

活性化情報
中小企業
がこしま

2012
第686号

8

特集
テーマ

- 災害時応援協定で地域貢献に取り組む組合等
- 2012年版中小企業白書事例



Kagoshima
Prefectural Federation
of Small Business
Associations

鹿児島県中小企業団体中央会



中小企業 かごしま

平成 24 年 8 月号（活性化情報第 2 号）

CONTENTS

1 特集 1

災害時応援協定で 地域貢献に取り組む組合等

9 特集 2

2012 年版中小企業白書事例

31 特別寄稿

最近の経済金融情勢と今後の見通し

（株式会社 商工組合中央金庫 調査部）

38 Never Give Up! 元気を出そう！がんばれ中小企業

懐かしい故郷の味を 元気な地元商店街から発信

（有限会社松栄堂 代表取締役 森田 康之 氏）

41 中央会の動き 新理事長等講習会 組合展示会開催のご案内

43 業界情報（平成 24 年 6 月情報連絡員報告）

45 倒産概況（平成 24 年 7 月鹿児島県内企業倒産概況）

47 中央会関連主要行事予定

災害時応援協定で地域貢献に取り組む組合等

昨年3月の東日本大震災以来、全国的に災害時応援協定に取り組む組合等が増えている。鹿児島県内においても、平成5年の8.6水害や平成22年の奄美集中豪雨災害等を経験していることから、災害発生時の応急復旧活動に関する人的・物的支援については、行政と民間の連携による迅速な対応が望まれている。今回の特集では、有事に備え、災害時応援協定による地域貢献に取り組む組合等について紹介する。

●災害時応援協定の概要

大震災や台風災害等の大規模災害が発生した場合、電気、ガス、水道等のライフラインや情報通信網の途絶、公共施設の損壊や関係者の負傷等により、被災地における自治体の災害対応能力は著しく低下する。そのため、被災自治体（県・市町村）では、復旧活動が遂行不能に陥る事態が想定される。

このような状況に対処する手段として、有事に民間事業者等が、物資の供給、医療救護、輸送・搬送等の活動を行うことで、被災自治体をサポートする「災害時応援協定」が、多くの自治体と組合等の団体及び民間事業者との間で締結されている。これらの団体及び企業は、災害復旧に必要とされる専門的な技術や知識、資材・機器などを有していることから、協定を締結することによって、迅速かつ的確な復旧活動が期待できる。



また、自治体間での相互応援協定が全国的に締結されており、自主的判断による応援出動、被災地応援について必要な調整を行う自治体の取り決め等、近隣自治体だけでなく遠隔地の自治体とも、災害時を想定した協定を結ぶことの重要性が再認識されている。

●協定締結のメリット

災害時応援協定を締結することは、県市町村等の自治体と関係団体及び民間事業者の双方にメリットが生じる。

自治体においては、被災時に各分野から応急対策活動に関する様々な援助が受けられるだけでなく、平常時の物資備蓄場所の確保や保管に要するコストを抑制することができる。特に、食品や飲料水には消費期限があるため、これらの物資の提供を協定により確保することは、コスト削減効果が非常に大きい。

一方、組合等の団体及び民間事業者側のメリットとしては、協定が締結された際に団体名や企業名が広報されることが多いことから、イメージアップにつながる。また、応援の内容が組合員が日常業務で取り扱っている物品やサービスの提供であり、協定の締結にあたり民間事業者側で特段の準備や負担が必要にならないことも重要なポイントといえる。

●協定の内容

災害時応援協定の内容は、当該事業者の取り扱い品目や専門分野等に応じて、製品等の提供、医療救護、輸送・搬送や情報通信など、多岐にわたる。

次のような、応援内容及び応援協定締結主体が挙げられる。

【主な応援協定の内容】

分野	災害発生時の応援内容	協定締結主体
物資供給	食料品の供給 飲料水の供給 災害対応型自動販売機の設置 日用品の供給 建設資材の供給 ガスの供給、炊き出しの実施	パン工業協同組合、食品業者 清涼飲料水販売業者 〃 小売業者 建設業協同組合・建設業協会各支部 エルピーガス協会各支部 など
緊急輸送	物資輸送 輸送用車両の提供	全国赤帽軽自動車運送協同組合連合会 全日本トラック協会各支部 など
避難収容	避難場所の状況確認 帰宅困難者の避難収容 災害時要援護者の避難収容	電気工事業協同組合、管工事協同組合 石油商業組合、ガソリンスタンド 社会福祉施設、大規模小売店舗 など
ライフライン復旧	電気施設の復旧 ガス施設の復旧 水道施設の復旧	電気工事業工業組合、電力会社 ガス事業者 管工事協同組合 など
し尿収集運搬	し尿の収集運搬・処理	環境整備事業協同組合 など
医療救護	負傷者の応急手当 医療救護活動の提供 医薬品の供給	県医師会 県歯科医師会 県薬剤師会 など
災害広報	災害情報の放送 避難命令等の伝達	地元ケーブルテレビ コミュニティFM など



●県内の組合が締結する災害時応援協定の概要（一部紹介）

分野	協定概要	組合名	締結先	支援内容
災害時 関係	災害時障 害物除去 支援	始良市管工事業(協)	始良市	ダンプ、重機等を使用した支援
		鹿児島県レッカー事業(協)	鹿児島県、 鹿児島県警 (検討中)	災害時における障害物除去等の協力
		鹿児島市管工事(協)	鹿児島市	公共建築物における障害物の除去及 び応急の復旧
		大隅建設(協) 末吉町建設業(協) 曾於建設業(協)	曾於市	被災箇所の障害物の除去及び応急の 復旧
	その他支 援	鹿児島市管工事(協) 鹿児島電気工事業(協)	鹿児島市	(1) 公共建築物の被害状況の調査及び 情報収集 (2) 公共建築物に起因する二次災害防 止のための安全確保上の措置
		鹿児島県石油(商)	鹿児島県	復旧・被災地支援車両への優先的給油 被災者及び帰宅困難者への情報提供 一時休憩所としての使用 飲料水及びトイレの提供 救助活動に使用する資機材等の貸出
応急・ 復旧 関係	電気設備 等の復旧 工事支援	鹿児島県電気工事業(工)	鹿児島県	被災住宅の応急修理
		鹿屋肝属電気設備(協)	鹿屋市	公共施設からの障害物の除去及び応 急の復旧等
	水道施設 等の復旧 工事支援	始良市管工事業(協)	始良市	水道本管及び一般住宅給水管の復旧
		曾於市管工事業(協)	曾於市	市内全域の施設復旧
		出水管工事(協) 鹿児島市管工事(協)	出水市 鹿児島市	市内全域の施設復旧 (1) 水道施設の損傷等の応急復旧 (2) 配水管の分岐からメーターまでの 給水装置の損傷等の応急復旧
食糧・ 物資 関係	食料品の 供給支援	鹿児島県パン工業(協)	鹿児島県警	大規模災害時の食料供給
その他	し尿処理 活動支援	鹿児島県環境整備事業(協)	鹿児島県 薩摩川内市	(1) し尿処理浄化槽汚泥の収集運搬、 仮設トイレの設置等
		(協)鹿児島県環境管理協会	鹿児島県	(2) し尿処理収集業務の応援(し尿処 理収集車の出勤)

●組合等の取り組み事例

【電気工事業】

鹿児島電気工事業協同組合では、鹿児島市との間で、「災害時応援協定」を締結している。これは、災害発生時に鹿児島市の避難場所に指定された建物の被災状況を組合員が確認し、報告するものである。

組合では、この協定に基づき、組合員参加による応急対策の模擬訓練を行っている。訓練は、鹿児島市から大規模地震発生の通達があったことを想定して実施しており、本部長（理事長）の指示を受けた各エリアの担当者が、それぞれのエリアに急行し、避難場所に指定された学校、公民館、福祉施設等への移動経路の状況を確認、併せて、避難場所の敷地や建物の現況などを目視で確認のうえ本部に報告する。訓練を通じて、非常時の初動の在り方や連絡体制の見直し及び強化を図っている。

寺田理事長は「災害が起こったときは、それぞれが共通認識を持って動くことが大切。自分達が果たすべき役割をしっかりと把握して、非常時の初動につなげてほしい」と語る。



鹿児島県電気工事業工業組合では、鹿児島県との間で、「災害時における住宅の応急修理に関する協定」を締結している。

これは、災害救助法第23条、鹿児島県災害救助法施行細則及び鹿児島県地域防災計画に基づき、法が適用される災害（激特災害）が発生した場合に、速やかな応急修理を実施することを目的としている。

具体的には、被災した住宅で、破損個所に手を加えればなんとか日常生活ができるような建物について、被災者が地元自治体（市町村）に修理申請を提出し、審査の結果、対象に決まれば、県土木部建築課住宅政策室から組合に要請があり、これに応じて組合員が応急修理に係る電気工事を実施する。



【建設業】

家畜伝染病（口蹄疫感染、高病原性鳥インフルエンザ）が発生した際に、各地の建設業協同組合（建設業協会支部）に属する組合員が、幹線道路の各所に設置された消毒ポイントでの防疫作業に従事し、本県への感染阻止に貢献した。

鹿児島県建設業協会曾於支部（曾於建設業（協）、大隅建設（協）及び末吉町建設業（協））では、宮崎県都城市で家畜の口蹄疫感染の疑いが発生したことを受け、県境の幹線道路に設けられた消毒ポイントへの消毒槽の設置及び人員配置を行い、24時間体制で消毒活動に従事した。

また、消毒作業への理解を求める啓発看板を製作し、主要道路に設置することでドライバーの協力を促した。

これらの活動は、建設業界の社会貢献活動として、畜産業界はもとより各方面から高い評価を得た。

なお、大口、栗野、加治木、出水など各地の建設業協同組合（建設業協会各支部）においても同様に消毒活動が行われ、本県畜産業への感染防止に多大な貢献を果たした。



《家畜伝染病の発生時における緊急対応に関する協定》

家畜伝染病（口蹄疫、高病原性鳥インフルエンザ、豚コレラ）の発生時には迅速な対応が求められるため、鹿児島県では関係団体と緊急対応に関する協定を締結した。

◇ 緊急防疫業務

社団法人鹿児島県建設業協会

「家畜伝染病の発生時における緊急防疫業務に関する協定」を締結。

◇ 緊急防疫業務に係る防疫資材の輸送

社団法人鹿児島県トラック協会

「家畜伝染病の発生時における緊急輸送業務に関する協定」を締結。

◇ 交通誘導警備業務

社団法人鹿児島県警備業協会

「家畜伝染病の発生時における交通誘導警備業務に関する協定」を締結。

◇ 緊急防疫業務に係る物資の供給

鹿児島県動物薬品器材協会

「家畜伝染病の発生時における緊急防疫業務の物資の供給に関する協定」を締結。

【管工事業】

鹿児島市管工事協同組合では、鹿児島市と「大規模災害時における応急対策業務に関する協定」を締結している。組合ではこの協定に伴い、他団体と連携し、市民のライフラインである上下水道を守るため、災害応急対策訓練を実施している。

訓練は、大規模災害が発生し、鹿児島市から組合へ災害応急対策の指示が発令されたことを想定し、理事長が管内6つのブロック長へ指示を発し、各ブロックの組合員が、指定された施設等の被害状況を確認し報告するものである。

併せて、緊急時における連絡や指揮命令系統及び初動体制を確認し、実際の災害時にどれだけ組織として動くことができるかを検証している。

また、鹿児島市水道局と「災害時における応急復旧に関する協定」を締結しており、災害時に水道施設が被害を受けた場合を想定し、水道管の応急復旧訓練等を行っている。



【石油販売業】

鹿児島県石油商業組合では鹿児島県との間で「大規模災害時の支援活動等に関する協定」を締結している。

具体的には、復旧対策や被災者支援に使用される県の緊急通行車両への優先的な給油、被災者及び帰宅困難者等に対し、ラジオ・テレビ・インターネット等で知り得た情報の提供、給油所の一時休憩所としての使用及び飲料水及びトイレの提供、その他、火災発生時における初期消火活動の実施や救助活動に活用できるジャッキ等の資機材等の貸し出しなど、災害時における被災者援助の円滑化を図ることを目的としている。



【軽自動車運送業】

阪神淡路大震災、東日本大震災、台風による集中豪雨等、多大な被害をもたらした災害を教訓に、各自治体において災害時における輸送対策が講じられている。

全国赤帽軽自動車運送協同組合連合会においては、小回りの利く地域密着型の運送業という特性を生かし、緊急物資の輸送活動について、各地の赤帽協同組合が地元自治体との間で「災害時輸送協力協定」を締結し、災害発生に備えた連携体制を構築している。

この他にも、業務中に知り得た犯罪や事故、不審者、違法行為、傷病人等に関する情報を提供する「地域安全協定」、廃棄物の不法投棄を発見した場合に情報を提供する「廃棄物不法投棄の情報提供に関する協定」等を各自治体と締結し、地域の安全確保や生活環境の保全に貢献している。



【レッカー業】

レッカー・ロードサービスは、日常で発生するクルマの事故や故障対応だけでなく、災害支援においても非常に重要性が高い。

東日本大震災の支援活動においては、全日本高速道路レッカー事業協同組合が、50人以上の支援隊を現地に派遣し、被災した車両や船舶等の障害物の撤去、運搬を行い、被災地の復旧に貢献した。この支援活動において、各自治体とレッカー事業者との連携が不可欠であるとの認識が高まり、本年4月には岐阜県が「災害時における障害物除去等の協力に関する協定」を締結した。

なお、本県においては、鹿児島県レッカー事業(協) (古川敬信理事長) が鹿児島県及び鹿児島県警との「災害時応援協定」を検討中である。



【L P ガス販売業】

鹿児島県L P ガス協会では、大規模な自然災害（大震災や風水害等）が発生した場合、各自治体からの要請により、避難場所への炊き出し用のL P ガス及びコンロの提供等を行う「災害時における応急生活物資（L P ガス等）の供給協定」を締結している。

避難場所への応急生活物資の供給や設備の設置など主な応援内容は次の通り。



〔避難場所への応急生活物資の供給〕

- (1) 災害の規模が大きく、避難生活を余儀なくされる住民がある場合、避難場所における炊き出し用のL P ガス及びコンロ等は無償で提供する。
- (2) 物資は、支部事業者が避難場所に搬送し、設置する。
- (3) 避難場所以外に仮設住宅が建設された場合、当該場所にL P ガス設備を設置する。
- (4) 避難場所での生活が終了した場合、ガス設備等を速やかに撤去する。

※県L P ガス協会では、各自治体との協定締結を進めており、平成24年7月31日時点で合計35の自治体（17市16町2村）と協定を締結している。

【パン工業協同組合】

鹿児島県パン工業(協)では、鹿児島県警と「大規模災害時の食糧供給に関する協定」を締結している。

具体的な支援内容は、大規模災害発生時、又は発生するおそれがある場合に鹿児島県警からの要請により、災害警備活動等に必要食糧の調達及び製造可能な範囲内において、非常食（パン又はこれに類するもの）を優先供給するものである。

なお、昨年（2011年）の東日本大震災時には、全日本パン工業協同組合連合会の青年部会メンバーが、被災地においてパンを配給し支援活動を行った。



2012年版 中小企業白書事例

「2012年版 中小企業白書」が中小企業庁から公表されました。「2011年度の中小企業の動向」、「潜在力の発揮と中小企業の役割」、「中小企業の技術・経営を支える取組」の3つの観点から構成されています。

本特集では中小企業白書より、大震災からの再起を目指す中小企業、需要の創出・獲得に挑む中小企業、ものづくり人材育成に取り組む企業等の事例を紹介します。

1. 2011年度の中小企業の動向

中小企業の景況は、大震災後、持ち直してきていたが、これまでの円高、原燃料の価格高騰、電気料金の引上げ、電力需給の逼迫等の影響が懸念され、2012年に入って横ばいの動きとなっている。

2. 潜在力の発揮と中小企業の役割

(1) 大震災からの復興と中小企業の役割

大震災により、東北地方や関東地方が日本の産業を支えていることが認識された。地域に根ざす中小企業が、被災地の復興やまちづくり等で、地域に活力を取り戻すための役割を果たしていくことが重要である。

(2) 需要の創出・獲得に挑む事業活動

① 国内事業を活かし、海外需要を取り込む中小企業

中小企業でも海外展開が拡大傾向にあり、海外展開企業には、技術力やマーケティング力、アフターサービス、現地での対応力を発揮して海外市場を開拓し、国内事業を活性化している多くの事例がある。ただし、海外展開には様々な課題・リスクがあり、それらを見極めつつ、支援策等も活用し、海外展開に取り組むことが求められる。

② 社会環境の変化に対応する女性の事業活動

個人向けサービス分野の消費が拡大する中で、女性が起業することで提供されるサービスは、社会における新たな需要を掘り起こしている。こうした新たなサービスの提供は個人の生活を充実させるだけでなく、家事・育児を負担する女性が就業する際の課題解決につながり、女性の社会参加や更なる課題解決サービスの拡大という好循環をもたらす可能性がある。

3. 中小企業の技術・経営を支える取組

(1) 中小企業のものづくり人材の育成

若手の技術・技能人材の確保・育成等により、技術・技能を円滑に承継することが重要。

(2) 中小企業の経営を支える取組

金融機関による中小企業の経営課題への対応を中心に経営課題の現状や対応について分析。

本特集は、中小企業庁が発表した「2012年版 中小企業白書」を参考に作成しました。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。

◆大震災からの復興と中小企業の役割

—事例—

01

医療機器関連のメーカーや研究機関が集積する福島県において、産学官連携により医療機器分野での開発に取り組む企業

福島県会津若松市の株式会社ピーアンドエム（従業員 25 名、資本金 300 万円）は、空気圧制御機器用部品等の受託加工のほか、マイクロアクチュエータ等自社製品の開発・設計・製造を手がける企業として、1998 年に設立された。

医療機器分野への参入のきっかけは、工学技術を医療分野に活用したいと考えていた日本大学との産学連携である。

2002 年度からは、「福島県知的クラスター形成事業」や文部科学省「都市エリア産学官連携促進事業」等の産学官連携プロジェクトに参画している。日本大学が開発した触覚（ハプティック）技術を活かして、人間の手の感覚に近いセンサーを搭載した医療機器等の開発に取り組み、生体組織の硬度や凹凸を測定する走査型ハプティック顕微鏡の実用化に成功した。

従来、肝臓手術や動脈血管のバイパス手術等を行う臨床現場では、手で患部に触れながら硬さ・軟らかさを診断するが、これらを定量的に評価することは、困難であった。一方、この装置では、被検物の硬さを数値化するとともに、画像化することができる。

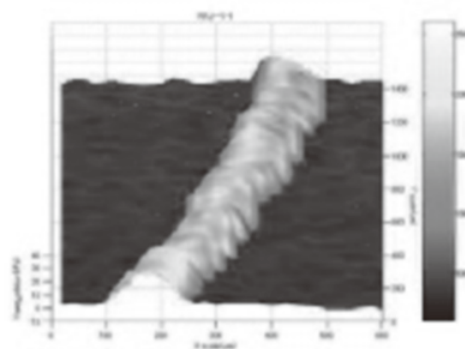
2009 年から同社ブランドとして販売しており、国内外の大学・研究機関において、前立腺がんの解析システムの開発や再生医学の確立に向けたプロジェクト等で利用されている。

地元の福島県では、産学官の連携により医療機器関連分野の産業振興と集積を図る

ため、「うつくしま次世代医療産業集積プロジェクト」が推進されるなど、医療機器関連の開発機運が近年盛り上がりを見せていたが、「大震災によって一気に萎んでしまった。」と同社で開発リーダーを務める山口隆義氏は指摘する。こうした状況の中でも、同社は「少しずつでもできることを継続していきたい。」として、2011 年 6 月頃から再び研究開発に注力するとともに、県内の商社と連携し PR 方法や販売方法について検討するなど、ものづくり中小企業の弱点でもある営業・販売力の強化に取り組んでいる。



走査型ハプティック顕微鏡



同装置の測定結果

伝統工芸品をブランド化し、更なる海外市場の開拓を目指す企業

福岩手県奥州市の及源鑄造株式会社（従業員67名、資本金9,000万円）は、江戸末期の創業以来、南部鉄器を製造し続けている。同社は伝統技法の高度化により、表面塗装をしなくても錆びにくい鉄器の開発に成功し、ティーポットやフライパン等の新分野の製造にも取り組んでいる。

日本の伝統的工芸品第1号として登録された南部鉄器は、国内の消費者には見慣れられてきたこともあり、黒くて重いといった印象を持たれがちだが、海外では、鑄肌の細かな意匠等、素材の魅力を活かす独自の鑄造技術が高く評価されている。

同社は、50年近くの海外輸出ノウハウを有するが、及川久仁子社長は「日本製品がそのままエキゾチックな商品として評価される時代ではない。取引先のニーズは、年々多様化している。」と言う。

例えば、欧米では、鉄器の重厚感は品質の高さとして好まれ、重さがいとわれない一方、インテリアにふさわしいデザインやカラーバリエーションが求められる。同社は、こうした異文化のニーズにきめ細やかに対応したオリジナル製品の制作・販売に取り組み、近年では、同社のティーポットがパリの老舗紅茶店の広告に使われるなど、南部鉄器“OIGEN”ブランドは着実に浸透している。

中国では、高温沸騰が可能な南部鉄瓶が、高温を適温とするプーアル茶に適すると機能性を評価され、上海の茶葉専門店との取引も行っている。同社は、注ぎ口の仕様をプーアル茶用に設計変更し、湯温と勢いを維持させた。

このように、同社は、各国の食文化に応じた顧客ニーズに対して、我が国独自の鑄造技術を磨くことで応えてきた。そして、長年にわたる海外市場開拓の実績も含めた歴史や伝統も、同

社ブランドの高付加価値化に奏功している。

及川社長は「国内市場が縮小傾向にある中、新たな需要の見込まれる成長国への販路開拓を目指したい。各国顧客の高い要求水準に技術で応え続けるために、高齢の職人への体力的な負担をできるだけ軽減し、彼らの高い技術を発揮できるよう、自社・産地への設備投資も進めていく。」と力を込める。



同社のショールーム



パリの老舗紅茶店の広告

同業者同士のつながりで、伝統工芸品の復興を目指す協同組合

宮城県石巻市雄勝地区は、国内産の約9割のシェアを誇る硯の一大産地である。

雄勝硯は約600年の歴史を有する伝統工芸品として、1985年に国の指定を受けている。

純黒色で圧縮・曲げに強く、化学的作用や永い年月にも変質しない性質を持つ玄昌石（雄勝石）を使い、昔ながらの手作りの製法により彫

り上げられる名硯として賞美されてきた。近年は、雄勝石を利用した食器や花瓶等の工芸品の商品開発を進めていた。

大震災の津波により、同地区で採石・生産・販売に携わる 14 事業者から成る雄勝硯生産販売協同組合の組合員らの多くも、機械や原材料等を失い、雄勝石製品の生産販売が困難な状況に陥った。

同組合の理事長を務める澤村文雄氏が経営する株式会社澤村製硯（従業員 4 名、資本金 1,000 万円）は、硯の蓋に蒔絵を施すなど製品の高付加価値化に努めてきたが、大震災により、工場や店舗兼事務所、自宅近くの完成品の保管倉庫を全て流失した。

家族から廃業を勧められたが、「震災前から資金調達や人材不足に悩んでいた組合員も廃業を余儀なくされ、雄勝硯の歴史を絶やしてしまう。組合として、安定して事業を行えるようになるまでは、事業を継続しよう。」と決意した。2011 年 5 月、大震災後初めて組合員を招集し、協同組合を立て直すことを宣言し、結束を強めた。

まず、同組合は、澤村製硯より無償で譲り受けた被災製品を仕上げ直し、工芸品の生産を再開した。完成した製品は、同年 11 月に雄勝地区にオープンした仮設商店街「おがつ店こ屋街」で販売している。

さらに、中小企業等グループ施設等復旧整備補助事業や国内外から寄せられた義援金を用いて、雄勝石の採石と生産に必要な設備を一式揃え、組合員が共同利用することで組合員各社の復興を後押しし、伝統と歴史のある雄勝の硯関連産業を後世へ伝えていくことを目指している。

澤村理事長は、「津波で、首まで水に浸かった。それでも生きているということは、まだ世の中のために尽くせということだと思う。」と語る。

2010 年に組合で採用した若手の本格的な技

術研修も、2012 年 2 月に開始した。彼らを雄勝硯の後継者として育成するなど、雄勝硯の復興に向けて組合が一丸となって歩みを進めている。



技術研修の様子

—事例—

04

6 次産業化の強みを活かして復興支援に取り組む農業生産法人

宮城県仙台市の株式会社舞台ファーム（従業員数 135 名、資本金 4,000 万円）は、米・野菜の生産から加工・販売まで手掛ける農業生産法人である。

同社の針生信夫社長は、仙台平野に 15 代続く農家に生まれ、20 歳代で父から農業を継承したが、天候と相場に左右される不安定な従来型農業経営から脱却する必要性を強く感じていた。

そこで、相場に左右されない契約栽培による経営を模索し、地元スーパーとの取引を開始した。以降、大手コンビニチェーンとの契約による農産物の安定的な出荷先の確保、野菜カット工場の建設による農産物の高付加価値化、マルシェ（青空市場）や飲食店の直営による小売業への進出、自社配送流通システムの構築等、次々と革新的な事業に取り組み、個人農家から、農産物の加工・流通・販売までを担う 6 次産業化の代表的企業へと成長した。

同社では、県内 5 か所の田畑計約 40ha のう

ち、津波による塩害で7割が作付け不能となったが、野菜カット工場等の中心施設は大きな被害を免れた。

そこで、施設内にあった野菜や米、飲料水等備蓄品を避難所へ提供し、陸前高田市から南相馬市まで47か所で、合計4万食の炊き出しを行った。

針生社長は「多くの農産物を被災地域に提供でき、地域の食を支えることができたのは、同社が農産物の生産・加工に加え流通機能を有し、東北発の農業生産者として、地域で頑張ってきたことが奏功している。」と語る。

2011年12月には、津波で大きな被害を受けた仙台市沿岸部の農業を創造的に復興するため、地元の生産者を中心に「仙台東部地域6次化産業研究会」が設立された。

同研究会では、除塩の必要がない養液栽培の温室を大規模に整備した上で、野菜の販売加工施設を併設し、高い付加価値と競争力を備えた都市近郊型農業のモデルづくりに取り組んでいる。

同研究会の会長も務める針生社長は、「3月11日は、食料とエネルギーは無限ではないと皆が気付いた瞬間。被災地仙台から復興の新たなモデルを世界に発信する。」と意気込む。



加工工場の風景

東京都品川区の株式会社国分電機（従業員214名、資本金8,000万円）は、ビルや工場等の電力系統を制御する配電盤等の製造・販売及び改修工事を行っており、茨城県と鹿児島県に生産拠点を構えている。

同社は、東京都のBCP策定支援事業（専門家の派遣事業）を活用して、2010年にBCPを策定した。

大震災時には、茨城県常陸大宮市に所在する茨城工場が被災した。その当時、茨城工場の責任者は不在であったが、BCPに基づき代理責任者が指揮を執り、現場社員の安否確認連絡や誘導を行い、スムーズに行動することができた。

また、本社では、「顧客流出を防ぐ」というBCP策定の目的に基づき、被災翌日から取引先顧客へ連絡を取り、同社の被災状況を説明することで、理解を得ることに努め、被災12日後には、生産能力80%での操業再開を実現し、顧客流出を防ぐことができた。

今後は、大震災時に露呈した現行BCPの課題の見直しを始めとし、顧客や外部リスク等の幅広い影響を踏まえ、リスク管理の精度を上げていこうと考えている。



被災した茨城工場

◆ 需要の創出・獲得に挑む事業活動

—事例—

06

青紫蘇を活用して多彩な商品を開発・販売。海外では高級化戦略が功を奏し、ブランド価値を高めることに成功した企業

熊本県合志市の青紫蘇農場株式会社(従業員30名、資本金2,600万円)は、青紫蘇の加工・販売を行う企業である。

生産情報公表 JAS 規格5の認定を受けた青紫蘇を自社で栽培・販売するとともに、ドリンク類・調味料・麺類等、紫蘇の機能性を活かした様々な加工品を開発・販売している。

少子高齢化の進展に伴う国内消費の先細りに不安を抱いていた同社の吉川幸人社長は、中国や韓国等からの輸入農産物について、自ら調査した経験をもとに、1991年頃から国産農産物の輸出の可能性に着目した。2001年頃には、アジア新興国等の成長を現地で目の当たりにし、一刻も早く海外に進出すべきと考えるようになった。

こうした状況のもと、2004年度に、くまもと県農林水産物等輸出促進研究会を熊本県で設立し、吉川社長が会長に就任した。

研究会活動の一環として、米国、香港、シンガポール等での市場調査や現地での商談会開催、海外バイヤーへの農産加工品の販路拡大等を行った同社は、2006年度に香港への青紫蘇の輸出を開始した。2011年度現在、香港、台湾、シンガポール、英国、フランス、ドバイ、米国等世界9か国・地域に輸出しており、輸出額は、前年比3倍程度的大幅増が見込まれている。

商社に頼らず、現地に直送することで流通を簡素化していることも、海外販路拡大に寄与しているという。同社の輸出戦略は、レストランやスーパー等の各業態において、トップクラスの相手と取引することである。

海外販路開拓に当たって、吉川社長は「相手

国の食文化等を調査し、自社商品がどのような業種・場所で売れるのかを見極めることが重要。そのためには、まず現地に行って、高級店や一流店を自分の目で確かめる必要がある。」と指摘する。



青紫蘇農場の作業風景

—事例—

07

シャンパンの伝統的な製法を応用し、発泡性日本酒の商品化に成功。世界ブランドを目指して国内外での販路拡大に取り組む企業

群馬県川場村の永井酒造株式会社(従業員25名、資本金4,000万円)は、125年以上にわたって日本酒造りを営む老舗酒蔵である。

同社の酒造りにおけるこだわりは、尾瀬連峰・武尊山で育まれた柔らかでほのかに甘い伏流水と、厳選した酒造好適米を使用し、蔵人の伝統的な技によって、これらの素材が有する自然の恵みを素直に表現することである。

食文化や酒類の多様化、若者の日本酒離れ等を背景として、日本酒の国内消費量が減少の一途をたどる中、同社は、将来的に成長が期待される海外市場を開拓すべく、主軸ブランドである「水芭蕉」の輸出を1997年に開始した。

さらに、国内外で愛されるブランドづくりを目指して、発泡性日本酒「MIZUBASHOPURE(水芭蕉ピュア)」の開発に成功し、2008年から発

売している。

この開発のきっかけは、1998年に始まったフランスのワイン醸造家との交流である。この交流を通じて、酒造りに対する熱い情熱や使命感をワイン醸造家と共有するようになり、同社を経営する永井彰一氏・則吉氏の兄弟は、世界に通用する最高品質の発泡性日本酒を造ろうと決心した。

2003年の本格的な開発着手から5年間、700回以上に及ぶ試行錯誤を経て、シャンパーニュ地方で受け継がれる瓶内二次発酵製法を応用した発泡性日本酒の商品化にこぎ着けた。

現在、同社の輸出先は、香港、米国、シンガポール等14か国・地域に広がり、国内外の消費者から高い評価を得ている。

今後は、これまで日本酒に馴染めなかった人やシャンパンを好む人を中心に国内外で販路を拡大し、5年後には総売上にも占める輸出シェアを現在の約5%から20%程度まで高めることを目指している。



発泡性日本酒「MIZUBASHO PURE」

—事例—

08

タイ洪水被害に対し、国内外における生産補完体制を構築し、復旧を遂げる企業

愛知県豊田市の光生アルミニウム工業株式会社（従業員374名、資本金1億9,950万円）は、アルミホイール等の自動車関連部品の製造・販売を行う企業である。

アルミ鋳造等の高度なものづくり技術を強

みとして、自動車メーカー等から厚い信頼を得ている。

2011年10月に、タイのアユタヤ県のロジヤナ工業団地に位置する同社の生産拠点が、洪水による浸水被害を受けた。その後、11月末にようやく排水が完了し、12月から工場に立ち入ることが可能となった。

洪水被害を受けた直後から、自動車メーカー等の顧客への供給責任を果たすため、国内の福井製作所、北海道子会社でフル生産体制に入るとともに、自動車メーカーの支援を受け、中国の仕入先の認証を受け、国内外での生産体制を整えてきた。

同社は、2007年7月の新潟県中越沖地震に伴う供給途絶の影響を受けた自動車メーカーからの要請もあり、BCPの一環として、同年に北海道工場（光生アルミ北海道株式会社）を立ち上げた。さらに、2011年3月の大震災を受け、BCP・リスク分散が更に重要になると考えていた矢先に、タイの洪水に見舞われた。

しかし、タイと日本で同じアルミホイールを製造していたことに加え、国内でも拠点分散化を進めていた結果、サプライチェーンの途絶を最低限にとどめることができた。

また、2012年2月からは、タイの熟練した技術者10名ほどが、国内拠点の生産支援に入り、生産補完体制を一層強化している。同社のタイ拠点は、2012年2月に一部生産を開始するなど着実に復旧が進んでおり、同年8月の全面復旧を目指している。今後も、インド拠点での生産開始により、リスク分散を更に意識していくという。



同社の製造するアルミホイール

アジア市場を開拓する長年の取組が実を結び、自社製品の輸出を実現した企業

山口県山口市の株式会社ワールドガレージドア（従業員 18 名、資本金 1,000 万円）は、木製ガレージドアをオーダーメイドで製造・販売する企業である。

1991 年の創立以来行われてきた、高級感のある木製にこだわった製品開発が、大手メーカーにも認められ、その取引関係を通じて、日本全国幅広い地域で顧客からの支持を得ている。

同社の店村圭祐社長は、7 年ほど前から、急速な経済成長が続くアジア市場に関心を持ち、中国語版製品カタログや龍の彫刻を施した製品サンプルを製作し、地元自治体が主催する海外商談会に参加するなど、市場開拓に取り組んできた。

2009 年に参加した台湾での商談会では、すぐに成果となる実績を上げることはできなかったが、2011 年秋、同社がアジア市場での販路開拓に継続して取り組んでいることを知っていた取引先大手メーカーからの紹介により、台湾の顧客からの注文を獲得し、初めての自社製品の輸出を実現した。

店村社長は、「今回の受注で、当社の製品を海外に展開する方法として、どのような取組が必要であるかが分かってきた。これまでに様々な取り組んでもうまうまいなかったが、今になって思えば、失敗を自ら経験することで、学べたことも多かった。」と話す。

今後の海外展開については、「本物の木製ガレージドアの感動をお届けするため、国内でやれること、やるべきことはまだまだ多くある。繊細な感性を持つ日本人に評価され続ける製品づくりがあってこそ、海外でも評価される。」と、顧客からの要望等をもとに製品の改良・開発を継続するなどにより、国内での着実な展開を図りつつ、販路の一つとして取り組んでいきたいとの姿勢である。



同社の木製ガレージドア

地域への愛着とこだわりを持ち、中国市場に挑む和食レストランを運営する企業

静岡県静岡市の株式会社なすび（従業員 256 名、資本金 1,500 万円）は、和食を中心としたレストランの企画・経営、ケータリング事業等を行う企業である。

地域密着型の経営を推進しており、県内に 12 店舗を展開している。各店舗は、冠婚葬祭から普段の食事まで様々な利用形態に応じて、店舗の業態・ブランドを変え、多様な顧客のニーズに対応している。

同社は、2006 年に中国浙江省に現地法人を設立し、2007 年に同省杭州市に海外 1 号店となる「日本料理杭州なすび」を開店した。

その後、2009 年に杭州市内に「十千花前」、2011 年に上海市内に「日本料理上海なすび」を矢継ぎ早に出店し、中国で計 3 店舗を運営している。

杭州市の店舗は、現地の顧客の好みに合わせてメニューを研究したことで、今では現地の顧客が 8 割を占めている。

一方、上海市では、日本で成功した業態別の店舗展開が適合しないと見るや、「なすび」ブランドに統一して事業のスピードと認知度の向上を図るなど、事業モデルを柔軟に変更している。

また、2009年に輸出酒類卸売業免許を取得し、中国において、静岡の日本酒を販売することで、店舗運営と物販による相乗効果を高めている。

同社は、2001年に海外展開準備室を立ち上げ、海外視察を繰り返すとともに、人脈を培ってきた。浙江省杭州市への出店は、そうしてできた信頼できる現地パートナーとの縁から決定したものである。中国では、人のつながりが重要であり、多くの企業がつまずく店舗の出店についても、同社はこれまでの人の縁をたどり、現地の有力ホテルへの出店が可能となるなど、スムーズな立ち上げができた。

同社の藤田圭亮社長は、「中国においては、法制度等の変更が頻繁にあることに加え、人件費や家賃等が高騰しており、利益を増やしていくことは容易ではない。自社単独で積極的な設備投資を行うことはリスクが高く、信頼できる現地パートナー等からの出資を仰ぎ、リスクを抑えて経営することが重要である。」と指摘する。



中国浙江省杭州市「十千花前」

—事例—

11

高級感のある江戸切子のランプで、アジアの富裕層市場の開拓に挑む企業

東京都江東区の株式会社江戸切子の店華硝（従業員10名、資本金300万円）は、江戸切子の器やランプ等の製造・販売を行う企業である。

同社は、創業以来、大手硝子メーカーの下請であったが、自社製品の開発を志し、1990年代初めに、工房直営店と自社ホームページを用いた直接販売へと転換した。

同社の江戸切子は、伝統的な意匠、手仕事によるカットや磨きを保ちつつ、独自の繊細な模様を表現しており、現代の感覚に合った高い芸術性は、国内外で高い評価を得ている。

2008年の北海道洞爺湖サミットでの贈呈品に採用されたこともあり、海外からの注文や問い合わせも多く、海外の賓客が地図を携えて工房直営店を訪れることもある。

同社は、今後、更に海外市場を開拓すべく、中国を始めとしたアジアの富裕層に、自社製品を売り込んでいく意向である。中国での市場調査やこれまでの取引から、アジアの富裕層の購買力に着目しており、製品の高級化戦略を打ち出している。

同社取締役の熊倉隆一氏、熊倉隆行氏の親子は、「いわゆる伝統工芸は、日本を意識しすぎているが、海外では伝統工芸を前面に出しても受け入れられない。伝統工芸の枠にとらわれず、海外現地の嗜好を酌み取り、現地市場で受け入れられる商品づくりを行っていく必要がある。」と語る。



海外市場も意識したラグジュアリーな江戸切子ランプ

国内事業を補完する海外展開により、過去最高の業績を達成した企業

京都府宇治市の京都精工株式会社（従業員25名、資本金1,000万円）は、自動車や家電製品の部品メーカー向けの各種検査装置を設計・製造する企業である。

主力製品である気密性検査装置や画像検査装置は、受注少量生産品であるため、海外生産によって、製造コストを大幅に引き下げることは期待できない。

しかし、国内市場の大幅な成長が見込めないことや、海外展開している顧客からの要請があったことから、中国広東省佛山市への進出を決断し、2008年に佛山工場の操業を開始した。

中国進出が同社にもたらしたメリットとして、既存顧客との取引が継続できたことが挙げられる。グローバル展開の加速により、顧客の国内工場と中国工場における設備の共通化及び設備の現地調達ニーズが高まっているが、日本と中国に生産拠点を設けた同社は、顧客のニーズに応えることが可能となった。

また、顧客が負担する装置の据付け等の費用が、京都本社が行う場合に比べて半分程度となり、修理等のアフターサービスの利便性も高まった結果、既存顧客からの受注を継続することができた。

さらに、佛山工場での受注を契機に、これまで取引のなかった部品メーカーから、国内向けにも注文を受けるなど、国内本社の受注増加につながった。

そして、佛山工場で受注した仕事のうち、佛山工場の技術水準では対応できない、装置の仕組みを検討し設計するまでの工程については、国内本社が引き受けることにより、国内業務の高付加価値化が図られた。

このように、国内事業と補完関係を築けるような海外展開に取り組んだこともあり、同社は2011年6月期決算において、1995年の創業以

来で最も高い売上高と利益を達成することができた。

また、受注増に対応するため国内の従業員数を中国進出前よりも増やしている。

佛山工場の生産能力向上に伴い、今後は、中国からインドネシアやタイへの輸出も見込んでいるという。



同社の製造するエンジンブロック圧検機

生き残りをかけてタイに進出し、国内でのモノづくりや雇用を守っている企業

東京都大田区のフィーサ株式会社（従業員70名、資本金4,000万円）は、プラスチックの射出成形用金型に取り付けられるノズル等を製造・販売する精密機械器具メーカーである。

PLAGATE システムと呼ばれるこのノズルは、溶けた樹脂を金型に充填するための装置で、バルブゲート方式という特殊な構造によって、原材料を節約しながら高速成形することが可能であり、メンテナンスも容易である。

取引先の自動車・家電メーカーがアジア等へ進出し、国内市場が縮小する中、同社は、生き残りをかけてタイへの進出を決断し、2009年にアマタ・ナコーン工業団地内の中小製造業向け賃貸工場「オオタ・テクノ・パーク」に入居した。金型のメンテナンス事業を立ち上げるとともに、金型の受注代行業務やノズル部品の生産も行っており、2011年に発生した洪水によ

る被害もなく操業を続けている。

「大田のモノづくりは文化だ。モノづくりを残したい。」という強い信念を持つ同社では、製品コピー防止のために、製品の心臓部は、日本で製造している。さらに、中国江蘇省蘇州市の金型メーカーとの提携のもと、本業であるノズルの生産加工に加え、金型のメンテナンス・サービス、金型の受注代行という3事業の相乗効果によって、タイでの注文が増えれば日本でも仕事が増える仕組みを構築し、日本国内の雇用を維持している。

進出当初は、リーマン・ショックの影響等を受けてタイでの生産開始が大幅に遅れ、撤退の危機に追い込まれたが、関連会社からの資金支援や人事体制の刷新等により、難局を乗り切ることができた。

同社の斎藤進社長は、「茨の道を強引に突き進む断行力とあきらめない図太い精神で、攻めの姿勢を守ったからこそ今がある。国内に残っていたら厳しい結果しか見えなかった。」と語る。



同社のタイ工場内部

—事例—

14

日本的なものづくりを実践しながら、米国の現地法人において高い人材定着率を実現している企業

大阪府河内長野市の株式会社ナカテツ（従業員333名、資本金8,000万円）は、自動車向けベアリングの鍛造・切削加工・熱処理を行う

企業である。

同社が米国に進出したきっかけは、顧客企業からの強い要請である。米国でのベアリング需要の増加に対応するために、顧客企業との合弁で、ベアリングの切削加工を行う現地法人（Nakatetsu Machining Technologies, LLC）を、テネシー州ワシントン郡に設立した。

現地法人の最大の特徴は、日本式経営や日本独特の切削技術を、米国に持ち込み実践している点である。

生産設備は全て日本から持ち込み、日本式製造技術を現地従業員に習得させるべく注力している。

その一方で、従業員の要望を受けて、米国の生活様式に合致した勤務体制にするなど、日本のスタイルと米国的スタイルを融合させている。

操業開始直後は、当初予定の半分程度しか受注が確保できず、苦境に立たされたが、その間リストラを行わずに雇用を守り、従業員の技能訓練・技術教育に力を注いだ。

このように、ピンチを人材育成のチャンスに変えたことが、その後の受注回復、増産を果たす上で大きな力となった。

現在、日本のものづくりの良さを更に深く移植すべく、建物の一角に、地名をもじり「ワシントン道場」と名付けた訓練センターを設け、従業員の技術・技能の教育水準の引き上げを行っている。

また、管理職の登用については、当初、米国で一般的な外部採用を行っていたが、日本の人事システムの特徴である内部昇格を拡大したいという社長の方針を実現すべく、人材育成に取り組んでいる。

年に数回、現地従業員数名に、「日本研修（10日間）」として、マザー工場（徳島工場）にて現場研修を行い、同時に「KAIZENの仕方」、「設備保全技術」、「加工技術の全て」並びに「日本式労使関係」等を学ばせている。

こうした地道な取組が実を結び、人材定着率は高く、現地従業員や地域住民より、同社の経営手法に対して厚い信頼が寄せられている



米国工場外観



ワシントン道場

—事例—

15

プロボノ支援を受け、エシカルジュエリーのパイオニアとなった女性起業家

東京都港区の株式会社HASUNA(従業員10名、資本金950万円)は、エシカルジュエリーの制作・販売を行う企業である。

同社は、素材調達から生産・流通までの過程を可視化することにより、「一生に一度の結婚指輪には、誰かの不幸の上に成り立つものを使いたくない。」という社会的意識の強い女性を中心とした若い世代の需要を掘り起こしている。

同社の白木夏子社長は、2006年に金融業界に就職したものの、リーマン・ショックで業界

全体に危機感を抱き、働きながらの起業準備期間を経て、2009年に同社を立ち上げた。

学生時代に訪れたインドの鉱山での劣悪な労働環境に疑問を抱いていた白木社長にとって、ジュエリーの分野は前職とは無関係であったが、ジュエリー制作の学校で作り方を学び、技術を身につけた。また、テレビや雑誌、新聞等プレス向けの広報業務や顧客管理・在庫管理のシステム構築といった専門的な業務については、SNS(SocialNetworkingService)や友人の紹介で知り合った、各分野の専門家であるプロボノの方から多くの支援を受けた。

同社のプロボノ登録者は、当初5名前後であったが、現在では60名にも及ぶ。「起業時はプロボノ元年と呼ばれていた。仕事の傍ら社会的事業に関わりたいという人が増えてきており、非常に多くの人に助けられた。」と語る白木社長は、プロボノの支援を受け、事業継続と社会的課題解決の両立を目指している。



HASUNA 社員・インターン・プロボノメンバー

—事例—

16

日本のラーメン専門店としてぶれず、香港出店での教訓を活かし、米国・アジア市場を開拓する企業

北海道札幌市の株式会社アブ・アウト(従業員210名、資本金2,460万円)は、ラーメン店等の飲食店の運営・フランチャイズ等を行う企業である。

海外市場の拡大を見据え、10年前に「らーめん山頭火」の海外展開を開始した。現在、米

国、カナダ、香港、シンガポール、マレーシアに展開しており、今後も海外出店を加速する計画である。日本のラーメン専門店として、ぶれずに味にこだわり、海外でも、「山頭火」のファンを着実に増やしている。

しかし、同社も、初めての海外事業となる2003年の香港への出店では、苦い思いをした。現地のパートナーを見付け、1号店からフランチャイズで任せてみたが、同社が求める味やサービスの水準を守ることができず、出店から2年で一度撤退をした。その後、必ず信頼と評判を取り戻すという同社の菊田伸一社長の強い意気込みのもと、2008年に、香港への再挑戦となる独资の直営店を出店した。

徹底した店舗管理を行った結果、現地で受け入れられ、直営店をもう1店増やしている。直近では、以前に日系の大手流通企業から紹介された、現地市場や雇用慣行等に精通している日系のパートナーにより、フランチャイズでの3号店を出店し、業績も順調である。

同社の店舗開発の責任者である植田昌紀取締役は、「香港出店の教訓として、いかに問題を早く食い止め解決するかが重要と痛感した。リスクの高い海外展開は、撤退の期限を区切り、事業の継続性を見極めることも必要だ。」との考えで、現地政府の規制や商慣習等の壁に直面しながらも、世界各国を飛び回り、「山頭火」ラーメンが心から好きで信頼できるパートナーの発掘と育成に取り組んでいる。



香港店舗内観

茨城県水戸市の農業生産法人である有限会社水戸菜園（従業員10名、資本金300万円）は、野菜を栽培しており、軟弱野菜であるベビーリーフの流通に最適なテトラ型の立体包装容器「パットラス」を開発し、特許の取得によって農業の枠組みを越えたビジネスを展開している。同社は、大手企業に模倣されないように、当初から特許化を意識して立体包装容器の開発を行った。パッケージの中央から開封すれば、舟形の皿として使用できることをポイントに、特許を取得し、海外特許出願も行っている。

「パットラス」は、そのデザイン・機能が評価されて、これまでに、2007年グッドデザイン・中小企業庁長官賞、2008年世界包装機構ワールドスター賞等を受賞している。

現在、国際展示会で同社に関心を示したキプロスのハーブ農家に向けて、「パットラス」を輸出しており、売上は好調であるという。



立体包装容器「パットラス」



開封状態の「パットラス」

福島県会津若松市の特定非営利活動法人素材広場（従業員 5 名）は、県内の旅館・ホテル等の宿泊施設と農作物・工芸品等の生産者を交流会やインターネットを介してつなぐことで、県内の地産地消を推進する法人である。

同法人の横田純子理事長は、大手旅行情報誌で営業兼ライターとして 10 年間勤務した後、2005 年に独立し、県内の旅館に対して、集客や顧客満足度を高めるためのコンサルティングを始めた。

「当時、旅館等の料理長は、県外から来ている方が多かったため、福島の食材に関する情報が不足しており、福島の食材が手に入りにくい状況であった。」と語る横田理事長は、料理長と生産者をつなぐ取組として、交流会を実施する福島県宿泊施設地産地消推進委員会を立ち上げ、この委員会を母体として 2009 年に同法人を設立した。

「福島の素材を観光客に楽しんでもらうことが目的であり、食材だけでなく、お箸やお皿等テーブルの上にある素材全てが福島産となることが、究極の目標。」と語る横田理事長は、宿と生産者をつなぐことが、観光産業を中心とした地域振興に不可欠と考え、精力的に取り組んでいる。



「会津・麗（うるわし）の食スタイル」の準備風景

長野県松川村の有限責任事業組合こめのこ工房なごみや（組合員 6 名、従業員 6 名）は、地元信州安曇野産の米粉を使用したパンやケーキを製造し、地元の道の駅・農協直売所やネットで販売している。

同組合の組合員及び従業員は全て、松川村の郷土料理講習会に集まった子育て世代の主婦である。そのため、家計に影響が及ばないように、起業時に必要であった設備を中古で購入し、設備投資を自己資金の範囲内に抑えた。

また、就業形態についても、土日・祝祭日、夏休み・冬休みを休業とするだけでなく、出勤日を週 3 日程度、勤務時間を午前か午後と設定することで、家事・育児をしながらでも、働きやすいような環境を整備している。

「母親でも事業はできる。しかし、一人で起業することは困難であり、複数人で支え合ってやるのが大事。」と語る同組合の吉森里和組合員は、「売上を拡大するという考えではなく、負担のない範囲で、お小遣い程度に稼げれば良いという考えを皆で共有していることが、うまくいっている大きな要因。」と考えており、子育てをしながら働ける場所という意識を、全員で共有することの重要性を指摘する。



信州安曇野産の米粉を使用したパン

地元企業の支援により農産加工品の商品化やブランド化に取り組む女性グループ

山口県山口市内の5つの地域では、国の施策を活用して、女性グループ等が主体となり、地域の特産品を活かした新しい乾燥食品の開発が、進められている。

その一つである阿東地域長門峡「実り会」は、篠生農業協同組合婦人部若妻会のOGが集まった10名の女性グループで、特産品の梨を使ったドライフルーツの商品開発を行っている。

同会のメンバーは、地域に愛着を持ち、地域を元気にしたいという思いから、これまでは梨ジャムを作ってきた。

しかし、地域の魅力をより強く発信するためには、他の地域にはない画期的な新商品が必要ではないかと感じ、試行錯誤を行っていたが、思うような新商品を開発できずに悩んでいた。

そこで、助けとなったのが、同市に本社を置く株式会社木原製作所（従業員70名、資本金4,500万円）であった。

同社は、主力製品として葉たばこ乾燥機を製造・販売する国内有数の企業であるが、木原康博氏が4代目として2008年に社長に就任して以来、時代の変化に応じた新たな事業の柱として食品乾燥機に力を入れ、コンピュータ制御による燃費を大幅に改善した製品の開発やホームページを利用した販路開拓に取り組んできた。

同社は、山口市の仲介で、地域の活性化を進める各グループとつながり、乾燥技術の提供や商品の試作に加え、商品パッケージや販売戦略を提案し、各グループの思いを実現する後押しをしてきた。

実り会メンバーは、「パッケージデザイン等も提案してもらったので商品として完成できたが、それがなければここまでたどり着けなかった。」と語る。

地域のつながりの中で、地域を活性化したい

という思いの実現に向けた取組が進められている。



商品開発に取り組む実り会メンバー

女性の職域拡大により、社内の活性化に取り組むものづくり企業

滋賀県東近江市の株式会社寺嶋製作所（従業員130名、資本金1,800万円）は、炊飯ジャーの内釜や電気機械器具等の板金プレス加工を行う企業である。

女性の職域拡大に取り組む前の同社の工場は、他のプレス工場と同様に、男性中心の職場であった。

しかし、「ひたむきな努力」、「常にチャレンジ」を社是に掲げる同社の寺嶋嘉孝社長は、約10年前から安全性の高い機械設備を導入することにより、生産ラインでも女性が活躍できるよう、職場環境を整備した。

また、2007年には職場の風土改革に取り組み、就業規則の見直しにより、パートから正規への転換を可能にした。

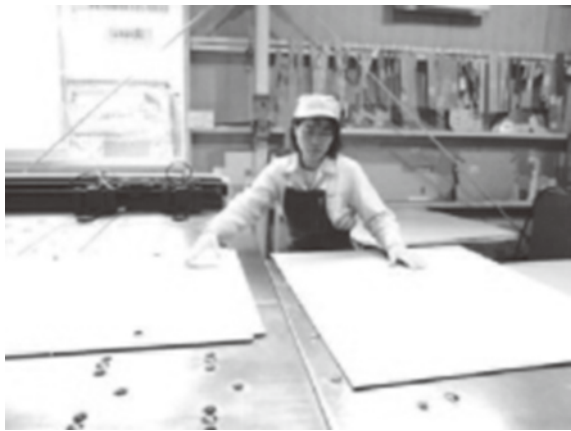
現在、同社の工場では20名近くの女性が生産ラインに配属されている。また、生産ラインの改善提案においても、表彰される提案の多くが女性によるものとなっており、これらの提案は「省スペースでも生産効率を維持するという視点が明確。」と、寺嶋社長は語っている。

さらに、プレス工場ですべての作業が女性によって行われている。

ークリフトの運転についても、2名の女性が資格を取得した。

寺嶋社長は、「女性の職域拡大により、フォークリフトの運転のような、これまで、女性がいなかった業務分野でも、女性が責任を持って自分の役割を果たせるようになり、自信が生まれた。

一方、男性も、自分の職域にとどまることなく、他の仕事でも職場を良くしたいという意識に変化した。」と語っており、女性の職域拡大による相乗効果が、社内に活気をもたらしている。



生産ラインに従事する女性従業員

—事例—

22

働く女性の支援と女性の働く場の提供を目指す女性起業家

愛知県名古屋市の株式会社アクションパワー（従業員9名、資本金300万円）は、家事代行、ハウスクリーニング、整理収納等のサービスを提供する企業である。

同社の大津たまみ社長は、「働く女性として自分が欲しかったサービスをシンプルにビジネス化した。」と語り、サービスを提供することで働く女性の負担を軽くするとともに、プロとして代行サービスができる女性を育成することで女性が働ける場所を広げようと考えている。

同社では、自立して働ける女性を育成・支援

するため、「お部屋のおそうじお片付けセミナー」、「整理収納おそうじ研究会」等の各種セミナー・講座を開催し、そうしたセミナー受講者を対象に「メイトシステム」と呼ぶ独自の業務委託システムを導入している。これは、メイトとして登録した受講者が将来的に代行サービス業者として独立し、同社の業務の一部を委託するシステムである。

大津社長は、「社員もメイトも、思いを共有する女性が集まっている。全員が、それぞれの立場を身にしみて理解できる環境にあることから、子育て等で大変なときには他の社員にカバーしてもらえ、働きやすい環境となっている。」と語る。

このメイトシステムは、女性特有のライフステージや個別事情に応じた柔軟な雇用調整をしやすいしており、女性が働きやすい環境を提供することにも寄与している。



ハウスクリーニングの様子

◆中小企業のものづくり人材の育成

—事例—

23

ものづくりの街で創業し高い技術
力で成長する企業

福岡県北九州市のアジア技研株式会社（従業員 25 名、資本金 3,000 万円）は、スタッド溶接システム、工業用ファスナー等の製造・販売を行う企業である。

スタッド溶接とは、金属板にネジ等（スタッド）を、穴を開けずに溶接する技術で、自動販売機、住宅アルミ外壁、船内艙装、電子機器筐体等幅広い分野で使われている。スタッド、溶接機、溶接ロボット等を自社で一貫して製造・販売することが、同社の強みであり、また、研究開発では、取扱いが難しいマグネシウム合金のスタッド溶接技術を確立し、「第 2 回ものづくり日本大賞優秀賞」を受賞し、「北九州オンリーワン企業」にも認定されている。

同社社長の溝口純一氏が会社を設立し、事業を開始したのは 1994 年で、その後、事業の拡大とともに、北九州市内で 3 度の本社・工場の移転を行い、現在に至っている。

2008 年からは製品の輸出業務も行っており、海外での生産拠点の設立も視野に入れた事業展開を行っている。

人材確保にも積極的に取り組んでおり、被災地域の若者を 2 名採用した。

溝口社長は、「続けて働き本人が希望すれば地元に近いところで働けるようになるまで事業を拡大したい。」と、更なる挑戦への意欲を示している。



同社の溶接機

—事例—

24

大手自動車メーカーとの共同開発
により高機能製品を生み出し、国
内外で高いシェアを持つ企業

愛知県弥富市の東洋精鋼株式会社（従業員 61 名、資本金 2,500 万円）は、自動車や航空機の部品加工に欠かせない、ショットピーニング加工に使用される投射材の製造・販売を行っている。

ショットピーニングは、無数の金属粒を高速で金属表面に衝突させる加工の一種であり、この加工を施すと、疲労強度向上等の効果が得られることから、主に、自動車のサスペンション、歯車の製造で利用されている。

同社は従来、金属加工品のバリ取り等に使われる投射材（ワイヤー状の鋼材を切断したカットワイヤー）を製造していたが、1989 年に、ショットピーニングに使う球状の投射材を、トヨタ自動車株式会社と共同で開発した。

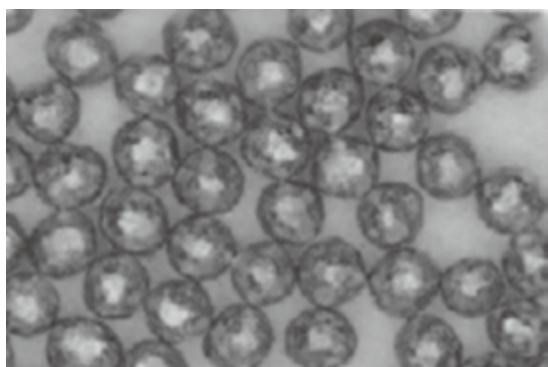
我が国で初めてのラウンドカットワイヤーである。当時使われていた鋳鋼製の投射材は、耐久性が低く、すぐ破損してしまう欠点があった。しかし、同社が開発した投射材は、鋳鋼製

に比べて価格は3倍だが、耐久性が高く、使用量が7分の1で済むため、大幅なコストダウンが可能となった。

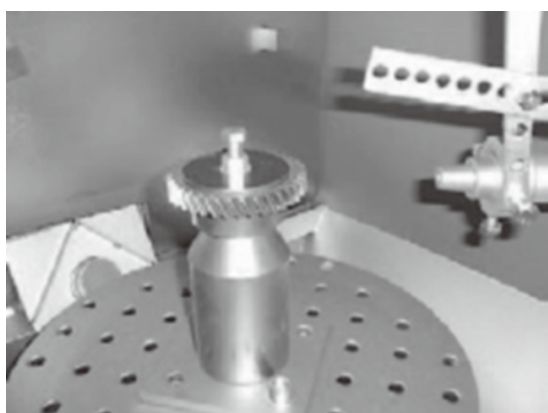
こうした利点により、トヨタ自動車株式会社以外の自動車メーカーでも、同社製品は採用されるようになり、今では、国内のピーニング用の投射材で、9割以上のシェアを確保している。

また、国内自動車メーカーの海外展開に伴って、輸出を始め、今では、海外自動車メーカーとの取引も増え、25か国・地域に輸出するようになった。

同社は、自動車業界で培った技術力を活かし、航空機部品加工用の投射材で航空機業界への参入を進めている。耐久性の高い同社の投射材は、ボーイング、GE、P&W等の大手航空機関連メーカー各社から品質認定を受けるなど、幅広く評価されている。



球状のラウンドカットワイヤー



ショットピーニング装置

大阪府東大阪市の大阪精密機械株式会社（従業員66名、資本金7,250万円）は、歯車の精密加工等に必要となる測定機の開発・製造を行う企業である。

同社は、デジタル技術であるソフトウェアを活用した補正と、アナログのキサゲ加工の融合により、高い測定精度を実現し、国内測定機市場においては、約7割と圧倒的シェアを占めている。キサゲ加工とは、職人がノミのように先端が平らな手工具（キサゲ）を使い、機械加工では不可能な、超高精度に平面を仕上げる技術である。

同社は現在、先端技術と技術課題を解決するアイデアの吸収を目的に、電気通信大学等3校と連携し、ソフトウェア改良による自動測定速度の向上等について共同研究を実施している。

同社の本田正守取締役は、「これまで、熟練技能を持つ職人は、ベテラン中心であったため、技能伝承は進んでこなかったが、近年では若手の中から、適性のある社員を見抜き、OJTを中心とした、現場での取組により育成を進めた結果、最盛期と同じ人数で加工技術を維持している。」と話す。



同社のキサゲ加工

サポイン事業を活用し、金型の高精度化・微細化に成功した企業

北海道室蘭市の株式会社キメラ（従業員 140 名、資本金 2,800 万円）は、精密金型の設計・製作、精密金属機械加工を行う企業である。

2007 年度から 2009 年度にサポイン（サポインディングインダストリー）事業を活用し、金型の高精度化・微細化及び製造工程のデータベース化に取り組んだ。

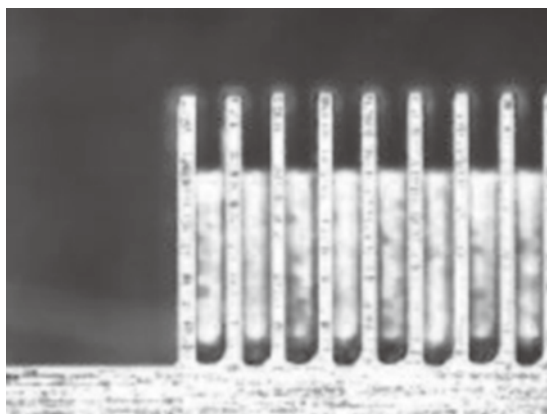
情報家電の小型化・高機能化に伴い、微細なコネクタ部品を大量に、一定の品質を保ちながら、短期で供給することが求められている。

同社は、こうした要求に対応するため、型彫放電加工及びその加工に要する精密微細電極の高速切削加工、ワイヤーカット放電加工において最適な加工条件を確立し、金型の微細化に成功した。

これまで、市販のコネクタ部品は、最小 0.2mm ピッチであったが、本研究開発では 0.1mm を達成している。

また、これまで熟練技能者に蓄積していた型彫放電加工、ワイヤーカット放電加工、高速切削加工の最適加工条件等のノウハウを、誰でも活用できるようデータベース化した。

その結果、材質・硬度・加工面の面積・加工方法等の加工に必要な諸データを入力すると、最適加工条件を出力することができるようになり、納期の短縮にも大きく貢献している



0.1mm ピッチの金型部品

インターンシップを実施したことによって若手人材の確保に成功した企業

兵庫県高砂市の三和鉄工株式会社（従業員 27 名、資本金 1,000 万円）は、船舶機関用部品、発電機用部品等の製造・加工を行う企業である。

同社は、大手製鉄メーカーとの各種素材の共同開発で蓄積してきたノウハウを活かして、他社には真似のできない、あらゆる金属素材の加工技術を強みとしている。

同社は新卒採用に積極的であり、地域の工業高校からの要望に応じて、インターンシップによる学生の受入れを行った。

同社のインターンシップは、集合形式の研修ではなく、学生にもものづくりの現場を見てもらうことを重視している。

就業経験のない学生にもものづくりの魅力を伝えることで、イメージを具体化してもらうことができ、学生間での同社の認知度向上にも効果があった。

こうした取組により、地域の工業高校からは、毎年入社希望の学生 10 名程度の応募があり、その中から継続的に新規採用をしている。

また、インターンシップは、学生への指導等を通じて、社員向け教育ツールの作成に役立つほか、技術者の指導力が向上するなどの、副次的な効果も得られている。

綿密な人材育成計画を社内全体で共有し、社を挙げて人材育成に取り組む企業

東京都品川区の株式会社三ツ矢（従業員 320 名、資本金 1,500 万円）は、めっき加工を行う企業である。

同社は、独自の人材育成制度により、若手人材の定着率向上に取り組むなど、その独自性から、2011 年度「東京都中小企業ものづくり人材育成大賞知事賞」の大賞を受賞した。

同社の人材育成制度では、社員は個々に、目指す職位に応じて、習得すべき専門知識、技能を具体化し、計画的に社内外の研修や支援を受けることができる。

また、各社員の目標や計画は、工場長や熟練技能者等の多くの人に関わって策定し、その後、進捗状況を細かく確認、修正を行うなど、人材育成が社内全体の重要な取組として位置付けられている。

特に、専門知識、技能の向上に力を入れており、同社の現場社員から構成される検討委員会では「めっきができるとは？」からスタートし、専門知識と実技から成る資格認定制度を設け、実力を客観的に評価する工夫をしている。

専門資格の認定は、手当にも反映されるため、社員は、高いモチベーションで自己研鑽に励み、結果として、同社の技術力が高まることにつながっている。

近年では、新入社員研修にジョブローテーションを導入し、今後は、熟練技能者向けの「教える側の教育」も検討している。

将来的には、社内人材を磨き上げる育成力を同社の強みとすることを目指している。



OJT 研修の様子

京都府の京都試作ネットは、域内に所在する機械金属関連の企業が2001年に共同で立ち上げたグループであり、共同受注を通じて、京都を「試作加工集積地」にすることを目指している。

同ネットは、切削や表面加工等の高度な技術を持った企業がネットワークを形成することで、単独の企業では不可能な複数工程を実現し、難度の高い試作の依頼も引き受けている。

こうした部品加工から装置開発まで一貫した体制整備を行ったことで、2001年の設立以来、約3,400件の申込を受け、そのうち約840件が成約、17億円の売上が上がっている。

同ネットでは、顧客からの問い合わせ案件を、会員企業の中で技術力が高い企業に優先して振り分けるルールになっている。

そのため、技術力が低い企業は、必然的に技術力を鍛えることになり、会員企業同士が切磋琢磨する環境が整っている。

また、同ネットで培った技術力とノウハウを活かし、会員企業の中には、医療機器分野へ進出した企業も誕生するなど、同ネットの活動が会員企業のレベルアップにもつながる相乗効果が生まれている。

今後は、会員企業の数を増やし、グループとしての魅力をより一層高め、「試作であれば京都に」という流れを作ろうと努力している。

◆中小企業の経営を支える取組

—事例—

30

ビジネスマッチングにより取引先の販路開拓を支援する金融機関

島根県松江市の株式会社山陰合同銀行は、中小企業の販路開拓支援と地域振興に向けた取組として、ビジネスマッチングを推進している。

営業店の担当者が、取引先の売りニーズ、買いニーズを把握し、相手先を見つけて引き合わせることはもちろん、市場調査を伴う商品開発等、コンサルティング型のビジネスマッチングも行っている。その際、自行内での対応が難しい課題への支援ができるように、大学、国内外の行政機関、商社、農業協同組合、公益財団法人大田区産業振興協会等、広範囲な外部ネットワークを構築している。

同行はビジネスマッチングを推進するため、本部と営業店の意思統一を心掛けている。2010年4月に、ビジネスマッチンググループを組織し、同グループが営業店の意識向上のために各支店へ訪問し、「なぜ今ビジネスマッチングをしなければならないのか。」を、繰り返し問いかけ、考えさせている。

また、各支店に、推進責任者として専任者を任命し、成果や商談等の進捗管理を徹底させるなど、現場重視の体制整備を行っている。

なお、同行では、マッチングが結実し、実現した売上に対し、手数料を受け取っている。これは、手数料第一主義ではなく、成功報酬を受け取ることで、生半可な取組では済まされなくなることから、現場の地域貢献に対する意識を醸成させることを目的としている。

銀行である以上、最終的に貸出に結びつければよいが、たとえ結びつかなくても、中小企業のため、地域のため、汗を流すことが地域金融機関の役目と考え、同行は今後もビジネスマッチングを推進する方針である。

—事例—

31

中小企業の海外展開を支援する金融機関

静岡県浜松市の浜松信用金庫は、中小企業の海外展開を積極的に支援している。

同金庫は、海外ビジネスサポートデスクを2010年3月に設置した。同デスクでは海外展開を検討している企業に対し、独立行政法人日本貿易振興機構、社団法人静岡県国際経済振興会、浜松商工会議所等の公的機関や、信金中央金庫、提携大手金融機関の海外拠点と連携して、進出予定先の経済状況・投資環境を始めとした各種情報の提供、現地の会計士・コンサルタントの紹介等、資金供給だけではないトータルサポートを行っている。

海外展開について、構想段階である時は、取引先の進出判断と同金庫の与信判断を兼ねた、進出事業計画書の作成支援により、経営者のアイデアを形にする手助けを行い、また、生産拠点設立段階においては、担当者が取引先に同伴し現地の工場団地を視察するなど、「浜松信用金庫がお客様の海外事業部となる。」という理念のもと、取引先と膝を交えたサポートを実践している。

さらに、海外生産拠点設立の支援だけでなく、海外での販路開拓支援を推進するため、2011年4月には、香港で開催された食品・ホテル関連の国際展示会の主催者と直接交渉し、同展示会に、浜松市の企業4社の事務局となって参加した。

同金庫の御室健一郎理事長は、「地域を守る信用金庫が取引先の海外進出を支援することは、地域産業の空洞化を招くのではないかとの声もあり、当初は積極的に支援するか迷った。しかし、取引先からの支援ニーズが高く、また海外市場の成長を取り込む企業の方が、国内でも雇用を守り、地域経済にも貢献していること

が多かった。こうした取組を積み重ねていくことは、中長期的に海外現地の発展や生活の向上に貢献することとなり、それが跳ね返って日本に投資してもらうことにもつながる。」と語り、今後も、海外展開支援を推進していく方針である。

—事例—

32

中小企業の事業承継を支援する金融機関

栃木県宇都宮市の株式会社栃木銀行は、中小企業の事業承継支援の中でも、M&A支援に積極的に取り組んでいる金融機関である。

同行は内部に専門部署や相談窓口を設けていないものの、本部と営業店が連携し、また、株式会社日本M&Aセンター、東京中小企業投資育成株式会社等、外部の仲介業者を活用しながら、顧客ニーズに対応している。

営業店の担当者が入手した売却ニーズ、買収ニーズは、行内の情報掲示板で匿名のまま情報交換され、行内でマッチングができない場合は、外部の仲介業者を利用して、マッチング先の探索を行っている。

企業にとって、金融機関は債権者であることから、普段から関係構築ができていても、自社の売却を考える企業が、金融機関に相談することは多くない。そのため、同行は企業の株価算定支援等、周辺の情報提供を行うことから始め、顧客から徐々に話を引き出すように工夫を重ねている。

実際のM&A交渉の席にも、同行と仲介業者が同席して対応している。企業を売却する場合、売却側の経営者が最も心を砕くのが、従業員の雇用の確保であり、金融機関が日頃の取引関係により、情報として蓄積してきた経営者の思いや企業の歴史を踏まえて、有利に交渉ができるように支援を行うためである。

経営者の高齢化に伴い、事業承継の需要が拡

大することが予想される中、今後も取引先中小企業の経営課題への対応という地域密着型金融の一環として、事業承継支援を推進していく方針である。

—事例—

33

金融機関の支援によりグリーン・イノベーションに取り組む企業

山梨県甲府市の株式会社萩原ボーリング(従業員53名、資本金1,500万円)は、地下水・温泉開発に係るボーリング工事や、各種地質調査を行う企業である。

環境意識の高まりから、次世代エネルギーとして地中熱に着目し、地中熱利用システムの事業化を検討していたところ、メインバンクである株式会社山梨中央銀行の担当者から山梨大学の技術シーズの紹介を受け、地中熱の熱量測定技術について独立行政法人新エネルギー・産業技術開発機構の実証事業に同大学と共同で応募した。

この実証事業により、地中熱の熱量測定の低コスト化に成功し、地中熱利用システムに標準化されると、システムの実効性の把握が容易になり、普及に向けて実際に即したエネルギーコストの算出が可能となる。

地中熱利用システムは、一般的な建物では二酸化炭素の排出量が約50%削減可能となり、農業用ハウスでは、農作物の年複数回の収穫や単位面積収穫量の増量も期待できる。

同社の萩原利男社長は「経営資源に限りがある中で、大学の研究成果を世に出し、商売につなげるには、民間企業、大学、様々な機関が連携する必要がある。今後も地域社会に根ざした“地産エネルギーを用いた新エネルギーシステム”を構築していこうと思うが、金融機関がその支援をしてくれるのは心強い。」と語り、産学連携によるグリーン・イノベーションの取組を今後も推進していく方針である。

最近の経済金融情勢と今後の見通し

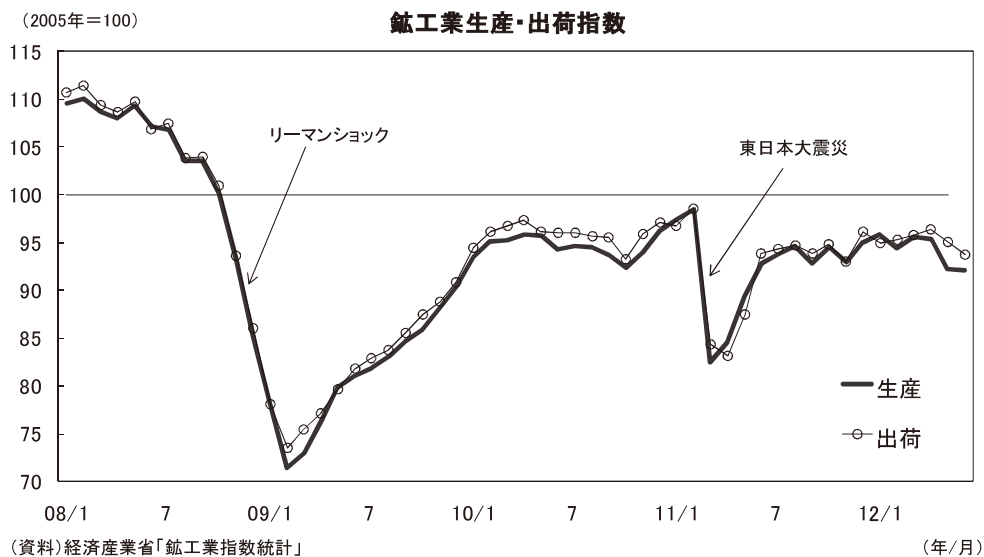
商工中金 調査部

昨年 3 月の東日本大震災以降、政府の積極的な政策推進により、我が国経済は内需の底堅さを背景に緩やかに回復しつつありますが、現在の経済金融情勢と今後の見通しについて、商工中金調査部に寄稿を頂きました。

I. 最近の経済金融情勢

1. 経済動向

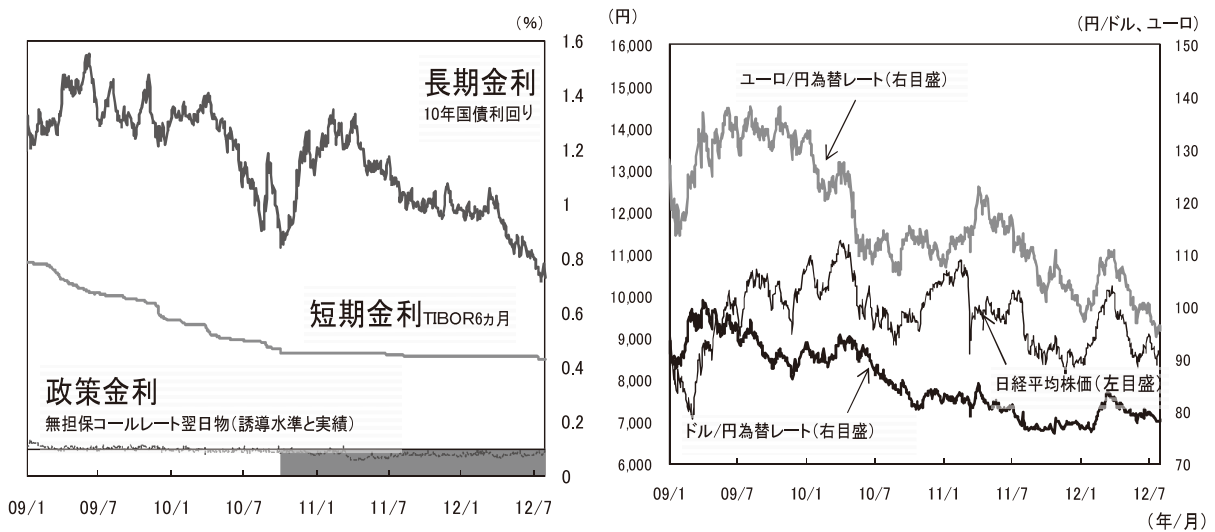
わが国の景気は昨年 3 月に発生した東日本大震災に伴い大きく落ち込んだ後は、復旧・復興の進捗、節電関連消費、地デジ移行やエコカー補助金の復活といった政策効果等に支えられ、概ね持ち直しの傾向がみられた。しかし、欧州財政問題の深刻化は世界的な金融市場の混乱を招き、欧米先進国経済のみならず中国をはじめとする新興国経済の減速にもつながっており、わが国経済も輸出の鈍化を通じて景気の下押し要因として作用しつつある。



2. 金融市場動向

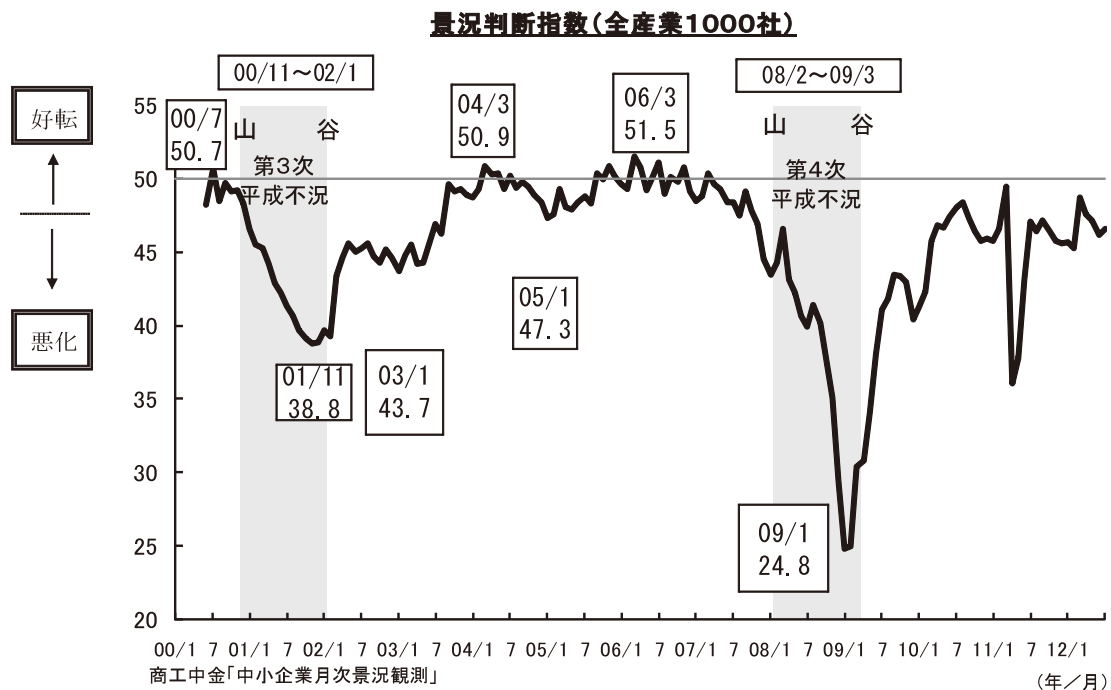
外国為替市場では震災以降、急速に円高が進行し、対米ドル相場は一時史上最高値を更新した。米国での景気減速懸念に伴う金融緩和観測を背景に日米金利差が縮小したことに加え、相対的に安全資産とされた円への資金逃避の動きがみられた。今年 2 月の日本銀行による金融緩和策の強化をきっかけに一旦は円高の流れが修正されたものの、その後はギリシャ、スペイン等の財政不安の高まりを受け、再び円買いの動きが強まり、円高方向で推移している。

欧州財政問題への懸念は投資家のリスク回避的な動きに拍車をかけ、株価の下落、長期金利の低下が一段と進んでいる。

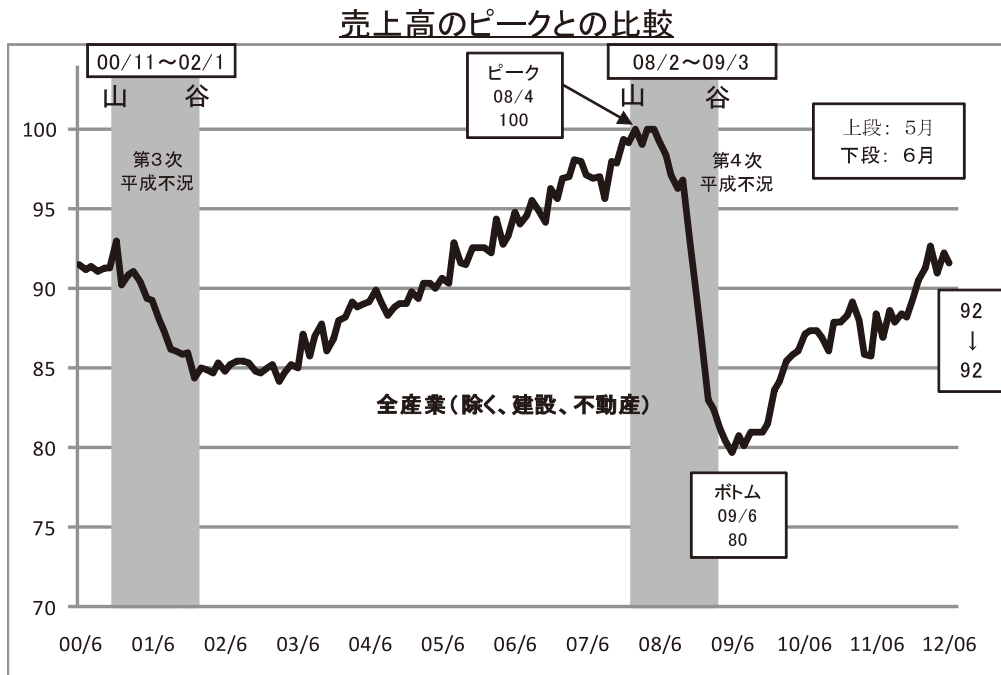


3. 中小企業動向

中小企業の景況感は震災後の落ち込みから概ね改善に向けた動きがみられていたが、このところ足踏み感が漂っている。商工中金の「中小企業月次景況観測」によれば、景況判断指数は震災直後となる2011年4月調査の36.1から2012年3月の48.7まで回復したものの、7月には46.6と足踏み状態にある。



売上高も前年水準は上回っているものの、やや頭打ちの傾向がみられる。海外経済の減速、円高の進行といったマクロ経済の不透明要因が背景にあるものとみられる。



商工中金「中小企業月次景況観測」
 (注)ピーク時点(2008年4月)を100として作成。

II. 今後の経済見通し

1. 経済動向

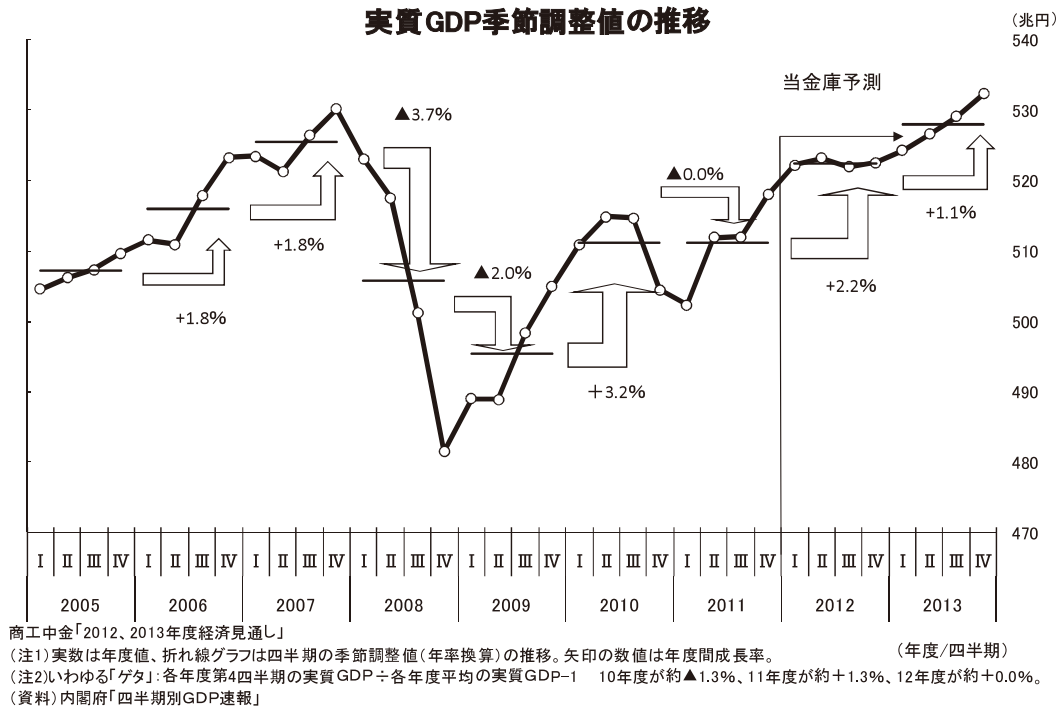
(1) 海外経済

欧州ではギリシャ、スペインといった高債務国を中心に緊縮財政が続き、金融機関の貸出姿勢も慎重化が予想され、景気の低迷が見込まれる。中心国であるドイツでは内需の底堅さを背景に相対的に早い景気回復が見込まれるものの、他国の景気回復の遅れから、欧州全体では回復感の乏しい展開となろう。2012年のユーロ圏の実質GDP成長率は小幅マイナス成長を見込み、2013年にはプラス成長に転じる。

米国では、主力の個人消費は雇用の改善ピッチが鈍く、家計のバランスシート調整圧力も残ることから景気の回復ペースは緩慢なものとなろう。また、財政管理法により政府支出が抑制されることも景気回復の足かせとなるものとみられ、外需も欧州経済の低迷から伸びは期待しにくい。したがって2012年の実質GDP成長率は+2.0%前後、2013年も2%台前半にとどまるものとみられる。

中国では、輸出は欧州向けの不振が見込まれ、今後も目立った伸びは期待できない。但し、足元で減速しつつある個人消費や固定資産投資は、インフレが鎮静化しつつあり、金融政策も緩和方向へ転換していることから、今後は伸びが高まる余地が大きい。2012年の実質GDP成長率は+8.0%前後、2013年も8%台前半を見込む。

(2) 国内経済

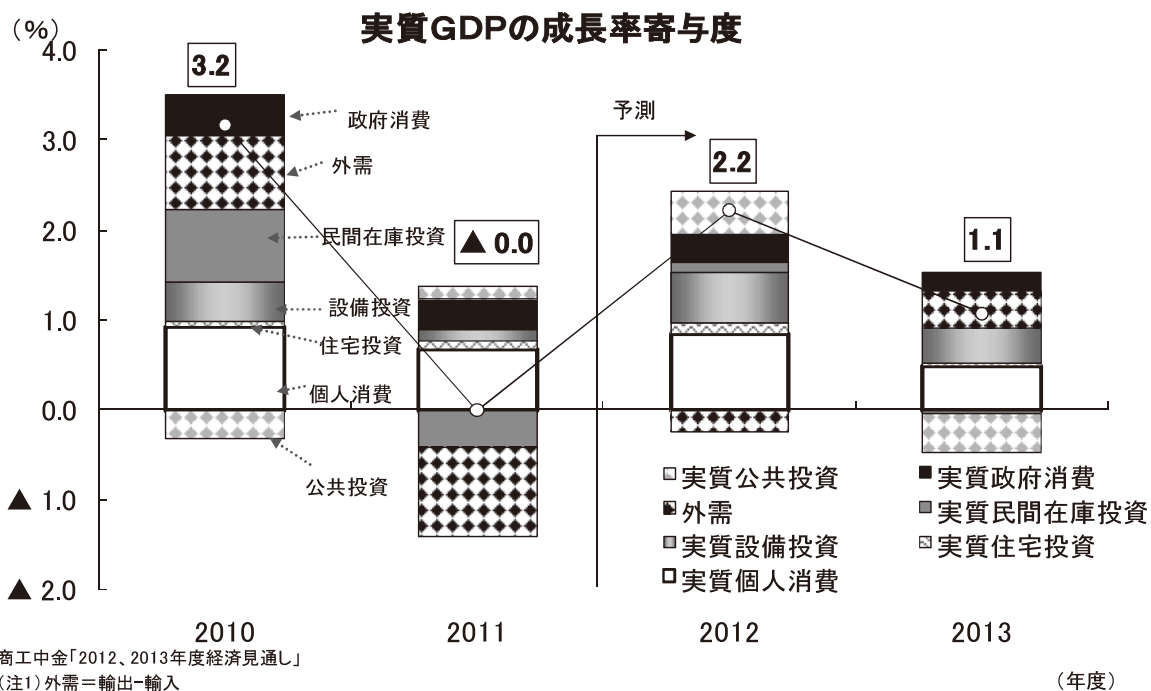


個人消費は、震災後の消費者マインドの改善やエコカー補助金制度の復活等もあり、足元では堅調に推移している。2012年度はエコカー補助金制度が年度前半で終了し、その後の反動減が見込まれることに加え、前年の企業収益の悪化から所得環境に改善が見込めないことから年度後半の伸びは期待しにくい。2013年度は企業収益の回復により所得環境も緩やかに改善し、消費の押し上げ要因となるほか、過年度に終了した家電エコポイント制度の反動減による下押し圧力も和らぐものとみられることから伸び率は鈍化するもののプラス成長を維持する。

設備投資は、中国など新興国を中心とした海外経済の持ち直しが輸出の増加につながり、輸出向けを起点とした国内生産、企業収益の増加が設備投資に波及していくと考えられ、2012年度、2013年度もプラス成長が続く。但し、近年の円高傾向を背景に製造業を中心に海外現地生産の増加が続いており、今後も海外設備投資への積極姿勢が続くものとみられることから、国内投資の一部が海外に代替されることで押し下げ要因となることに留意が必要である。

輸出は、今年度後半に欧州財政問題が次第に落ち着きを見せることを前提とすれば、米国や中国といった海外経済の回復力が徐々に高まることを受け、2012年度はプラスに転じる。2013年度は年度を通じて増加基調が続くとみられ、伸び率の拡大を見込む。

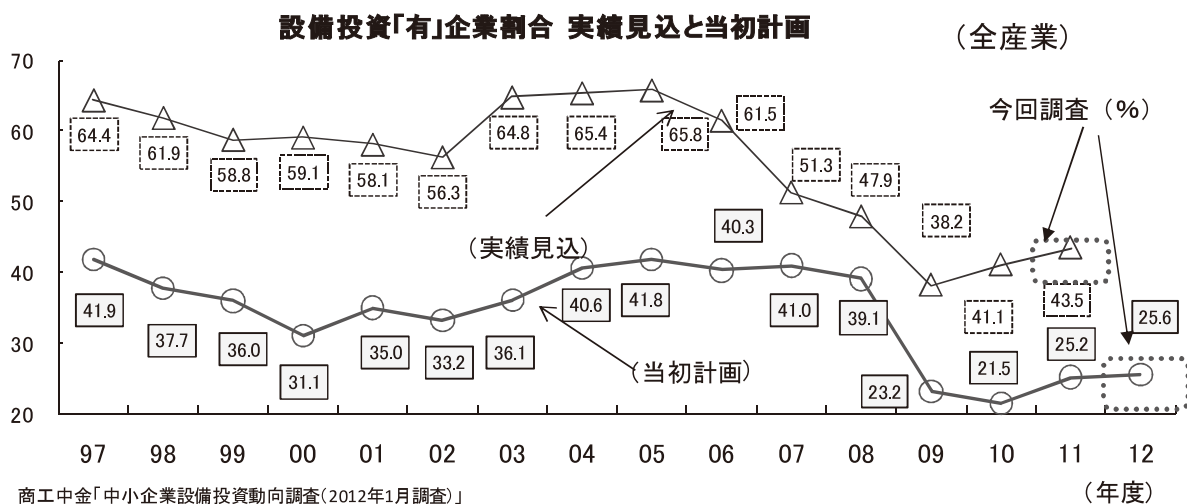
公共投資は、東日本大震災復興関連予算の執行本格化に伴い、大きく増加することが見込まれる。但し、執行のピークは2012年度中とみられることから、2012年度は成長率に対する押し上げ要因となるものの、2013年度には逆に下押し要因となる。



2. 中小企業動向

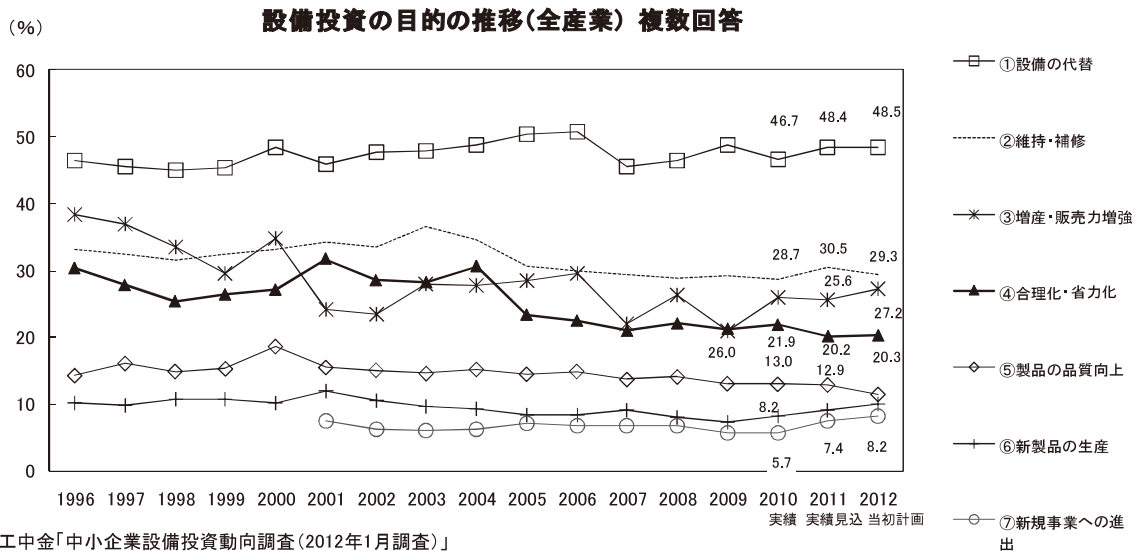
中小企業の景況感について、足元では震災以降の改善に向けた動きからやや足踏み感がみられており、先行きについても海外経済の動向や円高傾向などを勘案すると目立った改善は期待しにくいものと考えられる。

また、中小企業の設備投資動向について当金庫「中小企業設備投資動向調査」によれば、設備投資を行う企業の割合はリーマンショック後に大きく低下し、このところやや上昇しているものの、過去と比較すると著しく低い水準にとどまっている。



さらに、設備投資を実施する企業に投資の目的を聞くと、「設備の代替」、「維持・補修」といった項目が上位を占めており、「増産・販売力増強」、「新製品の生産」といった前向きな目的もやや増加しているものの、水準は過去と比べると低い。

将来に対する不透明感が払拭し切れない中、リスクを伴う設備投資の実施に二の足を踏む中小企業が多いとみられる。



商工中金「中小企業設備投資動向調査(2012年1月調査)」

(注)上記以外の回答

(10年度実績)情報化関連9.4%、地球環境問題への対応4.5%、研究開発3.1%、福利厚生2.8%、倉庫等物流関係7.8%

(11年度実績見込)情報化関連8.0%、地球環境問題への対応4.1%、研究開発3.3%、福利厚生1.9%、倉庫等物流関係8.0%

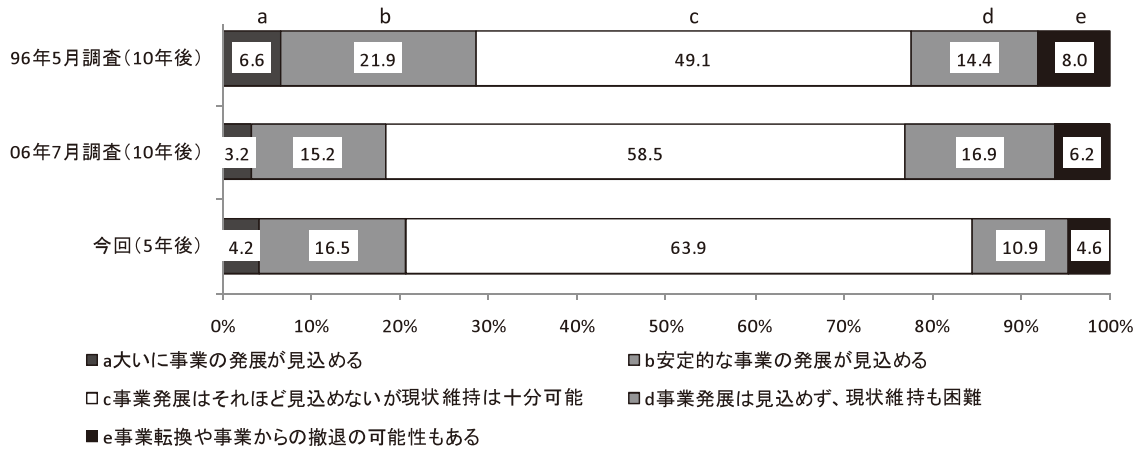
(12年度当初計画)情報化関連8.5%、地球環境問題への対応3.5%、研究開発3.8%、福利厚生2.0%、倉庫等物流関係6.3%

(回答数 11年度 全産業2,049、製造業880、非製造業1,168 12年度 全産業1,226、製造業492、非製造業734

11年度全産業には業種未回答先含む

次に、中長期的な視点で中小企業が先行きについてどのような見方をしているかを探ってみる。当金庫「経営環境の構造変化と中小企業の対応に関する調査」によれば、5年後の自社の事業環境について、「現状維持は十分可能」と概ね横ばいを見込む企業が過半を占めるが、「大いに事業の発展が見込める」、「安定的な事業の発展が見込める」をあわせた企業の割合が約2割ある。「現状維持が困難」、「事業転換や事業からの撤退」と先行きを厳しくみている企業は1割強であり、全体としてはやや楽観派が上回っている。

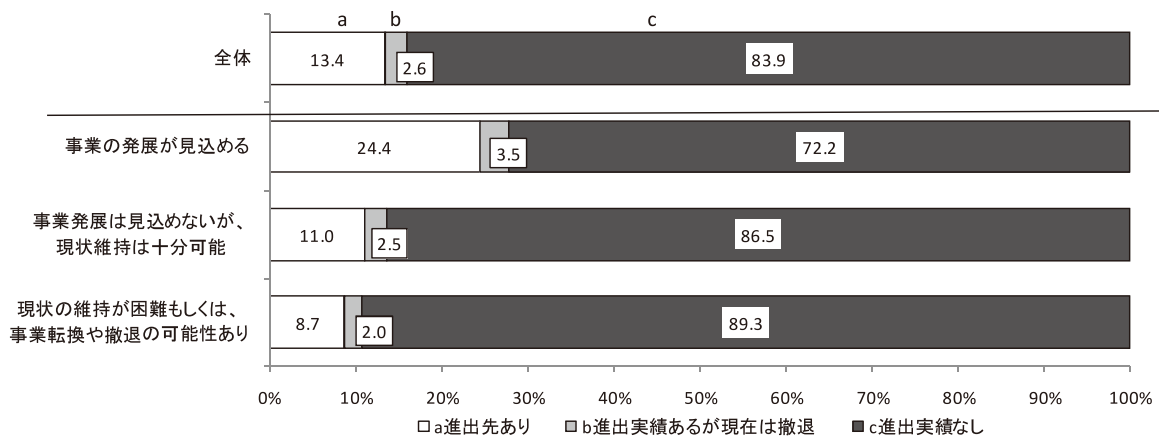
5年後の自社の事業環境認識



(資料) 商工中金「経営環境の構造変化と中小企業の対応に関する調査」
 N=06年7月調査2,346、今回4,613(96年5月調査はサンプル数非公表)

上記の長期的な事業の見通しについて、中小企業の海外進出状況との関係を見てみると、「事業の発展が見込める」とした企業では「海外進出先あり」とする割合が24.4%であり、全体の13.4%を大きく上回っている。さらに事業見通しが厳しい企業ほど海外進出の割合は低くなっている。国内需要が盛り上がりを欠き、事業環境が厳しさを増す中、海外進出に活路を見出している中小企業が増えている。

5年後の自社の事業環境別にみた海外進出状況



(資料) 商工中金「経営環境の構造変化と中小企業の対応に関する調査」
 N=合計4284, 以下887,2711,664

おわりに

わが国経済は少子高齢化に伴う内需の停滞、新興国との競争の激化など構造的な課題を抱え、中小企業を巡る経営環境は厳しさを増している。しかしこうした厳しい環境にあるからこそ、企業家精神に基づく民間企業の積極的な行動力が何よりも重要です。特に中小企業がその真髄である俊敏で柔軟な対応力を発揮し、「活力ある多数」(Vital Majority)として地域経済、さらに日本経済の発展に貢献することを期待したい。

Never Give Up! 元気を出そう! がんばれ中小企業

懐かしい故郷の味を 元気な地元商店街から発信

有限会社松栄堂 代表取締役 森田 康之 氏

地方の商店街や個店は、個人消費の冷え込みと相次ぐ大型店舗の出店により、苦境に立たされている。

こうした中、地元で愛される懐かしい故郷の味を守りつつ、百縁市や夏祭り等のイベントを積極的に開催し、地元商店街を盛り上げる、(有)松栄堂の代表取締役である森田康之氏にお話を伺った。

なお、森田氏は、かもだ通り商店街(協)の理事長としても地域経済の発展に取り組んでいる。

➤ 大正末期に創業

(有)松栄堂は、大正末期に創業し、今年で 87 年目になります。

店の看板である社名は、先々代である家内の祖父の石山松太郎の「松」が由来で、兵役終了後に菓子店を営んでいた上官を頼って、加治木町へ移り住んだことがきっかけと聞いています。

私自身は石油関連プラント会社に勤務していましたが、横浜から沖縄へ、そしてイラクへと転勤が続いたことなどから 22 歳のとき(昭和 55 年 9 月)に加治木町へ帰ってきて稼業を継ぐこととなりました。

その後、神戸へ4年間洋菓子製造の修行へ行くことになりましたが、大変貴重な経験となり、今の自分の礎になっています。



森田康之社長

➤ 現在までの事業展開

昭和40年くらいまでは、かき氷(白熊)の販売もしていましたが、懐かしさを感じる鹿児島独特の蒸し菓子類や、かすてら等、また、洋菓子類を豊富に取り揃えて、先代の両親、家内と共に地元のお客様に親しまれ、愛されるような商品作りに取り組んで参りました。

主力商品は、「かるかん」と「かるかん万頭」でしたが昨年からは新商品として発売した「ラムネ万頭」の売れ行きが



各種お万頭コーナー

予想以上に好調です。

この商品は、ラムネ味のあんこを使用しており、当初は夏季限定で発売する予定でしたが、お客様からの問い合わせや反響が大きく、通年で販売することになりました。今では当店の主力商品の1つになっています。

神戸の修行を終えて帰ってきた当時は、「神戸の味」が先代やお客様から「甘さが足りない」との指摘を受けることがありました。お客様に受入れられやすい「適度な甘さ」を求め、原材料の配合等に細心の注意を払ってきました。

苦勞の多い仕事ではありますが、お客様の「美味しかった」の一言や、お子様の誕生日ケーキを作ったときの喜ばれる顔を見るのが非常に嬉しく、頑張っていくための活力になっています。



大人気のラムネ万頭

➤ 今後の展開

私が店を継いだ当時は商品を置くだけでよく売れたものです。

極端な言い方をすれば、経営努力をしなくても、黙っていても売れる時代でした。

しかし、今は違います。「どうすればお客様に喜んでもらえるのか？」を常に考えています。

先程の「ラムネ万頭」は、単価は安い(1個 50 円)ですが、お客様にとっても喜んで頂いており、TV 朝日系列の番組でも取り上げて頂きました。その番組をきっかけに、最近では県外からの注文も増えています。

今後は、ホームページと Facebook ページの更なる充実を図り、配達や送料のコストを抑える工夫をこらし、全国のお客様から喜んでもらえるような店作りを目指していくつもりです。

これらを現実のものとするためには、元気でいることが最も大事です。元気でいれば笑顔になれる、笑顔になればアイデアなどの知恵も出てくる、そしてお客様にも喜んでもらえます。

また、理事長としてもだ通り商店街協同組合でも、「百縁市」を年 4 回、初市、師走市、夏祭り等のイベントを 2 ヶ月に 1 回は開催しており、準備等大変な部分もありますが、「元気な商店街」として、これからもお客様に「笑顔」になって頂けるよう取組んで参ります。

➤ 新しい取組み

1 年くらい前から Facebook による情報発信に取組んでいますが、お客様とのコミュニケーションに大変役立っています。これらは、使い方によってはかなりの宣伝効果があると感じているので、個店だけでなく先々は商店街としても、効果的にイベント等の情報発信ができるよう検討しています。

ただ、商店街で Facebook ページを開設しているのはまだ少ないので、今後は、この新しい情報発信ツールを有効に活用し、「笑顔と元気」を加治木から全国へ発信できるよう仲間を増やしていきたいです。

➤ 地元への想い

私は横浜に就職した後、加治木へ帰ってくることとなりましたが、やはり地元が好きだったのでしょ。

若者が、県外に就職したとしても、いつかの日か「鹿児島に帰って仕事をしたい」と思えるような故郷であって欲しいと常々思っています。

そのためには、地元で働いている我々が元気な姿を見せることが大事です。その姿を若者が見れば、きっと地元鹿児島に対する思いが生まれてくるのではないのでしょうか。

県内事業者の皆様におかれましては、是非とも自分の仕事を好きでいて欲しい。会社を、店舗を、地域を是非とも好きでいて欲しいです。そうすれば必ずお客様からも好かれることに繋がります。

地方の商店街には、大型店の進出が相次いでいます。それでもまずは自分達が、元気に明るく、笑顔で頑張ることが好転のきっかけになると信じて、今後も地域活性化に取り組んで行く所存です。



有限会社 松栄堂

◇代表取締役 森田 康之

◇鹿児島県始良市加治木町本町 350 番地

TEL 0995-62-2505、FAX 0995-62-0321

◇<http://kajiki-shoeido.jimdo.com/>

◇Facebook ページは「加治木 松栄堂」で検索できます



かもだ通り商店街協同組合

◇ 理事長 森田 康之

◇ 組合員数 26 人

◇ 主な共同事業 街路灯の設置及び管理 夏祭り等各種イベント

事務所：鹿児島県始良市加治木町本町 350 番地 (有)松栄堂内

TEL 0995-62-2505、FAX 0995-62-0321

●『新理事長等講習会』



「組合で実現する新たな事業展開」

鹿児島県陶業協同組合理事長西郷隆文氏

7月27日（金）、鹿児島市の「アーバンポートホテル鹿児島」で新理事長等講習会を開催し、「組合で実現する新たな事業展開」と題し、鹿児島県陶業協同組合理事長の西郷隆文氏が講演を行った。要旨は次の通り。

本県には、経済産業大臣の指定を受けた伝統的工芸品として「薩摩焼」「本場大島紬」「川辺仏壇」の3つの工芸品が存在する。陶業協同組合の設立は、他の2つの組合に比べ非常に遅かった。従前から任意の組織は存在していたが、組合設立の機運が小さかったことや、業界内の調整に時間を要したことが主な原因である。組合設立後は、理事長として、業界のために活動することや他の工芸品関係組合との連携等にやりがいを感じながら充実した日々を送っている。



① 理事長のやりがいと役割

自社のみならず業界全体の発展や振興を図ることが一番のやりがいである。理事長は公正な使命感をもって組合運営を行うことが重要であるが、自分の発言を通す力と決断力をもってリーダーシップを発揮することが求められる。それは、成功して当たり前で失敗したら自分の責任となるからである。理事長就任後の数年間はすべてを自らが行わなければ気が済まなかったが、人に任せる勇気を持つことも大切である。

また、理事長職を可能な限り長く続けることも必要である。自分は、6年目くらいから思うことが実現できるようになった。

② 組合事業の進め方や他組合との連携

同業者組合の場合、他からの意見が入りづらいため、発想が豊かにならず視野が狭くなる傾向にある。そのため、10年ほど前から同じ伝統的工芸品である大島紬及び川辺仏壇と3者協議会を結成し、定期的な会合や展示会等の開催を行っている。

昨年度は、中央会のコーディネートで建築設計及び建築業界との連携を図ったところであるが、各組合においても、中央会の異分野連携により業界活性化を検討してはいかがだろうか。

現在、料飲業生活衛生同業組合及び菓子工業組合と連携し、さつま料理やお菓子里に薩摩焼の皿を使ってもらってコラボに取り組んでいる。

③ 組合運営のコツ

一つ目は、組合員を単に増やすよりも「強い組合」にすることである。いくら組合員がいようと外部から認めてもらえないのでは意味がない。二つ目は、財政的に困難な組合もあるとは思いますが、可能な限り事務局を設置することである。明確な役割分担を定め、役職員が一致団結して組合運営を行うと、大きな成果を産み出すことができる。

講演に続いて、意見交換を行い、新理事長が留意すべき点や支援策の活用に関する質疑があり最後に中央会が「理事長及び理事の役割と責務の留意点」について解説を行い終了した。



(組合展示会開催のご案内)

つながる未来へ! 明日を拓く組合フェスタ



本会では、組合・組合員企業が取り扱う製品、商品や技術・サービス、組合間連携の成果事例等を消費者及び未組織事業者に広く紹介をすることにより、県内中小企業組合・組合員企業の振興並びに未組織事業者の組織化や県内外の事業者等との新たな連携体構築を促進することを目的に組合展示会を開催致します。

日 時	平成 24 年 10 月 20 日 (土)・21 日 (日) 11 時～17 時
会 場	鹿児島中央駅前「AMU広場」・「東口駅前広場」
展 示	出展者ブースを設置し、製品・商品の紹介・試食、技術・サービス等の実演、パネルの展示等を行う。
出展者	AMUビジョンを活用して出展者紹介の映像を放映。
P R	また、両日 1 回ずつステージ壇上でプレゼンテーションを行い、出展者の取り組みや製品の特徴等をPR。
司会者	タマリ氏 (KTSタレント)
ゲスト	ご当地アイドル「S★UTHERNCROSS (サザンクロス)」



〔AMU広場ステージ〕



〔タマリ氏〕



〔サザンクロス〕

鹿児島県内の業界情報

(平成 24 年 6 月情報連絡員報告)

製造業

味噌醤油製造業

消費の低迷は相変わらずであり、梅雨の時期と相まって盛り上がりの欠ける 6 月となった。

酒類製造業

(平成 24 年 5 月分データ。単位 k0・%)

区分	H23.5	H24.5	前年同月比
製成数量	6,340.6	8,502.6	134.1
移出数量	県内課税	4,256.2	4,457.3
	県外課税	5,441.4	6,101.9
	県外未納税	3,402.2	3,204.1
在庫数量	240,357.5	213,688.7	88.9

漬物製造業

相変わらず安いものしか売れない。

蒲鉾製造業

6 月は一年間で一番売上げの悪い月であるが、今年の梅雨は雨の日が多く旅行客も昨年より減少した。特に土産用の売上が悪く、全体で対前年同月比マイナス 2% となった。昨年は、新幹線全線開業効果で売上が良すぎた感がある。原材料は対前年同月比で若干値上げムードであり、キロあたり 20 円程の値上げとなっている。

経節製造業

昨年同時期に比べて原料が高止まりしている。特に 4 kg 台は高騰した状態が続いている。一方、在庫は昨年と比べて少なく収益状況は少し改善されているが、業界はまだまだ厳しい。

菓子製造業

梅雨時期は店を訪れる客も減少し、売上が伸び悩んでいる。

本場大島紬織物製造業

平成 24 年 6 月の検査反数は 666 反。前年同月対比 103.3%。

木材・木製品製造業

続落を続ける木材価格の好転材料は見受けられず、「価格だけなら今が買い時かもしれないが、売れるアテのない仕入れはできない」との言葉どおり川上から川下に至るまで市況は冷え込んでいる。梅雨と桜島降灰の影響も加わりお手上げの状況で、需給アンバランスの是正がなければ先は見えない。

木材・木製品製造業

4、5 月の木造住宅着工戸数は、わずかではあるが前年同月を上回っている。プレカットについてもまあまあだという声を聞く。しかしながら、木材業界の声は厳しいものがある。この様なことから推測すると、住宅着工とは別のところに原因があるような気がする。長雨による工事の遅延、円高ドル安による外材の利用増加、供給過多等様々な要因が重なっていると推測される。

生コンクリート製造業

出荷量は対前年同月比 98.4% の 99,968 立米で、特に減少した地域は、指宿、出水、始良伊佐、大隅、沖永良部、喜界島。特に増加した地域は、鹿児島、串木野、宮之城、垂水桜島、種子島、屋久島、奄美大島、奄美南部、甌島であった。官公需は対前年同月比 115.9% の 54,190 立米、民需は対前年同月比 83.5% の 45,778 立米であった。鹿児島で官公需が大きく伸びているが、県内では出荷量の大きい始良伊佐、大隅が大きく減少し、全体では対前年比で減少となった。減少の原因として、長引く雨の影響で出荷ができなかったことも要因となっている。

コンクリート製品製造業

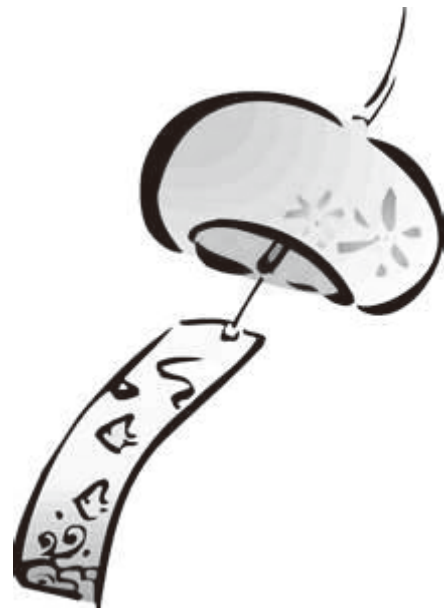
6 月の出荷トン数は 5,055 トンで対前年同月比 99.5% となった。出荷量は鹿児島、南薩地区が対前年同月比 30% 減少となり、厳しい状況となった。6 月度の受注も増えておらず、今後の発注状況が気になるところである。

仏壇製造業

海外産輸入仏壇内訳（主たる輸入国：中国、ベトナム、タイ等）は、平成 24 年 3 月 25,593 本、4 月 23,812 本、5 月 28,316 本。平成 24 年累計 124,424 本。

印刷業

「胆管ガン報道」について、引き続き全国的に問題となっている。化学物質における健康障害防止対策について、日本印刷産業連合会としての説明がなされたが、一日も早い問題解決と印刷業界の社会的信用の回復を願うばかりである。



非製造業

卸売業

売上は前年同月に比べ横ばいであった。天候不順による購買力低下が影響したものと推測される。総じて景況に踊り場感が出始めている。

中古自動車販売業

6月に入り更に厳しくなった。前半は桜島の降灰、後半は大雨にたたられ来客もほとんどなく苦戦している。今後が懸念される。

青果小売業

対前月比 83.4%、対前年同月比 90.1%であった。

農業機械小売業

梅雨も末期となり普通作の植付も大体終わった感がある。青々とした水田を見るにつけ、被害がなく収穫の大きい秋を迎えられることを願わずにはいられない。そうなれば、おのずと業界としても農家同様一段と活気が出てくる。農機の需要は天候に左右されるが、農政の動向にも大きな影響を受ける。今年はTPP問題がどうなるのか正念場であるが、なんとか良い方向にまとまってほしい。

石油販売業

原油価格は米欧景気の不透明感で、5月に続いて下げ基調を呈している。小売りも需要不振が続いており、競争激化が止まりそうにない状況下にある。節約志向に加えてエコカーの増加で売上減少が目立っている。

鮮魚小売業

「だし汁を学ぶツアー in 枕崎」に生産、加工業者、飲食、食育関係者が参加した。だしの素材としてのかつお節の特徴を知り、どういった過程で食材が味を覚えるかを学ぶ産地のこだわりをツアー客、子供たちの体験学習に取り入れたいと計画している。

商店街（霧島市）

6月売上高は前年同月比同等であった。イオン系スーパーがオープンし、若干街中を歩く人の数が増えたように感じる。また、スーパー周辺の空き店舗へ入店が決まり地域に良い影響を及ぼしている。しかし、週末になると地域量販店の新聞折込みチラシによる価格競争の波に商店街の小売店も飲込まれ苦戦している。6月は地域の各通り会、商店街の総会も多く開かれ、こくぶ通り会連合会の総会には講師に鹿児島県商店街振興組合連合会理事長の河井氏を招いて講演会を開催した。

商店街（薩摩川内市）

街中の大型ホテルが8月までで閉店し、病院ができる予定である。買物を辛抱しているのか、なかなか売上が上がらない。

商店街（鹿児島市）

月のうち晴れた日は6日、終日雨の日が10日を超え、客足が鈍った影響で売上高は減少した。

サービス業（旅館業・県内）

例年、梅雨時期は天候が悪いため観光客が落ち込む時期であり、今年も前年同月比で減少している施設が多い。5月中旬以降、徐々に前年より客が減少してきている傾向が続いており、新幹線開業効果が薄れてきた感がある。

美容業

従業員定着のための職場環境改善、技能向上のための講習会開催・参加などが当面の課題となっている。

旅行業

6月の集客状況は、前年同月比 94.25%であった。昨年は新幹線全線開業効果で県内に観光客の増加が見られたが、今は落ち着いてきた。夏休みに向けて東京方面の東京ディズニーリゾート、スカイツリー等の問い合わせが多くなってきており、集客に期待したい。秋以降の状況が見えない不安もあり、動向に注目したい。

建設設計業

小学校新設校の大型設計業務が発注された。また、各市町村や各種団体から耐震関連業務が発注されているが、国の補助金が交付決定されないため発注作業に入れていないのが実情である。組合員共々早期の発注を期待している。

自動車分解整備・車体整備業

新車の売れ行きが好調な反面、修理や車検等が減少傾向にあり厳しい状況である。

電気工事業

公共事業に比べて民間事業は競争により価格が低下し、収益性が悪くなっている。太陽光発電等も売上は伸びているが、価格は下がりつつあり収益性が悪くなっている。

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 217.9%で大幅に増加、壁装ラベル対前年同月比 62.3%で減少、じゅうたん等ラベルは対前年同月比 60.4%で減少となった。公共事業も少なく、内装の材料等もあまり動きがなかったようである。今は我慢の時期であり、今後に期待している。

建設業（鹿児島市）

今の時期は公共事業の発注は少ないが、毎年減少している。また、公共事業受注のため、国の政策に利用され総合評価による入札制度に追いつけられている現状である。

建設業（曾於市）

厳しい状況の中ではあるが、新年度の曾於市建設工事評点が発表になり、少しでもよい方向へ進むよう期待している。

貨物自動車運送業

6月に入り燃料価格は下がり気味であり、コスト面でも落ち着きをみせてきた。荷動きについては一般荷物・食肉・青果など昨年同期と比べると減少し、貨物運送業は厳しい状況であった。

運輸業（個人タクシー）

依然として低迷が続いている状態である。今月後半になると夏休みに入る為、少しは期待できるのではないかと推測している。

倉庫業

加工原材料用は4月以降微増であるが、消費量は伸びている。飼料用は横ばい状態が続いている。



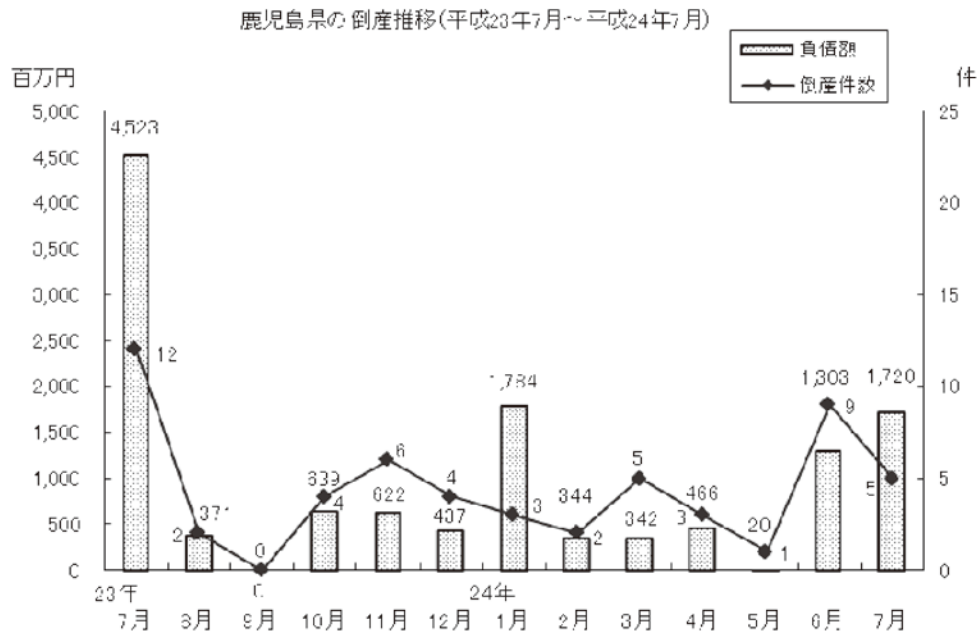
平成 24 年 7 月 鹿児島県内企業倒産概況

(負債額 1,000 万円以上・法的整理のみ)

(株)帝国データバンク 鹿児島支店

件数 5 件 負債総額 17 億 2,000 万円

〔件数〕 前年同月比 7 件減 〔負債総額〕 前年同月比 62.0%減



【概要】

平成 24 年 7 月の鹿児島県内の企業倒産（負債額 1,000 万円以上・法的整理）は、件数で 5 件（前月 44.4 比%減、4 件減、前年同月比 58.3%減、7 件減）、負債総額は 17 億 2,000 万円（前月比 32.0%増、4 億 1,700 万円増、前年同月比 62.0%減、28 億 300 万円減）となった。

【各要因別】

- ・業種別では、建設業 2 件、卸売業 1 件、小売業 1 件、不動産業 1 件。
- ・主因別では、販売不振 4 件、放漫経営 1 件。
- ・資本金では、100 万円～1,000 万円未満 1 件、1,000 万円～5,000 万円未満 3 件、5,000 万円～1 億円未満 1 件。
- ・負債額では、1,000 万円～5,000 万円未満 2 件、1 億円～5 億円未満 2 件、10 億円～50 億円未満 1 件
- ・地域別では、鹿児島市 1 件、出水地区 2 件、大隅地区 2 件。

【ポイント】

7月度としての倒産件数は、前月比4件減の5件であった。平成24年に入ってからの動きをみても、平成24年1月、6月に次いで負債額は10億円台に達した。最大の負債額となる(株)K(一般土木工事業)は民事再生法の申請後、破産に移行したため新たに件数・負債額のカウントとなったものである。

【今後の見通し】

7月発表の内閣府月例経済報告によると、景気の基調判断を「依然として厳しい状況にあるものの、復興需要等を背景として、緩やかに回復しつつある」と据え置いた。個人消費はエコカー補助金等の政策効果もあって緩やかに増加、設備投資も全産業で5年振りの増加となっている。

下振れリスクとしては世界景気に減速感が広がるなか、金融資本市場を含めた世界景気の減速感による影響や電力供給制約の影響が注意される。

鹿児島県内の景況としては、生産活動においては特産品の焼酎やかつお節などに回復は見られるも生コンや木材関係は低調な動きであり、全体としては低迷している。雇用情勢は、やや改善が見られる、個人消費も大型店舗の売上に鈍化の傾向が窺えるも、エコカー補助金やメーカー各社の新型車投入で新車販売台数には伸びが窺える。

ただし、これまで景気の牽引役でもあった観光入り込み客数は前年を下回る状況となっており、8月以降の動きが注目される。

今後については、個人消費持ち直しに貢献したエコカー補助金も8月には底をつくとの見方もあり、不透明な先行き感から景況感の悪化を認識する企業も多い。7月の倒産件数は減少に転じているが、このまましばらくは沈静化に転じると判断するのは時期尚早であろう。再生に向けての「出口戦略」を描ける企業は限定されており、任意整理から法的申請に移行する企業と、任意整理のまま法的申請を行えず休眠・廃業する企業群も顕在化していくものとみられる。季節・天候要因などがマイナスに作用する可能性も孕んでおり今後の動向が注目される。

平成24年7月企業倒産状況（法的整理のみ）

企業名	所在地	業種	負債総額 (百万円)	資本金 (千円)	態様
(株)C	鹿屋市	農業用機材卸売業	28	10,000	破産
(株)K	出水市	一般土木工事業	1,292	50,000	破産
(株)K	曾於郡大崎町	家具小売業	130	15,000	破産
(有)T	鹿児島市	鉄筋工事業	30	5,000	破産
(株)I	出水市	不動産賃貸業	240	15,000	破産
			5件 17億2,000万円		

中央会関連主要行事予定

平成24年9月	
3日(月) 14:00	組合事務局代表者講習会 鹿児島市「ホテルパレスイン鹿児島」
5日(水) 16:00	地域別交流懇談会(川薩地区) 薩摩川内市「川内ホテル」
9日(日) 11:00	かごんまわっぜかフェスタ'12 鹿児島市「天神おつきや商店街 びらも〜る」
11日(火) 16:00	地域別交流懇談会(大島地区) 奄美市「奄美サンプラザホテル」
19日(水) 16:00	地域別交流懇談会(熊本地区) 西之表市「シティホテルあらき」
平成24年10月	
10日 (水)16:00	地域別交流懇談会(南薩地区) 南さつま市「南さつま商工会議所」
20日(土) 11:00 ~ 21日(日) 17:00	中小企業組合展示会 鹿児島市「鹿児島中央駅アミュ広場」

第64回中小企業団体全国大会 in 宮崎

スローガン「組合 絆 ルネサンス 日本は一つ」

日時：平成24年10月25日(木)14時10分～

場所：宮崎市「フェニックス・シーガイア・リゾート」

(特別企画) 泉谷しげるトークライブ

～被災地復興へ魂を込めて～

※本年度は全国大会が九州で開催されるため、九州大会は開催されません。

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8,000万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。

●お申し込みは

鹿児島県中小企業団体中央会

総務企画課まで TEL 099-222-9258

中小企業かごしま (平成24年度 活性化情報第2号)

発行人 鹿児島県中小企業団体中央会 会長 小正芳史

〒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 株式会社イースト朝日

平成24年度

中小企業組合 検定試験

検定試験を受けて
組合士になろう!

JUST TRY
2012 **12.2**
〈SUN〉

1組合 1組合士
組合のあしたを拓く組合士

■ 受験資格

特になし
(ただし、組合士として認定されるには
組合等での実務経験が必要です。)

■ 試験科目

●組合会計 ●組合制度 ●組合運営

■ 試験日

平成24年12月2日(日)

■ 試験地

札幌、青森、仙台、秋田、郡山、さいたま、
東京、長野、静岡、名古屋、大阪、
松江、岡山、広島、山口、高松、福岡、
長崎、大分、宮崎、那覇

■ 願書受付期間

平成24年9月3日(月)~10月15日(月)

■ 受験料

5,000円
(一部科目免除者は3,000円)

■ その他

お申し込み方法など詳しいことは、最寄りの
都道府県中小企業団体中央会にお問い合わせ
下さい。

■ お問い合わせ先

都道府県中小企業団体中央会
全国中小企業団体中央会
TEL.03-3523-4905
<http://www.chuokai.or.jp>

主催 /  全国中小企業団体中央会 後援 / 中小企業庁 協力 / 都道府県中小企業団体中央会