2 活性化情報誌

中小企業かごしま

2020 第776号

■ 特集１　鹿児島県内のキャッシュレスについて
■ 特集２　～団結の力で活路を見出す！～
　　中小企業組合等課題対応支援事業の取り組み事例
■ 特集３　中小企業とSDGｓ

鹿児島県中小企業団体中央会

目次

特集１　鹿児島県内のキャッシュレスについて…… 1

特集２　～団結の力で活路を見出す！～
中小企業組合等課題対応支援事業の取り組み事例…… 15

特集３　中小企業とＳＤＧｓ…… 27

寄稿 これだけは知っておきたいサイバーセキュリティ（第4回）… 43

実務に役立つ判例研究…… 44
●「業務執行における理事の責任」について

組合インタビュー…… 45
●協同組合鹿児島県鉄構工業会

元気を出そう！がんばれ中小企業…… 49
●小城製粉株式会社

中央会の動き…… 53
●沖縄県中央会創立50周年記念式典＆首里城復興に向け全国大会義援金を贈呈
●食品を魅せる“視覚的販売戦略”について学ぶ（鹿児島県食品産業協議会）
●建築設計業界の「働き方改革」について学ぶ（経営強化・運営改善研究会）
●監事の職務や監査のポイントについて学ぶ（組合自治監査講習会）

組合トピックス…… 55
●創立50周年記念式典・祝賀会を開催（鹿児島県室内装飾事業協同組合）

新設組合紹介…… 55
●協同組合ビジネスサポートＫＡＮＯＹＡ

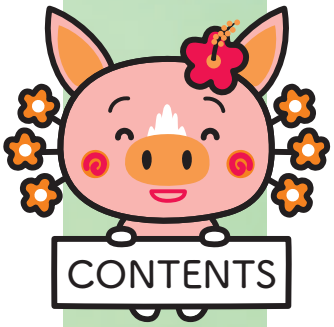
教えてぐりぶー！組合運営…… 56
●第66回　「監事の職務内容」について

組合における決算期の事務手続きの手順と留意点…… 57

業界情報…… 59
令和元年12月　情報連絡員報告

倒産概況…… 62
令和２年１月　鹿児島県内企業倒産概況

中央会関連主要行事予定…… 63



特集 1

FEATURE

鹿児島県内のキャッシュレスについて

わが国は、「『日本再興戦略』改訂2014」においてキャッシュレス決済の普及による決済の利便性・効率性の向上を掲げたことを発端に、今日まで様々なキャッシュレス化に関する施策が行われています。昨年10月の消費増税にあわせて実施されている「キャッシュレス・ポイント還元事業」による影響もあり、特にスマートフォンを使ったQRコード決済等の競争が激化しています。

鹿児島においても、昨年、鹿児島銀行が完全キャッシュレスの商業施設をオープンさせるなど、何かと“キャッシュレス”が話題になっています。

今回は、日本や鹿児島県内のキャッシュレスの現状と、中小企業への影響等について特集します。

■キャッシュレス決済とは

2019年４月に発表された「キャッシュレス・ロードマップ2019」において、キャッシュレス決済とは、「物理的な現金（紙幣・硬貨等）」ではなく、デジタル化された価値の移転を通じて活動できる状態」と定義されています。

キャッシュレス決済手段の例

	前払い（プリペイド）	即時払い（デビット）	後払い（クレジット、ポストペイド）
サービス例	電子マネー（交通系、流通系） プリペイドカード、ギフトカード	デビットカード （J-Debit、ブランドデビット）	クレジットカード キャリア決済 等
支払方法	1回払い	1回払い	1回払い 分割払い ボーナス払い
限度額	入金額 ※入金上限額が設定されている場合もある	預金口座残高 ※1日の利用上限額が設定されている場合もある	与信枠 ※収入、支払実績などをもとに設定される
利用における審査	原則なし	原則なし	あり

（出典）NTTデータ経営研究所作成

また、店頭での主なキャッシュレス決済方法は、IC チップを内蔵したカードを端末の読取り部に接触させる「接触型」、IC カードやスマートフォンなどを使用した「非接触型（いわゆる、タッチ決済）」、QR コードやバーコードなどを使用した「コード型」に分かれます。

さらに、コード型には、消費者が自身のスマートフォンの画面で提示したコードを店舗が読み取る利用者提示型 (CPM：Consumer Presented Model) と、店舗が提示したコードを消費者が読み取る店舗提示型（MPM：Merchant Presented Model）に分かれます。

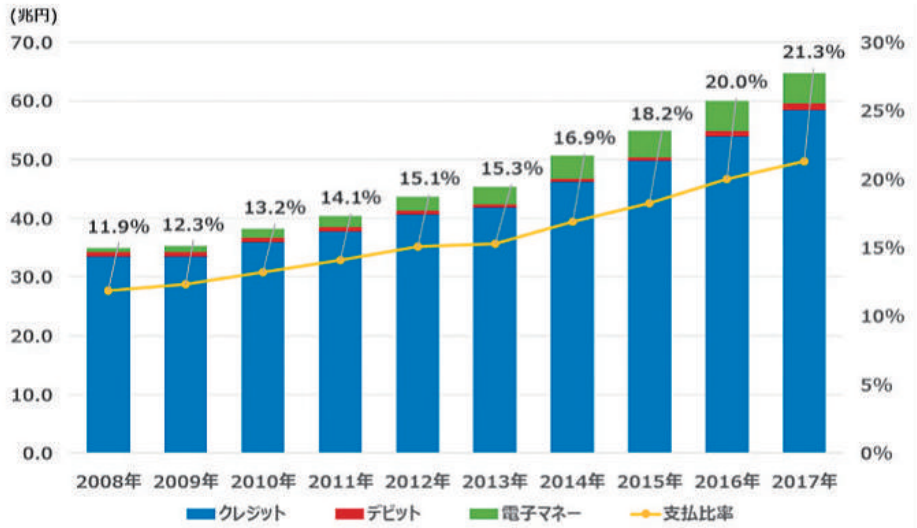
（出典）NTT データ経営研究所作成

■日本のキャッシュレス決済比率

日本のキャッシュレス決済比率は、2008年の11.9%に対し、2017年には21.3%と年々増加傾向にあります。決済手段別の割合としては、圧倒的にクレジット形式が多いものの、電子マネー決済の比率も増加傾向にあることがわかります。

キャッシュレス支払い手段による年間支払金額÷国の民間最終消費支出

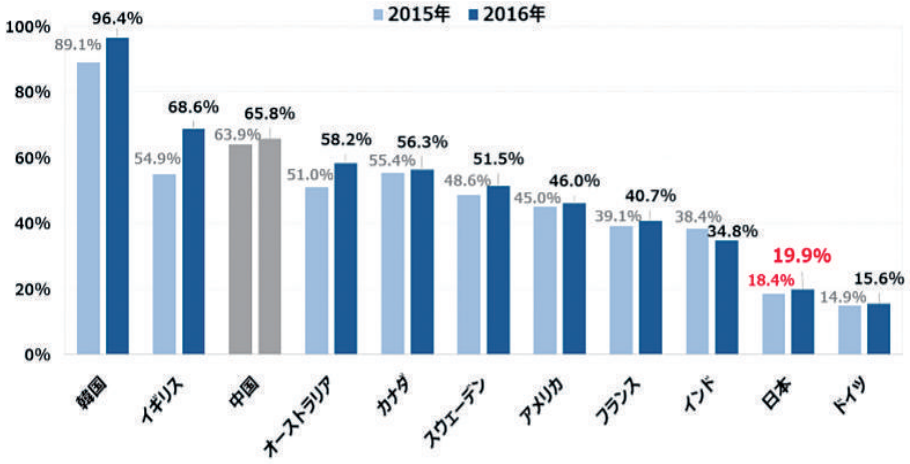
キャッシュレス支払額と民間最終消費支出に占める比率



(出典)
・内閣府「2017年度国民経済計算年報」民間最終消費支出：名目
・クレジット：(一社) 日本クレジット協会調査（注）2012年までは加盟クレジット会社へのアンケート調査結果を基にした推計値、2013年以降は指定信用情報機関に登録されている実数値を使用。
・デビット：日本デビットカード推進協議会（J-Debit)、2016年以降は日本銀行レポート
・電子マネー：日本銀行「電子マネー計数」

世界各国との比較では、インドを除くいずれの国においてもキャッシュレス決済比率の高まりがみられます。韓国やイギリスなどキャッシュレス決済比率が高い国で伸び率も高い傾向があり、キャッシュレスの普及率が一定以上に達すると、その後、一気に広まることが予想されます。

各国のキャッシュレス決済比率の状況（2015年、2016年）



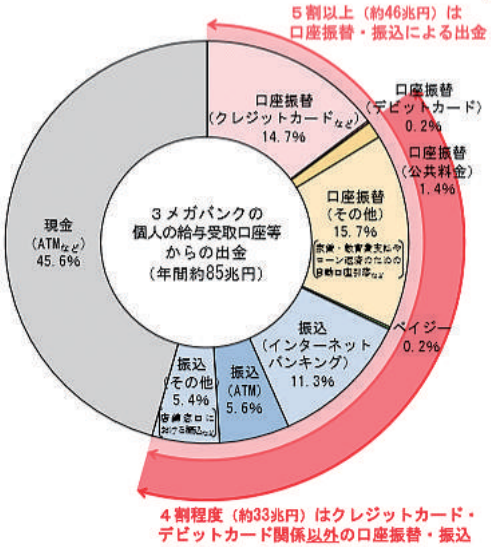
（出典）
・世界銀行「Household final consumption expenditure(2015年、2016年)」及びBIS「Redbook Statistics（2015年、2016年))」の非現金手段による年間支払金額から算出。※中国に関しては、Euromonitor Internationalより参考値として記載。

日本国内では、他国と比較しても銀行口座間の電子送金取引が早期に整備・普及しており、キャッシュレス決済比率の分子に含めるべきとの意見もあります。

金融庁では、2018年11月に３メガバンク（みずほ銀行・三菱ＵＦＪ銀行・三井住友銀行）より計数（参考値・概算値）の提供を受け、個人の給与受取口座等からの出金状況の検証結果を公表しています。これによると、54.4%は口座振替・振込により出金されており、わが国において銀行口座間の振込がキャッシュレスに寄与する割合は相当に高いことがわかります。

個人の給与受取口座等からの出金状況

以下は３メガバンクより計数（参考値・概算値）の提供を受けて作成したグラフである。あくまでも参考資料である点に留意する必要がある。



（出典）
金融審議会　金融制度スタディ・グループ平成30事務年度第3回　金融庁資料より抜粋

■日本のキャッシュレス決済政策のあゆみ

わが国のキャッシュレス決済は、「『日本再興戦略』改訂2014」においてキャッシュレス決済の普及を掲げたことにはじまり、その後、世界と日本との比較等から、具体的な数値目標を設定するなど、キャッシュレス社会の実現に向けて着実にあゆみを進めています。

2018年にはオールジャパンでキャッシュレス化を推進するため、業界横断的で産学官が連携して「一般社団法人キャッシュレス推進協議会」を発足し、2019年４月には『キャッシュレス・ロードマップ2019』を発表しました。

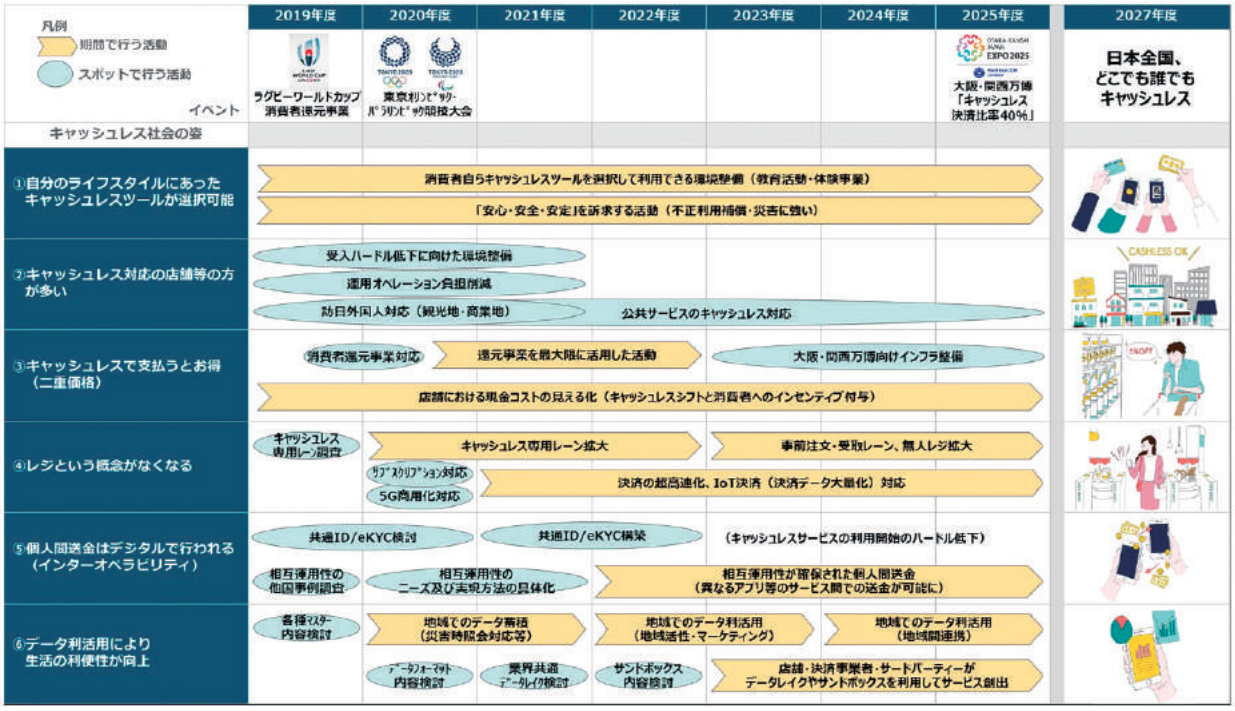
『キャッシュレス・ロードマップ2019』には、これまで行ってきたキャッシュレスに関する分析結果や検討を踏まえて、10年後のキャッシュレス社会に向け、消費者・店舗・決済事業者・行政等の中長期的な方向性が具体的に示されています。

2014年６月	**『日本再興戦略』改訂2014** 2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催を踏まえ、キャッシュレス決済の普及を掲げる。
2016年６月	**『日本再興戦略』2016** キャッシュレス化の推進等について具体的に明記 ・キャッシュレス環境の飛躍的改善 ・決済データから得られるビッグデータの活用整備　等
2017年５月	**『FinTechビジョン』** キャッシュレス化の推進のため、課題や方策を継続的に分析・検討していく必要性を示す。
2017年６月	**『未来投資戦略2017』** 今後10年間に、キャッシュレス決済比率を倍増することを目指す。
2018年４月	**『キャッシュレス・ビジョン』** 2025年までにキャッシュレス決済比率を40%とする目標を設定した上で、将来的には世界最高水準の80%を目指すとした「支払い方改革宣言」を提示
2018年６月	**『未来投資戦略2018』** イノベーションの社会実装による「Society5.02」の実現による社会課題の解決の中で「FinTech／キャッシュレス化の推進」が重点分野のひとつとして位置づけられる。
2018年７月	**一般社団法人キャッシュレス推進協議会　設立**
2019年４月	**『キャッシュレス・ロードマップ』** 10年後のキャッシュレス社会に向けて、消費者・店舗・決済事業者・行政等の取り組みの方向性を整理。

PAYMENTS JAPAN
一般社団法人キャッシュレス推進協議会

GO! CASHLESS 2020

■キャッシュレス・ロードマップ2019



『キャッシュレス・ロードマップ2019』では、昨年開催されたラグビーワールドカップ、今後開催が予定されている東京オリンピック・パラリンピックや2025年に開催予定の大阪・関西万博等も視野に入れ、10年後を目途とするキャッシュレス社会の姿（将来像）と活動の方向性を次のように位置づけています。

(1) 自分のライフスタイルにあったキャッシュレスツールが選択可能

- 消費者は利便性の高いキャッシュレスツールを常時利用し、自分の消費活動を可視化して、ライフスタイルを客観視できるようになっている。
- 義務教育段階、高等教育段階のそれぞれにおいて、キャッシュレス教育が普及しており、キャッシュレスの利便性と種類に応じたメリットとデメリットが理解されている。
- キャッシュレス利用にあたり、学生から高齢者に至るまで、安全・安心・安定の面でもきめ細かい配慮がされている。特に、不正利用の防止や、不正利用があったとしてもサポートが整備されている。

①自分のライフスタイルにあったキャッシュレスツールが選択可能

【活動の方向性】

① 消費者自らキャッシュレスツールを選択して利用できる環境整備
② 消費者に向けた「安全・安心・安定」を訴求する活動

⑵　キャッシュレス対応の店舗等の方が多い

- キャッシュレス対応店舗の方が、現金のみしか使えない店舗よりも多い。消費者には、普段使っている店舗であれば、キャッシュレス決済が「使えて当たり前」と認識されており、現金のみしか使えない店舗では消費者に「現金のみしか使えない」ことを必要に応じて丁寧に説明しなければならない。
- 海外からの訪日観光客にも不自由なくキャッシュレス決済を行えると認知されており、店舗等でもキャッシュレス決済を受け入れている。
- 公共サービス（自治体サービスを受ける際の手数料や公共施設利用料、医療サービス等）においても、キャッシュレス決済が「使えて当たり前」と認識されている。また公的機関やその職員による調達や、給付もキャッシュレスで行われている。

【活動の方向性】

① 店舗の受入ハードル低下に向けた環境整備
② 運用時におけるオペレーション負担の軽減
③ 訪日外国人 (インバウンド) のキャッシュレス決済ニーズへの対応
④ 公共サービス (自治体サービスを受ける際の手数料や公共施設利用料の支払、医療サービス等) におけるキャッシュレス対応

⑶　キャッシュレスで支払うとお得

- キャッシュレスは1円単位を扱うことであっても業務負荷が増えないため、消費者の利用インセンティンブの一つとして、キャッシュレスを利用した場合に、現金決済と比較して相対的にキャッシュレスが有利となるような価格設定がなされている。
- 他方、店舗においては現金ハンドリングコストの観点から、取扱う硬貨の種類を限定（例えば、１円や５円を取り扱わない等）できる価格設定になる。
- 店舗、ひいては社会全体としてキャッシュレスを通じた生産性向上を実現しており、高速道路通行料金の「ETC 通行料金」のような「一物二価」の価格体系が設定されている。

【活動の方向性】

① 店舗におけるレジオペレーションコストや現金管理コストの見える化
② キャッシュレス・消費者還元事業を起爆剤とした未加盟店の解消

⑷　レジという概念がなくなる

- 「会計はレジでする」という前提がなくなり、レジで並ぶ光景がなくなる。対面決済と非対面決済の垣根が消失し、「生活動線や購買の仕組みに『溶け込む決済』」の状態が作られており、店頭での支払そのものがなくなる。
- 「購買前に自らが決済手段を設定して利用する権利を購入（サブスクリプションやチェックイン）」するような形態の決済が普及している。

【活動の方向性】

① 生活動線や購買の仕組みに「溶け込む決済」への関与（含むペーパーレス）
② サブスクリプション型課金 (決済)、IoT 決済への関与

④レジという概念がなくなる

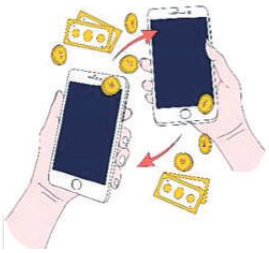
⑸　個人間送金はデジタルで行われる

- キャッシュレスサービスの利用開始時に必要な本人確認（KYC: Know Your Customer）や銀行口座と電話番号・ID の紐付け機能が統一化されており、キャッシュレスサービスの利用開始のハードルが低下している。
- 個人間送金に利用するアプリ等のサービスは、相互運用性（インターオペラビリティ）が確保されており、異なるアプリ等のサービス間での送金が可能となっている。

【活動の方向性】

① キャッシュレスサービスの利用開始のハードルを下げる工夫
② 相互運用性 (インターオペラビリティ) の確保

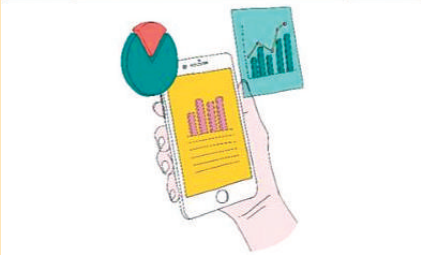
⑤個人間送金は
デジタルで行われる



⑹　データ利活用により生活の利便性が向上

- 消費者は、キャッシュレス決済のデータを利活用し、家計簿アプリとの連動等でお金の管理が容易となり、日々の消費状況の把握、中長期的なライフプランニングに役立てる等、生活の利便性が向上している。
- 高齢者の決済データが親族間等で共有され、高齢者の見守り（消費を通じた活動状況の把握、詐欺被害の防止等）が行われている
- 消費者がデータ利活用を進めるのと平行して、店舗や決済事業者についても創出されたデジタルデータの蓄積・分析を通じて、社会や地域の課題解決のためのソリューション提供や、マーケティング高度化を実現している。

⑥データ利活用により
生活の利便性が向上



■動き出した日本のキャッシュレス

わが国は、少子高齢化や人口減少に伴う労働人口減少の時代を迎え、生産性向上は喫緊の課題と認識されるなか、現金ハンドリングコストから解放されるという意味において、店舗からのキャッシュレスに対する期待が高まっています。また、消費者においてもキャッシュレスで支払いたいという意識が高まっており、キャッシュレス決済を受け入れることによる売上増加の機会獲得も重要な導入インセンティブとなっています。

加えて、2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会、2025年の日本国際博覧会（大阪・関西万博）と国際的なビッグイベントを控え、ますますインバウンド需要が拡大するものと期待されています。

(1)　国際ブランドカード決済の簡便化・短縮化の実現

国際ブランド付きのクレジットカードやブランドデビットカード等の利便性向上に向けた取組が進められています。

カードに非接触 IC チップを搭載させ、電子マネーのようにかざすだけで決済が完了するタッチ決済は、カードを店員に渡す必要もなく、一定金額以下であれば署名や暗証番号の入力も不要となるため、支払にかかるスピードが向上します。

コンビニエンスストアやスーパーマーケット、ファーストフード店での低額利用シーンを中心に導入が広がっており、署名や暗証番号の入力が求められるクレジットカード決済を敬遠していた消費者も、その気軽さから利用される可能性が高くなると考えられます。

（出典）マスターカードホームページ、パナソニック　ホームページの画像を引用し一部加筆

(2)　コード決済

中小・小規模事業者におけるキャッシュレス導入には、キャッシュレスにかかる「導入コスト」、「運用・維持コスト」、「資金繰り」の３つのハードルがネックとなっています。

コード決済は、簡易なタブレットやスマートフォン、ステッカー等により、必ずしも決済専用の端末がなくても導入可能であることから、導入コストを従来の決済手段に比べ抑えることが可能です。店舗側もコストを抑えられる簡便な仕組みで導入できるため、地域の中小・小規模事業者を含め店舗の規模を問わずキャッシュレスが広く普及することに寄与することが期待されています。

コード決済には、多くの事業者が参入したことで注目が集まり、また事業者間の競争により、店舗においても魅力的なサービス（手数料ゼロや翌日入金等）が誕生していることから、３つのハードルがかなり低くなってきています。このことは「キャッシュレス導入の裾野が広がる市場」を含め、店舗の規模を問わず幅広くキャッシュレスが普及していく後押しとなっています。

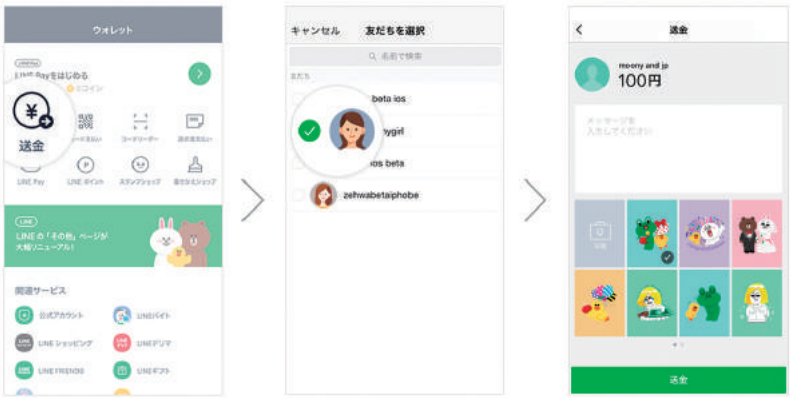
コード決済で主に情報を媒介する QR コードは、取り扱う情報を大きくできることから、クーポンをはじめとする割引や優待を自由に追加できる強みがあります。
優待情報などは、デジタルだけでなく、ポスターなどのアナログなメディアにも掲載できることから、幅広い機能の応用性も大きな魅力となっています。

⑶　新しい送金の仕組み

決済事業者を中心に送金機能提供の動きが加速しています。資金決済法改正により資金移動業が創設された平成22年から平成29年までの８年間で、登録業者は約５倍の58社、年間取扱金額は約80倍の約1.1兆円に急増しました。

これらのサービスの特徴としては、銀行口座以外の個人を一意に特定する番号（電話番号や各社アカウント等）を活用し、相手の銀行口座番号を知らずとも送金ができる仕組みがあります。

個人間送金アプリの一つである LINE Pay は、相手の銀行口座ではなく、LINE Pay アカウントを用いて送金を行います。送金時に簡単なメッセージを添えることができるほか、送金依頼や割り勘までできるようになっています。



❶ ウォレットの画面で送金を選択　❷ 送金したい友だちを選択　❸ 金額を入力、メッセージを入力してステッカーを選択して送金

（出典）LINE Pay ホームページより抜粋

⑷　キャッシュレス社会を支える新たな決済インフラの動向

インターネットの高速大容量化やスマートフォンの浸透などにより、消費者向けサービスは多様化が進んでいます。シェアリングエコノミーや IoT の本格化等により人々の生活は大きな変化がもたらされ、今まで実現できなかった或いは想像されなかったような、さまざまなサービスや決済手段が生まれ、それと共にキャッシュレスが大きく加速すると予想されます。

キャッシュレスを推進するためには、現状の日本の国内の決済インフラが抱える様々な課題を解消する必要があります。特に①オペレーション、②キャパシティ、③セキュリティ、④コストの点において、決済インフラの抜本的革新が期待されています。

■鹿児島県内のキャッシュレスの現状について

鹿児島のキャッシュレスの現状について、様々な機関や団体が独自に調査を行っています。

まず、増税前について、経済産業省「平成26年商業統計」によると、鹿児島県の「キャッシュレス決済対応店舗の割合」は23.4%、「キャッシュレス決済の比率」は10.5%で、全国と比較してキャッシュレスの普及が特に進んでいなかったことがわかります。

	キャッシュレス決済対応店舗の割合	キャッシュレス決済の比率
1	北海道（42.7%）	東京都（21.6%）
2	千葉県（36.6%）	香川県（20.6%）
3	愛知県（36.4%）	千葉県（19.2%）
4	東京都（36.0%）	三重県（19.2%）
5	神奈川県（35.8%）	神奈川県（17.8%）
⋮	⋮	⋮
45	高知県（23.9%）	鹿児島県（10.5%）
46	鹿児島県（23.4%）	佐賀県（10.5%）
47	和歌山県（21.6%）	和歌山県（10.3%）

※表の出典：総務省・経済産業省（2014）『平成26年商業統計　第2巻第5表』
※キャッシュレス決済対応店舗の割合　＝　各県のクレジットカードによる販売を行った事業所数／各県の小売業計の事業所数
※キャッシュレス決済比率　＝　（各県の電子マネー＋クレジットカードの年間商品販売額）／各県の小売業計の年間商品販売額
※山口県・徳島県の電子マネーによる販売額は非表示のため、（全国合計値－45都道府県の合計値）×各県の店舗数／山口と徳島の合計店舗数にて推計。

一方、増税後、経済産業省が公表した2020年２月１日時点の「キャッシュレス・ポイント還元事業に関する直近の状況」では、全国の加盟店登録数は約99万店で、そのうち鹿児島県内の加盟店登録数は約１万３千店となっています。人口当たりの加盟店登録数は全都道府県中で中位にあり、鹿児島においても急速にキャッシュレス導入の動きが進んでいるとみられます。

【都道府県別　人口当たりの加盟店登録数】

	都道府県	加盟店数（店舗／千人）	加盟店登録数		都道府県	加盟店数（店舗／千人）	加盟店登録数
1	石川県	11.6	13,251	10	北海道	8.9	47,277
2	東京都	11.3	156,530	⋮	⋮	⋮	⋮
3	京都府	10.2	26,431	17	福岡県	8.4	42,853
4	福井県	10.1	7,789	18	徳島県	8.2	6,002
5	鳥取県	9.6	5,348	19	鹿児島県	8.1	13,137
6	富山県	9.2	9,629	⋮	⋮	⋮	⋮
7	大阪府	9.1	80,530	46	千葉県	4.9	30,830
8	長野県	9.1	18,701	47	埼玉県	4.8	35,072
9	島根県	9.0	6,132	-	全国	7.8	985,173

※経済産業省「キャッシュレス・ポイント還元事業に関する直近の状況」（2020年2月3日）

また、県内主要観光地（指宿市、霧島市、屋久島町、奄美市）でのキャッシュレス決済の導入状況では、2019年６月調査時点と比較して、11月調査時点ではすべての地域で増加しており、全体で72.1％となっています。

【県内主要観光地のキャッシュレス決済導入率】

	2019.6 調査	2019.11 調査	増減
全体	53.8%	72.1%	＋18.3ポイント
指宿市	61.3%	69.2%	＋ 7.9ポイント
霧島市	50.0%	73.3%	＋23.3ポイント
屋久島町	50.7%	67.5%	＋16.8ポイント
奄美市	57.7%	79.0%	＋21.3ポイント

※鹿児島県「鹿児島県内主要観光地のキャッシュレス決済に関するアンケート調査」（2020年1月26日）

同じく、県内主要観光地で導入されているキャッシュレス決済方法については、クレジットカードの導入率が61.8％と最も高いですが、最も増加したのは QR コード決済で、36.2ポイント増加し50.4％となっています。

【県内主要観光地の導入されているキャッシュレス決済方法】

	2019.6 調査	2019.11 調査	増減
クレジットカード	42.9%	61.8%	＋18.9ポイント
ＱＲコード決済	14.2%	50.4%	＋36.2ポイント
電子マネー	10.8%	31.4%	＋20.6ポイント
銀聯カード	8.0%	17.9%	＋ 9.9ポイント
J-debit（デビットカード）	3.3%	10.4%	＋ 7.1ポイント
その他		2.5%	

※鹿児島県「鹿児島県内主要観光地のキャッシュレス決済に関するアンケート調査」（2020年1月26日）

2020年より鹿児島県や市町村が主催・後援し、高齢者などの一般消費者向けに、「キャッシュレス使い方講座」を開催しています。キャッシュレスの概要や使用方法について説明されるほか、スマートフォンアプリを設定し、購入体験などが行われ、キャッシュレス決済の普及向上にむけた取り組みが県内各地で本格化しています。

鹿児島県主催「キャッシュレス使い方講座（県民交流センター）」の様子

■キャッシュレス・ポイント還元事業について

2019年10月の消費税率引上げに伴い、需要平準化対策として、「キャッシュレス・ポイント還元事業」が行われています。

キャッシュレス・ポイント還元事業は、キャッシュレス対応による生産性向上や消費者の利便性向上の観点も含め、消費税率引上げ後の９カ月間（2020年６月まで）に限り、中小・小規模事業者によるキャッシュレス手段を使ったポイント還元を支援する事業です。

事業対象の店舗で、クレジットカード、電子マネーやスマートフォンによる QR コード決済などの電子的な決済を行った場合に、２～５％を還元します。

経済産業省が、定期的に本事業に関する直近の状況についてホームページ上で公表しており、2020年２月３日のリリースによると、加盟店の登録申請数は約103万店で、登録加盟店数は約99万店となっています。

本事業の対象となる店舗は、店頭にマークが掲示されるほか、スマートフォンアプリやインターネットを使って探すこともできます。

キャッシュレス・ポイント還元事業の詳細については経済産業省の特設サイトをご覧ください。（https://cashless.go.jp/）

■統一ＱＲ「ＪＰＱＲ」の導入について

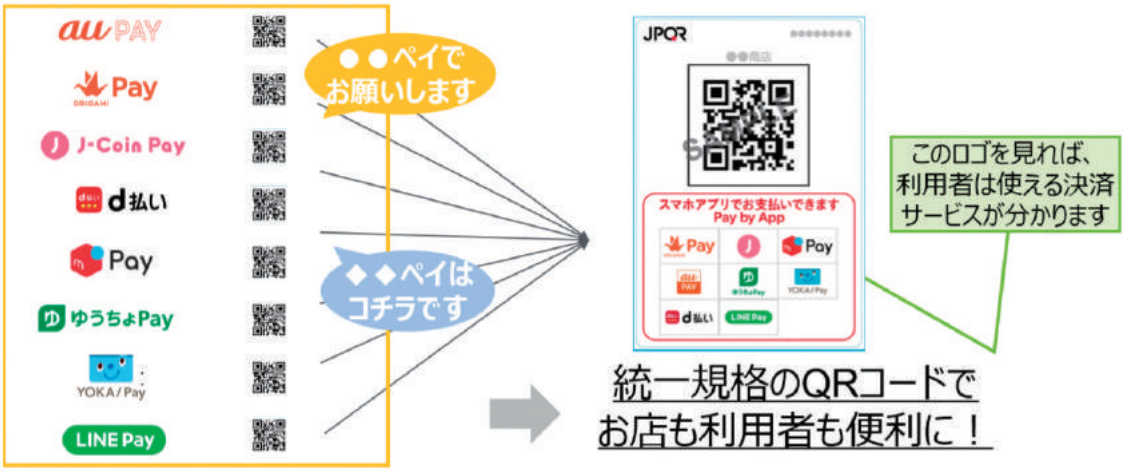
地域のキャッシュレス化を進めるうえで、店舗が負担する手数料が安い「QR コード決済」に対する期待が大きいですが、サービスが乱立傾向にあり、店舗でどのサービスを導入すればよいかわからなくなっています。

複数のサービスを導入すると、店舗は、決済サービス毎に異なる QR コードを掲示する必要があり、円滑な導入を妨げる要因となっています。

そこで、一つの QR コードで複数サービスの利用ができる、統一 QR「JPQR」の導入が進められています。

キャッシュレス推進協議会が、2019年３月に統一規格のガイドラインを策定し、総務省が2019年８月より JPQR 普及事業を開始しています。全国に先駆け、４県（岩手県、長野県、和歌山県、福岡県）で導入しており、2020年度には全国展開を予定しています。

【JPQR 利用イメージ】



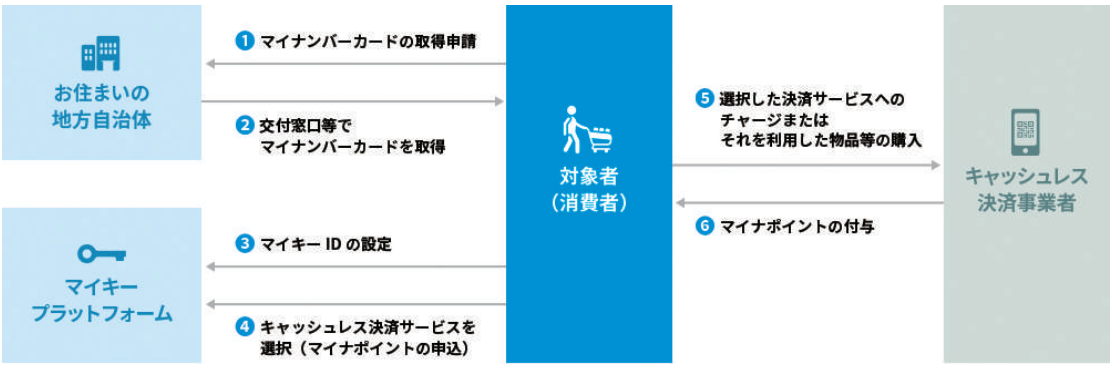
JPQR 普及事業には、現在８つの決済サービスが参画しており、事業者は申込書に必要事項を記入のうえ、必要書類を添付して申請するだけで、複数の決済サービスに加盟店申込ができるようになっています。ただし、決済サービス毎に手数料率や入金サイクルなどが異なるため注意が必要です。

JPQR の詳細については総務省「統一 QR『JPQR』普及事業」の特設サイトをご覧ください。（https://jpqr-start.jp/index.html）

■マイナポイント事業について

総務省は、東京オリンピック・パラリンピック後の消費を下支えする観点で、今年６月に終了する「キャッシュレス・ポイント還元事業」に続く官製ポイント還元事業として、マイナンバーカードを利用した「マイナポイント事業」の実施を予定しています。

マイナポイント事業は、マイナンバーカードを取得すると設定できる「マイキー ID」と対応する決済サービスを連携させることで、決済額の25％またはチャージ額の25％が「マイナポイント」として還元されます（上限5,000円分）。



※キャッシュレス消費者還元事業におけるキャッシュレス決済サービスとは異なります。
　キャッシュレス決済事業者は現在登録中です。

マイナポイントは、キャッシュレス決済サービスを提供するキャッシュレス決済事業者を通じて付与される予定であり、利用者はマイナポイントを使う決済サービスとして QR コード決済や IC カード決済などのサービスの中から１つを選択します。

マイナポイントの申込ができるキャッシュレス決済サービスは今のところ未定となっており、今後、総務省の特設サイト（https://mynumbercard.point.soumu.go.jp/）を通じて公表される予定です。

特集２

FEATURE

～団結の力で活路を見出す！～
中小企業組合等課題対応支援事業の取り組み事例（中小企業組合等活路開拓事業）

本事業で委員を務められた組合員の皆さんと、事業実施を支えられた職員さん

中小企業組合等課題対応支援事業は環境変化などに対応するため、単独では解決困難な諸テーマ（新たな活路開拓・付加価値の創造、既存事業分野の活力向上・新陳代謝、取引力の強化、情報化の促進、技術・技能の承継、海外展開戦略、各種リスク対策など）について、中小企業連携グループが改善・解決を目指すプロジェクトを支援するものです。

本年度、当事業を活用して鹿児島県畳工業組合の皆様が新たな畳の試作開発に取り組まれましたので、ご紹介します。

■鹿児島県畳工業組合の取り組み

鹿児島県畳工業組合（大江孝之理事長）は、昭和35年５月、県内の畳製造業者により設立し、組合員が製造した畳に品質などを表示する品質管理表示証（加工証紙）の共同購買や広告宣伝事業などを行っています。

近年、新築物件の減少や住宅の洋室化によって畳のニーズは急速に低迷しているほか、県外から低価格を前面に打ち出した事業者の進出によって価格競争が激化するなど、畳製造業界は非常に厳しい状況にあります。

こうした中、高品質かつ機能的な畳を開発し、新たな活路を開拓することは業界にとって喫緊の課題でした。

(1)　鹿児島県中央会へのご相談

平成30年７月、組合のある役員が相談のため本会へ来会されました。

相談内容は、「平成30年５月に畳に JIS 規格（衝撃緩和型畳床）が制定され、これを満たした製品に介護保険が適用される事例があった。本組合でもぜひ介護保険の適用を受けられる製品を組合規格として開発したい。」といったものでした。

行政へ確認したところ、残念ながら JIS 規格を満たしたからといって直ちに介護保険の適用製品となることはできないことがわかりました。

しかしながら、介護現場においては転倒による怪我などが多発しており、安全な床が求められていることは間違いありませんでした。

そこで、実際に介護事業者の方と意見交換を行い、介護現場でどのような床が求められいるのか、意見を聞いてみることにしました。

【組合概要】

鹿児島県畳工業組合			
代表者	理事長　大江　孝之		
設立年月日	昭和35年5月	組合員数	81人
所在地	鹿児島市新屋敷町7-9		
組合員資格	鹿児島県内で畳の生産事業を営む者（協業組合・企業組合含む）		
主な事業	畳製造業に関する指導教育、情報提供、調査研究など		
電　話	099 (224) 3520	ＦＡＸ	099 (284) 1126

組合は令和元年、創立60周年を迎えました

⑵　介護事業者との意見交換会

平成31年２月、中央会事業を活用して介護事業者との意見交換会を開催しました。

当日は、介護事業経営者の方をはじめ、介護現場に従事する方や介護用具を専門に取り扱っている事業者などにもご出席いただき、現場の生の声を収集することができました。

活発な意見交換の結果、次のようなことがわかりました。

・介護現場では転倒による怪我などが多発しており、安全な床の需要がある。
・被介護者は高齢者が多く、畳を好む方も多い。

これらの意見により、介護現場における需要があることは認められた一方で、次のような意見もいただきました。

・車椅子を多用するため、畳だと思うように操作できない、また畳表が傷んでしまう。
・介護保険の適用を受けるためには、専門機関の認証を取得する必要がある。
・汚れてしまうことが多いので、清潔さを保つ工夫が必要である。
・導入を検討するときに、費用やスペースの問題で断念することが多いため、置き畳や畳椅子など、部分的に導入できる製品があれば活用しやすい。

ここで得られた意見をもとに、内容を再検討し、実施の可否を決定することとしました。

意見交換会の様子

実際に畳を触って、生の声をききました

⑶　中小企業組合等課題対応支援事業（中小企業組合等活路開拓事業）への応募

平成31年３月、役員会において再検討を行いました。

改めて議論した結果、介護現場で活用しやすい畳の開発はもちろん、近年の災害発生動向を踏まえ、防災備蓄用として軽く、持ち運びしやすい畳の開発や、介護事業者との意見交換で提案された畳関連製品（畳椅子）の開発にも取り組むこととしました。

また、開発にあたって、試作品の材料費や実験費用などを賄うため、中小企業組合等課題対応支援事業（中小企業組合等活路開拓事業）を利用することとしました。

事業計画書の作成にあたっては、組合が実施したい事業を、制度の趣旨や審査項目を踏まえた上で落とし込んでいく作業が必要で、本会の支援を受けながら、理事の方が中心となり作成した結果、無事採択されました。

(4)　実施体制

本事業は、定期的に委員会を開催し、ここでの意思決定に基づき遂行していく必要があります。委員会には、外部の専門家が必ず１名以上参加しなくてはなりません。

今回は組合の理事６名に、外部機関の専門家３名を加え、組織しました。

事業実施期間中、およそ月１回のペースで委員の皆さんに集まっていただき、具体的にどのような試作品を製作していくかの決定、評価、フィードバック、進捗状況の管理・情報共有などを行いました。

また、試作開発の進捗に合わせ、適時、異業種事業者の方がアドバイザーとして参加し、試作品改良に向けてのアドバイスをいただきました。

おおよそ月に一度、委員の皆さんが集まり、事業内容を検討しました

建具事業者の方によるアドバイス

介護事業者の方によるアドバイス

⑸　本事業の成果

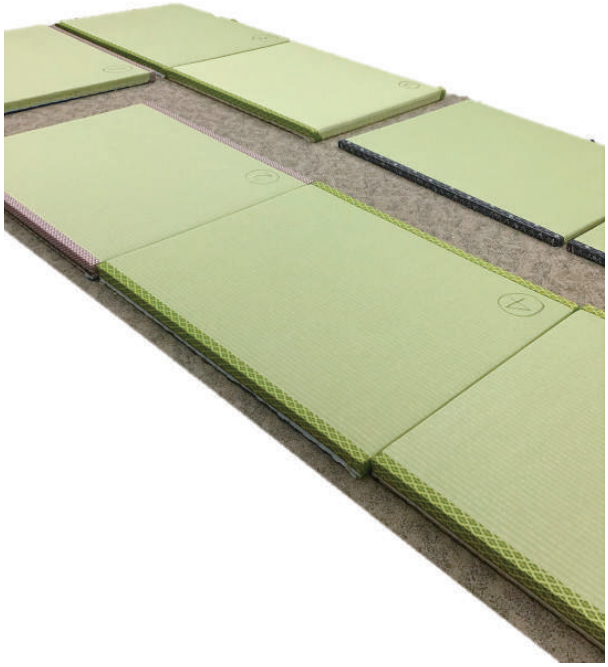
①　衝撃を吸収する安全な機能性畳

介護や保育の現場などで安全に使用できる、衝撃を吸収する畳の開発を行いました。

13種類の試作品を製作し、JIS 規格に定められる硬さの性能を満たしているかの試験を行いました。

最終的に５種類が JIS 規格に適合しましたが、適合しなかった製品の中にも座り心地の面などで評価の高い畳があるなど、今後の可能性を広げる試作品が数多くできあがりました。

今後は、完成した試作品を消費者のニーズに合わせ提供していくため、用途ごとの規格を検討していきます。



衝撃を吸収する安全な機能性畳

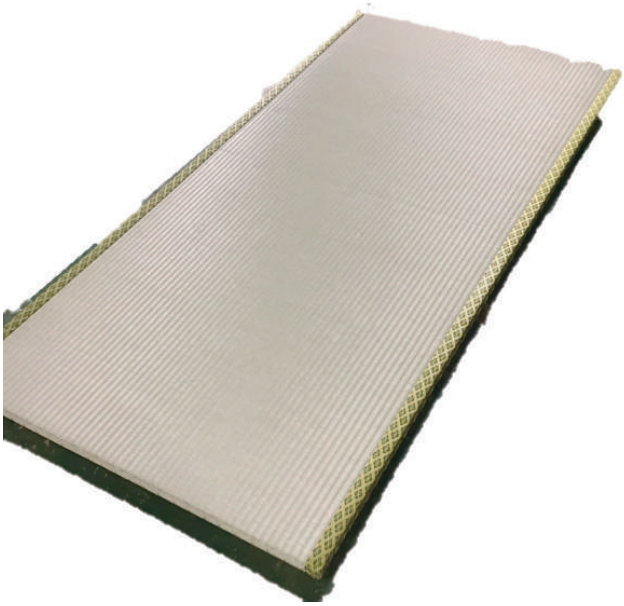
②　軽く、持ち運びしやすい機能性畳

災害備蓄用を想定し、体育館などの避難所で使用しやすい畳を開発しました。

従来の畳の４分の１程度の重量に抑えられているため、女性や子供でも比較的簡単に持ち運ぶことができ、災害用にとどまらず、アウトドアなど様々な用途に活用できます。

さらに、畳表には樹脂表とよばれる、化学繊維を合成した部材を使用しており、防水効果や防ダニ・防カビ効果が見込めます。

今後、半畳タイプなどサイズの検討や、より畳を衛生的に保つための工夫を行っていきます。

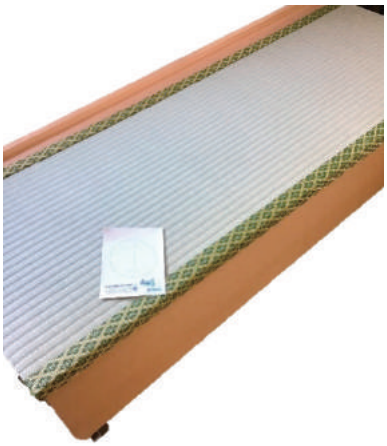
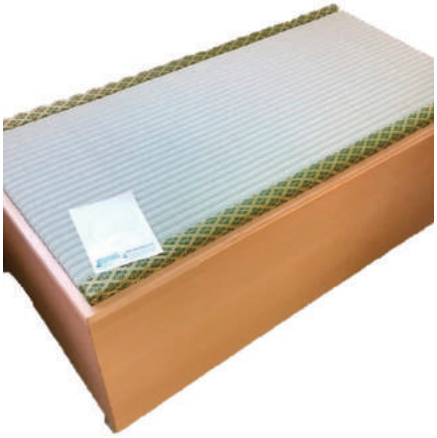
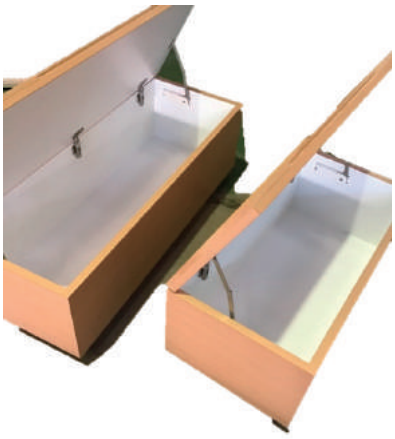


軽く、持ち運びしやすい機能性畳

③　機能性畳関連製品（キャスター付き畳椅子）

意見交換会で介護事業者の方から要望された、「部分的に畳を導入できる製品」として、キャスター付き畳椅子を開発しました。

今後、キャスターの形状や数、収納方式の検討など、より使い勝手の良い製品へとブラッシュアップしていく予定です。

キャスター付き畳椅子　大（左）小（中央）開口状態（右）

(6)　組合員の皆さんへの共有

県内各地区の組合支部長にも開発した試作品を見ていただき、意見交換を行いました。

参加者同士で積極的に意見が飛び交い、畳の新たな可能性に胸を躍らせているようでした。

効果的な事業にするため、忌憚のない意見を交換しました

また、本年２月８日（土）に組合の恒例行事「針供養」を行った後、組合員の皆さんへ向けて本事業の成果発表会を開催しました。

ここで、組合員と成果を共有し、さらなる改良を行っていくことや、将来的に組合が品質を保証する規格製品として販売体制を構築していくことについて、意識共有を行いました。本事業が終わった後も、引き続き組合員一丸となって取り組もうと、皆さん熱心に耳を傾けておられました。

針供養と本事業の成果発表会の様子

※針供養とは・・・
折れ、曲がり、錆びなどによって、使えなくなった縫い針を供養し、神社に収める行事。
２月８日を「事始め」の日であり、農作業や裁縫も休み、それから一年の作業が始まることから、
毎年２月８日に針供養が行われます。
今年は、鹿児島市の「一之宮神社」で行われました。

⑺　委員コメント～事業を終えて～

㈲宮畳工場 代表取締役
宮 伸一郎 氏

今回の事業を通し、組合員相互の連携を深めるとともに、新たな価値を持つ畳の試作開発に取り組むことができました。

住宅の洋風化が進んでおり、畳の需要が減少していく中で、このような前向きな取り組みを組合員の皆さんと協力しながら実施できたことを大変うれしく思っています。

この事業は、単なる製品開発だけでなく、業界内で力を合わせて未来を切り拓くための取り組みであったとも思います。

今回の事業はもう間もなく完了しますが、これで終わりではありません。むしろ、ここがスタートラインだと思っています。今回の取り組みをベースに、今後も前向きに、組合員一丸となってあらゆることに挑戦していきたいです。

組合員が連携・協力しながら、試作品を作り上げていきました

⑻　ぜひ、鹿児島県中央会にお問い合わせください！

中小企業組合等課題対応支援事業は、中小企業にとって厳しい経済環境が続く中、多様化する経営課題を、力を合わせて解決していく取り組みを支援する事業です。

今回の鹿児島県畳工業組合の事例のように、試作品開発を行うことも可能ですし、組合のビジョン（将来の方針）策定、調査、展示会出展など、多様な事業を通し活路を開拓していくことが可能です。

組合員の方が一丸となり課題を解決していきたいとお考えの際には、ぜひ鹿児島県中央会までご相談ください。

■中小企業組合等課題対応支援事業の概要

当事業は環境変化などに対応するため、単独では解決困難な諸テーマ（新たな活路開拓・付加価値の創造。既存事業分野の活力向上・新陳代謝、取引力の強化、情報化の促進、技術・技能の承継、海外展開戦略、各種リスク対策など）について、中小企業連携グループが改善・解決を目指すプロジェクトを支援するものです。

中小企業連携グループの“一歩その先”を支援します！

⑴　プロジェクト支援のポイント

①　中小企業グループのアイディア・取り組みを支援（6/10補助）

主役は、中小企業組合などを中心とした中小企業の連携グループです。
解決したい様々な課題への取り組みについて、その解決手段を幅広く支援します。
プロジェクトの実施は、連携グループ自体の活性化にも貢献します。

②　専門家の活用で“一歩その先”へ！

“一歩その先へ”踏み出すためには、学識経験者や専門研究機関の専門家などから「新風」吹き込んでもらうとともに、様々なアイディアや情報を得ることが重要です。

プロジェクト委員会への専門家などの参画により、多様な知識に基づく助言、新たな発見の糸口が得られ、自分たちだけでは困難だった新たな活路開拓や課題の解決を実現します。

③　中央会が親身にサポート！

中小企業連携の専門支援機関である中小企業団体中央会が、プロジェクトの事前活動から、実施段階、実施後のフォローアップや継続活動まで親身にサポートします。

■事業の枠組み

当事業には、大きく３つの枠組みが存在します。

(1)　中小企業組合等活路開拓事業 / 展示会等出展・開催事業

中小企業連携グループが、自らまたはメンバーの新たな活路を見出すための様々なプロジェクトを支援します。以下の類型のプロジェクトを実施することができます。

調査研究型

新分野に進出するための調査・研究、将来のビジョン策定

実現化型

構想やビジョンをカタチにするため、試作開発や実証実験を通して、実現化・具現化しようとするもの等

展示会等求評型

試作品や新製品を国内 / 海外の展示会等に出展、または開催して販路開拓戦略を構築するもの等

※これらの類型を組み合わせて実施することにより、さらに効果的なものとすることも可能です。

補助金額等

【補助率】　補助対象経費総額の10分の６以内

【補助金額（消費税等抜き）】

①中小企業組合等活路開拓事業

Ａ型（上限）2,000万円

Ｂ型（上限）1,158万8千円　（下限）100万円

②展示会等出展・開催事業

（上限）500万円

※Ａ型は、補助金申請予定学が１，１５８万８千円を超え、なおかつ事業終了後３年間以内に組合または組合員の「売上高が10％以上増加することが見込まれる」または「コストが10％以上削減されることが見込まれる」事業に限ります。

⑵　組合等情報ネットワークシステム等開発事業

中小企業連携グループやメンバーの活路開拓に資する情報システム開発等に係るプロジェクトを支援します。①基本計画策定事業または②情報システム構築事業のいずれかを実施することができます。

① 基本計画策定事業

除法ネットワークシステムを構築する前提となる組合事業等の業務分析、計画立案、RFP（提案依頼書）策定等の調査研究のためのプロジェクト

② 情報システム構築事業

メンバー向け業務用アプリケーションシステムの開発、普及のためのプロジェクト

補助金額等

【補助率】　補助対象経費総額の10分の６以内

【補助金金額（消費税等抜き）】

A 型（上限）2,000万円

B 型（上限）1,158万8千円　（下限）100万円

※ A 型は、補助金申請予定学が1,158万8千円を超え、なおかつ事業終了後３年間以内に組合または組合員の「売上高が10％以上増加することが見込まれる」または「コストが10％以上削減されることが見込まれる」事業に限ります。

⑶　連合会（全国組合）等研修事業

全国地区の連合会（組合）等がその会員及び組合員等を対象として、具体的な課題解決や販路拡大の実現につながる検討等を内容とする研修プロジェクトを中心に支援します。

※所属員が15都道府県以上に存在する団体が対象となります。

補助金額等

【補助率】補助対象経費総額の10分の６以内

【補助金額（消費税等抜き）】（上限）210万円

■2019年度事業での変更点

当事業は、連携組織支援施策として長い歴史を持つ制度です。
本県でも、これまで様々な組合が当事業に取り組んでこられました。

今年度から事業名が変わり、これに伴って事業類型が再構築され、以下の点について変更されました。
これによって、いままで以上に組合の皆様が活用しやすい制度となりました。

(1)　いままで以上に都道府県中央会による支援を受けることができるようになりました。

中小企業連携グループやメンバーの事業目的を支援するため、今まで以上に全国中央会と都道府県中央会が連携し、伴走型支援を行うこととなりました。
応募に際しての事前指導などの要望がある場合は、主たる事務所の所在地の最寄り都道府県中央会までぜひご連絡ください。
なお、伴走型支援を円滑に行うため、応募にあたっては、応募内容・書類等に関する情報は所在地を所管する都道府県中央会と共有することに同意することが必要となりますので、ご留意ください。

(2)　都道府県中央会による支援を受けた場合は「支援計画（推薦書）の交付」を受けることができる場合があります。

都道府県中央会による支援を受けた結果、応募内容が一定水準を満たしたと判断された場合は、支援計画（推薦書）が交付されます。交付された場合には、その書面は必ず応募書類とともに添付資料として提出してください。

特集３

FEATURE

中小企業とＳＤＧｓ

ＳＤＧｓとは

ＳＤＧｓ（エスディージーズ）とは、2015年9月の国連サミットにおいて全会一致で採択された「持続的な開発目標（Sustainable Development Goals)」のことです。すべての国の社会課題を対象とした17のゴールと、その課題ごとに設定された達成基準である169のターゲットから構成されます。

貧困や飢餓から環境問題、経済成長やジェンダーに至る広範な課題が網羅されており、豊かさを追求しながら地球環境を守り、そして「誰一人取り残さない」ことを強調し、2030年までに達成することが目標とされています。

目標の実現のため、持続可能な開発の３本柱とされる、【経済】、【社会】、【環境】分野における課題にバランス良く取り組み、政府、企業、市民など多様な主体による行動が求められています。

政府や自治体だけでなく、民間企業においても取り組む機運が国内外で高まっており、すでにビジネスの世界においても「共通言語」になりつつあります。

特に世界を相手に事業を展開する大企業では、バリューチェーン全体の見直しを始めており、関連する中小企業等のサプライヤーにも影響が広がると考えられています。

国連持続可能な開発目標（ＳＤＧｓ）

ゴール1
あらゆる場所のあらゆる形態の貧困を終わらせる

ゴール2
戦争を終わらせ、食料安全保障及び栄養改善を実現し、持続可能な農業を促進する

ゴール3
あらゆる年齢のすべての人々の健康的な生活を確保し、福祉を促進する

ゴール4
すべての人に包摂的かつ公正な質の高い教育を確保し、生涯学習の機会を促進する

ゴール5
ジェンダー平等を達成し、すべての女性及び女児の能力強化を行う

ゴール6
すべての人々の水と衛生の利用可能性と持続可能な管理を確保する

ゴール7
すべての人々の、安価かつ信頼できる持続可能な近代的エネルギーへのアクセスを確保する

ゴール8
包摂的かつ持続可能な経済成長及びすべての人々の完全かつ生産的な雇用と働きがいのある人間らしい雇用（ディーセント・ワーク）を促進する

ゴール9
強靭（レジリエント）なインフラ構築、包摂的かつ持続可能な産業化の促進及びイノベーションの推進を図る

ゴール10
各国内及び各国間の不平等を是正する

ゴール11
包摂的で安全かつ強靭（レジリエント）で持続可能な都市及び人間居住を実現する

ゴール12
持続可能な生産消費形態を確保する

ゴール13
気候変動及びその影響を軽減するための緊急対策を講じる

ゴール14
持続可能な開発のために海洋・海洋資源を保全し、持続可能な形で利用する

ゴール15
陸域生態系の保護、回復、持続可能な利用の推進、持続可能な森林の経営、砂漠化への対処、ならびに土地の劣化の阻止・回復及び生物多様性の損失を阻止する

ゴール16
持続可能な開発のための平和で包摂的な社会を促進し、すべての人々に司法へのアクセスを提供し、あらゆるレベルにおいて効果的で説明責任のある包摂的な制度を構築する

ゴール17
持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する

これまでの社会が持続できない未来

昔に比べて、災害を引き起こすほどの豪雨や35℃を超える猛暑日等が増えていると、皆さんも感じているのではないでしょうか。

福岡管区気象台「九州・山口県気候変動監視レポート (2018)」によると、鹿児島県の年平均気温は、100年あたり1.70℃の割合で上昇し（図１）、鹿児島湾の年平均海面水位は、1985年から2018年までに1年あたり2.6～4.2mm の割合で上昇しています（図２）。

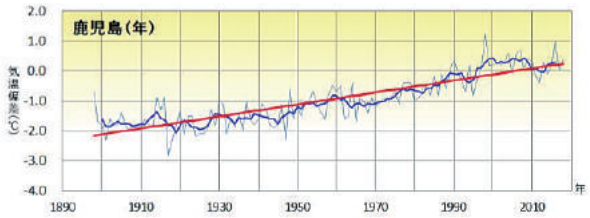


図1　鹿児島県の年平均気温

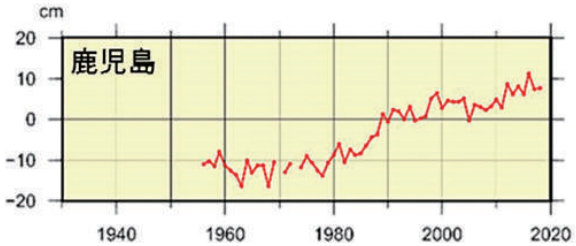


図2　鹿児島湾の年平均海面水位

地球温暖化は、様々なところに影響を及ぼしています。環境省の資料によると、日本においても地球温暖化により水稲・果樹の品質低下、熱中症・感染症の増加、異常気象による自然災害の発生、生物種の減少といった現象が既に起こりつつあります。

これらの現象は、食品業界の原材料不足・価格高騰、熱中症や水害等への対応といった中小企業の経済活動へ今後さらなる影響を及ぼすことが危惧されています。

例えば、ユーグレナ社は、東京大学の大気海洋研究所の伊藤進一教授監修のもと、東京・銀座の有名寿司店である銀座久兵衛とともに「寿司が消える日」と題して、このまま地球温暖化が進んだ場合、寿司屋からネタが消滅する未来を予測するといったキャンペーンを行っています。

ＳＤＧｓが国連において全会一致で採択された背景には、人類が豊かに生存し続けるための基盤となる地球環境は限界に達しており、「このままでは世界が立ち行かない」という国際社会の強い危機感の表れと言えます。

すべてのステークホルダーの取組が期待されている

ＳＤＧｓは国連で採択されたものです。国連と聞くとどこか遠くの問題と考えがちですが、国際社会の課題は、そもそもは各国の小さな問題が積み重なって発生している問題であり、その解決のためには、国連に加盟する各国やその国民一人一人・企業一社一社、すべてのステークホルダーの取組が必要です。

個人や企業それぞれができることは小さなことかもしれませんが、その取組の積み重ねがやがて大きなうねりとなり、国際社会の課題解決の一助となることが期待されています。

なぜ中小企業が取り組む必要があるのか

① 中小企業は、ＳＤＧｓの実施・達成のキープレイヤーです。

ＳＤＧｓの実施・達成に向け、政府だけでなく、様々なプレイヤーが行動を起こすことが想定されています。中でも、民間企業の力、特に中小企業の力が重視されています。日本における中小企業数は全体の99%、従業員数でも約70%を占めていることを考えても、中小企業の行動が国内外でのＳＤＧｓの実施・達成の鍵であるといえます。2018年12月に政府が発表した「ＳＤＧｓアクションプラン2019」では、中小企業におけるＳＤＧｓの取り組み強化がうたわれています。

② ＳＤＧｓは中小企業にとってビジネスチャンスと考えることもできます。

ＳＤＧｓの達成には、民間企業が提供する商品やサービスが必要とされています。また、ＳＤＧｓ達成のための新たな技術やビジネスアイデアも求められています。こういったＳＤＧｓがもたらす市場機会の価値は、年間12兆ドル（約1,340兆円）、2030年までに創出される雇用は、世界で約３億8,000万人といわれています。

※ PwC2015年調査、Better Business, Better World, Business & Sustainable Development Commission

③ ＳＤＧｓを取り入れているかどうかが「会社選び」の基準になるかもしれません。

ＳＤＧｓを使ったバリューチェーンの見直しがビジネス界でも進んでおり、サプライヤーにも影響が出ると考えられます。また、ここ数年のＥＳＧ投資（※）の拡大は、持続可能な社会に貢献する企業への投資拡大を意味しています。このような時流を捉え、時代を先取りして、持続可能性をビジネスに内部化することが得策です。

※ＥＳＧ投資…財務情報だけでなく、企業の環境（Environment）、社会（Social）、ガバナンス（Governance）に関する取り組みを重視する投資のこと

④ ＳＤＧｓに取り組むことで、企業イメージのアップ、従業員の確保や「やりがい」につながる例が報告されています。

ＳＤＧｓに取り組んでいることが、社会における自社イメージや社会的信頼をアップさせ、意識の高い、優秀な人材を惹きつけることにもつながります。また、ＳＤＧｓを通じて企業活動が世界や社会とつながることで、従業員の仕事の「やりがい」を生み出し、仕事に対するモチベーションにも役立っている事例が報告されています。

⑤ ＳＤＧｓは企業の「これから」を考える指針になります。

自社は時代のニーズにあった活動をしているでしょうか。企業の存続のために何を変える必要があるかを考えるとき、ＳＤＧｓは共通の「モノサシ」になります。ＳＤＧｓから自社を見たとき、働き方改革、女性活躍、社会的弱者の活用など、多くのヒントを与えてくれるかもしれません。

ＳＤＧｓは、誰でも、いつでも始められます！

ＳＤＧｓは認証制度ではなく、自発的な取組を促すものであり、「できるところから、いつでも始められる」ことが特徴のひとつです。自社のペースで取り組むことができます。

取組の進め方

ＳＤＧｓの達成に向けた中小企業の取組は、今のところ多くありません。しかし、経営者と社員の距離が近い中小企業なら、組織の設置や会議の開催などの形式にとらわれず、“とりあえず担当者を決めて、何かやってみる”ことから始めると、いろいろな気付きにつながっていきます。そして、社内活動から地域へと、より社会にインパクトのあるものへと深めていくとよいでしょう。

企業規模、業種、得意分野、成り立ち、経営課題、人員構成や業務体制などは、企業によって様々ですが、各企業の個性を生かして「自社だからできる」取り組みの実践へとつなげることが重要となります。

ＳＤＧｓに取り組む際には、以下に示す手順１～５の順番で進めてみましょう。

ＰＤＣＡサイクルによるＳＤＧｓの取組手順

取組の意識決定	手順１：話し合いと考え方の共有 １）企業理念の再確認と将来ビジョンの共有 ２）経営者の理解と意思決定 ３）担当者（キーパーソン）の決定とチームの結成
ＰＬＡＮ （取組の着手）	手順２：自社の活動内容の棚卸を行い、ＳＤＧｓと紐づけて説明できるか考える １）棚卸の進め方 ２）事業・活動の環境や地域社会との関係の整理 ３）ＳＤＧｓのゴール・ターゲットとの紐付け
ＤＯ （具体的な取組の検討と実施）	手順３：何に取り組むか検討し、取組の目的、内容、ゴール、担当部署を決める→取組の行動計画を作成し、社内での理解と協力を得る １）取組の動機と目的 ２）取り組み方 ３）コストについての考え方
ＣＨＥＣＫ （取組状況の確認と評価）	手順４：取組を実施し、その結果を評価する １）取組経過の記録 ２）取組結果の評価とレポート作成
ＡＣＴ （取組の見直し）	手順５：一連の取組を整理し、外部への発信にも取り組んでみる→評価を受けて、次の取組を展開する １）外部への発信 ２）次の取組への展開

手順１：話し合いと考え方の共有

○企業理念を改めて確認し、自社の将来ビジョンについて考え、共有する
○経営者（社長など）に説明し、その理解と意思決定を得る
○取組における主体（担当者、チーム）を決める
○社内向けの説明資料を作成し、社内での普及啓発に取り組む

1）企業理念の再確認と将来ビジョンの共有

取組を始める前に、まずは自社の企業理念を再確認してみましょう。そうすると、ＳＤＧｓのゴールとのつながりが理解できるかもしれません。また、2030年の自社の姿を考え、将来像を全員で共有する機会を持つことも重要です。特に会社の将来を担うこととなる若手職員が中心となって話し合い、自らのミッションは何かを考えることは、個々の意識改革にもつながります。

2）経営者の理解と意思決定

取組を進めるためには、経営者（社長など）の理解が必要となります。まずは、ＳＤＧｓに取り組む理由や意義などをまとめた資料を作成し、それを用いて説明を行って、会社全体としてＳＤＧｓに取り組むことの意思決定をしてもらいます。

3）担当者（キーパーソン）の決定とチームの結成

担当者を決めることで取組が実際に動くようになります。主担当にはリーダーシップを発揮できる人を選び、その他、社内・社外での活動に柔軟に対応できるメンバーで構成しましょう。また、主担当を決めるのではなく、プロジェクトチームを結成して役割分担しながら取り組む方法もあり、ここは自社に合った形で進めましょう。

なお、取組を始めるにあたり、同じような活動をしている他企業とのネットワークがあると助けになります。例えば、グローバル・コンパクト・ネットワーク・ジャパン（ＧＣＮＪ）では、ＳＤＧｓの取組に関する会員企業向け支援ツールや事例集の提供、ＳＤＧｓをテーマとした分科会活動を行っています。他社の取組を見ることでモチベーションの向上や勉強になるとともに、そこでのネットワークから次のビジネスが生まれることもあるかもしれません。

手順２：自社の活動内容の棚卸を行い、ＳＤＧｓと紐付けて説明できるか考える
○自社の事業・活動の内容を整理する
○取組に対する社内の理解と協力を得る

企業によっては、これまで実施してきた環境に関する取組や事業活動の中で配慮してきた事項が、そのままＳＤＧｓの取組につながることもあれば、“持続可能な事業活動”という視点で見直してみることで、関係性が把握できることもあります。

取組を始めるのは経営者であっても、実際に継続して行うには社員の力が必要です。そこで、日頃から行っている取組とＳＤＧｓの関連性を認識することが、“世界全体の目標”であるＳＤＧｓを“自分たちの目標”として意識するきっかけになるのではないでしょうか。

１）棚卸の進め方

① ホームページや会社案内等を活用して事業・活動をリストアップする

まずは、自社がどのような事業や社会貢献活動を行っているかを整理することが必要となります。社外向けの業務・製品紹介や技術案内、環境レポート等を活用して、自社の事業を整理しましょう。また、社会貢献活動や、外部認証、表彰なども保有していれば、併せてリストアップしておきましょう。

② 事業・活動リストを社内で確認する

ＳＤＧｓの担当者だけでは、自社のことであっても、すべてを把握できるとは限りません。リストアップした内容を社内で確認し、不足があれば追加する必要があります。そのためには、各部署ともコミュニケーションをとって、より多くの社員を巻き込むことが重要になります。その際には、既存の社内委員会や会議等を利用して趣旨を説明し、協力をお願いするのもよいでしょう。

２）事業・活動と環境や地域社会との関係の整理

リストアップした自社の事業・活動の内容を踏まえて、それらがもたらす環境や地域社会への効果・影響を整理します。ここでは、整理しやすい方法として、各取組に関連するキーワードを挙げておくとよいでしょう。

３）ＳＤＧｓのゴール・ターゲットとの紐付け

環境配慮・地域社会との関係に係る内容をもとに、どのゴール・ターゲットに貢献するのかを整理する紐付け作業を行います。ＳＤＧｓとの関連性を示す際には、“誰にでも分かる”ように17のゴールのアイコンを使って視覚的にわかりやすくすることも効果的です。

紐付けをすることで、自社の特徴がよく見えてくるはずです。それは、強み・弱み（得意・不得意）として捉えることもできるでしょうし、将来のビジネスチャンスと経営リスクとして捉えることもできるでしょう。紐づけた結果を分析することで、次の戦略へ活かすことができます。

手順３：何に取り組むか検討し、取組の目的、内容、ゴール、担当部署を決める

○扱いやすく、効果が期待できる取組を抽出する
○取組の内容、ゴール、スケジュール、担当部署を決める
○コストについての考え方を整理しておく

取組の行動計画を作成し、社内での理解と協力を得る

○経営者（社長など）の了解を得る
○社内に周知し、広く意見を募集する

１）取組の動機と目的

ＳＤＧｓに関する取組は、一部の大企業の間で進みつつある一方で、中小企業の多くは「何から取り組めばよいのか分からない」という状況にあります。また、担当者が取組に費やせる予算と時間は、ある程度限られてしまいます。そのため、取組に価値が見出せるかどうかは、とても重要となります。

まずは、ＳＤＧｓをどう使うのか、何のために取組を始めるのかを考えてみましょう。ＳＤＧｓの使い方は、自社にとってメリットとなり、社内の協力が得られやすい内容とするのがよいでしょう。例えば次のようなものが考えられます。

ＳＤＧｓの使い方と取組の動機・目的（例）

目　的	動　機	ＳＤＧｓの使い方
コスト削減	燃料費や電気代が高騰してきた	従業員の省エネ意識を、ＳＤＧｓを活用して改善する。活動や製造方法の改善などをして、コストを削減する
経営計画の策定	顧客の幅が狭く、売上も縮小	ＳＤＧｓに示された目標から 2030 年の世の中を想像し、何が必要か従業員みんなで考えてみる
新製品・新サービスの開発	取引先からの要請	“持続可能性”を組み込んだ製品やサービスにより付加価値をつける
新規顧客の開拓	売り上げ増	ＳＤＧｓに即した調達基準を設定している企業などに営業する
事業パートナーの募集	新たな事業をはじめたい	異業種交流会やＳＤＧｓに関心のある企業セミナー等に参加しネットワークを構築する
従業員のスキルアップ	生産性を向上したい	ＳＤＧｓにより仕事と社会や地球環境とのつながりを理解することで、モチベーションの向上や意識改革を狙う
就労環境の改善	働き方改革への対応	ゴール５やゴール８を参考に新しく制度や仕組を考える
女性の活躍	優秀な人材確保	ゴール４を参考に家庭や育児と仕事を両立できるような制度や仕組を考え、女性を積極的に採用する
知名度の向上とブランディング	取引先や消費者からの信頼度を高めたい	ＳＤＧｓのアイコンを使って社会への貢献度や貢献内容をアピールする 認証の取得や表彰にチャレンジするなど、外部評価を得ることで対外的にアピールする 地域の子供たちに学習機会を提供し、自社の取組を題材にしてＳＤＧｓを説明する

取組の動機と目的が決まったら、それをいつまでに取り組むかというスケジュールを立てます。設定する期間は、あまり長期でない方がよいでしょう。

また、取組を始める前に、省エネの取組であれば電気使用量やCO_2排出量、社員の福利厚生に関する取組であれば社員へのアンケート調査など、事前のモニタリングを実施しておくと、取組後の結果と比較でき、評価がしやすくなります。

複数のゴール・ターゲットに取り組むのは大変だと感じたら、取り組むゴール・ターゲットを絞って始めてみましょう。

2）取り組み方

ＳＤＧｓの取組は大掛かりな投資や体制整備が伴う大規模なものである必要はなく、利用できる経営資源の範囲で実施できる小規模なものから始めればよいものです。むしろ、柔軟性や革新性、地域コミュニティとの密接なつながりなど、中小企業の強みを活かしながら、それぞれの「身の丈に合った」地道な活動を継続することが重要です。

①　本業としての取組

本業としてＳＤＧｓに取り組む際には、「製品の作り方やサービスの提供の仕方を改善する」「製品やサービスそのものを改善する」などが考えられます。

どちらの取り組み方も製品やサービスの付加価値を高め、上手にプロデュースしていくことで直接的な収益にもつながる結果をもたらします。

例えば、製品の作り方を改善する方法として、エネルギーの使い方を見直すことが挙げられます。この取組は、コスト削減というメリットにつながり、削減された分を製品の改善に投資し、新たな価値を生み出すことにもつなげるという循環も期待できます。そして、このような自らの構造改革で資金を捻出し、それを付加価値の創出につなげていくという流れこそ、ＳＤＧｓへの貢献につながります。

②　ＣＳＲ活動や社会貢献活動としての取組

最初から本業とつなげてビジネスに発展させる取組である必要はなく、まずは地域活動への社員の参加や募金・寄付による間接的な貢献でもよいのです。ただし、その取組によって得られる効果と関連するＳＤＧｓのゴール・ターゲットは意識して取り組む必要があります。そしてその後、自社が主体となる本業とも関連した取組へとひろげていくことも考えられます。

3）コストについての考え方

ＳＤＧｓの取組に係る資金をどのように準備するかを考える必要があります。本業として取り組む場合には、省エネなどによるコストの削減により資金を捻出する考え方があります。また、ＣＳＲ活動として取り組む場合には、各企業の予算の確保が必要となります。資金を外部から調達する場合、補助金や助成金、クラウドファンディング等を活用する事例もあります。行政機関の支援策や銀行による融資も重要な調達方法であることから、情報収集をして積極的に活用してみましょう。

手順４：取組を実施し、その結果を評価する

○経営者（社長など）も社員も積極的に巻き込んで取り組む
○取組前後と取組過程で記録とモニタリングを行う
○取組のレポートを作成する

1）取組過程の記録

取組の過程では、後でふりかえりができるように、関係する資料や写真を残しておきましょう。また、取組の進み具合を確認しながら、実施前と比較して実施後はどのように変化したかをモニタリングし、取組の効果を評価してみましょう。数字で表せる分かりやすい指標があれば、誰でも取組の効果が一目で把握でき、次にもつなげやすくなります。なお、ＳＤＧｓと関連付ける前から取り組んでいた事柄については、できるだけ遡って経過をみていくとよいでしょう。

2）取組結果の評価とレポート作成

取組過程及び取組後に記録した結果を用いて、取組のレポートを作成します。ＳＤＧｓのゴール12、ターゲット12.6「持続可能性に関する情報を定期報告に盛り込むよう奨励する」にもあるように、2017年度は各社でＳＤＧｓへの取組が報告されています。一般的に、ＣＳＲ活動は「宣言する（コミットメント）→実行する（ＰＤＣＡ）→成果を出す（価値創造）」という大きく３つのプロセスに分かれており、日本の多くの企業のＳＤＧｓへの取組は、「事業とＳＤＧｓの紐づけ」の段階です。

作成の仕方については、他の企業の事例やＣＳＲガイドラインを参考にするほか、外部の有識者などにアドバイスをもらうなどするとよいでしょう。また、他社がどのように発信しているか、事例を参考に自社の独自性をアピールする手法も考えながら作成してみましょう。

手順５：一連の取組を整理し、外部への発信にも取り組んでみる
○取組のふりかえりを行い、アピールポイントを整理する
○ビジネスチャンスへとつながる発信方法を考える

評価結果を受けて、次の取組を展開する
○取組が間接的・直接的に影響することを考える
○自社の活動とＳＤＧｓを改めて考える
○ＰＤＣＡサイクルで動かし、次の展開を考えてみる

１）外部への発信

すでにＳＤＧｓの取組を実施している大企業では、ＣＳＲ報告書や社外ホームページへの掲載だけでなく、環境省主催のステークホルダーズ・ミーティングやＳＤＧｓ関連のシンポジウム・セミナーなどで自社の取組状況を対外的に発表し、広く外部とのコミュニケーションをとっています。中小企業においても、取組を自社の中で完結させず、積極的に外部へ発信することが大切です。例えば、取組結果のアウトプットとしては、次のようなものが挙げられます。

▶自社の他の事業所や他社へ取組スキームを紹介する
▶新製品発売の際に、ＳＤＧｓとのつながりもアピールする
▶イベント等での展示にＳＤＧｓの取組を加える
▶営業用のパンフレットにＳＤＧｓに関する活動レポートを掲載する
▶ＩＳＯやエコアクション21などの既存の活動にＳＤＧｓの観点を追加する

“とりあえずやってみた”だけで終わらせない工夫により、先進事例として注目され、新たなパートナーシップやビジネスチャンスが生まれる可能性も大きく広がります。

《ＳＤＧｓロゴ・アイコンを使った発信事例》

ＳＤＧｓの日本語版アイコンは、国連広報センターのホームページからダウンロードすることで、誰でも自由に使うことができます。自社の取組を内外にアピールする際にぜひ使ってみましょう。

【ＳＤＧｓロゴ・アイコンの入手先】
国際連合広報センター「ＳＤＧｓのポスター・ロゴ・アイコンおよびガイドライン」
https://www.unic.or.jp/activities/economic_social_development/sustainable_development/2030agenda/sdgs_logo/

2）次の取組への展開

①　自社内での新たな取組

１つのゴール・ターゲットに絞って取り組んでみると、それは他のゴール・ターゲットにもつながっていることに気がつきます。そこで、次は複数のゴールやターゲットに視点を当てて取り組んでみてもよいでしょう。また、社内でＳＤＧｓが普及し、取組に対する理解が得られてきたのなら、商品開発や営業活動などのより戦略的なＳＤＧｓの使い方も視野に入れることもできます。

②　他主体とのパートナーシップ

地方自治体では、政策や規制の策定や実行のためのロードマップとして、既にＳＤＧｓを活用し始めています。日本の企業の99%は中小企業であり、多くの中小企業は地域性が高く、地域社会から様々な経営資源の提供を受けることでその経営が成り立っている場合も少なくありません。中小企業とその経営者や従業員も、地域の中で仕事と生活を営んでいることから、中小企業の活性化は地域社会の活性化でもあり、地域社会の課題は中小企業の課題でもあるのです。

パートナーシップは、ゴール17に「持続可能な開発のための実施手段を強化し、グローバル・パートナーシップを活性化する」とあるように、目的であり、手段にもなります。

【参考】
・国際連合広報局「持続可能な開発目標カラーホイールを含むＳＤＧｓロゴと17のアイコンの使用ガイドライン」
・内閣府「令和元年度『ＳＤＧｓ未来都市』等の選定について」
・環境省「すべての企業が持続的に発展するために―持続可能な開発目標（ＳＤＧｓ）活用ガイド―」（平成30年６月）
・環境省「持続可能な未来のための地域循環共生圏」
・外務省「ジャパンＳＤＧｓアワード」
・福岡管区気象台「九州・山口県気候変動監視レポート (2018)」
・神奈川県、（公財）地球環境戦略研究機関「事例から学ぶ中小企業のためのかながわＳＤＧｓガイドブック」（平成31年３月）
・鹿児島県「鹿児島県地球温暖化対策実行計画」（平成30年３月）
・商工中金経済研究所「商工ジャーナル2019年10月号」
・（一財）商工総合研究所「中小企業経営に生かすＣＳＲ・ＳＤＧｓ―持続可能な調達の潮流とＣＳＲ経営―」
・（株）ユーグレナ「寿司が消える日（https://www.euglena.jp/sushi/）」

■ＳＤＧｓ取組事例①（そらのまちほいくえん）

地域（天文館）に根差した草の根の活動、保育園児と取り組むＳＤＧｓ

鹿児島市・天文館にある企業主導型保育園「そらのまちほいくえん」（天文館一丁目商店街振興組合の組合員）が、2019年12月に外務省「第３回ジャパンＳＤＧｓアワード」において「ＳＤＧｓパートナーシップ賞（特別賞）」を受賞しました。保育園としては全国で初の受賞です。

ＳＤＧｓ
パートナーシップ賞

そらのまちほいくえん（鹿児島県鹿児島市）
三つ子の魂百まで。子どもも大人も半径200mのSDGsをコツコツと。

【取組内容】

- 商店街の空きビルをリノベーションし、総菜店併設の保育園を作ることで子育て世代による商店街の往来が増え、子育て世代が好むような店舗が空きテナントに出店するなどプラスの循環を醸成。
- 町内の美化活動を定期的に実施し、子どもたちの地域に対する愛着と住民の意識向上に貢献。
- 地域住民との緊密な関係作りや避難訓練の実施、栄養士・給食室職員が災害時の食事提供方法を学ぶこと等を通じて、有事の際の備えや情報共有の仕組みを日頃から確認している。
- 聴導犬とろうあ者を招いての対話の会、人工透析をしている職員によるヘルプカード認知向上のための勉強会、SDGsパネルを使っての読み聞かせ、環境にやさしい製品への切り替え等、SDGsの認知・理解向上の取組を実施。

SDGs実施指針における実施原則（本アワード評価基準）	
普遍性：	就学前の園児でも取り組める活動は、他の世代でも取り組み易く、幅広い世代のロールモデルとなり得る。
包摂性：	管理職の男女比率がほぼ同数。365日開園。働く人や高齢者でも買いやすい健康的な食事の販売。地域交流スペースの活用等。
参画型：	老人福祉施設とのコラボレーション、一般市民への惣菜販売、イベントなどを通し様々な世代の人々との関わり等を強化。
統合性：	無料給水スポットの解放によるプラごみ削減の啓蒙を行いつつ、地域住民とのコミュニケーションの場作り等異なる課題を連動。
透明性と説明責任：	日々の活動を積極的にSNSや保護者向けのHPで写真付きで発信。定期的に社外での講演活動やアワードに応募し、客観的評価を確認。

「そらのまちほいくえん」は、鹿児島市天文館地区にある空きビルをリノベーションし2018年4月に開園しました。「子どもたちの親友でありたい」という理念のもと、子どもたちが商店街で働く大人たちに見守られて育つことで、地域に対する愛着を持つことや住民の意識向上にも貢献しています。

園児とのクリーンアップ（清掃活動）、ＳＤＧｓパネルを用いた読み聞かせや環境にやさしい製品への切り替えなどを通じて、ＳＤＧｓの認知・理解向上の取組も行っています。

また、食育にも力を入れており、惣菜店を併設することで商店街の往来の増加にも貢献しています。

SDGs アワード表彰式

■ＳＤＧｓ取組事例②（株式会社久永）

創業100周年。「豊かで明るい未来の実現」に向けたSDGsの取組

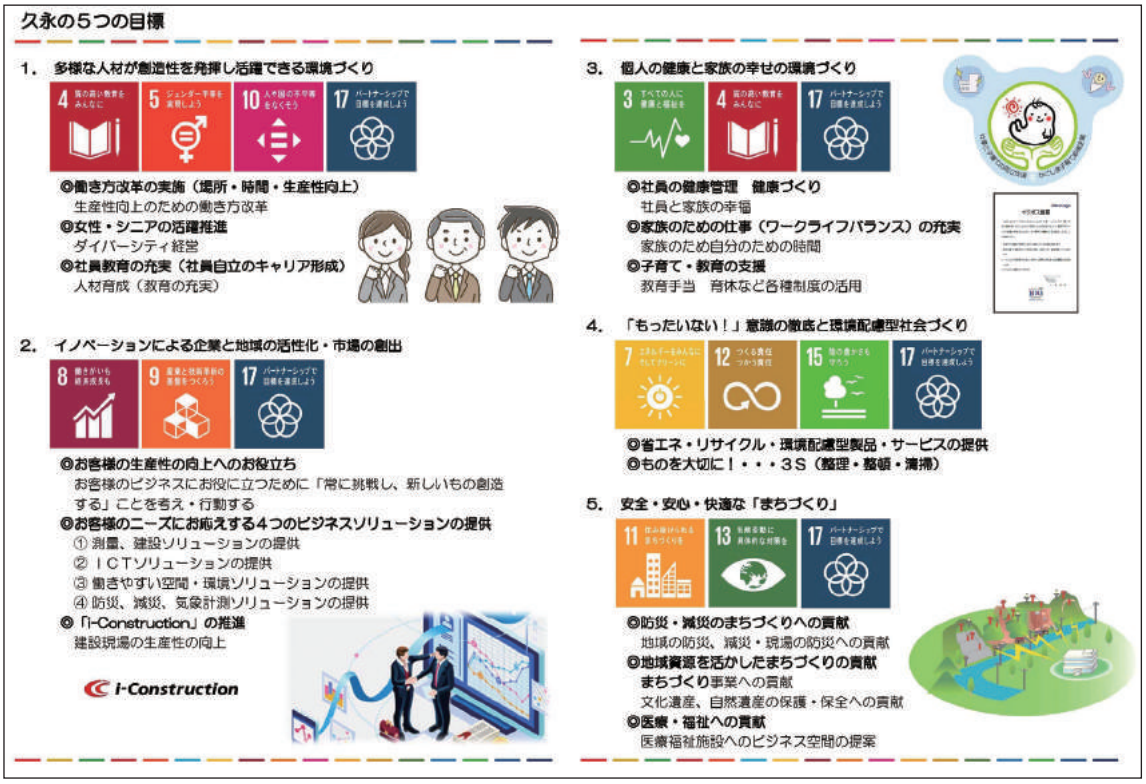
サステナビリティ宣言

株式会社久永は、国連の定めた持続可能な開発目標であるSDGsの趣旨に賛同し、持続可能な社会実現のために「誰一人取り残さない」豊かな未来を造ることに貢献する企業を目指します。

SDGsを事業計画や戦略に組み入れて、社員一人一人がその目的・目標を理解し、お客様や地域の皆様と共に、１７の目標を意識し、出来る事（久永の５つの目標）から、積極的に知恵を出し、行動することで、豊かな未来を築き上げて行きます。

株式会社久永（鹿児島木材産業協同組合の組合員）は、大正８年（1919年）に久永度量衡店として創業し、2019年に創業100周年を迎えました。度量衡とは「長さ」「体積」「質量」をはかる「ものさし」「ます（升）」「はかり（秤）」という意味です。３次元スキャナーやドローンといった測量・計測に関するＩＴ機器の提案・販売をはじめ、企業の課題を解決するための様々な事業を展開しています。

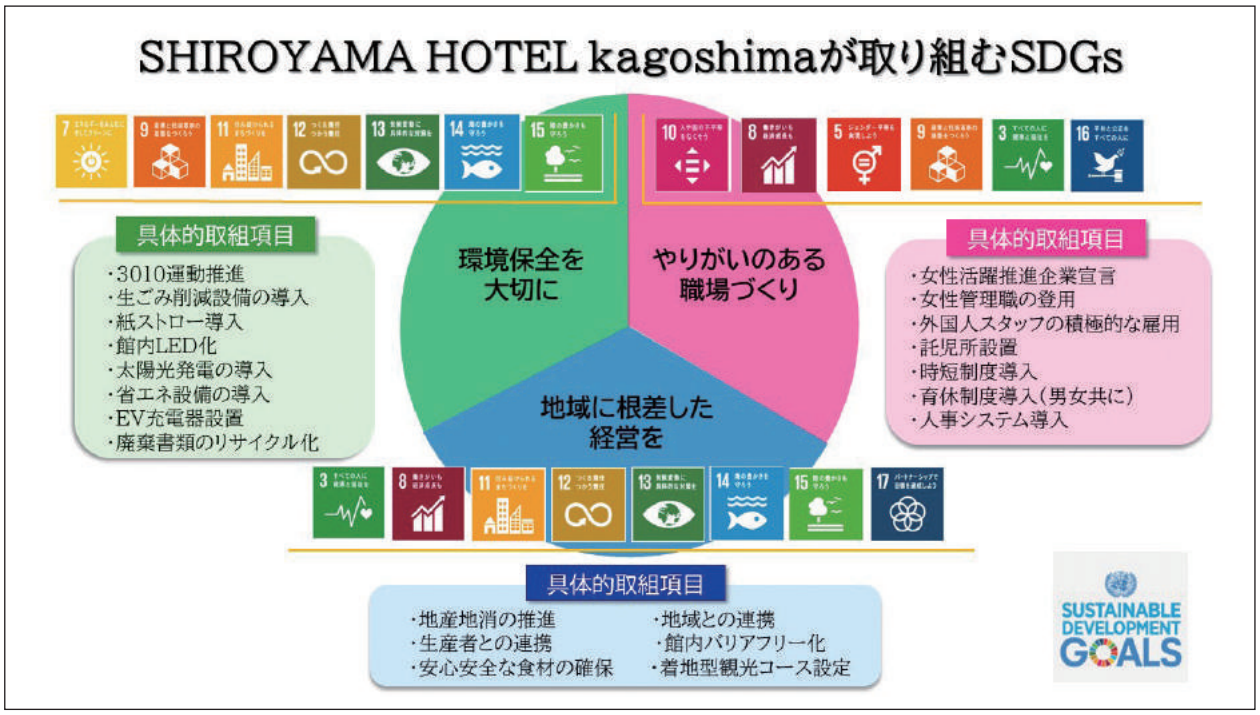
創業100周年にあたり、企業と地域社会がともに「豊かで明るい未来」を実現できるようＳＤＧｓ17項目の目標と結びつけられた「久永の５つの目標」設けて活動しています。



また、同社は鹿児島銀行が2019年7月に取り扱いを開始した寄付型の「かぎんＳＤＧｓ推進私募債」の第1号を発行し、交通事故により被害を受けた方とその遺児などへの支援活動および福祉向上の支援を行っています。

■ＳＤＧｓ取組事例③（城山ホテル鹿児島）

「幸せを、かさねていける場所」を未来とつなぐ責任と取り組み



鹿児島のランドマークである「SHIROYAMAHOTEL kagoshima／城山ホテル鹿児島」は、創業70周年、ホテル開業55周年を迎えました。地域密着、社会貢献を経営理念に掲げ「地域と共に」あり続ける「幸せを、かさねていける場所」の実現を目指し、SDGs を中期経営計画に盛り込み、全社的に取り組んでいます。

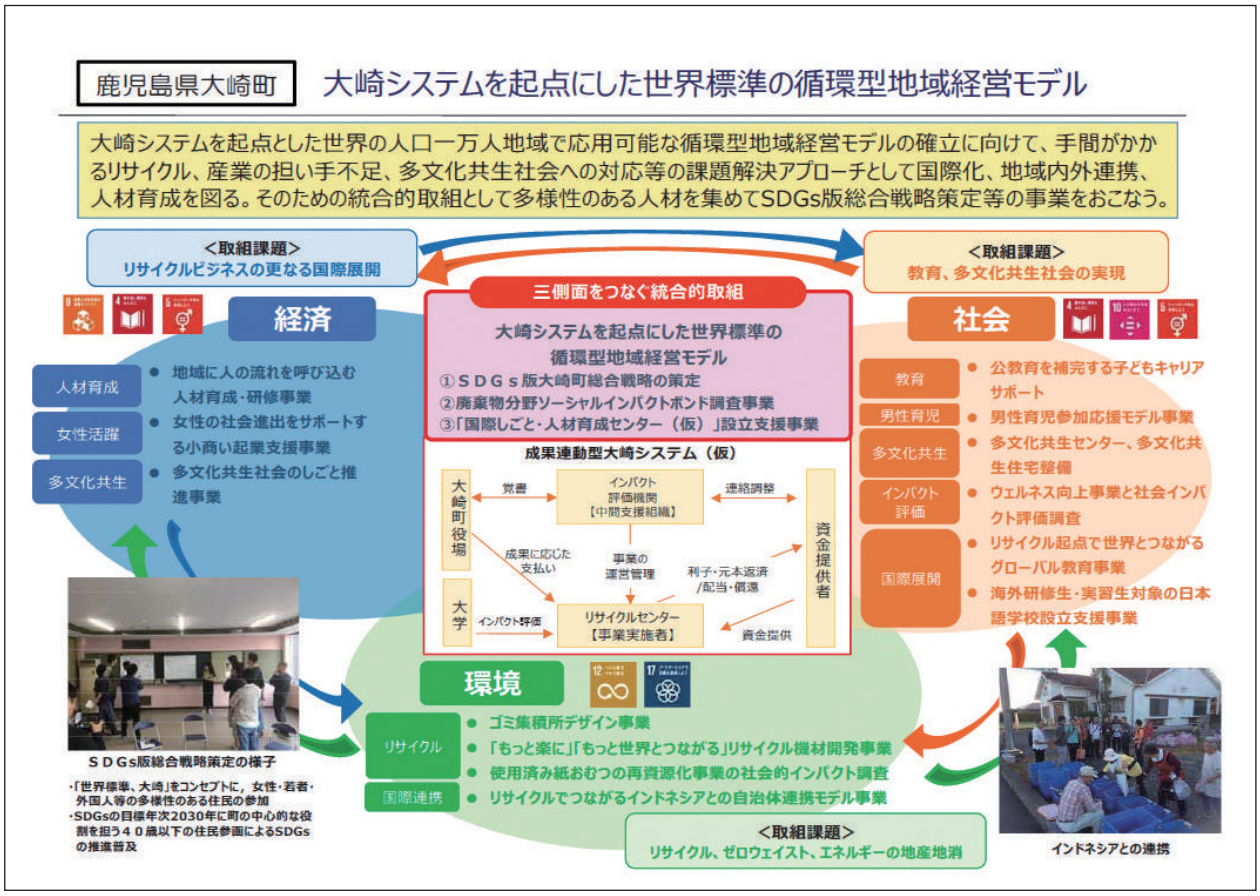
また、地域共生をめざして、地域密着型観光コースや県内各地と連携し、牛肉・豚肉・野菜・果物といった主要特産品を中心に各地域の銘々商品を取り扱うことで地産地消を図り、地域フェアの開催を通じて地域との連携にも積極的に取り組んでいます。

働きやすい職場づくりでは、グローバルスタンダードであるすべての人に健康と福祉、平和と公正を、ジェンダーや国籍の平等の理念に基づき、女性管理職の登用や、仕事と子育ての両立に関する一般事業主行動計画の策定、外国人スタッフの積極的な雇用などに取り組んでいます。

■ＳＤＧｓ取組事例④（鹿児島県大崎町）

大崎システムを起点にした世界基準の循環型地域経営モデル

人口１万３千人の大崎町は、焼却炉を持たず、家庭から排出される一般廃棄物は混合ごみとして埋立処分されていたものの、1990年から2006年まで使用する計画で設置された埋立処分場の残余年数が計画よりも早まることが問題となり、2000年９月から、缶、ビン及びペットボトルの分別を開始しました。現在では、住民・民間・行政の３者連携により、27品目の分別を実施し、2006年実績から現在まで、リサイクル率12年連続日本一を達成しています。



リサイクルにより人口一人あたりのごみ処理コストが全国平均（15,326円）の約半分（7,550円）で済み、年間約9,000万円の行政コストが削減されました。

2013年より大崎町役場が草の根技術協力（地域提案型・地域活性化特別枠）及び、曽於リサイクルセンターが普及・実証ビジネス化事業をインドネシアで実施しています。

これらの取組により、2018年12月に外務省「第２回ジャパンＳＤＧｓアワード」において「ＳＤＧｓ推進副本部長（内閣官房長官）賞」を受賞しました。

また、2019年７月に、内閣府「令和元年度ＳＤＧｓ未来都市・自治体ＳＤＧｓモデル事業」に選定されています。

これだけは知っておきたい サイバーセキュリティ Cyber Security

第４回 メールにご用心／ポン引きに騙されるな！

鹿児島大学 副学長・教授
学術情報基盤センター長
大学院理工学研究科工学博士
森 邦彦

世の中には甘言を用いて他人を惑わそうとする輩が少なからずいます。現実社会では一人のポン引きが１日に声をかける人数は限られていますが、サイバー空間の中では一人の悪人が一瞬の間に数百万人に声をかけることは不可能ではありません。現実社会では危ない場所（？）に近寄らなければポン引きに遭遇することは、まずないのですがサイバー空間では真面目に仕事をしていてもポン引きに遭遇することがあります。サイバー空間でそんな悪人たちが重宝している道具がＥメールです。今回は、メールを使ったURLリンク、HTMLメールを使った手口について解説します。

URL（Uniform Resource Locator：統一資源位置指定子）とは「https://www.satsuma.or.jp/」（鹿児島県中小企業団体中央会のホームページです）などのように、一般的にはホームページ（Webサイト）などの情報資源の引き出し方法（https）と存在場所（www.satsuma.or.jp/）を示すアドレスのようなものです。このURLをメールなどに記述しておけば、メールの受信者はクリックするだけでその情報を引き出す（ホームページを見る）ことが出来ます。メールの送付先に是非見てもらいたいWebサイトなどがあるときには、とても便利な機能です。ここでホームページを見る仕掛けについて簡単に触れておきます。ブラウザと呼ばれるアプリは、URLで指定されたアドレスのWebサイト（サーバー）と通信を行って、ホームページの表示に必要な情報を手にいれます。この情報はHTML(Hyper Text Markup Language)と呼ばれる言語で記述されています。このHTMLには主にビジュアル的にすぐれた機能を実現できるように、閲覧しようとしているPCやスマホ側（クライアント側）で実行できるプログラム（Javaやフラッシュなど）を記述することが出来ます。このホームページを見るときにクライアント側で実行できるプログラム機能を悪人は利用します。この機能を利用するとホームページを閲覧したコンピュータやスマホに悪意のあるプログラム（マルウェア）を潜り込ませまることが出来ます。もちろん、このようなことが出来ないようにOSやブラウザ、アプリなどで常に対策を実施していますが、攻撃者はこれらの弱いところ（脆弱性）を突くマルウェアを作成しており、ここでも矛と盾のイタチごっこが続いています。

脆弱性のあるOSやブラウザ、アプリなどを使っていれば悪意のあるWebサイトを閲覧しただけでマルウェアに感染します。悪人はこのような悪意のあるWebサイトをあらかじめ開設しておくか、普通の企業や組織などのWebサイトの一部を改ざんしておき、メール本文にそのサイトのURLを記述します。そして言葉巧みにそのURLリンクをクリックするように仕向けます。このようなサイトを閲覧したらその時点でマルウェアに感染します。「見ただけです！触ってません！変なことしてません！クリックしただけです！」と叫んでも後の祭りです。

悪意のあるサイトが仮に「https://akui_ariari.danger.com/」（悪意有有デンジャー）だったとすると、メールに記述されているこのURL情報をよく見れば、怪しいということが何となくわかります。しかし敵もさる者で、そのURLを短縮表示するサービスがありこれらを使用すると上記のアドレスを「https://is.gd/xEoKPbn」のようにすることが出来ます。この短縮URLをメールに記述しておけば、メール受信者はURLを見ただけではわかりません。

普通の企業や組織などのWebサイトの一部を改ざんしておく手口では、URLそのものは悪意のないサイトのものですから、URLを見てもわかりません。また、悪人が狙った人・組織からのアクセスではない場合（クライアント側のある程度の端末情報はサーバー側で入手できます）は改ざん前の情報を提示するだけにしておけば改ざんが発覚する可能性は低くなり、かなりの確率で特定の人や組織だけを狙うことが出来ます。ライオンが砂漠の水飲み場にやってくる草食動物を狙うのに似ていますから、これを標的型攻撃の一種の「水飲み場攻撃」と呼んでいます。

メールを受信したときにテキストだけが表示される場合と、あたかもホームページのように表示される場合があります。後者をHTMLメールと呼んでいます。先の例ではメール本文を見てもURLをクリックしなければ問題ないのですが、HTMLメールの場合はメールを見ただけでマルウェアに感染します。HTMLメールを表示しない・受信しない設定にすることでこれを防げます。表示しない・受信しない設定はPCやスマホ、使用しているメールアプリ、メールプロバイダで異なり、一概に言えないのでちょっと面倒ですが、慣れればそれほど難しくはありませんので、知っている人に聞いたり、ネットで調べるなど是非トライして見てください。業務で使用しているPCでメールも受信している場合は必須でしょう。

メールを使った各種の手口について解説しました。対策についてまとめます。①騙そうとする悪人が少なからず存在していることを自覚し、メールの本文やタイトル、差出人などの情報を冷静に見る。②パソコンなどの端末のバックアップをこまめにとる。③メール内のURLには細心の注意を払い、すぐクリックしない。④メールの添付ファイルには細心の注意を払い、すぐ開かない。⑤HTMLメールを表示しない、あるいは受信しない設定にする。⑥ウイルス対策ソフトを導入し、パターンファイルを最新のものにする。⑦OSやアプリケーションのバージョンを（常に）最新にする。以上が一般的な対策なのですが、メールに関して私がお勧めするのは、以下の方法です。

㊥業務用PCとメール受信PCを切り離し（可能であればメール受信にはタブレット端末等を利用する）重要なファイルは置かない。業務用PCとのファイル受け渡しはファイル受け渡しサービス（例えばDropboxなど）等を利用する。

以上、皆様方の何らかのお役にたちましたならば幸いです。

目的	手口	内容
IDやパスワードを盗む	フィッシング	① ③
マルウェアを感染 （乗っ取り、情報窃取、身代金要求）	実行形式ファイルの添付	① ② ④ ⑥ ⑦ ㊥
	URLリンク	① ② ③ ⑥ ⑦ ㊥
	HTMLメール	① ② ⑤ ⑥ ⑦ ㊥

表　メールを利用したサイバー被害

判例研究

実務に役立つ

第3回

事件名

業務執行における理事の責任

（東京高等裁判所：昭和35年４月判決）

組合役員と組合の関係は民法に定められている委任にあたり、理事は組合に対して善管注意義務および忠実義務を負います。

また、第三者に対しては、職務執行上、故意あるいは重大な過失によって発生した損害を賠償しなければなりません。

今回は理事の第三者に対する損害賠償責任が認められた事例をご紹介します。

裁判要旨

金融事業を実施するＴ協同組合の組合員Ａが融資を申し込み、同組合理事のＸとＹは約束手形を作成し、Ａに交付しました。Ａは手形を裏書譲渡し、資金を得ました。

しかし、Ｔ協同組合は資金繰りに窮しており、預金残高がほとんど残っていませんでした。結局、Ａは事業に失敗したうえ行方不明となり、融資の返済がなされなかったため、Ｔ協同組合は資金ショートし、発行した約束手形は不渡りとなりました。

そこで手形の譲受人が損害賠償を請求し、Ｘ・Ｙを提訴しました。

判　決

Ｔ協同組合は手形振出当時すでに資金繰りに窮していたため、理事であるＸとＹはＡの返済がなければ不渡りを出すことを十分に予想することができました。

Ｘは手形振出に先立ちＡを調査しましたが、単に店の客付き等をもって営業状態が良好であると速断し、信用や資産状況については調査しませんでした。また、ＹもＸの「Ａの返済は大丈夫」との言葉を鵜呑みにして手形を振り出してしまいました。

これらから、Ｘ・Ｙには重大な過失があったと認定され、損害賠償を命じられました。

ココがポイント！

組合の役員は、自分で事業を行っている場合がほとんどですから、組合業務に全力を投じることができない場合もあるでしょう。

しかし、「知っているのに黙認する」、「普通は気づくものを見落とす」などの故意か、それに近いミスをすると、内外から責任を問われてしまいますので、通常の仕事に要する注意、良識をもって職務にあたる必要があります。

また理事の善管注意義務には他の理事の監視も含まれますから、不都合なことであっても言うべきことはきちんと言う、毅然とした態度が求められるのです。

問題となった案件に理事会で賛同した（反対の意思表示をしなかった）理事も責任を問われる場合がありますので、もし反対の意思表示をした場合には議事録にその旨を残しておくようにしましょう。

※本事例はあくまでも過去の判例を紹介するもので、記載した事項以外の事情や背景を踏まえたものです。
詳細は中央会までお問合せください。

参考文献：大塚喜一郎．“第六章 役員の権限と責任”判例協同組合法（初版）．
公益社団法人　商事法務研究会．昭和56年．271-313
裁判所ウェブサイト．裁判例情報．
http://www.courts.go.jp/app/hanrei_jp/detail2?id=56214. 参照2020-01-06

組合インタビュー

組合50年の歴史と次代へ引き継ぐ鋼の絆

協同組合鹿児島県鉄構工業会 理事長　濵﨑　巌 氏

濵﨑（はまさきいわお） 巌　理事長

協同組合鹿児島県鉄構工業会は、昭和45年1月24日に任意団体「鹿児島県鉄骨工業連合会」として設立し、昭和51年に法人化され、去る令和2年1月24日に創立50周年の記念式典を開催されました。

今回、組合50年の歩みや業界の今後について、濵崎巌理事長にお話を伺いました。

■設立の背景と組合事業について

当組合は、任意組織時代も含めて今年創立50周年を迎えました。設立当時、私はまだ組合事業には直接携わっていませんでしたが、高層建築物の急速な伸びや、志布志湾の石油基地建設のための陳情活動等、鉄構業界にとって激動の時代でした。

昭和48年には、上部団体である全国鐵構工業連合会（現：一般社団法人全国鐵構工業協会）が発足し、独自に厳格な鋼構造物製造工場認定制度を設け、業界の技術の改善・資質向上に取り組んでいました。

この活動が評価されたことにより、平成14年からは改正建築基

準法に基づいて、性能評価認定制度は国土交通大臣認定となり、現在は「株式会社全国鉄骨評価機構」が指定性能評価機関として公正な性能評価をおこなっています。

■鉄構業について

建築物の主な構造には、「鉄骨鉄筋コンクリート造（SRC 造）」・「鉄筋コンクリート造（RC 造）」・「S 造（鉄骨造）」・「木造」の４種類があり、鉄骨が使われるのは SRC 造と S 造の２つです。

鉄骨は、コンクリートに比べ軽量でしなやかで粘り強さがあり、SRC 造は、主に10階建て以上の高層ビルに、S 造は体育館や大型商業施設といった広大な建築物などに適しています。

S 造の建築工事は、設計や基礎工事から鋼材を用いた骨組み、外装、内装など様々な工程があるので、基本的には大手ゼネコンなどが元請けとなり、私ども鉄構業が携わるのはそのごく一部分です。

鉄構業は、製造業と思われがちですが、組合員は工場で図面に基づき加工・組立て・溶接を行うだけでなく、製品を現場まで運び、建て方まで一貫して行っているところがほとんどで、建設業のうち鋼構造物工事業という業種にあたります。

組合では、各工場への安全パトロールのほか、高所作業などもありますので、フルハーネス安全帯の義務化といった安全講習会なども定期的に開催しています。

安全パトロールの様子

フルハーネス特別教育

■苦難の連続だった平成の組合

平成２年のバブル崩壊によって建設業界全体が大打撃を受けるなか、平成７年には九州自動車道の人吉 IC －えびの IC 間が開通し、福岡～鹿児島間が３時間半で結ばれたことで、大手企業や県外事業者が鹿児島へ進出してくるようになりました。

もちろん、鹿児島の事業者も県外へ打って出やすくなったことは確かですが、競争は一層激化し、生き残りをかけて各事業者が必死だったことを覚えています。

平成20年に起きたリーマン・ショックの影響も大きく、利益率の悪化から、事業が継続できなくなった事業者も多くいました。

また、ここ数年鉄骨の接合部に使用する「高力ボルト」（ハイテンションボルト）の不足が話題

になっていますが、ボルト不足は現在も続いており、調達に４、５か月以上かかるケースもあります。当初はＳ造で予定していたにもかかわらず、ボルト不足のため計画通りに建設が進まず、中止やRC造に変更したというような事例も耳にしています。

現在は、鹿児島県内も各地で再開発や建て替えなどがありSRC造やＳ造の需要も伸びています。しかし、今後もこの需要が継続するとは限らないため、需要が低迷する未来のことも考えて備えなければならないと考えています。

■生き残りをかけてグループ討議を開催

昨年11月に、組合員を集めて初めてグループ討議を実施しました。

討議では、業界や組合の現状を共有し、３つのテーブルに分かれて「これから起こり得る不況への対策と組合の取り組み」をテーマに話し合いを行いました。

組合員のみなさんからは、「地元で昔から付き合いのあるお客様（建設業者等）を大切にする」という意見もあれば、「県外の需要を開拓する」、「工場加工のみに注力し、現場での建て方の工程を縮小する」といった様々な意見が出されました。

その中で、やはり私は、地元のお客様を大切にすることが、今後景気が冷え込んだ場合、最終的に強いのではないかと考えています。

■最後に

青年部会の活動にも大いに期待しています。現在18名で活動していますが、構成員は会社の後継者だけでなく、工場で働く従業員などにも入っていただいています。

経営者だけでは中々腹を割って全てを話せないところもありますが、色々な立場の人が自由に意見を言い合う中で、業界の将来について議論を深めていっていただければと考えています。

鉄構業界の後継ぎ問題は深刻です。苦労させるから子供には継がせたくないという経営者も多くいます。

国の「働き方改革」の流れもありますので、働くときは働き、休めるときには休めるような仕組を組合員とともに目指し、将来的には子供に自信をもって継がせられるような業界に変えていきたいと考えています。

建設業界でも働き方改革がなかなか進んでいないため、課題は多くあるのだと思いますが、地道に取り組んでいきたいと思います。

1 JFE スチールへの視察研修　2 鹿児島支部交流会　3 下福元町「大久保渓流会」河川清掃
4 交通被災者たすけあい協会へ交通遺児支援の寄付金

協同組合鹿児島県鉄構工業会			
代表者	理事長　濵﨑　巌		
設立年月日	昭和51年7月16日	組合員数	35人
所在地	鹿児島市宇宿2-5-4		
主な事業	金属加工品の共同検査、資材及び消耗品の共同購買、工場認定事業等		
電　話	099(256)1460	ＦＡＸ	099(256)7993
URL	http://www.kagoshima-tekkou.or.jp/		

取材後記

理事長をはじめとする組合員・関係者のみなさま、創立50周年、誠におめでとうございます。

近年、超高層化・大型化、デザイン建築といった様々な建築物がありますが、その実現のためには構造が重要です。今回の取材を経て、鉄構業はまさに、建設業全体を支える「屋台骨」といえる重要な業界であると実感しました。

元気を出そう！
がんばれ
中小企業

日本の米粉が世界の「KOMEKO®」へ
老舗米粉屋の挑戦

小城製粉株式会社　取締役　小城吉輝 氏

小城製粉創業者・小城勇一と全国穀類役員一同（昭和40年頃）

小城（こじょう） 吉輝（よしてる） 氏

小城製粉株式会社は、薩摩川内市に本拠をおき、銘菓「かるかん饅頭」などの和菓子用米粉を主に製造する老舗企業です。

日本のコメ離れが進む中、米粉100％でふっくらとしたパンやケーキが焼ける技術を開発するなど、メディアなどでも大変注目されています。

海外展開にも積極的に挑戦し、令和元年９月には、日本食料新聞社主催の「令和元年度第7回地域食品産業貢献賞」を受賞しています。

今回、取締役の小城吉輝さんにお話をうかがいました。

■会社の歴史

当社は、祖父・小城勇一が昭和22年に創業しました。創業当初は粉屋ではなく、製麺工場を経営していましたが、昭和28年に麺工場が火事で全焼したことをきっかけに、祖母・海子の実家である「のせ菓子舗」で使用する「和菓子の粉」を作る粉屋へと業態を変えました。

昭和41年に株式会社化し、「のせ菓子舗」をルーツとする「のせ菓楽」では和洋菓子の製造販売、「小城製粉」では和菓子に使われる米粉などの原材料を製造しています。祖父や現会長である父・小城年久が研究開発し、継承している製粉技術のおかげもあり、ありがたいことに当社の米粉は、問屋などを通じて九州各地の有名和菓子店などでも多く取り扱っていただいております。

平成２年当時の社屋と工場

会社の経営方針として、創業時より「時代のニーズに合ったものを作る」ことをモットーに、お客様が困っていることに手を差し伸べる商品づくりに取り組んでいます。

近年では、職人などの人手不足も深刻で、時間短縮や生産性向上といった課題に、どの菓子店も直面しており、人手不足の解消にむけて原材料の見直しも行われています。

その対応商品としてミックス粉や、商品を解凍して包餡機に投入するだけで大福が作れる、冷凍求肥生地『求肥ブロック』なども菓子店の生産性向上に貢献しています。

■事業承継について

私は、家業である小城製粉に入る前は、イラストレーションやグラフィックデザインの仕事をしていました。祖父や父からも家業を継げという話は昔から言われておらず、デザインが好きだったので自分がデザイン業界に進めば、広告やパッケージデザインの面で手伝えるかもしれない程度に考えていました。

ところが、父の勧めでイタリアに旅行した際、様々な歴史的建造物や芸術に触れ、いかにヨーロッパの人たちが自分たちの文化・習慣を大切にしているかということを学んだのです。

日本も文化や伝統を大切にする国ですが、本当の意味では古いものに価値を見出せない風潮がどこかあるような気がします。

私はイタリアへの旅行を経て、祖父や父が培ってきた製粉の技術・知識・歴史を後世に伝えるということは恥ずかしいことでも何でもなく、むしろアイデンティティを守ることは誇るべきことだと気がつきました。

それから和菓子の専門学校に２年間通い、平成20年に家業を継ぐため帰ってきたところ、父から「米粉だけでつくるおいしいパンを開発すべし」というミッションを与えられ、米粉の開発に取り組みました。

写真左から会長・小城年久氏
社長・能勢勝哉氏
取締役・小城吉輝氏

■おいしい米粉の開発

平成20年当時、まだ米粉というと、小麦アレルギー対策のための代替品というイメージで、パサつきやバラツキが多く、「米粉で作ったものは美味しくない」というのが世間の定評でした。

そこで、私たちは米粉屋として、米粉で作ってもおいしいパンや洋菓子を作ることを目標に掲げ、研究開発を続けました。

小麦粉でつくるパンやケーキがふっくらしているのは、グルテンというタンパク質を多く含んでいるためですが、米にはグルテンが含まれていません。したがって、通常の米粉に水を混ぜあわせると団子のようになり、焼くと煎餅のように固くなってしまいます。

当社では、研究の成果もあって、平成22年にグルテンに代わって生地をふっくらさせる方法を見つけ、独自で小麦粉を使用したパンや洋菓子と遜色のない品質の米粉を製造することに成功し、平成23年３月より販売をはじめました。

米粉でつくられたお菓子やシフォンケーキ

■海外展開について

今、世界的に「グルテンフリー」という食事療法が注目されています。特に、パンやパスタといった小麦粉を主食とする米国やヨーロッパなどでは、アレルギーやセアリック病という疾患の予防策としてグルテンを含まない食品が求められています。さらに、プロスポーツ選手がグルテンフリーを始めて成績が良くなったというような話題もあり、グルテンフリーは健康食品の域を超えて、世界的一大ブームになっています。

私たちは信頼する方からのご縁もあって、ドイツ進出を決めました。米粉業界でのドイツ進出は日本で初めてです。

平成30年に、「ＫＯＭＥＫＯ®」という現地法人をドイツ・ハンブルグに立ち上げました。

薩摩川内で製粉した商品を、現地専用のパッケージで販売しています。個人のパン屋さんを中心に取り扱っていただいております。価格が少々高くても、品質が良いと評判で、売れ行きも好調に推移しています。ＥＵ圏内では、最近フランスでもグルテンフリーがブームになりつつあります。

ドイツの一大港町・ハンブルグ

ドイツの米粉商品ラインナップ

■最後に

父もそうですが、時代をいち早く見極め、次の一手を打つ、業界のパイオニア的存在でありたいと思っています。経営者として損益のバランスは大切にしつつ、時代のニーズに合った新しい商品・技術を作り出すためにチャレンジし続けることが、結果的に事業の継続に結び付くと思います。

あるメディアで、当社の米粉を「パンやお菓子がフワフワに焼きあがる、魔法の粉だ。」と紹介していただきました。そのおかげもあって、様々な引き合いもあります。

価格ではなく、技術や品質力で勝負し、お客様から、「小城製粉の粉だから使いたい」と言っていただけるような商品づくりをこれからも続けたいと思います。

KOJOSEIFUN

▲創業者・小城勇一が一から事業を始めた姿をシンボルとして掲げた小城製粉のアイデンティティマーク「みずほ印」

小城製粉株式会社			
代表者	代表取締役社長　能勢 勝哉		
設立年月日	・のせ菓楽　大正15年開設 ・小城製粉　昭和22年創業		
所在地	薩摩川内市隈之城町1892番地		
電　話	0996 (22) 4161	ＦＡＸ	0996 (20) 3973
ＵＲＬ	http://kojoseifun.co.jp/		
資本金額	3,000万円		
従業員数	44名		
業　種	米穀粉製造販売・和洋菓子製造販売・主食米販売		

▲小城吉輝氏が米粉文化普及のため開設した Youtube チャンネル「KOMEKO TV」の QR コード

取材後記

先代の多大な功績に感謝し、その歴史や技術に甘んじることなく、新商品の開発や海外展開といった新たな挑戦を続ける小城氏の姿に、「温故知新」の神髄を学びました。

中小企業の事業承継問題についても、企業の歴史や技術を改めて見直してみると、次代に引き継ぐべき魅力あふれる企業がたくさんあると気づかされました。

沖縄県中央会創立50周年記念式典を開催
首里城復興に向け全国大会義援金を贈呈

1月16日（木）、沖縄県那覇市「ダブルツリー by ヒルトン那覇首里城」において、沖縄県中小企業団体中央会の創立50周年記念式典が開催されました。

沖縄県中央会は、昭和44年８月に前身である社団法人沖縄県中小企業団体中央会として設立され、本土復帰後の昭和48年に復帰特別措置法に基づき特殊法人に組織変更しました。

式典では、島袋武会長の式辞に続き、玉城デニー沖縄県知事、吉住啓作内閣府沖縄総合事務局局長、森洋全国中央会会長による来賓祝辞、優良組合・組合功労者等の表彰が行われました。

また、昨年11月に鹿児島県で開催された第71回中小企業団体全国大会において参加者のみなさまよりお預かりした首里城復興義援金を、小正芳史会長より沖縄県商工労働部中小企業支援課・友利公子課長に贈呈いたしました。

島袋武・沖縄県中央会会長挨拶

首里城復興義援金贈呈式

監事の職務や監査のポイントについて学ぶ

組合自治監査講習会を開催

１月30日（木）、鹿児島市「鹿児島サンロイヤルホテル」において、組合自治監査講習会を開催し、組合の監事をはじめとする役職員等40名が参加しました。

講習会では、監査法人かごしま会計プロフェッション社員で公認会計士の森毅憲氏を講師に、監事の監査知識を深め、監査制度をより実効あるものとするため、組合における監事の役割、その義務や責任、会計・税務等に関する今後の改正予定や決算書内の金額に関する具体的な監査手法等について説明しました。

最後に講師は、「監事は理事長や組合事務局と密にコミュニケーションをとり、内部統制によって不正を起こさせない体質を醸成することが重要である。」と述べました。

建築設計業界の「働き方改革」について学ぶ

経営強化・運営改善研究会を開催

１月21日（火）、鹿児島市「鹿児島県住宅供給公社ビル」において、鹿児島県建築設計監理事業協同組合（今村裕理事長）を対象とした、経営強化・運営改善研究会を開催しました。

社会保険労務士山崎智健事務所 代表の山崎智健氏を講師に、建築設計業界における働き方改革について学びました。

セミナーでは、日本の少子高齢化により、高齢者や女性等の多様な働き方を支援することが必要であるといった、「働き方改革関連法」が成立した背景をはじめ、昨年4月より施行されている「年次有給休暇の付与・確実な取得」「時間外労働の上限規制」等について具体的に事業者が取り組むべき内容について説明されました。

講師は、「建築設計業界は時間がいくらあっても足りない職種だと思うが、法令を遵守し、従業員を休ませる対応を取らなければならない。万が一、業務中に従業員が倒れた場合、会社に責任が及ぶだけでなく、一生懸命頑張ってくれている従業員やその家族にも多大なる影響を及ぼす。会社が従業員の健康に配慮している姿勢をみせることは、会社のイメージアップにつながるため積極的に取り組んでいただきたい。」と述べました。

食品を魅せる“視覚的販売戦略”について学ぶ

鹿児島県食品産業協議会

１月20日（月）、鹿児島市「鹿児島サンロイヤルホテル」において、鹿児島県内の食品製造事業者などで組織する鹿児島県食品産業協議会（藤安秀一会長）が、令和元年度第２回研修会を開催しました。

全国各地の展示会や店舗レイアウトの支援で多数実績のある、有限会社千代田 代表取締役の林由希恵氏（屋号：Food＋Create）を講師に、「食品の魅力を伝える“視覚的販売戦略”について」と題して、ヴィジュアル・マーチャン・ダイジングについて学びました。

研修会の要旨は以下の通りです。

「視覚」は人間にとって最も重要な感覚であり、「商品」「接客」「陳列」のうち「陳列」に取り組むことで、店舗売上の増加や商談会の成功に結び付けることが可能です。会社のアイデンティティやテーマに基づき、お客様・バイヤーが思わず手に取る売り場づくりに取り組むことが大切です。

ＡＩＤＭＡの法則（注意→興味→欲求→記憶→行動）という購買心理プロセスを意識し、商品を目立たせるための様々な演出テクニックや色のイメージ、一言で伝える効果的なＰＯＰ等を使って陳列を心がけるといった様々なポイントを多数の事例を交えて説明されました。

組合トピックス

鹿児島県室内装飾事業協同組合
創立50周年記念式典・祝賀会を開催

1月24日（金）、鹿児島市「ジェイドガーデンパレス」において、室内装飾工事に関わる事業者で組織する鹿児島県室内装飾事業協同組合（月野暎史理事長）が創立50周年記念式典を開催しました。

本組合は、昭和44年、高度経済成長の中において国民の生活・住環境の変化に対し、設備の近代化、品質・デザインの高度化、低価格化といった消費者ニーズに応え、室内装飾品等の共同購買などを通じて組合員の経済的支援を行うことを目的として設立されました。

現在組合員数は64人で、室内装飾品等の共同購買や、消防法及び建築基準法で規定されている「防炎・防火ラベル」の発行事業のほか、技能検定を通じた技術の向上や人材の育成に取り組んでいます。

式典では、日本室内装飾事業協同組合連合会他多数の来賓や組合員が参列のもと、長年業界を支えてきた功労者表彰等が行われ、参加者一同は組合50年の歴史に思いを馳せました。

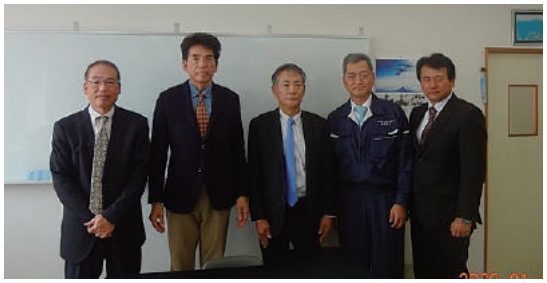
新設組合紹介

鹿屋市で事業活動を行う４事業者による組織化
～協同組合ビジネスサポートKANOYA　創立総会を開催～

１月15日（水）、協同組合ビジネスサポートKANOYA（発起人代表　森博嗣氏（有限会社森学園代表取締役））が創立総会を開催しました。同組合は、鹿屋市で事業活動を行う異業種の４社による組織化で、資材や燃料の共同購買事業や教育情報提供事業を実施する計画です。また、将来的には外国人技能実習制度の実施も視野に入れています。

理事長に選任された森博嗣氏は、「私たち4事業者がそれぞれ役割を分担し、地域の振興・組合員の相互の発展を目指してお互いの仕事をサポートできますようにこれから日々、努力・勉強していきましょう。」と抱負を述べました。

【組合プロフィール】
名　　称：協同組合ビジネスサポートKANOYA
所 在 地：鹿児島県鹿屋市寿七丁目９番５号
理 事 長：森　博嗣
組合員数：４人
主たる事業：共同購買、教育情報提供
設 立 日：令和２年１月27日



組合員と関係者のみなさん
（左から２人目が森理事長）

テーマ

第66回　「監事の職務内容」について

監事は、総会に提出する決算書の監査だけが職務内容でしょうか。

はい！お答えします！

監事は、原則として業務監査（理事の職務執行の監査）を行わなければなりません（中協法［※］第36条の3第2項）。ただし、組合員の総数が1,000人を超えない組合であって、定款により監事の監査の範囲を会計に関するものに限定している場合には、業務監査を行う必要はありません。（中協法第36条の3第4項）。

また、業務監査、会計監査以外の監事の職務については、下表をご確認ください。

	業務監査付与監事	会計監査限定監事
理事会への出席	義務（383 条 1 項）	任意（389 条 7 項）
出席した理事会議事録への署名または記名押印	必要	必要
理事会の招集手続の省略のための同意（全員）	必要	不要
理事が提出した総会議案・書類に関する調査結果の報告	法令、定款違反若しくは、著しく不当な事項がある場合、報告義務（384 条）	必要（389 条 3 項）
総会への監事の選任に関する議案を提出するための同意（過半数）	必要（343 条）	必要
総会における監事の選任、解任・辞任または報酬への意見陳述	可能（345 条 1 項、387 条 3 項）	可能（345 条 1 項、387 条 3 項）
理事に対する、監事の選任を総会の目的とすることまたは総会への監事の選任に関する提出請求	可能（347 条 2 項）	可能（347 条 2 項）
理事会の招集請求	可能（383 条 2 項）	不可（389 条 7 項）
理事会での意見陳述	義務（383 条 1 項）	任意（389 条 7 項）

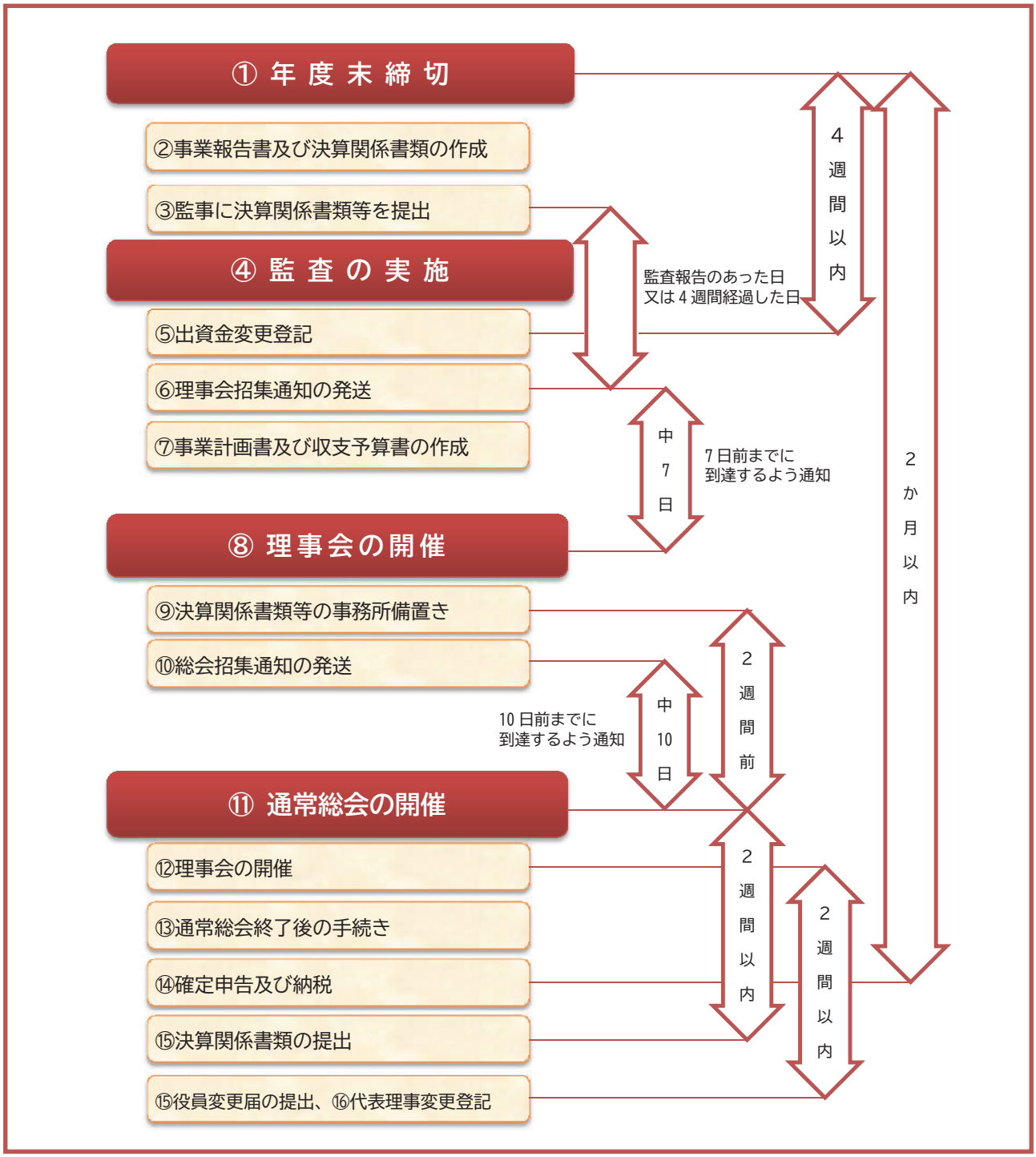
※中協法・・・中小企業等協同組合法の略
※（　）内は中協法第36条の3によって準用される会社法の条文を掲載。

詳しいことは、中央会指導員に相談してほしいぶ～

組合における決算期の事務手続きの手順と留意点

組合が決算期を迎えるにあたり、組合事務局が留意しておかなければならない決算整理から通常総会開催までの一連の事務手続きの手順及び関連する各種届出等のポイントについてご案内します。
わからないことがあったら中央会の指導員に聞いてほしいぶ～。

【事務手続きの流れ】



【事務手続きの留意点】

事務手続き	留意点
① 年度末締切	正確な財務諸表作成のため、必要な決算整理手続き等を行う。 ・脱退者の出資金を未払持分に振り替える。 ・棚卸表作成、帳簿整理、元帳等の締切 ・組合員の移動状況を確認し、組合員名簿を整備する。
② 事業報告書及び決算関係書類を作成	組合会計基準に沿った事業報告書、財産目録、貸借対照表、損益計算書、剰余金処分案又は損失処理案を作成する。
③ 監事に決算関係書類等を提出	監事に決算関係書類等を提出し、監査を依頼する。
④ 監査の実施 （※会計監査の権限のみを有する監事による監査の場合）	監事は、会計帳簿や決算関係書類に誤りや記載漏れ等がないか、剰余金処分案又は損失処理案が法令及び定款に適合しているか等に留意して監査を実施し、理事に監査報告書を提出する。 ※会計監査の権限のみを有する監事は、事業報告書を監査する権限がないことを監査報告書に明記する。
⑤ 出資総口数及び払込済出資総額の変更登記	年度末から４週間以内に申請する。
⑥ 理事会招集通知を発送	理事会開催の１週間以上前に到達するよう発送する（定款変更により短縮可能）。なお、理事全員の同意があれば招集手続きの省略が可能。
⑦ 事業計画書及び収支予算書を作成	組合会計基準に沿った事業計画書及び収支予算書を作成する。
⑧ 理事会の開催	監査を受けた決算関係書類等の承認、通常総会の開催日時及び場所、通常総会提出議案について審議する。
⑨ 決算関係書類等の事務所備置き	事業報告書及び決算関係書類を通常総会開催日の２週間前までに主たる事務所に備え置く。
⑩ 通常総会招集通知を発送	通常総会開催の 10 日以上前までに到達するよう発送する（定款変更により短縮可能）。※総会提出議案を同封する
⑪ 通常総会の開催	事業年度終了後、２月以内に開催する。 (定款変更により３月以内に変更可能)
⑫ 理事会の開催	通常総会で役員改選を行った場合、理事会を開催し代表理事等の役付き理事を選任する。
⑬ 通常総会終了後の手続き	・総会議事録の作成 ・剰余金処分又は損失処理による振替処理 ・未払持分の払い戻し ・利用分量配当、出資配当の支払い
⑭ 確定申告及び納税	通常総会で決算確定後、決算日から２月以内に申告・納税を行う。
⑮ 行政庁へ決算関係書類等を提出	① 決算関係書類（通常総会終了後、２週間以内） ② 役員変更届（役員変更後、２週間以内） ③ 定款変更認可申請書（総会終了後、速やかに）※定款変更がある場合のみ
⑯ 代表理事変更登記	代表理事就任後、２週間以内に申請する。 ・代表理事が重任の場合も登記が必要。 ・代表理事が交代した場合は、印鑑届も必要。
⑰ その他変更登記	定款変更の内容が組合名称、地区、事業、公告方法、事務所の所在地など登記事項である場合、定款変更認可書到達後２週間以内に申請する。

※届出書類の期限内提出にご留意ください。
届出義務を怠った場合には、組合役員に20万円以下の過料が処されます。
（中小企業等協同組合法第115条第１項第11号・第31号）
また、解散命令が発せられる場合があります。（同法第106条第２項）

令和元年12月　情報連絡員報告

令和元年12月期における鹿児島県内45組合（傘下組合員数4,160社）の景況は次のとおり。

【前月比】

「売上高」や「収益状況」、「業界の業況」は、ほぼ横ばいであった。

一方で、「在庫数量」や「設備操業度」、「雇用人員」は悪化しており、景気の低迷を実感する内容となった。生鮮食品を取り扱う業界や食品加工を行う業界からは、暖冬の影響により売上が減少したとする声があった。その他、昨今の経済状況から今後の先行きを不安視するコメントが各業界から寄せられた。

【前年同月比】

「販売価格」や「資金繰り」が改善したものの、「在庫数量」や「雇用人員」が悪化しており、景気回復の実感を得ることが難しい。

消費者の買い控えや需要の先細りを懸念する声に加え、人手不足の深刻さを切実に訴える業界が増加している。

【DI 値 前月比】

■DI値　前月比較

	前月 令和元年11月	今月 令和元年12月	比較結果
業界の景況	−10	−8	→
売上高	−12	−12	→
在庫数量	−4	−6	↘
販売価格	0	1	→
取引条件	−4	−3	→
収益状況	−9	−9	→
資金繰り	−6	−5	→
設備操業度	0	−3	↘
雇用人員	−4	−10	↘

【DI 値 前年同月比】

■DI値　前年同月比較

	前年 平成30年12月	今月 令和元年12月	比較結果
業界の景況	−11	−8	→
売上高	−15	−12	→
在庫数量	−2	−6	↘
販売価格	−5	1	↗
取引条件	−2	−3	↘
収益状況	−11	−9	→
資金繰り	−10	−5	↗
設備操業度	−7	−3	→
雇用人員	−5	−10	↘

※比較結果（数値の範囲）　↑＝+10以上　↗＝+5～+9　→＝0～+4　↘＝−1～−9　↓＝−9以下

DI 値とは、前月又は前年同月に比べ「好転・増加」したとする回答数から「悪化・減少」したとする回答数を差し引いた値です。

製　造　業

食料品（味噌醤油製造業）

令和最初の12月は、厳しい経営環境の中での締め括りの月となった。12月は鍋物需要の増加に期待がかかったが、寒い日が長続きしなかったため伸び悩んだ。また、年末需要も大きな波とはならず、前年に届かない売上となった。正月に閉める店舗があったにもかかわらず、消費者が買い控える傾向は止まらず、市場環境の厳しさは年々増しているように感じる。

食料品（漬物製造業）

暖冬傾向で契約農家の大根、高菜は豊作の見込みである。漬け込みも予定より早く始まった。

食料品（酒類製造業）

（令和元年12月分データ）　（単位：kℓ・%）

区　分		H30.12	R1.12	前年同月比
製成数量		13,839.8	11,748.6	84.9%
移出数量	県内課税	5,301.4	5,150.3	97.1%
	県外課税	7,404.0	6,915.9	93.4%
	県外未納税	2,489.0	1,948.5	78.3%
在庫数量		237,384.6	231,099.0	97.4%

食料品（蒲鉾製造業）

鹿児島のお歳暮において、さつま揚げが２番目に人気があるという報道があったが、実際に県内の百貨店やスーパーでは昨年並みの売上を維持していた。一方で、

10月からの増税で送料や梱包材の費用が増加したことへの影響を感じる。また、全体での売上は5%減となり、空港や百貨店の売上が若干減少した。複数税率になったことにより、業務量が増えた状態で迎えた繁忙期は例年以上の苦労があった。また、ポイント還元によるキャッシュレス利用が格段に増え、売上の現金化に時間がかかり手数料もかかるため、キャッシュフローが悪化した。

食料品（鰹節製造業）

生値の原材料原価は昨年とほぼ同水準で推移している。ただし、品質があまり良くないため、価格も上昇してこない状況にある。操業度は低下したままである。業界としては、今年閉鎖した工場がある等下降気味である。

食料品（菓子製造業）

洋菓子店はクリスマスシーズンであったためケーキの受注が多かった。和菓子店でもクリスマス仕様の生菓子を作り販売するなど、努力しているところもあったが限定的である。年末帰省用の贈答菓子などは大きな変化はないが、お正月も休まず店を開けているところも多く見受けられた。

食料品（茶製造業）

共販実績は前年度売上対比98%（前年同月売上対比63%）

木材・木製品

令和元年当初から先行きの不透明な木材市況は、12月に至っても回復の兆しは見えず、長期低迷の域を脱しきれぬまま年を終えようとしている。景気浮揚策が浸透せず、耐久消費財の需要が伸び悩んでいる。昨今の経済事情混迷が実需不振の要因と考えられ、今後益々先行きの不透明感は増していくのではないかと危惧している。

木材・木製品

住宅着工は落ち着いており、消費税増税の影響もあって製材製品の荷動きに逼迫感はない。スギ、ヒノキの丸太価格についても、全体的に前年同期比で価格を下げている状況にある。製材各社とも製材品の生産在庫を確保しているものの、住宅着工が伸び悩んでいることから今後の売上は期待できない状況にある。

生コン製造業

12月度の総出荷量は129,369立米（対前年比100.0%、うち官公需は68,027立米（同比112.0%）、民需61,342立米（同比89.4%））で官公需が増加、民需が減少となった。増加した地域は7地域（増加順に、甑島181.1%、串木野165.4%、鹿児島126.7%）で、残り9地域が減少（減少順に垂水桜島54.1%、宮之城68.8%、奄美大島69.9%）となった。なお、鹿児島地域は、対前年度比で官公需215.7%、民需98.0%の合計126.7%となっている。

コンクリート製品製造業

12月度の合計出荷量は7,466トンの前年同月比95.5%で、前月度に引き続き前年度同月比を下回る結果となった。該当したのは、姶良・伊佐、熊毛を除くすべての地区であった。中でも奄美地区は、前年度同月比75%と低迷した。12月度の受注は幾分増えているものの、今年度の公共工事予算に比例しておらず、12月までの累計では下回っている。今後の受注増に期待したい。

鉄鋼・金属（機械金属工業）

慢性的な人手不足で、今後の人材育成等に不安を感じている。年明けの仕事量が不明で、令和2年度は減少が懸念される。

印刷業

印刷業界においてもネット受注が増加し、ペーパーレス等厳しい環境が続いているが、特殊物への印刷やデザイン、新技術の開発、情報発信等で着実に裾野を広げつつある印象がある。令和2年に向け、更なる飛躍を期待したい。

非　製　造　業

総合卸売業

主力製品の長引く需要減退を受け、既存製品の製造技術や設備を活用・転用し、関連分野での新商品開発、海外市場開拓に積極的に取り組む企業がある。宇宿地区や東開町付近で商業施設、マンション建設が活発であることを受け、卸本町地区の不動産の引き合いも増加している。

水産物卸売業

前年同月比で、数量が86.3%、販売金額が88.4%、販売単価が102.6%と振るわず、随分苦しい状況であった。しかし、数量減を単価で補った点は健闘したと言え、光明が見える気がする。水揚げ量は天候が大きく関わる分、単価の上昇による下支えに期待したい。

燃料小売業（LPガス）

1月積み中東産の液化石油ガスはプロパンが565ドル（前月比＋125ドル）、石油化学原料のブタンは590ドル（前月比＋135ドル）と大幅に上昇した。原油市況の上昇、サウジアラビアでの減産、米国の天候不順等が影響した。また、冬の本格的需要期に入ったアジアでは需給の引き締まりにつながった。

中古自動車販売業

依然として厳しい状況である。新春フェアに期待したい。

青果小売業

暖冬の影響か、例年と違い葉物野菜やいちごの価格が上昇しなかった。売上は前年同月比100.8%で終えることができた。

石油販売業
原油はOPECプラスにて生産調整延期が決定されたことと、米中貿易摩擦の緩和予測により価格上昇基調で推移した。一方、国内石油元売りは卸価格を12月中に3.5円/リットル値上げした。小売業界はそれを受けて、価格転嫁に動いたものの売上も鈍く厳しい局面を迎えている。さらに、人手不足による人件費の増加もコスト上昇に拍車をかけている。

鮮魚小売業
今年は暖かかったため、カンパチが例年になく高価で、冬の商材の動きも芳しくないようである。年末商材のエビ、数の子、イカ等は昨年に比較し突出した変化はないようである。しかし、出来合いのおせちが増えるようになってきているため、数の子は年々動きが悪くなってきているようである。

商店街（霧島市）
12月の商店街売上は減少傾向にあった。10月からの消費増税に伴い、消費意欲がわずかに減退しているようである。飲食店では、仕入れの原材料において複数税率となっているため、経理処理が煩雑になったとの声が聞かれる。一方、小売店では、クリスマスから年末の売出しをかけても日常の購買とさして変わらない状況であったようである。今後、小売業にとってさらに厳しい環境となる気配を感じる。

商店街（鹿児島市）
小売業においては、暖冬の影響か消費者の動きが鈍く売上につながらなかった。

測量設計業
人材の確保が日に日に困難になってきている。

旅行業
県議会の海外経済交流促進等特別委員会において、本年度県内公立高校で修学旅行先に海外を選択したのが5校であったことが報告された。前年度より2校増えたものの、ピークであった1999年の49校に比較すると大きく下回っている。県高校教育課によると増えた2校の渡航先は台湾であり、直行便があるため日程が組みやすい点と比較的治安の良い点が要因とみられる。一方、海外を選択したかった高校に理由を尋ねたところ、費用面や安全面を挙げる声が多かった。直行便のある韓国や香港の情勢が落ち着かない限り根本的な増加は見込めない。

建築設計監理業
市町村等において建築基本設計公募型プロポーザルの2次審査が行われ、設計者が決定した。今後、基本設計等が実施されることになる。一方、指名競争入札による委託設計については、特に大きな変化は見られない。

自動車分解整備・車体整備業
前月同様に閑散とした日が多かった。以前のように年末の忙しさが見られなかった。

電気工事業
民間工事、官庁工事共に例年通り仕事量が確保されているが、各社において現場作業員の不足が深刻な状態にある。加えて、後継者不足問題もあるため、業界全体に明るい話題はないように感じる。

造園工事業
前年同月比では売上が60％減少と大きく落ち込んだが、これは国体開催にむけた環境施設整備という特殊要因によるものである。特殊要因を除けば、例年を上回る水準であった。公共工事の年内発注に加え、民間企業や個人からの発注もあった。

管工事業
工事量は堅調に推移しているが、技術者不足の影響により応札の回避が散見された。建設業以外の業種より給与・休日等の処遇面に好条件を出せるだけの余力もないことから、雇用については募集をかけても応募が少なく、なかなか採用までは至らない状況が続ている。

建設業（鹿児島市）
災害復旧の発注が進んできたが、技術職員及び作業員等の人員不足で不調・不落の入札が見受けられる。債務負担工事や繰越工事の活用を含めた工期の平準化が必要であるとともに、建設産業に関わる担い手育成が喫緊の課題である。

建設業（南さつま市）
南薩地区（南さつま市、南九州市、枕崎市）の公共工事（土木）の発注額は前年同月に比較し、20％程度多いが前月大幅減の揺り戻しによるものと思われる。一方で、後継者が不在のため、廃業を見据えた組合員の脱退申出があった。

貨物自動車運送業
県下165運送事業者の燃料の購買動向は、前月と比較して99.97％の減少となり、前年同月と比較して、101.37％の増加となった。

運輸業（個人タクシー）
運賃改定等もあり、対前年同月比で15％ほど売上が増加した。特定地域指定による稼働車数が減少していたことも一因と考えられる。しかし、令和2年の3月31日で特定地域指定が解除されることが決定した。今後のタクシー業界が上向くかどうか期待しているところである。

運輸・倉庫業
物量は例年並みであったが、改元に伴う祝日もなかった影響で物量も分散された。年々、忙しい期間が短縮している。特に今年は暦の関係もあり、長距離輸送は早めに終息した。エコ運転を指示し安全運行に努めるよう指導している。

令和2年1月　鹿児島県内企業倒産概況

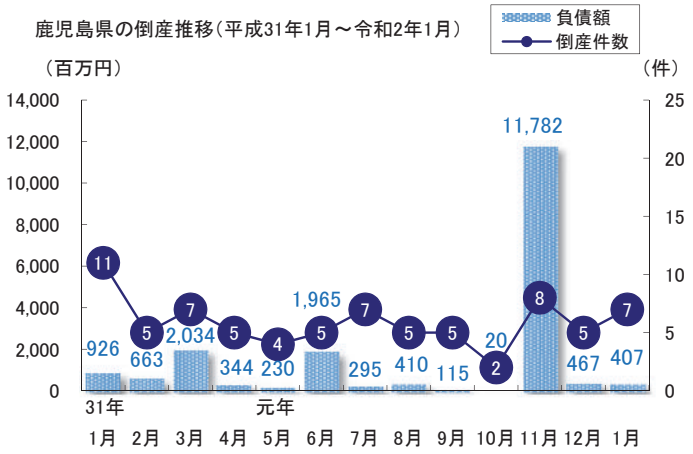
（負債額1,000万円以上・法的整理のみ）
㈱帝国データバンク　鹿児島支店

件数7件　負債総額4億700万円

〔件数〕前年同月比４件減　〔負債総額〕前年同月比56.0％減

ポイント
～倒産件数、負債総額ともに前年同月より減少～

◆1月の倒産件数は7件で、11カ月連続で前年同月比減となった。負債総額も少なく、前月と同様、１億円を超える倒産が１件のみで小規模倒産がほとんどだった。
◆業種別、業歴別、規模別に偏りはなかった。
◆主因別では７件中５件が販売不振だった。



【今後の見通し】

鹿児島県の１月の倒産件数は７件となり、前月より増加したが11カ月連続で前年同月よりも減少した。また、負債総額は前月比、前年同月比ともに減少し、負債総額が少額の倒産が目立った。

帝国データバンクが毎月行っている「TDB 景気動向調査」によると、鹿児島県の１月の景気 DI は44.1で、前月より1.2ポイント改善した。３カ月振りの改善であり、「その他」を除く９業界中、「建設」、「小売」、「サービス」の３業界が改善となった。オリンピックまでは景況感も悪くないと見ているとの声があった。しかし、オリンピック後の景気悪化や、人手不足、新型コロナウィルスの影響など先行きを心配する声も多い。

2020年１月31日に（株）九州経済研究所が発表した「県内景況」によると、全体として「やや弱含んでいる」との判断が継続された。生産活動は11月の焼酎生産、10月のかつお節生産、12月の紙パルプ生産が前年を下回り、畜産関連は12月の子牛出荷頭数、肉用牛枝肉価格、ブロイラー相場が前年を下回った。また、観光関連では12月の主要ホテル・旅館宿泊客数が８カ月連続で前年を下回ったほか、投資関連も11月の民間建築着工（棟数、床面積、工事費予定額）、新設住宅着工戸数が前年を下回った。

１月の倒産件数は前月よりは増加したが、前年同月と比べ減少し、前年比での減少が続いている。負債総額も小さく、小規模業者の倒産が主体となっている。しかし、鹿児島県内の景況は低迷しており、海外情勢の不安定さや人手不足など経営を取り巻く環境は厳しく、倒産が今後増える可能性は否定できないため、推移を見ていく必要がある。

令和２年１月　主な企業倒産状況（法的整理のみ）

企業名	業　種	負債総額（百万円）	資本金（千円）	所在地	態　様
H（株）	建設工事	300	20,000	熊毛郡地区	破産
M（株）	電気製品小売	30	2,000	鹿児島市	破産
（同）N	喫煙具小売	17	100	鹿児島市	破産
（株）K	生活用品卸売	10	1,000	鹿児島市	破産
K（株）	生活用品小売	10	2,500	鹿児島市	破産
A（株）	経営コンサルタント	10	5,000	鹿児島市	破産
A（有）	マグロ延縄業	30	27,500	中薩地区	破産

※主因別では、「販売不振」5件、「売掛金回収難」1件、「その他」1件。

中央会関連主要行事予定

令和２年３月	
３日（火） 16：45	**中央会理事会** 鹿児島市「ホテルレクストン鹿児島」
５日（木） 12：00	**鹿児島県食品産業協議会** **会員交流会** 鹿児島市「mark MEIZAN」
13日（金） 13：30	**創業・起業セミナー** 鹿児島市「ホテルパレスイン鹿児島」

令和２年４月	
22日（水） 13：30	**中央会理事会** 鹿児島市「ホテルレクストン鹿児島」

創業・起業セミナー

『令和時代に求められる中小企業経営
～多様性を活かし、価値を生み出す～』

エンジンの構成部品であるクランクシャフトの燃焼装置の世界シェア20～30%を有し、「グローバルニッチトップ企業100選」にも選ばれた企業の代表をお招きし、価値創造に参画していく経営についてお話しいただきます。

日時：令和２年３月13日(金)13時30分～15時30分
場所：ホテルパレスイン鹿児島「白鷺」
（鹿児島市樋之口町8-2）
講師：富士電子工業株式会社

代表取締役社長　**渡邊 弘子** 氏

※参加無料
※お申込み・お問い合わせ
組織振興課　099-222-9258

新入職員のご紹介

組織振興課 主事
馬場（ばば） 貴裕（たかひろ）

２月より中央会で勤務を開始致しました。
８歳のころより野球をしており、体を動かすことが大好きです。
前職は金融機関で、営業と融資を担当していました。前職の経験を活かし、相互扶助の精神で、地域経済に貢献できるよう日々精進します。
よろしくお願い致します。

中小企業かごしま

（令和元年度　活性化情報第４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
HP：http://www.satsuma.or.jp/
印 刷 所：斯文堂株式会社

今月の表紙

桜島大根

桜島大根は、鹿児島県の特産品でギネスブックに認定された世界一大きい大根です。重さは通常で約6kg 前後、大きな物で約30kg にもなります。

最近の研究で、血管機能を改善し動脈硬化改善・予防になるといわれている「トリゴネリン」という機能性成分が桜島大根に豊富に含まれることがわかり、米国の学術誌などでも「心臓病との闘いを助けるモンスター大根」として改めて注目されています。