

石川 中央会報

石川県中央会会報

2010

No.4

企業ドック制度創設

円高に関する緊急調査結果報告

新聞掲載記事より



石川県中小企業団体中央会

石川県中央会会報

2010

No.4

石川県 中央会会報

題字
故 安田隆明 名誉会長

巻頭ゼミナール

- 2 「中小企業のインターネット利用」～実際の講座から見てきたもの～
神戸国際大学経済学部 教授 中村智彦氏
- 6 「中小企業と産学連携②」～「売れるものとは何か」からはじまる産学連携～
星稜女子短期大学 准教授 安藤信雄氏

トピックス

- 9 おめでとうございます～秋の叙勲・褒章受章の方々（会員関係）
- 9 石川県内の最低賃金が改定されました〔時間額686円〕
- 10 「新成長戦略実現に向けた3段階の経済対策」が閣議決定されました
- 11 中小企業関連 施策・法律改正情報室
- 13 さまざまな経営課題の解決に！「企業ドック制度」が創設
- 14 円高に関する緊急調査結果報告（本会調べ）

中央会事業だより

- 21 『加賀の紅茶』の発表会を開催、『金沢湯涌かぶら』への支援を実施
- 22 「金融政策」と「アイデアの事業化事例」について
～組合運営研究会を開催（事務局協議会）～
- 22 平成22年度レディース中央会全国フォーラム in 東京へ参加
（中央会女性部）
- 23 『人材養成塾 Fight！』終了式を実施（青年中央会）
- 24 好天のもとナイスショット！会員交流ゴルフ大会結果報告
（本会・青年中央会）
- 25 ～技の継承と未来への飛躍～活動事例発表及び交流会を開催
（青年中央会）

News

26 新聞掲載記事より

小松鉄工団地協同組合、武蔵商店街振興組合、協同組合加賀能登のれん会
石川県造園業協同組合、大野醤油醸造協業組合、豎町商店街振興組合
小松織物工業協同組合、協同組合加賀染振興協会、石引商店街振興組合
山中温泉料飲業協同組合

お知らせ

- 30 経済講演会、活力強化集会並びに 31 くみ Wai 広場
交流懇談会を開催します
(ウイング北陸総合衣料商業協同組合事務局)
- 32 県内の情報連絡員報告(9月) 39 個別専門相談室開催のご案内



表紙写真：
カニ漁解禁でにぎわう
近江町市場

中小企業のインターネット利用

～実際の講座から見えてきたもの

中村智彦氏／神戸国際大学経済学部 教授

山形県米沢市と山形市で行われたIT講習にコーディネーターとして参加してきました。中小企業経営者や地元NPO関係者を対象として、いかにITを利用していくかという内容で行われたのですが、今回はそこから見え隠れしてきた現状と問題点を見ていきましょう。

ブログやホームページが大切なことは判るが、日常業務が忙しくて更新ができない・・・

「日常業務が忙しくて更新ができない」という悩みを言う経営者がいました。ブログ形式が普及している現在、毎日とは言わないが、せめて一週間に一回くらいは更新（新しい記事を書く）をしないといけないという事は理解しているのだが、日常業務に追われて、パソコンを開ける暇がないというのです。同じように、中小企業経営のコンサルタントをしている金融機関担当者からも、「アドバイスをしている経営者の中でも、更新がなかなかできない。時間がないということで、放置されてしまう人がいます。」という話が出ました。

確かに一度作ってしまえば、しばらくは更新の必要性のないホームページとは違い、ブログ形式をはじめようとする、まずぶち当たるのは更新の手間でしょう。「実は私も、ブログを始めようと思って、アカウントを採ったのだけど、いつの間にか放置してしまって、久々に開けようとするパスワードがわからなくて、そのまま・・・」と笑う20歳代の参加者もいました。

それぞれの特徴

ホームページ	<ul style="list-style-type: none"> ● オリジナルのものを作るのは、業者への発注が必要なケースも ● 更新するのは難しい ● 一度、作成するとあまり変更する必要のない情報には良い
ブログ	<ul style="list-style-type: none"> ● 無料のサービスも多く、簡単にはじめられる ● 更新するのは簡単。携帯電話からも投稿可能。 ● 毎日書くのは、大変。
ツイッター	<ul style="list-style-type: none"> ● 基本的に無料。簡単にはじめられる。 ● 更新するのは簡単だが、字数制限あり。 ● 複雑な情報を発信するには不向き。

ホームページ形式から、ブログ形式へと、多くの企業も個人も移行しています。その理由はどこにあるのでしょうか。まず、ホームページの場合、専用のソフトが必要だったり、更新するのに手間が掛かった。ところがブログが登場すると、特別なソフトは入らず、携帯からメールを送るだけで更新できるなど、非常に簡単に利用できることから急速に広がった。

こうした形式は、個人の利用だけではなく企業にも広がった。経営者や社員がブログを掲載し、企業PRに利用することが一般化している。中には、架空のキャラクターがブログを書くという設定でPRに利用するケースも増えている。

ところが、講座に参加してみると、意外なほどに「挫折」してしまい、悩んでいるケースが多いことに気がつく。

簡単なだけに・・・

ブログの良いところは、「簡単」に始められるということである。しかし、簡単であるという意味は、同時に「頻繁な更新が求められている」ということになる。ホームページの場合は、例えばその企業にITに詳しい知識を持つものがいなくても、専門の業者に依頼して作成してもらい、年に一回か二回という低頻度で情報を書き換えるだけで良かった。ところが、ブログに変更した途端に、毎日、何かを書かねばならないという「強迫観念」に囚われ、結果として挫折してしまうのである。

こうした挫折してしまう人たちの話を聞いてみると、思いの外、真面目な人が多いように思える。「ブログを書き始めてから、朝、新聞を読んでも、ニュースを読んでも、何について書こうかと悩んでしまって・・・」とか、「よく考えてみると、毎日、同じことの繰り返しで、特段、書くことがなくて、特別なことを探すのに疲れてしまった」などと言う経営者が多い。

確かに、「そんなに毎日、毎日、何を書いたらいいのか判らない」と嘆く声をよく耳にする。しかし、長続きし、顧客からのアクセスの多い中小企業経営者のブログを見ると、そうした考えが実は間違っているのではないかと思えるはずだ。「今日のお昼

は、・・・を食べました。」「・・・さんが来てくれました。」「雪が降り始めました。」そんな書き込みが、実は読む人たちに親しみを感じさせる。他の経営者のブログを見て、ほっとした顔をする方たちもいた。「なにか難しいことを書かなければいけない」と思い込んでいたのが、重荷になっていたかもしれない。」

提供する情報を整理する

顧客が必要とする情報を整理してみよう。

- ① 基本情報・・・企業概要（業種、所在地、電話番号、営業時間） アクセス（地図、交通手段など）
- ② 商品情報・・・取り扱い品目、サービス内容
これら二つは、最も重要であるが、多くの場合、毎日変更が必要な情報ではない。つまり、ホームページもしくはブログの基本情報のところに掲載すれば、しばしば変更する必要はない。
- しかし、ブログやツイッターという手段を利用する場合は、これらのプラスアルファで即時性、同時性での情報提供を行いたいという考えがあってのことである。特に、ここでは企業としての宣伝媒体と考えての利用である。すなわち、提供する情報はおおむね以下の二点になる。
- ③ 新入荷商品情報・・・飲食店などでは、当日のお勧め料理。物販では、限定品や新製品の入荷情報など。観光地で営業している場合などでは、天候や催しなどの情報。
- ④ 経営者やスタッフの情報・・・経営者やスタッフの紹介。

つまり、ブログやツイッターという手法で行うのは、顧客に「親しみ」を持ってもらうということが主眼となる。「書くことがなくなって」と訴える経営者の話を聞くと、「政治や経済の話題についての自分の意見」を書かねばいけないと思いついてることが多い。個人のブログならば、それもいざ知らず、経営の一助、広報の一つとして考えれば、顧客は別に「政治や経済の話題」など望んでいないことは理解できるだろう。むしろ、政治的な発言などを書き連ねた場合、一部の顧客から反発を受けることもあるだろう。そうなれば逆効果である。

また、「うちは一般顧客相手ではないから」という理由を述べる経営者もいるが、本当だろうか。大阪の三元ラセン工業<http://blog.zaq.ne.jp/bellowsrabo/>



「ベローズ・ラボ ☆ベローズ案内人」ブログ

は2007年度の経済産業省「中小企業IT経営力大賞」「IT経営実践認定企業」であり、「2009年デル スモールビジネス賞」国内部門優勝企業でもある。従業員24名で、取り扱い商品は、ベローズと呼ばれる機械用の部品であり、一般顧客向けではない。経営者の高嶋博氏は66歳。毎日、ブログを更新し、ツイッターも活用している。一般顧客向けではないのに、ブログで情報発信しても意味がないかということ、「企業の若い担当者が見てくれて問い合わせをしてくれる」ということがあり、売上向上に大きく貢献していると言う。この会社の取り組みは、「うちでは意味がない」、「もう高齢だから」という言い訳を否定してくれる好事例であることは間違いない。

情報発信先は若者だけではない・・・

講座の参加者が、「意外だった」と感想を述べたのは、私が関係しているニュース番組の特集を見せた時だった。その特集では、大手スーパーがこぞって進出しているネットスーパーの話題を取り上げた。従来のネット通販とは大きく違う。大阪府のある店舗で始まったのは、注文できるのは実際の店舗の周囲半径一キロ以内で、一日二回注文を締め切り、配送料は月525円で何回も利用できるというものである。商品は、店舗で販売されているものを、同じ値段で販売される。

利用者は、もちろん共稼ぎや乳幼児を抱える人たちもなのだが、これからの大きな市場は高齢者である。この高齢者の利用を大手が期待しているという点に、多くの方たちは意外に思われたようだ。

この示したデータを見て欲しい。2009年の段階で、インターネットの普及率は80%近くまでになっている。それ以上に意外の思えるのは、高齢者への

インターネットの普及である。60歳から64歳では、58%と、ほぼ10人に6人がインターネットを利用しているのである。

中小企業の経営者の中には、高齢者がインターネットを利用するなんてありえないとの思い込みを強く持っている方がいる。しかし、その考えはすでに古くなっているのだ。

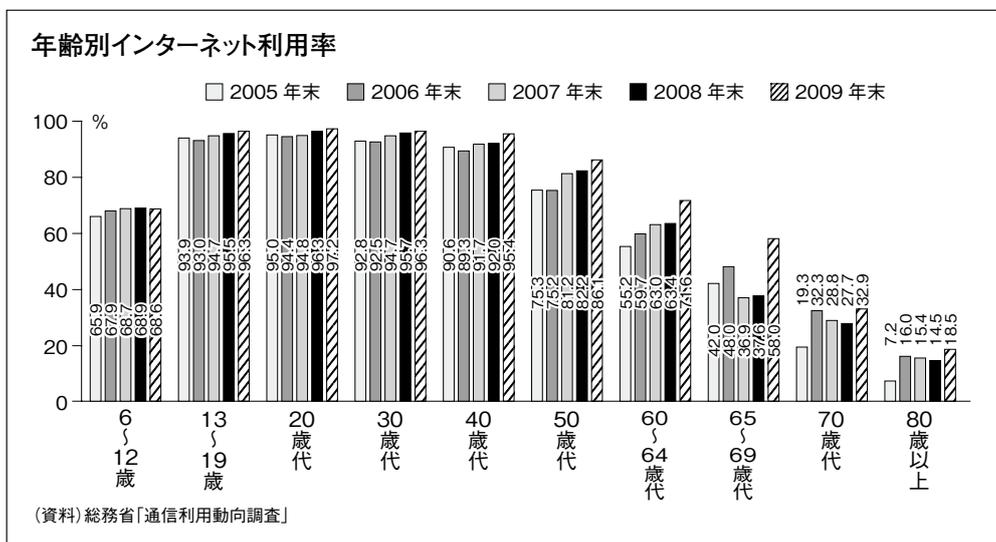
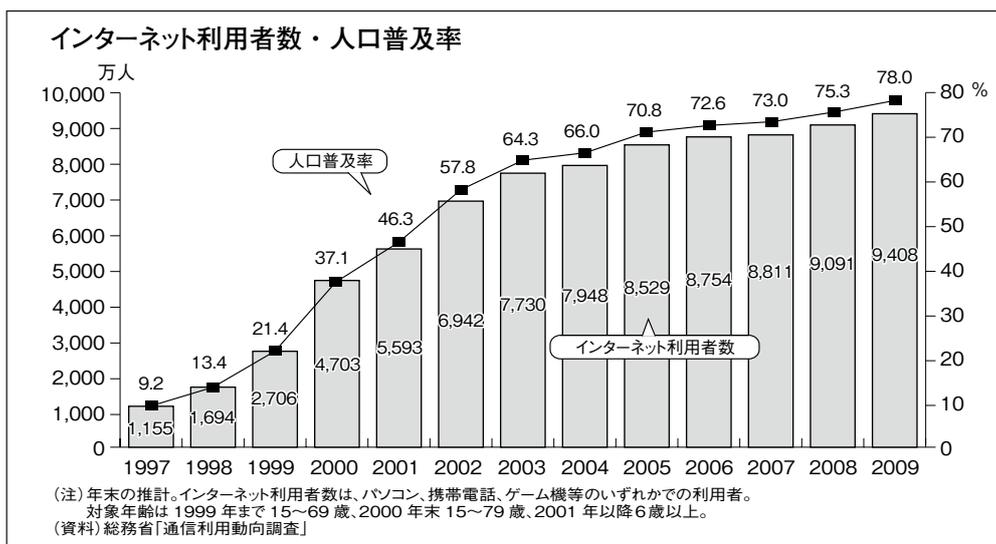
高齢者の多くがインターネットを利用する。そういった視点から、自社のホームページを見直す必要がある。字の大きさや、色の使い方、わかりやすさなどについても見直す必要があるだろう。インターネットを利用するのは、コンピューターの知識がある人ばかりだという考えで、情報を提供していたのでは意味がない。ユニバーサルデザインやバリアフリーが求められているのは、ホームページも同じなのである。

従業員で分担するも

経営者の中には、「さあ、ブログをはじめよう」と勢い込んで始めたのはいいが、忙しさの中に息切れしてしまうケースも多い。中小企業の場合、「広報や宣伝の担当者があるわけではないから、自分がやらないと」とおっしゃる経営者も多い。

もちろん、そのそうした悩みは理解できるのであるが、少し考えを変えてみてはどうだろうか。若い従業員がいるのであれば、正直に協力を要請してみるのもいい。携帯電話でブログやツイッターに投稿することに、そう手間を感じない人が若い世代には多い。

字を書くのが大変だし、なかなか文章がという人もいるだろう。九州の鹿児島の焼酎蔵のホームページは、女性の従業員の方が漫画を書きそれを掲載している。手書きした漫画をスキャナーで読み取ったり、デジタルカメラで撮影して掲載するという手法





「お酒屋さんの未来へのかけはし」ブログ
(薩摩酒類販売有限公司ホームページより)

取り扱いに注意しなくてはいけないのは、多岐に及ぶが、中小企業がブログなどに掲載することを念頭に置くと次のようなことが指摘できるだろう。

① 写真・・・家族を紹介するのは、親しみを持ってもらえる。しかし、一方で、経営者の家族として特定されることを意味する。経営に参画している成人の家族はともかく、小中学生などの子供写真を掲載するのは避ける方がいいだろう。どのようにイベントなどの際に撮影した写真などを掲載する場合は、そこに写っている人に許可を得る(顔が特定できる場合)ことも必要である。

② 掲載内容・・・他社を非難中傷する記載は、当然ながら絶対にしてはならない。

企業の広報の一環として行う以上、政治的や宗教的な意見を掲載することも避けるべきだろう。また、これはしばしば忘れがちなことであるが、自宅や立ち回り先などを特定される表現にも気をつけるべきである。例えば、女子従業員などが「一人暮らしを始めました」などと掲載し、さらにその住まいを特定できるような写真や文章を掲載することは、非常に危険である。

もおもしろいだろう。(http://blogs.yahoo.co.jp/ssh_kakehashi/folder/1323941.html)

文章を書くことが大変であれば、他の手段を使うのも良いのだ。問題は、実に来てくれた顧客が、「楽しそうな会社だなあ」、「おもしろい人たちがいるんだなあ」と感じ、「今度、行ってみたいなあ」と思わせることなのだ。

リスク管理も・・・

講座においても、「掲載の仕方が気に入らないとクレマーのようにしつこく電話をかけられて閉口した」という体験を話した出席者がいた。

インターネットでの情報提供は、「誰でも見ることができる」ということを忘れてはいけない。駅のベンチに置かれているノートにいろいろと書き込むのと同じだと理解して欲しい。

とにかくはじめてみよう

なにごとにもインターネットで検索してからという人が増えている。検索して、情報がでてこなければ存在しないのと同じである。他社がブログやツイッターなどを次々、情報発信を始めている。そんな中で、ホームページだけで、それも業者任せで更新もせずに放置しているようでは、情報発信をしているとはいえない。高齢化や少子化で市場が縮小していく時代の中で、ますます中小企業の情報発信は重要である。

できないのではなく、やらない理由を一生懸命探すのではなく、まずは取り組んでみてはどうだろうか。

中村 智彦 (なかむら ともひこ)

【常勤】
神戸国際大学経済学部 教授

【非常勤】2010年度
日本福祉大学経済学部 関西大学商学部

【研究調査のテーマ】
・中小企業論 (中小企業間ネットワーク、中小企業政策など。)
・地域経済論 (製造業、商店街問題、企業誘致、地方自治体による産業支援問題など。)

☆フィールドでの調査や研究を得意としております。個人的趣味から、最近のニッチ市場やマニア市場なども関心の対象です。



【生年】 1964年 東京都町田市生まれ

【職歴】
1988年～1991年 Thai Airways International Co.,Ltd 日本支社勤務
1991年～1994年 株式会社PHP総合研究所勤務
[1992～1993年 シンガポール支社駐在]
1996年～2001年 大阪府立産業開発研究所 経済調査部国際調査室勤務
2001年～2007年 日本福祉大学経済学部 助教授
2007年 神戸国際大学経済学部 教授

【参考】
筆者の公式ブログ → <http://blog.kansai.com/stroller>

筆者のゼミ生が作成している「京阪神企業見聞録」
→ <http://kiu.monodukuri.jp/>

中小企業と産学連携②

「売れるものとは何か」からはじまる産学連携

安藤信雄氏／星稜女子短期大学 准教授

中小企業の発展にとって大学との連携が鍵

中小企業の経営者には、お山の大将が多いからだろうか、全て自前でつくろうとする傾向がある。野菜の加工食品を経営している社長が、野菜のゼリーを開発した時のことだ。知り合いでもあり、その社長のコンセプトに以前より敬意を感じていた私は、新製品の開発に期待をこめて声をかけてみた。「すばらしい商品を完成させましたね。大変だったでしょう。」と声をかけると、彼は新しい発見を興奮気味に話してくれた。「自前で開発していて何ヶ月かけてもうまくいかなかったんです。そこでゼリーを作っている会社に相談したら1週間で出来ちゃったんです。」

実は以前から私は知り合いの経営者に会うと、企業間ネットワークや産業クラスターの必要性を説いていた。大企業は、自社製品を開発する時、得意な部分で付加価値が高い部分を自社内で開発し、周辺的な部分や苦手な部分は中小企業へ「外注」してしまう。その方がゼロから開発するよりも安く早くできるからだ。中小企業でも変化の激しい時代には、コア・コンピダンスを絶え間なく鍛え続けなければならないが、資金の少ない中小企業は人材・時間といった資源が制限されているから、自社で行う部分を絞込み資源を集中させて取り組む必要がある。よって複数の中小企業が得意技術を持ち寄って製品を開発させた方が、結果として競争優位となり成功するのである。

これは企業間の話だけではなく、大学と企業による連携でも同じだ。シリコンバレーなどの欧米の産業クラスターの中心には、ほとんどと言ってよいほど大学がある。独創的なベンチャー企業が生み出される背景には、企業間だけではなく大学や研究機関とのネットワークがある。携帯電話のトップメーカーであるフィンランドのノキア社が成長した背景には、大学を中心としたテクノポリスという産学連携クラスターがある。フィンランド経済は日本と同時期にバブルとバブル崩壊を経験した。その後フィンランド経済の回復を牽引したのが、当時まだ中小企業であったノキアと大学による高度技術型産業クラスターであった。フィンランドでは現在も沢山の中小企業が大学から生まれている。

2000年以降始まった産業クラスターによるイノベーションの促進は、他の国の事例からみて今後は、大学を中心としたクラスターが成功パターンとなる割合が多くなっていくだろう。

イノベーションはシーズよりもまずニーズ

P.Fドラッカーは、マーケティングについて次のように述べている。これまでマーケティングは販売に関係する全職能の遂行を意味するにすぎなかった。それではまだ販売である。われわれの製品からスタートしている。われわれの市場を探している。これに対し真のマーケティングは顧客からスタートする。すなわち現実、欲求、価値を問う。「われわれの製品やサービスにできることはこれである」ではなく、「顧客が価値ありとし、必要とし、求めている満足がこれである」。すなわち「われわれは何を売りたいか」ではなく「顧客は何を買いたいか」である。

営業の強化は単なる販売でしかない。重要なことは「顧客は何を買いたいか」という視点でイノベーションを進めることである。大学でも同様の事が言える。ドラッカーは著書『非営利組織の経営』¹⁾の中で大学についても述べている。成功している大学は、アメリカの学生人口が減少しているときに、外部に目を向け応募者数を増やし、その質を向上させていたことを指摘している。私は、大学にとってもイノベーションが必要だと思っている。そしてその最良の方法は大学も企業と連携して研究や教育を行うことだろう。大学の研究教育は、地域からの要請を課題としてうけとり解決し教育の質の向上につなげていくことが重要だ。

大学との連携には二つある

大学と連携してマーケティングや開発をしたくとも、どうしたらよいか分からない経営者も多いだろう。中小企業にとって大学は、まだまだ敷居が高い存在であるようだ。しかし実際は平成21年の産業構造審議会では未曾有の不況の中で自社内の研究開発を縮小せざるを得ない中小企業と地元大学との連携が件数金額とも大きく伸びていると指摘している。

表 1. 産学連携のパターン

産学連携のパターン	内 容
①大学キャンパス内における一体型共同研究	大学研究施設内で企業と研究室が恒常的に膝を付き合わせながら研究を進める。
②組織的な産学連携契約	研究室単位ではなく大学側が複数の研究者で組織的に企業の要望に沿った研究を独自に進める。
③企業における重要技術分野での産学連携	企業では困難な、長期的視点での研究内容で5から10年後の製品化に備える研究。
④相互補完方の大学間連携	医学部と、工学部の連携によるものなど複数の大学や学部による研究。
⑤地元密着型の産学連携	小規模な大学等で地域の特色（伝統、産品、産業等）を生かした研究活動
⑥中小企業との産学連携	中小企業の支援や地域振興の視点からの産学連携。

出所：産業技術分科会産学連携推進小委員会『産学連携の現状と今後の取組：新たな産学連携のあり方とその実現に向けて』平成21年より筆者作成。

また新潟工科大学の事例などではインターンシップで中小企業と連携し、教育の場として中小企業を活用する一方で、企業にとっても優秀な人材を採用するチャンスとしている例もある。

とにかくまずは中小企業団体中央会や産業創出機構等に相談してみるとよいだろう。また大学の長所短所も心得ておくとうりやすい。大学の年度はご存知の通り4月に始まり3月に終わる。よって11月から次年度の教育や研究の計画を作り始める。そこで11月以前に次年度の連携の話を持っていくと大学の側では色々予算などを組みやすい。ゼミなどで学生の知恵やアイデアを出して欲しいときは特に時期を選ぶ必要が無いが、交通費等のお金が動くときはやはり11月以前が良い。このように今すぐ何かしたいといっても対応できない事が多いが次年度でというように少し時間的余裕があれば対応できる。

また多くの研究者は少額ではあるが研究費を持っているのでそれを使えるかもしれない。大学や教員によって様々だが、とにかく思い立ったら尋ねてみるくらいの気軽さで大学に連絡を取ってみよう。

私の経験では、大学との連携には二種類がある。一つは研究者の研究を利用すること。もう一つは学生の教育を利用することだ。研究を利用する産学連

携は、多くの大学で見られる。産業構造審議会のまとめ²⁾によると今、日本では様々な地域分野で民間企業と大学の連携による競争力の強化が進められていて次の6つのパターンがある。①大学キャンパス内における一体型共同研究、②組織的な産学連携契約、③企業における重要技術分野での産学連携、④相互補完方の大学間連携、⑤地元密着型の産学連携、⑥中小企業との産学連携である。これらを内容とともにまとめてみたのが表1だ。これから発展を期待したいのが⑤や⑥を発展させたビジネスモデル提示型だ。

例えば私のゼミでは、本年度は能登島のところで生産者と食堂を経営する企業と連携して能登島のところで学生がスイーツを開発する取組を行った。学生の開発するものは当然、あまりレベルの高いものではない。しかし、企業から見ると思いもつかない奇抜なことを学生がやることが多い。それがヒントとなって企業での製品開発に弾みがつくようだ。製品開発のマンネリ化や思考の硬直化を打破し柔軟性や気付きを生み出すことに繋がる。どの企業の担当者も「学生と開発していると非常に楽しい」とおっしゃる。そんな中で生まれた商品が写真1～3である。

写真 1.



写真 2.



写真 3.



写真 1. 春巻きとコロケをミックスした春巻き風コロケ (2006年学園祭で販売)。 写真 2. 容器のコストダウンのためご飯を仕切りに2種類のルーを楽しめるカレー (サークルKサンクスで2007年度販売)。 写真 3. ところんで作った飲むスイーツ。

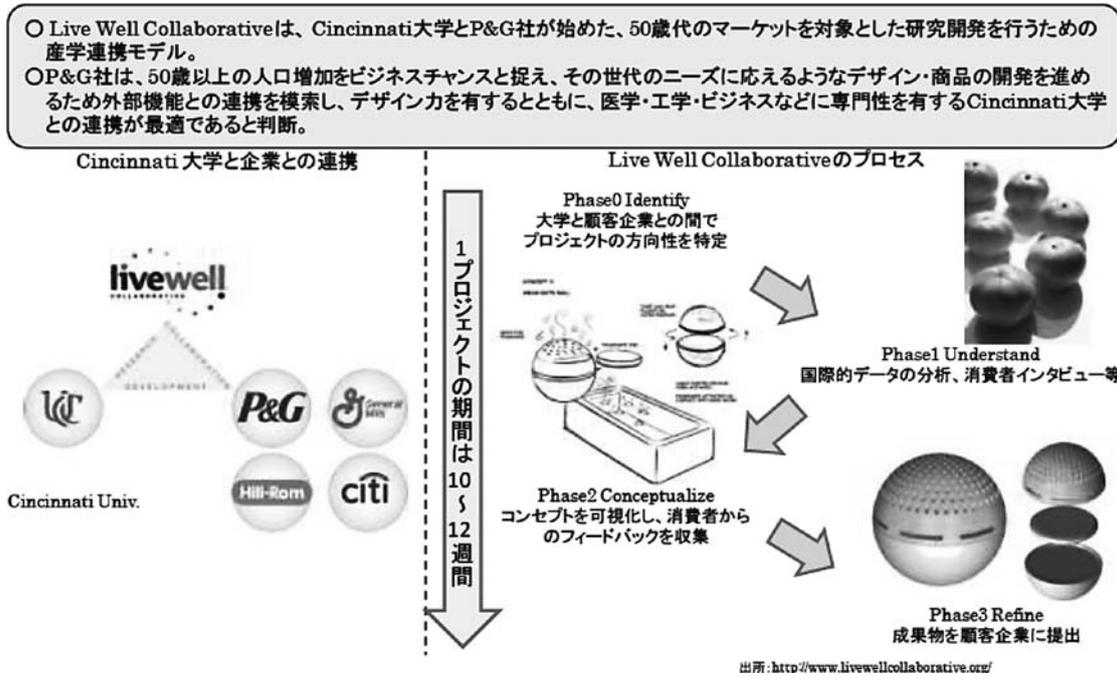
これからの注目される産学連携のあり方

私が主に取組んでいる産学連携は⑤や⑥などだ。以前にも指摘したように実はこの⑤と⑥の分野の中で企画力の提案型、販路開拓型に関する連携が日本では非常に弱い。今後の手本となるであろう先進的な産学連携は米オハイオ州シンシナティ市(Cincinnati)にあるシンシナティ大学だ(図1)。医療で全米トップを誇るこの大学では、医学部、工学部、ビジネス学部があり、今後10年後に50歳代の人口が急増する米社会の高齢化に対応するマーケティングと製品開発をビジネスモデルとして提案する提示型の産学連携を実施している。参加企業にはP&G、City銀行、LG等の大企業も名を連ねている。

学生は連携企業へインターンシップで働きながら勉強し、企業は大学の研究者と連携してマーケティングから製品開発、ビジネスモデルの構築等を実施している。このような取組を参考としながら、今後の日本の経済発展には、とくに地域の経済発展には、中小企業と大学との恒常的で実践的な連携が鍵となっていくであろう。

- 1) Peter F. Drucker, MANAGING THE NONPROFIT ORGANIZATION, Harper Collins Published. 上田惇生・田代正美訳『非営利組織の経営』ダイヤモンド社, 1991,p.86.
- 2) 産業技術分科会産学連携推進小委員会『産学連携の現状と今後の取組：新たな産学連携のあり方とその実現に向けて』平成21年7月31日。

図1. シンシナティ大学(ビジネスモデル提示型の産学連携モデル)



産業技術分科会産学連携推進小委員会『産学連携の現状と今後の取組：新たな産学連携のあり方とその実現に向けて』平成21年,p.28より



安藤 信雄 (あんどう のぶお)

【常勤】 星稜女子短期大学 准教授

【研究調査のテーマ】

- ・中小企業論(企業間ネットワーク、産業クラスター、地域の経済活性化など)
- ・協同組合論(協同組合、非営利組織、コミュニティビジネスなど)
- ・情報経済論(取引コスト、非対称情報、組織等などの理論)

能登の特産品を活用した地域おこしの手法を学生と調査しています。過疎、限界集落、耕作放棄地等の問題解決につながる事を期待しています。

地産地消の視点から新しい経済学の枠組みも研究しています。趣味と実益を兼ねて個人的興味から地域食材を生かしたレストラン等とその経営に関心があります。

【出生】 1959年 神奈川県藤沢市生まれ

【経歴】 1992年 明治大学 政治経済学部 卒業
 1995年 明治大学大学院 政治経済学研究科博士前期課程修了
 2004年 博士号(経済学・明治大学大学院)を取得

【職歴】 1980年～1991年 株式会社ミツミ電機勤務
 1994年～2001年 学習塾 創英ゼミナールを起業
 2001年～2007年 星稜女子短期大学 専任講師
 2008年～ 星稜女子短期大学 准教授

【その他】

- ・NPOスローフード金沢(理事)2007年～
- ・NPO法人北陸ライフケアクラスター研究会(理事)2009年～
- ・日本協同組合学会会員、経営情報学会会員(2009年～理事)、日本経営学会会員、実践経営学会会員

【参考】

- 共著 百瀬恵夫編集『中小企業論新講』白糖書房、2000年。
- 共著 大藪多可志編『観光と地域再生』海文堂、2010年。
- 筆者のゼミHP <http://www.seiryu.ac.jp/ando>

秋の叙勲・褒章受章の方々（会員関係） ～心からお慶び申し上げます



平成22年秋の叙勲・褒章受章者が決定され、会員関係では次の方々はその荣誉に輝かれています。心からお慶び申し上げます。今後の更なるご活躍をお祈り申し上げます。

旭日双光章

出島 啓雄

元 石川県飲食業生活衛生同業組合 理事長

黄綬褒章

小倉 淳

現 石川県総合建設業協同組合 理事

旭日单光章

川端 正夫

元 石川県水産物商業協同組合連合会 副会長

藍綬褒章

福光 松太郎

元 石川県酒造組合連合会 会長

瑞宝单光章

松田 年武

元 石川県建具協同組合 理事長

TOPICS

石川県内の最低賃金が改定されました (時間額686円)

石川県内の最低賃金の改定については、石川地方最低賃金審議会（会長 吉村文雄 金沢大学名誉教授）が7月に渡辺英俊石川労働局長からの諮問を受け、専門部会を設置して調査審議を重ね、その結論を取りまとめ、現行の時間額674円を12円（1.78%）引き上げた「時間額686円」とする旨の答申を石川労働局長に対して行い、決定されたものです。

同審議会では、引き上げ額12円を妥当とする専門部会（4回開催）の報告を受け、採決を行い賛成多数で決定されました。

公労使の主な意見と採決状況

- 1 公益委員は、中央最低賃金審議会から引上額10円の目安が示され、県内における経済動向は緩やかに持ち直しているとの概況が示されていることや、賃金の引上げ状況、物価水準及び影響率を総合して考慮すれば、12円の引上げが妥当とする公益案を提示した。
- 2 公益案に対し、労働者側委員は、雇用戦略対話での政労使合意における全国最低800円を段階的に達成するとともに、県内の標準生計費の実情等を考慮すれば、公益案の引上額では不足であるが、経済情勢に依然厳しさが残ることを考慮すれば、公益案でやむをえないと主張した。
- 3 一方、使用者側委員は、政労使合意にある最賃額800円への引上げの前提である所定の経済成長の実現や中小企業の生産性向上などが、いずれも満たされておらず、県内中小・零細企業の実情は依然厳しく、賃金水準や消費者物価の状況を見ても最賃額を大幅に引上げる状況にないと最後まで主張して反対した。
- 4 採決の結果は以下のとおりである。

賛成	公益委員	4名	反対	公益委員	0名
	労働者委員	5名		労働者委員	0名
	使用者委員	0名		使用者委員	0名

(注) 会長は採決に加わっていない。

「新成長戦略実現に向けた3段構えの経済対策」 が閣議決定されました

8月30日に策定された「経済対策の基本方針」に基づき、「新成長戦略実現に向けた3段構えの経済対策」が9月10日閣議決定され、経済産業省は関連施策の措置を講じました。以下はその概要です。

1. 低炭素型雇用創出産業立地支援の推進 【投資基盤づくり】

将来の大きな成長と雇用創出が期待できる「グリーン産業」(エコカー、リチウムイオン電池、LED(発光ダイオード)などの環境関連技術分野)の国内での工場立地を支援する事業(補助率1/3(中小企業は1/2))を推進する。

※その際、補助金の使い勝手について、所要の見直しを図る。

2. 中小企業等の高付加価値化、販路開拓等の緊急支援 【投資基盤づくり】

(1) 戦略的基盤技術高度化支援事業の拡充

円高の影響を受ける「ものづくり中小企業」が行う基盤技術の研究開発や、その成果を活用した展示品製作、販路開拓といった取組を支援し、商品の高付加価値化や新規事業への展開を後押しする。

(2) 中小企業の海外販路開拓支援の拡充

中小企業の海外展開を支援するため、体制を整備し、海外バイヤーの招へいや、海外展示会への出展支援の拡充等を実施する。

3. 新卒者対策の抜本的強化【雇用基盤づくり】

就職未内定の新卒者等に中小企業における職場実習(インターンシップ)等の機会を22年度後半から1万人程度の規模で提供する。また、採用意欲があり人材育成に優れた中小企業を発掘し、新卒採用を積極化できない中小企業・中堅企業がインターネット求人サイトや合同企業説明会などを活用して行う学生とマッチング支援等を強化する。

4. 家電エコポイント制度の延長【消費基盤づくり】

(1) エコポイント制度の延長

省エネ(地上デジタル放送対応テレビ、エアコン、冷蔵庫)の購入を対象とするエコポイント制度を3ヶ月延長する(平成23年3月31日まで延長)。省エネ効果の高いLED電球等への商品交換を行う場合は、ポイントを2倍換算する優遇措置も継続する。

(2) 中小企業の海外販路開拓支援の拡充

より省エネ性能の高い家電を対象を限定。対象家電を統一省エネラベル(※)4☆以上から、省エネ性能が更に高い5☆の製品に限定する。

※家電の省エネルギー性能について、多段階評価を付した表示ラベル。5☆は最高ランク。

5. 住宅エコポイント制度の延長【消費基盤づくり】

エコ住宅の新築、エコ住宅へのリフォームに対してポイントを発行する制度を1年延長する(平成23年12月31日まで延長)。

6. 中小企業金融支援等【雇用基盤づくり】

(1) 中小企業に対する金融支援

円高等の厳しい経済環境の下、信用保証協会の保証付き貸付について、中小企業の当面の返済負担軽減に対応できるよう、条件変更の実績を勘案し、信用保証制度を支える日本政策金融公庫の財政基盤を強化する。また、円高・デフレ下で、長期の設備投資等を行う企業に対して実施している金利引下げ措置を今年度下半期においても実施する。

(2) 特別相談窓口の設置と資金繰りの支援

日本政策金融公庫、商工組合中央金庫、信用保証協会等において、円高の影響を受ける中小企業等向けの特別相談窓口を設置する。

(3) 中小企業支援施策の「ワンストップ・サービス・デイ」の開催

関係機関の協力の下、利用者が一つの窓口で必要な各種支援サービスの利用ができるよう、「ワンストップ・サービス・デイ」を開催する。

7. その他の関係施策

(1) 法人実効税率の引き下げ

日本に立地する企業の競争力強化と外資系と外資系企業の立地促進のため、課税ベースの拡大等による財源確保と併せ、23年度予算編成・税制改正作業の中で検討して結論を得る。

(2) 「新成長戦略実現会議」の設置

新成長戦略の推進・加速のため、総理を議長とし、関係大臣、関係機関の長、経済界、労働界、民間有識者により構成される「新成長戦略実現会議」を設置する。

(3) 「日本国内投資促進プログラム」の取りまとめ

各産業界及び労働界の参加を得た「国内投資促進円卓会議(仮称)」を設け、内外の企業等による工場・事業所、本社等機能の国内立地促進、ものづくり基盤を支える中小企業対策を重点に、今後半年から1年間の間に実施すべき国内立地促進策を検討し、10月から11月を目途にプログラムとして取りまとめる。

(4) 規制・制度改革の前倒し

財源を使わない景気対策として、都市再生・住宅、環境・エネルギー、医療・介護、観光振興をはじめとした地域活性化及び国を開く経済戦略の5分野を中心に、規制・制度改革を進める。

TOPICS

中小企業関連

施策・法律改正情報室

下請適正取引等推進のためのガイドライン		平成22年6月30日 施行
掲載URL	http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/torihiki/2010/100630ShitaukeGuidelineDecision.htm	中小企業庁ホームページ
【主なポイント】 (1) 新たに4業種（鉄鋼産業、化学産業、紙・紙加工品産業、印刷産業）を策定 (2) 既に作成している3業種（広告産業、情報通信機器産業、建材・住宅設備産業）を改訂		

障害者雇用促進法		平成22年7月1日 改正
掲載URL	http://www.mhlw.go.jp/bunya/koyou/shougaisha04/index.html	厚生労働省ホームページ
【主なポイント】 (1) 中小企業における障害者雇用の促進 ・ 障害者雇用納付金制度の適用対象の範囲拡大 ・ 雇用率算定の特例創設 (2) 短時間労働に対応した雇用率制度の見直し など		

中小企業経営承継円滑化法申請マニュアル		平成22年8月18日 改訂
掲載URL	http://www.chusho.meti.go.jp/zaimu/shoukei/2008/080917shokei_manual.htm	中小企業庁ホームページ
【主なポイント】 所得税法等の一部を改正する法律に盛り込まれた「非上場株式等に係る贈与税及び相続税の納税猶予制度」の内容を踏まえた改訂		

男女間の賃金格差解消のためのガイドライン		平成22年8月31日 作成
掲載URL	http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/2r9852000000ned3.html	厚生労働省ホームページ
【主なポイント】 (1) 男女間格差の「見える化」を推進 (2) 賃金・雇用管理の見直しのための3つの視点 ○賃金・雇用管理の制度面の見直し ○賃金・雇用管理の運用面の見直し ○ポジティブ・アクションの推進		

日本国内投資促進プログラム（骨子）		平成22年9月9日 公表
掲載URL	http://www.meti.go.jp/press/20100909001/20100909001.html	経済産業省ホームページ
【主なポイント】 (1) 工場・事業所の国内立地促進 (2) 本社等機能の国内立地促進 (3) ものづくり基盤を支える中小企業対策の強化		

日本振興銀行株式会社の破たんに係る中小企業対策		平成22年9月10日 発表
掲載URL	http://www.chusho.meti.go.jp/kinyu/2010/100910ShinkoBankBankruptcy.htm	中小企業庁ホームページ
【主なポイント】 (1) 中央会等支援機関に特別相談窓口の開設 (2) セーフティネット保証の活用等の支援措置		

雇用調整助成金に係る不正受給防止対策の強化		平成22年9月16日 発表
掲載URL	http://www.mhlw.go.jp/stf/houdou/2r985200000rvwp.html	厚生労働省ホームページ
【主なポイント】 ◎雇用調整助成金の不正受給が判明した事業所に対して、事業主の名称と代表者氏名、事業所の名所・所在地・概要、不正受給の金額・内容を公表することを公表した。		

米トレーサビリティ法		平成22年10月1日 施行
掲載URL	http://www.maff.go.jp/j/soushoku/keikaku/kometoresa/index.html	農林水産省ホームページ
【主なポイント】 (1) 対象品目となる米・米加工品（米飯類、米粉、もち、だんご、米菓、清酒等）の仕入・販売等を行う事業者は、その記録を原則3年間保存することが義務化 (2) 対象事業者は米生産者、飲食店等米飯類提供事業者、米・米加工品の製造業者及び販売事業者等で対象品目を取り扱う全ての事業者が該当		

働く人のメンタルヘルス・ポータルサイト「こころの耳」		開設中
掲載URL	http://kokoro.mhlw.go.jp/	厚生労働省ホームページ
【主なポイント】 (1) 「どこに相談したらよいか」、「どのように取り組めばよいか」、「どのような支援があるのか」などのニーズに対応する情報を提供 (2) 本サイトに掲載する情報については、職場のメンタルハウス対策・過労死予防対策に関して広く提供されている最新の情報を一元化するとともに、これらの基礎知識、事例紹介等新たなコンテンツを制作し、閲覧者の視点に立って「探しやすい」、「見やすい」、「理解しやすい」形で提供		

次世代育成支援対策推進法		周知
掲載URL	http://www.mhlw.go.jp/general/seido/koyou/jisedai/index.html	厚生労働省ホームページ
【主なポイント】 301人以上（平成23年4月1日以降は101人以上）の労働者を雇用する事業主は、一般事業主行動計画を策定し、その旨を速やかに各労働局雇用均等室に届け出なければならないこととなっていますので、ご注意ください。 詳しくは、石川労働局 雇用均等室 TEL076-265-4429 までお問い合わせください。		

TOPICS

さまざまな経営課題の解決に！

「企業ドック制度」が創設

このたび、石川県では9月補正予算において『企業ドック制度』を創設しました。

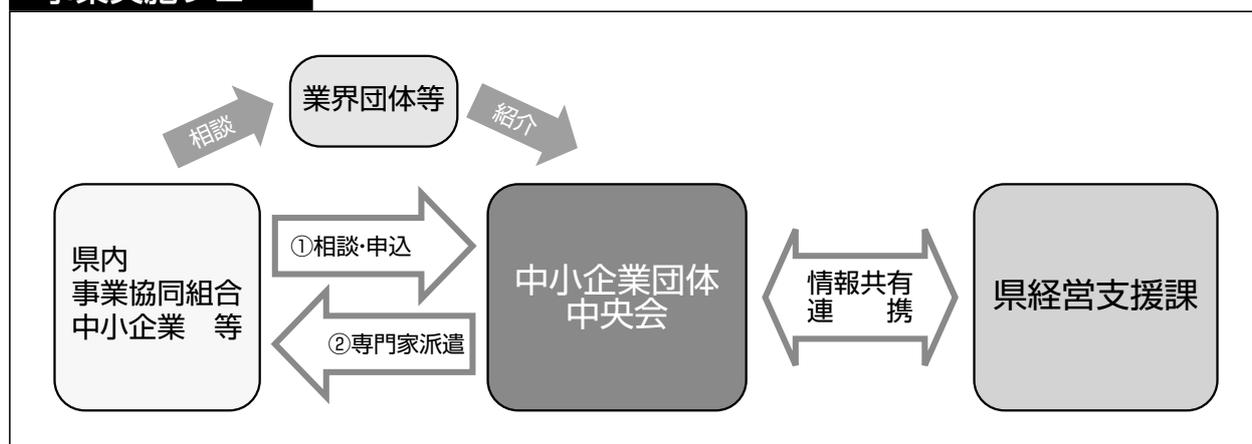
円高など企業経営を取り巻く環境が激変する中、中小企業に経営コンサルタントなどを派遣し（無料、自己負担なし）、「現状分析」や自社の“強み”と“将来的課題”の把握、また“経営戦略”などについて早期に診断・対応し、“次の一手”を示すことを目的としています。

本会をはじめ商工会議所等が申し込み窓口となっていますので、是非、お気軽に活用ください。活用例の一部及び概要は次のとおりです。

企業ドック活用例（想定される活用例の一部）

- 自社の「強み」と「将来的課題」を明確にしたい。
⇒ 分析ツール等による現状認識、成長戦略策定支援
- 製造現場の現場改善を行いたい。
⇒ 工場診断による課題の把握、改善助言
- 「売れる仕組み」を構築するため、意識改革を図りたい。
⇒ マーケティング診断による商品完成度を把握、商品改良・販促ツール開発支援
- スムーズな事業承継を行いたい。
⇒ 資源の現状を把握、事業承継計画策定支援
- 労務管理に関する諸規定等を整備したい。
⇒ 現行規定の整理、諸規定の策定支援 等

事業実施フロー



円高に関する緊急調査結果報告(本会調べ)

為替相場は現在、円の独歩高状態が続いており、このまま推移すれば、企業経営に対し功罪両面にわたり様々な影響を及ぼすことが予測される状況を踏まえ、県内中小製造業者を中心に円高に関する緊急調査を実施しました。調査の概要及び結果は次のとおりです。

<調査の概要>

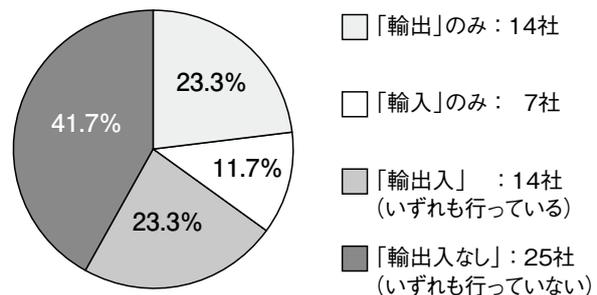
- ◎調査対象：石川県内の中小製造業115社
- ◎調査期間：平成22年8月19日～26日
- ◎調査方法：調査票の発送・回収ともにFAX
- ◎有効回答：60社（回答率52.3%）

- ・ 機械器具製造：25社
- ・ 部品加工：21社
- ・ その他製造：14社

◎調査票：別紙のとおり

- 小企業・・・従業員数20人以下
- 中企業・・・従業員数21人以上
(中小企業基本法による基準)

回答企業の内訳(輸出入業態別)



<調査結果のポイント>

(1) 円高による影響

- ・ 「マイナス影響があった・ありそう」とする回答が56.7%を占め、「プラス影響がありそう」とする回答は5%にとどまる。(既にプラス影響があったとする回答はゼロ)
- ・ 輸出のみを行っている企業の9割が「マイナス影響がある」としている。
- ・ 輸入のみを行っている企業でもプラス影響の回答はなく、マイナス影響は57.2%であった。また、輸出入いずれも行っている企業でもマイナス影響は57.1%を占めるなど、いずれも輸出企業に関連しているため総じてマイナス回答にシフトしたものと考えられる。

(2) 今後予想される具体的な影響

- ・ マイナス効果としては業態を問わず受注単価の低下や受注量の減少など「製造コスト」への影響が34.1%と最多、次いで「雇用」「金融」が2割弱程度で続く。
- ・ プラス効果では輸出入を行っている業態を中心に輸入原材料価格等の低下による「製造コスト」とした回答が多い。

(3) 為替想定レート

- ・ ドルで設定している企業は15社。
- ・ その範囲は85～105円を想定、中でも1ドル90円とする企業が60%と最も多い。

(4) 具体的影響に対する取り組み

- ・ 「製造コスト削減」が最多で、次いで「新商品の開発」「海外での市場開拓」「設備投資の抑制」「残業時間の削減」などが続いている。
- ・ 一部で「どうすることもできない」「どうすればいいかわからない」といった中小企業者の苦悩の声が聞かれた。
- ・ この他、国に対して早急な円高対策の強い要望や今後の国内産業の空洞化を懸念する声が聞かれた。

(5) 円高等に伴う売上高・経常利益の通年見通し

- ・ 業態を問わず悪化と好転が同数となっている。
- ・ 輸出入いずれも行っていない企業においては、変化なしという声が多数を占めている。(好転とした企業は上期の輸出好調の業績に支えられているためと考えられる)

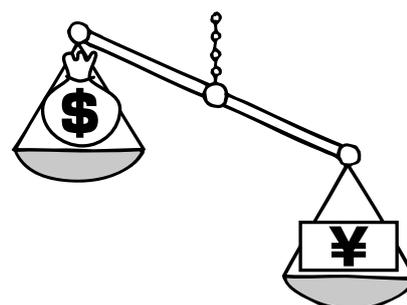
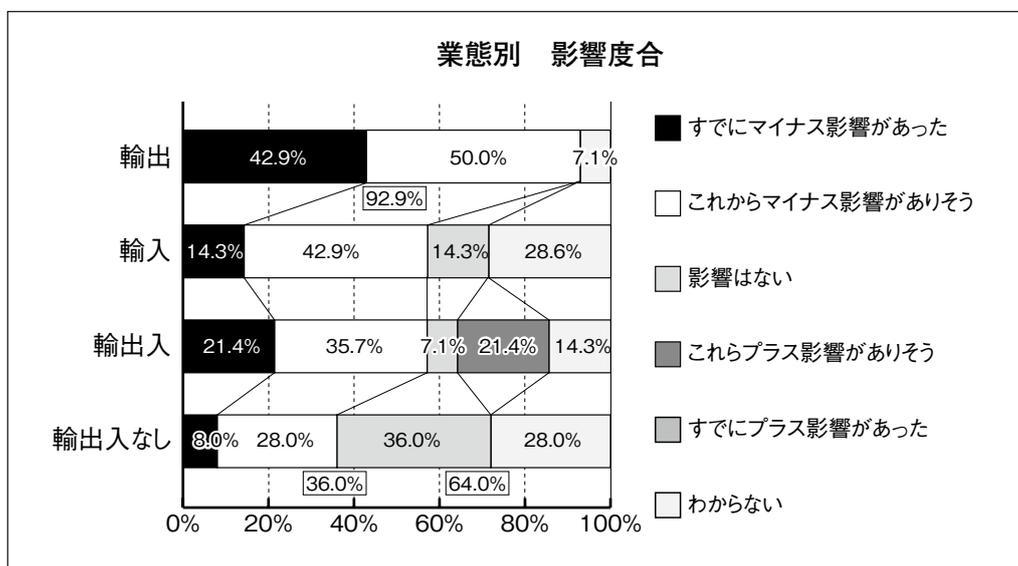
※ 企業規模の大小による比較

- ・ 企業規模による著しい相違は見られず、大小による比較は行わなかった。(輸出入の業態による差異が顕著)

円高による影響について（複数回答）

- 回答のうち、「すでにマイナス影響があった」「これからマイナスの影響がありそう」との回答が全体で56.7%を占めている。
- 円高による影響は、特に輸出のみを行っている企業の92.9%がマイナスとしている一方、輸入のみを行っている企業においてもマイナスの影響が見られるものが57.2%であった。（輸出関連企業との取引に伴うマイナスの影響と考えられる）
- 輸出入ともに行っている企業では、輸入の面でプラス影響が見られるものの、輸出面でマイナスの影響をあるとした回答が多かった。
- 輸出入ともに行っていない企業においては、「影響はない・わからない」とした回答が64%を占めるが、「マイナスの影響があり」とした回答は36%であった。

項目 区分	すでに マイナス影響 があった			これから マイナス影響 がありそう			影響はない			これから プラス影響が ありそう			すでにプラス 影響があった			わからない			合計（社）		
	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計
輸出	6		6	7		7			0			0			0	1		1	14	0	14
輸入	1		1	2	1	3	1		1			0			0		2	2	4	3	7
輸出入	3		3	5		5	1		1	2	1	3			0	1	1	2	12	2	14
輸出入なし	2		2	4	3	7	6	3	9			0			0	5	2	7	17	8	25
合計	12	0	12	18	4	22	8	3	11	2	1	3	0	0	0	7	5	12	47	13	60
構成比	56.7%						18.3%			5.0%			20.0%			100%					



今後予想される具体的な影響（複数回答）

【マイナス影響】

○円高等による取引先の業績悪化が進むことにより、輸出入の業態を問わず受注単価の低下や受注量の減少など「製造コスト」とする回答が34.1%を占め最も多かった。次いで、「雇用」、「金融」面での懸念する声がそれぞれ2割弱を占めた。

項目 区分	協力企業との関係			製造コスト			生産拠点等			設備投資			生産体制			雇用			金融			合計 (社)
	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	
輸出	2		2	8		8	4		4	1		1	1		1	6		6	3		3	25
輸入	1	1	2	3	1	4			0			0			0	1		1	1		1	8
輸出入	4	1	5	9		9	3		3	1	1	2		1	1	2		2	2	1	3	25
輸出入なし	1		1	6	1	7	1		1	2		2			0	4	2	6	4	3	7	24
合計	8	2	10	26	2	28	8	0	8	4	1	5	1	1	2	13	2	15	10	4	14	82
構成比	12.2%			34.1%			9.8%			6.1%			2.4%			18.3%			17.1%			100%

【プラス影響】

○輸入原材料価格等の低下により「製造コストの削減につながる」とした回答が37.5%と最も多かった。

項目 区分	協力企業との関係			製造コスト			生産拠点等			設備投資			生産体制			雇用			金融			合計 (社)
	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	
輸出			0	1		1			0	1		1			0			0	1		1	3
輸入			0			0			0	1		1			0			0	1		1	2
輸出入	2		2	4	3	7			0	1		1	1		1			0			0	11
輸出入なし	2	1	3	1		1			0	1	1	2		1	1	1		1			0	8
合計	4	1	5	6	3	9	0	0	0	4	1	5	1	1	2	1	0	1	2	0	2	24
構成比	20.8%			37.5%			0.0%			20.8%			8.3%			4.3%			8.3%			100%

「雇用」に関する具体的な影響（複数回答）

○円高の影響が「雇用」面にありとした企業について輸出入の業態を問わず派遣社員、契約社員等の雇い止めなどの「雇用調整」、「出勤日数や時間等の調整」との回答がともに33.3%で最も多かった。

項目 区分	雇用調整			賃金調整			出勤日数や時間等の調整			何も行わない			その他			合計 (社)
	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	
輸出	2		2	3		3	4		4			0			0	9
輸入	1		1			0			0			0			0	1
輸出入	1		1	1		1			0			0			0	2
輸出入なし	2		2			0	1	1	2	1		1	1		1	6
合計	6	0	6	4	0	4	5	1	6	1	0	1	1	0	1	18
構成比	33.3%			22.2%			33.3%			0.56%			0.56%			100%

「金融」に関する具体的影響（複数回答）

○円高の影響が「金融」面にありとした企業については「時期を見て資金調達を行う」とした回答が57.1%を占め、少数ではあるが「もう少し様子を見てみる」「直ちに資金調達を行う」としている企業も見られる。

項目 区分	直ちに 資金調達を行う			時期を見て 資金調達を行う			もう少し様子 を見てみる			特に資金調達を 要しない			その他			合計（社）
	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	
輸出	1		1	1		1	1		1			0			0	3
輸入			0	1		1			0			0			0	1
輸出入	1		1	1		1		1	1			0			0	3
輸出入なし			0	2	3	5	1		1	1		1			0	7
合計	2	0	2	5	3	8	2	1	3	1	0	1	0	0	0	14
構成比	14.3%			57.1%			21.5%			7.1%			0.0%			100%

売上高及び経常利益の通年見通し

○売上高、経常利益の通年見通しについて、「悪化」と「好転」が概ね同じ割合であった。その理由としては、「悪化」とした企業では輸出の減少と販売価格の低下を懸念したものであり、「好転」とした企業は、上期の輸出好調の業績に支えられているとの声が多かった。

【売上高】

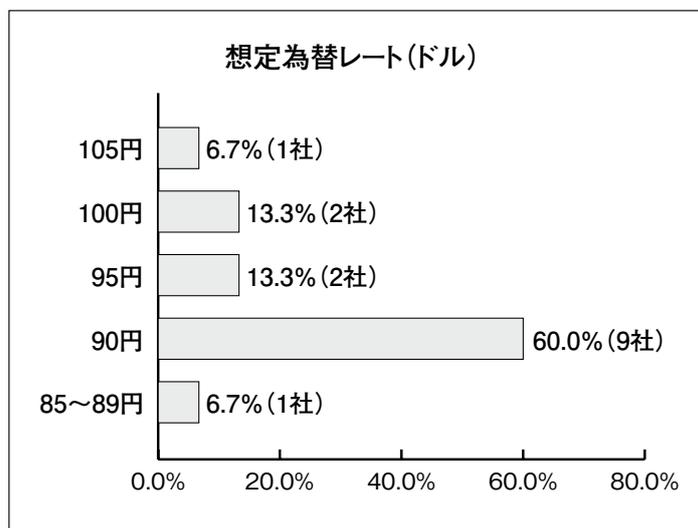
項目 区分	大幅悪化			悪化			変化なし			好転			大きく好転			わからない			合計（社）
	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	
輸出			0	5		5	4		4	4		4	1		1			0	14
輸入			0	1	1	2	1	1	2	2	1	3			0			0	7
輸出入			0	5	1	6	1		1	6	1	7			0			0	14
輸出入なし			0	7	1	8	7	4	11	3	3	6			0			0	25
合計	0	0	0	18	3	21	13	5	18	15	5	20	1	0	1	0	0	0	60
構成比	35.0%			30.0%			30.0%			35.0%			0.0%			100%			

【経常利益】

項目 区分	大幅悪化			悪化			変化なし			好転			大きく好転			わからない			合計（社）
	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	中	小	計	
輸出	2		2	5		5	3		3	3		3	1		1			0	14
輸入			0	1	1	2	1	1	2	2	1	3			0			0	7
輸出入	1		1	4	1	5	1		1	6	1	7			0			0	14
輸出入なし			0	8	1	9	4	5	9	5	2	7			0			0	25
合計	3	0	3	18	3	21	9	6	15	16	4	20	1	0	1	0	0	0	60
構成比	40.0%			25.0%			25.0%			35.0%			0.0%			100%			

想定為替レートなどについて

- 為替想定レートをドルで設定している企業は15社であった。
- 為替想定レートの範囲は85～105円を想定しており、「1ドル90円」としている企業が60%と最も多く、「85～89円」に設定している企業は僅かであった。
- 為替予約の有無については、「予約済み」と回答した事業所は5社にとどまった。



円高への具体的な対策として…

- 「製造コスト削減」が最多であり、次いで「新商品の開発」「海外での市場開拓」「設備投資の抑制」「残業時間の削減」などが続いている。ただ一部で「どうすることもできない」「どうすればいいかわからない」といった中小企業者の苦悩の声が聞かれた。

その他意見等

- 国に対して早急な円高対策を強く望む。
- 今後の国内産業の空洞化が懸念される。
- 輸出関連企業においては1ドル90円以上の為替相場が必要である。

など



調査票（参考）

平成22年8月19日

事業所各位

石川県中小企業団体中央会
会長 五嶋耕太郎

今回の円高に関する緊急調査ご協力をお願い

ご承知のとおり、為替相場は現在、円の独歩高状態が続いており、このまま推移すれば、企業経営に対し功罪両面にわたり様々な影響を及ぼすことが予測されます。

こうした状況を踏まえ、本会では、次のとおり円高に関する緊急調査を実施させていただきたく、業務ご多用のところ誠に恐縮に存じますが、ご協力いただきますようお願い申し上げます。

なお、調査結果等は当該調査のみに使用し、回答者を特定するような取扱いをいたしませんのでお含み願います。

また、返信につきましては、**8月26日(木)まで**にお願いいたします。

事業所名	(差支えなければできるだけご記入ください)		
業種	(主力製品等の業種を具体的にご記入ください)	電話番号	
		FAX番号	
従業員数	(人)	資本金総額	(千円)
原材料・製品等の輸出入の有無 (該当項目に○印をつけてください)	① 直接(輸出・輸入)している ② 親会社や商社等を通じて(輸出・輸入)している ③ 今後(輸出・輸入)の計画がある ④ (輸出・輸入)を行っていない		
想定為替レートをどれくらいで 設定していますか。 (該当通貨に回答)	① 米ドル(円) ② ユーロ(円) ③ 人民元(円) ④ ウォン(円) ⑤ 本国通貨(円)で決済している ⑥ 設定していない ⑦ その他()		
今回の円高は、貴社にとって影 響がありましたか又は今後影響 が予想されそうですか。 (該当箇所全てに○印記載とそ の理由を記載願います)	① すでに プラス の影響があった (平成 年 月～) ② すでに マイナス の影響があった (平成 年 月～) (選択した主な理由:)		
	③ これから プラス の影響がありそう (平成 年 月～) ④ これから マイナス の影響がありそう (平成 年 月～) (選択した主な理由:)		
	⑤ 影響はない ⑥ わからない (選択した主な理由:)		
売上高及び経常利益への影響。 (主な要因についても記載願 います)	(1) 上期見通し(4月～9月期) 売上高・・・① 大幅に悪化 ② 悪化 ③ 変化なし ④ 好転 ⑤ 大きく好転 (主な要因:) 経常利益・・・① 大幅に悪化 ② 悪化 ③ 変化なし ④ 好転 ⑤ 大きく好転 (主な要因:)		
	(2) 下期見通し(10月～3月期) 売上高・・・① 大幅に悪化 ② 悪化 ③ 変化なし ④ 好転 ⑤ 大きく好転 (主な要因:) 経常利益・・・① 大幅に悪化 ② 悪化 ③ 変化なし ④ 好転 ⑤ 大きく好転 (主な要因:)		
	(3) 通年見通し 売上高・・・① 大幅に悪化 ② 悪化 ③ 変化なし ④ 好転 ⑤ 大きく好転 (主な要因:) 経常利益・・・① 大幅に悪化 ② 悪化 ③ 変化なし ④ 好転 ⑤ 大きく好転 (主な要因:)		

売上高及び経常利益以外の今後予想される具体的な影響。 (該当する全てに○印記載願います)	<p>(プラス影響の場合)</p> <p>① 協力企業との関係 ② 製造コスト ③ 生産拠点等 ④ 設備投資</p> <p>⑤ 生産体制(組織の再編、M&A) ⑥ 雇 用 ⑦ 金 融</p> <p>⑧ その他()</p> <p>(選択した主な理由:)</p>			
	<p>(マイナス影響の場合)</p> <p>① 協力企業との関係 ② 製造コスト ③ 生産拠点等 ④ 設備投資</p> <p>⑤ 生産体制(組織の再編、M&A) ⑥ 雇 用 ⑦ 金 融</p> <p>⑧ その他()</p> <p>(選択した主な理由:)</p>			
上欄⑥雇用、⑦金融を回答された方に具体的な影響をお聞きます。 (雇用・金融それぞれ1個に○印と理由を記載願います)	<p>(雇 用)</p> <p>① 雇用調整 ② 賃金調整 ③ 出勤日数や時間等の調整 ④ 何も行わない</p> <p>⑤ その他()</p> <p>(プラス・マイナスを含め選択した主な理由:)</p> <p>(金 融)</p> <p>① 直ちに資金調達を行う ② 時期を見て資金調達を行う ③ もう少し様子を見してみる</p> <p>④ 特に資金調達が要しない</p> <p>⑤ その他()</p> <p>(プラス・マイナスを含め選択した主な理由:)</p>			
具体的影響に対する方策について、影響状況に沿って優先度の高いものから順に記載願います。	<p>・</p> <p>・</p> <p>・</p> <p>・</p> <p>・</p> <p>・</p> <p>・</p>			
為替予約	予 約 の 有 無 (該当箇所に○印をつけてください)	① 為替予約をしている ※ どの通貨に対して (ドル、ユーロ、人民元、ウォン)	② 今後為替予約を実施する(決定済み) ※ どの通貨に対して (ドル、ユーロ、人民元、ウォン)	③ 為替予約をしていない ④ 為替予約を検討する ⑤ 為替予約の予定なし
	予 約 レ ー ト (上欄①又は②回答の場合記載願います)	<p>① 米ドル(円) ② ユーロ(円) ③ 人民元(円)</p> <p>④ ウォン(円)</p> <p>(予約該当通貨に数字を記入願います)</p>		
その他ご意見・ご要望等ございましたら記載願います。	<p>・</p> <p>・</p> <p>・</p> <p>・</p> <p>・</p> <p>・</p>			

ご協力ありがとうございました。

返信・お問合せは
〒920-8203 金沢市鞍月 2-20
石川県中小企業団体中央会 情報企画課 までお願いいたします。
TEL : 076-267-7711 FAX : 076-267-7720

『加賀の紅茶』～2010～ “九谷焼美術館での和紅茶のおもてなし”スタート

本会では、昨年6月から日本茶専門店で組織する「石川県茶商工業協同組合」に和紅茶づくりを働きかけ、同組合と茶を生産する「打越製茶農業協同組合」の有志により立ち上げられたプロジェクトチーム「茶レンジの会」とともに、県産茶葉を使った和紅茶を『加賀の紅茶』として開発、その販売等を通じてお茶専門店の存在感を高め、またその経営改善と農業振興を図ることを支援しています。

今年度、「茶房（さぼう）古九谷」（加賀市、石川県九谷焼美術館内）が『加賀の紅茶』を楽しめるアンテナショップとして加わることとなり、10月29日（金）に「和紅茶のおもてなし」記念セミナーが開催されました。来賓として、寺前秀一加賀市長、上出栄雄加賀市議会議長、山本 樹石川県商工労働部経営支援課長をお迎えし、加賀の紅茶「おもてなし茶盆」が参加者に振る舞われ、加賀の紅茶と生菓子を九谷焼の茶器と組み合わせた『和のおもてなしスタイル』で楽しんでいただきました。

従来からのアンテナショップ「フュージョン21」（金沢21世紀美術館内のカフェレストラン）では「加賀の紅茶」と加賀野菜を使ったスイーツセット「のんでみまっしプレート」の販売が好評です。是非、ご賞味ください。



記念セミナーのテーブルカット風景



「おもてなし茶盆」

『金沢湯涌かぶら』の復興による 湯涌地域の活性化を目指して

金沢市湯涌地域でかつて栽培されていたとされる「金沢湯涌かぶら」を地域ブランドへ育てるプロジェクトが今年度スタートし、地元観光協会や農家で組織する「金沢湯涌かぶら利用拡大協議会」を中心に進められています。「金沢湯涌かぶら」は細長く赤いのが特徴であり、江戸時代に加賀藩士が書きとめた農業史料には残っているものの、既に絶滅しており4年前から同協議会が種子の再現に取り組み、今般ようやく種子が確立されました。

中央会では地域野菜である「金沢湯涌かぶら」を使った商品開発と県内飲食店と連携したメニュー化作りを進め、「金沢湯涌かぶら」の販路拡大と地域ブランド化と湯涌地域全体の活性化を図るために、現在、本事業の支援を行っています。



研究会の様子



金沢湯涌かぶら

「金融政策」と「アイデアの事業化事例」について ～組合運営研究会を開催(事務局協議会)～

石川県中小企業団体事務局協議会の組合運営研究会並びに懇談会が、10月1日(金)に金沢ニューグランドホテルにおいて開催されました。

第1部では『金融政策について』をテーマに、株式会社日本政策金融公庫金沢支店中小企業事業の柳田義浩融資課長、同公庫金沢支店国民生活事業の菅野博仁融資第二課長、株式会社商工組合中央金庫金沢支店の山代高士次長より、それぞれの金融機関の融資制度等についての研修を行いました。

引き続き第2部では『アイデアの事業化事例について』をテーマに、株式会社ブイオーシーダイレクトの砂原康治代表取締役より、「普段の何気ない会話の中にヒット商品につながるヒントが隠されている。そのヒント・アイデアを商品として具現化し、如何にして販路につなげるかを専門家を上手く活用し、ビジネスチャンスを作ってほしい」との講演がなされました。

研究会終了後、講師の商工組合中央金庫金沢支店山代次長とブイオーシーダイレクト砂原社長を来賓に、懇談会が開催されました。懇談会の中でも金融情勢や新商品開発への取り組み方法などについて、活発に意見交換が行われました。



講師の砂原氏



研究会の風景

平成22年度レディース中央会全国フォーラム in東京へ参加(中央会女性部)

全国中小企業団体中央会主催、全国レディース中央会共催による平成22年度レディース中央会全国フォーラムin東京が、去る平成22年9月28日(火)に全国の女性経営者等約250名の参加のもと、東京都港区の「ANAインターコンチネンタルホテル東京」において開催され、本県からは中央会女性部 安藤喜代子会長をはじめ10名が参加しました。

「平成22年度レディース中央会全国フォーラムin東京」は、鶴田欣也全国中小企業団体中央会会長、平賀ノブ全国レディース中央会会長が主催者を代表して挨拶を行い、その後、基調講演として「今後の日本経済・社会と女性が担うべき役割」と題し、財団法人大宅壮一文庫の理事長 大宅映子氏の講演が行われました。引き続き、3カ所に分かれて「女性部の活性化、ものづくり、観光・まちづくり」に関する分科会が行われました。

フォーラム終了後、交流パーティーが和やかな雰囲気の中で行われ、参加者同士が交流を深めました。

なお、次回「レディース中央会全国フォーラム」の開催県は大阪府(平成23年10月20日(木))で開催されます。



本県から参加のみなさん

『人材養成塾・Fight!』終了式を実施(青年中央会)

今年度の青年中央会の新しい取り組みとして7月～9月まで全6回にわたり開催された『人材養成塾・Fight!』の全日程が終了しました。

この塾は、異業種の若手経営者等により組織されている青年中央会が会員の共通の悩みである人材育成に焦点をあて、コーチング技術を活用した『目標実現のための思考力』をテーマとし、「目標実現」のための思考方法や目標設定、また社員に対してのモチベーションを高める対話方法を取得することを目的として、実践形式を中心に実施され、延べ約120人が参加しました。



熱心に講義を受ける参加者のみなさん

「人材養成事業」は新商品開発などと異なり、はっきりとした成果が目に見えないものの、参加者からは、

自分が気づいた、会社としても目標の見える化を設定することなどにより社員に対して自発的となるような人材を育成したい

仕事に積極的に活かしていきたい

など、「ポイントを絞って集中的に実施したことで効果があった」との声が数多く聞かれました。

終了式では、塾生を代表して講師の飯山暁朗氏（中小企業経営のガッツ 代表）から修了証書を受け取った青年中央会 直江潤一郎会長からは「厳しい時代だからこそ経営者自らの質を高めることが求められている。これからも青年中央会を学びの場として提供していきたい。」と手応えと今後の意気込みが述べられました。その後、4回以上出席した受講者には直江会長から修了証書が、全6回すべて出席の受講者には記念品も渡されました。



終了証書を受け取る直江会長



全6回にすべて出席された精鋭!?!のみなさん

好天のもとナイスショット!

会員交流ゴルフ大会結果報告



中央会（10月20日（水）：白山カントリー倶楽部、37名参加）と青年中央会（9月4日（土）：金沢カントリー倶楽部、17名参加）の会員交流ゴルフ大会が両日とも気持ちのよい好天に恵まれ開催されました。大会結果は次のとおりです。

石川県中小企業団体中央会 第25回組合交流ゴルフ大会

- 優勝／**坂井 昭衛 氏**
石川県税理士協同組合
- 第2位／**藪 猶八 氏**
協同組合加賀能登のれん会
- 第3位／**渡邊 利之 氏**
協同組合石川県高速道路交流センター
- ベストグロス賞／
北國 賢一郎 氏
(OUT40、IN43 トータル 83)
金沢バンケット協同組合



左から渡邊氏、坂井氏、富木副会長、藪氏



ベストグロス賞の北國氏



来賓の商工組合中央金庫金沢支店 犬飼支店長の挨拶

石川県中小企業青年中央会 会員交流ゴルフ大会

- 優勝／**三宅 慎太郎 氏**
社団法人金沢建設業協会青年委員会
- 第2位／**石野 成紀 氏**
石川県プレス工業協同組合ジュニアクラブ
- 第3位／**中島 準也 氏**
石川県プレス工業協同組合ジュニアクラブ
- ベストグロス賞／
諸江 憲造 氏
(東 42、中 40 トータル 82)
石川県板金工業組合青年部



左から中島氏、三宅氏、石野氏

～技の継承と未来への飛躍～ 活動事例発表及び交流会を開催(青年中央会)

青年中央会の会員探訪及び交流会が10月31日(日) 会員等20人が参加し、開催されました。

この事業は、会員青年部の活動及び企業などを知り、交流を深め、青年中央会の意義及びビジネスマッチングの糸口を探ることを目的に4年前から実施しており、今回は5回目となりました。

今回は、金沢地区において下記の日程で実施され、参加されたみなさんにとっては、今まで知らなかった様々な新しい発見と県内他組合青年部、中央会女性部、富山県青年中央会からの参加者相互の交流の機会を得ることができた大変有意義な1日となりました。

時間	内容
8:30	金沢駅西口観光バス駐車場集合(貸切バスにて出発!)
9:30	◇研修会『金沢城公園の復元整備』(講師:石川県公園緑地課 担当課長 田中宏明氏) ◇青年部活動事例発表 (活動発表青年部:石川県板金工業組合青年部、石川菓業青年会) 於 金沢城公園旧第六旅団司令部 会議室にて
11:00	金沢城公園見学 / 「河北門」、「菱櫓・五十間長屋・橋爪門続櫓」 (解説:石川県公園緑地課 担当課長 田中宏明氏、石川県板金工業組合青年部)
12:50	「昼食&交流会」 場所:湯涌温泉「かなや旅館」
13:45	対談:青年中央会 直江会長・谷口副会長、中央会女性部 安藤会長・竹川副会長 テーマ:『青年中央会、中央会女性部などの活動について』
15:00	湯涌温泉の街並み見学 / 「白鷺の足湯」、「氷室小屋」、「金沢湯涌サイダー・柚子小町」「新江戸村」など
17:00	金沢駅着・・・お疲れ様でした



石川県板金工業組合青年部の発表



石川菓業青年会の発表



金沢城公園を回りながら県公園緑地課 田中担当課長から説明を受ける



参加のみなさん



青年中央会直江会長、谷口副会長と中央会女性部安藤会長、竹川副会長の対談



富山県青年中央会から参加の東澤善樹会長

平成22年8月12日(木) / 北國新聞朝刊掲載

沿道景観向上へ始動

ナデシコを植栽

小松鉄工団地協同組合

官民一体で沿道の景観を向上させる「県版道路アドプト制度」のサポーターとして第1号の認定を受けた小松鉄工団地協同組合は11日、環境対策

員で組織し、11日の活動を皮切りに今年度は植樹管理などの活動を計4回行う。工業団地入り口付近を花で彩り、イメージアップを図る。

美化推進部会を設置し、部会員ら約30人が小松市工業団地1丁目

の県道小松加賀線沿いで四季咲きナデシコを植栽するなどの活動を始めた。同部会は加盟18社の女性従業員

平成22年8月20日(金) / 北國新聞朝刊掲載

武蔵にマスコット クローバーくん

武蔵商店街振興組合

武蔵商店街振興組合は19日までに、マスコットキャラクター「クローバーくん」を作成した。同組合のシンボルマークである四つ葉のクローバーと妖精をモチーフにデザインした。市中心部の空洞化が進み、消費低迷が続く中、キャラクターを通して街に親しみを感じてもらい、誘客につながる狙いで、同組合は「多くの人に愛される人気者に育てたい」としている。

武蔵地区は四辻で分かれていることから、同組合は「四つ葉のクローバー」をシンボルマークにしてきた。マスコットキャラクターの作成は初めてで、同組合ホームページのリニューアルに合わせて組合員がデザインした。

在、インターネット上に短文を投稿する交流サイト「ツイッター」やチラシに登場したりして武蔵商店街を紹介。同組合は今後、着ぐるみやグッズの作成も検討する方針で、中島祥博理事長は「武蔵のシンボルとして定着させたい」と話している。

食としあわせのまち



平成22年8月27日(金) / 北國新聞朝刊掲載

アジア開拓を本格化 シンガポール物産展に23社

協同組合加賀能登のれん会

加賀能登のれん会は、アジア市場の開拓を本格化させる。11月にシンガポールの百貨店で開かれる初の北陸三県合同の物産展に、現在23社が出展を予定。9月10日には出展企業向けの説明会と商談会を開き、海外市場に適した販促方法などを探る。

物産展「北陸フェア」(仮称)は11月5日から同14日までの10日間、シンガポールの伊勢丹スコッツ店で開かれる。和菓子やみそなどの食品を中心に、九谷焼などの伝統工芸品も販売する。

シンガポールでの物産展は、加賀能登のれん会が一昨年から開催していたが、今年は富山市物産振興会や福井県にも呼び掛け、北國銀行、北陸銀行なども協力した。

近年は東南アジアの富裕層を中心に日本食や工芸品への関心が高まっており、海外市場の開拓で国内市場

の縮小を補うのが狙い。今年は、昨年の約3倍となる2,500万円の売り上げを目指す。

平成22年9月12日(日) / 北國新聞朝刊掲載

経営の基礎学ぶ

石川県造園業協同組合

石川県造園業協同組合の研修会は11日、金沢市の県青少年総合研修センターで開かれ、若手経営者ら約20人が経営の基礎を学んだ。後継者育成を目的に企画し、県中小企業団体中央会が開催を支援した。行政書士法人北岸事務所の北岸正彦代表社員が講師を務め、「造園業は家業が多いが、安易に事業を受け継ぐのではなく確固たる経営理念、指針を持つてほしい」と話した。

平成22年9月19日(日) / 北國新聞朝刊掲載

秘伝の製法で『マイ醤油』

大野醤油醸造協業組合

10月23、24日に金沢市大野町で開かれる「こまちなみフェスタ」に合わせ、大野醤油醸造協業組合は同月17日、大豆から醤油をつくる一般向けの醸造体験を初めて実施する。組合関係者が秘伝の製造法を

10月23、24日に金沢市大野町で開かれる「こまちなみフェスタ」に合わせ、大野醤油醸造協業組合は同月17日、大豆から醤油をつくる一般向けの醸造体験を初めて実施する。組合関係者が秘伝の製造法を

同組合は地元伝統産業に親しんでもらうため、大野町小児童を対象に醤油の醸造体験を実施してきたが、一般から参加を受け付けるのは今回が初めて。松岡工場長は「体験を通して、醤油は生き物だということを知ってほしい」と話した。

参加者に伝授し、約10か月かけて世界でただ一つの「マイ醤油」を完成させてもらい、藩政期以来の歴史を誇る調味料の魅力を伝える。

計画では、県産大豆を蒸した後、同組合特製の麹菌を混ぜ合わせて発



平成22年9月26日(日) / 北國新聞朝刊掲載

商店街アートで飾る

タテマチストリート

豎町商店街振興組合

豎町商店街振興組合は25日まで、商店が立ち並ぶタテマチストリートを地元学生の芸術作品で彩る「TATEMACHI ART」プロジェクトを開始させた。個性豊かな造形や音楽、映像などで空き店舗や街路樹を装飾することで商店街の魅力を高め、中心市街地に若者を呼び込みたい考えだ。

プロジェクトはストリート全体を活用する。単に作品を並べる展示会を開くのではなく、組合と学生が商店街の現状や課題について意見交換し、変化に富む商店街ならではの「豎町アート」を創造する。

第1弾として10月1日から11日まで、金沢工大環境・建築学部の川崎寧史准教授の研究室に所属する「月見光路・タテマ

チアートプロジェクト」の学生約30人が参加し、空き店舗3カ所に造形、映像作品を並べる。

夜はライトアップし、昼夜で異なる演出を用意する。ストリート沿いの街路樹19本の幹は布製の花で飾る予定で、日を追うごとに花の数が増えていく変化を楽しんでもらう。

学生は今年20日から空き店舗を工房として活用し、公開制作を開始した。作業着に身を包んで制作に励む姿は、商店街を訪れる若者の関心を集め、話題になっているという。

同組合は、今後、金沢工大以外の地元の大学や専門学校とも連携し、年間3〜4回、アートプロジェクトを実施したい考えで、池田広喜副理事長・販促委員長は「話し合いを通して学生の『豎町愛』を感じた。若者ならではの感性をカンフル剤に、にぎわい創出を実現したい」と話した。

平成22年9月29日(水) / 北國新聞朝刊掲載

F15の磨輝布 航空祭のグッズ完成

小松織物工業協同組合

小松織物工業協同組合は28日まで、航空自衛隊小松基地で10月3日に開催される航空祭のオリジナルグッズとして、同基地に配備されているF15戦闘機を描いた磨輝布を完成させた。戦闘機を得意とする航空デザイナーが図案を手掛け、細かな部分もリアルに描写された。

戦闘機

を描いたのは航空雑誌でも活躍している福田智萌子さん(東京)で、磨輝布は2種類製作された。一

つは小松ゆかりの歌舞伎「勧進帳」にちなみ、弁慶が読み上げた勧進

帳風の巻物や弁慶の衣装を戦闘機の周囲に表現した。

生地に使われているのは、太さが通常の糸の7分の1程度の超極細繊維で、眼鏡やカメラのレンズ、パソコンなどの画面を傷つけずに汚れやほこりを取ることができるといふ。肌をふけばつるつるになる(同組合)という。

磨輝布は水色とサーモンピンクの2種類あり、1枚500円で販売する。航空祭では戦闘機を描いたネクタイや傘、クッションなども提供される。

グッズ製作委員会の北出智久会長は「新しいグッズをファンの人に楽しんでもらい、航空祭を応援したい」と話した。



平成22年10月10日(日) / 北國新聞朝刊掲載

友禪の技生かし 男性向けの新作シャツ

協同組合加賀染振興協会

協同組合加賀染振興協会は9日までに、加賀友禪の伝統技法を生かした男性向けの「加賀友禪シャツ」を考案した。北前船や2014年度末の北陸新幹線金沢開業に向けて進む高架橋の建設風景などユニークな絵柄を採用しているのが特徴で、加賀友禪の男性ファンを拡大するため、13日から始まる「おしやれメッセ2010 かなざわごのみ」で初披露する。

シャツは綿製で、同協会員の作家16人が「手描彩色」で手掛け、日本画風の



桃太郎など加賀友禪では珍しい図柄を描いた。シャツは「おしやれメッセ2010」の一環で開催される伝統工芸企業の新作展示「SUTTEK I'10 かなざわ工芸物語」に出展するほか、ファッションショー2010でモデルが着用し、広くアピールする。

同協会は2002年度に、ジャンルにとられない新商品を開発する新分野研究委員会を発足させ、フロアライトなどを提案してきた。今年度は「男性」をテーマに新商品を製作し、40代以上の富裕男性を対象に、普段着のおしゃれとして新作のシャツを提案することにした。

予定価格は9万4500円で、販売は早ければ来春となる見通し。同協会の中川聖士事務局長は「女性だけでなく男性にも加賀友禪の魅力を知ってほしい」と話した。

平成22年10月14日(木) / 北國新聞朝刊掲載

商店街 俳句で飾り 盛り上げる

～街路灯、空き店舗に転じ

石引商店街振興組合

るほか、スタンプラリーも実施し、商店街の魅力を伝える。

募集する作品にテーマは特に設けず、誰もが自由に作品を応募できるようにする。応募用紙は今年3日、北國新聞朝刊の折り込みチラシと一緒に配布されており、現在、作品が順次寄せられている。街路灯の作品展示は年内いっぱいを目途に予定する。

同組合によると、近年は地元住民でも商店街を利用しない人が増えている。誘客には住民が気軽に店に立ち寄り、店主らと話す機会が必要だと考え、俳句や川柳を募り、展示することにした。プラントリーに植えた花で商店街を彩り、スタンプラリーを21日から23日まで実施する。

同組合は、好評であれば今後、季節ごとに住民から作品を募集し、展示したいとしており、山根繁理事長は「作品を眺めながら商店街を気ままに歩いてもらい、店員とのふれあいを感じてほしい」と話している。

誘客促進のため、石引商店街振興組合は21日、地元住民から俳句や川柳を募り、商店街の街路灯や空き店舗で展示する初の取り組みをスタートさせる。住民が気軽に商店街に足を運ぶきっかけをつくり、にぎわい創出につなげる。近隣の園児や児童が制作した絵を飾

山中温泉でビートルズ

飲食店マップに掲載 山中温泉料飲業協同組合

俳人松尾芭蕉ら4人が1列に並んで商店街の横断歩道を渡る。「ここはロンドンのアビー・ロード?」。加賀市の山中温泉料飲業協同組合が、ビートルズのアルバムなど名盤ジャケットのパロディー写真を載せた飲食店ガイドマップを作成、音楽ファンや観光客の間で「精巧な出来だ」と評判だ。

写真はビートルズの代わりに、約320年前に山中温泉に滞在した芭蕉と弟子河合曾良、九谷焼の創始者後藤才次郎や山中出身の和の鉄人、道場六三郎さんに扮した組合員ら4人を撮影。はだして歩くポール・マッカートニーを忠実に再現し、背景の車の位置やナンバプレートもまねる凝りよう。ハードロックバンド「キックス」などのパロディー写真も掲載、約35の飲食店を紹介する。

マップは約10年前から発行。しかし「見栄えがよくないと、お客さんが手に取ってくれない」とすし店主日比野顕一さんと中華料理店主二木克治さんを中心

に刷新した。

まず山中温泉で親しまれている芭蕉の登場を決定。「商店街の横断歩道がアビー・ロードに似ている」。そんなびっくりアイデアも採用した。

2009年1月に第1弾のマップが完成。現在の第2弾の配布が始まると、観光客が何枚もマップを持ち帰り、全国から問い合わせも。

ビートルズの屋上ゲリラライブ場面をパロディー化した新マップ作りも進める。日比野さんは「かなり笑える新作ができることは間違いなし」と声を弾ませた。



経済講演会、活力強化集会並びに交流懇談会を開催します

- 開催日時 平成22年12月3日(金)15:30より
- 開催場所 ANAクラウンプラザホテル金沢「鳳(西)の間」

- 【経済講演会1】** 15:30~17:00
1. テーマ 「中国にどう向き合うか~中小企業の視点から~」
 2. 講師 日本経済新聞社東京本社編集局
アジア部編集委員 (元同社中国総局長) 伊集院 敦 氏

- 【経済講演会2】** 17:10~17:20
1. テーマ 「小規模企業共済法の改正内容について」
 2. 講師 独立行政法人中小企業基盤整備機構北陸支部 共済部長 久保田 明 氏

- 【活力強化集会】** 17:20~17:30
1. 内 容 「中小企業の底上げと地域経済の活性化」を宣言
中小企業税制の拡充や中小企業対策の拡充・強化、まちづくりの推進と地域産業の振興等について、その実現に向けて宣言を採択し、国等に要望する。

- 【交流懇談会】** 17:45~
1. 開催場所 ANAクラウンプラザホテル金沢
「スカイバンケットアストラル」
 2. 参加費 お一人様 8,000円 (当日ご持参下さい。)

お問合せ先 石川県中小企業団体中央会 組織振興課
TEL 076-267-7711 FAX 076-267-7720

くみWai広場

こんにちは

事務局さん

ウイング北陸総合衣料商業協同組合事務局

●ウイング本部の概要
建物/676.19㎡(205坪)、土地/3,276㎡(993坪)



事務局女性職員のみなさん 左から
後列 北 善恵さん、森田絵理子さん、西島真寿美さん
前列 松柳百合恵さん、藤井瑚友希さん、洲崎昭子さん

仕事の内容を教えてください

現在の職員数は13名(男性7名、女性6名)です。「共同仕入」「共同販促」「共同購買」「共同物流」をその主な事業としているボランティアチェーン(VC)本部事務局にあって、私たち女性職員の担当業務は、

- ①加盟店の仕入に関わる商品の代金集金支払業務
- ②各店の効率的発注業務を支えるEOS(企業間のオンライン)発注システムの本部オペレーション
- ③北陸3県に展開されている加盟39店舗全ての営業実績やEOS発注システムの実績データを主とする各種の情報を集約・集計し、スーパーバイヤー(SV)である男性職員に適時提供すると同時にグループウェアを通して全加盟店が何時でも自由に情報を引き出せる様、データベース管理も担当しています。
- ④また、取引先との商談や新たな有力取引先の開拓、そして加盟店舗への売り場指導等々、四六時中忙しく飛び回っている男性SVへのサポートも大切な仕事です。
- ⑤さらに、組合本部に併設されている商品倉庫での入出庫、在庫管理も担当し、毎日が本当に目の回る忙しさです。

モットーは何ですか？

「スピーディ」「正確」、そして加盟店の要望は「100%実現」です。

最近、1番うれしかったことは何ですか？

3年間の育児休暇を終えた仲間が、無事職場に復帰してきた事です。

組合のPRをお願いします

昭和42年8月設立、今期45周年を迎える当組合には、現在、北陸三県の各所で“地域密着・地元のお客様が一番大事”の信念のもと“商い”を続ける22企業39店舗が加盟しています。異なる経営主体が結合して運営する衣料品小売業主宰のVCとして、そして「同士結合体」として活動を続けるウイングチェーングループは、これからも地域社会に密着して育んできたお客様との信頼関係やノウハウをより一層発展させ、お客様との緊密なコミュニケーションの上立ったマーチャндаイジング(品揃え・価格・販売形態を決定すること)を実現すること、「心=Heart」のふれあいの中からお客様各自の個性にふさわしい商品・情報を見出し、提供していくことを「理念」として、活動してまいります。

子供の頃、〇あさんだ
覚えがありませんか？
チョッと覗いただけなのに・・・
ママとっしょに
ウイング・ウイング♪



プレゼントクイズ!!

只今、ウイング加盟店では

「ありがとう〇〇周年
キャンペーン開催中!!」

(〇〇に入る数字2文字は何でしょう?)

です。答えを別紙の“読者アンケート用紙”にご記入下さい。抽選で5名様に粗品をプレゼントします!

From 編集室

先号の読者アンケートの回答で「組織に、人生に活かせる“歴史上の人物の一言”といった企画があれば面白いのでは?」とのご意見をいただきました。色々調べてみたところ、数多く関連書籍も発刊されているうえに、「なるほど」「いい言葉だなあ」「こういう考え方もあるのか」と新たな発見がありました。と、いうわけで今号から早速、新コーナー『この一言、あの名言』を企画してみました。歴史上の人物、国内内外に関わらず、幅広く探してご紹介していきたいと思っております。第1回目は戦国時代の3偉人と加賀百万石の前田利家の名言をご紹介します。

今後、よりよい誌面づくりを行うために読者の皆さんからのご意見、ご要望をお伺いしたいと思いますので、同封のプレゼント付き読者アンケート回答へのご協力をお願いします。少しでも多くの“声”をお待ちしています。

回答は中央会 FAX:076-267-7720 までお送り下さい。

編集者E

この一言、あの名言

織田信長	「絶対は絶対がない。仕事は探してやるものだ。自分が創り出すものだから与えられた仕事だけをやるのは雑兵だ。」
豊臣秀吉	「負けると思えば負ける、勝つと思えば勝つ。逆にならうと、人には勝つと言いつくすべし。」
徳川家康	「不自由を常と思えば不足なし。堪忍は身を守るの第一なり。堪忍のなる事は、十全に至らねば家をも国をも起す事はならぬものなり。」
前田利家	「智者は千慮に必ず一失有り、愚者は千慮に必ず一得有り。」

県内の情報連絡員報告

平成22年
9月

○9月のDI値は、前月と比べ全9項目中在庫数量を除く8項目（「売上高」、「販売価格」、「取引条件」、「収益状況」、「資金繰り」、「設備操業度」、「雇用人員」、「業界の景況」）が悪化し、特に売上高は3ヶ月ぶりの悪化で、マイナス25.8ポイントと大幅な下げ幅となった。この傾向は特に非製造業で顕著であり、今年の連休が分散されたことなどにより、小売業やサービス業で全般的に落ち込んだことが主な要因と考えられる。

○製造業では、7項目（「売上高」、「販売価格」、「収益状況」、「資金繰り」、「設備操業度」、「雇用人員」、「業界の景況」）が悪化が見られたが、売上高や設備操業度はDI値としてはプラス域を維持している。その要因としては、生コンクリートやその関連業種が悪化となったものの、鉄工・機械関連においては、中国などの新興国を中心に好調が継続していることなどによるものと考えられる。特に繊維機械の引き合いは高く、直近のピークである平成19年度月平均を上回る水準に達しているとのことである。また、電子機器も堅調な動きが見られるようである。ただ、円高が進行するにつれ、これまでも要求されてきた値引きが更に強まったとの声が多く聞かれ、ますます収益を圧迫する要因（依然としてDI値はマイナス域）となっている模様である。また、最近の中国との関係を危惧し、今後の受注減を懸念していることが窺える。繊維関連業においては、特色の有無や技術度の高い低いなどにより受注に明暗が現れているとのことである。

○非製造業においては、5項目（「売上高」、「販売価格」、「取引条件」、「収益状況」、「業界の景況」）で悪化が見られた。特に売上高は、あと一歩でマイナス域を脱するまでに改善してきた先月から37.0ポイントの大幅な低下となった。これは、昨年同月の5連休に比べ連休が分散されたことと消費の節約志向とが相まって、商店街や温泉旅館で昨年ほどの人の動きが見られなかったことが大きく響いたとの声が聞かれた。また、これまで非製造業のポイントを牽引してきた自動車関連業においても、エコカー補助金が当月前半に終了したことに伴い、新車登録台数の伸びが鈍化したことも大きな要因と考えられる。家電小売業については、酷暑の影響でエアコンの需要は好調であったが、年度末でエコポイントが終了することに危機感が垣間見られるところである。

○リーマンショック発生前と現在を比較した業界の景況感について、発生以降影響は広がり、製造業では受注の激減など、また非製造業では消費者の節約志向の定着や低価格化の進行などにより、業況は著しく悪化した模様である。現在は、製造業を中心に回復の傾向が続いているものの、必ずしも自律的な回復とは言いがたいことなどから、景気の先行きには慎重な意見が目立っている。特に鉄工・機械関連では、新興国を中心に外需が顕著であるものの、内需の低迷、競争激化による過度な値引き要求、急激な円高や外需の先行きなど懸念事項が多いとしている。

小売業については、酷暑による特需などプラス要因も見られたものの、安定した回復にはほど遠い状況であることが窺える。また、高速道路ETC割引やエコポイントなど国の政策により一定の効果を受けてきた中心商店街や観光関連業、自動車関連業や家電小売業などにおいては、制度終了後の反動による影響が大きいと考えられている。

平成22年

9月期 景況天気図

前年同月比

	全 体	製造業	非製造業
売上高	-15.5 (-25.8)	6.5 (-16.1)	-40.7 (-37.0)
在庫数量	-14.9 (+6.4)	-12.9 (+6.5)	-18.8 (+6.2)
販売価格	-27.6 (-3.5)	-19.4 (-3.3)	-37.0 (-3.7)
取引条件	-20.7 (-1.7)	-12.9 (+6.5)	-29.6 (-11.1)
収益状況	-25.9 (-8.7)	-16.1 (-6.4)	-37.0 (-11.1)
資金繰り	-15.5 (0)	-12.9 (-3.2)	-18.5 (+3.7)
設備操業度	9.7 (-3.2)	9.7 (-3.2)	-
雇用人員	-15.5 (0)	-22.6 (-9.7)	-7.4 (+11.1)
業界の景況	-24.1 (-12.0)	-6.5 (-6.5)	-44.4 (-18.5)

※ ()内の数字は前月とのポイント差

全体の景況感

※主要3項目（売上高・収益状況・業界の景況）の平均値



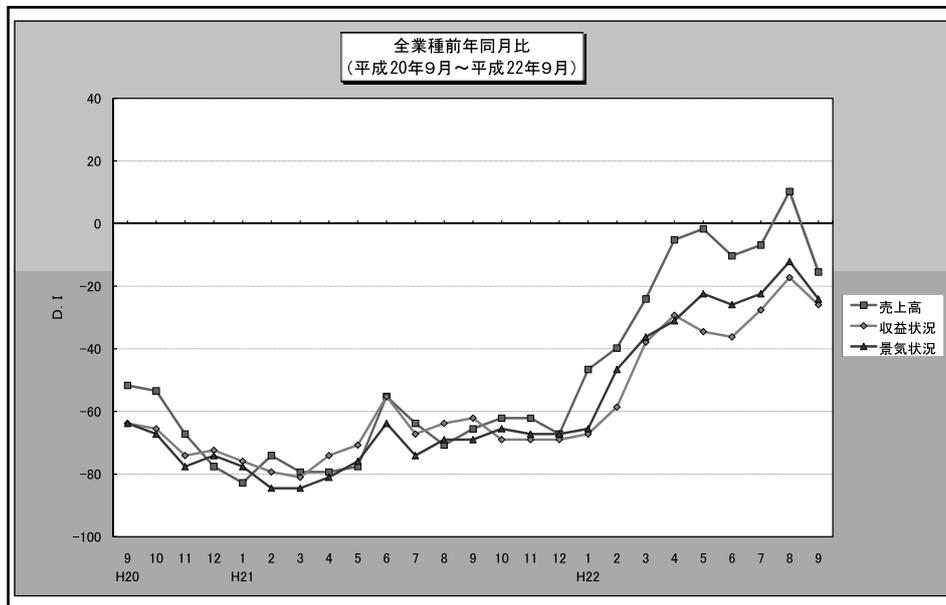
雨
-21.8

天気図の見方

各景況項目について「増加」(又は「好転」)との回答を頂いた業種割合から「減少」(又は「悪化」)との回答を頂いた業種割合を引いた値をもとに作成しました。その基準は次の通りです。

快晴 25以上	晴れ 10~25 未満	くもり 10未満~ -10未満	雨 -10~ -25未満	大雨 -25以上
------------	-------------------	-----------------------	--------------------	-------------

景況の推移 (前年同月比)石川県分 (主要3項目)



	集計上の分類業種	具体的な業種 (産業分類細分類相当)	組合及び組合員の業況等 (景況の変化とその原因・現状等、企業経営・業界での問題点)
製造業	食料品	調味材料製造業	醤油出荷量は引き続き前年同月比で大幅に減少した。また、1~8月の今年累計でも前年同期の水準をかなり下回ったまま推移している。
		パン・菓子製造業 (菓子)	暑さが続いたことが影響したのか売上高は減少した。良くなる傾向は感じられない。

集計上の分類業種	具体的な業種 (産業分類細分類相当)	組合及び組合員の業況等 (景況の変化とその原因・現状等、企業経営・業界での問題点)
繊維・同製品	織物業 (県 域)	一部で素材のキュブラ、トリアセートに動きが見られる。
	織物業 (加 賀 方 面)	安価な海外製品の圧迫が更に強まり、総じて厳しい状況となっている。ごく一部に堅調な動きの商品が見られるものの、異常な円高の進行から当産地輸出関連商品の受注が激減しており深刻な状況となっている。
	ニット製品製造業	平成19年の米国のサブプライムローン問題が引き金となり、世界経済が危機的状況になった頃にはあまり業況に影響はなかったが、平成20年のリーマンショック以降は徐々に影響が大きくなり、織物業界はその後急速に業況が悪化していった。現在、当地の織物業界の景況は、サブプライムローン問題発生前の半分も回復していない。資金繰りについては、苦情や困りごとなどの相談はなく、良好であると判断している。
	その他の織物業 (織マークの生産・加工)	基調は変わらないものの、設備投資を行っている企業と行っていない企業で次第に明暗が大きくなっているようである。
木材・木製品	製材業、木製品製造業 (金 沢 方 面)	9月もなぜか需要があった。しかし、資材価格の上昇分を上乗せすることができていないのが現状である。
	製材業、木製品製造業 (能 登 方 面)	9月度も売上高は、組合全体では昨年同月と同レベルであった。例年、9月は落ち込み幅が最も大きく仕事のやりくりにも困る月であるが、今年もこの半年で最も売上減少の厳しい月となった。ただし、個別企業を見るとその内容は大きく違っており、このような厳しい経済環境の下では企業経営者の視点の相違が大きな違いを生じさせる結果となるのであろうか。
出版印刷製造業	印刷製造業	依然として中小の業界は厳しく、先行き不透明な状況にある。
窯業・土石製品	生コンクリート製造業	9月県内の生コンクリート出荷状況は、前年同月比85.9%であった。地区別で見ると、金沢地区のみがプラス出荷となったが、南加賀、羽咋・鹿島、七尾、能登地区がマイナス出荷となった。また、官公需は84.4%、民需は87.2%の状況であった。リーマンショック後は、公共事業の減少や円高などにより大変厳しい状況が続いている。
	砕石製造業	9月の組合取扱い出荷量は対前年同月比で生コン向け出荷量は4.3%減、合材用アスファルト向け出荷は9.9%増加となり、全出荷量では2.4%の減少となった。また、4～9月期では、南加賀地区でマイナス17%、白山麓地区でマイナス34.5%とそれぞれ大きく減少したが、これらを金沢地区と特需による出荷がカバーし全出荷量では4%の増となっている。全体における特需の出荷割合16.1%を占めるため、市況は非常に厳しい状況にある。
	粘土かわら製造業	出荷量は持ち直しつつあるも、他産地の低価格攻勢が厳しく売上高はマイナスとなっており、これからの10～12月も厳しい見通しである。デフレ経済が長引く中、販売単価の下落傾向が続いており、収益圧迫の要因となっている。操業度は前年並みであるが、出荷量と在庫量を考慮し生産調整は続く見通しである。資金繰りについては、金融機関の姿勢に変化はなく、比較的安定している。雇用については、先行き不透明な中、下期や来期ともに新規採用は控える予定である。
	陶磁器・同関連製品製造業	今年9月16、17日の2日間、2年に一度開催される大見本市が行われた、売上に繋がることを期待したが、前回と比べると厳しい状況であった。ただ、その様な中でもアンブレラ、昆虫、チェスなど話題となる商品が見られた。組合員については、昨年から減少するばかりで増えることはない状況である。
鉄鋼・金属	鉄素形材製造業 (銑鉄鑄物の製造)	9月度は地元産業の建機、産機、織機などの回復により、鑄物生産も6月以降は急回復しており対前年同月比161%、対前々年同月比88%まで回復している。生産量は2,920トンとリーマンショック以降は最高の量となった。ただし、量産品の回復は顕著であるものの、非量産品を生産している小規模企業の回復が鈍い。また、鑄物単価は更に厳しい状況にあるため、損益は改善していない。雇用状況については、人員削減などにより生産能力が減少しているため、現能力でフル生産のところが多いが、まだ雇用調整助成金の受給を継続している企業が4割ほどある。これからの見通しについては、先行きの不透明感が強く、円高などによりこれからの受注単価の値下げ要求が懸念されるところである。

	集計上の分類業種	具体的な業種 (産業分類細分類相当)	組合及び組合員の業況等 (景況の変化とその原因・現状等、企業経営・業界での問題点)
製 造 業	鉄鋼・金属	鉄素形材製造業 (銑鉄鑄物の製造・修理)	前月同様、売上高は対前年同月比で増加した。ただ、原材料価格の上昇と販売価格の低下を補う経営ができていないため、収益状況は改善に至っていない。雇用については、アルバイトによる生産の確保や新卒者を採用し安定雇用を図った企業が見られる。リーマンショック発生以降、景況は上昇している。ただし、受注状況に変化が生じており、発生前はユーザーとの打ち合わせを行うことでこの先数ヶ月の予測が可能であったが、現在は1週間程度と急を要す納期が多く、生産工程の変更を余儀なくされているため、生産効率が低下し収益の悪化の要因となっている。
		非鉄金属・ 同合金圧延業	金箔の生産高が7月の水準に戻った。ただし、先月同様厳しい状況に変わりはない。なお、リーマンショック発生時と比べるとほぼ回復したと考えられる。
		一般機械器具製造業	9月に入った途端、景況は踊り場的な状況となった。これまで右肩上がりであったために驚いている。これは一時的なものか、あるいは二番底の基調なのか注視する必要がある。リーマンショック発生時から見れば現在は倍以上の景況感があり、大部分の組合員企業は残業を行っている。
	一般機器	機械金属、 機械器具の製造	忙しさは増しつつあり、先行きを懸念はあるものの活気は戻ってきた。売上については、前年同月比で2～3倍となっているが、どん底の前年と比べてのことであり、本来の水準では7～8割がいいところではないかと思う。入手困難が続いているベアリング等の機能部品が足を引っ張り、完成品メーカーの組み立てが計画どおり進まず、部品加工の注文が不安定となっているため売上や収益に影響が出てくるのが懸念される。リーマンショックについて、発生前は高揚感に満ちており盛んな設備投資や人員確保で活気に溢れていた。現在はその7割くらいに戻りつつあるが、一応に慎重な姿勢が目立ち、一部には受注の先細りが懸念されている。その要因としては、国内需要が上がってこないことに加え、景気低迷からの脱却が遅れている欧米市場へ期待できないこと、そして中国との摩擦の影響が読めないため、慎重にならざるを得ないと思われる。ただ、工場の操業度は相当上がっており、残業や休日出勤も随所に見られ多忙感には確かに出てきているが、次への投資が出てこないことと景気が回復したとの実感には至っていないと考えられる。
		プレス、工作機械	受注状況は好転状態であるが、ユーザーからの価格引き下げ要求が以前より強くなっている。要因としては、受注内容の大半が海外向け製品であるため、円高の影響が大きいと考えられる。売上高については、前月比2.1%増となり回復局面での最高額を3ヶ月連続で更新するなど緩やかながら増加傾向を続けている。内訳は、内需が前月比2.1%減であるのに対し、外需が前月比4%増となっている。なお、外需に関しては、為替問題や欧米経済の減速が懸念される中であっても、内需を上回る増加傾向が見られる。リーマンショック発生後について、外需による受注額が6割程度の回復となっている。ただし、受注の6～7割が中国、東アジア、アセアン諸国からなるアジア市場となっており、実質の受注額はおよそ2倍となるなど回復の基調はアジア市場の要因が大きいことがうかがえる。その反面、受注の大半を占めていた欧米、北米市場は半減しており、リーマンショック以前と逆の状態となっている。
		機械器具及び 其の他金属製品の製造	前年同月比で売上高は増加しているものの、収益状況がそれに伴って上がっていない企業が見受けられる。要因は主に販売価格の低下によるものであるが、一部で原材料仕入価格の上昇によるものであり、円高と併せて気がかりなところである。中国をはじめとする新興国への輸出は好調であるが、韓国のLED関連の投資は完了した模様である。エコカー補助金修了に伴う影響はあるものの、海外向け環境車用部品関連は好調に推移する見通しである。チェーン関係は国内二輪用は低調であり、四輪用と産業機械用に支えられているようである。リーマンショック発生から現在までの業況の変化については、繊維機械はリーマンショック前の2倍でピーク時の2007年の水準を超えている。輸送機器、電気機器では残業なしでの生産体制をとっている企業が多いことから判断すると80～90%の戻りとなっている模様である。チェーン関係は四輪は伸張しているものの、二輪関係は30～50%と低迷しているようである。

	集計上の分類業種	具体的な業種 (産業分類細分類相当)	組合及び組合員の業況等 (景況の変化とその原因・現状等、企業経営・業界での問題点)
製 造 業	一般機器	機械、機械器具の 製造又は加工修理	<p>繊維機械向け部品加工について、7、8月に続いて直近ピークである平成19年度月平均比を約5%上回る好調が続いている。この好調はせいぜい年内一杯までであるという見方と来年春まで大丈夫という見方があるが、メーカーは後者と考えているようである。今回の好調は、従来の中国製繊維機械のように安いとそれなりの品質から安くてしかも高品質でないと売れなくなったため、高品質な織物を織れる日本製に戻ってきたことによるものであり、短期間で中国製織機の機能や品質が向上するとは考えられない。しかし、ユーロ安によるヨーロッパ製織機の競合、ドル安とアメリカの景気から織機の受注環境は大変厳しくなっている。なお、工作用機器の部品加工は、直近のピークである平成19年度月平均の半分の水準に留まっている。</p> <p>業種によりバラツキがあるが、良いところでは9月度の生産は8月に引き続き高水準である。円高については、取引先からの価格協力依頼があるところも見られる。そのため売上が上がっても即収益に結びつかない状況にある。自動車関連は近年モデルチェンジが少なく、精密金型関係はここ5～6年は沈没状態である。懸念材料としては、尖閣諸島問題と円高である。リーマンショック発生から現在までの業況の変化については、内需は脆弱であり外需も欧米は依然として低調である。生産量はリーマンショック以前の状態に戻ってきているものの、これも中国需要に乗っただけで、諸般の情勢から不安定な要素が多いため決して景気が良くなったとは実感できない。</p>
		漆器製造業 (能登方面)	<p>売上、収益ともに下げ止まらない状況である。工芸品に関しては、個人消費はまだまだ手控えが続くようである。また、9月は観光客の入り込みが少なく、シルバーウィークも同様で売上は低調であった。リーマンショック後は取引先の影響を大きく受けているところもあり、販売の影響が継続していきそうである。</p>
	その他の製造業	漆器製造業 (加賀方面)	<p>漆器製品は9月中旬から年末にかけて秋のシーズンとなるが、今年は盛り上がり欠けているものがある。木製漆器カタログについては、引き合いはあるものの制約に至る件数は少ない。近代漆器についてもこれまでの勢いが見られない。ただ、機能性に優れた新商品やマグカップ、スープカップ等の関連商品への金型投資は行われているので、来春に向けての期待がなされている。消費動向については、相変わらず伝統的な木製漆器製品の動きは振るわないが、モダンな拭き漆のフリーカップや汁椀等は多少動きが見られる。近代漆器についても、今夏は出納やシリコン樹脂食器等に押されて塗り物製品の売り場が縮小している。</p>
非 製 造 業	卸売業	プラスチック 製品製造業	<p>売上高は昨年より上昇、収益状況は経費削減により若干上昇となった。住宅産業関連製品については、海外輸出より国内需要製品のため大きな影響はないものの、原材料の値上げやそれに伴う価格転嫁の交渉がうまく進まない。なお、仕事の減少による低コスト競争が激しく、採算度外視と思える金額での提示がされるなど新規受注が困難な状況にある。リーマンショック発生から現在までの業況の変化については、回復しつつあるようだが、発生前に比べて完全復活とはなっていない。</p>
		各種商品卸売業	<p>世界同時不況の影響により、一般消費が萎縮して低価格品で我慢するかもしれないという形で表面化しつつあり、組合員の大半が売上、採算ともに悪化していたが、先月に実施した調査によれば若干であるが好転しているところが増え、悪化している企業が減ってきており、悪化度合いが弱まってきているようである。衣料品卸売業関係は、秋冬物の販売に入らなければならないがこの猛暑により伸び悩んでいる模様である。</p>
		繊維品卸売業	<p>合繊維物は製織商品(用途、衣料、インテリア等)によってますます格差が出てきていると聞く。一つの流れから取り残されると、なかなか元の状態に復活できないのが辛い。</p>
		水産物卸売業	<p>9月分の買受高は対前年同月比9.4%減と大幅なマイナスを示し大変憂慮される環境にある。国の対応の遅れは目を覆うものがあり、全く期待が持てない。かといって我慢も限界にあり、卸と仲卸の信頼、協調、絆を一層強める中、地道な魚食活動に取り組んでいくことしか手立てがない状況にある。</p>
		一般機械器具卸売業	<p>8月の好調さが持続している感があり、今月も昨年並みの売上が確保できたようである。収益状況は値引きに食われ、引き続き低調である。ただ、先行きの不安感が拭いきれない。</p>

	集計上の分類業種	具体的な業種 (産業分類細分類相当)	組合及び組合員の業況等 (景況の変化とその原因・現状等、企業経営・業界での問題点)
非製造業	小売業	百貨店・総合スーパー	<p>昨対計95.6%、ファッション109.2%、服飾・貴金属95.6%、生活雑貨62.8%、食品138.8%、飲食98.8%、サービス97.7%、客数は104.6%であった。ファッションは相変わらず好調だったが、飲食は不調であった。残暑はあったものの、気温が予想以上に下がったことにより季節の変化がより感じられたためか、ファッションは良い反応であった。一昨年からの景気後退の中でも安定して売上を上げていた飲食食品のパンやファーストフードが売上を落としている。館内客数は昨年と比べても伸びているため、通常であればそれに比例して売上が伸びる業種であるが、反応はないようである。なお、シルバーウィークは昨年と違い盛り上がりは感じられなかった。消費動向も持ち直している実感はない。来月はこれといったイベント時期でないため、11～12月のクリスマスや年末商戦に期待したい。リーマンショック以降は、景気の後退というより経済の縮小のように感じる。例えば、当組合などの小規模小売業は景気の後退だけでなく、地域経済の単純な縮小を理解しなければ生き残りは難しいように感じる。しかし、それを理解し特定の需要に特化した販売をしていけば大型小売りにも十分対抗できると考える。</p>
		青果小売業	<p>多くの地域で異常高温と豪雨が発生したため野菜の産地に被害があり、それにより価格が上昇した。</p>
		男子服小売業 婦人・子供服小売業	<p>売上高は対前年同月比で95%だった。本来なら様々なファッションを楽しむ秋であるが、前半は残暑が続いて店頭での売れ行きが鈍く苦戦が続いた。連休以降は気温が下がり、秋物が動き始めたが前半の落ち込みをカバーするに至らなかった。大型店は圧倒的なスケールの品揃えや資金力を活かし全国規模の訴求力で、地方の小売業は真正面から対抗しても太刀打ちできない。消費者の収入は落ち込んだままであり、要因は様々なに重なっているがこれでは本当の意味での景気回復と言えず、消費者の懐を暖め将来の不安を取り除かないと、日本経済は長いトンネルを抜け出せない状況にある。リーマンショック発生後は各統計発表による事業所数、従業員数、製造出荷額、付加価値などは過去最大の下げ幅であり、ショックによる不況の深刻さを改めて見せつけられている状況である。</p>
		米穀類小売業	<p>米の収穫が終わり、全国平均も昨年並みで推移しそうであるが、今年夏の高温にて高温障害の影響が見られ1等比率が20%と良品米が不足すると思われる。売上は毎秋ごとに減少気味で、業務用が特に減少気味であるためどの店も売上げは減少している。消費動向については、猛暑の影響で夏バテ気味のためか、味覚の秋は何処にいったのかと思えるほど暇な9月であった。トレーサビリティ法が施行されたが、小売業者としては従来から行っていることであるため特段問題は見られない。</p>
		機械器具小売業	<p>9月度の地域店の売上高の伸びは対前年同月比115%であった。今月も記録的な猛暑により、ルームエアコンの実販の伸びは300%、冷蔵庫120%と夏物商品が好調であった。ただし、昨年は実販が極端に少なかったことも影響している。また、地デジ対応のTVもアナログ停波とエコポイント活用による需要は旺盛であり150%と伸びた。ただし、2～3台目の買換需要が主体で26インチ以下の小型タイプが主流となり、このタイプの伸びが300%と大きく伸びたものの、単価ダウンが大きく利益の確保が厳しくなっている。リーマンショック以降は、エコポイント制度と猛暑の効果により業界は活況を呈したが、エコポイント終了の平成23年3月以降は急激な需要の落ち込みが予想され、大変厳しいと考えられる。</p>
		燃料小売業	<p>残暑が長引き販売量は微増した。ただし、連休需要は期待ははずれであった。販売価格については、少々の円高となっても原油価格が高くなれば帳消しとなるが、ここヶ月くらい比較的価格は安定している。リーマンショック以降については、消費者の節約指向が定着したり、エコカーやオール電化の増加により需要は減少傾向となっている。</p>
	他に分類されないその他の小売業（土産物）	<p>伝統産業製品及び特産食品関係の売上は不振である。昨年同月と比べると、昨年は5連休であったが今年は3連休であったため観光客は大幅に減少した。また、猛暑が9月になっても継続したため、和菓子や海産物の売上が大幅に減少した。リーマンショック発生から2年が経過したが、国民の雇用と所得が増加しない限り消費は増えないと思われる。</p>	
	商店街	近江町商店街	<p>残暑が厳しく商店街への人手が減少したため、売上高も減少した。郊外の大型スーパーの影響もあると思われる。</p>

集計上の分類業種	具体的な業種 (産業分類細分類相当)	組合及び組合員の業況等 (景況の変化とその原因・現状等、企業経営・業界での問題点)
商店街	尾張町商店街	消費が動かないし、動いても利益の限界以下でしか動かない。自分の会社や店だけがへこんでいるのではなく、全体がおしなべてへこんでいる。世界恐慌どころではない。イベントについても、行列のついでには無料コーナーのみであり、有料コーナーは見る人はいても購入はさっぱりである。財布の紐が固いのではなく、財布に何も入っていないし、今後入る見込みがないためお金は出さないし、出せないように感じる。たまにお客が来てもインターネットの安い価格より安くならないかと聞いてきたり、更にクレジット払いにしたいとのことである。これでは商売人はやっていけない。国は政治の駆け引きより、経済を上向きにすることを早くして欲しい。
	片町商店街	昨年は5連休があり大きなイベントも開催されたため街中はとても賑わったが、今年は3連休のイベント開催期間は賑わったものの、9月全体の売上は昨年同月より落ち込んだ。なお、国の代表戦があり方向性が定まっていないため、消費者は安心して買い物を楽しむ雰囲気ではなかったように思われる。また、猛暑の影響で商店街に出てくる人も少なかったようである。リーマンショックの影響は無くなってきたようであるが、長期的に景気の減退傾向が続いているため小売業への明るい兆しは少ない。
非製造業	旅館、ホテル (金沢方面)	9月の連休は昨年5連休であったシルバーウィークに比べ大幅にダウンしたこともあり、売上高は昨年同月比で減少した。なお、地デジ対応TVに入れ替えに伴う出資計画が必要とされる。消費動向としては、特別なイベントがある時などは外出する傾向にあり消費するものの、消費単価は依然として低い。リーマンショック以降のここ2年間は底を這うような状況であり、多少上向く月があっても次の月に大きく減少し、結果的にはマイナスが続いている。
	旅館、ホテル (加賀方面)	人数ベースはプラス傾向で推移していたが、今月に入ってマイナス傾向が見られる。マイナス要因としては、円高、株安、尖閣諸島問題が考えられる。いよいよ、10月3日に街の中心地に総湯のオープンが控えており、県内外への情報発信の機会が増えており、今後はこの効果を期待したい。また、国内全体に明るい話題が多く流れることに期待したい。
		9月の宿泊人員については、温泉地全体で対前年同月比95.7%、1,681名の減少となった。また、今年新規オープンした旅館を除いた場合は91.1%と大きく減少した。このような減少は今年2月以来であり、土曜日であっても空室が出ている。なお、減少の要因としては、今年は昨年シルバーウィークの様な大型連休がなかったことが大きいと考えられる。また、個人消費の動向も依然冷え込んでいて、宿泊単価を下げても予約が入りにくい状況である。リーマンショック発生以降、原材料コストが上がった分を宿泊料金に転嫁できないため、各旅館は苦慮している。原価率の圧縮や人件費の削減など経費の圧縮を精力的に行っており、前向きな設備投資や広告宣伝などに投資できるほどの改善には至っていない状況となっている。
	旅館、ホテル (能登方面)	売上高は対前年同月比で96.3%であり、既存旅館では91.1%といずれも減少となっている。宿泊人員は107.0%と増加しているが、消費単価は90.0%と6ヶ月連続減っている。今年度上半期は売上や宿泊人員が増えても、景気動向などにより宿泊料金の値下げをしている旅館が増えてきているためか宿泊単価や消費単価が下がっているため、既存の旅館は厳しい状態にある。ただし、街の中を散策している人が増え、昔の活気を取り戻しつつはある。
自動車整備業	継続検査実績車両数について、4～9月の半年間は4月に自動車重量税の減免措置の関係で集中したこともあり、対前年同期比105.6%で推移している。今後、登録車についてはエコカー補助金等の修了も関連してくるため動向を注視していきたい。新規登録の状況については、4～9月の新車は対前年同期比119.3%、軽自動車は112.3%と推移している。なお、9月期はエコカー補助金が9月7日で終了したこともあり、対前年同月比86.7であったが軽自動車は111.1%で推移した。補助金制度終了となる10月以降の動向を注視していきたい。	

	集計上の分類業種	具体的な業種 (産業分類細分類相当)	組合及び組合員の業況等 (景況の変化とその原因・現状等、企業経営・業界での問題点)
非 製 造	建設業	室内装飾工事業	売上は微増、収益状況は横ばいである。9月は大手ハウスメーカーの決算や中間決算の関係で例年忙しい月であるため、それなりの売上は確保できた模様であるが、収益の改善には全く至っていない。材料運賃が発注者持ちになる等、実質的な値上げとなっている声が聞かれるところである。ただ、地価及び住宅ローン金利の割安感により個人住宅の建設がやや回復してきているため、壁装関係の組合員はわりと忙しい状況にある。リーマンショックから2年経過したが、公共工事の政策的な減少や不況による民間工事の減少により過当競争となり、売上の減少と利幅の大幅な縮小をきたし、それによる県内老舗建設会社の倒産により未収金が発生した組合員が出てくる等、景況感は厳しい。
		板金工事業	景況は好転してきているが、組合員の中では仕事の有無が明確になりつつあり、当然のことながら売上高に格差がついてきている。そのため、組合員間で仕事を譲り合うケースが多くなっている。
		管工事業	給水工事受付件数は、前年同月比でほぼ横ばいであった。また、ガス管工事受付件数は、前年同月比より25%の減少となった。給水工事は家のリフォームなどで何とか持ちこたえている状態であるが、ガス管工事は厳しい状態である。全体的には、家屋の新築に伴う給水工事件数、ガス管工事件数ともに少ない状況である。今後の新築住宅の増加に期待したい。
業	運輸業	一般貨物自動車運送業①	燃料価格は1～2円の値下げとなったが、昨年と比べると10円程度の高止まりとなっている。また、原油価格も1ヶ月で10ドル近く上がっていることが気になる。高速道路利用状況は前年同月比117%、前月比で92%となっている。全国団体ではネットワークシステムを運用しているが、過去最高件数であったとの発表があった。このデータの推移から昨年後半以降は荷動きが活性化しているとのことである。
		一般貨物自動車運送業②	9月度の売上高は、前月比で約13%、前年同月比で約23%の増加となった。増加額の65%は組合員間の取引によるものであり、ネットワークによる情報システムの成果と思われる。なお、9月は米穀を扱う業者もあり、売上高アップに寄与している。しかし、貨物量はまだ安定しておらず、運賃単価も依然として戻っていない。軽油は一時的に下がったが、最近では上昇傾向であるため経費増が心配である。収益状況については、売上増に伴い幾分か改善が見られる。リーマンショック以降の状況については、現在の売上高は2年前の同月比で約95%となっている。

個別専門相談室開催のご案内

本会では、中小企業が正確な経営情報を獲得し、適切な経営判断を支援するため、組合、中小企業任意グループ及び公益法人等を対象とし、専門家を招聘し、事業運営等の相談に応ずることを目的とした個別専門相談室（無料）を設けておりますのでお気軽にご相談下さい。

なお、予約制（30分ごと）のため相談希望の方は当日までに本会へご連絡願います。又、予約多数の場合、相談時間の短縮をお願いする場合がありますので予めご了承下さい。

*** 連絡先 総務課 TEL 076-267-7711**

《日 程》

開催日	時 間	内 容	専門相談員
12月10日(金)	10:00～12:00	税務・経営相談	税理士 坂井 昭衛
1月18日(火)	13:00～15:00	法 律 相 談	弁護士 久保 雅史

《場 所》

金沢市鞍月2丁目20番地

石川県地場産業振興センター新館5階 石川県中小企業団体中央会 会議室

ご利用下さい「信用保証制度」



保証限度額は、最高2億8千万円
(組合の場合は4億8千万円)

ご負担は保証料のみ
—相談料・用紙代金など一切不要—

©光プロダクション

活用しやすい7つの特長

- ◎経営状況に応じたきめ細かい保証料率で資金調達を応援
- ◎法人代表者以外の保証人は原則不要
- ◎資金ニーズにあった保証制度をご用意
- ◎流動資産を担保に資金運用を効率化
- ◎セーフティネット保証も充実
- ◎長期借入れや反復継続の信用保証も可能
- ◎団体信用生命保険制度によるプラスワンサービス

 石川県信用保証協会

◇保証部◇

〒920-0918 金沢市尾山町9番25号

TEL (076) 222-1522 (代) FAX (076) 222-1514

ホームページアドレス <http://www.cgc-ishikawa.or.jp/>

石川県中央会会員組合に所属する組合員の皆様へ

法人向け生命保険のご案内

企業を取り巻く様々なリスクに対しては、目的に合った生命保険で準備することが必要です。

生命保険でのご準備は十分でしょうか？

準備すべき目的

生命保険での対応方法

当社の生命保険商品

事業保全資金対策
(社長が万一亡くなった場合)

死亡保険金を、
●借入金の返済や運転資金に充当
●従業員の給与を確保

ベクトルX
3年ごと利差配当付
利率変動型新積立保険
定期保険 - M
無配当定期保険

経営者・役員の
退職慰労金・
弔慰金の準備

死亡保険金による
●経営者・役員の死亡退職金・弔慰金の準備
満期保険金(解約返戻金)により、
●経営者・役員の退職慰労金の準備

ステイタス - M
無配当低解約返戻金型定期保険
ザ・らいふ - R
5年ごと利差配当付養老保険
新・プラウド - R
5年ごと利差配当付終身保険

従業員の
退職慰労金・
弔慰金の準備

死亡保険金による
●従業員の弔慰金の準備
満期保険金(解約返戻金)により、
●従業員の退職慰労金の準備

ステイタス - M
無配当低解約返戻金型定期保険
ザ・らいふ - R
5年ごと利差配当付養老保険

経営者の
事業承継対策
相続対策

死亡保険金・満期保険金(解約返戻金)により
●相続税の納税資金・自社株買取資金の準備

新・プラウド - R
5年ごと利差配当付終身保険

保険料支払により
●自社株評価引き上げにつながる

ステイタス - M
無配当低解約返戻金型定期保険

- * 解約され、解約返戻金を受け取られた場合、以後の保障はなくなります。
- * ご検討にあたっては、該当のパンフレット、「ご契約のしおりー約款」、「設計書(契約概要)」、「特に重要な事項のご説明(注意喚起情報)」を必ずご覧ください。

【お問い合わせ】

三井生命保険株式会社 金沢支社
〒920-0853 金沢市本町 2-15-1 ポルテ金沢 7F
TEL 076-222-0612



Ishikawa
IT
Human Resource Development
Center

「持続的なイノベーション」を支える中核的人材の育成を目指す

株式会社 石川県IT総合人材育成センター



「いしかわビジネススクール」、「いしかわ技術経営(MOT)スクール」、情報技術に関連する研修講座を開講。研修講座の総合化と中核人材の育成に力点をおいた研修サービス、受託研修サービスなどをご提供します。

〒920-8203 石川県金沢市鞍月2丁目1番地

TEL:076-267-8000 FAX:076-268-8570

<http://www.ishikawa-sc.co.jp>

辿り着く。かならず、

ICCの自慢は、卓越した“技術”と、かならず結果を出す“実行力”。
足腰の強い情報の提供を通じて、お客さまを目に見える成功へとご案内いたします。

自治体ソリューション 医療ソリューション 民間ソリューション

セキュリティソリューション アウトソーシングサービス ネットワークサービス

icc 株式会社
石川コンピュータ・センター

〒920-0398 金沢市無量寺町ハ6番地1号
TEL(076)268-8311(大代) FAX(076)268-5442
<http://www.icc.co.jp/>

損害保険集団扱制度のご案内

★【自動車保険・火災保険】

石川県中小企業団体中央会では、組合員の企業経営並びに従業員の福利厚生を充実するため、会員の皆様に中央会損害保険集団扱制度(自動車保険・火災保険)のご加入をお勧めしております。つきましては、本制度について引受損害保険会社の取扱代理店が説明させて頂きたく、訪問した際にはよろしくお願いたします。

《損害保険集団扱制度の概要》

特 徴

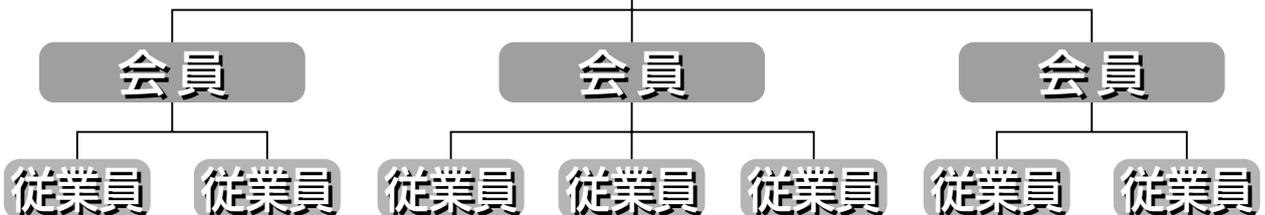
- ◎保険料は、一般契約より5%割安です。(保険料一時払の場合)
- ◎手続きは、年1回払い、口座引落しです。
- ◎下記損害保険会社と契約を行っている方は、現在契約している取扱代理店で制度利用が出来ます。
- ◎自動車保険
 - ・既加入自動車保険は、無事故割引などをそのまま継承できます。
 - ・業務用車両も対象になります。
- ◎火災保険
 - ・普通火災、住宅火災、住宅総合、店舗総合、団地保険が対象となります。

対 象

(中央会指定の確認票を提出願います。)

- ◎中央会の会員(組合・企業・団体) ◎会員の傘下企業、事業主及び従業員

県中央会



お問合せ先

石川県中小企業団体中央会 TEL.076-267-7711

〈本制度引受損害保険会社〉

三井住友海上火災保険株式会社……………TEL.076-223-9912

金沢支店 〒920-0918 金沢市尾山町6番25号
(旧三井海上火災保険株式会社・住友海上火災保険株式会社)

あいおい損害保険株式会社……………TEL.076-264-7811

金沢支店 〒920-0906 金沢市十間町5番地
(旧大東京火災海上保険株式会社・千代田火災海上保険株式会社)

日本興亜損害保険株式会社……………TEL.076-222-8610

金沢支店営業第1課 〒920-0864 金沢市高岡町2番31号
(旧日本火災海上保険株式会社・興亜火災海上保険株式会社)

富士火災海上保険株式会社……………TEL.076-222-0005

金沢支店 〒920-0962 金沢市広坂1丁目2番24号

石川県中央会会報 No.4

平成22年11月発行

石川県中小企業団体中央会

〒920-8203 金沢市鞍月2丁目20番地 石川県地場産業振興センター新館5F

TEL(076)267-7711(代表) FAX(076)267-7720

URL <http://www.icnet.or.jp> E-mail chuokai@icnet.or.jp(代表)