

中央会時報

組合活性化情報

2008

No. 102

中小企業地域資源活用プログラムについて
石川県における中小企業の労働事情
下請中小企業の最近の動向

石川県中小企業団体中央会

ishikawa federation of small business associations

目 次

中小企業地域資源活用プログラムについて

中小企業地域資源活用プログラムについて	1
・ 「中小企業地域資源活用プログラム」とは	
・ 「中小企業地域資源活用促進法」とは	
・ 「地域資源」とは	
・ 「地域資源活用事業」とは	
・ 法認定の対象となる方	
石川県の産業化資源活用プログラムについて	3
・ 産業化資源プログラムの概要	
・ 「産業化資源活用プログラム」推進体制	
・ 「地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想」の概要	
・ 地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想	
事業計画の認定と認定に基づく主な支援内容について	20
・ 事業計画の認定について	
・ 認定スケジュールについて	
・ 事業計画書について	
・ 石川県への提出様式	
・ 事業計画の様式	
・ 法認定に基づく主な支援内容について	
・ ハンズオン支援について	
・ 認定された地域産業資源活用事業計画について	
「いしかわ産業化資源活用ファンド（仮称）」の創設について.....	48
・ いしかわ産業化資源活用ファンド（仮称）の概要（案）	
・ ファンドの実施体制について（案）	

石川県における中小企業の労働事情

平成19年度中小企業労働事情実態調査報告書

調査のあらまし	51
調査結果の概要	52
1. 回答事業所の概要	52
2. 経営状況と経営上のあい路	55
3. 従業員（パートタイムなど短時間労働者を除く）の労働時間	60
4. 従業員の過不足状況について	63
5. 技術・技能・知識・経験の承継について	66
6. パートタイム労働者の賃金・労働時間等について	68
7. 最低賃金引き上げの影響について	70
8. 新規学卒者採用状況	72
9. 賃金改定状況	74
調査票	76

下請中小企業の最近の動向

主要下請業種団体へのヒアリング等調査結果

調査の概要	81
調査結果の概要	82
1. 下請中小企業の最近の動向	82
2. 今後（3カ月後）の見通し	84
3. 原材料等の価格上昇の影響	84
4. 景気回復の実感	86
5. 設備投資の見通し	86
6. 最近の親企業の動向	87
7. 下請中小企業の対応策	88
8. 下請中小企業が目指す方向とその対応策	89
9. 下請代金支払遅滞等防止法について	91
10. 最近の円相場・株価・原油高騰の影響	91
11. 下請代金支払遅延等防止法に関する政府への要望等	92

中小企業地域資源活用プログラムについて

中小企業地域資源活用プログラムについて

「中小企業地域資源活用プログラム」とは

地域の特産品、伝統工芸など日本の各地域には、地域経済活性化の起爆剤となる可能性を秘めた資源が眠っています。国においては、平成19年度に地域資源を活用した地場中小企業の新商品・新サービス開発、販路開拓等を支援する「中小企業地域資源活用プログラム」を創設し、本プログラムを実施するため、19年6月29日に「中小企業地域資源活用促進法」を施行しました。

本法では、国の基本方針に基づき、各都道府県が(1)農林水産品、(2)産地の技術、(3)観光資源ごとに地域資源を指定する基本構想を作成します。そして、指定された地域資源を活用し、新事業を企画する中小企業は、地域産業資源活用事業計画を作成し、各都道府県を經由し各経済産業局に申請することができます。申請された事業計画が、新規性、波及効果、実現性などの面からチェックされ、国の認定を受けると、補助金、政府系金融機関の低利融資、設備投資減税、信用保証枠の拡大などの支援措置が受けられます。

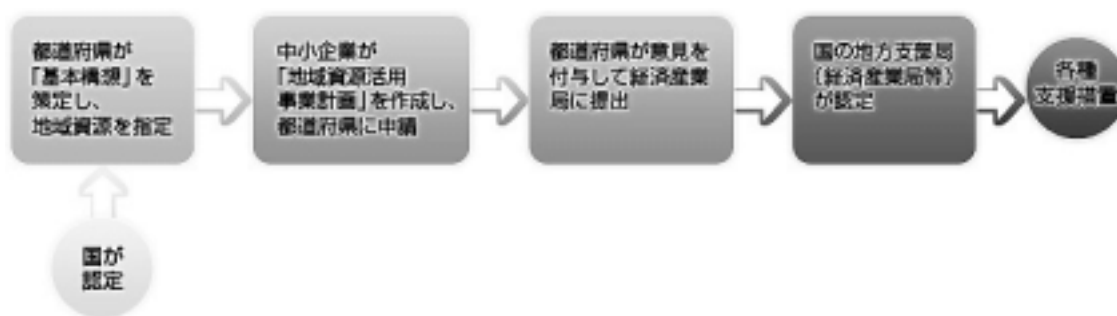
本プログラムの実施に当たっては、独立行政法人中小企業基盤整備機構北陸支部に「北陸地域支援事務局」を設置し、常駐する中小企業診断士等の専門家が、企業からの相談に対応するほか、ビジネスプランの作成から、市場調査、商品企画に対するアドバイス、販路開拓などきめ細かい支援（ハンズオン支援）が受けられます。

なお、石川県では、この「中小企業地域資源活用プログラム」の創設を受け、地域資源を新たな産業（事業）の種＝「産業化資源」と位置付け、「産業化資源活用プログラム」として積極的に推進していきます。

「中小企業地域資源活用促進法」とは

中小企業地域資源活用促進法は、地域資源を活用して新商品の開発等に取り組む中小企業に対し、税制・金融面をはじめとする総合的な支援措置を行い、地域経済の活性化を図ることを目的として、平成19年6月29日に施行された法律です。

法認定の流れ



「地域資源」とは

- (1) 地域の特産物として相当程度認識されている農林水産物や鉱工業品
- (2) 地域の特産物である鉱工業品の生産に係る技術
- (3) 文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源として相当程度認識されているもの

※具体的な地域資源については、各都道府県が策定する「基本構想」によって指定されます。

「地域資源活用事業」とは

地域資源活用事業とは、地域資源を活用して行われる新商品の開発、生産又は需要の開拓及び新サービスの開発、提供又は需要の開拓に関する事業活動のことをいいます。

法認定の対象となる方

地域資源を活用した新商品・新サービスの開発等に取り組む中小企業であって、中小企業地域資源活用促進法に基づく事業計画の認定を受けようとする方。

※上記の中小企業には、企業組合、協業組合、事業協同組合、商工組合、商店街振興組合等のほか、水産加工業協同組合、生活衛生同業組合、酒造組合、鉱工業技術研究組合、農業協同組合、農事組合法人、漁業協同組合、森林組合及び各組合連合会等を含みます。

石川県の産業化資源活用プログラムについて

産業化資源活用プログラムの概要

石川県では、国の「中小企業地域資源活用プログラム」の創設を受け、地域資源を新たな産業（事業）の種＝「産業化資源」と位置付け、本プログラムを積極的に推進してまいります。

⇒「産業化資源活用プログラム」の概要・推進体制（⇒P 4～5）

地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想

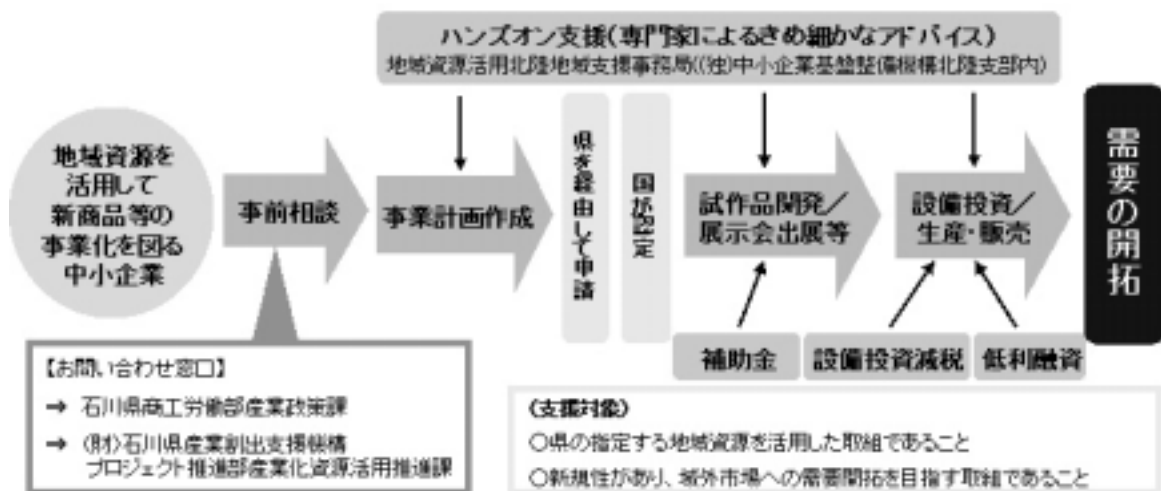
石川県では、中小企業地域資源活用促進法に基づき、本県でこれからの活用促進を図っていく地域資源や、その地域資源を活用した事業活動を支援するための基本的な方策等を取りまとめた「地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想」を作成し、平成19年8月31日に国の認定を受けました。

⇒構想の概要（⇒P 6）

⇒構想本文（⇒P 7～19）

※地域産業資源の内容は、中小企業の取り組み状況及び各地域からの意見等を踏まえて、機動的に見直し、充実を図っていきます。

中小企業者等の方々が、この基本構想に掲載されている地域資源を活用した新商品・新サービスの事業化を図る際に、地域産業資源活用を策定し、国の認定を受けることで、補助金をはじめ政府系金融機関による低利融資、設備投資減税などの様々な支援施策が利用できます。



お問合せ先

石川県商工労働部産業政策課 産業化資源活用推進グループ

電話 076-225-1519 / ファックス 076-225-1514

財団法人石川県産業創出支援機構 プロジェクト推進部 産業化資源活用推進課

電話 076-267-6291 / ファックス 076-268-1322

産業化資源活用プログラムの概要

中小企業地域資源活用プログラム(国)

石川県では、地域資源を新たな産業の理=「産業化資源」として本プログラムの積極的な推進を図ります。

1. 「中小企業地域資源活用促進法」に基づく支援(域外市場を狙った新商品開発・事業化に対する支援)

スキーム

国が基本方針を策定

都道府県が基本構想を策定し
地域資源を指定(国が認定)

中小企業が地域資源活用事業計画を作成
(国の地方支那局が認定)

支援措置

支援措置

- 試作品開発等に対する補助金
 - 設備投資減税
 - 政府系金融機関による低利融資
 - 信用保証枠の拡大
 - 投資育成株式会社法に係る特例
 - 食品流通構造改善促進機構の債務保証等
- 専門家等によるアドバイス等
 - 中小機構・JETRO・国際観光振興機構による販路拡大支援

2. その他の支援(地域資源を活用した新たな取組の掘り起こしや地域資源の価値向上に対する支援)

- 地域中小企業と外部人材とのネットワーク構築活動に対する支援
- 地域資源を活用するための大学等と連携した研究開発に対する支援
- 地域資源を活用した商品の販路開拓に地域一体で取り組む組合等に対する支援
- 中小機構による商談会やアンテナショップの開設

産業化資源活用推進本部(県)

県による支援メニュー

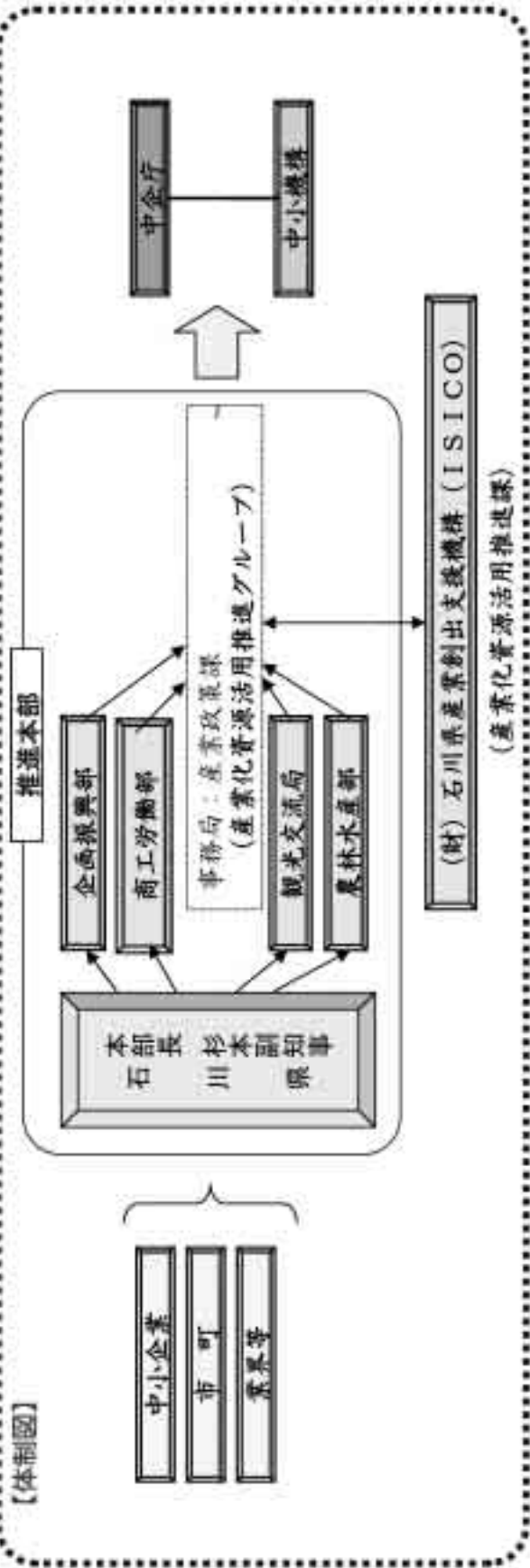
- ・ 活用する地域資源の指定等を含む基本構想の策定
- ・ 専門家による啓発・発掘セミナーの開催
- ・ ISICOと専門家の連携による企業の事業計画作成等への支援
- ・ 各分野(伝統産業、観光、農林水産等)における新商品開発等への支援 等

役割
・ 産業化資源の発掘
・ 国等事業の補完・フォローアップ

「産業化資源活用プログラム」推進体制

石川県では、「産業化資源」が農林水産品やモノづくり技術、観光資源等広範囲であることから、県庁内の関係部局（企画振興部・商工労働部・観光交流局・農林水産部）の連携・調整や、市町・業界及び国等との調整を行うため、以下のとおり「産業化資源活用プログラム」の推進体制を整備しました。

- 1 関係部局横断で本プログラムの積極的な推進を図るため、「産業化資源活用推進本部」を設置。
（第1回本部会議開催 本年2月23日）
- 2 商工労働部産業政策課内に、関係部局、市町、業界及び国等との調整を担当させるため「産業化資源活用推進グループ」を設置。（平成19年4月1日）
- 3 ISICOにおいても、国や県等と連携して、広く県内に存在する「産業化資源」を発掘・活用するためプロジェクト推進部に「産業化資源活用推進課」を設置。（平成19年4月1日）



「地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想」の概要

平成19年9月31日
三川町

1. 地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な方針

地域産業資源活用事業を促進する意義

- 本県企業の99.7%は中小企業であり、これらの企業が地域経済を支えていることから、これを支援していくことが重要な課題。
- 国(中小企業地域資源活用プログラム)は、地域産業資源(農林水産物、産地の技術、観光資源)を地域の強みとして中小企業による地域産業資源活用事業を支援するものであり、地域産業資源に恵まれた本県中小企業にとっては、その活用が重要。
- 県としては、中小企業の地域産業資源を活用した販路拡大を総合的に支援することを通じ、地域競争力を高め、競争力のある元気な産業づくりを進めていく。

2. 地域産業資源の内容

- ※指定する地域産業資源の条件
(国の基本方針)
- ①活用可能性
②国産品

農林水産物

凡しかわ戦作物(選定された品目)や加賀野菜、能登野菜などの特色ある産品素材としてブランド化を図っている産品物。「石川助四郎のさかき」に選定された本県の各季節を代表する水産物など、本県の特色ある農林水産物を指定

(主な産品)

- 能登大納言小豆、加賀野菜(金時草、薬師だいこん等)、能登野菜(中島菜等)、能登牛などの産品産物
- イカ、アマエビ、加賀びこ、コウハコガニなどの水産物など20件



3. 当該地域産業資源に係る地域経済活性化を促進する方策

地域産業資源活用事業を促進するための施策

- 中小企業への地域産業資源活用に関する情報提供の増進
- 産品や観光の魅力を情報発信等による地域産業資源や活用商品等の認知度向上
- 産地と首都圏等の企業や消費者をつなぐ場づくり
- 新たな地域産業資源の開発支援

地域産業資源の指定に当たっての基本的な考え方

- 〇指定する地域産業資源
 - 地域において共有され、域内の中小企業が現にあるいは潜在的に活用可能であり、他地域の同種の地域産業資源と比べて生産量や歴史的・文化的背景等の面で顕著な特徴を有し、消費者等に相当程度認識されている資源の中でも、特に中小企業の新たなビジネス創出に活用される可能性が高いもの。
 - 〇今回、指定されない地域産業資源への対応
 - 中小企業による当該地域産業資源の活用範囲や、新たな地域産業資源に関する研究開発の促進等に際して、指定する地域産業資源の内容を機動的に見直し、充実を図っていく。

地域産業資源活用事業の支援に当たっての基本的な考え方

- 地域振興を所管する企画振興課、商工業を所管する商工労働部、観光振興を所管する観光交流部、農林水産物を所管する農林水産部の4つの部局が参加する「産業化推進協議会」を推進本部(庁)を中心として構造的に情報交換、支援策料の開発を行う。
- 中小企業地域資源活用促進法に基づく認定事業を数多く輩出することを目標として、国や県、関係団体、研究機関と連携し、国や県の支援を併せて活用しながら、必要な情報やノウハウの提供等に努め、中小企業が行う地域産業資源活用事業を積極的に支援していく。

観光資源

国立・国定公園に指定されている白山や能登半島の白然や、黒六郎や金沢城公園などの文化遺産をはじめ、本県を代表する観光資源の中から、新たなビジネス創出に活用される可能性の高いものを指定

(主な資源)

- 黒六郎や金沢城公園などの文化遺産
- 白山国立公園、能登半島国立公園などの自然
- 能登半島コテージをはじめとするゆまの湯り
- 山中や山代、和志などの温泉地 など95件



その他関連する施策

- 次世代型企業の育成等を通じた、本県産品全体の国際競争力の向上
- 地域経済と雇用の中核である地場産業の活性化
- 本県の産業活力を支える人材の総合的育成及び確保

個別地域産業資源に関する施策

- 農林水産物の新たな商品価値の創造と販路拡大
- 有価他産品との連携による販路拡大の創出
- 産地等の意欲ある取り組みへの支援による伝統的工芸品産業の活性化
- 3大都市圏誘客1000万人構想の推進
- 需要の件立てるふるさと次世代への継承

地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想

石川県

1. 地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な方針

(1) 地域産業資源活用事業を促進する意義

本県の県内総生産は約4兆5,000億円であり、製造業、サービス業、卸売・小売業がその半数以上を占めている。また、本県企業の99.7%は中小企業であり、うち9割近くが小規模企業である。

これらの地場中小企業が地域産業における基幹企業となっており、地域経済を支えていることから、これを支援し、振興することは重要な課題である。

本県では、産業振興の基本指針である「石川県産業革新戦略」に基づき、産学・産業間の連携強化による「新産業の創出」や、高い競争力を有し、本県産業全体を牽引することが期待される「次世代型企业」の支援・育成を図るとともに、再生・事業転換や創業、経営革新、企業間の連携など、中小企業の意欲ある取り組みについても、きめ細かに支援してきたところである。

「中小企業地域資源活用プログラム」は、地域が保有している「地域産業資源（産地の技術、地域の農林水産品、観光資源等）」を、域外への事業展開において差別化の要素となり得る地域の「強み」として位置づけ、これら地域産業資源を活かした事業創出を通じて地域の自立的・持続的な成長を支援する取り組みであり、正に、地域経済活性化のための有効な処方箋である。

幸い、本県には、多くの先人たちが築きあげてきた歴史に裏打ちされた山中漆器や輪島塗、九谷焼、加賀友禅などの優れた伝統工芸や繊維加工等の産地の技術、加賀野菜や日本海の海の幸など能登・加賀の特色ある農林水産物、高い知名度を誇る城下町金沢や加賀温泉郷、和倉温泉などの湯量豊富な温泉、白山麓や能登の豊かな自然環境といった観光資源など、全国に誇るべき地域産業資源に恵まれている。

こうした地域の強みである優れた地域産業資源は、地域産業の強化や新たな地域産業創出の核となり得るものであることから、更に磨きをかけるとともに、中小企業による地域産業資源を活用した新商品・新サービスの開発や生産、需要の開拓など事業化に向けた取り組みを総合的に支援するなど、これら地域産業資源を活用した事業活動の促進を図ることを通じ、地域間競争を勝ち抜くための競争力のある元気な産業づくりを進めていくこととする。

(2) 地域産業資源の指定に当たっての基本的な考え方

本構想では、県内の中小企業の事業活動を促進し、地域産業の強化や新たな地域産業創出の核となり得る地域産業資源を、以下の観点に基づき特定するものとする。

- ① 地域において共有され、域内の中小企業が現にあるいは潜在的に活用可能であること
- ② 当該中小企業の競争力強化の源泉となり得るものであり、なおかつ、他地域の同種の地域産業資源と比べて、生産量や品質、機能、歴史的・文化的背景等の面で顕著な特徴を有しており、それによって消費者等に広く認識されているものであること

③ 本県に数ある魅力的な地域産業資源の中でも、特に中小企業による新たなビジネス創出に活用される可能性の高いものであること

また、特定する地域産業資源の内容については、中小企業による当該地域産業資源の活用実態や、新たな地域産業資源に関する研究開発の成果等に応じて、機動的に見直し、充実を図っていくこととする。

(3) 地域産業資源活用事業の支援に当たっての基本的な考え方

地域産業資源活用事業の支援に当たっては、地域振興を所管する企画振興部、商工業を所管する商工労働部、観光業を所管する観光交流局、農林水産業を所管する農林水産部の4つの部局が部局横断の下、参画する「産業化資源活用推進本部」（本部長：杉本副知事）を中心として緊密に情報交換し、中小企業地域資源活用促進法に基づく認定事業を数多く輩出することを目標として、積極的に支援案件の発掘などに取り組む。

また、国や市町、関係団体、研究機関と連携し、国や県の施策を併せて活用しながら、地域の中小企業が地域産業資源活用事業に取り組むに当たり必要となる商品の開発や生産、販路開拓等に関する情報やノウハウの提供等に努め、中小企業が行う地域産業資源活用事業を積極的に支援していく。

2. 地域産業資源の内容

本県において、その産業資源を活用した中小企業による事業を促進する意義があると考えられる資源は現在のところ以下のとおりである。

(1) 農林水産物（20件）

名 称	地域産業資源に係る地域
加賀野菜	金沢市、七尾市、小松市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、津幡町、内灘町、宝達志水町、中能登町
能登野菜	県全域
能登大納言小豆	県全域
ルビーロマン	県全域
加賀丸いも	金沢市、小松市、白山市、能美市
金沢青かぶ	金沢市、七尾市、珠洲市、羽咋市、かほく市、白山市、野々市町、津幡町、宝達志水町、中能登町、穴水町、能登町
能登栗	金沢市、七尾市、輪島市、羽咋市、かほく市、津幡町、内灘町、志賀町、宝達志水町、中能登町、穴水町、能登町
石川米	県全域
能登牛	金沢市、七尾市、輪島市、珠洲市、羽咋市、かほく市、津幡町、内灘町、志賀町、宝達志水町、中能登町、穴水町、能登町
のめぐみ (機能性豚肉)	金沢市、七尾市、小松市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、津幡町、内灘町、志賀町、宝達志水町、中能登町、穴水町、能登町
烏骨鶏	金沢市、白山市、津幡町
原木しいたけ	金沢市、小松市、加賀市、かほく市、白山市、能美市、川北町、津幡町
	七尾市、輪島市、珠洲市、志賀町、穴水町、能登町

能登ヒバ (アテ)	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、津幡町、宝達志水町、志賀町、中能登町、穴水町、能登町
カレイ	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、内灘町、宝達志水町、志賀町、穴水町、能登町
サヨリ	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、内灘町、宝達志水町、志賀町、穴水町、能登町
イカ	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、内灘町、宝達志水町、志賀町、穴水町、能登町
アマエビ	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、内灘町、宝達志水町、志賀町、穴水町、能登町
ブリ	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、内灘町、宝達志水町、志賀町、穴水町、能登町
加能ガニ (ズワイガニ) コウバコガニ	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、内灘町、宝達志水町、志賀町、穴水町、能登町
ナマコ	七尾市、珠洲市、穴水町、能登町

(2) 鉱工業品又は鉱工業品の生産に係る技術* (46件)

名 称	地域産業資源に係る地域
白山の伏流水	金沢市、白山市、能美市、川北町、野々市町
能登海洋深層水	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、津幡町、内灘町、志賀町、宝達志水町、中能登町、穴水町、能登町
河北潟の乳製品	金沢市、かほく市、津幡町、内灘町
海藻加工品	七尾市、輪島市、珠洲市、志賀町、穴水町、能登町
水産練製品	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、白山市、津幡町、志賀町、宝達志水町
干物	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、川北町、野々市町、津幡町、志賀町、宝達志水町、穴水町、能登町
かぶら寿し	金沢市、七尾市、小松市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、内灘町、津幡町、宝達志水町、中能登町、穴水町
魚の糠漬け・粕漬け	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、津幡町、宝達志水町、志賀町、穴水町、能登町
いしり (いしる等)	輪島市、珠洲市、志賀町、穴水町、能登町
ころ柿	志賀町、中能登町
加賀みそ	金沢市、小松市、加賀市、白山市、能美市、津幡町
大野醤油	金沢市、白山市

和菓子	県全域
堅豆腐・半堅豆腐	白山市
金沢佃煮	金沢市、かほく市、津幡町
加賀麩	金沢市、内灘町
清酒	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、白山市、能美市、野々市町、津幡町、宝達志水町、中能登町、穴水町、能登町
加賀茶	金沢市、小松市、加賀市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、津幡町、内灘町
化学繊維紡績糸	金沢市、七尾市、小松市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、津幡町、宝達志水町、中能登町、穴水町、能登町
ねん糸 かさ高加工糸	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、津幡町、内灘町、宝達志水町、志賀町、中能登町
絹織物	県全域
化合織織物	県全域
ニット生地	金沢市、小松市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、津幡町、内灘町、宝達志水町、志賀町、中能登町
レース	金沢市、小松市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、津幡町、内灘町、宝達志水町、志賀町
組ひも	金沢市、七尾市、小松市、輪島市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、津幡町、宝達志水町、志賀町、穴水町
細幅織物	七尾市、小松市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、津幡町、内灘町、宝達志水町、中能登町
田鶴浜建具	七尾市
割り箸	金沢市
塩	輪島市、珠洲市、能登町
ガラス工芸品	金沢市、七尾市、小松市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、津幡町、内灘町、宝達志水町、中能登町
珪藻土	金沢市、七尾市、輪島市、珠洲市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、津幡町、志賀町、宝達志水町
珪藻土製品	金沢市、七尾市、輪島市、珠洲市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、津幡町、志賀町、宝達志水町
木炭	金沢市、小松市、能美市、白山市、津幡町 七尾市、輪島市、珠洲市、穴水町、能登町
伝統的工芸品	
(九谷焼)	金沢市、小松市、加賀市、白山市、能美市、川北町、野々市町
(加賀友禅)	金沢市
(輪島塗)	輪島市
(山中漆器)	加賀市
(金沢仏壇)	金沢市
(金沢箔)	金沢市、津幡町
(七尾仏壇)	七尾市、中能登町

(金沢漆器)	金沢市、野々市町、内灘町
(牛首細)	白山市
(加賀繻)	金沢市、白山市、能美市
(和紙)	金沢市、白山市、川北町、野々市町
(美川仏壇)	小松市、白山市、能美市
(珠洲焼)	珠洲市

※鉱工業品の生産に係る技術については、鉱工業品の指定をもって、併せて指定したものとする。

(3) 文化財、自然の風景地、温泉その他の地域の観光資源 (95件)

名 称	地域産業資源に係る地域
白山国立公園	白山市
能登半島国立公園	七尾市、輪島市、珠洲市、羽咋市、志賀町、宝達志水町、中能登町、穴水町、能登町
越前加賀海岸国立公園	加賀市
犀川	金沢市
浅野川	金沢市
木場潟	小松市
鶴仙溪	加賀市
手取溪谷	白山市
獅子吼高原	白山市
内灘海岸	内灘町
宝達山	宝達志水町
のとキリシマツツジの植栽地	七尾市、輪島市、珠洲市、羽咋市、志賀町、宝達志水町、中能登町、穴水町、能登町
兼六園	金沢市
金沢城公園	金沢市
金沢の茶屋街	金沢市
長町武家屋敷跡	金沢市
尾山神社	金沢市
寺町寺院群	金沢市
大乘寺	金沢市
一本杉通りの伝統的な商家群	七尾市
那谷寺	小松市
安宅の関	小松市
白米の千枚田	輪島市
大本山總持寺祖院	輪島市
時国家	輪島市
橋立地区重要伝統的建造物群	加賀市
気多大社	羽咋市
妙成寺	羽咋市

白山比咩神社	白山市
喜多家住宅	野々市町
俱利迦羅不動尊	津幡町
ボラ待ちやぐら	穴水町
真脇遺跡	能登町
伝統的工芸品の工房	
(九谷焼)	金沢市、小松市、加賀市、白山市、能美市、川北町、野々市町
(加賀友禅)	金沢市
(輪島塗)	輪島市
(山中漆器)	加賀市
(金沢仏壇)	金沢市
(金沢箔)	金沢市
(七尾仏壇)	七尾市、中能登町
(金沢漆器)	金沢市
(牛首紬)	白山市
(加賀繡)	金沢市、白山市、能美市
(和紙)	金沢市、白山市、川北町
	輪島市
(美川仏壇)	小松市、能美市、白山市
(桐工芸)	金沢市
(檜細工)	白山市
(珠洲焼)	珠洲市
(加賀毛針)	金沢市、白山市
(大樋焼)	金沢市
(加賀竿)	金沢市
(木彫(加賀獅子頭))	金沢市、白山市
(加賀象嵌)	金沢市
(加賀提灯)	金沢市
(加賀水引細工)	金沢市
(金沢表具)	金沢市
(金沢和傘)	金沢市
(郷土玩具)	金沢市
(琴)	金沢市
(三弦)	金沢市
(太鼓)	白山市
(竹細工)	金沢市
(茶の湯釜)	金沢市
(鶴来打刃物)	白山市
(手捺染型彫刻)	金沢市
(銅羅)	金沢市

(七尾和ろうそく)	七尾市
(能登上布)	羽咋市、中能登町
(能登花火)	宝達志水町
あめの俵屋	金沢市
すず塩田村	珠洲市
青柏祭	七尾市
お熊甲祭	七尾市
お旅まつり	小松市
御陣乗太鼓	輪島市
山代大田楽	加賀市
白山地区の祭り	白山市
手取の火まつり	川北町
能登のキリコ祭り	七尾市、輪島市、珠洲市、志賀町、穴水町、能登町
山中温泉	加賀市
山代温泉	加賀市
片山津温泉	加賀市
粟津温泉	小松市
辰口温泉	能美市
白山温泉郷	白山市
湯涌温泉	金沢市
和倉温泉	七尾市
輪島温泉郷	輪島市
近江町市場	金沢市
輪島朝市	輪島市
加賀料理を提供する施設	金沢市、小松市、加賀市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、津幡町、内灘町
加賀の伝統芸能	金沢市、小松市、加賀市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、津幡町、内灘町
能登の伝統芸能	七尾市、輪島市、珠洲市、羽咋市、志賀町、宝達志水町、中能登町、穴水町、能登町
能登の里山里海	七尾市、輪島市、珠洲市、羽咋市、志賀町、宝達志水町、中能登町、穴水町、能登町
加賀の里山	金沢市、小松市、加賀市、かほく市、白山市、能美市、津幡町

3. 地域産業資源を用いて行う地域産業資源活用事業を促進することにより当該地域産業資源に係る地域の経済の活性化を推進する方策

1. 地域産業資源活用事業を促進するための施策

農林水産物や、伝統工芸・繊維加工等の産地の技術、観光資源などの本県の魅力ある地域産業資源を活用した中小企業による新事業を創出していくため、国の施策等を併せて活用しながら、地域産業資源の活用に係るノウハウの提供やビジネスネットワーク形成の場づくり、新たな地域産業資源の開発等に積極的に取り組む。

(1) 中小企業への地域産業資源活用に係る情報提供の推進

- 県内企業が地域産業資源活用事業の成果等から得た知識やノウハウを研究機関や関係団体等と連携して、収集、分析し、地域産業資源の特徴や活用方法等の情報を地域として活用できるよう蓄積、情報提供していくことにより、県内の中小企業による更なる地域産業資源の活用を促進する。
- (2) 県産品や観光の魅力情報を発信すること等による地域産業資源や活用商品等の認知度向上
 - 本県の魅力ある農林水産物や伝統的工芸品、観光資源等の地域産業資源及びそれを活用した商品やサービスに関する認知度を向上させるため、県内の関係団体とも連携して、県内外の企業や消費者等に向けて積極的に情報発信する。
- (3) 産地と首都圏等の企業や消費者をつなぐ場づくり
 - 関係団体や組合等が行う産地と首都圏等の企業のバイヤーや消費者をつなぐ場づくりを支援し、ビジネスネットワークの形成を支援する。
- (4) 新たな地域産業資源の開発支援
 - 県内の試験研究機関における農林水産物の機能性等を解明する研究開発や、県内の関係団体による地域ブランド創出の取り組み等に対する支援を通じ、これまで経営資源として認識されていなかった資源の価値向上等を図り、地域産業資源として開発していく。

2. 個別地域産業資源に関する施策

中小企業が行う地域産業資源活用事業への支援に加え、産地や関係団体等と連携し、また、その意欲ある取り組みを支援することにより、地域産業資源活用事業の促進を通じた伝統工芸や繊維等の技術、農林水産品や観光資源などの本県の魅力ある地域産業資源に関する地域産業の発展を実現（促進）するため、以下の施策を実施する。

- (1) 農林水産物の新たな商品価値の創造と販路拡大
 - ① 食品産業と農林水産業の連携を促進し、特産品や伝統食品が持つ抗酸化作用や血圧上昇抑制効果などの機能性等の検討・評価を行い、それらを活用した商品づくりを進める。
 - ② 消費者・実需者のニーズや農林水産物の特長等を踏まえた商品・製品の開発や輸出を含めた販路開拓を進める。
 - ③ 加賀・能登の自然や歴史、食文化などを効果的に組み合わせた、県産農林水産物の魅力の情報発信や普及啓発を進める。
 - ④ 「加賀」、「能登」などの地域名を冠した地域団体商標など「知的財産」の取得・活用を促進する。
- (2) 他産業との連携による繊維新産業の創出
 - ① 有望他産業との連携により、繊維産業の産業資材分野（自動車用部材や土木建築資材等）への展開を促進する。
 - ② バイヤーが集積する大都市圏における展示商談会等の開催を支援する。
- (3) 産地等の意欲ある取り組みへの支援による伝統的工芸品産業の活性化
 - 国内外への見本市への出展など販路開拓を支援するとともに、後継者の育成など伝統産業の振興を図る。

- ① マーケティングや販路、市場開拓力の強化に向けた取組みを支援する。
 - 国際総合見本市の出展や販路開拓のためのコーディネーターの活用に対し支援する。
 - 新商品開発、製造設備近代化及び経営的に自立する場合の施設整備に対し支援する。
- ② 温新知故産業の創出を図る。
 - IT技術と連携した新たなデザイン開発手法（デジタルショールーム）の開発・活用を図る。
- ③ 熟練した技の伝承に向け、後継者の確保と養成を支援する。
 - 山中漆器産業技術センター、九谷焼技術研修所、輪島漆芸技術研修所を通じて熟練した技の伝承と後継者の養成を図る。
 - 伝統工芸に携わる若手技術者の定着を図る。
 - 首都圏におけるクラフトギャラリー出展助成など、若手作家の作品の発表機会の拡大等を支援する。
- (4) 3大都市圏誘客1000万人構想の推進
 - ア. 観光素材に磨きをかけ、石川の観光ブランドを確立する。
 - ① 伝統工芸と伝統芸能、地域の食文化を活用する。
 - 本県の伝統的工芸品の心と技を、見て・触れて・感じる機会を提供するとともに、販売を促進し、観光振興につなげる。
 - 能や邦楽などの伝統芸能に観光客がより多く触れることができるよう、鑑賞機会を充実する。
 - 本県ならではの季節感あふれる豊かな食材や「いしる（いしり）」など本県独自の食文化の情報を発信する。
 - ② 温泉地など観光地の活性化と多様な観光資源の活用を図る。
 - 千里浜なぎさドライブウェイなど県内の代表的な景勝地、城址、庭園、山岳など価値のある文化・自然遺産を保全し、観光資源として更なる活用を図る。
 - 温泉情緒のある街並み整備を進めるとともに、健康維持と癒しの温泉づくりなど、個性ある温泉地づくりを支援する。
 - イベント・コンベンションの誘致拡大と活用を図る。
 - 伝統的な祭りや行事など、様々な地域資源を活用した旅を提案、推進する。
 - ③ 体験交流観光を推進する。
 - 工場の視察ツアーなどの「産業観光」の資源を発掘し、誘客に活用する。
 - 参加体験型の修学旅行などのニーズに対応し、学校・旅行代理店との連携により、伝統工芸体験や郷土の料理体験など、様々なプログラムを企画・提案する。
 - 豊かな自然や里山を活用した多彩なツアーメニューを提案できるインストラクターを育成するとともに、受け入れネットワークを拡充してグリーン・ツーリズム、エコ・ツーリズムを推進する。
 - イ. おもてなしの心を高めるとともに、観光情報を効果的に発信する。
 - ① おもてなしを充実する。

- 県民や第一線で観光事業に携わる従業員などに啓発活動や研修の実施を通じて、おもてなしのこころを育む。
- 観光の様々な分野でユニバーサルデザインを推進し、全ての人にやさしい観光地づくりに努める。
- 県外からの観光客がわかりやすい案内板等の充実に努める。
- 観光客の満足度の調査やインターネットの活用により広く意見を収集し、その結果を施策に反映させる。
- ② 観光人材を育成し、地域のボランティア等の活動を支援する。
 - プランニングやマネジメント能力を習得するセミナーにより、業界リーダーを育成する。
 - 観光人材を育成するための専門大学の誘致や専門学科の設置など観光人材を育成する体制の充実に努める。
 - 観光関連産業の功績者を観光マイスター（マイスターは名人、師匠の意味）として顕彰し、業界のレベルアップを目指す。
 - 観光ボランティアガイドの育成と観光地での活躍を促進する。
- ③ ターゲットを意識して、戦略的に観光情報を発信する。
 - ターゲット（ファミリー、女性、団塊世代、高齢者）をしぼり効果的に情報発信する。
 - 観光情報PR体制の強化やインターネットによる情報提供の充実に努める。
 - 情報発信効果の高い映画やドラマ等の誘致を推進する。
 - 石川にゆかりの深い著名人や石川ファンによる観光PR、ほっと石川観光倶楽部の活用など、口コミやリピーターに繋がる取組みを進める。
- (5) 愛着の持てるふるさとを活用した地域振興の推進と次世代への継承
 - ア. 集落の存続に不可欠な働く場の確保に向け、中山間地域を含む過疎地域等の地域特性を活かした産業基盤づくりの推進
 - ① アグリビジネスの起業化や特産物の育成等による所得の確保を図る。
 - 販売や経営の専門家等の派遣や技術研修の開催により、加工品開発や直売、農家レストラン・農家民宿の開業等のアグリビジネスの起業化を促進する。
 - イ. 地域の活力を育むため、産学官と連携しながら、地域づくり活動の担い手の育成や多彩な地域資源を活用した地域づくりの支援
 - ① 地域の誇りと愛着を持ち、地域づくり活動の核となる人材や地域づくり団体の育成を図る。
 - 「いしかわ地域づくり塾」の開講などにより引き続き人材を育成する。
 - ② 地域が有する多彩な資源を活用して、創意工夫を凝らして行う地域づくりを支援する。
 - 奥能登ウェルカムプロジェクト戦略研究会の検討を踏まえた広域連携事業の推進やビジネスモデルの実現に向けて取り組む。
 - 本県の特色である高等教育機関の集積を活かした取組みや県外大学サークルの合宿誘致など先導的な事業の展開を図る。

3. その他関連する施策

上記施策のほか、将来の本県産業を牽引することが期待される「次世代型企业」の支援・育成や、中小企業の再生・事業転換や創業、経営革新、企業間の連携などの意欲ある取り組みの支援、本県の産業活力を支える人材の総合的育成及び確保等の支援などの施策については、地域産業資源活用事業の促進による地域経済の活性化に図る際にも、非常に有効な施策であることから、積極的に活用していくこととする。

(1) 次世代型企业の育成等を通じた、本県産業全体の競争力の向上

高い競争力を有し、県産業全体を牽引することが期待される「次世代型企业」の育成等を通じ、本県産業の競争力を向上させる。

- ① 飛躍的な成長が期待できるニッチトップ企業等に対し、オーダーメイド型の支援・育成を行うことにより、本県産業全体を牽引する企業の創出を図る。
 - 飛躍的な成長が期待できる企業を発掘し、オーダーメイド型の集中支援・育成を実施する。
 - 大学研究者、公認会計士、弁理士、ベンチャーキャピタル、総合商社など、県内外の一流専門家との独自のネットワークを構築し、連携先の紹介や研究開発及び事業化への助言など具体的なアドバイスを行う。
- ② 次代を担うニッチトップ企業予備軍を育成するため、革新的ベンチャー企業の創出を推進する。
 - 優れた技術シーズを有する革新的ベンチャー企業の創出に対するきめ細かな支援を行う。
 - スタートアップ段階にあるインキュベーション施設入居者に対するきめ細かな支援を行う。
- ③ 知的財産の戦略的な創造、保護及び活用を推進し、本県企業の更なる成長・発展を支援する。
 - 県内企業による開放特許の活用など知的財産の戦略的活用を促進する。
 - 海外での模倣品被害など知的財産トラブルへの対応を支援する。
- ④ 企業や大学との連携を一層強化することに加え、企業の新製品・新技術開発に対する機能の充実や県内外の試験研究機関等との連携により、工業試験場の機能強化を図り、本県企業の研究開発力の向上等を支援する。
 - 工業試験場の有する知的財産や技術的ノウハウ等の技術移転を促進する。
 - 工業試験場の依頼試験・分析機能の充実を図る。
- ⑤ 民間のノウハウやネットワークを活用し、道の駅の活性化やいしかわ新商品トライアル発注制度等の新たな取組みにより、地域資源の発掘・販路開拓や県内企業の新商品の開発・販路開拓を支援する。
 - 「道の駅」を活用して特産品の販路開拓を行う。
 - 県内中小企業が開発した新商品を県・民間企業で試験的に使用・評価することにより、販路開拓を支援する。
- ⑥ 県海外事務所や総合商社等の海外ネットワークを通じ、アジアや欧米等における最新のトレンドを収集・把握し、県内企業等へ情報発信することにより、県内企業

の海外展開や販路拡大を支援する。

○県内企業が行う中国など海外への販路開拓を支援する。

○海外展開のためのビジネスパートナーの発掘・紹介、対日投資ミッションの招聘等により、外国企業等と県内企業とのマッチングを推進する。

(2) 地域経済と雇用の中核である地場産業の活性化

再生・事業転換支援の着実な実施や創業・経営革新・企業間の連携など意欲ある取組みに対し、支援機関相互が連携し、中小企業の状況や課題に応じたきめ細かな支援を行う。

① 厳しい経営環境にある中小企業の再生・事業転換の支援を推進し、本県経済の担い手である中小企業の経営の安定化を図る。

○再生・事業転換に意欲的に取り組む企業を経営・金融両面から総合的に支援する。

② 経営革新・企業間の連携など、中小企業の新たな取組みを掘り起こし、経営基盤の強化を図る。

○中小企業が今日的な経営課題に即応するために行う経営革新等の新たな取組みに対し経営・金融面等から幅広く支援する。

③ 新規創業を目指す起業家の発掘・育成を推進し、本県経済を支える中小企業の裾野の拡大を図る。

○創業しやすい環境づくりを行い、新規創業を目指す起業家の発掘・育成を推進する。

④ 事業承継の円滑化に向けた支援を行い、中小企業の経営基盤の維持を図る。

○経営者の高齢化などに伴い、重要な経営課題となっている事業承継について、意識啓発、関係制度の周知等に取り組む。

⑤ 県、国、中小企業基盤整備機構、市町、経済団体、政府系金融機関等の支援機関相互の緊密な連携により、企業の状況・課題に応じたきめ細かな支援を推進する。

(3) 本県の産業活力を支える人材の総合的育成及び確保

人口減少時代においても産業活力を維持していくため、人材の質的向上、高度な専門人材の誘致、再チャレンジへの支援、企業のOB人材や女性・高齢者の活用など人材の裾野拡大に取り組む。

① 産学官が連携し、次代の経営者を育成する石川経営天書塾の開催や中核的人材の育成を図るとともに、人材アドバイザーの設置等を通じ、県内企業の人材採用・定着・育成の取組みを支援し、足腰の強い産業基盤を形成する。

○産学官の協同により、モノづくり産業の若手経営者等を対象とした「石川経営天書塾」を開催し、次代を担う経営マネジメント人材を育成する。

② 企業ニーズと求職者ニーズのマッチングを通じ、高度専門人材の首都圏等からの誘致及び県内就職を推進するとともに、本県へのUIターン希望者の発掘や円滑な就職を促進し、本県の産業人材に更なる厚みを加える。

○首都圏等の人材紹介会社と連携し、高度な専門技術を有する人材の誘致を促進する。

○県内外の大学等と連携し、新卒者等の県内企業への就職を促進する。

- U I ターン相談の拡充を図り、本県出身者等のU I ターンを促進する。
- ③ 将来を見据えた早い段階から若者が県内企業の魅力に触れる機会を創出するとともに、正規雇用の促進、フリーター・ニート等の就業支援を行う。また、出産・子育てを機に退職した女性の再チャレンジや定年退職した高齢者など意欲ある人材の再就職の支援等により、労働者の生活の安定・充実と産業人材の裾野の拡大を図る。
 - 若者しごと情報館とジョブカフェ石川を一体的に運営し、企業の若年人材の確保に対する支援や若者の職業設計、職業選択能力の向上に対する支援を強化する。
 - 職場実習等を通じニート等の職業的自立の支援や働く権利の周知による正規雇用の促進を図る。
 - 出産・育児等で離職した女性で再チャレンジを希望する者に対する支援として、職業訓練や相談体制等の充実を図る。
 - 企業に対し定年の引き上げ、継続雇用制度の普及啓発を行うとともに、意欲ある退職者の再就職の支援、シルバー人材センターの活用などにより、高齢者の多様な就業機会の提供に努める。
- ④ 地域・企業ニーズに対応した職業訓練や在職者訓練の拠点として産業技術専門校の充実を図るとともに、若年者・企業OB等職歴の各段階に応じた職業能力の開発、団塊世代等ベテランが培ってきた技術・技能等の継承を推進する。
 - 各地域の産業界、求職者等のニーズを踏まえつつ、訓練分野の重点化を図るなど産業技術専門校の訓練科目の見直し・再編を行う。
 - ものづくり技能継承塾など技能の継承を主眼とした在職者訓練を推進する。

事業計画の認定と認定に基づく主な支援内容について

事業計画の認定について

中小企業者は、「中小企業地域資源活用促進法」に基づき、基本構想や国の定める基本方針に従い、地域資源を活用した具体的な事業計画「地域産業資源活用事業計画」を作成し、各都道府県を経由して、国の認定を受けることができます。

事業計画の認定を受けた中小企業者は、専門家によるアドバイスなどのほか、試作品開発や販路開拓に対する補助、設備投資減税、中小企業信用保険法の特例、政府系金融機関の低利融資による支援を受けることができます。

現在、法律認定を目指す中小企業者の取組を支援するため、石川県においては、独立行政法人中小企業基盤整備機構北陸支部に設置された「地域支援事務局」や財団法人石川県産業創出支援機構に設置された「石川県地域支援事務局」において、事業計画の相談受付を行っています。

認定スケジュールについて

事業計画書は、石川県へ提出してください。

提出先：石川県 商工労働部産業政策課 産業化資源活用推進グループ

住 所：〒920-8580 石川県金沢市鞍月1-1

電 話：076-225-1519

県への提出から評価を経て、中部経済産業局からの認定の可否についての通知まで、概ね1月～2月程度を要します。

事業計画の認定は2ヶ月に1回程度の頻度で行っております。

事業計画書について

「石川県への提出様式」及び「事業計画書」の様式は次のページのとおりです。

なお、この様式については、中部経済産業局のホームページからダウンロードが可能です。

中部経済産業局のホームページの「《事業計画書について》」より

<http://www.chubu.meti.go.jp/keiei/sesaku/kouso.htm>

石川県への提出様式

地域産業資源活用事業計画に係る認定申請書の提出

年 月 日

石川県知事 殿

住 所
名 称 及 び
代表者の氏名 印

中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律第6条第1項の規定に基づく認定を受けたいので、同法第6条第2項の規定に基づき、別添の地域産業資源活用事業計画に係る認定申請書を提出します。

(備考)

用紙の大きさは、日本工業規格A4とし、記名押印については、氏名を自著する場合、押印を省略することができる。

事業計画の様式

様式第1

地域産業資源活用事業計画に係る認定申請書

年 月 日

主務大臣 殿

住 所
名 称 及 び
代表者の氏名 印

中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律第6条第1項の規定に基づき、別表1の計画について認定を受けたいので申請します。

(備考)

用紙の大きさは、日本工業規格A4とし、記名押印については、氏名を自署する場合、押印を省略することができる。

(記載要領)

申請者は以下の要領に従って、地域産業資源活用事業計画（別表1）の必要事項を記載すること。ただし、地域産業資源活用事業計画を共同で作成、実施する場合にあっては、別表3、4については、共同申請者ごとに記載すること。

1. 事業名

事業の内容が分かり易い名称を記載すること。

2. 申請者及び共同申請者

申請者名は、共同で地域産業資源活用事業計画を実施する場合においては、「代表者」となる事業者を1名定め、当該事業者の名称及びその代表者を記載し、「代表者」以外の地域産業資源活用事業計画共同申請事業者については、(別表5)に、「住所」「名称及び代表者の氏名」欄を繰り返し設けて記載し、それぞれ代表者印を押印すること。

3. 事業の目標

計画終了時期までに、どのような商品・役務を開発・生産し、どの程度の需要開拓を行うのかを簡潔に記載する。

4. 事業の内容及び実施期間

(1) 計画実施期間

計画の実施の始期と終期を記載すること。計画期間は3年以上5年以内とすること

(2) 開発・生産（提供）・需要開拓を行おうとする商品（役務）の内容

① 商品又は役務の概要

地域産業資源の特徴を活用して、どのような商品（役務）を開発、生産（提供）、

需要開拓するのか、概要を記載する。

② 市場ニーズ・市場規模、競合する類似商品・役務との相違点等

(i)どのようなニーズを踏まえて当該商品（役務）を開発・生産（提供）・需要開拓しようとしているのか、(ii)市場の規模はどれくらいか、(iii)競合製品としてどのようなものが考えられ、それと比べてどのように優れているのかについて、その分野等に応じて、できるだけ定量的な指標を用いて、具体的かつ明瞭に記載する。

(3) 活用する地域産業資源

① 地域産業資源の名称（地域名もあわせて記載する）

都道府県が公表した「当該都道府県における地域産業資源活用事業の促進に関する基本的な構想（認定基本構想）」を参照して、本事業において活用する地域産業資源の名称をその地域名と合わせて記載する。

② 商品・役務の優れた特性を実現するために不可欠な要素として用いる地域産業資源の特性

以下のいずれかを記載する。

- ・当該商品の強みとなる品質、機能又は効用を実現するために不可欠な原材料又は部品として用いられる地域産業資源の特性（本事業が、地域産業資源である農林水産物又は鉱工業品を利用して行う商品開発、生産、需要の開拓の場合）
- ・当該商品の強みとなる品質、機能又は効用を実現するために不可欠なものとして用いられる技術の特徴（地域産業資源である鉱工業品の生産技術を利用して行う商品開発、生産、需要の開拓の場合）
- ・当該商品（役務）の強みとなる品質、機能又は効用を実現するために不可欠なものとして用いられる観光資源の特徴（地域産業資源である観光資源の特徴を利用して行う商品の開発、生産、需要の開拓又は役務の開発、提供、需要の開拓の場合）

③ 地域産業資源の活用の視点

当該地域産業資源の特徴をどのように活かして、商品や役務の強みとなる品質、機能又は効用を実現するのかを記載する。特に、従来の活用方法に比べてどのような点で新たな特徴や工夫が見られるのかについて記載する。

また、当該商品等の販売に際し、商品等の優れた品質、機能又は効用の要因としてその地域産業資源に言及する予定の有無を記載する。

(4) 実施計画

① 実施計画の概要

その商品（役務）をどのような方法・スケジュールで開発、生産（提供）、需要開拓するのか、その取組の概要について記載する。

② 実施計画の内容（別表2）

具体的に行う活動の内容を、次の要領により（別表2）に記載する。

- ・番号は、1、2、1-1、1-2、1-1-1、1-1-2というように、実施項目を関連付けて記載すること。
- ・実施項目は、具体的な実施内容を記載すること。
- ・実施時期は、実施項目を開始する時期及び終期を4半期単位で記載すること。1-

1 は初年の最初の四半期に開始、3 - 4 は3年目第4四半期開始を示す。

③ 商品の生産又は役務の提供を行う地域

商品の生産又は役務の提供を行う地域（都道府県及び市町村）を記載する。

(5) 需要開拓の見通し

① 需要開拓の方針

需要の開拓を進めていく方針・戦略を記載する。

② 売上計画（別表3）

・市場ニーズ・市場規模、競合する類似商品・役務との相違点、需要開拓の方針等を踏まえて、当該商品等の売上等の見込みを記載する。

・売上高のうち、域外分とは、地域産業資源の存する地域以外の地域に対するものをいう。

（注）当該需要の開拓の規模目標が一定の基準を満たし、申請者が希望する場合、別途、課税の特例を申請することができる。

(6) 地域における関係事業者等との連携の方策

地域産業資源活用事業を通じた活用の視点の提示や需要開拓を、地域における知識やノウハウ等の蓄積や地域の中小企業等の事業活動の促進に繋げるために、地域における関係事業者等と連携する事項がある場合は、その具体的内容を記載する。

5. 必要な資金の額及びその調達方法

資金計画（別表4）

- ・地域産業資源活用事業部分について記載すること。
- ・共同申請者がいる場合は、申請者毎に作成すること。

6. その他

- ・施行規則第1条第2項に規定する定款、貸借対照表及び損益計算書等を添付すること。
- ・その他、地域産業資源活用事業を説明するにあたり、必要と思われる書類を添付すること。

(別表1)

地域産業資源活用事業計画

事業名	
申請者（共同申請者は別表5に記載する）	
名 称：	資 本 金：
住 所：	従 業 員 数：
代表者名：	業 種：
連 絡 先：	決 算 月：
事業の目標	計画終了時期までに、どのような商品・役務を開発・生産し、どの程度の需要開拓を行うのかを簡潔に記載する。
事業の内容及び実施期間	<p>(1) 計画実施期間（平成 年 月 日～平成 年 月 日）</p> <p>(2) 開発・生産（提供）・需要の開拓を行おうとする商品（役務）の内容</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商品又は役務の概要 ・市場ニーズ・市場規模 ・競合する類似商品・役務との相違点等 <p>(3) 活用する地域産業資源</p> <ul style="list-style-type: none"> ・地域産業資源の名称（地域名もあわせて記載する） ・商品・役務の優れた特性を実現するために不可欠な要素として用いる地域産業資源の特性 ・地域産業資源の新たな活用の視点 <p>(4) 実施計画</p> <ul style="list-style-type: none"> ・実施計画の概要 ・実施計画の内容（別表2） ・商品の生産又は役務の提供を行う地域 <p>(5) 需要開拓の見通し</p> <ul style="list-style-type: none"> ・需要開拓の方針 ・売上計画（別表3） <p>(6) 地域における関係事業者等との連携の方策</p>
必要な資金の額及びその調達方法	資金計画（別表4に記載する）

(別表 3)

地域産業資源活用事業に係る商品・役務の売上収支計画

(単位 千円)

	1年後 (年 月期)	2年後 (年 月期)	3年後 (年 月期)	4年後 (年 月期)	5年後 (年 月期)
①売上高					
うち、域外					
②売上原価					
③売上総利益 (①-②)					
④販売費及び一般管理費					
⑤営業利益 (③-④)					
⑥売上高営業利益率 (⑤÷①)					

(注) 計画期間に合わせて記入すること。

(別表 4)

資金計画

(単位 千円)

	1年後 (年 月期)	2年後 (年 月期)	3年後 (年 月期)	4年後 (年 月期)	5年後 (年 月期)
①設備投資額					
②運転資金増加額					
③資金調達額合計 (①+②)					
補助金・委託費等					
金融機関借入					
うち、政府系金融機関					
自己資金					
その他					

(注) 計画期間に合わせて記入すること。

(別表 5)

共同申請者 (共同申請の場合のみ)

共同申請者 (共同申請の場合のみ)	
①名称 ②住所 ③代表者名 ④連絡先	①資本金 ②従業員数 ③業種
①名称 ②住所 ③代表者名 ④連絡先	①資本金 ②従業員数 ③業種

法認定に基づく主な支援内容について

「中小企業地域資源活用促進法」の認定を受けるメリット

- メリット1：支援事務局によりマーケティング等の専門家による継続的なアドバイス（ハンズオン支援）が原則無料で受けられます。
- メリット2：国が関係県の意見も踏まえた上で、「地域産業資源を活用した地域活性化に貢献する新たな取組みであって、事業性も高い事業」と認定されます。
- メリット3：域外市場を狙った新商品等の開発・事業化を行う場合、以下の手厚い支援が活用可能となります。

支援内容について

補助金

●地域資源活用売れる商品づくり支援事業

法律の認定を受けた地域の中小企業、組合などが行う、新規性の高い商品開発等に対し、試作品開発やデザイン改良、展示会出展などに係わる経費の一部を補助します（補助率：2/3以内）。

お問い合わせ先：中部経済産業局 産業部 中小企業経営支援室

電話：052-951-0521

●商談会やアンテナショップに対する優先的な出展

独立行政法人中小企業基盤整備機構が主催する商談会やアンテナショップに対する優先的な出展が可能となります。

お問い合わせ先：独立行政法人中小企業基盤整備機構 北陸支部

電話：076-223-5855

融資

●政府系金融機関による低利融資制度

認定を受けた地域資源活用事業計画に基づき事業を行うために必要な設備資金及び運転資金について、政府系金融機関が優遇金利で融資を行います。

お問い合わせ先：商工組合中央金庫金沢支店 電話：076-221-6141

：中小企業金融公庫金沢支店 電話：076-231-4275

：国民生活金融公庫金沢支店 電話：076-263-7191

：国民生活金融公庫小松支店 電話：0761-21-9101

参考：政府は平成20年10月に、商工組合中央金庫を「株式会社商工組合中央金庫」へ、また、国民生活金融公庫や中小企業金融公庫などを統合して「株式会社日本政策金融公庫」に移行し民営化にすることを発表しております。

●高度化融資制度

認定を受けた地域資源活用事業計画に基づき中小企業者が共同で事業環境の改善や経営基盤の強化に取り組む際に必要となる設備資金について、中小機構が都道府県と協力して融資を行います。

お問い合わせ先：石川県 商工労働部 経営支援課 電話：076-225-1525
 独立行政法人中小企業基盤整備機構 地域経済振興部 電話：03-5470-1528

信用保証

●信用保証の特例

中小企業者が金融機関から融資を受ける際、信用保証協会が債務保証をする制度で、認定を受けた地域資源活用事業計画に基づき事業を行う中小企業者は次の措置を受けることができます。

*普通保証等の別枠設定

普通保証2億円、無担保保証8,000万円、特別小口保証1,250万円、売掛債権担保融資保証1億円に加えて、それぞれ別枠で同額の保証を受けることができます。

*新事業開拓保証の限度額引き上げ

新事業開拓保証の限度額が2億円から4億円（組合4億円から6億円）に拡大されます。

お問い合わせ先：石川県信用保証協会 保証部・経営支援室 電話：076-222-1522

●食品流通構造改善促進機構による債務保証等

認定を受けた食品の製造等の事業を行う中小企業者について、食品流通構造改善促進機構が認定事業に必要な資金の借りに係わる債務の保証等を行います。

お問い合わせ先：財団法人食品流通構造改善促進機構 構造改善部 電話：03-5543-8025

その他

●設備投資減税

認定を受けた地域資源活用事業計画に基づき事業を行う中小企業者が取得した機械、装置について、取得価格の7%の税額控除（リースの場合は費用総額の60%相当額の7%）または初年度30%の特別償却が認められます。

お問い合わせ先：中部経済産業局 産業部 中小企業経営支援室 電話：052-951-0521

●中小企業投資育成株式会社の特例

認定を受けた地域資源活用事業計画に基づき事業を行う中小企業者が増資等を行う場合、資本金3億円を超える株式会社であっても投資育成会社の投資対象に追加されます。

お問い合わせ先：名古屋中小企業投資育成株式会社 電話：052-581-9541

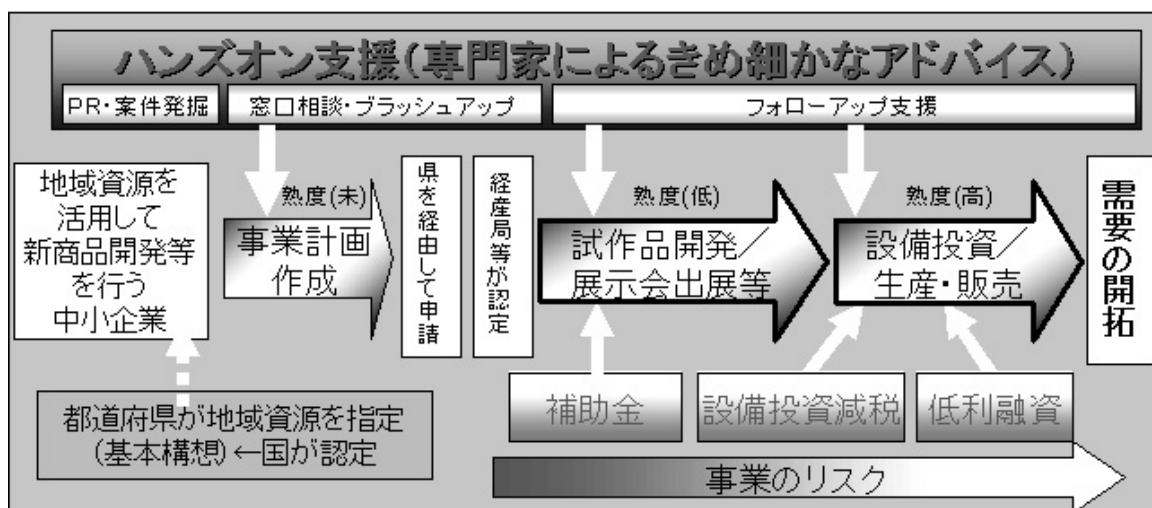
ハンズオン支援について

～専門家によるきめ細かなアドバイスを行います～

《ハンズオン支援とは》

中小企業者の消費者等に向けた地域産業資源を活用した事業化を効果的に支援します。

●ハンズオン支援事業の概念図



《地域支援事務局のご紹介》

●支援事務局の役割

企業での実務経験や企業支援経験の豊富な者等からなるGM（ゼネラルマネージャー）、PM（プロジェクトマネージャー）をはじめとした外部の専門家等を配置し、事業者の方からの事業を実施する上で必要なあらゆる経営課題について、適切に助言を行うとともに、必要に応じて、関係先への働きかけのサポートするなど、きめ細かな支援を実施します。

1. 事業のPR

説明会等を実施することで、事業者の方の本施策活用の取り組みを促進

2. 窓口相談

本施策を活用しようとする事業者の方に対する相談窓口を設け、制度の説明を行うとともに、今後の取り組み方向について助言

3. 事業計画策定支援（ブラッシュアップ支援）

窓口相談等により、事業の熟度が高まり、概ね半年くらい重点的・集中的に支援することで、法の認定に相当するレベルまで事業の熟度を上げることが見込まれるものを対象

支援（フォローアップも含む）にあたっては、PMをチームリーダーとして、金融機関（事業者の取引行等）、関係支援機関、関係県、経済局、事務局と適宜、関連分野の専門家を入れた「支援チーム」を結成

4. 事業計画実施支援（フォローアップ支援）

法の認定を得られた事業について、計画期間中（3年以上5年以内）、定期的に進捗

状況を把握し、取り組みが遅れている場合等について、適宜、必要な追加的支援を実施

《連絡先》

●北陸地域支援事務局

金沢市広岡3-1-1 金沢パークビル10階

独立行政法人中小企業基盤整備機構 北陸支部内

電話：076-223-5855／ファックス：076-223-5762

対象地域：石川、富山

《各県地域支援事務局》

ハンズオン支援の体制をさらに強化し、中小企業の地域資源活用の動向を素早く把握、より地域密着型で支援を展開するため、9月3日、各都道府県内の相談窓口である「都道府県別地域支援事務局」を全国49箇所に開設しました。

中部地域では、愛知県、岐阜県、三重県、富山県、石川県に各1箇所「県地域支援事務局」を開設し、「中部地域支援事務局」及び「北陸地域支援事務局」と連携して、窓口相談、案件発掘、施策普及等、きめ細やかな支援を行っていきます。

○石川県の支援窓口はこちら

財団法人石川県産業創出支援機構

プロジェクト推進部 産業化資源活用推進課

電話：076-267-6291／ファックス 076-268-1322

認定された地域産業資源活用事業計画について

認定案件一覧

中部経済産業局は、平成19年6月29日に施行された「中小企業による地域産業資源を活用した事業活動の促進に関する法律（中小企業地域資源活用促進法）」に基づき、中小企業者から申請された「地域産業資源活用事業計画」について認定を行いました。

中部地域では、第1号として平成19年10月12日に12件の計画について事業認定がなされ、うち北陸地域（石川県・富山県）から8件、第2号として平成19年12月10日に13件の計画について事業認定がなされ、うち北陸地域から6件が認定され、石川県は8件の認定となりました。

北陸地域（石川県・富山県）認定一覧表

No.	事業名	地域資源	申請者名	所在地	認定日
1	「夏の大根寿し」の製造販売	かぶら寿し (産地技術)	三和食品株式会社	富山県 南砺市	平成19年 10月12日
2	薬膳おせち料理の事業化	薬膳 (産地技術)	有限会社五万石	富山県 富山市	平成19年 10月12日
3	世界で初めての“噛むサプリメント”である「噛み噛みサプリ」の製造販売	富山のくすり (産地技術)	明治薬品株式会社	富山県 富山市	平成19年 10月12日
4	「高岡銅器」の鑄造技術を活用した高純度錫（すず）のキッチンウェアと介護用カトラリー（スプーン、フォーク、ナイフ等金属製食器）の製造販売	高岡銅器 (産地技術)	株式会社能作	富山県 高岡市	平成19年 10月12日
5	清酒の醗酵技術を応用した化粧品事業	清酒 (産地技術)	株式会社福光屋	石川県 金沢市	平成19年 10月12日
6	珪藻土を活用した無灌水型緑化システムの品質向上および販路開拓	珪藻土 (産地技術)	株式会社アースエン 지니어リング	石川県 金沢市	平成19年 10月12日
7	ノンシュガー・ノンアルコール飲料「玄米あまぎけ」の販路開拓	大野醤油 (産地技術)	株式会社ヤマト醤油 味噌	石川県 金沢市	平成19年 10月12日
8	微細な害虫の侵入を防ぎながら、通気性と強度を確保した農業用ネットの事業展開	化合繊維物 (産地技術)	株式会社能任七	石川県 かほく 市	平成19年 10月12日
9	冷凍ます寿司の製造販売	ます寿し 【鈷工業品】	山口アルク株式会社	富山県 富山市	平成19年 12月10日

10	「富山の深層水」を活用した機能性飲料「キレアウォーター（特定保健用食品）」、「ユトリアウォーター」の製造販売	富山の深層水 【鉱工業品】	五洲薬品株式会社	富山県 富山市	平成19年 12月10日
11	覆輪技法などの伝統技術を活かしつつ、3次元CGを活用し、現代の生活様式に合った金沢漆器の飾り小箱の企画製造と販路開拓事業	伝統的工芸品 (金沢漆器) 【鉱工業品】	株式会社能作	石川県 金沢市	平成19年 12月10日
12	輪島塗の伝統的な「漆布着せ・蒔地技法」を応用して独自に開発した、傷がつきにくい普段使いの漆器の企画製造並びに販路開拓	輪島塗 【鉱工業品】	桐本木工所	石川県 輪島市	平成19年 12月10日
13	烏骨鶏を活用した「烏骨鶏発芽玄米がゆ」の事業化	烏骨鶏 【農林水産物】	株式会社烏骨鶏	石川県 金沢市	平成19年 12月10日
14	偏平糸を独自技術で織った生地「フラット10（テン）」を使用した婦人服の企画製造・販売	化合繊維物 【鉱工業品】	株式会社羽田	石川県 能美市	平成19年 12月10日

3類型	鉱工業品の生産に係る技術	通巻番号	4-19-005
地域資源名	かぶら寿し	認定日	平成19年10月12日
地域	富山県砺波市、南砺市	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名：「夏の大根寿し」の製造販売

会社名：三和食品株式会社

所在地：富山県南砺市遊部川原15-2

連絡先：TEL：0763-52-2848

H P：http://www.kabura.co.jp

FAX：0763-52-0295

事業概要(新たな活用の視点)

- ・かぶら寿しとは、なれずし的一种で、南砺市では藩政の頃より各家々や魚屋で作られており、正月に欠かせない食品の一つである。
- ・かぶら寿し製造で培われた発酵漬物の技術を生かし、地元産の夏大根、鰯、鯖を素材に夏期の高温に耐える鮮度、風味を持った「夏の大根寿し」を開発。北陸の冬といえば「かぶら寿し」というように、夏は「大根寿し」を連想されるような存在を目指す。
- ・長く、魚屋のかぶら寿し屋として販売を行ってきたが、冬期は増収となるものの利益率が低下していることから、年間を通した稼働体制の確立と効率化により収益の拡大、安定的な利益確保を図り、今後の営業の柱として育てる。



【生産(漬け込み)風景】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・乳酸菌と酵母菌のバランスによる味・風味・品質を安定させる独自の技術により、夏期に十分通用する鮮度、風味を確保。その優れた技術により、既存の大根寿しでは困難であった、安定した品質での量産供給体制を確立。
- ・また、既存の大根寿しに対し、大根に挟み込む魚素材を鰯ではなく鰯・鯖を使う事により夏向きの大根寿しの新たな食味を開拓、冬期のかぶら寿しの夏期版として、より幅広い市場が期待できる。

◆市場性

- ・従来、夏期の発酵漬物はその種類も少なく、また、夏の地域名産も少ないことから、冬期のかぶら寿し顧客の夏需要をコアに新規開拓の市場が期待できる。

◆販路

- ・既存販路、顧客を核に、中元ギフトや8月の帰省客の土産需要を見込むと共に、業務用販売、一般自家需要を拡大する。



【夏の大根寿し】

地域資源における関係事業者との連携

- ・地域農業団体(北陸営農、となみ野農協等)と地域大根の供給、地産地消の促進に向け連携を進める。

3類型	鉱工業品の生産に係る技術	通巻番号	4-19-006
地域資源名	薬膳	認定日	平成19年10月12日
地域	富山県富山市、射水市	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名：「薬膳おせち料理」の事業化

会社名：有限会社五万石

所在地：富山県富山市新桜町2-1

連絡先：TEL：076-431-5529
FAX：076-442-9712

H P：<http://www.gomangoku.co.jp>

事業概要(新たな活用の視点)

- ・江戸時代に広まった富山の売薬の流れを受け、富山発の漢方健康料理として和食の「薬膳」が定着した。
- ・地域産業資源である薬膳の効用を生かし、おせち料理に活用、かつ、鮮度や風味を損なうことなく提供する冷凍調理技術、冷凍配送システムにより全国展開を可能とし、時代ニーズとしての健康志向に応える「薬膳おせち」を開発製造。
- ・現状のおせちは、生おせちが主流であり、商品供給力に限界があることから、冷凍とすることにより供給力を大幅に改善し、十分な需要に応える。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・時代の食のトレンドに対応し、漢方薬効素材をレシピに取り込んだ和食薬膳と魅力豊かな富山産の食材の組み合わせによるおせちの新分野を開拓。また、既存のおせちに比べ低カロリーを実現。
- ・冷凍技術により食材の品質を保ち、出荷までの保管期間も長くできることから生産供給力が高く、幅広い全国需要に対応。

◆市場性

- ・セットおせちの市場は年々拡大しており、市場性は極めて高い。
- ・健康志向の時代トレンドに対応しており、新しい顧客ニーズを期待できる。

◆販路

- ・既存の百貨店、GMS、コンビニ等による主要販路を核に、新たな企業取引先や通信販売による更なる販路拡大を行う。



【薬膳おせち】

地域資源における関係事業者との連携

- ・地域食材の供給に係わる取引業者との連携の他、富山大学とは商品の改良面で連携し、衛生管理面では富山食品研究所と連携する。

3類型	鉱工業品の生産に係る技術	通巻番号	4-19-007
地域資源名	富山のくすり	認定日	平成19年10月12日
地域	富山県富山市、高岡市、射水市、滑川市、上市町	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名：世界で初めての”噛むサプリメント”である「噛み噛みサプリ」の製造販売

会社名：明治薬品株式会社

所在地：富山県富山市三郷6番地

連絡先：TEL：076-478-1110
FAX：076-478-5773

H P：http://www.meijiyakuhin.co.jp

事業概要(新たな活用の視点)

・富山県は、「富山の薬」の伝統を基盤に全国8位の医薬品生産を誇る地域であるが、家庭配置薬、一般医薬品の生産額は減少傾向。受託製造の医療用は伸張している反面、加工賃の収益性は低下。
・高齢化の進展、健康志向の高まりの中、サプリメント・口腔ケアに着目、医薬品製造により培われた製錠技術を生かし、機能性成分の効能と噛むことによる効用を併せ持ち、かつ、義歯につきにくい世界初の錠剤型の機能性咀嚼サプリの開発に成功。今後の企業収益に貢献する事業の柱とすることを旨とする。



【噛み噛みサプリ】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・世界で初めての「噛む効用とサプリ効能」の相乗機能性食品として、機能性ガム、サプリメント業界に新しい需要を開拓する。
・従来のガムベースではできなかった多様な機能性素材の配合が可能であり、また、義歯につきにくい新しい錠剤型の特性により、口腔ケア領域に需要を拡大。

◆市場性

・唾液分泌が少なく、口が渇く口腔乾燥症の患者は全国で800万人、予備軍は3000万人といわれ、今後、益々口腔ケアが重視される状況にあり、市場性は極めて高い。また、ガムに比し生分解性であり、廃棄後、自然に還る環境に優しい本製品はこれからの市場が求める製品といえる。

◆販路

・製品の特性を最大限に発揮する口腔ケア歯科医ルートをコアの販路とし、年度を追って口腔ケア一般市場、健康サプリ市場への製品投入を計画。



【商品の中身①】

地域資源における関係事業者との連携

・新規の機能成分の活用や機能性データの蓄積に向け、地元の富山大学、富山県立大学と連携、製品の改善を進める。



【商品の中身②】

3類型	鋳工業品の生産に係る技術	通巻番号	4-19-008
地域資源名	高岡銅器	認定日	平成19年10月12日
地域	富山県高岡市	所管省庁	経済産業省

事業名：「高岡銅器」の鑄造技術を活用した高純度錫(すず)のキッチンウェアと介護用カトラリー(スプーン、フォーク、ナイフ等金属製食器)の製造販売

会社名：株式会社能作

所在地：富山県高岡市戸出栄町46-1

連絡先：TEL：0766-63-5080

H P：<http://www.nousaku.co.jp>

FAX：0766-63-5510

事業概要(新たな活用の視点)

- ・伝統産業である高岡銅器は1990年の375億円の販売額をピークに、現在の販売額はピークの40%に満たない。ライフスタイルの変化、消費者ニーズの多様化に対応しきれていないのがその原因である。
- ・永年蓄積された高岡銅器の鑄造技術を基に、シリコンゴム鑄造技術を新たに開発。従来、市場に流通していなかった高純度錫(100%)の素材特徴を活かすとともに、デザイン性を備えた新感覚のキッチンウェア、取扱い機能性に優れた介護用カトラリー等を開発製造し、新しい市場ニーズに応える。



【テーブルウェア】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・新たに開発したシリコンゴム鑄型による鑄造技術により、高純度錫の微細なデザインを可能にし、幅広い商品開発を実現。
- ・高純度錫(100%)が持つ特性(変形可能、抗菌性、金属アレルギーを起こさないなど)が新しい需要を開拓。

◆市場性

- ・高純度錫(100%)の製品開発を行なっているのは世界的にも当社だけであり、その製品の特性から従来製品に代わる新たな市場は幅広く、有望である。
- ・福祉・介護用品(高齢化の進展)の市場は今後、更に拡大する。

◆販路

- ・直販、通販、見本市への参加に加え、百貨店、セレクトショップ等で販路を開拓。



【介護用カトラリー】

地域資源における関係事業者との連携

- ・需要の拡大に対応し、地域の同業者に生産技術を開放、生産委託を行ない、地域への波及効果を目指す。

3類型	鉱工業品の生産に係る技術	通巻番号	4-19-009
地域資源名	清酒	認定日	平成19年10月12日
地域	石川県金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、白山市、能美市、野々市町、津幡町、宝達志水町、中能登町、穴水町、能登町	所管省庁	経済産業省

事業名：清酒の醗酵技術を応用した化粧品事業

会社名：株式会社福光屋

所在地：石川県金沢市石引二丁目8-3

連絡先：TEL：076-223-1161
FAX：076-223-1172

H P：http://www.fukumitsuya.co.jp

事業概要(新たな活用の視点)

- ・当社は「伝統は革新の連続である」という家訓のもと、酒蔵としてそこから派生する技術や副産物を常に有効活用できる道を探ってきた。
- ・「酒蔵で働く人の手がキレイ」、「芸妓さんは白粉を塗る前に必ず日本酒を顔につける」ということにヒントを得て、コメ発酵液の技術開発により、「アミノリセ」「フレナバ」の化粧品ブランドを形成するに至った。



【アミノリセ】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・安全・安心の自然派化粧品の「アミノリセ」は乾燥肌・敏感肌の30～50代をターゲット。「フレナバ」は肌に疲れを感じる人に適しており、フランス・ロワレ県とのコラボによるオーガニック認定等の差別化商品にまで発展させることを目指している。
- ・保湿効果は他化粧水と比べても高い。

◆市場性

- ・LOHASに代表されるように、健康的で地球にやさしいものへのシフトが消費傾向としてみられる。いわゆる安全・安心を求める声の中での自然派化粧品のニーズはますます高まっている。
- ・化粧品全体の市場規模は2兆3,049億円(2005年)で前年比1.2%の増。この内通販化粧品は1,512億円で4.7%の増。自然派化粧品は本製品の販売対象とする通販市場を中心に売上を伸ばしている。

◆販路

- ・Webプロモーションの実施により、現在好調な通信販売でさらなる拡販を図る。
- ・地元金沢市内に平成19年11月直営店を開設し、「カナザワビューティ」を新たな観光資源として全国に発信する。
- ・LOHAS関連の展示会に参加し商品をPRする。



【フレナバ】

地域資源における関係事業者との連携

- ・地域資源を原材料としている事業ゆえに、金沢大学との協同研究を継続する一方、NPO法人北陸ライフケアクラスター研究会の理事としてリーダーシップを発揮している。

3類型	鉱工業品	通巻番号	4-19-010
地域資源名	珪藻土	認定日	平成19年10月12日
地域	石川県金沢市、七尾市、輪島市、珠洲市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、津幡町、志賀町、宝達志水町	所管省庁	経済産業省

事業名：珪藻土を活用した無灌水型緑化システムの品質向上および販路開拓

会社名：株式会社アースエンジニアリング

所在地：金沢市鞍月2丁目2番地
(石川県繊維会館2F)

連絡先：TEL：076-268-6424
FAX：076-266-8255

H P：http://www.earth-eec.co.jp/

事業概要(新たな活用の視点)

- ・珪藻土は、10～100μmの微細気孔を持つ天然素材であり、全国の60%が能登地区に埋蔵されている。現在、耐火煉瓦、しちりん、住宅壁材などに利用されているが、大きな市場展開には至っていない。
- ・当社は、平成13年から能登地区に工場進出し、地域資源である珪藻土の特徴を活かしたりサイクル製品の研究に着手し、平成16年に二元構造の気孔構造を持つセラミックス焼結体「ハイセラ」の製造に成功した。その後、この素材の特徴を活かした緑化基盤システムの開発について複数の企業から申し入れがあり、平成18年「無灌水緑化システム：プランツキャスト」の開発に成功し、直販による販売とフィールドテストを実施している。



【施工事例：成田空港第2ターミナル】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・従来システムの短所である①灌水、②施工日数、③劣化、④断熱性を全て解決したものであり、価格も割安となっている。

◆市場性

- ・近年の環境問題における条例の施行や助成制度の状況から、平成16年で240億円の市場が、平成20年には750億円市場と見込まれており、年30%の増が予測されている。
- ・首都圏50%、近畿圏20%、中京圏10%、他20%の見込みである。

◆販路

- ・首都圏は代理店契約済であるが、近畿圏、中京圏や他地域の代理店を開拓する。
- ・環境分野での展示会「NEW環境展」などやホームページでのPR活動を実施し認知度を高める。



【無灌水型緑化基盤】

地域資源における関係事業者との連携

- ・製品改良(取付金物の改良等)は、地元企業との連携体制を構築する。
- ・植栽場については、生産力の強化のため、地域の業者への生産委託関係を構築する。



【完 成】

3類型	鉱工業品の生産に係る技術	通巻番号	4-19-011
地域資源名	大野醤油	認定日	平成19年10月12日
地域	石川県金沢市、白山市	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名：ノンシュガー・ノンアルコール飲料「玄米あまざけ」の販路開拓

会社名：株式会社ヤマト醤油味噌

所在地：金沢市大野町4丁目イ170

連絡先：TEL：076-268-1248
FAX：076-268-1242

H P：http://www.yamato-soysauce-miso.co.jp/

事業概要(新たな活用の視点)

- ・近年のLOHASブームやマクロビオティックの理解が進む状況から、玄米を原料とした商品づくりには良い機会と捉えた。
- ・「あまざけ」は俳句では夏の季語であり、史実によれば、江戸時代には夏バテ防止のための健康飲料として飲まれていた。
- ・そこで、伝統的な大野醤油・味噌の「麹づくり」の技術を応用して、米糀と玄米を原料としたアミノ酸の多いノンシュガー・ノンアルコール飲料「玄米あまざけ」500mlペットボトル入を開発。直近の販売実績は年間で6,000本であり、販路開拓中。
- ・お客さまからは、「夏バテしなくなった。」「ミルク・豆乳などと割って飲んでいる。美味しい。」「食事の30分前に飲むとドカ食いしなくなった。」などの声が届いている。



【玄米あまざけ】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・酒蔵業者の「甘酒」は澱粉糖化酵素のみであるのに対し、本商品は味噌用糀の麹菌を使っていることから、たんぱく質分解酵素もあって、アミノ酸の量が多い。
- ・当社の「玄米あまざけ」のみ、GABA(γ-アミノ酪酸)が100gあたり11mgも自然に生成される。また、醤油の殺菌・ボトル詰技術により、濃縮せずに保存性の長い(常温6ヶ月)ストレート商品を作ることができた。

◆市場性

- ・健康食品市場(安全・安心)が拡大中であり、玄米・五穀米などの人気が高く生産量が増えている。
- ・これまでは狭い市場だったが、今日ではデパ地下、駅地下だけではなく、フィットネス業界、エステ業界などに差別化の目玉として販売されている。
- ・「玄米あまざけ」はビタミン・糖分・アミノ酸などの養分が多く、従来の白甘酒(冬期のみ)と違って、通年商品として販売できる。

◆販路

- ・キーとなるスーパーの販路開拓を行い、店頭での試食販売やデモンストレーションを継続して消費者に訴求する。
- ・国内外の展示会にも積極的に出展する。一方「オーガニック玄米あまざけ」を開発し、将来は国内外の更なる販路拡大を目指す。

地域資源における関係事業者との連携

- ・大野醤油協同組合からは、品質管理と麹づくりの技術指導を受けている。
- ・石川県立大学のいしかわ大学連携インキュベータに入居し、谷口教授と共に開発・研究中。

3類型	鉱工業品の生産に係る技術	通巻番号	4-19-12
地域資源名	化合繊維物	認定日	平成19年10月12日
地域	石川県金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、津幡町、内灘町、宝達志水町、志賀町、中能登町、穴水町、能登町	所管省庁	経済産業省

事業名：微細な害虫の侵入を防ぎながら、通気性と強度を確保した農業用ネットの事業展開

会社名：株式会社能任七

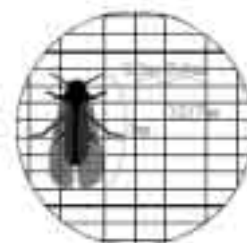
所在地：石川県かほく市遠塚二-20

連絡先：TEL：076-285-0117

FAX：076-285-2472

事業概要(新たな活用の視点)

- ・石川県の化合繊維物は、百数十年の歴史を有する我が国屈指の産地であるが、近年、中国等での繊維生産が進む中、多くの工場が撤退、廃業を余儀なくされている。当産地は、原糸の支給を受けて賃加工を行う事業形態が主であるが、今後は自立した製造販売に移行し、業績を伸ばす課題がある。
- ・本商品は、商社から開発依頼を受けて開発したもので、現在、耐久性検証のためのフィールドテストを実施中である。
- ・特徴は、微細な害虫の侵入を防止できる微細メッシュで、かつ通気性が高いことである。



【本製品の目合い】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・新商品のコンセプトは、微細な害虫がビニールハウス作物に多大な被害を与えていることから、無農薬で被害を防ぐことができる商品として開発したものである。
- ・競合製品では、目合い、強度、通気性に問題があるため、当社に依頼があったもので、新商品は、耐久性検証のためのフィールドテスト3年目に入り、農家から「お墨付き」を得ている。

◆市場性

- ・農業用ネットの年間の総需要数は約587万mあり、また、無農薬の作物のニーズの拡大が見込まれるので十分な市場性がある。

◆販路

- ・農業用資材メーカーを通じて、園芸農家に販売を予定。

地域資源における関係事業者との連携

- ・石川県工業試験場、(財)日本繊維製品試験センターと評価試験に関し協力。
- ・産地の事業者に対し技術供与を行い、外注先として育成中。



【虫を通さず通風】

3類型	鋳工業品の生産に係る技術	通巻番号	4-19-020
地域資源名	ます寿司	認定日	平成19年12月10日
地域	富山県富山市、高岡市、射水市	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名：冷凍ます寿司の製造販売

会社名：山口アルク株式会社

所在地：富山県富山市飯野1-1

連絡先：TEL：076-452-0043
FAX：076-452-0810

H P：<http://www.010sakura.com/index.html>

事業概要(新たな活用の視点)

- ・ます寿司は、二百数十年前、富山藩主前田利興が八代将軍徳川吉宗に献上した際、その風味が激賞されたことにより始まったとされる。現在では、富山の名産品として富山県内はもちろん日本全国の消費者に愛されている。
- ・従来、「ます寿司」は生寿司であり、賞味期限から商品提供に制約を余儀なくされていた。
- ・当社は、創業以来、建設資材リース業として事業を行ってきたが、富山のます寿司をもっと普及させたいとの思いから、全くの異分野である本事業に挑戦した。
- ・従来なかった冷凍調理技術により、生寿司と比べても味・風味に遜色のない商品を提供することが可能となり、新たな需要を開拓し、全国、海外へ富山ずし文化のさらなる発信を図る。



【冷凍ます寿司「さくら」】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・冷凍提供ということで、賞味期限、在庫保存が大幅に改善されたことにより、販売エリア及び販売拠点が拡大し、全国向けや海外向けの幅広い需要に対応ができる。

◆市場性

- ・冷凍提供ということで、従来の生ます寿司の弱みであった賞味期限(従来は2日間程度)が解消。遠隔地への配送・持ち運びなどのメリットから新たな顧客ニーズの開拓、市場拡大が期待できる。

◆販路

- ・従来のます寿司顧客に対する百貨店、キオスク、コンビニ等での在庫販売、遠隔地への直販配送、海外等へのお土産、海外居住者への自家需要を見込む。



【「さくら」切り身】

地域資源における関係事業者との連携

- ・商品の開発、改良等の面で富山県食品研究所と連携するとともに、食材の供給についても地域事業者と連携を進めている。



【「さくら」製造風景】

3類型	鉱工業品	通巻番号	4-19-021
地域資源名	富山の深層水	認定日	平成19年12月10日
地域	富山県富山市、高岡市、射水市、魚津市、氷見市、滑川市、黒部市、小矢部市、入善町、朝日町	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名：「富山の深層水」を活用した機能性飲料「キレアウォーター（特定保健用食品）」、「ユトリアウォーター」の製造販売

会社名：五洲薬品株式会社
 連絡先：TEL：076-424-2661
 FAX：076-422-4571

所在地：富山県富山市花園町1丁目1番5号
 H P：<http://www.goshu.co.jp>

事業概要(新たな活用の視点)

・ミネラル特性、清浄性に優れる「富山の深層水」から高度な脱塩分離技術によりミネラル濃縮水を抽出し、機能性成分を配合。機能性を持たせた水として日本初の「キレアウォーター（特定保健用食品）」、「ユトリアウォーター」を開発。その商品特性を生かし、新たに医療健康関連市場への販路開拓を進める。



【 キレアウォーター 】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・深層水を持つ生体適合性、生体調和性の高いミネラルと機能性成分を配合した水感覚飲料であり、他の一般ミネラルウォーターと差別化。

キレアウォーター・・・腸内環境改善、お通じを良好にする。
 ユトリアウォーター・・・食物繊維を配合して機能性を訴求。

◆市場性

・健康志向の高まりの中で、特定保健用食品市場、ミネラルウォーター市場ともに拡大しており、目的用途の明解な当該製品の需要は拡大が見込まれる。

◆販路

・大手食品問屋による既存の販路に加え、当該製品の機能性を生かし、新たに医療健康関連市場への販路開拓を進める。



【 海洋深層水の多段式イオン交換電気透析装置 】

地域資源における関係事業者との連携

・海洋深層水を用いた機能性水について、富山大学等の研究施設と産学官連携を推進している。また、富山県深層水協議会、深層水取水施設との連携も強化。

3類型	鋳工業品の生産に係る技術	通巻番号	4-19-022
地域資源名	伝統的工芸品(金沢漆器)	認定日	平成19年12月10日
地域	石川県金沢市、野々市町、内灘町	所管省庁	経済産業省

事業名: 覆輪技法などの伝統技術を活かしつつ、3次元CGを活用し、現代の生活様式に合った金沢漆器の飾り小箱の企画製造と販路開拓事業

会社名: 株式会社 能作

所在地: 石川県金沢市広坂1丁目1-60

連絡先: TEL: 076-263-8121
FAX: 076-263-8122

H P: <http://www.kanazawa.gr.jp/nosaku/>

事業概要(新たな活用の視点)

- ・金沢漆器は寛永年間(1630年頃)加賀藩の時代から始まり、優美華麗な貴族文化と武家文化が融合した独特の漆工芸として発展してきた。昭和55年3月には国の伝統的工芸品に指定されるなど、高級美術品として知られている。また、松田権六氏をはじめ、蒔絵の人間国宝を複数輩出している。
- ・(株)能作は安永9年に加賀金澤に創業した老舗の企業で、現在は、茶道具が中心であるが、生活様式の変化から生産額は最盛時に比べ大きく減少しており、現代生活に合った漆器開発が急務となっている。
- ・当社は、この伝統的工芸品の企画製造において金沢漆器では初めての3次元CGを用いることにより、生産の効率化を図り、また、ニーズをとらえた漆器の製造・販売を国内はもとより欧州市場向けに取り組む



【3次元CGイメージ】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・廉価な漆器と比較すると、本製品は美術工芸品に属し高額であるが、材質が木製であり、本漆、高蒔絵や縁飾に金属を施す覆輪技法など金沢漆器特有の伝統技術を駆使した、繊細、優美、かつ近代的な特徴を有している。
- ・3次元CGを活用した生産・販売方式は、高級品を販売する際の強力なツールとなる。
- ・ヨーロッパの富裕層の好みを知る、日本人の複数アドバイザーが存在する。
- ・漆器の損傷についても、速やかなお直し対応を構築している。

◆市場性

- ・ヨーロッパでは、現在オリエンタリズムを背景にして「和ブーム」が拡大する中、金沢漆器も本物の漆器として富裕層を中心に十分受け入れられるものである。
- ・国内においては、和室の減少、床の間の喪失という状況のもと、現代の生活様式に合う商品ニーズがある。

◆販路

- ・既存の海外での販路を活用し、よりTPOに合った金沢漆器の販売促進に取り組む。
- ・イタリアミラノのオノラート社、ドイツのミュンスター美術館等で引き続き展示即売等を行う。
- ・国内では、銀座和光などで販売活動を強化する。



【覆輪技法を施した漆器】

地域資源における関係事業者との連携

- ・当社を中心に木地、漆各工程担当者との連携を深めるとともに、覆輪技術を伝承する。
- ・3次元CGの導入にあたり、石川県デザイン協会、石川県工業試験場、金沢美術工芸大学と連携する。

3類型	鋳工業品の生産に係る技術	通巻番号	4-19-023
地域資源名	輪島塗	認定日	平成19年12月10日
地域	石川県輪島市	所管省庁	経済産業省

事業名：輪島塗の伝統的な「漆布着せ・蒔地技法」を応用して独自に開発した、傷がつきにくい普段使いの漆器の企画製造並びに販路開拓

会社名：桐本木工所

所在地：石川県輪島市杉平町成坪32

連絡先：TEL：0768-22-0842

H P：<http://www.kirimoto.net>

FAX：0768-22-5842

事業概要(新たな活用の視点)

- ・輪島は漆や良質の木材などの材料に恵まれ、日本有数の漆器の産地として広く知られている。
- ・「漆器は傷がつきやすく、手入れも大変で扱いにくい。」という消費者の声に応え、輪島塗の伝統的な「漆布着せ・蒔地技法」を応用した独自技法により、表面硬度が高く、傷がつきにくい商品を開発した。
- ・産地の若手グループ達と「ギャラリーわいち」を立ち上げ、職人の直営店・アンテナショップとして順調な販売を行っている。
- ・消費者のニーズをダイレクトにモノ作りに反映させるため、それまでの分業生産体制から、初めての一貫生産体制を創り上げた。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

- ・「漆布着せ・蒔地技法」を応用した独自技法は、従来の「本堅地技法」より表面硬度が高く、漆本来の良さ(優しさ、柔らかさ、瑞々しさ)を兼ね備えている。従来の漆器では金属性のスプーンは傷がつくため使えなかったが、本製品の表面はガラス繊維質に近い硬度になっているため、使うことが可能となった。
- ・従来の「椀・盆・膳」にとどまらず、暮らしを楽しむ商品として、食器類をはじめ、ペントレー、カードトレイなどの文具やインテリア小物に至るまで、ラインナップを拡充している。

◆市場性

- ・現代生活にマッチした日本の手作り品に関心が向けられており、独自データから、都市部の20~40歳代の女性を中心に需要が拡大しつつある。現在デザイナー3名と、顧客ニーズを的確に把握した商品開発を進めている。
- ・山口智子(女優)が企画・出演する「手わざの細道Ⅱ」にて商品がTV放映され、その後、売上は好調。

◆販路

- ・日本橋三越、新宿伊勢丹など百貨店・工芸ギャラリー・インテリアセレクトショップ内に52店舗常設し、漆器製品の良さをアピールしていく。

地域資源における関係事業者との連携

- ・輪島漆器商工業協同組合、輪島塗技術保存会に加盟し、地域事業者と協同して事業を推進している。
- ・石川県デザインセンターとは、商品開発の勉強会や発表会、新規事業の取り組みなどの検討会を重ねている。



【蒔地小福皿】



【ペントレー、カードトレイ】



【名刺入れ】

3類型	農林水産物	通巻番号	4-19-024
地域資源名	烏骨鶏	認定日	平成19年12月10日
地域	石川県金沢市、白山市、津幡町	所管省庁	農林水産省、経済産業省

事業名： 烏骨鶏を活用した「烏骨鶏発芽玄米がゆ」の事業化

会社名：株式会社烏骨鶏

所在地：石川県金沢市西念4丁目21番18号

連絡先：TEL：076-232-4255
FAX：076-233-0405

H P： <http://www.ukokkei.co.jp/>

事業概要(新たな活用の視点)

・従来より、「烏骨鶏粥」として白粥を販売していたが、健康志向食品に対する市場のニーズを背景に、発芽玄米を取り入れた「烏骨鶏発芽玄米がゆ」を新たに開発した。
・お粥は健康志向食品としての人気も高まりつつあり、その市場も年々順調に伸びてきている。本品は高付加価値商品として、一般の白粥とは異なるものであり、既存の烏骨鶏を活用した他の商品群(スープ、ドリンク、カステラ等)の主要販売ルートと同様、ワンランク上の顧客層を狙う。



【烏骨鶏】

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

◆競争力

・メインとなる活用地域資源「烏骨鶏」の国内飼育数の約20%を保有し、その希少性の高い「烏骨鶏」からしか得られない栄養とコクのあるスープエキスを使用。さらに、能登海洋深層水で仕込んだ発芽玄米によって得られるギャバなどの高い栄養価が付加されており、競合他社への優位性を確保している。

◆市場性

・お粥本来の健康志向食品としての位置づけに加え、栄養面での差別化を評価してもらえる健康志向の高い層への販売が可能である。

◆販路

・大手百貨店、自社直販店、自社WEB直販、大都市圏高級スーパーマーケット等。



【烏骨鶏発芽玄米がゆ】

地域資源における関係事業者との連携

・富山大学和漢薬研究所と長年に亘り、烏骨鶏の栄養価、薬効について分析研究を行っている。また、金沢大学、石川県立大学とは製品の成分分析等で連携している。

3類型	鉱工業品の生産に係る技術	通巻番号	4-19-025
地域資源名	化合繊維物	認定日	平成19年12月10日
地域	石川県金沢市、七尾市、小松市、輪島市、珠洲市、加賀市、羽咋市、かほく市、白山市、能美市、川北町、野々市町、津幡町、内灘町、至道志水町、志賀町、中能登町、穴水町、能登町	所管省庁	経済産業省

事業名：偏平糸を独自技術で織った生地「フラット10(テン)」を使用した婦人服の企画製造・販売

会社名：株式会社 羽田

所在地：石川県能美市火釜町123番地

連絡先：TEL：0761-51-3316 FAX：0761-51-5624

事業概要(新たな活用の視点)

- ・石川県は、合成繊維長繊維織物の国内一大産地であるが、賃加工生産の形態が多く、海外の低賃金での生産品との価格競争にさらされ、厳しい状況にある。
- ・最近のファッショントレンドの一つに「光沢」があることから、当社は、断面が超扁平のため光沢がある糸を、台湾の大手原糸メーカーと共同開発し、これに独自の特殊撚糸加工を加え、シルクの風合いに近い、画期的なポリエステル生地「フラット10(テン)」を完成した。
- ・また、さらなる付加価値を高めて生地の量産に結びつけるため、地元服飾デザイナー高瀬由紀さんと契約し、生地・製品の企画・製造から販売まで一貫して行う「ミルコンバーターシステム」を構築し、オリジナルブランド「YUKI TAKASE」として販路拡大を目指す。

売れる商品づくり(競争力、市場性、販路)

【電子顕微鏡糸断面写真】



◆競争力

- ・台湾の大手原糸メーカーと共同で、従来にない超扁平糸を開発したものであり、日本国内では、当社のみが独占使用できることになっている。
- ・この糸に独自の特殊撚糸加工を加え、オリジナル生地「フラット10(テン)」(現在、商標登録申請中)を開発したものであり、「ハリコシ」があるのに「ドレープ」があり、光沢の強弱も変化させることができる特徴を有する。

◆市場性

- ・「フラット10」を用いた婦人服は、シルクの光沢、ドレープを持ち、かつ、シワになりにくく家庭洗濯が可能な衣料品である。
- ・さらに、当社の撚糸技術によって、様々な光沢変化も可能であり、ファッショントレンドの変化にも対応できることから、ストラックス以外のすべての婦人服アイテムに使用可能となっている。

◆販路

- ・デザイナーの高瀬由紀さんと同世代である、子育ても一段落して自分に投資をしたいと考える40歳以上の女性をターゲットとし、地元直営店だけでなく、3大都市圏の専門店で委託販売を行う。
- ・内外の繊維関連展示会に積極的に参加し「フラット10」織物の特徴を宣伝して、販路拡大を目指す。

地域資源における関係事業者との連携

- ・生地・製品の改良にあたっては、石川県工業試験場、(株)繊維リソースいしかわと連携する。
- ・デザイン、縫製の指示は地元服飾デザイナー高瀬由紀さんが行う。
- ・染色、仕上げ加工は石川県にある世界的な染色会社小松精練(株)で行う。



【YUKI TAKASEブランド】

「いしかわ産業化資源活用推進ファンド（仮称）」の創設について

石川県は新年度、「地域資源の宝庫」とされる当県の強みを活かし、地域間格差を是正しながら、県全体の地域経済の活性化を図るため、200億円規模の「いしかわ産業化資源活用推進ファンド（仮称）」を創設する方針を決めました。国の「地域中小企業応援ファンド」を活用した基金でも、本県の200億円は、全国最大規模です。

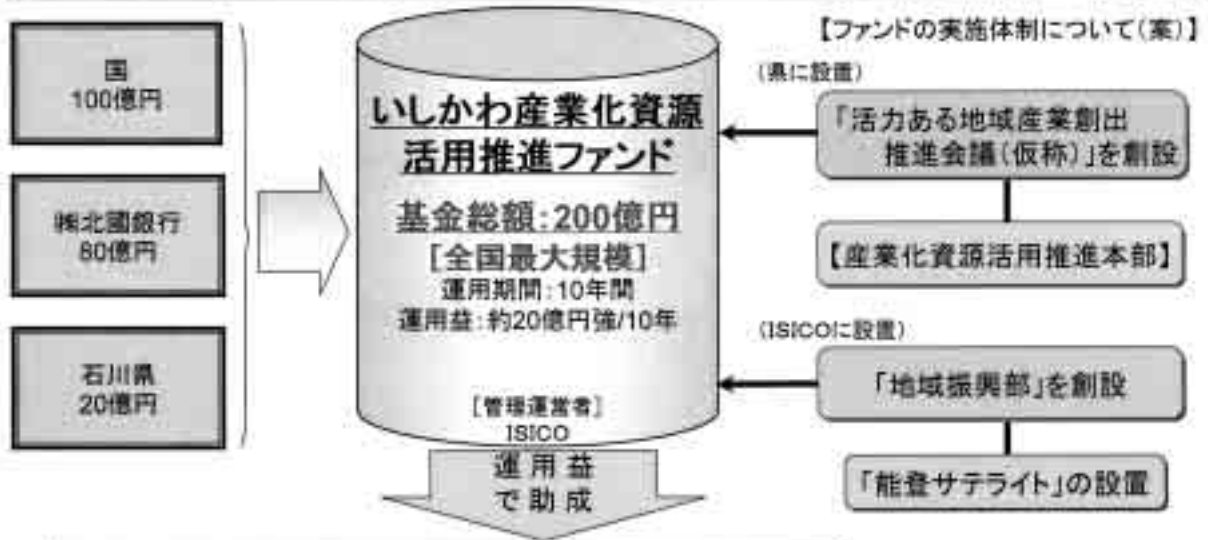
ファンドは、国（独立行政法人中小企業基盤整備機構）の「地域中小企業応援ファンド」から100億円、石川県から20億円、北國銀行から「地域貢献」として80億円を拠出し、財団法人石川県産業創出支援機構が管理します。10年間運用し、約20億円の運用益が見込まれています。

県では、この運用益を用いて、中小企業による農林水産品や観光資源、伝統工芸をはじめとする産地の技術などの地域資源の活用の促進について、国の「中小企業地域資源活用プログラム」の採択基準に満たなくても将来性が見込める案件が多いという本県の実情を踏まえ、県独自の支援制度を整備するほか、過疎地域等における重要な産業である農林水産業と企業との連携による「農商工連携」や医療機関と企業の連携による「医商工連携」による新産業の創出について積極的に支援することとしています。

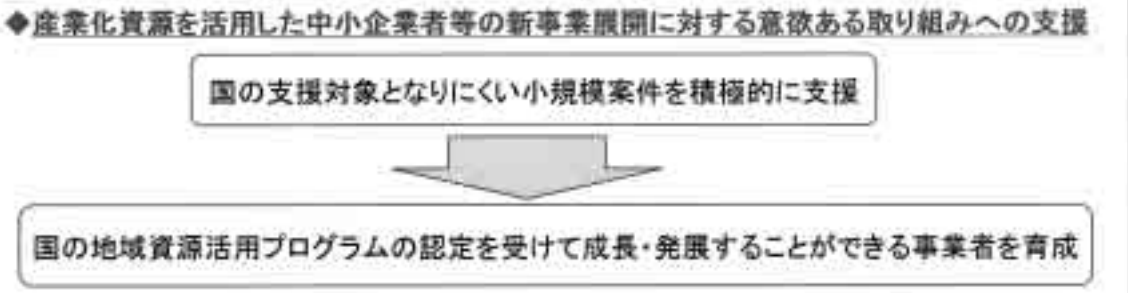
また、ファンド創設に合わせ、県庁内の部局間調整を行う既設の「石川県産業化資源活用推進本部」に加え、谷本正憲石川県知事をトップに経済団体代表や学識経験者、ベンチャー企業の社長等で構成する「活力ある地域産業創出推進会議（仮称）」を設置し、民間の知恵と経験を広く取り入れ、効果的な支援制度のあり方や事業の方向性を詰めることとしています。

なお、いしかわ産業化資源活用推進ファンド（仮称）の概要（素案）、実施体制について（案）は、次のページのとおりです。

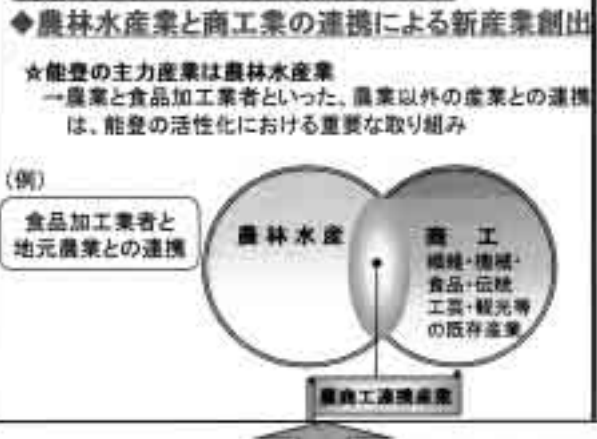
いしかわ産業化資源活用推進ファンド(仮称)の概要[素案]



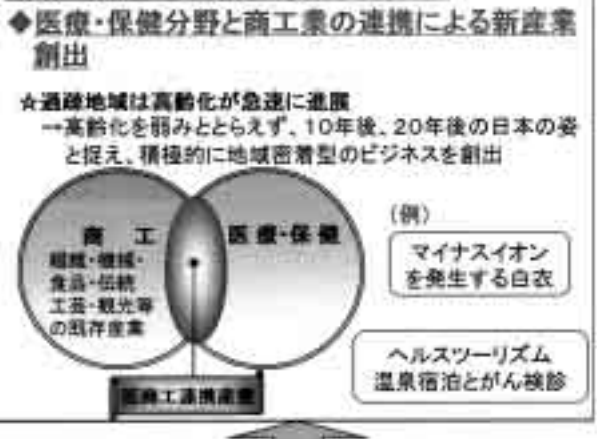
①産業化資源を活用した新たなビジネスの創出



②農商工連携産業の創出

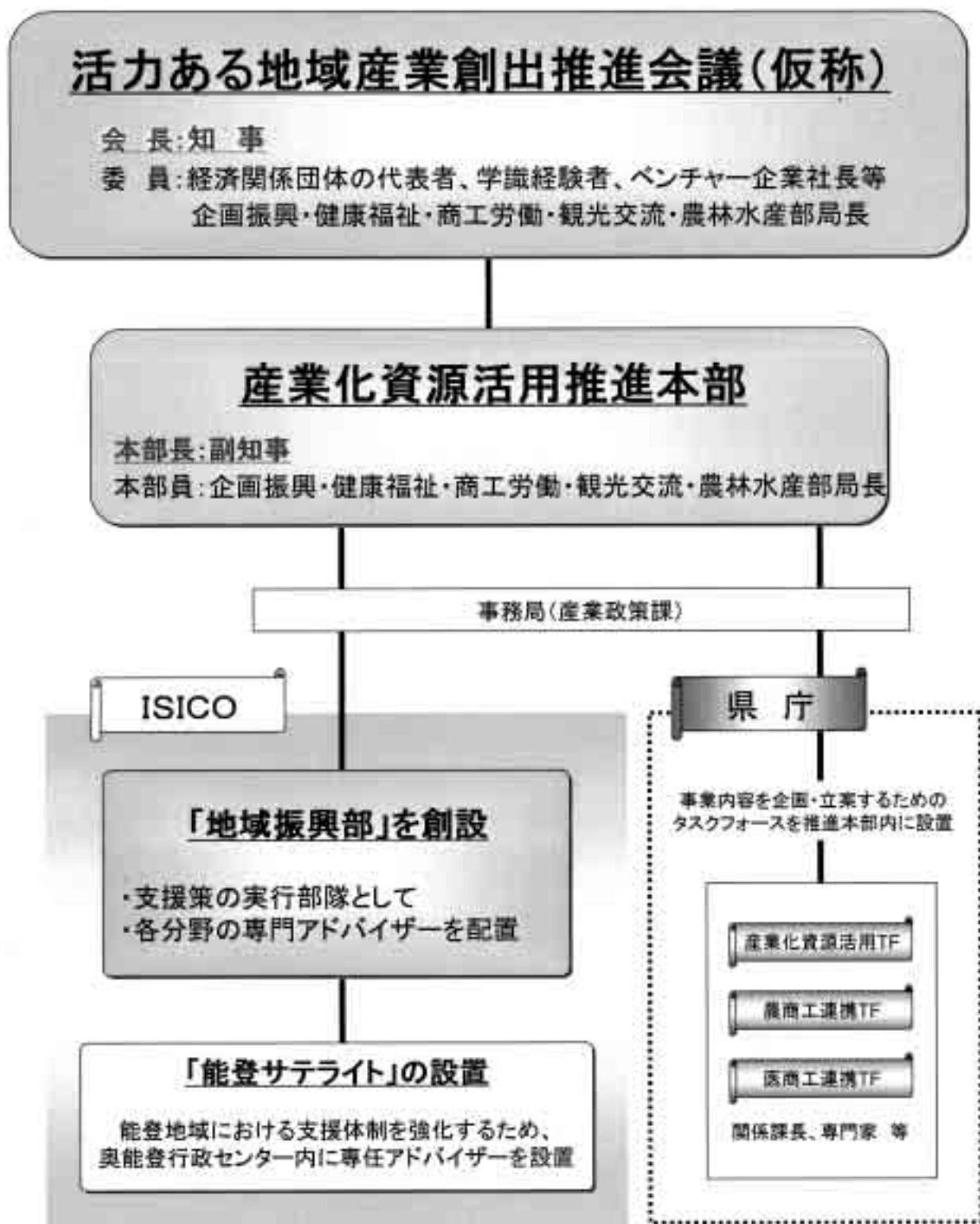


③医商工連携産業の創出



県内の地域間格差の是正に重点を置いた施策展開

【ファンドの実施体制について(案)】



石川県における中小企業の労働事情

石川県における中小企業の労働事情

本会では、業種や事業所規模、地域によって景況に依然として大きな違いがみられるなか、少子・高齢化の進展等に伴い、中小企業を取り巻く雇用・労働環境は大きく変化しているため、中小企業における労働事情を的確に把握し、適正な労働対策を樹立することを目的に、毎年、標記調査を実施しており、平成19年度の調査結果を取りまとめましたのでお知らせ致します。

I 調査のあらまし

1. 調査目的

本調査は業種や事業所規模、地域によって景況に依然として大きな違いがみられるなか、少子・高齢化の進展等に伴い、中小企業を取り巻く雇用・労働環境は大きく変化しており、このような情勢下、中小企業における労働事情を的確に把握し、適正な労働対策を樹立することを目的とする。

2. 調査機関

石川県中小企業団体中央会

3. 調査時点

平成19年7月1日（日）現在

4. 調査実施期間

平成19年7月1日（日）から平成19年7月10日（火）まで

5. 調査実施方法

石川県下の事業所を業種別・従業員規模別に選定し、調査票を送付し回答を求めた。調査結果は全国中小企業団体中央会において一括集計し、石川県中小企業団体中央会で取りまとめた。

6. 調査対象事業所数

800企業（製造業55%、非製造業45%）

7. 調査内容

- (1) 経営に関する事項（経営状況と経営上のあい路）
- (2) 労働時間に関する事項（常用労働者、パートタイム労働者の労働時間）
- (3) 雇用に関する事項（新規卒業者採用状況、従業員の過不足状況）
- (4) 賃金に関する事項（最低賃金引上げの影響、賃金改定状況）
- (5) その他労働に関する事項（技術・技能の承継）

8. 調査票様式

調査票は全国中小企業団体中央会が作成した統一様式。後掲「平成19年度中小企業労働事情実施調査票」

II 調査結果の概要

1. 回答事業所の概要

(1) 回答事業所数

石川県内の調査対象 800 事業所のうち、有効回答事業所数は 276 事業所（うち製造業 144 事業所、非製造業 132 事業所）、回答率は 34.5%であった。業種・従業員規模別の内訳は次のとおりである。（表 1-1）

表 1-1 業種別・従業員規模別回答事業所数（単位：事業所）

業種	区分	事業所数	1～9人	10～29人	30～99人	100～300人					
全	国	計	18657	6002	6645	4680	1330				
石	川	県	計	276 (100.0%)	59 (21.4%)	104 (37.7%)	92 (33.3%)	21 (7.6%)			
製	造	業	計	144	22	52	54	16			
	食	料	品	20	3	5	9	3			
	織	維	・	同	製	品	22	5	5	11	1
	木	材	・	木	製	品	13	3	7	2	1
	印	刷	・	同	関	連	13	1	7	3	2
	窯	業	・	土	石	業	7	2	3	1	1
	化	学	工	業	業	6	1	1	4	—	
	金	属	・	同	製	品	29	5	10	10	4
	機	械	器	具	業	23	—	8	11	4	
	そ	の	他	業	11	2	6	3	—		
非	製	造	業	計	132	37	52	38	5		
	情	報	通	信	業	10	2	4	4	—	
	運	輸	業	業	18	2	6	9	1		
	建	設	業	業	24	9	8	7	—		
	卸	売	業	業	32	10	13	8	1		
	小	売	業	業	17	6	7	4	—		
	サ	ー	ビ	ス	業	31	8	14	6	3	

回答事業所の内、92.4%が「100人未満」の事業所であり、業種の割合は製造業が52.2%、非製造業が47.8%となった。

(2) 労働組合の有無

石川県内の有効回答276事業所のうち労働組合が組織されている事業所は28事業所(10.1%)であり、組織率は製造業が13.2%、非製造業が6.8%と製造業の方が高く、また規模別では従業員数が多いほど、組織率が高い。（図 1-1）

労働組合組織率の推移を見ると、石川県は全国平均よりも平成19年度では2.7%ほど高く、平成9年度以降で見ると、平成15年度の14.0%を最高に、結成率は低下傾向にある。（図 1-2）

図1-1 労働組合の有無 (単位：%)

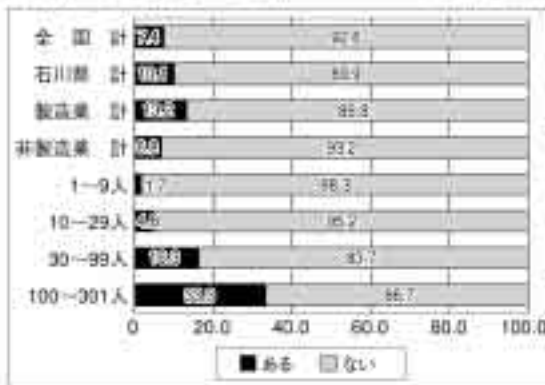
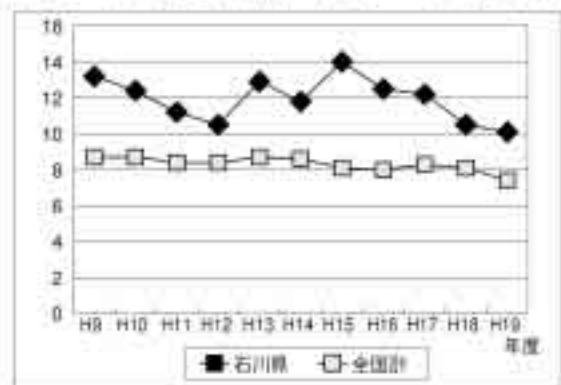


図1-2 労働組合組織率の推移 (単位：%)



(3) 常用労働者の構成

回答事業所の総常用労働者数は10,324人で、内訳は男性が6,979人(67.6%)、女性が3,345人(32.4%)となっている。石川県での製造・非製造業の業種の違いによる男女の比率はほぼ変わらない。(表1-2)

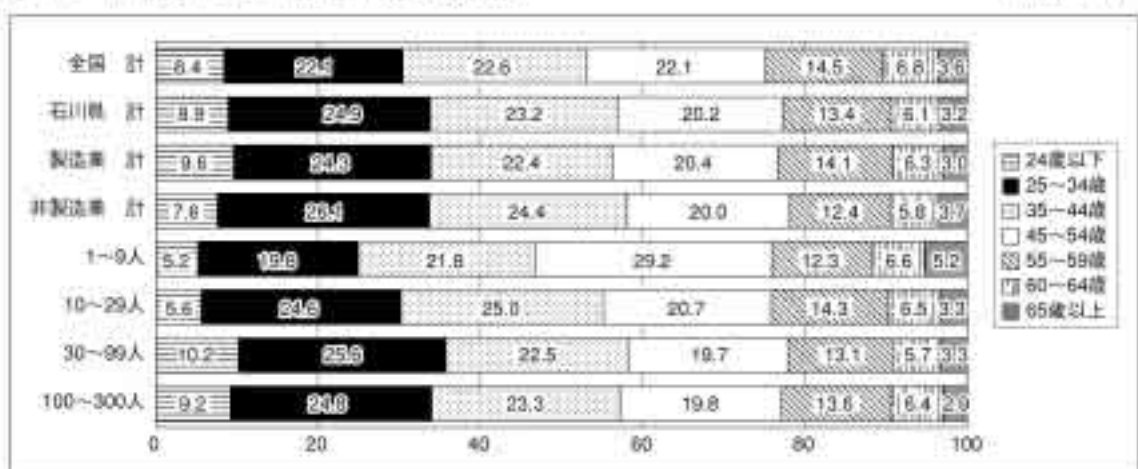
表1-2 常用労働者の構成 (単位：人)

区分	男性	女性
全国計	424,993(70.4%)	178,359(29.6%)
石川県計	6,979(67.6%)	3,345(32.4%)
製造業計	4,392(67.4%)	2,128(32.6%)
非製造業計	2,587(68.0%)	1,217(32.0%)

石川県の常用労働者の年齢別構成を見ると、「25～34歳」の占める割合が24.9%で最も高くなっている。

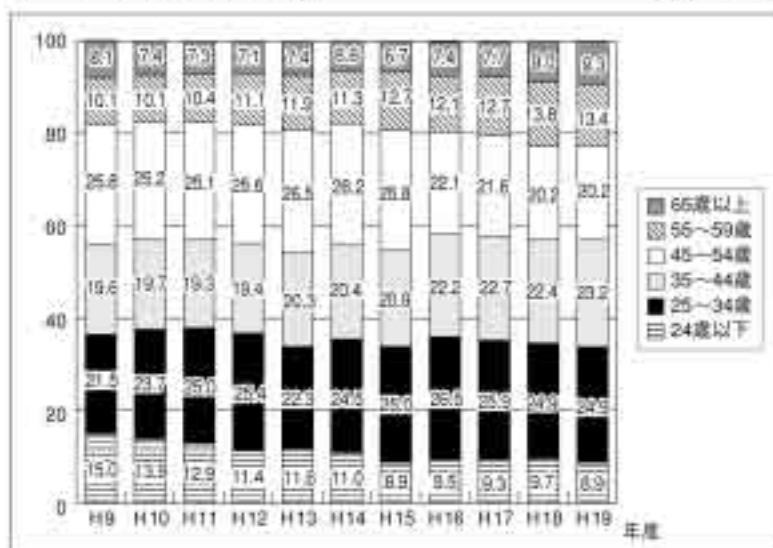
また、規模別では「1～9人」の事業所で「45～54歳」が29.2%と高く、小規模事業所で「60歳以上」が多く、大規模事業所になるほど「24歳以下」の割合が高い。(図1-3)

図1-3 常用労働者の年齢別構成 (規模別) (単位：%)



過去11年間について年齢構成比の推移をみると、「24歳以下」が年々減少し、「60歳以上」「55～59歳以上」の高年齢層がそれぞれ平成9年度と比べて8.1%から9.3%、10.1%から13.4%と増加しており、常用労働者の高齢化が進んでいることがわかる。(図1-4)

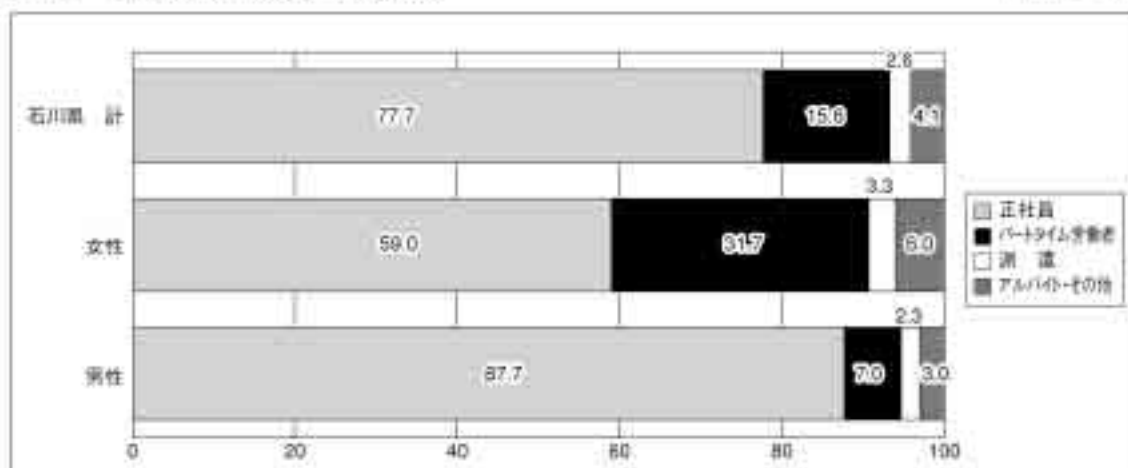
図1-4 年齢構成比の推移 (単位：%)



(4) 従業員の構成 (パートタイム労働者、派遣、アルバイト等を含む)

従業員における男女の構成は、全従業員のうち男性が7,466人(65.2%)、女性が3,979人(34.8%)である。(昨年度:男性68.6%、女性31.4%)男女別の雇用形態別構成比を見てみると、男性の87.7%、女性の59.0%が正社員となっており、対昨年度比では男性が1.7%、女性が5.3%正社員の割合が下がった。(図1-5)

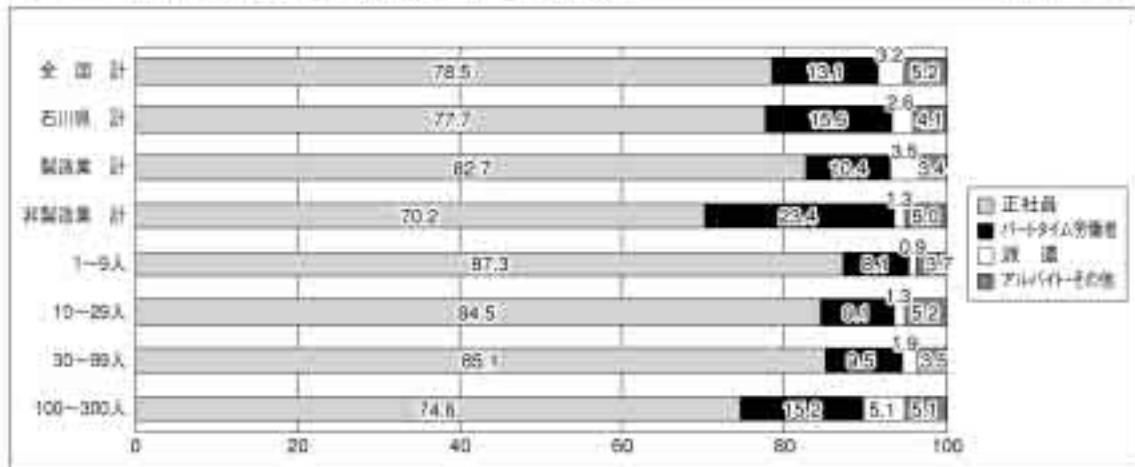
図1-5 雇用形態別構成比(男女別) (単位：%)



雇用形態別構成比を見ると、正社員の割合に關して、製造業で82.7%と70.2%の非製造業より12.5%高く、従業員規模では大規模な事業所ほど非正社員の割合がやや高くなる傾向が見られる。(図1-6)

図1-6 雇用形態別構成比(業種別・従業員規模別)

(単位:%)



2. 経営状況と経営上のあい路

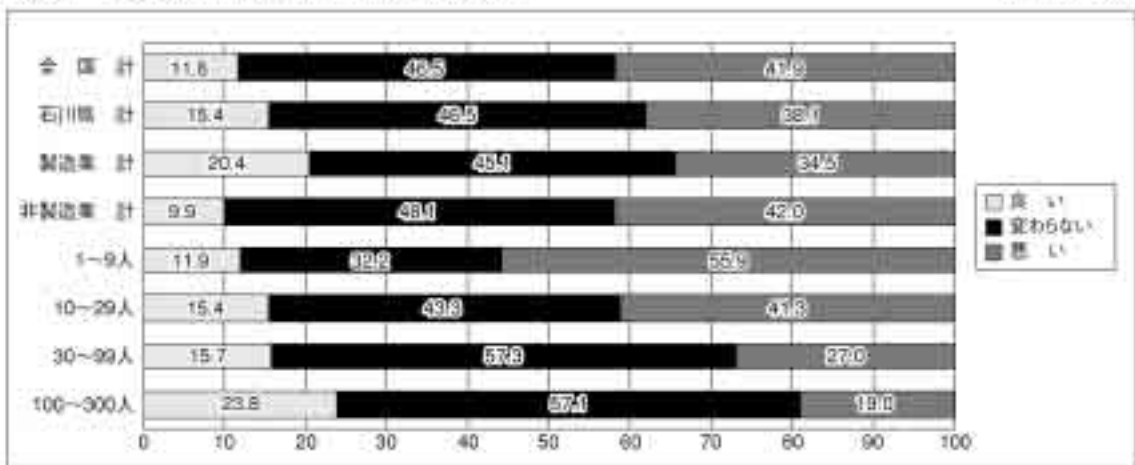
(1) 経営状況

一年前と比べた現在の経営状況は、「良い」15.4%、「変わらない」46.5%、「悪い」38.1%となっており、(昨年度:「良い」25.2%、「変わらない」35.7%、「悪い」39.1%)、経営状況が悪化している。

また、製造業で「良い」が20.4%であるのに対し非製造業では9.9%と経営状況が厳しく、従業員規模別では小規模な事業所ほど経営状況が悪く、逆に規模が大きいほど良い傾向にある。(図2-1)

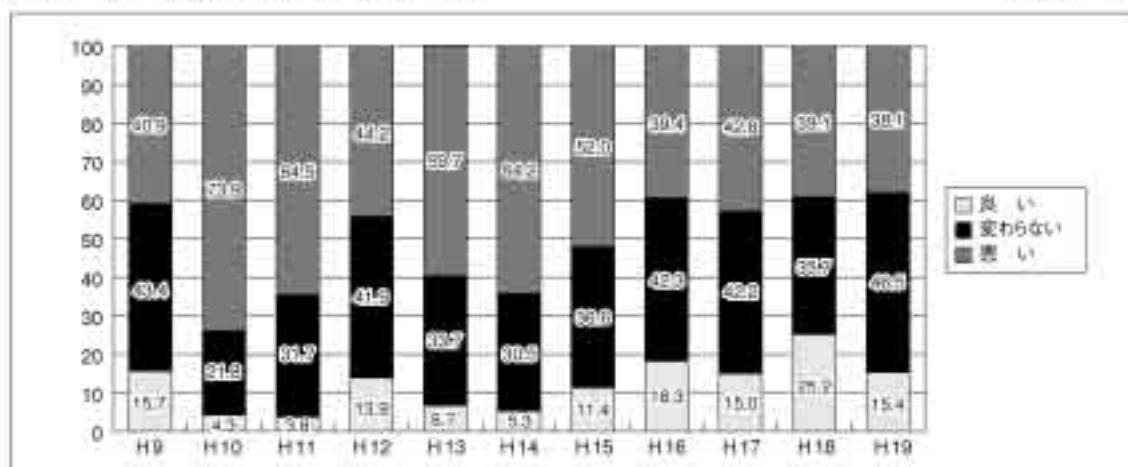
図2-1 経営状況(業種別・従業員規模別)

(単位:%)



過去10年間の経営状況の推移を見ると平成10年、11年を底に、経営状況は徐々に好転していることがうかがえる。(図2-2)

図2-2 経営状況の推移(過去10年間) (単位:%)

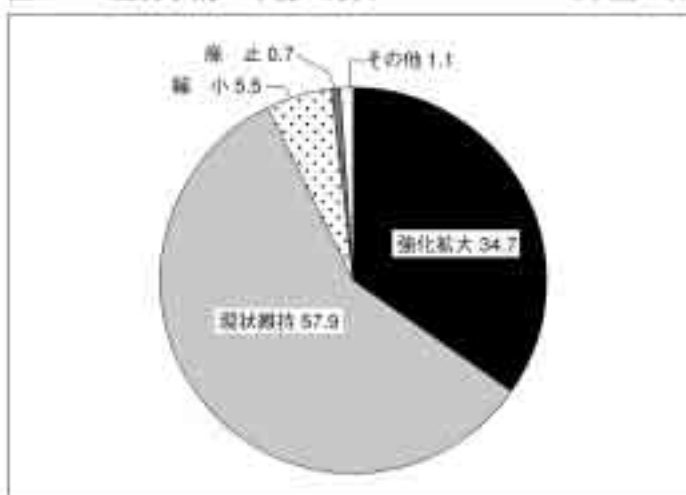


(2) 主要事業の今後の方針

現在行っている主要な事業に対する今後の方針は、「現状維持」との回答が57.9%で最も高く、次いで「強化拡大」が34.7%、「縮小」が5.5%と続く。(図2-3)

対前年度比で(昨年度:現状維持52.0%、強化拡大39.5%、縮小7.8%)、強化拡大が4.8%減少、現状維持が5.9%増加している。

図2-3 主要事業の今後の方針 (単位:%)



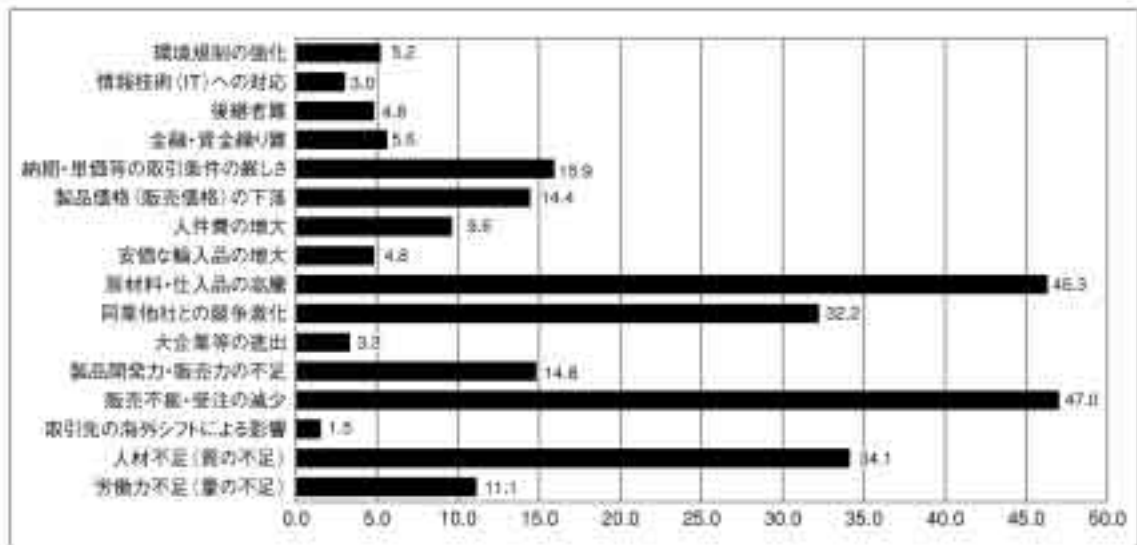
(3) 経営上のあい路(複数回答)

中小企業を経営していく上で障害となっていることについての設問に対して、最も多い回答が「販売不振・受注の減少」であり、次に「原材料・仕入品の高騰」、「人材不足(賃の不足)」となっている。(図2-4)

業種で見ると、窯業・土石で販売が不振、化学では原材料の高騰、機械では人材不足とどのように業種によって課題となってくるものは異なる。

図2-4 経営上のあい路（複数回答）

（単位：％）



過去10年間の経営のあい路上位3項目についてみると、1位は変わらず「販売不振・受注の減少」であり、2位は「同業他社との競争激化」が挙げられていたが、近年、「原材料・仕入品の高騰」が経営のあい路として上位に挙げられており、原油や鉄鋼等の高騰の影響が大きな問題となっていることが考えられる。（表2-1）

表2-1 過去10年間の経営のあい路（上位3項目）

	1位	2位	3位
H9	販売不振・受注の減少	人材不足（質の不足）	製品価格（販売価格）の引上げ難
H10	販売不振・受注の減少	同業他社との競争激化	人件費の増大
H11	販売不振・受注の減少	同業他社との競争激化	製品価格（販売価格）の引上げ難
H12	販売不振・受注の減少	同業他社との競争激化	納期・単価等の取引条件の厳しき
H13	販売不振・受注の減少	同業他社との競争激化	製品価格（販売価格）の下落
H14	販売不振・受注の減少	同業他社との競争激化	製品価格（販売価格）の下落
H15	販売不振・受注の減少	同業他社との競争激化	製品価格（販売価格）の下落
H16	販売不振・受注の減少	同業他社との競争激化	原材料・仕入品の高騰
H17	販売不振・受注の減少	同業他社との競争激化	原材料・仕入品の高騰
H18	販売不振・受注の減少	原材料・仕入品の高騰	人材不足（質の不足）
H19	販売不振・受注の減少	原材料・仕入品の高騰	同業他社との競争激化

(4) 経営上の強み（複数回答）

石川県における中小企業が経営上の強みについての設問に対しては、「顧客への返品・サービスの速さ」の回答が最も多く、次いで「製品の品質・精度の高さ」、「製品・サービスの独自性」であった。（図 2-5）

規模別に見ると、小規模事業所では機動力や納品など速さに強みを持ち、大規模事業所は品質やブランド力、財務体質に強みを持っている傾向がある。（図 2-6）

図 2-5 経営上の強み（複数回答）

（単位：％）

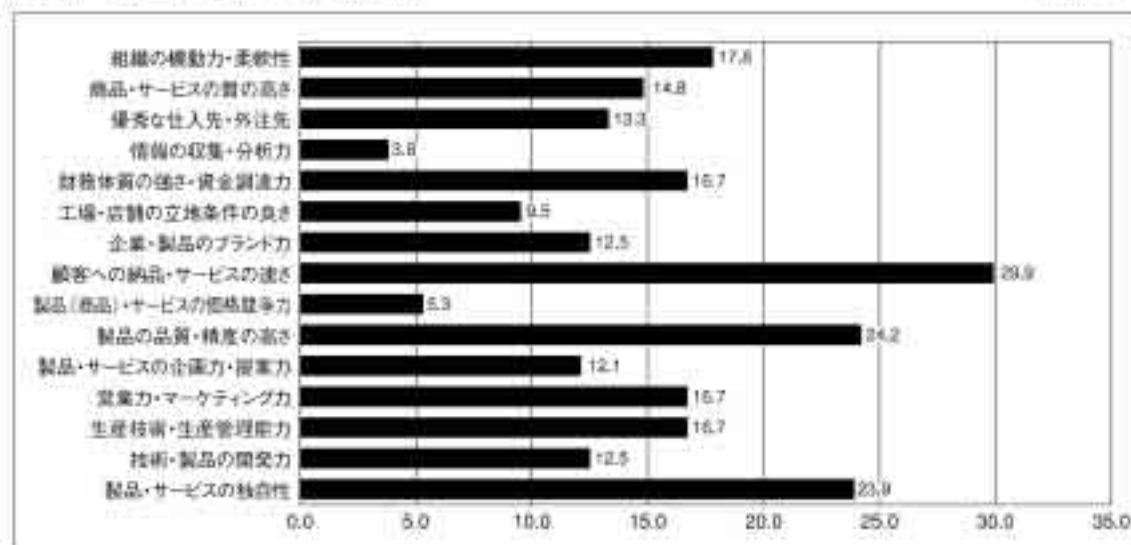
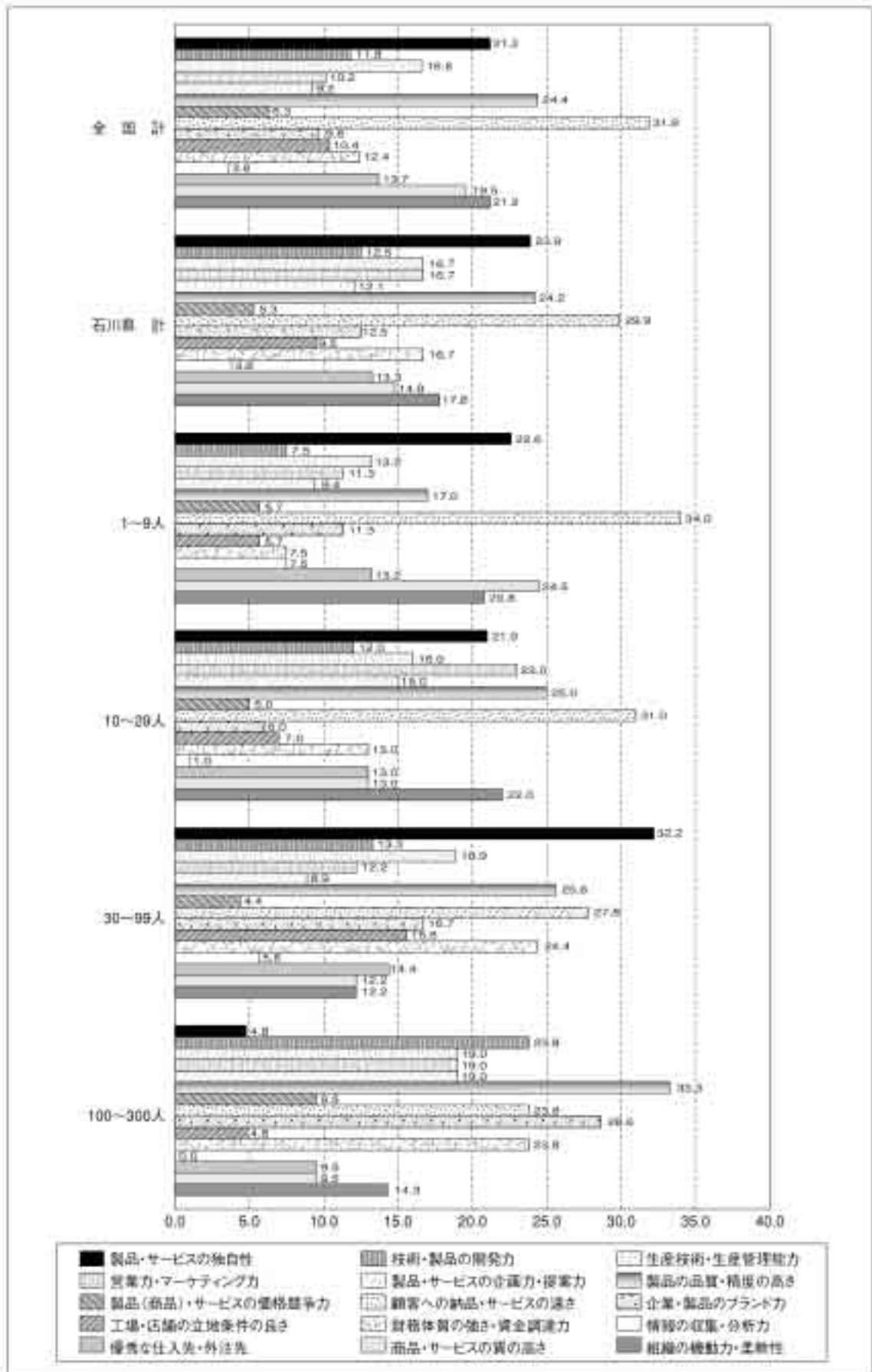


図 2-6 経営上の強み（従業員規模別）（複数回答）

（単位：％）



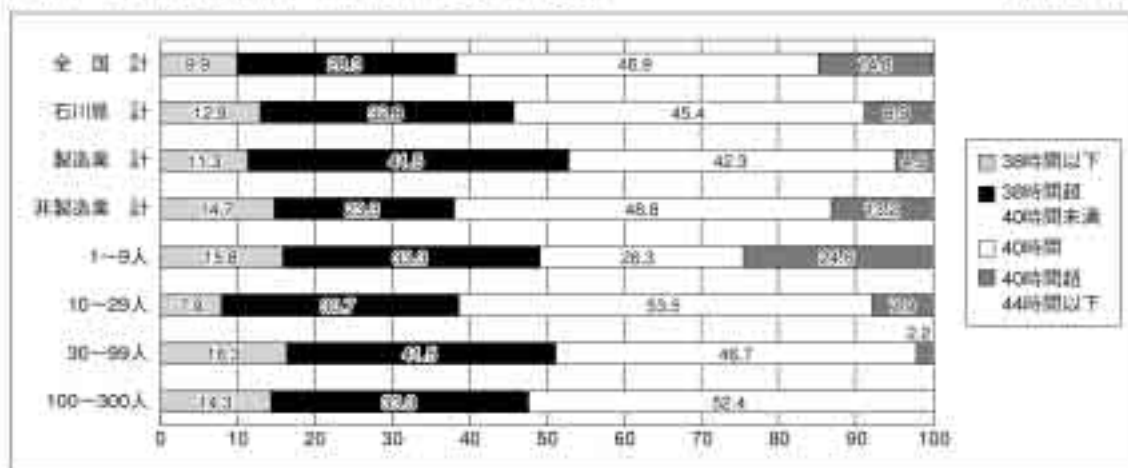
3. 従業員（パートタイムなど短時間労働者を除く）の労働時間

(1) 週所定労働時間

週所定労働時間は「40時間」が45.4%と最も高く、労働基準法の法定労働時間である「40時間以下」が全体の91.1%を占め、前回の90.0%を1.1%上回った。

非製造業が製造業より週所定時間が長く、規模別では大規模事業所ほど所定労働時間が短く、小規模事業所ほど所定労働時間が長く、40時間を越える割合も高い。(図3-1)

図3-1 週所定労働時間（業種別・従業員規模別） (単位：%)



(2) 月平均残業時間

石川県の月平均残業時間は、「残業なし」が23.3%で76.7%の事業所に残業がありとしており、規模が大きいほど残業時間が多い。(図3-2)

残業時間の推移を見ると、平成14年頃から「20時間以上」と回答する事業所の割合が年々増加しており、残業時間も増加傾向にある。(図3-3)

図3-2 月平均残業時間（業種別・従業員規模別） (単位：%)

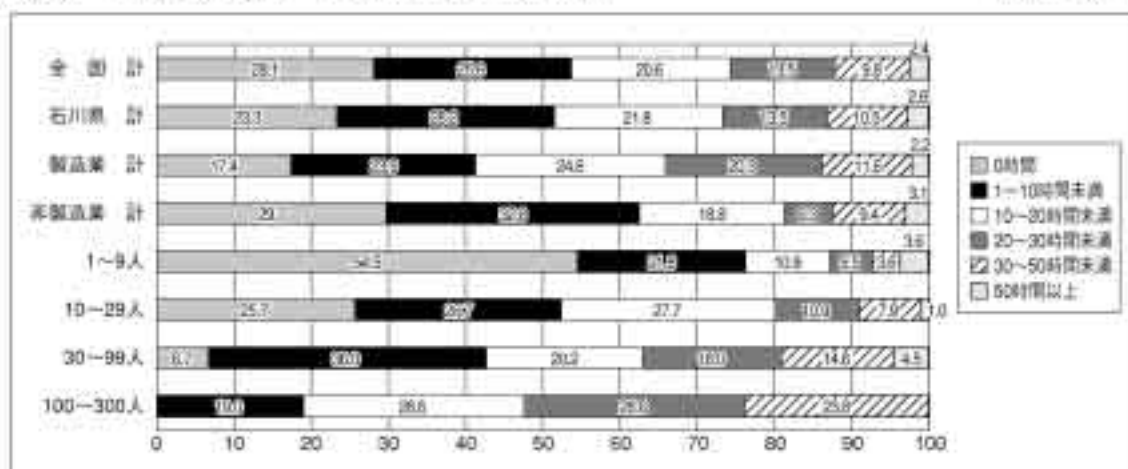
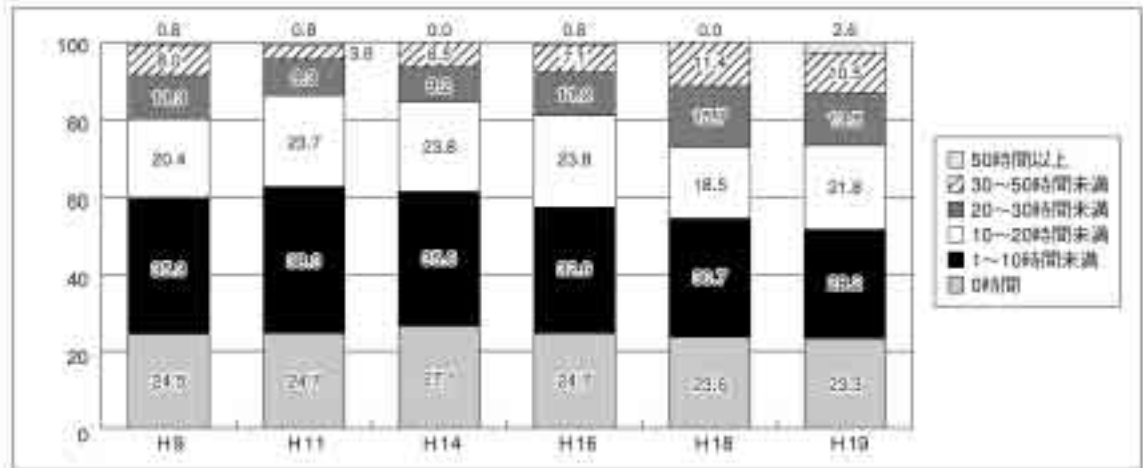


図 3-3 残業時間の推移

(単位：%)

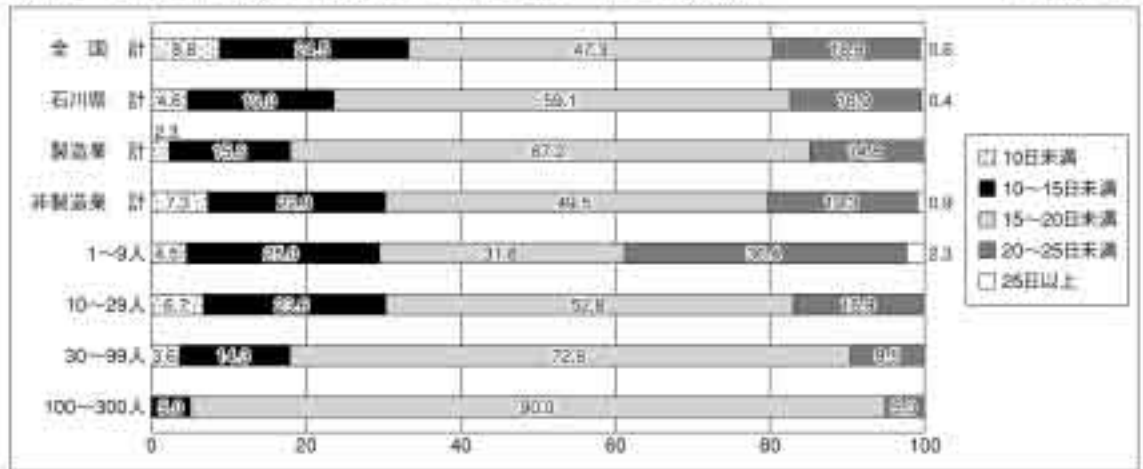


(3) 年次有給休暇の平均付与日数・取得日数

年次有給休暇の平均付与日数は、「15～20日未満」(59.1%)が最も多く、従業員規模が大きい事業所ほどその割合が高い。(図 3-4)

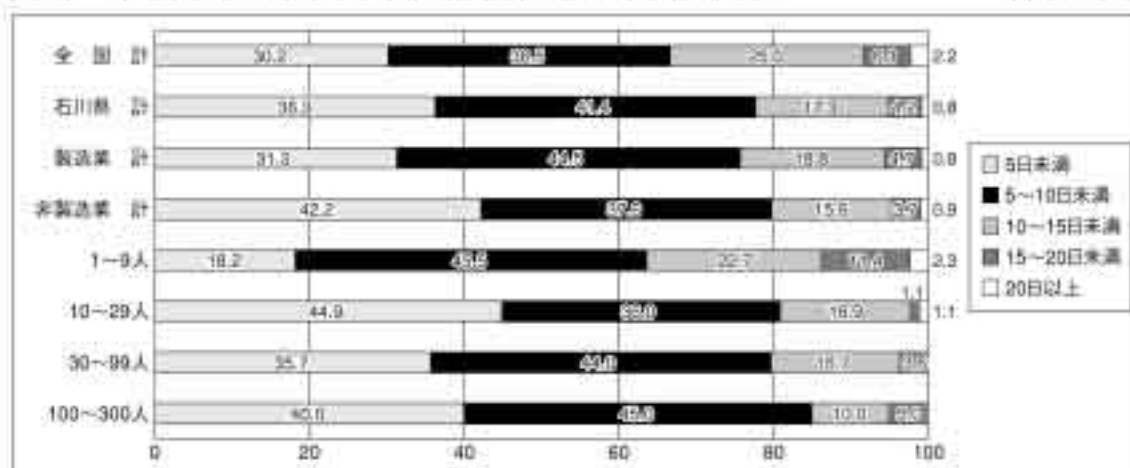
図 3-4 年次有給休暇の平均付与日数(業種別・従業員規模別)

(単位：%)



石川県の年次有給休暇の取得日数を見ると、「5日未満」、「5～10日未満」の回答計で77.7%を占め、付与日数に対して実際に取得している日数はかなり少ないことが伺える。また、従業員規模別では多く取得している事業所が9人以下の小規模事業所が多い。全国平均に比べ年次有給休暇付与日数が多いが、取得日数は少ない。(図 3-5)

図 3-5 年次有給休暇の平均取得日数（業種別・従業員規模別）（単位：％）



年次有給休暇の平均付与日数並びに平均取得日数の推移についてみると、平成9年と比べ、年次有給休暇付与日数については付与日数の多い事業所数が増加している。また、取得日数については平成9年度「10日未満」の事業所は72.2%、平成19年度は77.7%と増加している。（図3-6、3-7）

図 3-6 年次有給休暇の平均付与日数の推移（単位：％）

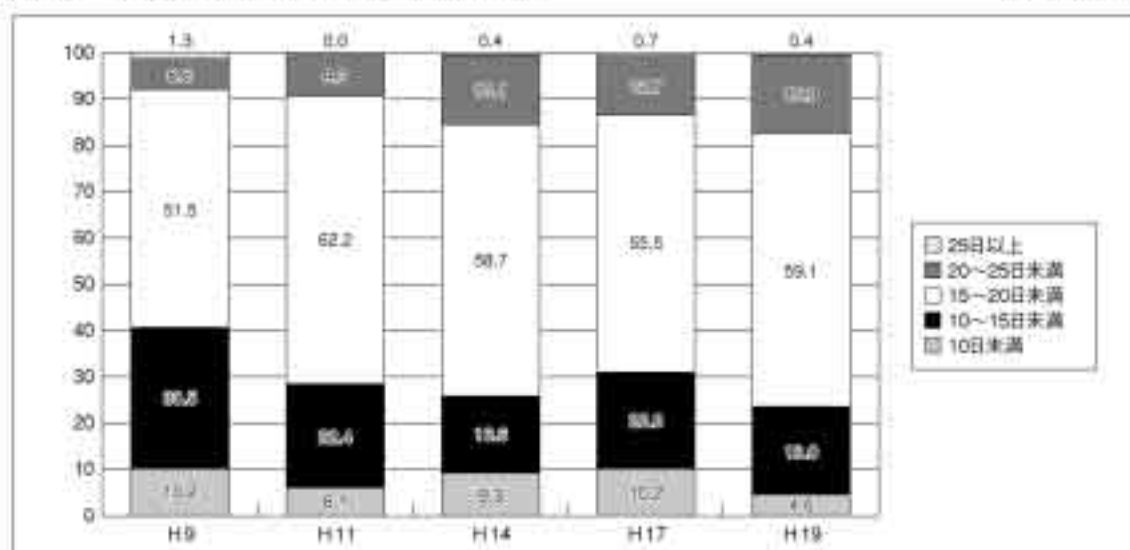
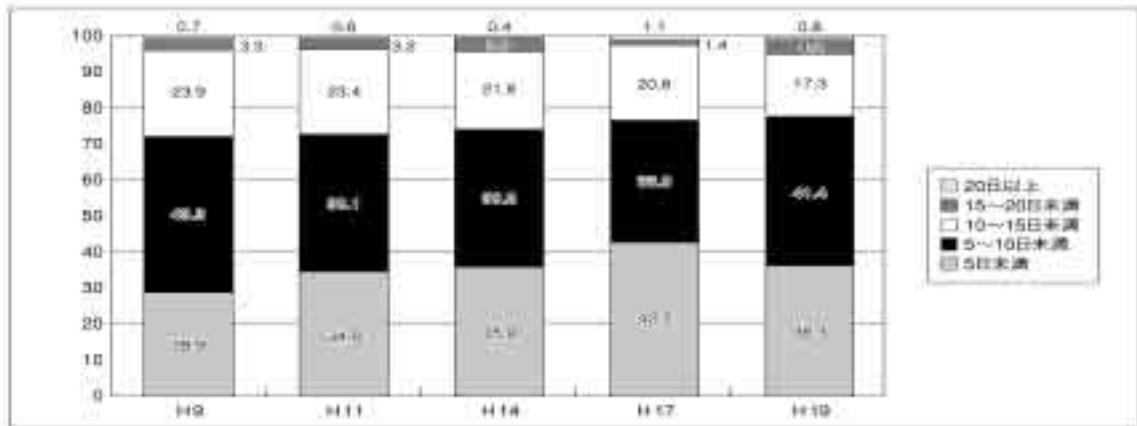


図 3-7 年次有給休暇の平均取得日数の推移

(単位：%)



4. 従業員の過不足状況について

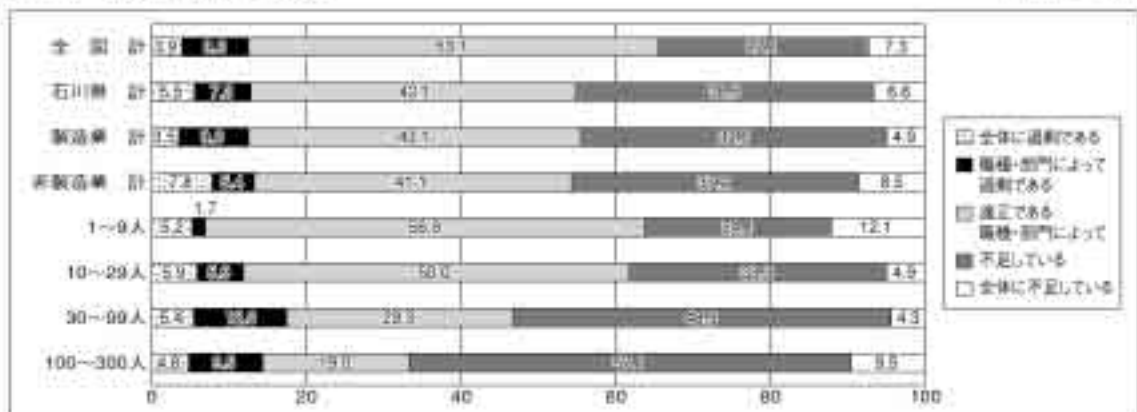
(1) 従業員過不足状況

石川県の従業員の過不足状況を見ると、「適正である」が42.1%で、「不足」と感じているのが45.1%、「過剰」が12.8%。全国と比較すると石川県は不足している状況にあることがうかがえる。

製造業と非製造業を比較するとやや製造業の方が不足しており、規模別では大規模の事業所ほど不足している傾向である。(図4-1)

図 4-1 従業員過不足状況

(単位：%)



(2) 従業員が不足している理由 (複数回答)

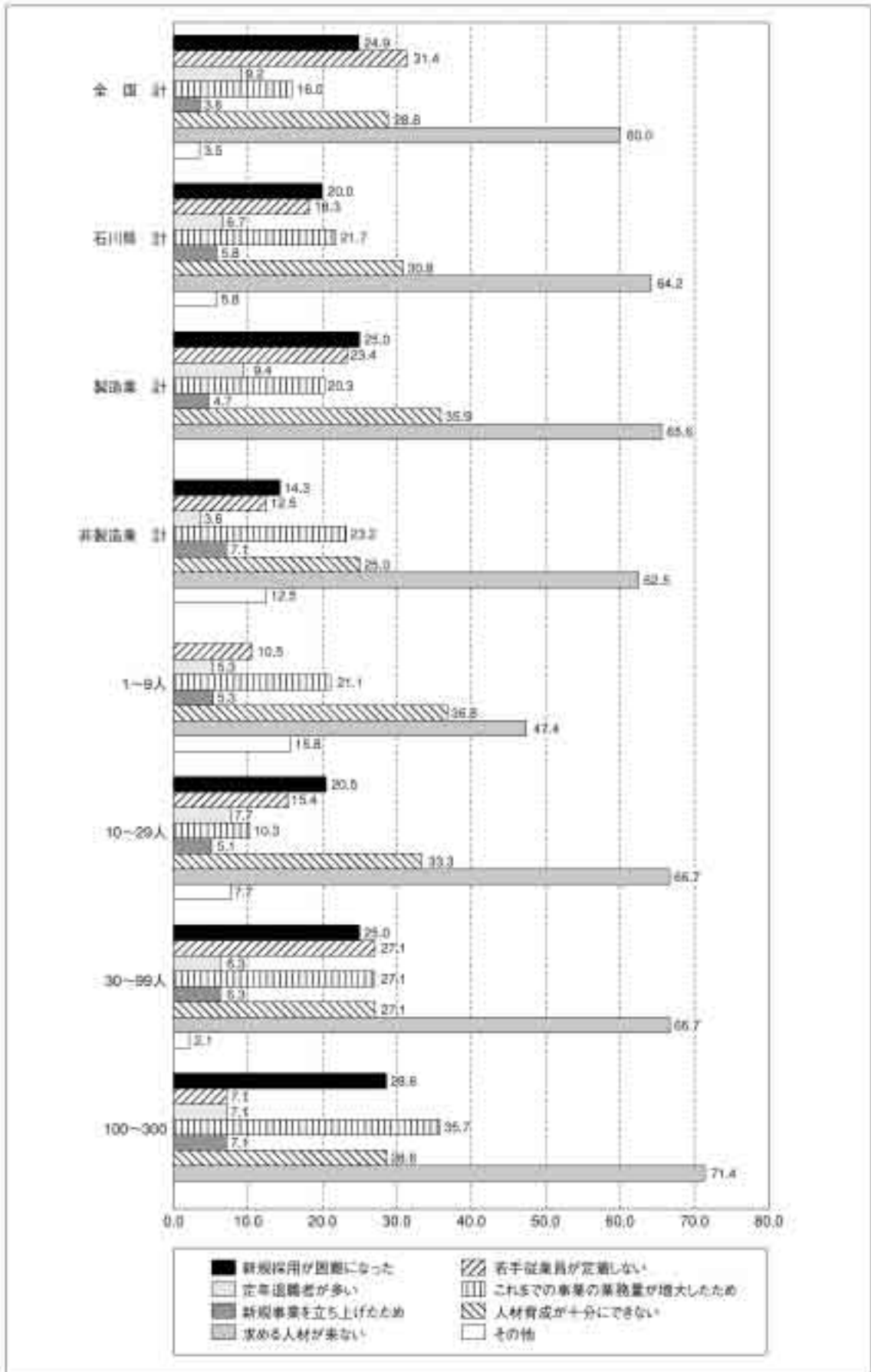
従業員が不足している理由をみると、石川県全体では「求める人材が来ない」が64.2%で1位、「人材育成が十分にできない」が30.8%で2位となっている。

業種別では製造業、非製造業ともに1位は「求める人材が来ない」、2位は「人材育成が十分にできない」であるが、3位について、製造業では「新規採用が困難になった」、非製造業では「これまでの事業の業務量が増大したため」と違いが出ている。(図4-2)

規模別では大規模になるほど「これまでの業務量が増大したため」、「新規採用が困難になった」の回答の割合が高い。

図 4-2 従業員不足理由（複数回答）

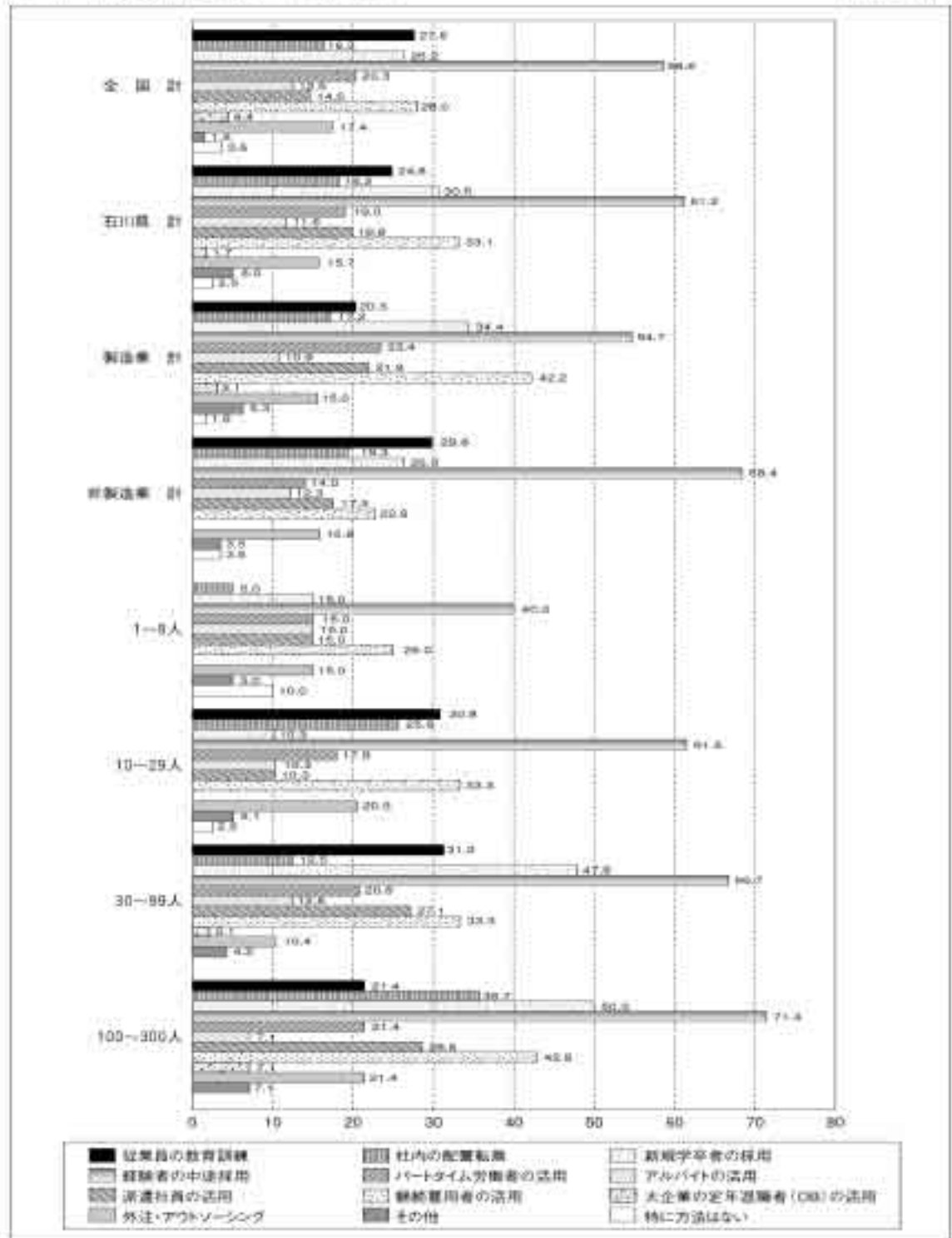
(単位：%)



(3) 従業員不足への対応（複数回答）

従業員不足への対応についてみると、石川県計では「経験者の中途採用」が61.2%で非常に高く、次に「継続雇用者の活用」が33.1%、「新規卒業者の採用」が30.8%となっている。業種別では、製造業で1位が「経験者の中途採用」(54.7%)、2位が「継続雇用者の活用」(42.2%)であるが、非製造業では1位が「経験者の中途採用」(68.4%)、2位が「従業員の教育訓練」(29.8%)となっている。(図4-3)

図4-3 従業員不足の対応（複数回答） (単位：%)



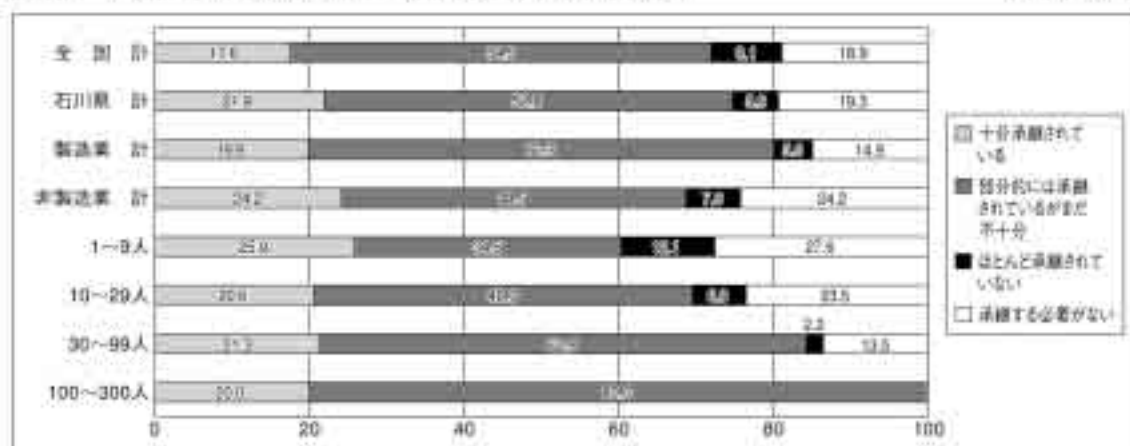
5. 技術・技能・知識・経験の承継について

(1) 技術・技能等承継の程度

石川県での技術・技能等の承継の程度についてみると「部分的には承継されているがまだ不十分」との回答が最も多く全体の52.8%を占め、「十分承継されている」との回答が21.9%、一方「承継する必要がない」が19.3%となっている。製造業は非製造業に比べ、「承継する必要がない」との回答が少なく、「部分的には承継されているがまだ不十分」との回答が多い。また、規模の小さな事業所ほど「承継する必要がない」「十分承継されている」と回答する割合が高く、逆に規模の大きな事業所ほど「部分的には承継されているがまだ不十分」との回答が多い。

(図5-1)

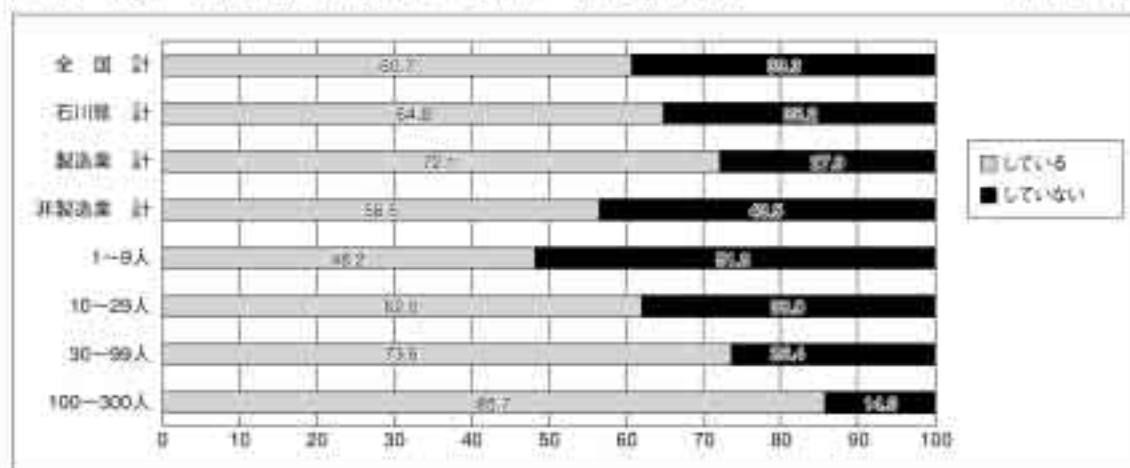
図5-1 技術・技能承継の程度（業種別・従業員規模別）（単位：％）



(2) 技術・技能等承継への対策の有無

技術・技能等承継への対策の有無についてみると、石川県は対策をしている割合が約3分の2を占めており、全国平均に比べて石川県は対策をしている事業所の割合が高い。規模別で見ると、従業員規模が大きくなるほど対策を講じている事業所の割合が高い。(図5-2)

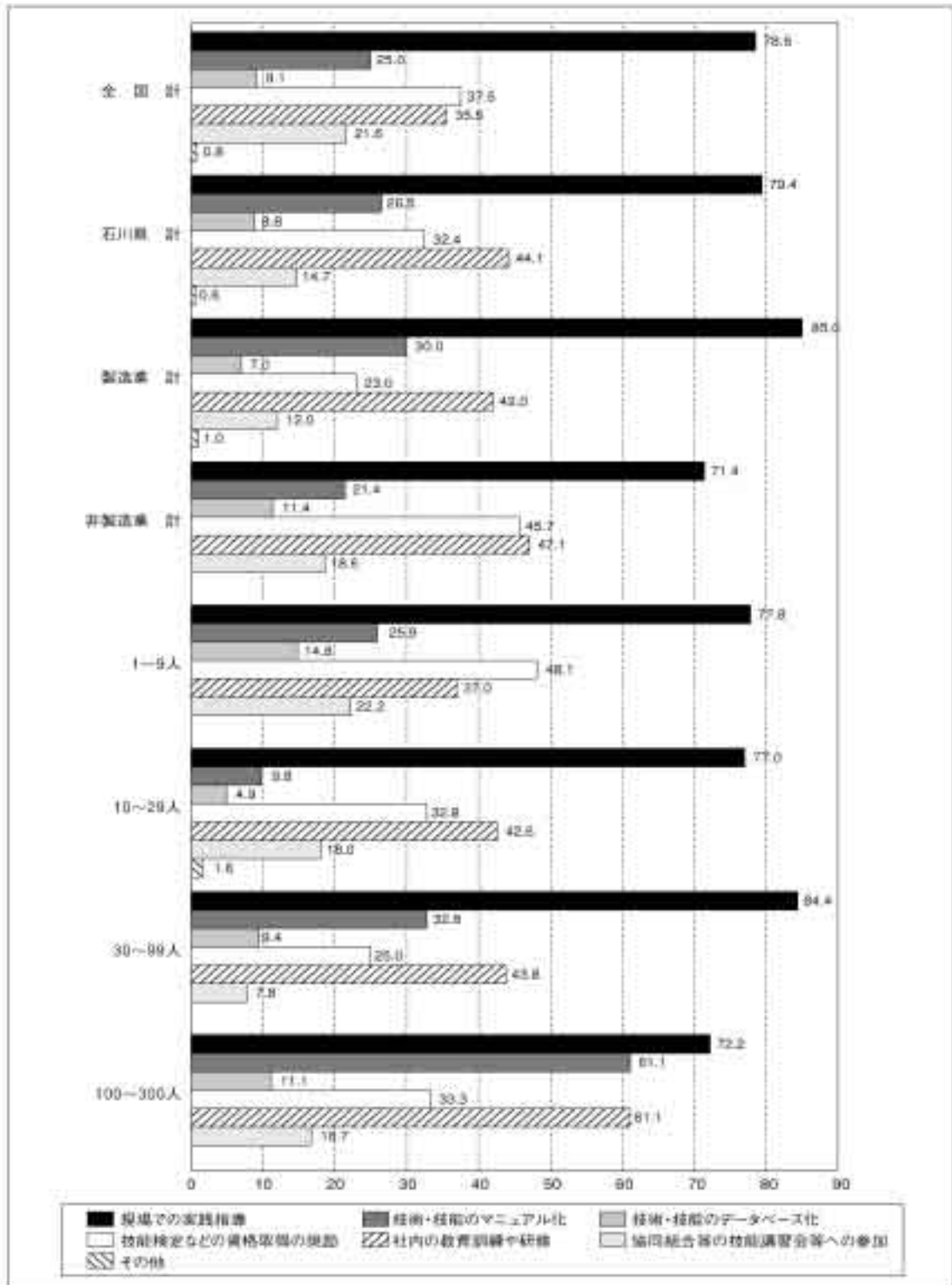
図5-2 技術・技能承継の対策有無（業種別・従業員規模別）（単位：％）



(3) 技術・技能等承継への対策の内容

石川県での技術・技能等承継への対策を見ると、「現場での実践指導」が79.4%と高い割合を占め、従業員規模別では従業員の規模が大きい事業所ほど「社内の教育訓練や研修」を重ねて取り組んでいる。業種別では製造業で「現場での実践指導」が非製造業に比べ高く、逆に非製造業で「社内での教育訓練や研修」が製造業に比べ高い。(図5-3)

図5-3 技術・技能承継の対策内容 (単位：%)



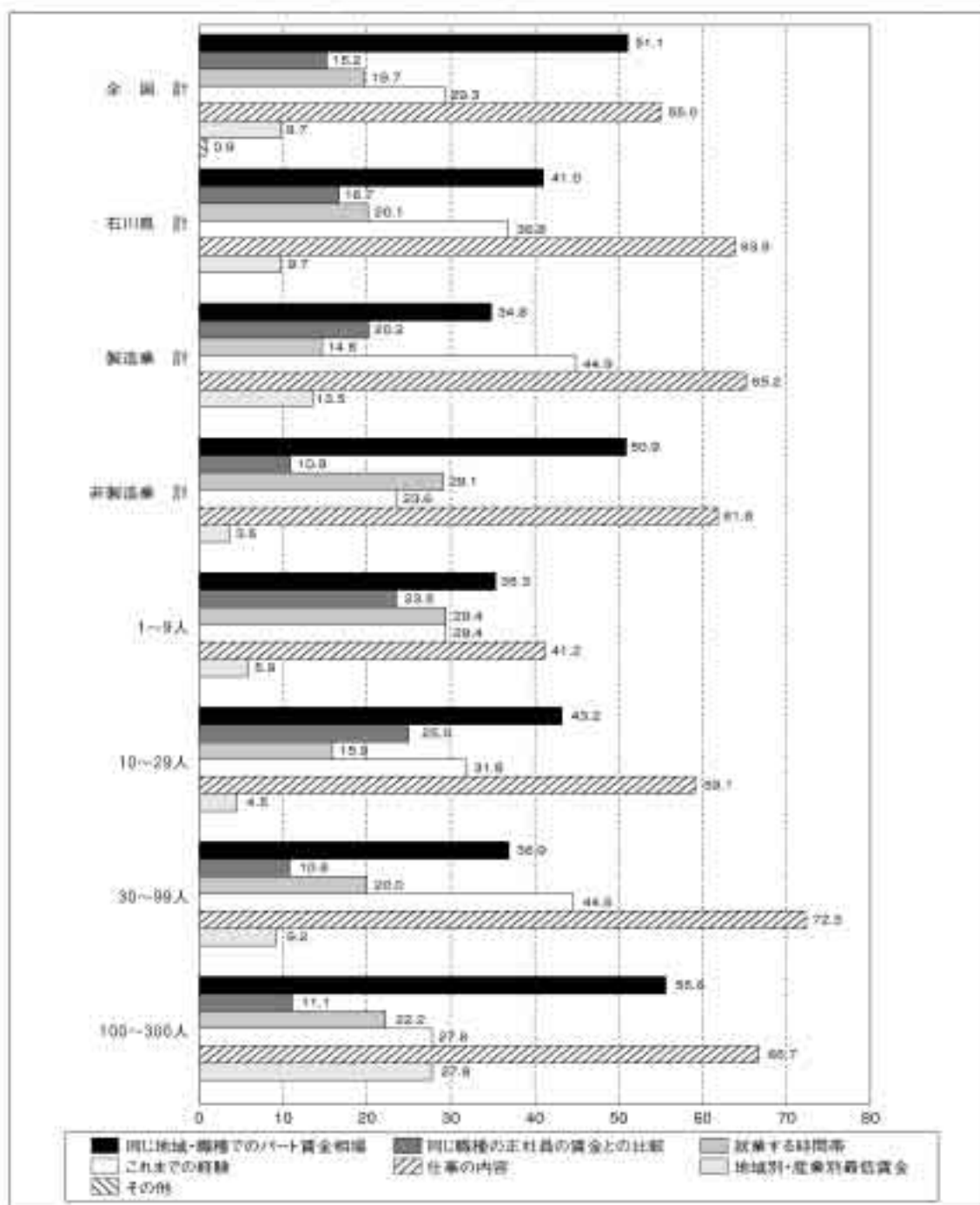
6. パートタイム労働者の賃金・労働時間等について

(1) パートタイム労働者の賃金決定要素（複数回答）

石川県のパートタイム労働者の賃金決定要素についてみると、「仕事の内容」が63.9%と55.0%の全国に比べ高く、逆に「同じ地域・職場でのパート賃金相場」が41.0%と全国の51.1%に比べ低い。業種別では、製造業では1位が65.2%の「仕事の内容」、2位が44.9%の「これまでの経験」であり、非製造業では1位が製造業と同様に61.8%で「仕事の内容」であるが、2位が50.9%で「同じ地域・職場でのパート賃金相場」となっている。製造業が非製造業に比べ「これまでの経験」で16.1%高く、経験が重要とされていることがうかがえる。（図6-1）

図6-1 パートタイム労働者の賃金決定要素（複数回答）

（単位：％）



(2) パートタイム労働者の時給額（平均額）

パートタイム労働者の時給額（平均額）を見ると、石川県では「750～800円」20.2%、「800～850円」19.4%、「850～900円」15.5%の順となっており、全体の半数以上となっており、「1000円以上」は17.8%であった。石川県、全国ともに「700円～950円未満」が集中しているが、「800円未満」が石川県では31.1%であるのに対し、全国は39.0%と低所得の割合が全国と比べ石川県は割合が低いことがわかる。

(表6-1)

表6-1 パートタイム労働者の時給額

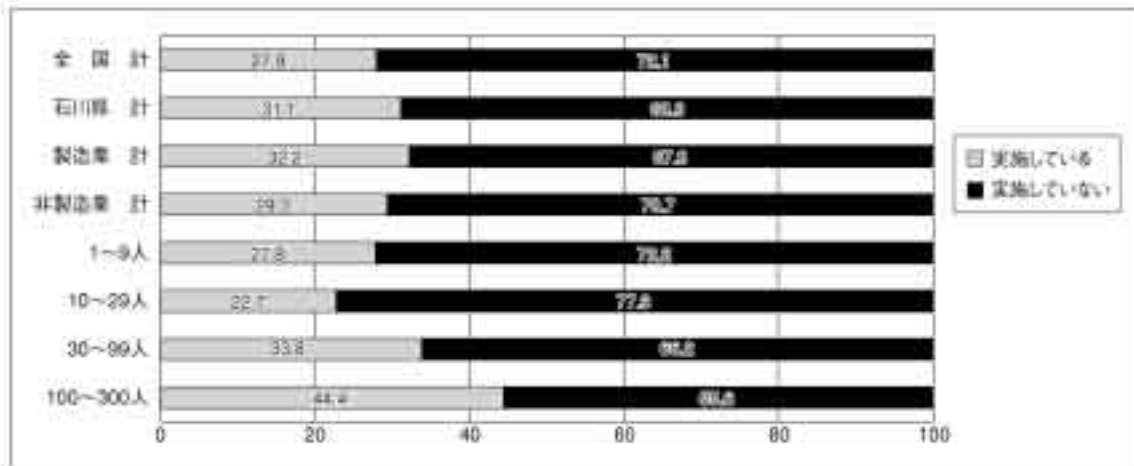
	石川県計	全国計
650円未満	0	2.4
650円～700円未満	1.6	7.6
700円～750円未満	9.3	13.8
750円～800円未満	20.2	15.2
800円～850円未満	19.4	19.5
850円～900円未満	15.5	12.4
900円～950円未満	10.1	9.1
950円～1000円未満	6.2	3.7
1000円～1050円未満	8.5	6.8
1050円～1100円未満	0.8	1.4
1100円～1200円未満	3.9	2.7
1200円～1300円未満	2.3	2.2
1300円以上	2.3	3.3

(3) パートタイム労働者の昇給の有無

パートタイム労働者の昇給の有無については、全国、石川県ともに実施しているところが約30%と少なく、業種別では製造業が非製造業に比べ実施している割合が2.9%高い。規模別で見ると、「100～300人」が実施している割合が44.4%と最も高く、従業員規模が大きいほど実施している割合が高い傾向であるといえる。(図6-2)

図6-2 パートタイム労働者の昇給有無

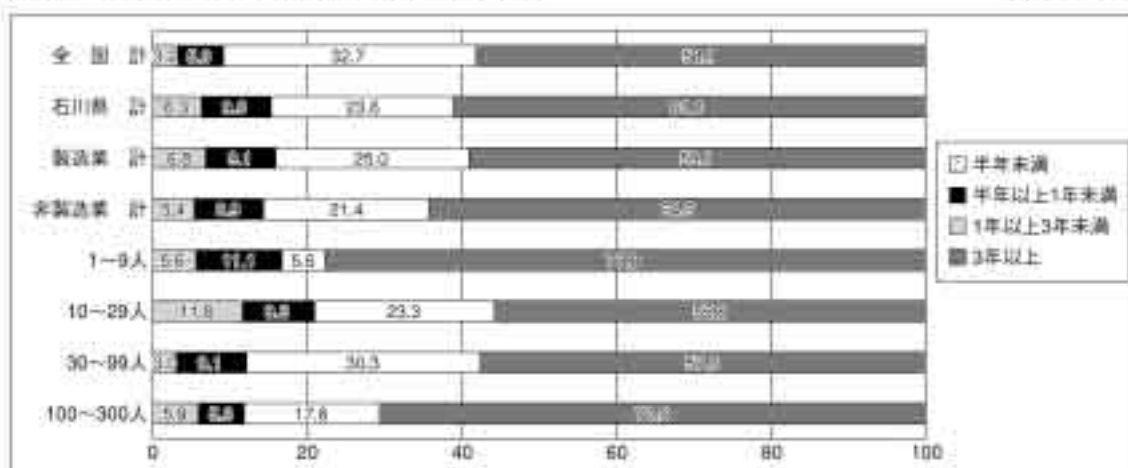
(単位：%)



(4) パートタイム労働者の継続勤務年数

パートタイム労働者の継続勤務年数についてみると、石川県では「3年以上」が61.1%、全国では58.1%とどちらも全体の約6割を占める。全国平均、石川県ともに「1年以上」の割合が大きい。石川県の「1年未満」の層が全国平均より6.2%高い。規模別では「3年以上」で「1～9人」が77.8%、「100～300人」が70.6%という結果が出た。(図6-3)

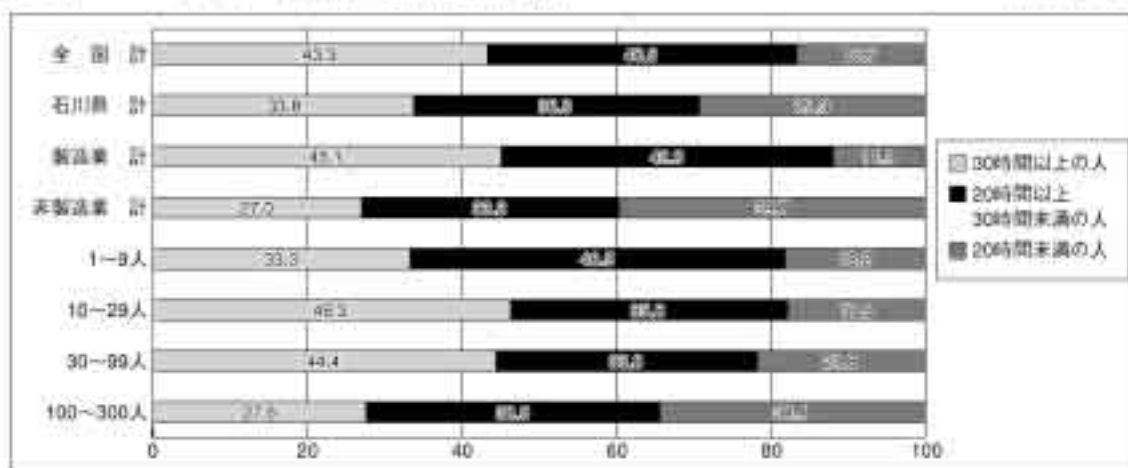
図 6-3 パートタイム労働者の継続勤務年数 (単位：%)



(5) パートタイム労働者の週所定労働時間

パートタイム労働者の週所定労働時間についてみると、石川県は全国平均に比べ所定労働時間が短く、「20時間未満」：石川県 29.3%、全国平均 16.7%）、また規模が大きくなるにつれて「20時間未満」の割合が高くなる傾向にある。業種別では、非製造業が「20時間未満」で 39.7% と非常に高くなっている。(図 6-4)

図 6-4 パートタイム労働者の週所定労働時間 (単位：%)



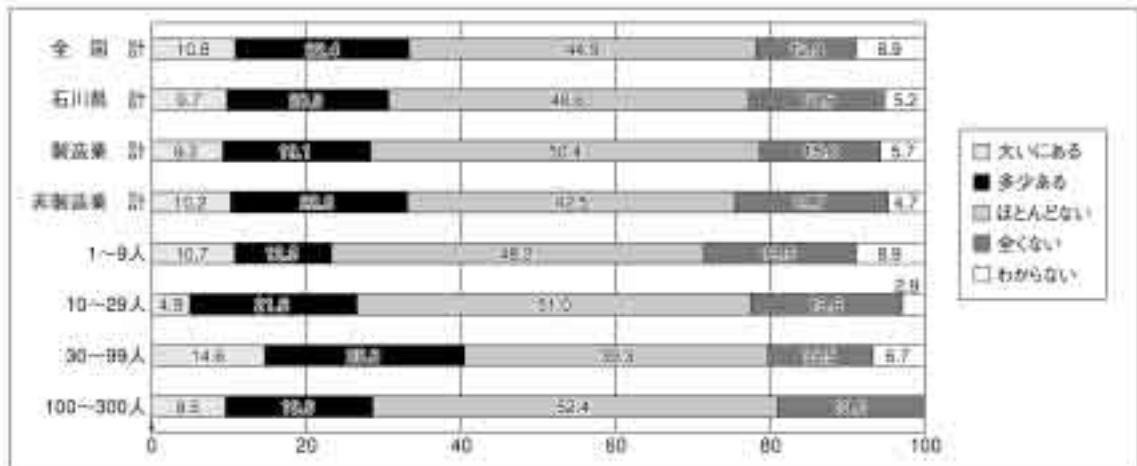
7. 最低賃金引き上げの影響について

(1) 最低賃金引き上げの影響

最低賃金引き上げの影響について、「大いにある」(9.7%)、「多少ある」(20.9%)など賃金引き上げに対して、影響があると答えた割合が 30.6%であり、「ほとんどない」(46.6%)、「全くない」(17.5%)など影響がないとの回答の割合が 64.1%となっている。(図 7-1) また、業種別では、「ある」と答えた事業所が運輸業で 58.8%と最も多く、次いで、機械器具製造業の 55.0%であった。

図7-1 最低賃金引き上げの影響

(単位：%)

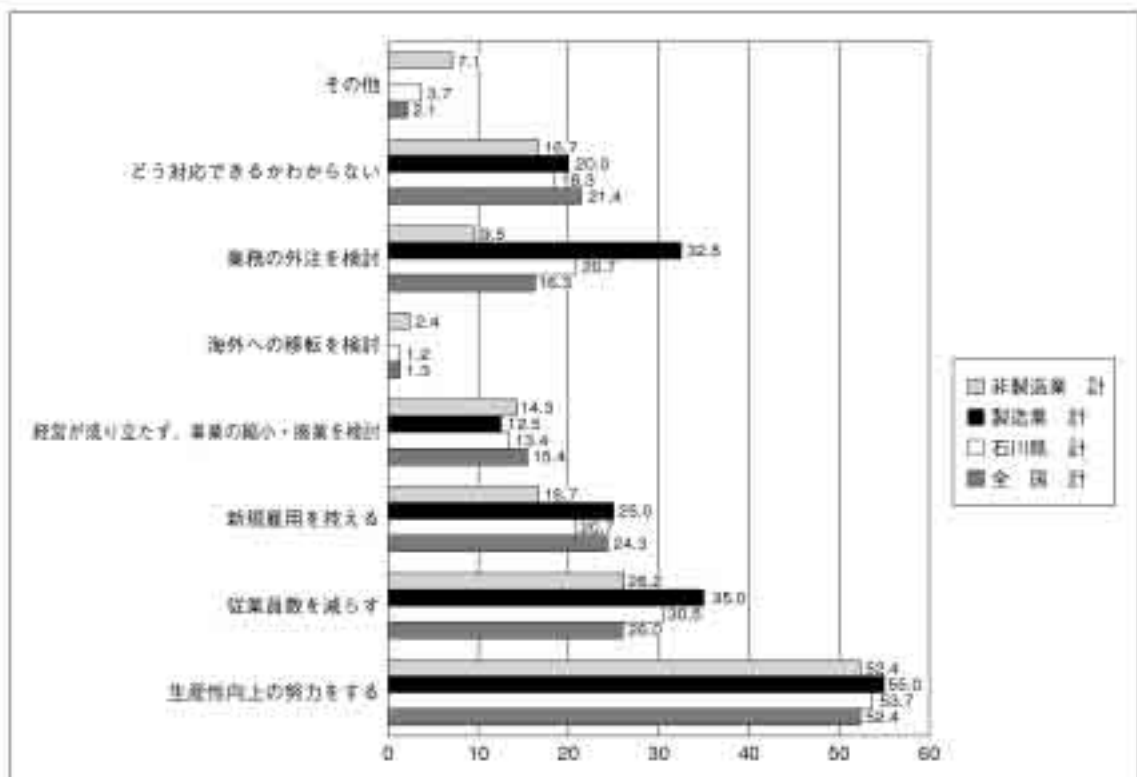


(2) 影響がある場合の対策

最低賃金引き上げの影響がある場合の対策についてみると、石川県、全国平均ともに「生産性向上の努力をする」が最も多く、「従業員数を減らす」が次に続く。業種別にみると、製造業は「従業員を減らす」、「新規雇用を控える」で非製造業に比べ割合が高い。(図7-2)

図7-2 最低賃金引き上げによる影響がある場合の対策

(単位：%)



8. 新規学卒者採用状況

(1) 平成19年3月の新規学卒者の採用状況

石川県の新規学卒者の学卒別採用充足率を見ると、事務系は、ほぼ100%達成しているが、技術系では、80%台と充足率が低い。石川県と全国を比較するとどの区分についても石川県の充足率が高い結果となった。(表8-1)

表8-1 新規学卒者の学卒別採用充足率 (単位: %)

区 分		合 計	技術系	事務系
石川県	高校卒	86.7	86.1	100
	専門学校卒	86.7	84.6	100
	短大卒	100	100	100
	大学卒	88.6	82.6	97
全 国	高校卒	83.9	80.8	90.0
	専門学校卒	79.5	76.6	90.9
	短大卒	90.1	85.6	95.1
	大学卒	81.7	75.5	90.0

また、平成19年3月卒新規学卒者の一人当たりの平均初任給額を学卒別で見ると次のようになる。

①高校卒

石川県の高校卒業者の初任給は、加重平均で技術系が155,166円、事務系が151,000円。

全国は加重平均で技術系が154,746円、事務系が150,487円。

②専門学校卒

石川県の専門学校卒業者の初任給は、加重平均で技術系が164,773円、事務系が156,200円。

全国は加重平均で技術系が168,407円、事務系が167,427円。

③短大(含高専)卒

石川県の短大(含高専)卒業者の初任給は、加重平均で技術系が161,500円、事務系が158,421円。

全国は加重平均で技術系が170,755円、事務系が165,239円。

④大学卒

石川県の大学卒業者の初任給は、加重平均で技術系が193,062円、事務系が179,954円。

全国は加重平均で技術系が193,557円、事務系が188,285円。

表8-2 新規学卒者の初任給(加重平均)

(単位: 円)

区 分	高校卒		専門学校卒		短大卒		大学卒	
	技術系	事務系	技術系	事務系	技術系	事務系	技術系	事務系
全国平均	154,746	150,487	168,407	167,427	170,755	165,239	193,557	188,285
石川県平均	155,166	151,000	164,773	156,200	161,500	158,421	193,062	179,954
製 造 業	155,572	150,000	164,667	153,000	160,333	155,747	194,475	179,901
非製造業	150,975	154,000	165,250	159,400	165,000	159,567	190,346	180,000

※加重平均は金額ごとに人数を掛け、従業員の数で除したものを(一人あたりの平均額)、単純平均は各事業所の初任給額を単純に足して平均値を集計するもの(一事業所あたりの平均額)を示す。

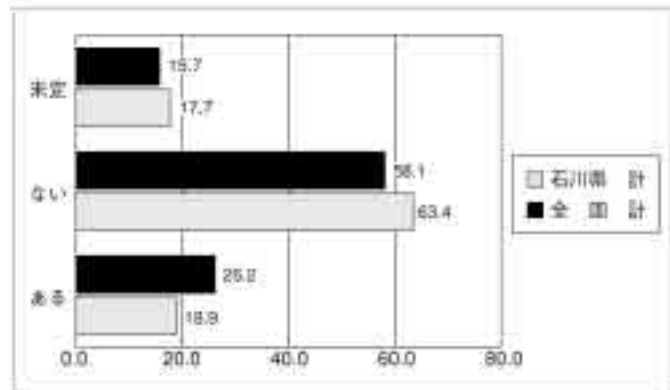
(2) 平成20年3月の新規学卒者の採用計画

平成20年3月新規学卒者の採用計画（平成19年7月1日現在）について、石川県では「ある」が26.2%（昨年度30.3%）、「ない」が58.1%（昨年度51.6%）、「未定」が15.7%（昨年度18.1%）となり、「ある」との回答は昨年より4.1%減少し、また全国との比較では石

川県が「ある」との回答が全国の18.9%より7.3%高い結果となった。「ない」が昨年度より6.5%増加しており、採用予定事業所の数が昨年に比べて少なくなると考えられる。（図8-1）

図8-1 採用計画の有無

(単位：%)

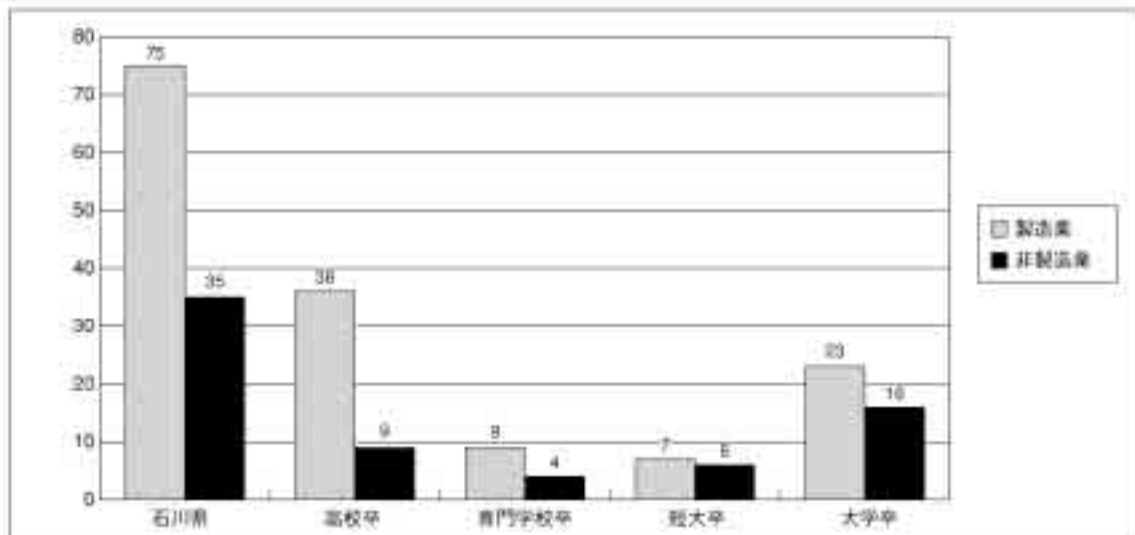


(3) 学卒ごとの採用予定人数

前問で、「ある」と回答のあった70事業所に、学歴別の採用予定人数についての質問に対し、総数では「高校卒」が116名、「専門学校卒」が14名、「短大（含高専）卒」が16名、「大学卒」が79名であった。製造業で採用予定事業所数が非製造業に比べて高く、「高校卒」で製造業の採用予定事業所数が非製造業より特に高い。

図8-2 採用予定事業所数（学卒別）

(単位：事業所（のべ事業所数）)



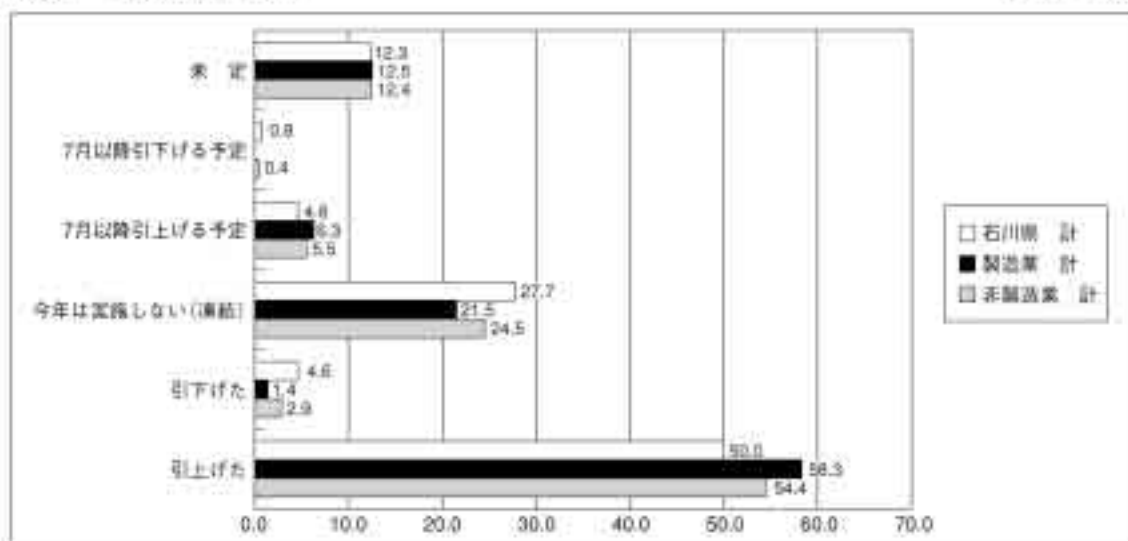
9. 賃金改定状況

(1) 賃金改定の実施状況

石川県における平成19年1月1日から7月1日（調査時点）までの賃金改定状況を見ると、「引き上げた」（54.4%）、「7月以降引き上げる予定」（5.5%）の上げるとの回答2項目を合わせると59.9%で昨年度より3.4%増加し、「引き下げた」（2.9%）、「7月以降引き下げる」（0.4%）の下げるとの回答2項目を合わせると3.3%で昨年度より0.6%増加。「今年は実施しない（凍結）」（24.5%）で昨年度と同率であった。（図9-1）

図9-1 賃金改定の実施

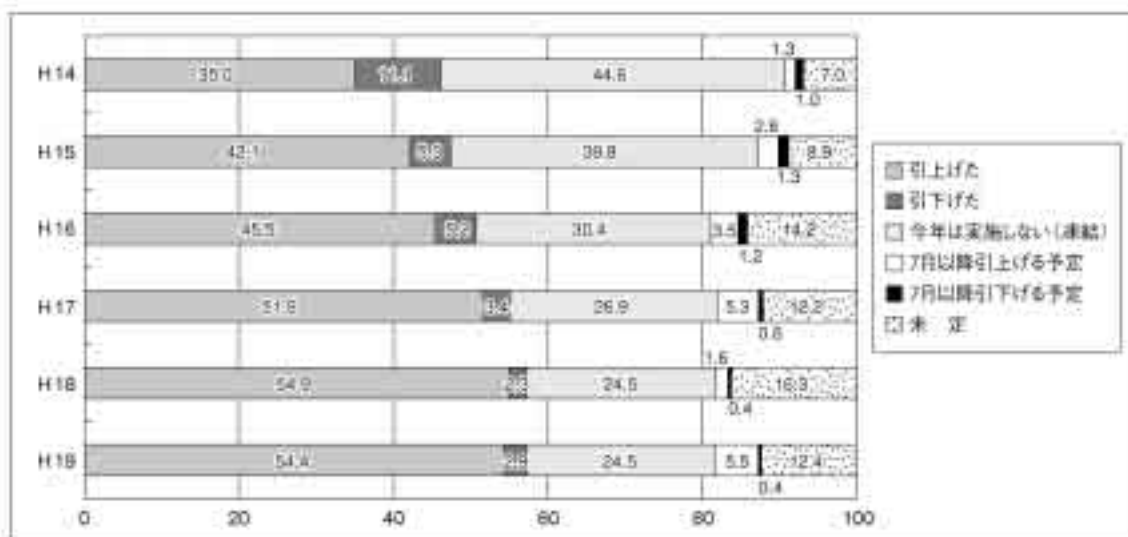
(単位：%)



賃金改定の実施状況の推移についてみると、過去5年間では平成14年に引き上げた事業所が35.0%であったが、平成19年には54.4%であるように年々、引き上げの実施を行う事業所の割合が増加しており、また、引き下げについては平成14年に11.1%、平成19年に2.9%と年々、減少している。（図9-2）

図9-2 賃金改定の実施状況の推移（過去5年間）

(単位：%)



(2) 平均昇給額及び平均所定賃金

石川県について「引き上げた」事業所の賃金改定後の平均所定賃金は250,043円、平均昇給額は5,459円（昇給率2.23%）であった。全国との比較では、「改定前の賃金」、「昇給額」のいずれについても全国が高い結果となった。（表9-1）

表9-1 平均昇給（上昇）

（単位：円）

	改定前の賃金	改定後の賃金	昇給額	昇給率
全 国 計	247,972	254,416	6,444	2.60%
石 川 県 計	244,584	250,043	5,459	2.23%
製 造 業	238,794	244,011	5,417	2.27%
非 製 造 業	252,534	258,050	5,516	2.18%
1 ～ 9 人	230,561	236,478	5,917	2.57%
10 ～ 29 人	250,346	256,543	6,197	2.48%
30 ～ 99 人	241,060	245,655	4,595	1.91%
100 ～ 300 人	262,207	268,033	5,826	2.22%

各位

平成19年6月



平成19年度中小企業労働事情実態調査ご協力のお願い

業種や事業所規模、地域によって状況に依然として大きな違いがみられるほか、少子・高齢化の進展等に伴い、中小企業を取り巻く雇用・労働環境は大きく変化しております。このような情勢下、本会では、中小企業における労働事情を的確に把握し、適正な労働対策を相立することを目的に、本年度も全国一斉に調査を実施することとなりました。

つきましては、ご繁忙の折誠に恐縮ですが、ご協力をいただき、調査にご協力下さいませようようお願い申し上げます。

平成19年度中小企業労働事情実態調査票

調査時点：平成19年7月1日

調査締切：平成19年7月10日

記入についてのお願い

- 秘密の保守 調査票にご記入下さいました事項については、企業と個人の情報の秘密を厳守し、統計以外の目的に用いることはいけませんので、ありのままにご記入下さい。また、記入担当者などの個人情報につきましては、本調査に係る問い合わせ以外には使用いたしません。
- ご記入方法 質問ごとの指示により該当する項目の番号に○をご記入下さるか、該当欄に数字等をご記入下さい。なお、特に断りのない限り7月1日現在で記入下さい。
- お問い合わせ先 調査票のご記入に当たっての不十分な点など、調査に関しますお問い合わせ先は、下記までお問い合わせ下さい。記入後は7月10日までに下記にご返信下さい。

石川県中小企業団体中央会 組織振興課

〒920-8203 金沢市鞍月2-20 石川県地場産業振興センター新館5階

電話 076-267-7711 FAX 076-267-7720

貴事業所の概要についてお答え下さい。(太枠内に該当する事項をご記入下さい。)

事業所の名称	記入担当者名
所在地	電話番号 ()
	FAX番号 ()
業 種 (最も売上高の多い事業の業種の番号を以下の1～24の中から1つだけ右の太枠内にご記入下さい)	
1. 食料品、飲料・たばこ・煙草製造業 2. 繊維・皮革製造業 3. 木材・木製品、家具・軟体家具製造業 4. 印刷・複製業 5. 窯業・土石製品製造業 6. 化学工業、石油・石炭製品、ゴム製品製造業 7. 医薬品、化粧品、医薬品製造業 8. 一般・電気・機械部品・輸送用・精密機械器具製造業 9. パルプ・紙・紙加工品、プラスチック製品、なめし革・同製品、毛皮、その他の製造業 10. 情報通信業(通信業、放送業、情報サービス業、インターネット、付随サービス業、映像・音声・文字情報制作業) 11. 道路運送業(運送業・水運業・倉庫業・その他運送業) 12. 建設業	13. 総合工業業 14. 金属工業業(設備工業業を除く) 15. 設備工業業 16. 卸売業 17. 小売業(飲食店を除く) 18. 対事業所サービス業(専門サービス業、商業施設管理業、物販管理業、広告業、その他の事業サービス業、その他サービス業) 19. 洗濯・理容・美容・浴場業 20. その他の生活関連サービス業 21. 自動車整備業 22. 書籍等出版業 23. 宿泊業 24. その他(具体的に)

設問1) 従業員数についてお答え下さい。

①平成19年7月1日現在の雇用別形態別の従業員を男女別に太枠内にご記入下さい。

	正社員	パートタイム労働者	派遣	アルバイト労働者	合計
男性	人	人	人	人	人
女性	人	人	人	人	人

(注)「パートタイム労働者」とは、1日の所定労働時間が労働基準法一般労働者より短いもの、または1日の所定労働時間は同じでも1週間の所定労働日数が少ない者です。

②平成19年7月1日現在の従業員のうち、常用労働者について、男女別、年齢別の人数を太枠内にご記入下さい。

雇用労働者数	24歳以下	25～34歳	35～44歳	45～54歳	55～59歳	60～64歳	65歳以上	合計
男性	人	人	人	人	人	人	人	人
女性	人	人	人	人	人	人	人	人

(注)「常用労働者」とは、次のいずれかに該当する者です。パートタイム労働者であっても、下記の(1)～(3)に該当する場合は常用労働者に含みます。

- (1)期間を定めずに雇われている者、または1か月を超え連続して雇われている者
- (2)1日または1か月以内の期間を定めて雇われている者のうち、5月、6月にそれぞれ18日以上雇われた者
- (3)事業上の家族で、貴事業所に働いている者のうち、常時勤務して毎日給与が支払われている者

(右欄は得意事業所記入不要)

23

(調査票番号) (事業所コード) (地域コード)

設問3) 経営についてお答え下さい。

① 現在の経営状況は1年前と比べていかがですか。(1つだけに○)

1. 悪い 2. 変わらない 3. 良い

② 現在行っている主要な事業について、今後どのようにしていくお考えですか。(1つだけに○)

1. 拡大 2. 現状維持 3. 縮小 4. 廃止 5. その他()

③ 現在、経営上どのようなことがあつ路となっていますか。(3つ以内に○)

1. 需要不足(需の不足)	2. 人材不足(需の不足)	3. 取手失の海外シフトによる影響
4. 需と不系・受注の減少	5. 製造業競争力・生産力の不足	6. 大企業等の退出
7. 同業社社との競争激化	8. 原材料・仕入品の高騰	9. 支店・輸入品の拡大
10. 人件費の増大	11. 製造価格(販売価格)の下落	12. 納期・単価等の取引条件の厳しき
13. 急激・買付増大	14. 後継者問題	15. 情報技術(「IT」)への対応
16. 環境規制の強化		

④ 経営上の強みはどのようなところにありますか。(3つ以内に○)

1. 製品・サービスの独自性	2. 技術・製品の開発力	3. 生産技術・生産管理能力
4. 営業力・マーケティング力	5. 製品・サービスの企画力・提案力	6. 製品の品質・精度の高さ
7. 顧客対応力・サービスの西格闘争力	8. 顧客への納期・サービスの速さ	9. 企業・製品のブランド力
10. 工場・店舗の立地条件の良さ	11. 財務体制の強さ・資金調達力	12. 情報の収集・分析力
13. 優秀な社長・社長夫人	14. 商品・サービスの質の高さ	15. 組織の機動力・柔軟性

設問4) 従業員の労働時間についてお答え下さい。

① 従業員の(パートタイム労働者など短時間労働者を除く)の週所定労働時間は何時間ですか(残業時間、休憩時間は除く)。職種や部門によって異なる場合は、最も多くの従業員に適用されている時間をお答え下さい。(1つだけに○)

1. 38時間以下 2. 38時間超40時間未満 3. 40時間 4. 40時間超44時間以下

【注】(1) 現在、「労働基準法で40時間超44時間以下が認められているのは、10人未満の農業・サービス業等の特別事業所のみです。
 (2) 「所定労働時間」とは、就業規則等に定められた始業時刻から終業時刻までの時間から休憩時間を差し引いた時間です。

② 平成18年の従業員1人当たりの月平均残業時間(時間外労働・休日労働)をご記入下さい。

従業員1人当たり 月平均残業時間 1. [] 時間 2. なし

③ 平成18年の従業員1人当たりの年次有給休暇の平均付与日数・取得日数をご記入下さい。(付与日数は前年からの繰越分を除く)

従業員1人当たり 平均付与日数 [] 日 従業員1人当たり 平均取得日数 [] 日

(付与日数は前年からの繰越分を除く)

設問5) 従業員の過不足状況についてお答え下さい。

① 貴事業所の従業員の過不足状況はどのようになっていますか。(1つだけに○)

1. 全体に過剰である	2. 職種・部門によって過剰である	3. 適正である
4. 職種・部門によって不足している	5. 全体に不足している	

↓ 世上記の4、5に○をした事業所は下記の2へ進む

② どのような職種・部門の従業員が特に不足していますか。(3つ以内に○)

1. 営業・生産	2. 営業	3. 研究開発・設計	4. 購買・仕入
5. 生産管理・生産技術	6. 販売・サービス	7. 情報システム	8. 総務・人事・労務
9. 財務・経理	10. 経営企画	11. その他()	

③ 従業員が不足しているのはどのような理由ですか。(該当するものすべてに○)

1. 新規採用が困難になった	2. 老う従業員が老若しない	3. 定年退職者が多い
4. これまでの事業の業務量が増大したため	5. 新規事業も立ち上げたため	6. 人材育成が十分できていない
7. 求めた人材が来ない	8. その他()	

④ 従業員不足にどのような対応しようと考えていますか。(該当するものすべてに○)

1. 従業員と時間調整	2. 社内の転用転換	3. 新卒学生者の採用	4. 経験者の中途採用
5. パートタイム労働者の活用	6. アルバイトの活用	7. 派遣社員者の活用	8. 臨時雇用者の活用
9. 大企業の新卒採用者の採用	10. 研修・アットトレーニング	11. その他()	12. 特に方法は無い

設問6) 技術・技能・知識・経験の承継についてお答え下さい。

① 団塊世代の大量退職によって、技術水準の低下や技能・知識・経験の承継を心配する声がありますが、承継はどの程度進んでいますか。(1つだけに○)

1. 十分承継されている
 2. 団塊世代には承継されているが不足
 3. ほとんど承継されていない
 4. 承継する必要がない

② 技術・技能・知識・経験の承継のため、何か対策を講じていますか。(1つだけに○)

1. していない
 2. している

※上記の1, 2に○をした事業所は下記の進へ

③ 技術・技能・知識・経験の承継のため、どのような対策を講じていますか。(該当するものすべてに○)

1. 現場での実践指導
 2. 技術・経験のマニュアル化
 3. 技術・技能のデータベース化
 4. 技術検定などの資格取得の奨励
 5. 社内の教育訓練や研修
 6. 関係組合等の技術講習会等への参加
 7. その他()

設問7) パートタイム労働者の賃金・労働時間等についてお答え下さい。

(注) 「パートタイム労働者」とは、1日の所定労働時間が同業務所の一般労働者より短い者、または1日の所定労働時間は同じでも1週間の所定労働時間が少ない者です。

※以下の①～⑥については、パートタイム労働者を雇用している事業所のみお答え下さい。

① パートタイム労働者の主な賃金決定要素は何ですか。(3つ以内に○)

1. 同じ地域・職種でのパート賃金相場
 2. 同じ職種の正社員との賃金との比較
 3. 就業する時間帯
 4. これまでの経験
 5. 仕事の内容
 6. 地域別・産業別最低賃金
 7. その他()

② パートタイム労働者の賃金(時給額)はいくらですか。また、アルバイトの場合はいくらですか。(日給、月給の場合は、時給に換算して下さい)

パートタイム労働者一人当たり賃金(時給額)		
最高額(時給)	最低額(時給)	平均額(時給)
円	円	円

アルバイト一人当たり賃金(時給額)		
最高額(時給)	最低額(時給)	平均額(時給)
円	円	円

(注) 「アルバイト」とは、ここでは短時間あるいは短期間、臨時的に雇用する者で上記のパートタイム労働者以外の者とします。

③ 平成19年1月1日から7月1日までの間にパートタイム労働者の昇給を実施しましたか。(1つだけに○)

1. 実施している
 2. 実施していない

④ 平均的なパートタイム労働者の経歴勤続年数はどの程度ですか。(1つだけに○)

1. 半年未満
 2. 半年以上1年未満
 3. 1年以上3年未満
 4. 3年以上

⑤ パートタイム労働者の週所定労働時間について、それぞれの時間区分に該当する人数をご記入下さい。

	週所定労働時間			合 計
	30時間以上の人	30時間未満20時間以上の人	20時間未満の人	
パートタイム労働者数	人	人	人	人

設問8) 最低賃金引き上げの影響についてお答え下さい。

① 現在、政府で最低賃金の引き上げ議論が行われておりますが、もし最低賃金が引き上げられた場合、経営上どの程度マイナスの影響があると思いますか。(1つだけに○)

1. 大いにある
 2. 多少ある
 3. ほとんどない
 4. 全くない
 5. わからない

※上記の1, 2, に○をした事業所は下記の進へ

② 影響ある場合どのような対応が考えられますか。(該当するものすべてに○)

1. 生産性向上の努力を怠らぬ
 2. 従業員数を減らす
 3. 新規雇用の拡大
 4. 経営が成り立たず、事業の縮小・廃業を検討
 5. 海外への移転を検討
 6. 業務の外注を検討
 7. どう対応できるかわからない
 8. その他()

設問9) 新規学卒者の採用についてお答え下さい。

① 平成19年3月新規学卒者（第2新卒者・中途採用者を除く）の採用予定人数、実際に採用した人数、1人当たり平均初任給額（平成19年6月支給額）をご記入下さい。

学 卒	採用予定人数 (平成19年3月卒)	採用した人数 (平成19年3月卒)	1人当たり		学 卒	採用予定人数 (平成19年3月卒)	採用した人数 (平成19年3月卒)	1人当たり	
			平均初任給額(円)					平均初任給額(円)	
高 校 卒	技術系				短大卒 (高専)	技術系			
	事務系					事務系			
専門学校卒	技術系				大 学 卒	技術系			
	事務系					事務系			

(注) (1) 平成19年6月の1ヵ月間に支給した1人当たり平均初任給額は通勤手当を除いた所定内賃金総額（税込額）をご記入下さい。
 (2) 専門学校卒は、高校卒業を入学の資格とした専修学校専門課程（3年以上）を卒業した者を対象として下さい。
 (3) 技術系として採用した者以外はすべて事務系にご記入下さい。

② 平成20年3月の新規学卒者（第2新卒者・中途採用者を除く）の採用計画はありますか。（1つだけに○）

1. ある 2. ない 3. 未定

※上記の1.に○をした事業所は下記の③へ

③ 学卒ごとの採用予定人数をご記入下さい。

1. 高校卒 人 2. 専門学校卒 人 3. 短大卒（高専） 人 4. 大学卒 人

設問10) 賃金改定についてお答え下さい。

① 平成19年1月1日から7月1日までの間にどのような賃金改定を実施しましたか。（1つだけに○）

1. 上げました 2. 下げました 3. 今年は実施しない(継続)

4. 7月以降上げる予定 5. 7月以降下げる予定 6. 未定

※上記の1, 2, 3. に○をした事業所は下記の②へ

② 賃金改定を実施した対象者の総数と従業員1人当たり平均の改定前・改定後所定内賃金及び平均引上げ・引下げ額をご記入下さい。ご記入の際は下記の（注）をご参照下さい。なお、プラス・マイナスの記号は不要です。

対象者総数	従業員1人当たり(月額)		
	改定前の平均所定内賃金(A)	改定後の平均所定内賃金(B)	平均引上げ・引下げ額(C)
<input type="text"/> 人	<input type="text"/> 円	<input type="text"/> 円	<input type="text"/> 円

(注) (1) 「改定前の平均所定内賃金(A)」「改定後の平均所定内賃金(B)」「平均引上げ・引下げ額(C)」の関係は次のとおりです。
 ・(1. 上げた)事業所は、「平均引上げ・引下げ額(C)」はプラス値になります。
 ・(2. 下げた)事業所は、「平均引上げ・引下げ額(C)」はマイナス値になります。
 ・(3. 今年は実施しない(継続))事業所は、「(B)-(A)」が同値になりますので、「平均引上げ・引下げ額(C)」は「0」になります。
 (2) 対象者総数は、賃金改定対象者で、賃金の改定前、改定後ともを勤めている者です（1ページ目の設問1の「従業員数」とは必ずしも一致しなくても結構です）。
 (3) パートタイム労働者、アルバイト、役員、家族、傭社、病欠者、休職者などは除いて下さい。
 (4) 「所定内賃金」については、下表を参考にして下さい。ただし、通勤手当は除いて下さい。



◎お忙しいところご協力ありがとうございました。記入もれがないかもう一度お確かめのうえ、7月30日までにご返送下さい。

下請中小企業の最近の動向

下請中小企業の最近の動向

全国中小企業団体中央会から、平成19年9月11日、「下請中小企業の最近の動向―主要下請業種団体へのヒアリング等調査結果―」の公表がありましたので、お知らせいたします。

同調査は、下請中小企業の最近の動向等を把握するため、昨年7月中旬から8月中旬にかけて、全国中央会会員である中小企業組合をはじめとする主要な下請業種団体に書面調査及びヒアリング調査を実施しました。

同調査結果から、昨今の原材料の高騰下において、親企業の対応は厳しく価格転嫁も進まず、景気回復が後退しているなど、下請中小企業によって、原材料等の高騰の影響が大きいことがうかがえます。

I. 調査の概要

下請中小企業を取り巻く環境は、世界最適調達、下請分業構造の流動化等の構造的変革の中にあって、親企業の海外移転・回帰、コストダウン要請、選別・集約化、海外からの部品調達に加え、近時の原油価格をはじめとする原材料価格の高騰等、厳しい状況が続いている。

本会は、このような状況下における下請中小企業の最近の動向等を把握するため、平成19年7月中旬から8月中旬にかけて、本会会員である中小企業組合をはじめとする主要な下請業種団体に、書面調査及びヒアリング調査を実施した。

〔調査対象〕

以下の、自動車、電気等の下請分業体制を構成する主要な下請業種団体

「ダイカスト」「金属プレス」「鍍金」「産業用機械」「輸送用機械（自動車用照明機器主体）」「繊維」「建設」「金型」「鋳物」及び「ビルメンテナンス」の10団体

(参考) 下請業種10団体の所属組合員数は、以下のとおり。

(1) 全国組織：ダイカスト（自動車・電気機器主体）	114
(2) 全国組織：金属プレス（自動車・電気機器主体）	600
(3) 全国組織：メッキ（電子部品・自動車主体）	1,817
(4) 埼玉県：産業用機械（工作機械主体）	205
(5) 関東：輸送用機械（自動車用照明機器主体）	77
(6) 全国組織：繊維（製造業）	6,263
(7) 全国組織：建設	96,400
(8) 全国組織：金型（自動車・電気機器主体）	224
(9) 全国組織：鋳物（自動車・産業用機械主体）	600
(10) 神奈川県：ビルメンテナンス	38
合 計	106,338

II. 調査結果の概要

[表 1] 下請中小企業の最近の動向

業 界	景況感	受注量	単価	受取条件	採算	資金繰り	銀行取引	受注残高
	① ② ③	① ② ③	① ② ③	① ② ③	① ② ③	① ② ③	① ② ③	① ② ③
ダイカスト	○△△	○△△	△○△	△△△	●●●	△●●	△△●	○△●
金属プレス	○△△	○△△	●●●	△△△	△△△	△△△	△△△	○△△
メ ッ キ	△△△	△○△	●△△	●○△	●●●	●●●	△△△	○△△
産業用機械	○●●	○●●	△△●	△△△	○●●	○△●	△△△	○●●
輸送用機械	△△△	△○△	△△△	△△△	△△△	△△△	△△△	△△△
繊維(製造業)	○△△	○△△	●△△	△△△	△●●	△△△	△△△	○△△
建設	●●●	△△	●●●	●●●	●●●	●●●	△△	△△
金型	△●●	△●●	△△△	△△△	△△△	△△△	△△△	△●●
鋳物	△△△	△△△	△△△	△△△	△△△	△△△	△△△	△△△
ビルメンテナンス	●●△	○●△	△●△	△△△	△●△	△△△	△△△	●●△

(注) ○…好転・増加・上昇・改善 ①…前回 (18年 8月)
 △…横這い・不変 ②…今回 (19年 8月)
 ●…悪化・減少・下落 ③…見通し (3ヵ月後)

1. 下請中小企業の最近の動向 (前回調査〔18年8月〕比) … [表1参照]

<ポイント> 依然単価は厳しく、原材料高騰から採算好転せず。

景況感は、「好転した」業界は1業界(前回は4業界)、「横這い」が5業界(前回は4業界)、「悪化した」業界は4業界(前回は1業界)となった。

受注量は、「増加した」と回答した業界は3業界(前回は5業界)であったが(「減少」は3業界:前回は0業界)、単価について「上昇した」とする業界は1業界のみで、3業界が「下落した」と回答した。採算についても「好転した」とする業界はなく、非常に厳しい状況。

<主なコメント>

(ダイカスト) 単価上昇:材料費の値上げによる。

採算悪化:原材料・原油等の資材費の高騰による。

資金繰り悪化:安定的な売上確保が困難。

(金属プレス) 受注量好転:自動車関連は車種によってバラツキがあり、国内より海外向けが好調。

(メ ッ キ) 景況感:材料価格高騰により採算悪化、景気の回復感なし。

受注量好転:半導体関連が4月から増加傾向、また東南アジア向け製品が好調。設備投資も予定。

単価横バイ:金属材料高騰により、受注単価の転嫁有るが、材料費高

- 騰が激しく追いつかず。
採算悪化：金属材料の高騰は3年前より4倍程度アップ、採算ベースに合わず。
- (産業用機械) 景況感・受注量・受注残高悪化：全体的に減速気味。
採算悪化：材料等資材費の値上げにより悪化。
- (輸送用機械) 受注量増加：親企業（自動車用照明機器）の生産が好調。
- (織 維) 景況感好転：生産拠点の中国シフト傾注から見直しによる日本への回帰。
受注量好転：郵政民営化によるユニフォーム大量発注（生地）による増加→特殊要因
単価横這い：原材料（原糸価格高騰）及び原油の高騰があっても値上げは困難。
採算悪化：原油高騰の影響大きく、受注増加しても採算はとれない。
受注残高横這い：非衣料分野は問題ないが、ファッション衣料は、流行に左右されやすく判断が難しい。
- (建 設) 景況感悪化：建設投資が減少する中で、建設業界の過剰供給構造を背景に、価格競争が激化し厳しい経営が続いている。
受注量横這い：公共工事は減少しているものの、民間工事は増加傾向にある。但し、職種・地域・企業規模で格差がある。
単価下落：現金と手形の併用が多いが、最近では現金支払比率が低下し、かつ、手形期間が長期化している。
採算悪化：指値発注が続いている上に、建設資材高騰の価格転嫁もできず、かつ、支払条件も悪化している。
資金繰り悪化：支払条件の悪化等を受けて、運転資金の確保に支障が出てきている。
受注残高横這い：民間工事は増加傾向にあり、全体としては不変。但し、職種・地域・企業規模で格差がある。
- (金 型) 景況感悪化：全体として動きが鈍く、ヒット商品も見当たらず低迷。
受注量減少：自動車業界からの発注が先送りにされている影響が大きいことと、携帯電話業界等も動きが低調となってきた。
受取条件不変：信頼取引から、相見積もりに移行するケースが増え、条件は厳しくなっている（競争相手が見えない、本当に同じ土俵なのか）。
資金繰り不変：長く続く低迷に、今後倒産・廃業が懸念される。
銀行取引不変：金利上昇感が強まり、企業と金融機関の微妙な駆け引きが続く。
受注残高減少：概して低調で先行き不透明、残高も減少している。
- (鋳 物) 単価横這い：原材料の値上り分を価格転嫁している企業も一部に見受けられる。
受取条件横這い：政府による素形材産業取引ガイドラインの公表により、徐々にではあるが改善しつつある。
資金繰り横這い：生産量はここ数年、前年比プラスとなっており、徐々にではあるが改善しつつある。
- (ビルメンテナンス) 単価下落：物件によるが、一般競争入札のため受注単価は下落。
採算悪化：人件費上昇・人手不足に加え、新規受注金額が下落。

2. 今後（3ヵ月後）の見通し… [表1参照]

＜ポイント＞ 受注量は悪化を予測、単価改善が進まず、採算・資金繰りは依然厳しい。

3ヵ月後の景況見通しは、「悪化」を予測する業界が3業界、「横這い」が7業界、「好転」はなかった。（前回は、「悪化」を予測する業界は1業界で、「好転」が1業界あった。）

今後3ヵ月で、受注量の「増加」を予測する業界はなく（前回は1業界）、「減少」を予測する業界は2業界（前回は1業界）。単価については3業界が「下落」を予測。採算については5業界が「悪化」を予測。単価及び採算について、「上昇」あるいは「好転」を予測する業界はなかった。

＜主なコメント＞

（メッキ） 上記、最近の動向に同じ。

（輸送用機械） 受注量横這い：親企業（自動車用照明機器）の生産が好調につき、増加基調を維持する見込み。

（繊維） 景況感横這い：7～9月の見通しは立っているが、短サイクルの発注が多くなっているため、直前まで把握が困難な状況。
単価横這い：原材料はインフレだが、最終の小売り段階がデフレであるため、値上げは困難な状況。

採算悪化：原油価格高騰による原材料（原糸価格）値上げが続いており非常に厳しい。

（建設） 上記、最近の動向に同じ。

（金型） 景況感悪化：回復頼みという感じだが、親企業からも先の見通しについて明るい話題がない。

資金繰り横這い：横バイながら、全体の見通しが不透明であり、今後企業としての存亡を問われるケースが増えてくる可能性大きい。

（鋳物） 景況感横這い：業種によりバラツキがあるが、工作機建設機械は好調で成型機は不調である。

3. 原材料等の価格上昇の影響（業界要因による無回答2業界）

＜ポイント＞ 親企業の対応は厳しく、価格転嫁に応じる姿勢はあるが、一部に止まっている。

原材料価格の上昇幅は「10%未満」はゼロ、「10～30%未満」が7業界、「30～50%未満」が1業界、「50%以上」が1業界。原材料等の資材価格の上昇基調が持続しており、その上昇幅も前回の調査を上回る。

具体的影響は「採算の悪化」が8業界、「資金繰りの悪化」が2業界であった（複数回答あり）。

価格転嫁がどの程度できているかについては、「全くできていない」が1業界、「20%未満」が5業界、「20～40%未満」が1業界、「80～100%未満」

が1業界であった。

親企業の対応状況については、「価格転嫁に応じる姿勢はあるが、一部に止まっている」が6業界（前回4業界）と前回調査では「価格転嫁に応じる姿勢は見られない」が2業界、「価格転嫁の交渉にも応じてくれない」も1業界あったが、下請法やガイドラインの普及等から改善傾向が見受けられる。

<主なコメント>

- (ダイカスト) アルミ合金・亜鉛合金ともに大きく値上り。特に亜鉛は、値上り前の2～3倍になっており、高値を維持したままである。
ダイカスト業者は小規模事業者が多く、亜鉛値上りによる価格転嫁を得意先に押さえられる傾向が多い。
- (金属プレス) 高炉メーカー及び流通等に価格統制されているために非鉄金属等は影響有り。
- (メッキ) 親企業は一度価格転嫁に応じるも、さらなる転嫁交渉は厳しい状況。材料価格高騰に伴い、受注が増えるほど採算悪化の状況。
セットメーカーは材料高騰に対応しているが、三次・四次下請では各転嫁の恩恵を受けていないことが多い。
- (繊維) 合繊維物は原材料が石油であり影響が大きい。また、糊付（サイジング作業）及び精錬工場は燃料が石油であることで採算が取れず、組合精錬では、廃止又は大幅な休業（週3～4日）に追い込まれている。石油化学工業のみが大幅な利益を出しており、それ以外の業界（石油を消費する産業）に対しても考慮する必要がある。
- (建設) 建設業界では様々な種類の建設資材を使用する。例えば、事務所ビル使用するH形鋼や厚板は、平成16年当初に急騰し、現在でも高止まり傾向にある。室内工事用の石膏ボードは、昨年から10～20%上昇し、また、型枠工事用の合板は30～40%上昇している。さらに、ガソリン等の石油製品も最近急騰している。
建設資材価格上昇分については価格転嫁を行うことは難しく、結局は下請業者の採算悪化や、最悪の場合は倒産等につながるケースがある。
大型金型が重量を目安に決められるほど重量比のウェイトが大きいケースがある。特に大型金型の場合、材料費の高騰は影響が大きく、それを価格に転嫁するにはかなりの労力と、仮に認められても全額とはいかず、さらに後追いであることは材料・購入品を先に自腹負担している業界体質でもあり、大きな弊害となっている。
(原材料について)
- (鋳物) スクラップについては、世界的に鉄源不足のため、値上り傾向は続行する。
コークスについては、中国から6割を輸入しており、今後中国の輸出関税引上げや設備廃棄を要因として、さらなる値上りが見込まれる。
(業界に及ぼす影響について)
鋳物の主原料である鋳物用銑鉄、スクラップ・コークス等の大幅な値上りが見込まれ、今後価格転嫁ができないと設備投資や人材育成等が困難となり、厳しい経営が予想される。
ビルメンテナンス業界の原材料に相当する費用は、人件費と清掃資機材であるが、どちらも上昇。但し、上昇分の価格転嫁はほとんどできない状況。

4. 景気回復の実感

<ポイント> 景気回復感は、原材料値上りによる価格転嫁が進まず後退。

景気回復の実感が「ある」と答えたのは2業界（前は6業界）と大きく減少。受注量が増加している業界もあるが、ほとんどは原材料等の資材費上昇分が納品単価に反映されず、採算・資金繰りは窮屈になっており、前回より大きく後退した。

<主なコメント>

- （ダイカスト） 景気回復実感は、見積り件数とその決定件数に現われている。新製品に採用されるケースや海外からの日本シフトもある。
- （メッキ） 金属材料の高騰と価格転嫁が未達成であり、回復感はない。
- （産業用機械） 仕事量が増えず、将来への展望が不透明であり、回復感はない。
- （輸送用機械） 親企業（自動車用照明機器）の生産が好調で、景気回復実感あり。
- （繊維） 利益をあげている企業の殆どは、中国向け輸出企業等（鉄鋼関係）であり、国内の恩恵が少なく回復感はない。
- （建設） 過剰供給構造や価格競争激化等を背景に、建設業の利益率は全産業の半分程度しかなく、かつ、企業規模の小さい業者ほど少なく回復感はない。建設業の倒産は近年増加しており、全産業に占める割合が3割と高い。
- （金型） 景気回復の実感はない。昨年の夏頃までは概ね需要が活発となり期待したが、その後、徐々に量が減り、また、先行き不透明感が続いており危機感が募っている。
- （鋳物） 生産量は改善傾向にあるが、原材料の高騰等から収益が確保されず設備投資もできない状況にあり、景気回復の実感はない。

5. 設備投資の見通し（前回調査〔18年8月〕比）

<ポイント> 設備投資は業種によりバラツキあるが、全体としては横這い見込み（業界要因による無回答1業界）。

設備投資の見通しについては、「増加」が1業界（前回2業界）、「横這い」が5業界（前回6業界）で、「減少」は3業界（前回1業界）であった。

「横這い」は、先行きに対する不透明感から設備投資に慎重になっているもの。

「増加」は、需要増加に対応する設備の更新（代替）が増えており、増産対応への投資をする企業も増えつつある。

<主なコメント>

- （ダイカスト） 設備投資は減少見込み。先が見えない。
- （金属プレス） 自動車関連は増加、但し他の業種を含めた全体では横這い。
- （メッキ） 増加：設備の維持補修から、設備の代替へと目標を設定する企業が増加している。さらに増産対応への投資をする企業も増えつつある。
- （産業用機械） 先行き不透明感強く横這い。

- (織 維) 横這い：機械購入を検討しても、日本では当業界が欲しい織機を生産していないことと、部品もなくヨーロッパから購入せざるを得ないが、ユーロ高で投資しづらい。部品の長期保有をメーカーに義務付けする必要がある。
- (建 設) 減少：厳しい経営環境が続き、投資余裕がない（建機等については、長期間使用する傾向にある）。
- (金 型) 横這い：工作機械設備等について、主に海外からの受注に支えられて好況のようだが、逆にそのあおりを食う形で、国内金型メーカーの小規模な契約には搬入までの納期が非常にかかっている。先の読めない状況で半年、1年先の導入には慎重にならざるを得ない。

6. 最近の親企業の動向

親企業の最近の顕著な動きとして、a. コストダウン要請、b. 内製化の進行、c. 下請企業の選別・集約化、d. 部品の共通化、e. 系列外からの部品調達、f. 海外からの部品調達、g. 工場廃止・集約化・海外移転、h. 分社化、i. 合併、j. 取引条件の悪化、k. 電子商取引の進展（B to B取引）、l. 下請組合の解散、m. 下請取引のルール違反、n. その他、を例示し調査を行った。

[表 2] 親企業の顕著な動き

業 界	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n
	コスト ダウン 要請	内製化 の進行	下請企 業の選 別・集 約化	部品の 共通化	系列外 からの 部品調 達	海外か らの部 品調達	工場廃 止・集 約化・ 海外移 転	分社化	合併	取引条 件の悪 化	電子商 取引の 進展	下請組 合の解 散	下請取 引のル ール違 反	その他 (短納 期化)
	前回今回	前回今回	前回今回	前回今回	前回今回	前回今回	前回今回	前回今回	前回今回	前回今回	前回今回	前回今回	前回今回	前回今回
ダイカスト		○○				○○	○○							
金属プレス	○○		○○	○○	○○	○○								
メ ッ キ	○○		○	○										
産業用機械	○○	○	○		○○									
輸送用機械	○		○		○			○			○			
繊維(製造業)			○											○
建 設	○		○		○					○			○	
金 型	○○	○○	○	○	○○						○			
鋳 物	○	○	○		○	○					○○			
ビルメンテナンス	○○		○○											

(注) ○：各業界における親会社の動きを表わす。

<ポイント> コストダウン要請が前回同様、最も顕著。下請の選別・集約化は増加。

「コストダウン要請」は7業界（前回6業界）で、依然として親企業の動きとして最も顕著。「下請企業の選別・集約化」が6業界で、前回（5業界）対比1業

界増加した。また、「系列外からの部品調達」が5業界と多い。今回特徴的なのは、前回1業界であった「電子商取引の進展」が3業界と2業界増加した点である。

＜主なコメント＞

- (織 維) 新たな製品を製作しても数カ月後には発注がなくなり、同様の物が中国の親会社の系列企業で生産されている。なお、公正取引委員会や下請法があっても、大手各社は専門家を確保しており、違反に相当しない範囲で要請等を行ってくる。
- (建 設) コストダウン要請は相変わらず強く、元請業者の下請協力会以外の専門工事業者へ発注するケースが増加している（単に施工単価が安ければよいという考え方）。
- (金 型) 金型の競りが行われているケースがある模様（競合相手が見えず、価格だけを条件にする）。

7. 下請中小企業の対応策

親企業の動きに対する下請中小企業の対応策として、a. 経費削減、b. 生産調整、c. 雇用調整、d. 海外からの部品等調達の拡大、e. 高付加価値製品の開発、f. 親企業への依存度引下げ、g. 新規受注先の開拓、h. ISOの取得、i. 海外進出、j. 新製品の開発・新分野展開、k. 合理化・省力化投資、l. その他、を例示し調査を行った。

[表 3] 下請中小企業の対応策

業 界	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l
	経費削減	生産調整	雇用調整	海外からの部品等調達拡大	高付加価値製品開発	親企業依存度引下げ	新規受注先の開拓	ISOの取得	海外進出	新製品の開発・新分野展開	合理化・省力化投資	その他（値戻し）
	前回/今回	前回/今回	前回/今回	前回/今回	前回/今回	前回/今回	前回/今回	前回/今回	前回/今回	前回/今回	前回/今回	前回/今回
ダイカスト					○	○				○		
金属プレス	○				○	○		○			○	○
メッキ					○							
産業用機械	○					○	○	○			○	○
輸送用機械	○				○	○	○	○			○	
織 維					○	○	○					
建 設	○		○			○	○					
金 型	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	
鋳 物	○				○	○	○	○		○	○	
ビルメンテナンス	○	○	○		○	○	○					

(注) ○：各業界における下請中小企業が実施している対応策を表わす。

＜ポイント＞ 新規受注先の開拓と高付加価値製品開発が顕著。

「高付加価値製品開発」（6業界：前回5業界）は、前回同様多くの業界で実施

されている。「親企業依存度引下げ」（5業界：前回4業界）も、顕著な動き。今回特徴的なのは、前回4業界であった「新規受注先の開拓」が今回8業界と大きく増加したこと。「経費削減」「親企業依存度の引下げ」も5業界が実施。

<主なコメント>

- (メッキ) 受注は多少上向き加減だが、材料費の高騰で採算が悪化しているため、高付加価値製品の創出に努める。
- (繊維) 新規受注先の開拓については、親会社のトップが了承しても、担当レベルでは弊害が多い。
- (建設) 技能労働者の雇用形態を、正規社員から契約社員へのシフトや一人親方(外注化)に変更している。その結果、重層下請構造が深化し、雇用労働条件の悪化につながり、人材の確保・育成が困難になっている。特定の元請業者との取引高を引き下げ、新規元請業者との取引を開拓する傾向にある。

8. 下請中小企業が目指す方向とその対応策

下請中小企業が、現在の厳しい状況を打破するために、業界又は企業として目指す方向は、(1) 脱下請企業を志向 (2) 下請企業として生き残りを志向 のどちらなのか、また選択した方向を志向するために実施している、又は実施予定の対応策として、《(1)を選択した場合》a. 新技術の開発 b. 新製品の開発 c. 新分野への進出 d. ニュービジネスを展開 e. 親企業への依存度引下げ f. 新規受注先の開拓 g. 海外進出を図る(独自) h. ISOを取得 i. IT化の推進 j. その他、《(2)を選択した場合》a. 技術革新に取り組む b. 親企業との情報共有化 c. 親企業との関係強化 d. IT化の推進 e. 親企業への依存度引下げ f. 新規受注先の開拓 g. 海外進出を図る(親会社追随) h. ISOを取得 i. さらに合理化・省力化を図る j. その他、を例示し調査を行った。

[表 4] 下請中小企業が目指す方向と対応策
(脱下請企業を志向)

業 界	(選択)	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j
	脱下請 企業を 志向	新技術 の開発	新製品 の開発	新分野 への進 出	ニュー ビジネ スを 展開	親企業 への 依存度 引下げ	新規 受注先 の開拓	海外進 出を図 る(独 自)	ISO を取得	IT化 の推進	その他 (産学 官技術 開発)
ダイカスト											
金属プレス											
メッキ											
産業用機械	◎	○	○	○							
輸送用機械	◎					○	○	○	○	○	
繊維	○		○	○		○	○				
建設											
金型	◎		○		○			○			

鋳物	○	○				○	○			○	
ビルメンテナンス	○					○	○				

(注) ◎：脱下請企業と下請企業としての生き残りの両方を選択

○：各業界における下請中小企業が実施中又は実

(下請企業として生き残りを志向)

業 界	(選択)	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j
	下請企業として生き残りを志向	技術革新に取り組む	親企業との情報共有化	親企業との関係強化	IT化の推進	親企業への依存度引下げ	新規受注先の開拓	海外進出を図る(親会社追随)	ISOを取得	さらに合理化・省力化を図る	その他
ダイカスト	○	○					○			○	
金属プレス	○	○							○	○	
メ ッ キ	○	○	○	○							
産業用機械	◎	○					○			○	
輸送用機械	◎		○	○					○	○	
織 維											
建 設	○	○	○	○	○						
金 型	◎										
鋳物											
ビルメンテナンス											

<ポイント> 3業界が脱下請企業を志向、3業界が下請企業としての生き残りを志向。

「脱下請企業を志向する」と回答した業界は3業界(前回4業界)と減少、「下請企業として生き残りを志向」と回答した業界が4業界(前回1業界)と増加、両方を志向すると回答した業界が3業界(前回も3業界)であった。

対応策として「脱下請企業を志向する」と回答した業界では、「親企業への依存度の引下げ」「新規受注先の開拓」を挙げた業界(ともに4業界)が最も多く、次いで、「新製品の開発」を挙げた業界(3業界)が多かった。

「下請企業として生き残りを志向」と回答した業界では、「技術革新に取り組む」が5業界と最も多く、次いで「さらに合理化・省力化を図る」が4業界、「親企業との情報の情報共有化」「親企業との関係強化」がともに3業界と多かった。

<主なコメント>

- (ダイカスト) 独自の技術を磨き、他にできないようなものを積極的に受注するよう努力している。
- (メ ッ キ) セットメーカーからの情報取得に努めるとともに、研究開発技術に注視し、自社の技術対応能力を高める。
- (織 維) 合織メーカーと大手アパレルメーカーの中国へのシフトに伴い、脱下請けしたくとも、付加価値の高い糸の購入が困難(量又は高い原糸価格を親が求めるため困難)。
- (建 設) 大半の職種は下請業者として、建設現場で直接施工を担っている。こうした下請業者は、施工能力を高める努力を積み重ねており、元請業

者から選ばれる下請業者になろうとしている。ただし、塗装業界のように野丁場仕事（商業地域内にある建物）から町場仕事（住宅地域内にある建物）に切り替えて、元請業者を志向する業者もある。

- (金 型) 100%受注産業という宿命から、特有の技術が不要になることはなく、まだ企業努力として改善の余地もある。
- (鋳 物) 根本は脱下請けを希望。技術力をつけて提案型パートナーとなる等。
- (ビールメンテナンス) 顧客の生の声が届いてこない。

9. 下請代金支払遅延等防止法について

<主なコメント>

- (建 設) 建設業は建設業法が適用されており、下請法の適用対象外になっている。製造業やサービス業は、独占禁止法の補完法である下請法に基づき下請の支払遅延等を防止する様々な措置が講じられている（下請業者の保護政策が確立されている）。建設業法と下請法を比較した場合、下請代金の減額、報復措置の禁止、利益提供の禁止、内容の変更・やり直しの禁止などの項目が建設業法にはなく、その意味で下請業者の保護政策が十分に確立されていない。
今後は、建設業許可部局が公正取引委員会等と連携を強化して元請下請契約の適正化に向けて指導を強化して頂きたい。
- (金 型) 従来の悪しき慣習を行政の指導・監督力で、是非改善して頂きたい。

10. 最近の円相場・株価・原油高騰の影響

最近の円相場・株価及び原油高騰が、親企業の動向を通じて下請企業にどのような影響を与えているかを調査した。

<ポイント> 原油高騰は収益圧迫要因。

原油高騰については物流費・副資材等コストに影響あり、大きな収益圧迫要因となっている。

<主なコメント>

① 円相場の影響

- (ダイカスト) 円相場は、上がれば値下げ、下がれば値上げ等、どちらになっても影響がある。
- (メ ッ キ) 金属材料の輸入価格の高騰を招き、販売価格のさらなる高騰へとつながる。
- (輸送用機械) 親企業の（自動車用照明機器）の生産拡大が受注量の拡大につながる。
- (建 設) 最近における円安傾向を受けて建設資材の一部（木材、石油製品等）が価格上昇しており、下請業者の経営を圧迫している。

- (金 型) 鋼材、樹脂の値上りは共通の課題であるが、それ以外はその業界の要因等により影響が異なると思われる。
- (鋳 物) 中国等に進出した企業が回帰している。

② 株価の影響

- (建 設) 下請業者のほとんどが株式上場はしていないため、直接的影響はないと考えられる。

③ 原油高騰の影響

- (ダイカスト) 流通コスト等即影響有り。
- (メッキ) ボイラー等稼働のため軽油を多く使用するので、原価に与える影響は大きい。
- (産業用機械) 仕入価格上昇(原価上昇)。
- (輸送用機械) 輸送コスト(燃料費)の上昇。
- (繊維) 大きく影響している。
- (建設) 原油高騰や最近における円安傾向を受けて、ガソリンや価格が上昇しており、大型建設機械を使用する専門工事業界の業者の経営を圧迫している。
- (鋳物) 各材料のコストアップ要因になっている。

11. 下請代金支払遅延等防止法に関する要望等

<主なコメント>

- (建 設) 法令遵守ガイドライン等を策定して、元請下請契約取引の適正化に向けて指導監督を強化して頂きたい。
- (金 型) 金型の納入ではなく、検収後支払という慣習により、手形のサイトも含めると代金の回収まで半年から1年に及ぶケースもある。客先もエンドユーザーとの関係を持ち出すので、大企業から徹底してほしい。さらに多くの中小零細金型メーカーが、材料代や購入部品代金を現金で発注企業に代わって前払いをしているので、海外取引のように契約時に何パーセントの前金を支払う仕組みや、手形ではなくキャッシュベースという、国際ルールの適用も是非指導して頂きたい。
- (鋳 物) ユーザーに対し具体的内容でアンケート等をとってもらいたい(木型の保管料は払っているか、原材料アップによるコスト高を価格に転嫁できているか等)。



中央会情報 102

発行 / 平成 20 年 2 月

発行者 / 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 5 F

TEL (076) 267 - 7711 (代表)

FAX (076) 267 - 7720

URL <http://www.icnet.or.jp>