球規模 グローバルな観点で食を考える

現状で日本の食糧自給率は40%、40年前は73%、33%も低下しています。日本で自給できない60%は外国からの輸入でまかっています。日本の食糧は、国内で生産したものと合わせて6700万トンあるといわれています。しかし、それにも関わらず今は飽食の時代と言われています。また現実的な部分では食品の廃棄や食べ残しは激しく増加し、ついには残飯が2300万トン、一人当たりで171キロにもなります。金額に換算すると11兆円ともいわれます。これが実情です。なんてもったいないことでしょう。「もったいない」この言葉は2004年ノーベル平和賞を受賞したケニアのワンガリマータイさんによって環境保全の世界共通キーワードとして全世界に発信されました。



もちつきの風景

こうしたことで日本語が世界で使われるのは悲しい事ですが、「MOTTAINAI」もまた食育のひとつの考えるべき要素です。「旬の食材」・「安心安全な食材」・「健康に良い食材」を食選力をもって見定め、命あるひとつひとつの食材に感謝の心を込めていただきたいものです。飽食の時代にあっても「MOTTAINAI」という世界規模の観点からも万物万人に感謝の心を込めて、「楽しく」・「正しく」・「美しく」・「食べる」・「感じる」・「考える」・「行動する」ことが食育です。

4. 幼稚園の「食育」の取組み

幼稚園、保育園における食育は、給食を通じて子どもたち、保護者、先生、給食室の職員、業者、生産者、みんなで学びあい、食べることで、絆を深めていく機会にしていく事だと思えます。

給食と家庭の食事は、バランス良く関わることで、その成果が一生にわたり、あらわれてくるものだと思います。また、食品添加物・農薬など、本来自然界には無い化学物質が、子ども自身の体をそして大人の体を介して子どもの体に悪影響を及ぼしている問題点も、今後無視できません。

「健全な肉体に健全な精神が宿る」、最近では聞かれなくなった言葉ですが、近年子どもの運動能力は年々低下する一方で、食物アレルギーやアトピー皮膚炎の子どもたちは増加の一途です。我慢のきかないキレやすい子どもの増加、子どもが関係する犯罪の増加など心の異変も心配です。この背景には、慢性的な朝食の欠食、お菓子・ジュースの過剰摂取による低血糖症、生活リズムの乱れなど、子どもたちを取り巻く環境の乱れに様々な問題があるのは、もはや疑いようがありません。

食べ物があふれ、忙しい毎日では、何をどう食べるかでは無く、なにでお腹を満たそうという考えになりがちです。また、親が自分の生活リズムを優先することで、子どもが犠牲になっているケースも少なくありません。この状況を改善するには、個人の努力とみんなの協力、どちらも大切です。今後は、忙しい中でも前向きに食育に取り組みたい保護者の方々と一緒に、給食の試食会や家庭でシンプルに作れる料理教室なども、各方面の方々のご協力を頂きながら、催したいと思っております。様々な場面でみんなと一緒に学びあい、子どもたちの為にもみんなで協力して食育に取り組もうとしています。

(1) 食育の取り組みのメリット

① 食べることで、幼児期に身に付くこと

- ・みんなと一緒に食事する楽しさを知る ・正しい食事マナーが身に付く
- ・うすあじの味付けで、体に負担をかけずに味覚が定着する。
- ・命の存在を知り、食べ物への感謝の心が育まれる

② 給食で幼児期に身に付くこと

- ・みんなと一緒に食事する楽しさを知る ・規則正しい食生活習慣が身に付く
- ・身体と心に良い食材を自然に取り入れられる
- ・作り手の思いやりと愛情を自然に感じることができる

③ 自園で作る給食の良さ

- ・冷たいものは冷たく、温かいものは温かく食べられる
- ・みんな同じ献立で、たのしく食べて好き嫌いが改善される
- ・旬の食材、安心安全な食材、添加物など極力少ないものを使用できる
- ・季節や行事など、様々な状況の変化に対応できる

(2) 食育における、食材のこだわり

一言に安心安全な食材と言っても、今こうした食材に巡り合えることは、そのこと自体なかなか難しく貴重なことです。日本は急激な経済発展と共に食料の需要も拡大し、それを補って余りある食料を日本独自の技術力や外国からの輸入でまかない、今では年間220万トンもの食料を廃棄するまでの国になってしまいました。しかし、こうした大量の食品を製造する課程で、近年問題になっている添加物や農薬を様々な場面で使ってきたことが、今多くの人の健康を奪ったり、脅かすようになりました。便利さと引き替えに大きなリスクを背負わされたわけです。とは言え、全ての食材を100%安全なもの揃えることは、時間的にも経済的にも何より物理的にも無理があります。そこで、これからは現状で出来ることから子どもたちの為になるべく自然に近い食材を取り入れたいという優しい気持ちと同時に、健康に対する危機感の両方の気持ちを持って食材にこだわっていきたいと思っています。

(3) 食育の実践

食育といえば、栄養や食品の理解がメインですが、しかし食育とはそれだけではありません。食育で学べることの中には、幼児教育と密接にかかわる事が多くあります。食べることはもちろん、人との関わり、自然との関わり、料理を作ることとの関わり、いろんな食文化との出会いなど、園生活の中で数多く食育を通して実践できる要素が含まれています。こうした数多くの要素が、子どもの今と未来を健康



次代を担う子供達

で生き生きと生活して、たくましく育っていく基本的な生きる力を身につけることに繋がっていきます。

食育の今後の展開は、これまでに実践されてきた、愛情弁当の日や園外での農作物の収穫など、園全体として家庭や地域と連携しながら、さらに食育を拡大していくことが大事な要素になってくるものと思われま

す。最後に、今回ご紹介しました「環境」や「食育」だけではなく、幼児教育に関わる全ての安心、安全な取り組みを継続して行っていくことが、21世紀を担う信頼できる幼稚園・保育園教育内容の充実につながり、幼児教育業界や社会全体に貢献していくことであると考えています。

『IT 講習会:Facebook をビジネスに使う』

8月2日(火)、鹿児島市の「ホテルレクストン鹿児島」にて、「IT 講習会」を開催した。今回は、「Facebook をビジネスに使う」と題し、ソーシャルメディア研究所の熊坂仁美氏が講演を行った。(要旨は下記のとおり)

●ソーシャルメディアの特徴と役割

ソーシャルメディアとは、ユーザーが情報を発信し、形成していくメディアのことである。情報の伝播力が高いため、災害時の情報発信・情報共有にも大きな力を発揮してきた。企業による口コミ活用においては、今やソーシャルメディア抜き戦略策定は考えられない。

ソーシャルとは「人とのつながり」を意味し、そのつながりこそが価値を生み出すと考えられている。ソーシャル

メディアの役割には、①マスメディアの代替(誰もがテレビ局・ラジオ局・雑誌になれる)②コミュニティ形成(同好の志を集めやすい)③情報の蛇口の3点があげられる。

●今何が起きているのか

SNS(Social Networking Service)は、消費者マインドの変化に伴って台頭してきた。すなわち、①プッシュ型集客への大きな抵抗感②企業からの強制的なメッセージ(広告・メルマガ・電話営業)への忌避感の2点である。

他人の意見を参考に“もの”を買う傾向が強まってきているが、その「他人の意見」とは、友人、家族の意見に加えて、ネットでの商品レビューも大きな割合を占めている。SNSでのコミュニケーションは、人を消費行動に移らせるための引きがねとなる。

また、マスコミ等に多額の広告費を投入しなくても、SNSを使うことによって、中小企業が大企業と対等に渡り合っ集客できることが知られてきた。

このようなSNSの有用性から、twitterやFacebookが日本でも急伸びはじめ、最近ではGoogle社もGoogle+ (グーグルプラス) というツール提供を開始している。

●Facebook とは何か

FacebookはSNSのひとつとして登場してきた。ハーバード大学の学生だったマーク・ザッカーバーグらが学生向けSNSとして開発。その経緯については、映画「ソーシャルネットワーク」でも題材となっている。

日本語版が一般公開されたのは2008年5月である。他のSNSと比較した特徴としては、顔写真・実名登録が基本であるということ。7億5000万のユーザーがおり、世界で最もユーザー数の多いソーシャルメディアである。日本のユーザーは400万人で、世界で33番目。

Facebook急伸の理由としては、①つながりがつながりを生む仕組み②個人ユース・企業ユースの両方を備える(商用利用可能)③「いいね!」による集客機能④有料でもおかしくないほどの高機能ツールの3点があげられる。

講習会後半では、ビジネス活用事例として製造業から小売業・サービス業等7つの事例が紹介された。Facebookをビジネス活用するためには、①行動力②発信力③アイデア④コミュニケーション⑤継続力が必要であり、これらを実行していくことによってファンを獲得し、集客に結びついていくとの解説がなされた。

講習会後は参加者から活発な質問も寄せられ、Facebookに対する関心の高さがうかがわれた。





『地域別交流懇談会』



現在、県下 8 地区において地域別交流懇談会を開催しているが、第 1 回目を 7 月 14 日（木）に、鹿屋市の「かのや大黒グランドホテル」にて開催した。

研究会は、「中小企業の血液“お金”をまわして健全経営の実現」をテーマに、本会が今年度実施している異分野交流促進事業の交流促進サポーターである豊山義孝氏が説明を行った。

豊山氏は、「会社経営に必要な計数」について、元銀行員である視点から次の 5 つのポイントをあげた。

① 銀行員の行動（日々何を考え営業活動をしているか？）、②決算書の留意点（取引現場において短時間で決算書を読む手法）、③決済口座情報（信用調査）、④経営者の定性情報（非財務の視点、社長の資質）、⑤経営に必要な計数（経営者が毎月確認する事が必要）。

上記ポイントの中でも特に、経営に必要な計数について経営者が毎月確認を行い、自社の経営成績を把握しておくことが肝要であることを強調した。

また、本年度本会で取り組んでいる異分野連携促進事業の内容について説明を行い、異分野との連携を希望する組合及び企業への支援実施について PR を図った。

その後、出席者による懇談会を開催し、各業界における現状や将来的な見込み、異分野との連携等について意見交換を行った。各業界とも厳しい状況にあるが、連携（繋がり）をひとつのキーワードに、前向きに取り組んでいきたいとする出席者の声が多かった。

●プロに学ぶ家づくりの勉強会 ～かごしま木の家づくりセミナー

鹿児島県木材協同組合連合会主催による標記セミナーをご案内いたします。

プロに学ぶ家づくりの勉強会 ～かごしま木の家づくりセミナー

開催日時：9月10日（土）、10月8日（土）、11月12日（土）のいずれか

各日とも午前9時30分～午後4時

開催場所：鹿児島県木材協同組合連合会会議室

（鹿児島市東開町3-2 TEL. 099-267-5681）

内 容：環境にやさしい木の家づくりのポイントや耐震・エコ住宅等を学ぶとともに住宅見学会を実施

募集定員：先着 25 組（キッズルーム有り）

費 用：昼食代など 1 組 1,000 円

〈お問い合わせ先〉鹿児島県木材協同組合連合会 TEL. 099-267-5681

※ 組合のイベント等があれば、本会情報誌にてご案内いたします。どうぞご連絡下さい！

鹿児島県内の業界情報

(平成 23 年 6 月情報連絡員報告)

製 造 業

味噌醤油製造業

例年以上の梅雨の長雨も影響し、相変わらず低調で動きの良くない水無月となった。

酒類製造業

(平成 23 年 5 月分データ。単位 kℓ・%)			
区 分	H22.5	H23.5	前年同月比
製成数量	7,782.9	6,340.6	81.5
移出数量	県内課税	3,742.7	4,256.2
	県外課税	6,222.9	5,441.4
	県外未納税	3,890.8	3,402.2
在庫数量	248,946.7	240,357.5	96.5

蒲鉾製造業

売上は昨年同月と同じであった。特に市内の売上げが 15%位伸びたが、空港売店が 20%のダウンであった。新幹線の客が伸び空港利用客が減少と考えられる。また、県外出荷で見ると関西は同じくらいであるが、関東地方は 10%の減少、特にデパートの売上げが悪い。不況、大震災、福島原発の影響が考えられる。

鯉節製造業

原料(生値)が 160 円/kg代になってきて高くなってきている。一方加工製品は売れない。加工賃が取れない状況が出てきている。業界の状況は悪くなってきている。

菓子製造業

原材料の高騰により、一部の商品の値上がりもやむを得ず、厳しい状況である。

茶製造業

市場での製茶の取引価格は昨年に比べ 13%程度高くなっている。一部を除いて販売量は増加していない。

本場大島紬織物製造業

平成 23 年 6 月の検査反数は 645 反で、前年対比 74.4%。222 反の減であった。

木材・木製品製造業

梅雨時期ということだと考えたいが、荷動きに復活の兆しが見えてこない。何とか売り抜けようとあがくほど価格は下げへと加速して、それが原因で新たな買い控えでさらに下げ待ちが出るという悪循環で最悪のパターン。震災問題等で全国を覆っている閉塞感が一刻も早く一掃され、すがすがしい梅雨明けの青空が見たい。

木材・木製品製造業

今年の梅雨明けは早く、大きな災害もなく一安心というところか。ところで東日本大震災から早 3 ヶ月半が過ぎようとしているが、未だに住宅着工遅れは改善されていないという声を聞く。このため、製品や原木の荷動きが全般的に停滞している。新たな住宅市場の活性化と消費喚起策が必要だ。7 月には住宅エコポイント制度も終了する。しかしながら秋には新ポイント制度が検討されているとの情報も聞く。また県の「かごしま木の家づくり推進事業」が、5～6 月の第 1 期目の募集が終わり、計画量を上回

る応募があったとも聞く。この様な助成制度を活用することが元気を取り戻すきっかけとなるため、情報収集は怠りなく。

生コンクリート製造業

出荷量は、対前年比 105.1%の 101,605 立米で、特に減少した地域は、宮之城、垂水桜島、南隅、種子島、屋久島、奄美大島、奄美南部、甑島、喜界島で、特に増加した地域は、鹿児島、指宿、加世田、串木野、川薩、出水、姶良伊佐、大隅、沖永良部であった。官公需は対前年比 93.6%の 46,774 立米で、民需は対前年比 127.8%の 54,831 立米であった。官公需に大幅な減が見られたものの、一方で民需が大幅な伸びを示したことから県全体としては 5%強の伸びとなった。

コンクリート製品製造業

6 月度の出荷トン数は 5,082 トン、前年度同月比 121.3%であった。出荷量は、姶良、川薩、奄美地区にて増えており、他地区は減少となった。6 月度の受注は組合員が増えたにもかかわらず減少となった。

仏壇製造業

海外輸入仏壇内訳(主たる輸入国は、中国、ベトナム、タイ等)、平成 23 年 3 月 17,995 本、4 月 20,731 本、5 月 26,368 本、2011 年累計 105,119 本。

印刷業

大震災から三ヶ月を経た今でも、復旧復興への道のりは厳しく、課題も山積している現状である。経済の活性化にとって電力の安定供給は必須であるが、震災による原発事故のことを考えると、安易に再開稼動というのはいかかなものかと思われる。省エネの問題も含めて問題解決は困難を極める。

非製造業

卸売業

「エコ・節電」という消費者動向も含めた震災の影響が、景況に暗い影を落としている。震災復興特需については、即効性を期待できないとの見方が経営者に広がりつつある。

中古自動車販売業

依然として厳しい。新車が徐々に供給されつつあり、僅かではあるが玉不足が解消され、動きが出てきているようである。今後の早期回復に期待したい。

青果小売業

前月比 109%、前年同月比 99.7%

農業機械小売業

震災の影響が未だ響いており、機械の修理を依頼されても部品が不足している状況が見受けられる。普通作の植付が終わり早期の刈取りにそろそろ入るので、各社展示会での売上に全力を注いでいる。北部の方は長雨で葉たばこの収穫がかなり悪くなっている。

石油販売業

原油価格は、北アフリカやギリシャの動きに翻弄され乱高下しており不透明感を示している。その間、小売業においては価格の変動を余儀なくされ転嫁不足を生んだ。その背景には景気の低迷と高速道路の週末 1000 円及び無料化実験の終了があり減販となっている。

鮮魚小売業

垂水市漁港ではカンパチ養殖を地域資源として観光漁業に力を入れており、給餌体験、釣り堀などのイベントを開催し県外の修学旅行の生徒さんを民宿に受け入れる体験学習等に取り組んでいる。

商店街（霧島市）

入梅が昨年より早めと長雨の影響もあり、6月売上高は前年並みであった。街全体の慢性的な不景気感は拭えないまま、現状を維持することが精一杯の状況が続いている。郊外にはセブンイレブンが相次いで出店し、コンビニエンスストアの競争も激しくなりつつある。

商店街（薩摩川内市）

田植え時期とはいえ、こんなに売れない6月はなかったのではないかと。

商店街（鹿児島市）

6月は、月の2/3以上が雨に見舞われ、客足が遠のいた感は否めないが、売上の減少幅は僅かであった。

商店街（鹿屋市）

焼肉屋、調剤薬局の新規開店に続き、漢方薬局が今月開店する予定である。

サービス業（旅館業／県内）

九州新幹線の全線開業効果が先月くらいから徐々に出てきており、関西、中国地方からの入込客数が増えている。しかしながら、震災の影響から関東以北、外国人観光客の入込客数は依然として低迷しているため全体的には微増にとどまっている。

旅行業

九州新幹線全線開業で県内に観光客の増加が見られたが、霧島地区は相変わらず新燃岳噴火の影響でまだ厳しい状況が続いている。例年、東京方面の出張、個人グループの観光の申込が多いが、今年は福島原発の放射能の影響で少ない。夏休みに向けてのTDR等の家族連れの間い合わせが増えてきており、明るい兆しが見え始めているので、今後に期待したい。6月の集客状況は前年比 72.1%であった。

建築設計業

新年度も6月に入り、県等の公共事業も徐々に発注されてきたが、県内の5月の公共工事動向によると、請負金額は前年同月比 22.1%減の50億3100万円、請負件数も4.7%減の161件と依然として厳しい状況に変わりはない。（西日本建設業保証鹿児島支店）なお、国が東日本大震災の復旧・復興事業へ振り向けるため、本年度の公共事業費の国費5%の支出を留保していることなどにより、本年度の県の公共事業費のうち約1割にあたる100億前後の予算執行が困難になる危惧が生じており、建設関連業種は特に厳しい状況が想定される。

自動車分解整備・車体整備業

全体的に暇な状況が続いている。良質の中古車不足と価格の高騰も要因と思われる。

電気工事業

東日本大震災の影響で材料の価格、納期等まだ以前の状態に戻らないため、契約等に影響が出ている。

内装工事業

6月のラベル売上数は、カーテンラベル対前年同月比 22.0%で大幅に減少、壁装ラベル対前年同月比 174.9%で増加、じゅうたん等ラベル対前年同月比 76.8%減少した。昨年よりかなり大幅に売上が減少するとの予測のもと、6月末の状況では、昨年並みで留まっているが、先行き不透明であることに違いない。

建設業（鹿児島市）

受注状況の悪化。

建設業（曾於市）

東日本大震災の影響等により資材価格が上昇傾向にあり、また、公共事業の減少や入札制度の改正等で会員受注が減少し厳しい経営状況が続いている。

貨物自動車運送業

原油価格の変動が激しかったが、燃料価格は下がり気味であった。また、高速道路の割引については、無料化社会実験は終了したが、長距離輸送が多い鹿児島県においては、上限制度の見直しを検討して欲しいものだ。

運輸業（個人タクシー）

梅雨に入り夜の天文館に活気がなく、我々タクシー業界は厳しい運営が続いている。

倉庫業

加工用麦類価格値上げに伴う大口需要者の買入れ増加が一段落し、今後消費者への販売価格値上げ転嫁が予想される。飼料用は、業況の変化は少ないと思われる。

中央会関連主要行事予定

平成23年9月	
4日(日) 11:00	かごんまわっぜかフェスタ 11 鹿児島市「天神おつきや商店街」 組合展示会 鹿児島市「天文館本通商店街」
6日(火) 16:00	地域別交流懇談会 奄美市「奄美サンプラザホテル」
16日(金) 13:00	第55回中小企業団体九州大会 佐賀県「佐賀市文化会館」
21日(水) 16:00	地域別交流懇談会 薩摩川内市「川内ホテル」
29日(木) 16:00	事務局代表者講習会(経済講演会) 鹿児島市「鹿児島サンロイヤルホテル」
平成23年10月	
4日(火) 16:00	地域別交流懇談会 南さつま市「南さつま商工会議所」
平成23年11月	
17日(木) 14:00	第63回中小企業団体全国大会(愛知県) 薩摩川内市「川内ホテル」



中小企業かごしま (平成23年度 活性化情報第2号)

平成23年8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

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。

※ 共済金貸付限度額が8,000万円に上げられる予定

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