

11

活性化情報誌



中小企業かごしま

2022 第809号

- 特集1 DXの現状と傾向について
- 特集2 社会保険の段階的な適用拡大について



龍門司焼企業組合 陶工による陶芸体験

鹿児島県中小企業団体中央会

目次

特集1 DXの現状と傾向について.....	1
特集2 社会保険の段階的な適用拡大について.....	13
組合インタビュー.....	25
●協業組合ユニカラー	
元気を出そう！がんばれ中小企業.....	29
●有限会社大久保水産	
指導員が行く！組合イベント探訪記.....	33
●龍門司焼企業組合	
組合トピックス.....	39
●鹿児島県造園事業協同組合「グリントフェス」	
寄稿 デザイン導入効果を経営に活かすための マーケティング発想のデザイン.....	40
教えてぐりぶー！組合運営.....	41
●第88回 「未収賦課金の取り扱い」について	
組合運営のスペシャリストを目指そう！.....	42
業界情報.....	43
令和4年9月 情報連絡員報告	
倒産概況.....	46
令和4年10月 鹿児島県内企業倒産概況	
中央会関連主要行事予定.....	47



DXの現状と傾向について

「DX」(Digital Transformation / デジタルトランスフォーメーション)とは、「デジタル技術を活用したビジネスモデルの革新」です。

経済産業省は、2018年12月に発表した『DX推進ガイドライン』において、DXを「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること。」と定義づけました。以来、数回にわたりレポートが更新され、現在に至ります。

特集1では、これまでに経済産業省から発表されたDXレポートや中小機構が行った中小企業のDX推進に関する調査をもとに中小企業におけるDXの現状と傾向を解説し、自己診断ツール等についても紹介します。

■ DXレポートとは？

DXレポートとは、日本社会におけるICT環境の現状と課題について書かれた報告書で、2018年に経済産業省が発表しました。正式な名称は、『DXレポート～ITシステム「2025年の崖」の克服とDXの本格的な展開～』といいます。

この報告書は、他の先進国と比べてICT*の活用が遅れがちである日本の現状を指摘すると共に、国としてDX(デジタルトランスフォーメーション)を推進する必要性が示されています。このレポートをきっかけに、日本社会においてDXという言葉が大きく広がりました。なお、DXレポートは、現在までに下記が発表されています。

- ◆『DXレポート～ITシステム「2025年の崖」の克服とDXの本格的な展開～』(2018年9月)
- ◆『DXレポート2(中間取りまとめ)』(2020年12月)
- ◆『DXレポート2.1(DXレポート2追補版)』(2021年8月)
- ◆『DXレポート2.2』(2022年7月)

*ICT (Information and Communication Technology) = 情報通信技術のこと

■ 2025年の崖

2018年に発表された『DXレポート』の副題には「2025年の崖」という言葉が含まれています。

2025年の崖とは、ICTの遅れが日本企業にもたらす深刻なリスクを指すものです。「企業IT動向調査報告書2016」によると、企業が保有する大きなシステム(≡基幹系システム)が今のまま2025年を迎えると、21年以上稼働している企業の割合が6割に達すると予想しています。

こうした老朽化したシステム(=レガシーシステム)は、「システムのブラックボックス化」、「システム運用・保守コストの高騰」、「運用・保守人材の不足」、「セキュリティ上のリスク」などの深刻な技術的負債を生じさせます。そしてDXレポートにおいては、こうした問題を放置することによって、**2025年以降、日本経済が毎年12兆円もの経済損失を生む恐れがある**と警鐘を鳴らしています。



また、「2025年の崖」によって影響を受ける企業は、大企業ばかりではなく中小企業や個人事業主も含まれるとされています。経営者だけではなく現場で働く人の働き方にも直結し、さらにはビジネスの恩恵を受ける人やユーザー（消費者）にも影響が及ぶこととなります。

しかも、創業から日が浅い企業よりもレガシーシステムを長年にわたって使用してきた創業年数の長い企業のほうが強く影響を受け、問題の克服に時間が掛かる可能性が指摘されました。

■ DX レポート2

2020年12月、経済産業省は DX レポートの中間取りまとめとして『DX レポート2』を公表しました。

レポート2では新型コロナウイルスの影響を踏まえて、企業が取り組むべきアクションが具体的に盛り込まれ、さらに実践的な内容となりました。さらに、政府の政策の方向性についても示されており、大きく以下の5つが挙げられました。

●事業変革の環境整備

DX を実現するためには、企業が DX に対して正しく認知・理解し、推進体制を整備することが重要です。そのため、DX 事例集などのツール作成や、複数企業が集まり DX に関する情報共有を行う場の設定など、DX を推進するための環境づくりが政府に求められています。また、企業の効率的な DX を支援できるよう、DX 戦略の策定や DX 推進状況を把握することも政府にとって重要な政策となっています。

●デジタル社会基盤の形成

企業が効率的に DX を推進していくためには、各社が個別にデジタル化を進めるだけでなく、社会全体をデジタルシフトする必要があります。そのため、政府は共通プラットフォームやデジタルアーキテクチャなどの推進を通して、デジタルをベースとした新しい社会基盤の形成を強く求められています。

●産業変革の制度的支援

DX の本質はデジタル化による企業変革であり、その先には産業そのものを変革するという大きなゴールがあります。その目的を遂行するためには、企業の DX を推進する制度的な支援が重要になります。例えば、補助金などの IT ツール導入に対する支援やデジタル化を推進するための法整備など、これらも政府が求められる重要な役割となっています。

●人材変革

DX はデジタル化による企業変革を意味する言葉ですが、デジタルツールだけで DX を実現できるわけではなく、社員一人ひとりの力が必要です。そして、DX の実現に向けた人材の確保も政府が対応すべき事柄の一つとなっています。IT に強い人材を育てるための環境整備や学習カリキュラムの見直しなど、広い視野での政策実行が求められています。

●今後の検討の方向性

上記4項目に対する「今後の進め方」が定められています。具体的には次表のとおりです。

* 既存施策の深化・展開

対応策		今後の検討の進め方
5.1 事業変革の環境整備	DXの認知・理解向上	認知向上に向けては、事例集の作成を検討。理解向上に向けては、共通理解形成のためのポイント集を活用。
	共通理解形成のためのポイント集	研究会WG1の成果物（ポイント集）を公開し、活用を推進。
	CIO/CDXOの役割再定義	継続議論。
	DX成功パターン	デジタルガバナンス・コードの業種別リファレンスとの整合性を図りながら、有識者との検討を進め、パターンを具体化。年度内目途で成案。
	デジタルガバナンス・コードの普及*	業種別、中小企業向けリファレンスガイドの作成。投資家サイドへの働きかけの検討。
	DX認定／DX銘柄の普及*	DX認定の本格開始、認定付与の際のインセンティブの検討。DX銘柄の普及とDX認定との連携。中小企業向けの選定の検討。
	DX推進指標等*	DXの加速をDX推進指標により継続的に評価。
	レガシー刷新の推進*	プラットフォームデジタル化指標の策定、及びプラットフォーム変革手引書の公開を年度内目処で実施。
5.2 産業変革の制度的支援	ツール導入に対する支援	既存施策の普及展開。デジタル化・DX事例集の内容の拡充と展開。
	ユーザー企業とベンダー企業の共創の推進	ユーザー企業とベンダー企業の共創関係の在り方について引き続き検討を進め、ベンダー企業が有する機能・能力の整理及び競争力に係る指標を策定。
	研究開発に対する支援	研究開発税制による税制優遇を創設。
	デジタル技術を活用するビジネスモデル変革の支援	産業競争力強化法（DX投資促進税制）、中小企業向けDX推進指標、DX認定企業向け金融支援について検討。
5.3 デジタル社会基盤の形成	共通プラットフォーム推進	社会インフラや民間事業の非競争領域における共通プラットフォームの構築を推進。
	アーキテクチャ推進	情報処理推進機構デジタルアーキテクチャ・デザインセンターを中心にアーキテクチャ設計と人材育成を推進。
5.4 人材変革	リスク・流動化環境の整備	学びの場の形成、スキルの見える化等の仕組みを検討。

DX レポート2では、「政府は項目ごとに然るべき対応策を実行し、企業の DX を多角的にサポートする」旨が記載されたのです。

DX レポート2.1

『DX レポート2.1（DX レポート2追補版）』は、『DX レポート2』の補足として、2021年8月に公表されました。

『DX レポート2』で明らかにできなかった、デジタル産業・デジタル企業の姿、既存企業がデジタル企業へ変革していくための方向性について示しています。

DX レポート2.1では、下記の課題が提起されました。

●ユーザー企業とベンダー企業の相互依存関係（低位安定）

低位安定とは、現在のユーザー企業とベンダー企業との**危機的な関係**を言い表した言葉です。ユーザー企業では「コスト削減」、ベンダー企業では「低リスク・長期安定のビジネス」を実現しているにもかかわらず、このままでは両者ともデジタル時代に必要な力を獲得できません。

『DX レポート2.1』では、デジタル産業への変革を難しくしているジレンマが、ユーザー企業とベンダー企業に3つあると指摘しました。

▶危機感のジレンマ（ユーザー企業・ベンダー企業共通）

現在の業績が好調だと変革への危機感を持たない。危機感が高まったときはすでに業績が低下しており、変革できる投資体力は残っていない。

▶人材育成のジレンマ（ユーザー企業・ベンダー企業共通）

常に新しい技術が開発され、時間をかけて最新技術を学んでも、習得する頃には陳腐化してしまう。そのスピードに対応できる優秀な人材は引き抜かれてしまう。



▶ビジネスのジレンマ（ベンダー企業）

現在のベンダー企業は受託型ビジネスを主力にしている。そのため、ユーザー企業のDXを伴走支援するとシステム開発の内製化を促すこととなり、将来的にベンダー企業の売上は減少する。

目の前の売上や利益も大切ですが、将来国内の企業がグローバル競争で生き残るために、ユーザー企業とベンダー企業といった、注文する側と受託する側という概念を超えて、デジタル産業を作り上げていく必要性が示されたのです。

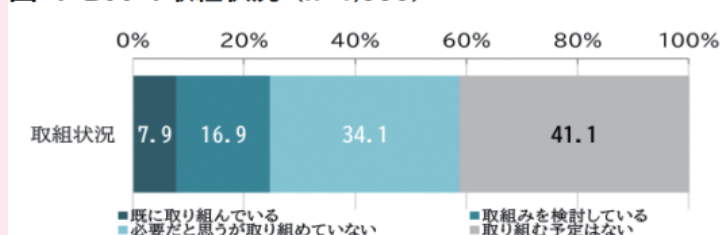
■中小企業のDX推進に関する調査（中小機構）

独立行政法人中小企業基盤整備機構（中小機構）は、2022年5月16日付で「中小企業のDX推進に関する調査（アンケート調査）」を発表しました。

全国の中小企業経営者、経営幹部（個人事業主等を除く）1,000社に対し、Webアンケートを行った結果のポイントは以下の通りです。

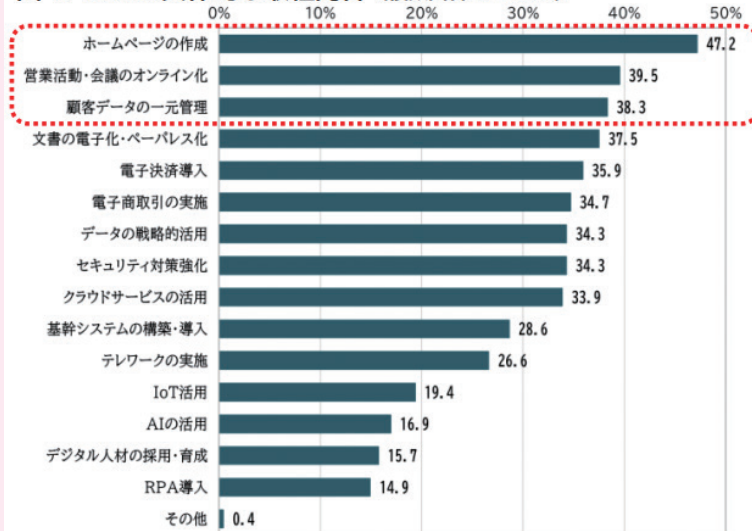
- 2割超の企業がDXの推進・検討に着手済み。一方、取り組む予定のない企業は約4割存在する。

図-1 DXの取組状況（n=1,000）

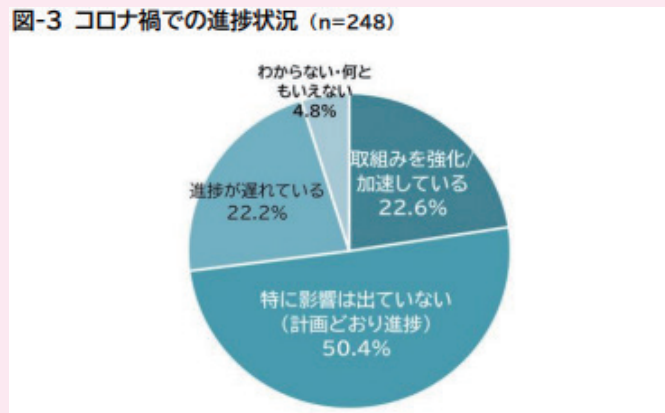


- DXの具体的な取組内容として「ホームページの作成」を挙げる企業が約5割。「IoTの活用」「AIの活用」などは少ない。

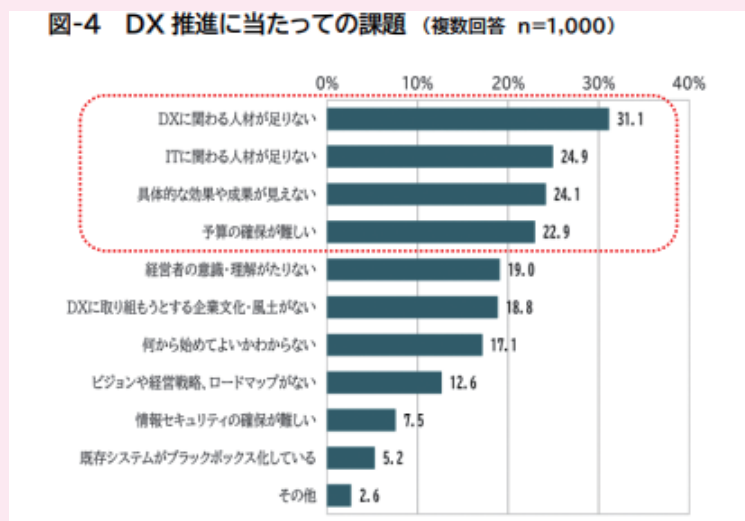
図-2 DXの具体的な取組内容（複数回答 n=248）



- コロナ禍における DX の進捗状況は「特に影響は出ていない」が約 5 割。2 割超は「取組みを強化 / 加速している」。



- 「DX や IT に関わる人材不足」「具体的成果が見えない」「予算の確保が難しい」が DX 推進に向けた課題の上位に。



なお、調査結果は次のようにまとめられています。

DX に既に取り組んでいる企業の割合は7.9%と1割にも満たなかった。また、その取組内容をみてもホームページの作成、営業活動・会議のオンライン化、顧客データの一元管理などが上位に挙げられており、DX に向けた IT・デジタル化の途上にある企業が大半であるとの状況が伺える。

今後 DX 推進に当たって、企業経営者自らが再度 DX の意義やメリットについて理解し、企業として DX を推進する企業文化や風土を醸成することが重要である。そのためには、DX 推進指針やセミナー受講、公的機関や専門家からの情報入手は有効な手段となる。また、DX 推進の取組みは、ある程度の資金を必要とされる場合もあり、予算の確保については各種補助金や助成金の積極的活用が期待される。

また、経営資源が限られる中小企業にとって、DX や IT の専門人材の不足も課題となるが、研修制度などを活用して社内の人材育成を図るとともに、専門家の派遣など外部人材を活用することが効果的である。

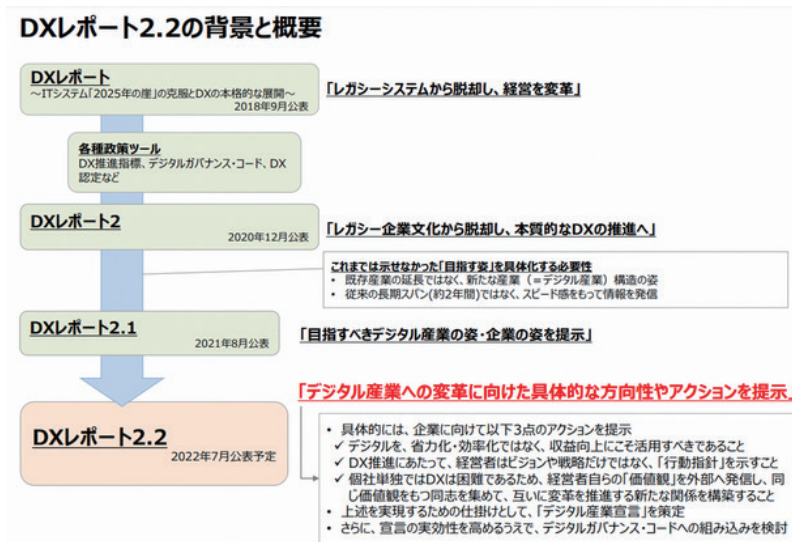
コロナ禍においても、多くの企業で DX の取組みは計画どおり進捗しており、2 割超の企業は取組みを強化・加速させている。こうした状況下にあっても、DX への取組みによる競争上の優位性を確保するような動きは、一層高まってくると思われる。

出典 「中小機構 https://www.smrj.go.jp/research_case/research/questionnaire/index.html]



DX レポート2.2

2022年7月に発表された最新版の「DX レポート2.2」では、「DX の目的は IT を導入して効率化・省力化を図ることではない」と強く打ち出されました。

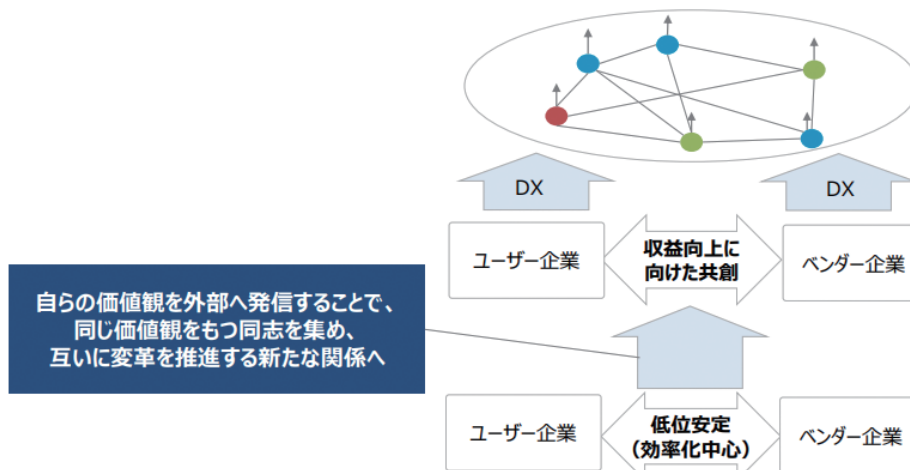


DX レポート2.2概要より

DX の "X"（『革新』にあたる部分）を進めるためには低位安定から脱却する必要がある、というのが DX レポート2.2の主張です。具体的には、3つのアクションを提示しています。

- デジタルを、省力化・効率化ではなく、収益向上にこそ活用すべきであること
- DX 推進にあたって、経営者はビジョンや戦略だけではなく、「行動指針」を示すこと
- 個社単独での DX は困難であるため、経営者自らの「価値観」を外部へ発信し、同じ価値観をもつ同志を集めて、互いに変革を推進する新たな関係を構築すること

DX レポート2.2は、「低位関係の打破に向け、DX 推進に向けた「行動指針」を個社から産業全体に広げ、同じ価値観を持つ企業同士が相互に高め合っていくような仕掛け（社会運動論的アプローチ）が考えられる」と説明しています。これにより、ユーザー企業とベンダー企業との関係を収益向上に向けた共創に変えていくことができるとしています。



■レポート2.2の目玉「デジタル産業宣言」

レポート2.2では、低位安定を生み出す課題を踏まえ、デジタル産業への変革を促すべく、「目指す方向性」と、そこに向かうための「行動指針」を「デジタル産業宣言」として示すことが打ち出されました。

●デジタル産業宣言の5つの項目

1. ビジョン

成功体験や柵（しがらみ）を捨て、新たに実現すべきビジョンを目指している

2. 価値

開発コストではなく、創出価値を重視している

3. オープン

自社に閉じるのではなく、あらゆるプレイヤーとつながっている

4. 継続

失敗して撤退するのではなく、試行錯誤を繰り返し、前進し続ける

5. 経営者

デジタルによるビジネス創造は経営者のミッションであることを自覚している

デジタル産業宣言は、経営者がさらに「自らの宣言」として練り上げることを意図しています。



デジタル産業宣言には DX 推進の指針になることが期待されています。

DX は、IT を導入するとか、クラウドを利用するとかいうレベルの話ではありません。

先進国としてかつての輝きを取り戻せるか。それともこのまま中位国になってしまうか。国が DX を盛んに推進するのも、それほど大きなテーマだからなのです。





■ IPA の「DX 推進指標」

DX が企業にとって重要なことは分かって、「何から手を付ければよいかわからない」「取り組みは始めたけれど、自社の DX レベルがわからない」といった悩みを抱える方も少なくありません。このような悩みを解決するために作られたのが、独立行政法人情報処理推進機構（IPA）が提供する「DX 推進指標」です。

自社のDX推進状況を正しく把握できていますか？

DXに関する35問からなる自己診断と、他社比較ができる「ベンチマーク」を活用し、デジタル時代の競争力ある企業を目指す

DX推進指標

- DX推進指標は自己診断。項目に回答していくことでDX推進に向けた自社の課題や、次に実施すべきアクションがわかります。
- 経営・仕組みの観点19項目とITの観点16項目の全35項目。

DX推進指標とは
https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/dx/dx.html

DX推進指標の3つのメリット

認識共有

わが社はDXできている？できてない？
✓ DX推進指標に回答するために、経営者や事業部門、DX部門、IT部門などの関係者が集まって議論することで、関係者間での認識の共有を図り、今後の方向性の議論を活性化

アクション

DXの推進に向けて何をしたらよいの？
✓ 自社の現状や課題の認識を共有した上で、あるべき姿を目指すために次に何をすべきか、アクションについて議論し、実際のアクションにつなげる

進捗の把握

去年に比べてわが社のDXは進んだ？
✓ 毎年診断を行ってアクションの達成度合いを継続的に評価することにより、DXを推進する取組の経年変化を把握し、自社のDXの取組の進捗を管理する

経産省のDX推進指標で簡易なDX判断を

提出企業にはベンチマークを提供（無償）

✓ 自己診断を実施し、診断結果をIPA+1に提出いただいた企業には、他の提出企業のDX取組状況と自社の取組状況を比較できる「ベンチマーク」を提供しています

自己診断結果入力サイト | ベンチマーク

IPA - DX推進指標 自己診断結果入力サイト
<https://www.meti.go.jp/itc/infodx/dx.html>

IPA - DX推進指標 自己診断結果入力サイト
<https://www.meti.go.jp/itc/infodx/dx.html>

分析レポートの公表について
IPAはDX推進指標の分析レポートを公表しています。
IPA - DX推進指標 自己診断結果入力サイト（2021年版）
https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/20220817.html

DX推進指標について
DX推進指標の詳細については、IPAのウェブサイトをご覧ください。
IPA - DX推進指標 自己診断結果入力サイト
https://www.meti.go.jp/policy/it_policy/dx/dx.html

提出に協力いただいた企業の公表について
経済産業省・IPAホームページ（URLは左記）において、今後2年間にDX推進指標を実施し提出いただいた企業を、DX推進指標の自己診断結果に基づいた公表させていただきます。*1（今後3年以内の実績を想定）

提出いただいた情報の取り扱いについて
提出いただいた情報は、IPAのウェブサイトにおいて、関係者の関係者以外に公表すること、当該企業の行状が情報開示に支障を及ぼすことがない限り、IPAのウェブサイトにおいて公表させていただきます。*2（今後3年以内の実績を想定）

*1 DX推進指標の公表・分析は独立行政法人情報処理推進機構（IPA）が実施しています。*2 業種・産業別分析は十分な数のデータが基本となるため、産業・業種についてのみ実施いたします。*3 詳細を希望する企業を掲載し、*4 外部への情報開示に関するお問い合わせはIPAが受け付けます。IPAへの詳細の問い合わせ先は、情報提供に関するご案内を参照ください。

本件に関するお問い合わせ先

経済産業省 商務情報政策局 情報産業課
meti-dx@meti.go.jp
TEL：03-3501-6944

IPA 独立行政法人情報処理推進機構
社会基盤センター DX推進指標担当
ikc-dxpi@ipa.go.jp

↑ DX 推進指標リーフレット

■ DX 推進指標でできること

① 現状を知り、関係者の目線を合わせる

DX 推進に向けた「経営・IT システムのあるべき姿」と現状のギャップを知り、経営層、事業部門、DX・IT 部門など関係者どうしの目線を合わせることで、今後の取り組みを考える土台づくりになります。

② ベンチマークで自社の位置づけを知る

指標による自己診断の結果を IPA に提出すると、ベンチマーク資料がもらえます。ほかの企業や業界の取り組み状況を知って自社の位置付けを把握することで、次にとるべきアクションについての理解をより深めやすくなります。（個々の企業の診断結果を外部に公表するものではありません。）

③ アクションにつなげる

自社の課題と具体的な目標をふまえて「あるべき姿を目指すために必要なこと」を関係者どうしで議論し合うことで、実際のアクションにつなげやすくなります。

④ 進捗を管理する

定期的に振り返りを行うことで、アクションの達成度を評価し、DX 推進の取り組みの進捗を管理できます。DX 推進指標を活用した診断は年次で継続的に行うほか、より短期のサイクルで確認しておきたい指標については、マネジメントサイクルに組み込んでおくことより効果的です。

■自己診断をやってみよう

DX 推進指標の概要をふまえ、実際に自己診断に取り組んでみましょう。(自己診断結果の入力には gBizID (ジービズアイディー) が必要になります。)

手順 1. DX 推進指標 自己診断結果入力サイトにアクセスする。

URL : <https://www.ipa.go.jp/ikc/info/dxpi.html>



The screenshot shows the IPA website's navigation menu and a banner for the 'DX Promotion Indicator Self-Diagnosis Result Input Site'. The banner includes the text 'ベンチマークがもれなくもらえる DX推進指標 自己診断 秋の集中実施期間' and '2022年10月31日まで'. Below the banner, there is a download link for the 'DX Promotion Indicator' leaflet (884KB).

IPA Better Life with IT 情報処理推進機構

文字サイズ 標準 拡大

検索

IPAについて お知らせ一覧 サイトマップ お問い合わせ ENGLISH

HOME 情報セキュリティ 産業サイバーセキュリティセンター 社会基盤センター 未踏/セキュリティキャンプ IT人材の育成 情報処理技術者試験 情報処理安全確保支援士試験

HOME > 社会基盤センター > DX推進指標 自己診断結果入力サイト

本文を印刷する

社会基盤センター 新たな潮流の発信

DX推進指標 自己診断結果入力サイト

最終更新日: 2022年9月1日
2019年10月25日公開
独立行政法人情報処理推進機構
社会基盤センター

ベンチマークがもれなくもらえる
DX推進指標 自己診断
秋の集中実施期間
- 2022年10月31日まで
ベンチマーク (無償) は11月中旬提供予定

ダウンロード: 「DX推進指標」リーフレット (884KB)

社会基盤センター

- IT社会の動向調査・分析、情報発信
- デジタルトランスフォーメーション (DX) の推進
- 産業アーキテクチャの設計
- IoT製品/ITシステムの安全性・信頼性の確保
- 地域における取組みの支援
- データ利活用の推進
- スキル変革の推進
- 社会基盤センターについて
- 報告書・書籍・ツール・教材



手順2. 「DX 推進指標自己診断フォーマット ver2.3」(エクセルファイル) をダウンロードする。

自己診断結果の入力手順

STEP1 DX推進指標による自己診断

DX推進指標は、経営者や社内の関係者がデジタルトランスフォーメーション(DX)の推進に向けた現状や課題に対する認識を共有し、アクションにつなげるための気づきの機会を提供するものです。

本指標は、各企業が簡易な自己診断を行うことを可能とするものであり、各項目について、経営幹部、事業部門、DX部門、IT部門などが議論をしながら回答することを想定しています。

自己診断は、以下の「DX推進指標とそのガイダンス」をご確認の上、「自己診断フォーマットver2.3」をご利用ください。

以前のフォーマットでは自己診断結果を提出できませんので、必ず「自己診断フォーマットver2.3」に自己診断結果を記載してください。

- [DX推進指標とそのガイダンス【経済産業省】](#)
- [DX推進指標自己診断フォーマットver2.3](#)

手順3. エクセルの空欄に入力していきます。タブを切り替え、そのほかのシートも入力していきます。

「DX推進指標」自己診断 フォーマット ver2.3

データの収集に関するご協力のお願い

各社の自己診断結果については、独立行政法人情報処理推進機構(以下、IPA)において、収集されたデータに基づき各社の診断結果を総合的に分析し、全体データとの比較が可能となるベンチマークを作成します(※)。このベンチマークを活用することにより、各社が自社と他社の差を把握し、次にとるべきアクションについて理解を深めることが期待されます。ベンチマークは以下のWebサイトから診断結果をご入力いただいた企業に対してご提供しています。

【DX推進指標自己診断結果入力サイト】 <https://www.ipa.go.jp/ko/info/dxpi.html>

※IPAは、上記サイトにて取得したデータを、上記ベンチマークや統計資料の作成・統計処理手法の分析開発等の他、関連制度・業務の改善や施策立案等の目的のために利用します。また、DX推進指標の策定者である経済産業省及び、関連するDX認定制度やものづくり補助金制度等の推進・運営主体に提供する場合があります。固めに、公開不可の指示ある場合を除いて協力いただいた企業名を公表しますが、その場合であっても内容自体は公表しません。なお、個人情報については、個人情報保護法に基づいて適切に取り扱います。上記の他、回答内容などについてIPAから確認・質問等させていただく場合や、優先事例の収集等を目的としたアレンジを依頼させていただく場合がございます。

無効回答基準について

IPAにてベンチマークを作成するにあたって、無効な回答として扱うデータの条件を無効回答基準として定めております。以下に該当するデータは、DX推進ポータルからの提出ができません。またベンチマーク作成のためのデータから除外させていただきますので、ご承知のほどよろしくお願いいたします。

- ・ 必須項目に未入力箇所があるもの
- ・ 定住指標の指標が現在より低い項目があるもの

なお、必須項目を回答する際には、経済産業省が公開している「DX推進指標」とそのガイダンスをご確認ください。

【「DX推進指標」とそのガイダンス】 <https://www.meti.go.jp/press/2019/07/20190731003/20190731003-1.pdf>

1. 企業プロフィール

* : 必須項目

未入力箇所があります!

法人番号	※gB:IDから取得するための入力不要
法人名	※gB:IDから取得するための入力不要
業種 *	
売上高規模 *	
従業員数規模 *	
連絡先	担当者氏名
	所属部署
	電話番号
	Eメールアドレス

中小企業基本法の「中小企業」に該当しますか? *

※中小企業の定義は以下をご覧ください。
<https://www.chusho.meti.go.jp/soehh/1/taigi.html>

1. ビジョンの共有 2. 危機感とビジョン実現の必要性

「DX推進指標」自己診断 フォーマット ver2.3

自己診断内容一覧 (参照用)

2. 「DX推進指標」自己診断票

DX推進のための経営のあり方、仕組み
DX推進の枠組み (定性指標)

* : 必須項目 未入力箇所があります! : キークエストion : サブクエストion

【危機感とビジョン実現の必要性の共有】
2. 将来におけるディスラプション(*)に対する危機感と、なぜビジョンの実現が必要かについて、社内外で共有できているか。
(*)ディスラプション: 破壊的イノベーションの価値を破壊し、これに代わり新しい価値基準をもたらすイノベーション。

未入力箇所があります!

現在*	→	目標 (3年後)*
<input type="text"/>		<input type="text"/>

【成熟度レベル】

レベル0: 共有されていない。

レベル1: 漠然とした危機感を役員と共有している。

レベル2: マーケットの変化を内外環境データ(*)に基づき把握し、マーケットの破壊・革新が行われるタイミングやビジネスインパクト(*)について、社内の役員間で話し合っている。

手順 4. 入力が済んだら、DX 推進ポータルページに移動する。

URL : <https://dx-portal.ipa.go.jp/i/signin/top?d=%2Fu>



■ DX推進ポータルご利用までのイメージ

DX推進ポータル
ログイン

➔ gBizID でログインする

DX推進ポータルをご利用いただくには、gBizID (G Biz ID) アカウントが必要です。アカウントをお持ちでない方は、以下のサイトでアカウントを発行してからご利用ください。

gBizID を新規登録する

DX推進ポータルご利用マニュアル
・Manual_DX推進ポータル利用者マニュアル.pdf

① クリック

gBizID

ログイン

アカウントID

パスワード

ログイン

●パスワードを忘れた方はこちら
●アカウントを持っていない方はこちら

② アカウントIDとパスワードを入力

③ クリック



各制度の申請

- DX推進指標（準備中）**
自社のDXの状況を分析できます。
分析結果を同業種の他企業などと比較するベンチマークを提供します。
[診断結果を提出する](#)
- DX認定制度**
DXの取り組みが優良である企業について、審査の上、国による認定を受けられる制度です。
新規の認定申請のほか、認定後の変更申請、更新の申請もこちらから申請をお願いします。
[申請を行う](#)
- DX銘柄**
DXを推進するための仕組みを社内に構築し、優れたデジタル活用の実績が表れている上場企業を選定する制度です。
[DX銘柄に応募する](#)

DX推進指標

- 自己診断結果提出**
あらかじめ行った自己診断結果を提出します。
IPAIは各企業が提出した自己診断結果を収集し、それらを総合的に分析したデータであるベンチマークを提供します。
[診断結果を提出する](#)
- ベンチマーク入手**
自社が自己診断結果を提出した年のベンチマークを入手します。
自社の自己診断結果と比較することで、自社の戦略の達成度の評価に役立てることができます。
[ベンチマークを入手する](#)
- 提出データ取得**
自社が提出した自己診断結果のデータをダウンロードします。
提出したファイルそのものが再ダウンロードできるわけではないためご注意ください。
[提出データを取得する](#)

④クリック

⑤クリック

手順5. ベンチマークを入手する。

DX 推進指標の自己診断結果を提出すると、IPA が各企業の自己診断結果を集計し作成したベンチマークを入手することが出来ます。（ベンチマークは自己診断結果をご提出いただいた企業のみへの提供を想定したものであり、一般公開するものではありません。）

手順6. 提出データを取得する。

DX 推進ポータルでは、ご自身や所属する企業が DX 推進ポータルから提出した過去の自己診断結果を確認することが出来ます。

各社の自己診断結果については、収集されたデータに基づき各社の診断結果を総合的に分析し、診断結果と全体データとの比較が可能となるベンチマークを作成します。このベンチマークを活用することにより、各社が自社と他社の差を把握し、次にとるべきアクションについて、理解を深めることが期待されます。

社会保険の段階的な適用拡大について

令和2年の年金法の改正により、令和4年10月から段階的に一部のパート・アルバイトの方を社会保険に加入させることが義務づけられます。

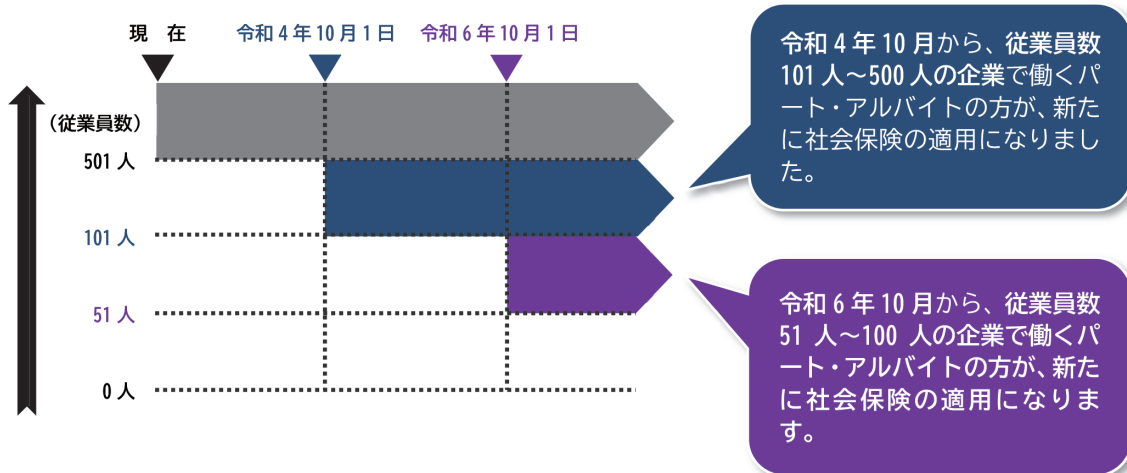
本改正に伴い、これまで社会保険の適用外となっていたパート・アルバイトの方も、新たに加入対象者となる可能性があり、事業所と従業員双方に影響が出ることが想定されます。

特集2では、社会保険の段階的な適用拡大の内容や事業所が行うべき事前準備等について紹介します。

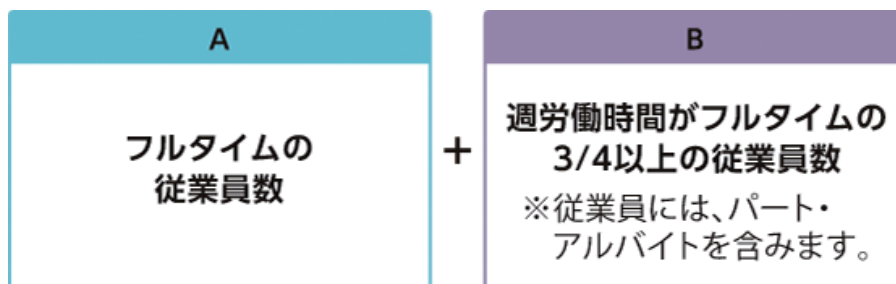
「社会保険適用拡大特設サイト」(厚生労働省) <https://www.mhlw.go.jp/tekiyoukakudai/jigyonushi/> を加工して作成

社会保険の段階的な適用拡大の内容

Check! 対象となる企業



《従業員数のカウント方法》



(注1) Bは、「週労働時間」及び「月労働日数」がフルタイムの3/4以上

(注2) 原則、A + Bの合計が基準の従業員数を“常時”上回る場合は、適用

(注3) 法人は、法人番号が同一の全企業を合計し、個人事業所は、個々の事業所ごとにカウント



Check! 新たな加入対象者

以下の全てに該当するパート・アルバイトの方が対象になります。

※ただし、2016年10月から従業員501人以上の事業所で働くパート・アルバイトの方は、すでに対象

✓	項目
	週の所定労働時間が20時間以上30時間未満
	月額賃金が8.8万円以上
	2ヶ月を超える雇用の見込みがある
	学生ではない（ただし、休学中や夜間学生は加入対象）

※各項目の詳細は、P15をご覧ください。

Check! メリット・デメリット

■パート・アルバイトの方の保障が充実します。

- 老齢年金の充実
- 障害年金の充実
- 遺族年金の充実
- 健康保険の充実

■パート・アルバイトの方が、社会保険（厚生年金・健康保険）に加入することにより、社会保険料の負担が変わります。

- 社会保険料かんたんシミュレーター

社会保険適用拡大特設サイト内の「社会保険料かんたんシミュレーター」を活用すると、会社が負担する社会保険料がおおよそどのくらい変わるのかを簡単に試算できます。

ただし、概算をご案内するもので、実際の納付保険料と異なります。



事業所が対象となる場合、次に紹介する手順を参考に、準備を進めましょう！

■ 事業所が行うべき事前準備



まずは、社内の加入対象者を把握しましょう。

▶ 社内の加入対象者に周知しましょう。

▶ 必要に応じて説明会や個人面談を実施しましょう。

▶ 厚生年金保険の「被保険者資格取得届」をオンラインで届け出ましょう。

Step1 加入対象者の把握

新たな加入対象者は、次の①～④全てに該当するパート・アルバイトの方です。
それぞれの項目ごとの基本的な考え方は、次のとおりです。

① 週の所定労働時間が20時間以上30時間未満

契約上の所定労働時間であり、臨時に生じた残業時間は含みません。
契約上20時間に満たない場合でも、実労働時間が2ヶ月連続で週20時間以上となり、なお引き続くと思込まれる場合には、3ヶ月目から保険加入となります。

【参考1】 所定労働時間が1年単位で定められている場合

$$\text{週の所定労働時間} = \frac{\text{1年の所定労働時間}}{52\text{週}}$$

【参考2】 所定労働時間が1か月単位で定められている場合

$$\text{週の所定労働時間} = \frac{\text{1か月の所定労働時間} \times 12\text{月}}{52\text{週}}$$

【参考3】 夏季休暇等のため夏季の特定の月の所定労働時間が例外的に短く定められている場合や繁忙期間中の特定の月の所定労働時間が例外的に長く定められている場合等

$$\text{週の所定労働時間} = \frac{\text{当該特定の月以外の通常月の所定労働時間} \times 12\text{月}}{52\text{週}}$$



② 月額賃金が8.8万円以上

基本給及び諸手当を指します。ただし、残業代・賞与・臨時的な賃金等は含みません。
(含まれないもの)

- 臨時に支払われる賃金（結婚手当等）
- 1月を超える期間ごとに支払われる賃金（賞与等）
- 時間外労働に対して支払われる賃金、休日労働及び深夜労働に対して支払われる賃金（割増賃金等）
- 最低賃金において算入しないことを定める賃金（精皆勤手当、通勤手当及び家族手当）

【参考1】日給や時間給によって賃金が定められている場合

被保険者の資格を取得する月前1月間に同じ事業所において同様の業務に従事し、かつ、同様の報酬を受ける最も近似した状態にある者が受けた報酬の額の平均額を算出します。

ただし、同様の業務に従事し、かつ、同様の報酬を受ける最も近似した状態にある者がいないような場合は、個別の雇用契約等に基づいて月額賃金を算出します。

【参考2】個別の雇用契約等に基づいて月額賃金を算出する場合で、所定労働時間が1週間単位で定められている場合

$$\text{月額賃金} = \frac{1 \text{ 週間の所定労働時間で算出した賃金額} \times 52 \text{ 週}}{12 \text{ 月}}$$

③ 2ヶ月を超える雇用の見込みがある

雇用期間が2か月以内である場合であっても、次のいずれかに該当するときは、定めた期間を超えることが見込まれることとして取り扱います。

ただし、いずれかに該当するときであっても、労使双方により、2か月を超えて雇用しないことについて合意しているときは、定めた期間を超えて使用されることが見込まれないこととして取り扱います。

- 就業規則、雇用契約書等その他書面においてその契約が更新される旨、または更新される場合がある旨が明示されている
- 同一の事業所において同様の雇用契約に基づき雇用されている者が更新等により2か月を超えて雇用された実績がある

④ 学生ではない

休学中や夜間学生は加入対象です。

【参考】厚生年金保険法施行規則第9条の6に規定する学生

- 高等学校に在学する生徒
 - 中等教育学校に在学する生徒
 - 特別支援学校に在学する生徒
 - 大学（大学院を含む）に在学する学生
 - 短期大学に在学する学生
 - 高等専門学校に在学する学生
 - 専修学校に在学する生徒
 - 各種学校に在学する生徒
- （修業年限が1年以上である課程を履修する者に限る）
- 上記の教育施設に準ずる教育施設に在学する生徒又は学生

Step2 社内周知

新たに加わったパート・アルバイトの方に、法律改正の内容が確実に伝わるよう、社内イントラやメール等を活用し、周知に努めましょう。

【チラシ（パート・アルバイト）】

【チラシ（配偶者の扶養の範囲内）】

【ガイドブック（共通）】



チラシ (パート・アルバイトの方)	チラシ (配偶者の扶養の範囲内でお勤めの方)	ガイドブック (共通)
		

Step3 従業員とのコミュニケーション

必要に応じて説明会や個人面談をしましょう。

① 個人面談の際のポイント

- 社会保険の新たな加入対象者であることを伝える
- 社会保険の加入メリットを伝える
- 今後の労働時間などについて話し合う



その際に、以下のキャリアアップにつながる提案をすることも可能です。

- 本人が希望すれば労働時間の延長を提案

《活用できる支援制度》

キャリアアップ助成金（短時間労働者労働時間延長コース）※中小企業の場合

概要	短時間労働者の週所定労働時間を延長するとともに、処遇の改善を図り、新たに社会保険の被保険者とした場合に助成
支給額	①週所定労働時間を3時間以上延長し、新たに社会保険に適用した場合 1人当たり22万5,000円（生産性の向上が認められる場合28万4,000円） ②労働者の手取り収入が減少しないように週所定労働時間を延長するとともに基本給を昇給し、新たに社会保険に適用させた場合 1時間以上2時間未満 1人当たり55,000円（生産性の向上が認められる場合70,000円） 2時間以上3時間未満 1人当たり11万円（生産性の向上が認められる場合14万円）
備考	※1年度1事業所当たり支給申請上限人数は45人まで（令和6年9月30日までの間、上限人数を緩和しています。） ※延長後6か月の週所定労働時間と延長前6か月の週あたりの平均実労働時間の差が3時間以上である場合に加え、延長前後の6か月の週所定労働時間の差が3時間以上であって、延長前後の平均実労働時間の差が3時間以上である場合も含まれます。 ※①は令和6年9月30日までの間、支給額を増額しています。 ※②は延長時間数に応じて延長時に基本給を昇給することで、手取り収入が減少していないと判断します。 1時間以上2時間未満：10%以上昇給 2時間以上3時間未満：6%以上昇給 ※②は令和6年9月30日までの暫定措置となります。

○本人が希望すれば正社員への転換を提案

《活用できる支援制度》

キャリアアップ助成金（正社員化コース）※中小企業の場合

概要	有期雇用労働者等を正規雇用労働者に転換または直接雇用した場合に助成
支給額	①有期→正規 1人当たり57万円（生産性の向上が認められる場合72万円）
	②無期→正規 1人当たり28万5,000円（生産性の向上が認められる場合36万円）
加算措置	○派遣労働者を派遣先で正規雇用労働者として直接雇用する場合 1人当たり28万5,000円（生産性の向上が認められる場合36万円）
	○対象者が母子家庭の母等または父子家庭の父の場合 ①:1人当たり95,000円（生産性の向上が認められる場合12万円） ②:1人当たり47,500円（生産性の向上が認められる場合6万円） ※転換等した日において母子家庭の母等または父子家庭の父である必要があります。
	○人材開発支援助成金の特定の訓練修了後に正規雇用労働者へ転換等した場合 ①:1人当たり95,000円（生産性の向上が認められる場合12万円） ②:1人当たり47,500円（生産性の向上が認められる場合6万円）
	○「勤務地限定・職務限定・短時間正社員」制度を新たに規定し、有期雇用労働者等を当該雇用区分に転換等した場合 1事業所当たり95,000円（生産性の向上が認められる場合12万円） ※1事業所当たり1回のみ
	○「勤務地限定・職務限定・短時間正社員」制度を新たに規定し、有期雇用労働者等を当該雇用区分に転換等した場合 1事業所当たり95,000円（生産性の向上が認められる場合12万円） ※1事業所当たり1回のみ
備考	※①②を合わせて、1年度1事業所当たりの支給申請上限人数は20人まで ※多様な正社員（勤務地限定・職務限定・短時間正社員）へ転換等した場合には正規雇用労働者へ転換等したものとみなします。

(注) 支給対象事業者や留意事項等のキャリアアップ助成金の詳細は、厚生労働省ホームページをご確認ください。



② 社会保険加入のメリット



年金が“2階建て”になり一生涯
老後・障害・死亡の3つの保障が充実

●老齢年金

上乗せ

受給資格期間を満たした方で、65歳以上の方が受け取ることができる年金です。

厚生年金に加入することで、1階（基礎年金部分）に加えて、2階（報酬比例部分）が上乗せされます。

	厚生年金保険料	増える報酬比例部分の年金額（目安）
20年間加入	月額8,100円	月額9,000円（年額108,300円）×終身
10年間加入	月額8,100円	月額4,500円（年額54,100円）×終身
1年間加入	月額8,100円	月額450円（年額5,400円）×終身

※年収106万円（月収8.8万円）の場合



60歳以上の方が厚生年金に加入した場合、過去に厚生年金に加入していた期間が40年未満の方は、報酬比例部分（2階相当）の額のみならず、定額部分（1階相当）の額も増えます（経過的加算）。増える定額部分の年金額は、加入期間1年あたり約1,600円（年額約20,000円）です。

65歳以上の方が厚生年金に加入した場合、加入実績に応じて毎年1回年金額が増額されます。65歳以降、年金を受給しながら厚生年金保険加入で働いていると、毎年1回（10月）年金額が改定され、1年間の加入月数分増額します。※2022年4月以降実施

●障害年金

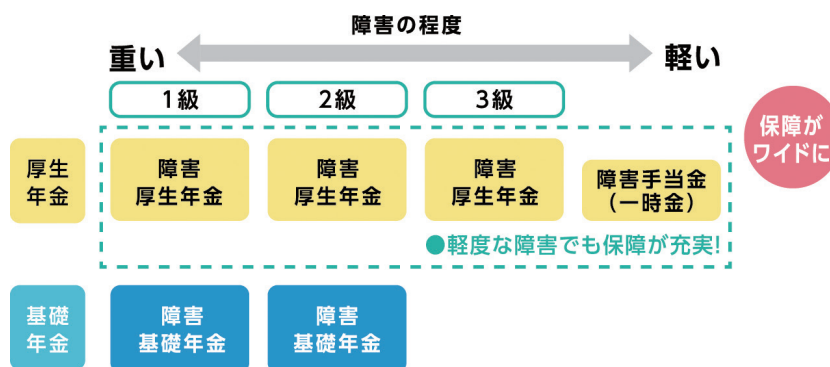
上乗せ

ワイド保障

病気やけがなどで障害状態と認定された場合に受け取ることができる年金です。

厚生年金加入中の障害については、障害等級1・2級の場合、障害基礎年金に加え、障害厚生年金の上乗せがあります。障害厚生年金は、老齢厚生年金と違い、加入期間が短くても一定（300月分）の給付が確保されます。

3級やそれより軽い一定の障害の場合、国民年金加入だと障害年金の支給が受けられません。厚生年金に加入すると、障害厚生年金または障害手当金（一時金）の支給を受けられます。

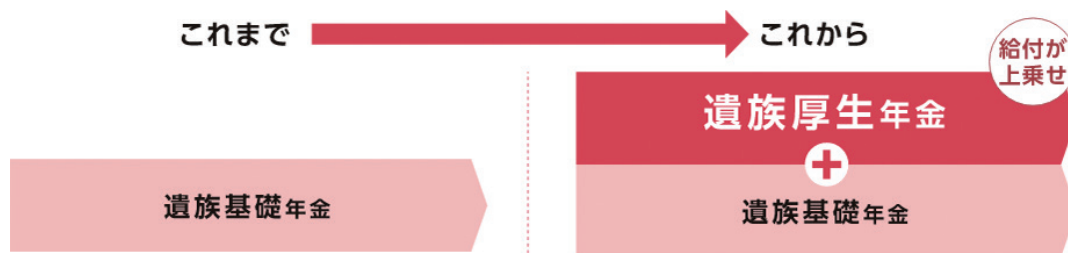


●遺族年金

上乗せ

被保険者が亡くなったときに、残された遺族の方が受け取ることができる年金です。

厚生年金に加入することで、遺族基礎年金に加えて遺族厚生年金が受け取れます。





医療保険がさらに充実

●傷病手当金

病休期間中、給与の2/3相当を支給

健康保険に加入していると、業務外の事由による療養のため働くことができないときは、その働くことができなくなった日から起算して3日を経過した日から働くことができない期間（最長1年6ヶ月間）、傷病手当金が支給されます。

●出産手当金

産休期間中、給与の2/3相当を支給

健康保険に加入していると、被保険者が出産のために会社を休み、報酬が受けられないときに、産前42日・産後56日までの間、出産手当金が支給されます。

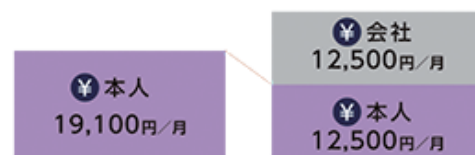
③ 保険料のご案内

○パート・アルバイトの方

これまで口座振替などの方法で支払っていた国民年金・国民健康保険料が、厚生年金保険料・健康保険料に変わり、給料からの天引きになります。

なお、保険料の半分は会社が負担します。

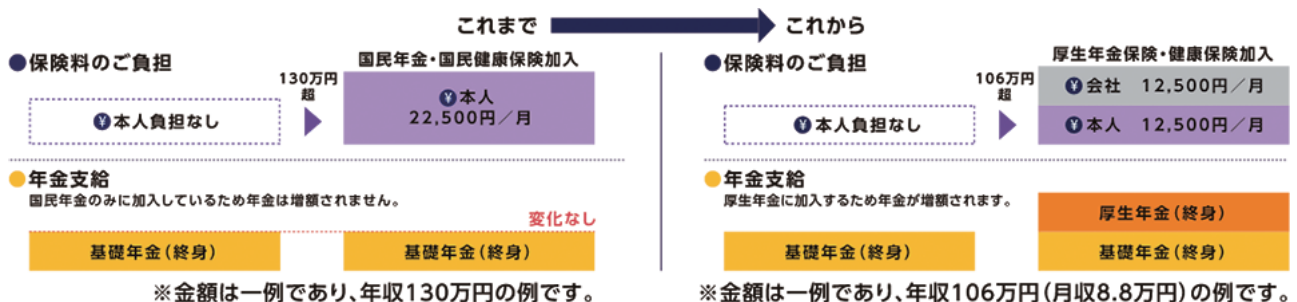
これまで → これから



※金額は、一例であり、年収106万円(月収8.8万円)の例です。

○配偶者の扶養の範囲内でお勤めの方

これまでは、被扶養配偶者の年収が130万円を超えると、保険料負担（国民年金・国民健康保険）が新たに発生するものの、保障内容に変化はありませんでした。これからは、年収106万円（月額8.8万円）を超える等の各種要件を満たした場合に、厚生年金保険（厚年）・健康保険（健保）に加入し保険料負担（厚年・健保）（労使折半）が新たに発生するものの、その分保障も充実します。





Step4 書類の作成・届出

短時間労働者に対する健康保険・厚生年金保険の適用拡大によって被保険者となる従前から働いている従業員の手続きは、新たに雇用する被保険者となる従業員と同じです。

被保険者となる日や報酬月額等を記入し、「被保険者資格取得届」を提出することになります。

なお、社会保険適用拡大特設サイトでは、オンラインでの届け出が案内されています。

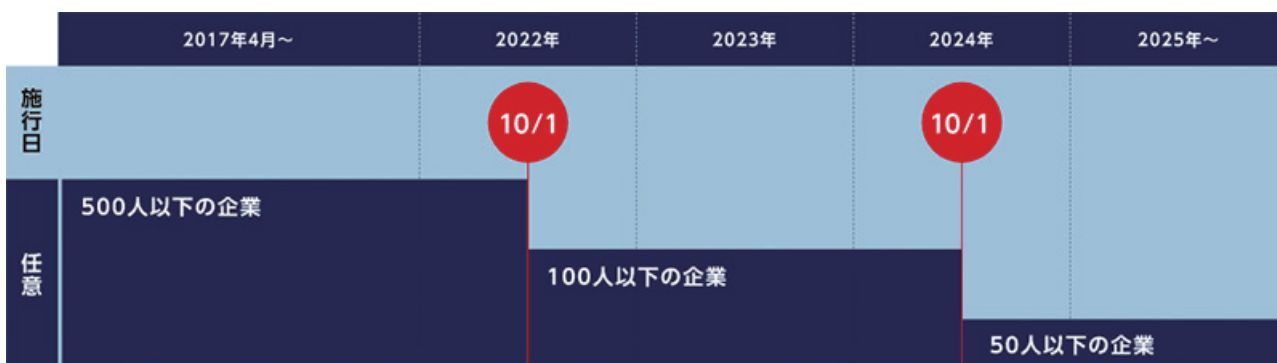
(注) インターネットを利用した「被保険者資格取得届」の届出等、電子申請・電子媒体申請の詳細は、[日本年金機構ホームページ](#)をご確認ください。



■ 選択的適用拡大

従業員数500人以下の企業において、労使が合意すれば、企業単位でパート・アルバイトの方を社会保険に加入させることが可能です。

令和4年10月からは100人以下、令和6年10月からは50人以下の企業が対象になります。



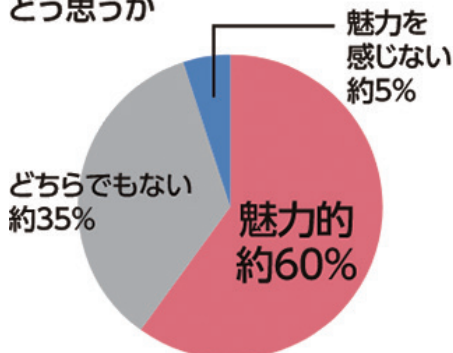
主に、次の3つのメリットがあります。



「社保完備」で求人の魅力アップにつながります

アンケートでは、パート労働者の6割が「社会保険に加入できる求人」を魅力的と答えています。

「社会保険に加入できる求人」を
どう思うか





「キャリアアップ助成金」が受け取れます

キャリアアップ助成金には、前述した短時間労働者労働時間延長コースや正社員化コースのほかにも、選択的適用拡大を行う企業を対象としたコースがあります。

キャリアアップ助成金（選択的適用拡大導入時処遇改善コース）※中小企業の場合

概要	労使合意に基づく社会保険の適用拡大の措置の導入に伴い、その雇用する有期雇用労働者等について、働き方の意向を適切に把握し、社会保険の適用と働き方の見直しに反映させるための取組を実施し、当該措置により新たに社会保険の被保険者とした場合に助成
支給額	1事業所当たり19万円（生産性の向上が認められる場合24万円） ※1事業所当たり1回のみ
加算措置	○措置該当日以降に新たに社会保険の被保険者となった有期雇用労働者等の基本給を一定の割合以上増額した場合、基本給の増額割合に応じて以下の助成額を加算 2%以上3%未満：1人当たり19,000円 （生産性の向上が認められる場合24,000円） 3%以上5%未満：1人当たり29,000円 （生産性の向上が認められる場合36,000円） 5%以上7%未満：1人当たり47,000円 （生産性の向上が認められる場合60,000円） 7%以上10%未満：1人当たり66,000円 （生産性の向上が認められる場合83,000円） 10%以上14%未満：1人当たり94,000円 （生産性の向上が認められる場合11万9,000円） 14%以上：1人当たり13万2,000円 （生産性の向上が認められる場合16万6,000円） ※支給申請上限人数は45人まで
	○措置該当日以降に有期雇用労働者等の生産性の向上を図るための取組（研修制度や評価の仕組みの導入）を行った場合 1事業所当たり10万円 ※1事業所当たり1回のみ

（注）支給対象事業者や留意事項等のキャリアアップ助成金の詳細は、厚生労働省ホームページをご確認ください。



生産性向上のための補助金が優先的に受け取れます

生産性向上に取り組む中小企業を支援する「中小企業生産性革命推進事業」では、取組内容に応じて3種類の補助金（ものづくり補助金、持続化補助金、IT導入補助金）が受け取れます。

補助を受けるには審査を経て採択される必要がありますが、選択的適用拡大を行った企業は、応募要件が緩和されたり、審査時に加点されたりし、優先的に支援が受けられます。

（注）中小企業生産性革命推進事業の詳細は、中小機構ホームページをご確認ください。





■ 支援制度

事業所が事前準備を円滑にすすめるために、各種支援制度が用意されています。

Check! 専門家活用支援事業

適用拡大に関するノウハウ豊かな社会保険労務士を、年金事務所を通じて無料で派遣する事業です。

適用拡大への対応方針の検討、従業員への説明のサポート、手続きに関するアドバイスについて、相談できます。

●利用の流れ

専門家活用支援事業は、事業者団体や事業主の方からの依頼により、事業主・従業員の方向けの説明会や、適用拡大に関するご相談に専門家を派遣します。

具体的な流れは、次のとおりです。

① 管轄の年金事務所へ電話

管轄の年金事務所へ連絡し、派遣依頼届の提出など、必要な手続きなどの説明を受けます。

年金事務所名	電話番号
鹿児島南	099-251-3111
鹿児島北	099-225-5311
川内	0996-22-5276
加治木	0995-62-3511
鹿屋	0994-42-5121
奄美大島	0997-52-4341

② 派遣依頼届の提出

後日、「専門家派遣依頼届」を管轄の年金事務所へ提出します。

「短時間労働者に対する被用者保険の適用拡大に係る専門家派遣依頼届」の様式は[こちら](#)



③ 年金事務所と日程・内容等の調整

年金事務所から連絡があり、日程や内容等の細かい調整を行います。

④ 説明会等の実施

決定した日時、場所に専門家が派遣されます。当日、疑問点等をご相談します。

人をつなぎ、未来をつくる



令和元年に完成した本社・伊集院工場

協業組合ユニカラー

理事長 岩重昌勝 氏

私たちは、新聞・チラシ・パッケージ・包装等の印刷物から数多くの情報を収集し、日々の生活を営んでいます。印刷業は、目に見えない情報を形ある物へと変換し、情報によって人と人をつなぎ、人々の生活をより豊かにしています。

今回は、特殊印刷技術で他にはない価値を創るとともに、事業を通じて持続可能な社会づくりに取り組む「協業組合ユニカラー」を訪問し、岩重昌勝理事長にお話を伺いました。

■ 組合の概要

本組合は、昭和49年に設立されたサツマ特殊製版協同組合を前身に、昭和52年に完全協業化を目的に組織変更する形で誕生しました。

同業他社との価格競争によるビジネスからの脱却を図り、「より良い物を少しの人に」という方針のもと、特殊印刷や抗菌印刷等の最新技術を武器に付加価値が高く訴求力のある印刷物を提供しています。

また、物を生み出すにあたり、平成16年に環境にやさしいUVオフセット印刷システムを導入したほか、平成21年には竹林の維持管理に貢献するべく竹100%のパルプを使用した印刷物・紙製品の製造を開始するなど、環境に配慮した物づくりを追求しつづけています。

なお、県内で見学できる印刷工場はほとんどありませんが、令和元年度に新設した本社・伊集院工場では積極的に見学を受け入れています。多くの方々に印刷物の製造工程等に触れていただくことで、業界を広くPRしています。



■ S D G s の取り組み

本組合は、ホームページ上でS D G sを宣言したほか、鹿児島市のかごしまS D G s推進パートナーに登録するなど、S D G sのさらなる推進に意欲的に取り組んでいます。

元々、S D G sが叫ばれるようになる前から環境への配慮を念頭においた運営を行っていたため、既にゴールと結びつく取り組みが多くありました。

【S D G sの達成に向けた協業組合ユニカラーでの取組】

	S I A 認証を取得した抗菌印刷（抗菌ニス）を推進
	放置竹林問題への取り組みとして小・中・高校への出張授業及び教育教材としてDVDの配布
	社屋全体の照明を全てL E D化
	脱プラへの取り組みとして国産竹紙を使用した商品開発 竹紙ストロー・コップの製品化
	廃液処理が不要となる刷版機の導入

□ 国産竹紙を使用した商品開発

S D G sの取り組みのひとつが平成21年から取り組んできた竹100%のパルプを使用した印刷物・紙製品の製造です。

きっかけは、「県産材を使ってみてはどうか？」という会合での異業種の先輩の一言でした。当時、C S R（企業の社会的責任）への理解を深め、中小企業が取り組む必要性を感じていたことから、県産材を使うことが社会貢献につながるかという発想が生まれました。そういった中で、鹿児島県からの要請で竹紙を製造する製紙メーカーと出会い、竹紙を見に行ったのがスタートです。

鹿児島県は、全国で最も竹が多く自生する地域ですが、生活習慣の変化等により里山に人の手が入らなくなったことで放置竹林が拡大しているのが現状です。放置竹林がおよぼすインフラなどへの影響は、長年に亘って抱える大きな問題となっており、一県民として何とかしたいという強い思いを持っていました。

最初に目にした竹紙は、竹パルプ10%のものでしたが、100%の竹紙製品に将来的な市場競争力を見出し、製紙メーカーの研究開発を強く後押ししました。

本組合では、竹パルプ100%の紙を使用したメモ用紙、カレンダー、名刺等を企画・製造・販売しており、「里山再生」の問題をクリアする一歩につながると考えています。

また、近年、破棄された海洋プラスチックが大きく問題視される中、脱プラから紙化の流れが進んでいることを受け、竹紙ストロー・コップを開発（令和3年に実用新案権登録）しました。

無理に何かに取り組もうとするのではなく、『印刷業だからこそできること』を考え、挑戦していきたいと考えています。



□ SDGs宣言がもたらした効果

13年前から竹紙には取り組んでいましたが、全職員が積極的に取り組めていたかという疑問が残ります。

今回の宣言を機に、13年前からなぜ竹紙に取り組んできたのかといった想いを共有し、全職員に自分ごととして意識づけできたことが非常に大きいと感じています。

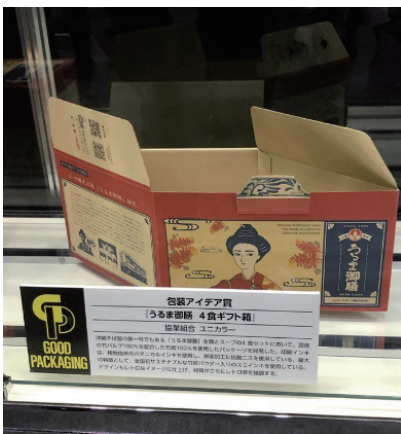
例えば、竹紙をお客様に一生懸命アプローチしていくことで組合のSDGsの取り組みはもとより、お客様自身のSDGsの取り組みにもつながるといった理解を持つことができ、結果として商品の提案力が格段に上がりました。

また、事業のひとつである映像制作の技術を生かし、里山再生の取り組みを紹介するDVDを制作し、鹿児島県内の教育委員会・小中学校に約300枚を寄贈したほか、工場見学を通じ、未来を担う子供たちがSDGsを考えるきっかけをつくることのできるようにもなりました。そうやってSDGsの枝を広げていくことが、未だ見ぬ持続可能な社会の実現という効果を生むと考えています。

今後は、各セクションのメンバーからなるチームを創設し、ひとつのミッションとしてSDGsを推進してくれることを期待しています。



■ つながりが生み出す好循環



包装アイデア賞を受賞したギフト箱

本年度の日本パッケージコンテストにて、沖縄県の食品製造業者の依頼を受けて制作した竹紙製ギフト箱が「包装アイデア賞」を受賞しました。

先方から唐突に依頼が来たというわけではなく、これまで沖縄県の同業者に帯同して地元のお客様を訪問するという活動を行っており、地元のお客様とのつながりを持つように努めてきました。そのつながりの中で、お客様に今のSDGsにあわせた提案を続けた結果、今回、先方の自分たちも世の中に人のために何かSDGsにつながる取り組みをしたいという想いから組合の竹紙の取り組みに興味を持っていただきました。

また、これまで産業廃棄物だった竹の削り粉に着目され、燃やした竹炭を原料にスミインキを開発されたインキメーカーもあります。これまでの需要者と供給者という関係を超えて、スミインキを使用することでさらにSDGsに貢献できるのではといったようなアイデアも出してもらえるようになりました。

これら以外にも、県内業界では唯一オリジナルプリント壁紙の製作を請け負っていますが、新しい設備の導入にあたり、これまでのつながりを通じて壁紙の商社から依頼があって実現したものです。



■ 女性活躍社会の実現

本組合では、行動計画のひとつに「女性の活躍する場を増やす」という目標を掲げ、子育てや介護を行う従業員の仕事と家庭生活との両立を支援するための雇用環境整備に努めています。

長年、中小企業にとって労働力不足が大きな課題となっていますが、一方では、働きたくても条件が合わずに働けない女性も多いように感じています。こういったミスマッチを解消するためにも、働き方の考え方そのものを見直す必要性に迫られていると感じています。

具体的には、子育て世代の女性は、終日家を空けることはできないけれども、スポットでは空いた時間があるといった状況が考えられ、条件に合った仕事を提供できるように歩み寄るということです。つまり、事業主側が業務を見直し、職務を分解して考えることができれば、子育て世代の女性の活躍の場が広がり、ひいては労働力不足の解消にもつながるのではないかと考えています。

近年では、新型コロナウイルスの感染拡大を受け、テレワークを導入する企業も急激に増加しました。こういった働く場所を選ばない働き方を導入することも、これからの時代にますます重要となってくるのではないのでしょうか。

(かごしま子育て応援企業とは)

企業の子育て支援を促進するため、次世代育成支援対策推進法に基づく一般事業主行動計画を策定し、従業員の仕事と子育ての両立支援に積極的に取り組む企業を県が登録する制度です。



組合名	協業組合ユニカラー		
代 表 者	理事長 岩重昌勝		
設 立 年 月 日	昭和49年4月	組 員 数	2名
所 在 地	(本店) 鹿児島県鹿児島市東坂元四丁目22-11 (本社・伊集院工場) 鹿児島県日置市伊集院町郡2042-39 (営業所) 串木野営業所、東京営業所		
主 な 事 業	特殊印刷、一般商業印刷、パッケージ印刷、フォーム印刷、出版物印刷、プランニング・デザイン、イベント企画・野外広告、大判プリント出力、Web構築、マルチメディア・映像企画制作・デジタルコンテンツ制作、軟包装資材販売		
電 話	(本店) 099-802-5525 (本社・伊集院工場) 099-813-7213 (東京営業所) 03-6327-2255		
ホームページ	https://www.unicolor.jp/		

取
材
後
記

「先人たちや職員たちの想いが知恵と道筋を示してくれた」という理事長の言葉が胸に残りました。幾多の荒波を乗り越えて強く結ばれた絆が、他にない唯一無二の存在を創りあげたのだと強く感じました。

元気を出そう!

がんばれ
中小企業



新商品開発で県産ちりめんの魅力を全国へ



有限会社大久保水産
代表取締役 大久保 匡敏 氏

有限会社大久保水産では、漁師自ら漁獲から発送までを行う鮮度確保システムを構築し、生産者の顔が見える一貫生産による新鮮・安心なしらすを生産しています。また、鹿児島中央駅周辺にアンテナショップ「凧（なぎ）」を構え、しらす料理の提供や加工商品の販売を行い、しらすの魅力発信を行っています。

今回は、鹿児島県水産加工品販路開拓・ものづくり推進協議会 会長や（公社）鹿児島県特産品協会 理事も務め、業界をリードしている大久保さんに自社のこれまでの取り組み等についてお話を伺いました。

■ 創業からのあゆみ

弊社は古くから網元として、定置網漁、地引網漁などを生業として来た根っからの漁師です。現在の家業である「しらす・ちりめん漁」を始めたのは昭和47年からで、翌48年に有限会社 大久保水産を設立しました。漁師自ら袋詰め等の加工まで手掛けるのは全国的にも珍しく、生産者の顔の見える会社です。

私は、2代目社長ですが、前職では日産自動車（株）宇宙航空事業部でロケット・ミサイルの開発業務に携わっていました。家業に従事する為に東京から鹿児島にUターンし、宇宙から海へとまったく違う業種に就くこととなりました。業種は違えど、共通するのは「信頼」が重要だということです。失敗の許されないロケット打ち上げには100%の信頼性が要求されます。一方、水産業でもお客様からの信頼が第一です。その為にも安心・安全の商品づくりにこだわっています。

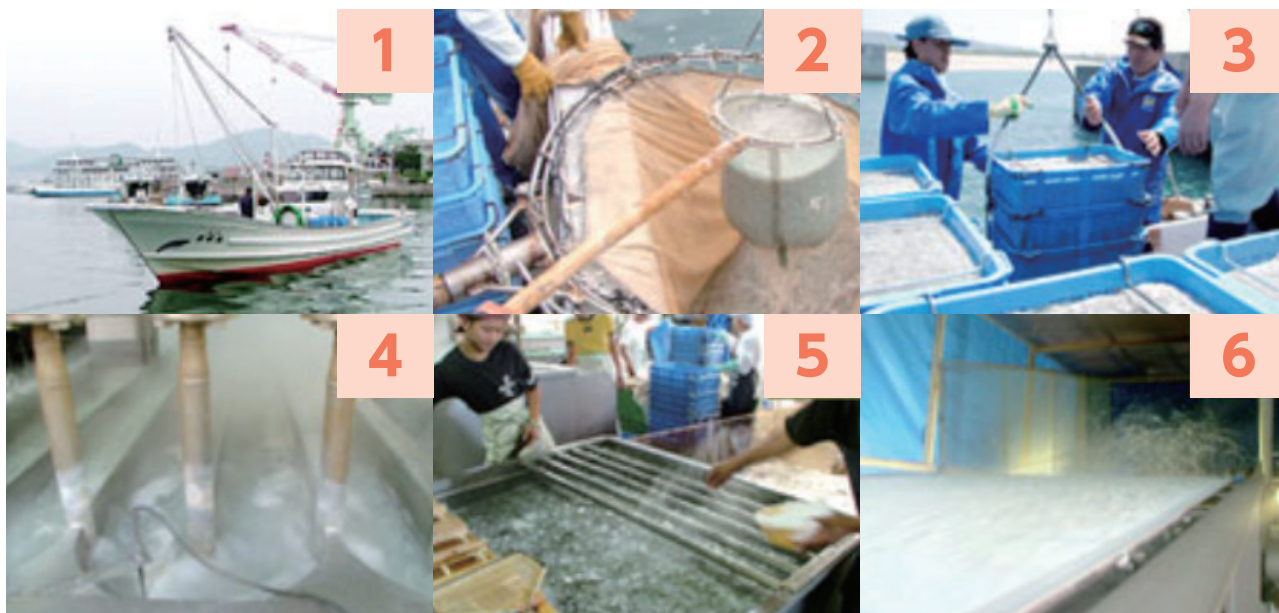




■ 漁師自ら漁獲から製品化まで

鹿児島周辺は、2本の暖流が流れるため日本でも唯一1年中ちりめん漁ができます。弊社では、吹上浜の最北端である市来町沖で持ち船「幸栄丸」で漁獲を行い、漁師自ら加工を行っています。いたみやすく足の速いちりめんは、漁獲してから加工までスピード勝負です。港について漁船から釜までトラックで運搬する時間を約5分以内に納め、釜茹での時間も細かく管理しています。また、塩茹での際の塩分濃度、乾燥時の適正温度など、単純な工程だからこそ、より鮮度を保ちおいしい状態で提供できるよう徹底しています。いわゆる生産者の顔が見える商品作りを実施することで、より鮮度が良くおいしい状態でお届けすることを可能にしています。

年間約110トンものしらすを水揚げし、県内はもちろん、豊洲・名古屋・大阪をはじめとする全国の魚市場に出荷しています。



■ 10月4日 いわしの日

白い小魚「しらす」が、イワシの稚魚の総称であることを知らない人も少なくありません。カタチイワシやウルメイワシの稚魚を主な原料として、塩水で煮沸（釜揚げ）したものを「釜揚げしらす」、少し乾燥したものが「しらす（しらす干し）」とされています。また、乾燥させた製品はその姿形から「ちりめん（縮緬）」または「ちりめんじゃこ（縮緬雑魚）」と呼ばれています。地域によってもさまざまな呼び方があるようです。

10月4日は、「イ（1）ワ（0）シ（4）」という語呂合わせから、「いわしの日」に制定されています。イワシの稚魚を原料とする「しらす」についても、知ってもらいたいとの思いで、10月4日のいわしの日に合わせて、山形屋に出店し、ちりめんの販売を行いました。

日頃は、市来町漁業協同組合直営の地場産品直売所「市来えびす市場」や弊社ECサイトからお買い求めいただけます。



■ 新商品開発

鹿児島は全国でも有数のちりめんの産地で、特産品になっています。南国鹿児島の太陽の光をたっぷり浴び、旨みがギュッと詰まったちりめんをより多くの方に楽しんでもらいたいとの思いで、加工品の開発を行っています。なかでも、「花ちりめん」は反響が大きい商品のひとつです。

ちりめんをそのまま高温プレスし、遠赤外線ですく焼き仕上げしており、国産素材100%の無添加商品です。

プレスした形が花びらのような見た目であることから、「花ちりめん」と名付けました。

お子様のおやつや酒の肴、お吸い物などのお料理の素材など様々な場面で活躍できるカルシウムたっぷりの商品です。平成7年度水産物品評会にて「農林水産大臣賞」を受賞しました。

独自の製法を活かして「花えび」も製造し、「花シリーズ」として売り出しています。

花シリーズの商品化をきっかけに、様々なところから弊社に興味をもっていただきました。

たとえば、弊社の「花ちりめん」をネットで購入されたお客様から「鹿児島の魚といえばきびなごだと思うが、きびなごのチップスは無いのか？」との質問をいただきました。そのことをきっかけに、程よい大きさのきびなごを求めて、出水の水産会社に打診し、「花きびなご」を開発いたしました。



■ 新商品からの展開

2020年に、枕崎市にある鹿児島県立鹿児島水産高等学校食品工学科の学生から問い合わせをいただきました。内容は、弊社の「花シリーズ」のような商品をカツオでも作りたいとの依頼です。

課題研究授業の一環として新商品開発するにあたり、弊社の商品に興味を持っていただいたようです。遠洋一本釣り漁船が釣り上げるカツオが有名な、枕崎市にある水産高校生の「枕崎をもっと知ってもらいたい！」という地元愛に少しでも協力できればとの思いで参画しました。

枕崎市漁業協同組合とも協力しながらコンセプトや調理方法、包材やキャラクターのデザインまで生徒さん達が考え、試行錯誤を繰り返し完成したのが、「かつおボニートチップス」です。完成した商品は、高校生の独創的なアイデアを盛り込み、ジューシーで香ばしいジャッキーのような噛みごたえにかつお本来の美味しさが詰まった、噛めば噛むほどおいしい一品となっています。

2020年に開催され鹿児島県漁業振興大会第54回水産物品評会にて、農林水産大臣賞を高校生として初受賞しました。また、2021年度全国農林水産祭では、天皇杯を受賞しています。生徒さんたちが水産加工業により親しみを持つ機会となれば嬉しい限りです。





■ 網元直営アンテナショップの運営

鹿児島県の玄関口である鹿児島中央駅から徒歩1分のところに、直営店を構え、鹿児島県の特産品である「しらす・ちりめん」を使った丼ぶり料理を中心に提供しています。冷凍ではない本物の生のしらすは、なかなか市場に出回らない貴重なものですが、当店は網元直営店のため漁獲後直送しています。

店内では、加工商品も販売しており、しらす・ちりめんの新しい食べ方の提案をしています。観光客をはじめ多くの方に鹿児島産しらす・ちりめんのおいしさを知ってもらいたいと考えています。

※生しらすを食べられる日は店前に「生しらすあります」の看板でお知らせしています。



■ 今後の展望

水産業は水揚げ量の減少が続く厳しい状況です。今まで以上に加工品の開発・販売に力を入れていきます。付加価値の高い商品作りに取り組み、従業員の雇用と生活を守っていきたくたいです。

弊社の従業員は全員が県内出身者であり、うち半数は地元「いちき串木野市」出身です。いちき串木野市では、「食のまちいちき串木野」を提唱しており、自社も特産品のひとつを扱う会社として従業員一丸となって貢献していきたくたいです。「鹿児島産のしらす・ちりめん」を全国に発信し続けたいと考えています。

■ 会社概要

有限会社大久保水産

代 表 者：代表取締役 大久保 匡敏

設 立 年 月 日：昭和48年2月

所 在 地：いちき串木野市湊町2700-6

E - m a i l：webmaster@kagoshima-chirimen.com

業 種：機船洩網漁業、ちりめん（水産物）加工

ホームページ：<http://www.kagoshima-chirimen.com/>



取
材
後
記

「ちりめん×地元産品」で新商品を生み出したり、水産高校生へ技術協力を行ったりというお話を聞いて、社長の鹿児島を盛り上げたいという熱い思いを感じました。

伝承と革新の両立



組合HP QRコード

龍門司焼企業組合

左：川原竜平 理事長
右：妻・みゆきさん

「指導員が行く! 組合イベント探訪記」は、中央会指導員が一般のお客様と同じように組合イベントに参加したリアルな体験談をご紹介します。第3回目となる今回は、「龍門司焼企業組合」をご紹介します。

龍門司焼企業組合では、薩摩焼のなかでも「黒薩摩」を代表する「龍門司焼」を作成するろくろ体験と、工房を見学することができます。

ろくろ体験は湯呑、飯碗、皿から1つ選択します。焼く工程は陶工の方が後日行い、完成には1ヶ月程度有します。受け取りは来窯又は郵送を選択することができます。

私が伺いました



組織振興課 馬場



■ 龍門司焼とは

龍門司焼は、1598年朝鮮半島より渡ってきた朝鮮人陶工の孫により始められました。

主に献上品や贈答用の茶碗など、薩摩藩の保護のもと作られた古帖佐焼こちようさやきと呼ばれる茶陶の流れをくみ、桜島を望む始良市加治木町小山田に登り窯が築かれ、300年以上の歴史を積み重ねています。

薩摩焼の中で現在も残るのは、日置市東市来町美山の窯元に多くみられる苗代川系、鹿児島市谷山にその流れをくむ窯元がある堅野系、当龍門司焼がそれにあたる龍門司系の3つの系統となります。

龍門司焼の特徴のひとつに、黒釉こくゆうに青流しあおながし、鮮やかな三彩釉さんさいゆう、飴釉あめゆう、だかつゆう、さめはだゆう、とゆうやく釉薬が多彩であることがあげられます。

釉薬の原料は、近隣の山中から5年～10年に一度、深い山中から人力で丸一日にかけて採取していらっしやいます。

採取した原料は、すいひ水簸作業や、高温で加熱することで不純物を取り除き、灰などを混ぜることで釉薬として使用できる状態になります。この作成方法は昔から変わらず現代まで受け継がれていますが、先代からの知恵と技術を継承しながらも、現代の風潮にあった作品作りを目指しています。

(釉薬の作成工程)



①採取した釉薬の原料



②砂状になるまで粉碎する



③完成した釉薬

(粘土の作成工程)



①採取した釉薬の粘土



②水と混ぜ、不純物を取り除いた後、乾燥させる



③完成した粘土

※釉薬

陶器の素地の表面に施すガラス質の溶液で焼成すると薄い層を成し、吸水を防ぎ、光沢を帯びて装飾を兼ねる。釉（うわぐすり・ゆう）も同意として用いる。

※水簸作業

粒子の大きさによって水中での沈降速度（沈む速さ）が変わることを利用し、粒子の大きさ別に分ける方法全般を表す。

■ イベント内容紹介

ろくろ体験は、湯呑・飯碗・皿から選択できますが、今回は湯呑を選択しました。
ろくろ体験は初めてなので楽しみです！



①自分で作ろうとしましたが、なかなかうまくいかず、理事長に形を作っていただきました。



②手を水で十分に濡らし、親指を中心に置き、中央をくぼませていきます。



③形が出来上がってきました。少しでも力が入ると崩れてしまうので、力の入れ具合が難しかったです。



④形が出来上がると、布を使って、飲み口を滑らかにします。なんと、その布の正体は鹿の皮だそうです。意外なものだったので少しびっくりしました。



⑤糸を使って、ろくろから切り離します。水分が多い分、重く・柔らかいですが、削って焼成することで軽く・丈夫になります。



⑥ろくろから切り離したものです。湯呑にしては少し大きいですが、焼くと収縮するそうです。それに形もゆがんでいますが、それも「味」だそうです！

釉薬は、*「黒釉青流し」「三彩釉」「飴釉」から1つ選ぶことができます。釉薬次第で全く別なものになるので選ぶ楽しみもあり、裏側に名前や日付など入れることもできます。今回作成したものの完成品は、12月発行予定の「活性化情報誌12月号」に掲載予定です。

※釉薬による完成品の参考例。左から こくゆうあおなが「黒釉青流し」 さんさいゆう「三彩釉」 あめゆう「飴釉」





■ イベント開催にあたっての工夫

ろくろ体験・工房見学は10年ほど前から年間を通して行っており、今まで1,500名程度のお客様に体験いただきました。また、この体験を通じて、ありのままの工房を見ることができます。

体験予約は、電話とメールで受け付けており、組合と鹿児島県特産品協会のホームページに詳細が掲載されています。

コロナの影響等で最近では少なくなりましたが、以前は、外国の方も多く来場されたそうです。

理事長は中国留学経験があり中国語での対応も可能とのことでした。また、奥様のみゆきさんはフランス留学の経験がありフランス語にも対応することができることから、体験を通じて薩摩の伝統を広く世界に発信されています。

最近では、インスタグラムを活用し、若い世代の方々向けにも龍門司焼の魅力と組合活動を発信されています。

写真撮影や投稿は、奥様が担当で経費も掛からないことから、頻繁に最新の情報を掲載するよう心掛けていらっしゃいます。

掲載内容は、イベント開催情報や新商品の案内はもちろん、歴史ある登り窯や作陶の様子を掲載していらっしゃいます。

インスタグラムには登り窯で火を焚く様子も掲載されていますので、ぜひ、一度のぞいてみてください。



RYUMONJIYAKI

Instagram QRコード



工房と併設された店内



乾燥させたものに釉薬を流し掛ける



作陶風景



組合Instagramより
撮影：妻・みゆきさん

■ アレンジを含めた作品づくり

龍門司焼の始まりは、島津家第17代当主の島津義弘の時代までさかのぼり、先代より受け継がれてきた伝統を現代まで守り続けていらっしやいます。

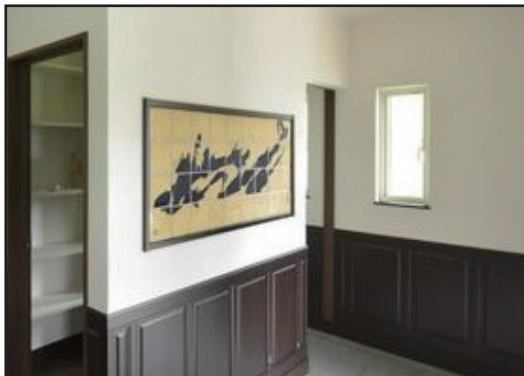
しかし、「守るだけでなく変化することも重要である」と理事長はおっしゃっていました。

理事長は学生のころ、1940年代米・ニューヨークで活躍した「ジャクソン・ポロック」に代表される「抽象表現主義」に大きなインスピレーションを受けられたとのこと。

抽象表現主義とは、具体的なモチーフを持たず無意識に描く表現方法で、中心点がなく、無作為に描くその技法は、龍門司焼らしい装飾を施す際のヒントとなっており、来場者からも、「このお皿は、何か違う感じがする。」との声もあったようです。

理事長は、中国の景德鎮^{けいとくちん}に留学された経験があります。景德鎮は中国陶磁器の生産地として有名で、「磁都」と称される歴史ある磁器作りの町です。留学期間は1年間のみでしたが、技術向上につながったそうです。

また、ハウスメーカーから注文を受け、龍門司焼の陶壁画を使った空間演出に取り組まれた経験もあるなど、「器」だけにとらわれない新たなフィールドでも、龍門司焼をアピールされています。



龍門司焼のタイルによる空間演出



インスピレーションを反映させた作品

■ 体験を終えて

龍門司焼企業組合では、毎年、東京・東武百貨店へ出展しています。また、毎年12月には現地で「陶器まつり」を開催し、多くの来場者で賑わっています。

組合や関係機関等のホームページ、インスタグラム等を活用して情報発信に取り組まれていると思いますが、団体でのイベント参加者を受け入れるためには、観光会社のツアー行程にのりこ体験を取り入れるよう要望することも効果的なのではと感じました。

また、2022年4月にセンテラス天文館にて、生活雑貨を取り扱う「中川政七商店」が鹿児島初出店となったことなどを参考に、セレクトショップで取り扱っていただくことも効果的と思われます。

当組合は、300年以上続く龍門司焼を継承する組合です。今後も、龍門司焼の伝統と魅力を後世に繋いでいただきたいと思います。



■ イベント基本情報

龍門司焼企業組合 ろくろ体験・工房見学			
対象者	希望する方はどなたでも		
場所	鹿児島県始良市加治木町小山田5940		
時間	原則9:00~16:00		
料金	3,300円/人		
申込方法	電話又はメールにて事前にご予約下さい。また、お時間によっては、対応しかねる場合もございますので、あらかじめご了承ください。		
電話番号	0995-62-2549	E-mail	ryumonjiyaki@vega.ocn.ne.jp
管理事務所 コメント	 <p>龍門司焼企業組合では、12月9日~18日に「陶器まつり」を開催いたします。皆様に安心してご来場していただけるように、消毒や換気を徹底したうえで、開催いたしますので、ぜひ、ご参加ください。</p> <p>【開催内容】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 工房の見学 ・ ろくろ体験 ・ 約10,000点の展示販売 (全品2割引) ・ 福引 (5,000円以上お買い物で1枚) ・ 地元の特産品販売 ・ 竜門小学校児童の龍門司焼展示発表 		

取材
後記

工房は、陶工の方たちが作成した陶器が数多く陳列されており、とても雰囲気のある場所でした。初めてのろくろ体験でしたが、不器用な私でも作成でき、力のいらぬ作業なので、子供でも体験できるイベントとなっています。自分で作成した器で食べる食事は、一味も二味も違うものとなると思うので、皆様もぜひご参加してみたいかたがでしょうか。

谷山緑地公園再生計画！グリントフェス2022

11月5日・6日に、全長4kmにわたる谷山緑地公園（鹿児島市）において、「グリントフェス2022」が開催されました。当公園の指定管理者である鹿児島県造園事業協同組合（有村勝則理事長）とエフエム鹿児島が共同事業体となり、毎月開催している「グリントプロジェクト※」の拡大スペシャル企画です。

※グリント（Green+O）とは、緑（Green）に楽しい色々をプラス（+O）することを指す造語で、緑地資源を活用しつつ、新たな機能を付加することで、たくさんの「楽しい」があふれた公園を構築するプロジェクトです。



フェス開催にあたり理事長は、「もともとは、防風のための緩衝緑地としての役割を担ってきた公園だが、周辺環境の変化によって求められるものも変化してきた。これからは、地域の人たちにとって、家庭や職場とは別の、第3の居場所として、緑の中で心地良く、楽しい時間を過ごしてもらいたい。このイベントをきっかけに、公園に足を運んでくれる方が増えたらうれしい。」と話されました。



当日は、移動販売車、雑貨、手作り商品の販売など2日間合わせて約50店舗が出店したほか、1日限定キャンプイベントや子供たちが楽しめる謎解きイベント、自衛隊・海上保安庁の制服試着体験等が実施されました。広い敷地を活かし、各区分ごとに特色ある催しを行うことで、参加者によって様々な楽しみ方をできる仕掛けになっていました。鹿児島県造園事業協同組合もブースを出展し、色鮮やかな花苗の販売やグリントプロジェクトの紹介を行っており多くのお客様が足を止めていました。

会場は家族連れを中心に多くの方でにぎわっており、時には木陰で休んだり、ご飯を食べたりしながら長い時間を公園内で過ごしているようでした。



鹿児島県造園事業協



季節の花苗



謎解きイベントのお題

デザイン導入効果を経営に生かすためのマーケティング発想のデザイン

株式会社 STUDIO K 代表取締役/
マーケティング・プランナー

中島 秋津子



「有るのに見えていない価値」を視覚化するデザイン

■ デザインって誇張すること？取り繕うこと？

鹿児島でデザインとマーケティングの会社を始めてから十数年経ちました。さまざまな経営者の方とお話する機会をいただいてきましたが、特に初期の頃、しばしば耳にした言葉があります。

それは「デザインで誇張するようなことはしたくない」「デザインで見かけだけ取り繕っても意味がない」というもの。今風に言うと「インスタ映えのようなことはしたくない、盛りたくない」というお気持ちなのでしょう。

以前よりデザイン導入・活用が定着してきた今では耳にする機会は減ったものの、それでも「デザイン＝飾り立てる」の公式は今も残るイメージです。

■ デザインができること、得意なこと

そんな時にお伝えしていたのは「デザインは、“無いものを有るかのよう”に見せるものではありません」ということでした。その逆で、「有るのに“見えていない価値”を見える化できる」心強い味がデザインです。

有るのに見えていない価値とは、例えば企業理念やものづくりに対する姿勢、お客様への想いという価値提供のバックボーンとなる大切なこと。それらを視覚化し、直感的に感じられるようにデザインすることで、対象者が感じる価値が増えていくこととなります。

■ 例えば、屋久島パスタラボのロゴ

ケース①は屋久島のレストラン・屋久島ヴィータキッチンさんが、メニューのパスタを冷凍商品化した時のブランドロゴです。屋久島食材を用い、時間をかけて煮込むソースは手作りという特長をもつこの商品。「屋久島の太古の自然、手作り」など商品そのものからは伝わらない特長を視覚化するため、「ゆらぎがある手描きの線」で表すなどの手法でデザインされています。

■ 例えば、上村絹織物の公式サイト

ケース②は大島紬の産地織元、鹿児島市の(株)上村商店さんの公式サイトです。このトップページのデザインで重視したのは、「大島紬ができあがるまでの時間」を感じるものにする。ものづくりの時間という見えないものを見える化できれば、大島紬の価値をより深く感じていただけるのではないかと考えた結果です。

■ デザイン＝有るのに見えていない価値を視覚化

デザインは常に何かしらの情報を伝達するもので、コミュニケーションを効果的に行う役割を担います。その表現方法はデザイナーの数だけ存在しますが、「有るのに見えていない価値を視覚化できる」ことは、デザインがもっとも得意とする効果です。デザイン活用では、ぜひこのデザインの“特技”をフル活用してください。

(次回掲載は2月号)

①



②



テーマ

第88回 「未収賦課金の取り扱い」 について

年度末までに納付されなかった賦課金は、未収金に計上すべきでしょうか。



はい！お答えします！

ご質問のとおり、未収金に計上します。

賦課金は、組合事業を行う上で必要な経費に充てるために組合員から徴収するもので、安定的に組合運営を続ける上で不可欠なものです。その重要性から、通常総会の議決事項として賦課及び徴収の方法を諮ることが中小企業等協同組合法にも明記されてます。

まずは、通常総会で承認された賦課金の徴収方法に基づき、納期が到来した金額については、年度内に回収できるよう役員をはじめ執行部の協力を得ながら納入を促すことが前提となります。

しかし、年度末までに納入されなかった賦課金については、未収金に計上し、債権の所在を明らかにすべきです。

なお、翌年度以降に未収分が入金された際は、未収金の入金として取り扱います。

【具体的な仕訳の例】 年度末までに納付されなかった賦課金が10,000円ある場合

年度末の仕訳

未収金(または、未収賦課金)	10,000円	賦課金収入	10,000円
----------------	---------	-------	---------

来年度以降に入金があった場合の仕訳

現預金10,000円	10,000円	未収金(または、未収賦課金)	10,000円
------------	---------	----------------	---------



共同事業にかかる手数料についても、同様に考えるべきだぶ～

中小企業組合士試験問題にチャレンジ！

次に掲げたA～Eは、「中小企業等協同組合法」「中小企業団体の組織に関する法律」「商店街振興組合法」の条文である。下線が引かれた箇所の内容について、正しいものには○印を、誤っているものには×印を記入しなさい。

なお、条文は全文でないものがあるが、各問題文の記載の内容をもって判断すること。



A. 中小企業等協同組合法（自由脱退）

第十八条 組合員は、九十日前までに予告し、事業年度の終において脱退することができる。

B. 中小企業等協同組合法（役員）

第三十五条 組合に、役員として理事及び監事を置く。

2 理事の定数は、二人以上とし、監事の定数は、一人以上とする。

C. 中小企業等協同組合法（総会招集の手続）

第四十九条 総会の招集は、会日の十日（これを下回る期間を定款で定めた場合にあつては、その期間）前までに、会議の目的である事項を示し、定款で定めた方法に従つてしなければならない。

D. 中小企業団体の組織に関する法律（目的）

第一条 この法律は、中小企業者その他の者が協同して経済事業を行うために必要な組織又は中小企業者がその営む事業の改善発達を図るために必要な組織を設けることができるようにすることにより、これらの者の公正な経済活動の機会を確保し、もつて国民経済の健全な発展に資することを目的とする。

E. 商店街振興組合法（役員改選）

第五十五条 組合員は、総組合員の三分の一以上の連署をもつて、役員改選を請求することができるものとし、その請求につき総会において出席者の過半数の同意があつたときは、その請求に係る役員は、その職を失う。

令和4年9月 情報連絡員報告

令和4年9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】

「業界の景況」が1ポイント改善したが、「売上高」は1ポイント、「収益状況」は8ポイント悪化した。コロナ感染者数の減少等によって、人流の回復を感じる声が上がったが、資材・光熱費・原材料等の高騰で収益面が圧迫されている。

今後、全国旅行支援や海外旅行客の受入拡大による影響を期待する声も上がった。

【前年同月比】

「業界の景況」が2ポイント改善した。昨年と比較して感染者数は大きく増加しているものの、今年はまん延防止等重点措置や緊急事態宣言といった対策が講じられなかったことで、人流及び消費の増加がみられたようである。

また、「販売価格」が11ポイント上昇しており、原材料や資材等の高騰が価格に影響している状況が窺える一方、「収益状況」は8ポイント悪化しており、転嫁が不十分であると判断される。

【DI 値 前月比】

	前月	今月	比較結果
	令和4年8月	令和4年9月	
業界の景況	-15	-14	➡
売上高	-12	-13	⬇
在庫数量	-4	-11	⬇
販売価格	12	15	➡
取引条件	-11	-11	➡
収益状況	-12	-20	⬇
資金繰り	-9	-14	⬇
設備操業度	-1	-4	⬇
雇用人員	-9	-9	➡

【DI 値 前年同月比】

	前年	今月	比較結果
	令和3年9月	令和4年9月	
業界の景況	-16	-14	➡
売上高	-12	-13	⬇
在庫数量	-2	-11	⬇
販売価格	4	15	⬆
取引条件	-7	-11	⬇
収益状況	-12	-20	⬇
資金繰り	-9	-14	⬇
設備操業度	-2	-4	⬇
雇用人員	-7	-9	⬇

※比較結果(数値の範囲) ⬆ = +10以上 ➡ = +5 ~ +9 ➡ = 0 ~ +4 ⬇ = -9 ~ -1 ⬆ = -10以下

※ DI 値：前年同月と比較して「好転(増加・上昇)」したとする回答数から「悪化(減少・低下)」したとする回答数を差し引いた値

製造業

食料品（味噌醤油製造業）

久しぶりに良好な売れ行きの月だったが、今年度前半がかなり悪く、9月の状況だけで回復したといえる状況ではない。業務用需要の回復にはほど遠く、コロナの感染状況が全国的に少し収まってきているので、行楽の秋に向けての需要回復に期待したい。

食料品（酒類製造業）

新型コロナウイルス、さつまいもの基腐病の影響がある。

(令和4年9月分データ) (単位:千・%)

区分	R3.9	R4.9	前年同月比	
製成数量	17,287.3	18,092.2	104.7%	
移出数量	県内課税	2,639.6	2,961.6	112.2%
	県外課税	3,860.6	4,781.2	123.8%
	県外未納税	1,197.2	1,610.8	134.5%
在庫数量	196,251.9	187,632.3	95.6%	

食料品（漬物製造業）

資材や電気料金の値上りが収益面を圧迫している。製品値上げが追いつかない。高菜の原料不足による今後の影響が懸念される。

食料品（蒲鉾製造業）

昨年はまん延防止が実施されており、人流も少なく最悪な月だった。今年は防止策も完全解除され、人の往来が多かった。特に空港の利用客が多く、土産品の売上も倍増し、全体で45%の伸びがあった。ただ、18日の台風14号の上陸で営業ができず、翌日まで影響が出た。毎月のことだが、原料・副資材等の値上げがあり、スリミやみりん・調味料、包装紙・真空袋・ナイロン系の包装資材等、いつ落ち着くのか先が見えない。

食料品（鯉節製造業）

9月は鯉節値も高くなってきている。また、消費が多少増え、荷動きは良くなってきた。ただ、削り節屋で値上げの動きがあるもののなかなかできず、全体的には厳しい状況である。鯖は9月漁があり、製造・販売共に良かったようだ。外国人技能実習生も受入が進み、秋までには一段落できそうである。

食料品（菓子製造業）

原材料の値上げがあるが、小規模の店舗では価格への



反映が難しい。また、コロナによる従業員等の休みで、残業対応による調整などが大変との声も上がっている。

食料品（茶製造業）

共販実績、前年度売上対比は84.2%（前年9月売上対比439.4%）であった。毎月10月にある九州交換会が9月末の売上に計上され、前年度の月対比が伸びている。

本場大島紬織物製造業

検査反数は前年より減少、他は前月と同じだった。コロナが落ち着いてきたため、12月、1月の催事に期待している。

木材・木製品

上半期を終えて、前年比で大幅な減量・減額となった。素材単価は16%下落し、製材製品単価は32%上昇しているものの需要低迷から取引量が著しく減速している。当分は、現状が継続すると予想され下半期も需要の伸びは期待できない。

木材・木製品

鹿児島県の7月分の新設住宅着工戸数は前年同月比92%と減少、うち木造は83%である。県産スギ丸太4m中目材の8月の相場は、小幅に値下がりし、前年同月比で16%下落している。一方、スギ製品の柱角、土台角等の価格は、前年同月比4%~15%上昇のまま高止まり状態が続いている。木質バイオマス発電所用の未利用材は、中国向け輸出が活発なうえ、台風などの天候不良で集荷しづらい状況が続いている。製紙用チップは原油価格の高騰や円安などの影響で、製紙メーカーが国内で手当てする動きがあり、荷動きが好調。価格も強含んでいる。

生コン製造業

9月の出荷量は86,924立米（前年比75.0%、うち官公需は33,714立米（同比62.7%）、民需は53,210立米（同比85.8%））で官公需、民需ともに減少した。増加した地域は2地域（増加率順に出水134.7%、宮之城121.2%）で、残り15地域が減少（減少率順に甑島34.3%、南隅39.7%、垂水桜島43.8%）した。なお、鹿児島地域は対前年比で、官公需68.2%、民需95.9%、合計85.8%となっている。

コンクリート製品製造業

9月度の出荷量は、6,413トンの前年同月比88.5%となった。出荷実績は始良地区、川薩地区が前年度同月比を上回り、他の地区は下回る結果となった。下回った地域の鹿児島地区においては、前年度同月比62%で、ここ半年ほど前年度に対し出荷量の低い状況が続いている。9月度の受注については、低い受注率となっており、これからの受注増に期待したい。

鉄鋼・金属（機械金属工業）

大型案件はかなりあるようだが、中小案件の見積りが少ない。物価上昇の影響を受ける物件が散見され、今後も影響は不可避と思われる。材料の入荷が遅れて作業工程がなかなか予定通りに進まないとの声が聞かれる。

印刷業

この時期は、毎年フォーラムが東京で、隔年で全国大会が各県持ち回りで開催されている。今年は東京ではなく、名古屋でフォーラムが開催された。コロナ感染予防に注意しながら、確実に少しずつではあるがかつての活動が戻ってきている。しかし、様々なものの値上げ問題が今後懸念される。

非製造業

総合卸売業

引き続き原材料価格の高騰により、仕入価格が上昇しているとの組合員からの声が多い。

水産物卸売業

昨年同月比で数量73.5%、金額114.6%、単価155.8%となった。県内のコロナ感染数が多くなっているが、影響には差が出ている状況である。

燃料小売業（LPガス協会）

10月積み中東産の液化石油ガスは、プロパンが590ドル（前月比△60ドル）、石油化学原料のブタンも560ドル（前月比△70ドル）と6カ月連続で下落した。原油市況は急落し、LPガス市況は不需要期入りで需要減となった。ブタンは石化需要が減退、中国、インドの需要も振るわず低迷した。

中古自動車販売業

依然として半導体不足に伴う部品供給の遅延による長納期化で、玉不足の解消には程遠い状況が続いており、厳しい状況に変わりはない。一刻も早い新車の安定し

た供給を願うばかりだ。

青果小売業

売上は、前年対比92.7%で累計前年比107.6%となった。前年はまん延防止等が適用され、納業者の打撃は大きかったものの、記録的な大雨できゅうり価格が高騰し、近年同月と比較すると最高額の買上となっている。だいこん、にんじん、ねぎ、トマトは高値水準となるが、度重なる台風の影響で、離島便が頻繁に止まり、野菜や果物の入荷もまばらと流通が混乱した。

農業機械小売業

社員の努力で何とか売り上げが伸びている。また、和牛能力共進会後の効果に期待している。

石油販売業

原油価格は円安の影響で高止まりの状況にある。そのため、燃料価格激変緩和補助の年末までの延長が決まったものの1月以降の原油動向と補助上限等の課題が残る。コロナ感染者の減少、物流や観光関連の回復で、関係する油種に同様の動きがみられた。台風14号

の被害が各地で発生し、修復作業に追われた。

鮮魚小売業

前年同月と比べ、状況にあまり変わりはない。台風等の**天候不良により、客足は伸び悩んでいる**。小中学校の運動会も午前中のみの実施や時間短縮が多く、お弁当の商材は売上が見込めず厳しい状況である。

運動具小売業

9月はコロナ感染がやや減少し、**市場は微量ではあるものの動き出している**ようだ。このまま感染者数の減少が続く「スポーツの秋」の到来を願うばかりである。

商店街（始良市）

閉店等で組合員の減少もあるが、新規もあり横ばい状態である。

商店街（鹿児島市）

コロナの感染ペースが落ち着きつつある中、「安心と安全」が消費者心理を動かし、**外出や購買活動へのつながり**を感じている。しかし、コロナ融資の返済が始まっており、中小零細企業の資金繰りが懸念される。商店街では、11月から始まるプレミアム付き商品券を商機と捉え、大型店に流れがちな消費を取り戻すために積極的な告知を行っており、これからが持続可能な商店としての正念場になると思われる。9月はリラクゼーション系の新規参入が1店舗あった。2階以上の店舗の客入りは、コロナの影響だけではないが厳しい状況にある。

商店街（鹿屋市）

中央地区において、9月25日に**大型ショッピングセンター（プラッセダイワ）が閉店**した。これによって、当地区のショッピングセンターはマックスバリュのみとなった。

商店街（鹿児島市）

コロナの状況で、**通行量や買い物客が減少**している。

サービス業（旅館業 / 県内）

海外個人客の受入や旅行割など**景気を好転するような施策が実施**されるため、冬期の需要増に期待したい。

測量設計業

コロナ禍においても例年と変わらない売上を計上できている。コロナ感染が拡大しており、**長期離脱を余儀なくされる技術者も増えてきている**。工程管理に余裕をもった運営をするため、工程を前倒しする必要がある。協力業者に余裕をもって依頼する等の対処が必要となっており、出費が増えているのが現状である。コロナ感染者による濃厚接触者について、隔離期間を緩和してほしい。

旅行業

観光支援策「今こそ鹿児島島の旅第2弾」で販売数は増加したが、事務作業の負担も増えている。今後は全国旅行支援に期待している。

建築設計監理業

9月の公共団体等の入札状況は、**件数が57件、契約金額が約1億9千5百万円**で、前年同月（26件、約5千2百万円）と比較すると件数、契約金額ともに大幅に増加した。今年度は上半期で既に昨年度1年分の

件数、金額を上回っている。また、8月の新設住宅着工戸数は925戸と対前年同月比10.38%の増であり、4月からの累計でも3年ぶりに1万戸を超えた昨年度を上回る戸数となっている。

自動車分解整備・車体整備業

秋口になって夏場より忙しくなると思われたが、思ったほどない。期待の**中古車も安価で良質の物が少なく**、全体的な物価上昇の影響が要因と考えられる。

電気工事業

材料の納期に関しては、若干ではあるが回復している部門もあるように見える。材料価格に関しては、**短期間で未だ上昇傾向**にある。見積作成時の有効期限を設定するのが困難な状況である。

造園工事業

9月のこの時期は、例年通り公共工事（道路草刈り、公園草刈り）や民間・個人宅の草刈り業務で多忙な時期であった。それに加えて、台風により各地で倒木・幹倒れ、枝折れ等があり、その**災害復旧で現場は多忙**を極めた。その結果、売上は例年より大幅増加で推移したが、この業界は慢性的に人手不足なこともあって、各社人員の手配に苦労した月だった。

管工事業

原油の高騰並びに資材・製品等の**コスト上昇により、利益の縮小**が見受けられる。特に民間工事については、見積り時からの仕入差額を転嫁することが難しく、厳しい状況が続いている。

建設業（鹿児島市）

国土強靱化に伴う舗装工事・急傾斜工事等の**県事業の発注が順調**に進んできている。市町村発注が例年より少ない状態が続いているが、9月補正で普通建設事業費の増額補正を行った。

建設業（南さつま市）

南薩地区（指宿市を除く）の公共工事（土木）は、**前年同月に比べ117%**となり、前年同期でも110%となった。なお、今月から生コン価格が約12%値上げとなった。

貨物自動車運送業

県下158運送事業者の燃料購買動向は、**前月と比較して99.64%に減少、前年同月と比較して100.07%に増加**した。

運輸業（個人タクシー）

まん延防止解除後のコロナ感染者は驚きの数である。シルバーウィークに期待していたが、**台風の影響などで、さほどでもなかった**。10月からの旅行支援事業が、今度こそ景気回復につながってほしい。

運輸・倉庫業

前半は例年並みの物流であったが、**最終週は10月からの食料品値上げに伴い約2倍の物量**になった。下りの車両が足りなくなり、空車で荷物を取りに行く状況だった。燃料価格は高値で推移しており、乗務員もエンジン停止やエコドライブを行っている。

令和4年10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

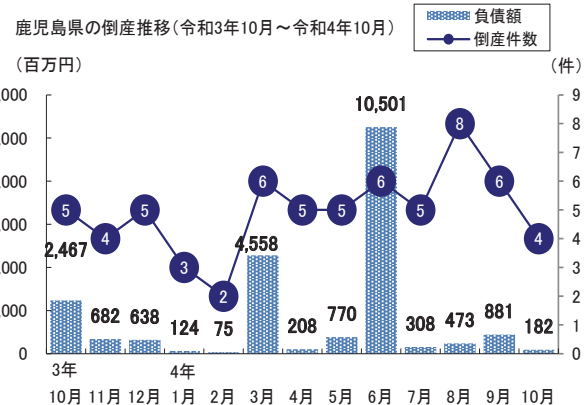
件数 4件 負債総額 1億8,200万円

〔件数〕 前年同月比 1件減 〔負債総額〕 前年同月比92.6%減

ポイント

～倒産件数、負債総額ともに前年同月比減少～

- ◆倒産件数は4件で前年同月比1件減、前月比2件減
- ◆負債総額は1億8,200万円で前年同月比92.6%減、前月比79.3%減
- ◆新型コロナウイルス関連倒産は2件発生



【今後の見通し】

鹿児島県の10月の倒産件数は4件、負債総額は1億8,200万円となり、件数、負債総額ともに前年同月比減少となった。新型コロナウイルス関連倒産は7ヶ月連続の発生となり、累計27件の内、14件が2022年に発生している。

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10月の景気DIは43.5で前月より2.5ポイント改善した。新型コロナウイルス感染者数が低下傾向にあることへの期待から景気DIは改善しているが、原材料費の高騰や半導体不足、円安の影響もあり、しばらく景況感は低調な推移が見込まれる。

2022年10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、「海外情勢や急激な円安などの影響で先行き不透明感はあるが、コロナ第7波がピークアウトし、社会経済活動の再開の動きも本格化しつつあり、全体として回復傾向が続いている」との判断を示した。生産活動では、電子部品関連は好調、8月の焼酎生産も前年を上回ったが、7月の

かつお節生産、9月の生コン出荷量、9月の紙パルプ生産は前年を下回った。畜産関連は、9月の豚肉相場、ブロイラー相場(もも肉、むね肉)、鶏卵相場は前年を上回ったが、9月の子牛出荷頭数、子牛価格は前年を下回った。消費関連は、8月の百貨店・スーパー販売、専門量販店販売額(家電大型専門店、ドラッグストア、コンビニエンスストア)は、家電大型専門店を除き前年を上回った。9月の乗用車新車登録台数、軽自動車届出数は前年を上回った。観光関連は、9月の主要ホテル・旅館宿泊客数は前年を上回った。

10月の倒産件数は減少、大型倒産はなく負債総額は前年同月と比べ減少した。しかし、新型コロナウイルス関連倒産は7ヶ月連続発生するなど発生ペースはあがっている。また、コロナ融資の元本返済開始や円安、物価高などにより消費停滞や企業の収益悪化を招くことが考えられることから、今後も倒産発生状況は注視していく必要がある。

令和4年10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	備考
(有)W	ボーリング工事	91	5,000	霧島・始良地区	破産	新型コロナウイルス関連倒産
(株)U	土木建築資材販売仲介	49	500	鹿児島市	破産	
(有)H	海産物加工製造販売	32	3,000	北薩地区	破産	新型コロナウイルス関連倒産
(有)O	不動産賃貸	10	3,000	大島郡地区	破産	

※主因別は、「販売不振」4件

商工中金協力会

テーマ 稲盛和夫氏の「利他の心」に学ぶ

講師 作家 北 康利 氏

日時 令和4年12月5日（月）

16：00～18：00

場所 鹿児島市「城山ホテル鹿児島」

参加費 無料（※ただし、懇親会参加費は13,000円）

P.42 組合のスペシャリストを目指そう！
～中小企業組合士試験問題にチャレンジ～

解答

A	B	C	D	E
○	× (三人以上)	○	○	× (五分の一以上)

表紙・本文中で登場する
ぐりぶー&さくらとその子供達は
鹿児島県のPRキャラクターです♪
©鹿児島県ぐりぶー・さくら#811



情報誌へのご意見・ご要望はこちらまで
magazine@satsuma.or.jp

令和4年12月

5日（月） 15：00
中央会理事会
鹿児島市「城山ホテル鹿児島」

令和5年1月

5日（木） 10：00
中央会年始会
鹿児島市「鹿児島サンロイヤルホテル」

12日（木） 15：00
特定地域づくり事業協同組合シンポジウム in おきのえらぶ
～「労働者派遣事業」と「職業紹介事業」を組み合わせた地域人材確保策～
大島郡和泊町「和泊町役場」

17日（火） 13：30
組合自治監査講習会
鹿児島市「ホテル・レクストン鹿児島」

※新型コロナウイルスの感染状況等により、変更になる場合があります。

中小企業かごしま

（令和4年度 活性化情報第3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：https://www.satsuma.or.jp/

印刷所：斯文堂株式会社

写真協力：龍門司焼企業組合

今月の表紙

龍門司焼企業組合 陶工による陶芸体験

龍門司焼は、約330年前の藩主島津義弘の時代に開窯されました。特色ある渋い釉、黒釉、あざやかな色調の三彩、珍しい鮫肌や貫入、蛇蝎、ドンコ釉、玉流しなど、日本でも珍しい多種多様な天然釉が施され、素朴ながらも優美な品格を持った焼物です。当組合では、陶工による陶芸体験を実施しています。

本誌33ページ「指導員が行く！組合イベント探訪記」で、詳細を掲載しております。ぜひ、ご一読ください。



【© 龍門司焼企業組合】