

産業情報いわて

(財)いわて産業振興センター情報誌【月刊】平成17年11月10日発行

NOVEMBER
2005

11

VOL.44



【IT先進事例】野村産業株式会社 [P2]

高度なホームページ構築で ユーザー獲得を目指す

中小企業進化論④ [P6]

中小企業にとっての
ビジネス・ソリューションとは

設備貸与制度のご案内 [P8]

下請取引適正化推進月間のお知らせ [P9]

経営相談事例 [P10]

工業技術センターだより [P11]

いわてものづくりアカデミーのご案内 /
岩手県中小企業再生支援協議会のご案内 [P12]



野村産業株式会社

<http://www.nomura-sangyo.co.jp/>

高度なホームページ構築でユーザー獲得を目指す

デジタル時代の情報発信ツールとして定着した感のあるホームページ。多くの企業でもプロモーションの一環としてサイトが利用されているが、運営にかかるコストや成果を上げられないなどの理由から、全ての企業が完全に活用しきれていないといえない。ましてや一般ユーザーを顧客対象としない製造業関係ではホームページすらない会社も多い。ここで紹介する野村産業株式会社はシートメタル(精密板金)を得意とする製造メーカーでありながら独自にホームページ制作に取り組み、業界から注目を浴びている。その経緯と目的について、代表取締役社長の野村正徳さんとホームページ制作を担当する企画開発係長の千葉伸さんに伺った。

高度な技術力を持つ精密板金メーカー

板金加工は自動車や屋根はじめ、各種機械のカバーやケース、タンクなど、ありとあらゆる機械製造分野に関わっている技術。最近では製品の多様化や高度化にともない、より精度の高い加工技術であるシートメタル(精密板金)の需要が高まっている。

前沢町に生産工場を置く野村産業株式会社は、ステンレス材のプレス板金と金型製作を得意とする精密板金加工企業。その高い技術力を武器に顧客ニーズに合わせた製品を製造し、数多くの大手メーカーの要求に応えている。

昭和11年、東京で軍需品生産を行う製作所として創業した同社は、戦災により一旦企業活動が途切れたものの、再建後は日本の復興と足並みを揃えるようにして発展してきた。

昭和20年代後半には鉄工業で培った技術をベースに液体複写機・通信機の筐体および部品製造分野に進出し、36年には東京都府中に工場を建設。昭和40年代に入ると高度成長期の追い風を受けて業績はさらに拡大し、それとともなって建設されたのが野村産業株式会社岩手工場である。「新たな人材確保の場を探していた当社を受け入れてくれたのが、ここ前沢町でした」と代表取締役社長の野村正徳さんは経緯を語る。

同社の生産拠点として昭和43年に誕生した岩手工場は、業績の拡大とともに設備の増強が図られてきた。昭和53年には300tプレスやNCベンダー、ワイヤーカット放電加工機などを導入、60年には増改築が行われた。63年には現在地に工場が建設され、板金製品の量産体制を確立。

同時にレーザー加工機も導入し、単品生産の受注体制も強化した。



野村産業(株)のホームページ
<http://www.nomura-sangyo.co.jp/>

平成に入ると、同社の事業はより多角的に拡大していく。大手メーカーとの業務提携や東京都の新規分野進出・特定中小企業認定をきっかけに、環境美化分野や建築機械分野へも参入。また平成13年には東京本社・府中工場、そして岩手工場でも品質マネジメントシステムISO9001を認証取得するなど、企業信頼度の向上にも努めてきた。

そして現在、岩手工場は同社の製造・開発部門の拠点としてはもちろん他社の研修受け入れなど、精密板金業界のモデル工場として東北地域の産業社会の発展にも貢献している。

魅力あるホームページ構築への試行錯誤

パソコンが社会の隅々まで浸透した現代、企業がホームページを持つことは、もはや当然のことになった。



時代のニーズに合わせ、次々に業務革新を展開してきた野村正徳社長。ホームページの設置にも先進の企業風土が反映されているといえるが「基本は仕事の品質。最終的には品質・コスト・納期が重要です」と断言する。技術メーカーとしてのスタンスは崩さずに、新しい取り組みを積極的に支援する経営者である。

とはいえ、開設にはある程度のITの知識が必要であり、運営・管理にもそれなりの時間や人的コストがかかってしまう。一般ユーザーを顧客とするような企業ならまだしも、製造業関係の企業では、まだホームページを活用しきれていないところが多いのが現状だ。

野村産業株式会社でも数年前まではホームページの用途に試行錯誤を繰り返していた。

最初の開設は95年頃、岩手工場での制作だったという。しかし99年と01年の2回に渡り、今度は府中工場でも更新が行われている。その理由を「ホームページの運営システムが確立されていなかったため」と話すのは、岩手工場企画開発係の千葉伸係長。05年7月に全面リニューアルが行われたのは、千葉係長の「岩手工場独自で作ったホームページを会社のものにリンクさせたい」という提案をきっかけに全体を見直す構想に発展したからだ。



電気機器、情報通信機器、事務機器等部品の製作から金型の設計製作など、あらゆる産業分野に野村産業製作の機構部品が使われている。さらに平成6年からは環境対応製品の開発・設計・製作も手掛け、一般ユーザーへの販売もスタートさせた。部品製造メーカーから開発型企業への展開が期待される。



ドイツ製のパンチ・レーザー複合機はじめ立体形状にも対応可能な3Dバリ取り機(デンマーク製)、デジタルで加工スピードを制御するレーザー加工機など、最新の板金加工機が導入された岩手工場内。マシンングセンターやワイヤーカット放電加工機なども設置されているため、金型などの治工具もすべて自社内でまかなう態勢が整っている。

「従来の単なる会社案内からネット受注の営業ツールとしてホームページを位置づけたい。府中工場も同様の考えだったんです」。

そう説明する千葉係長は、現在、同社ホームページの制作から管理・運営までを手掛けているが、スタートは「作成ソフトのマニュアルを見ながらの手取り足取り状態で作った」というから驚く。しかし制作にあたっては方向性や構成を考え、タキキ台をもとに本社スタッフと検討を重ねるなど、綿密な下準備を行ってきた。その過程で特に重視したのが他社との差別化。「よそとは違う魅力あるサイト」が構築テーマだったという。

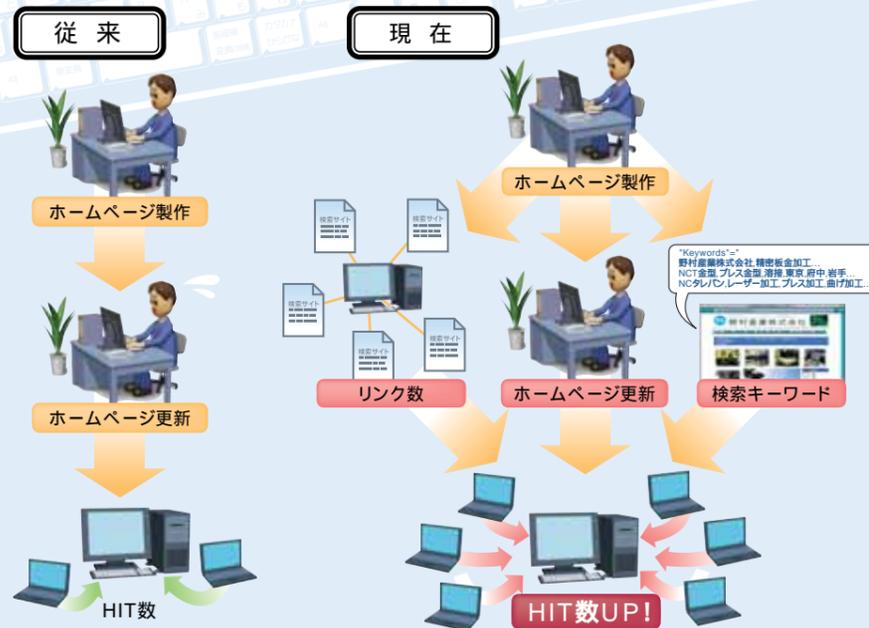
ポイントは大きく分けて3つある。第一は、トップページの企業名の上に「高品質ステンレス加工と金型技術の」というキャッチフレーズを加えたこと。企業概要を簡潔に表現したこの一文は、従来のホームページにはなかった。第二は、トップページにピクスクーナー

を設けたこと。「更新されないホームページは見てもらえないから定期更新のシステムは是非作りたい」と千葉係長。月替わりで掲載されるのは企業訪問や新設備の紹介、社内・社外行事の様子など多種多様。写真とともに一文が添えられており、会社の個性がダイレクトに伝わってくるようだ。異色は岩手の自然を紹介するピクスクー。さらに「岩手の自然」と題した別コンテンツも用意されている。これは「圧倒的に多い県外ユーザーに見てもらうためのページです」と野村社長は言葉を添える。

第三は、画面をプリントアウトした時にA4サイズに収まるよう設定していること。情報の取り出しやすさを考えたこのアイデアは、ウェブ上ではわからないがかなり有効だ。

見やすさや親しみやすさ、そして使いやすさ。同社のホームページはユーザーサイドに立って構築した、完成度の高い「会社案内」ともいえるだろう。

SEOとは、「検索エンジン最適化(Search Engine Optimization)」と呼ばれ、検索エンジンによる検索結果で、自社Webサイトをできるだけ上位に表示させるために、様々なアプローチでWebサイトを最適化する手法。



SEO対策で、より効果的なサイト運営を

ホームページを開設した後も同社ではたびたびブラッシュアップをかけ、現在のスタイルを確立した。その最大の特徴が、自社内でSEO対策を行ってきたことである。

SEOとは、検索エンジン(GoogleやYahoo!など)においてホームページの内容に関するキーワードやキーワードで検索をかけた際、自社のウェブサイトが上位に表示されるようにホームページを改善することで「検索エンジン最適化」と呼ばれている。インターネットユーザーの大多数が検索エンジン経由でサイトを訪問する現在、ウェブ上で販促活動を行う企業にとってSEO対策はより高度な戦略と位置づけられるもの。そのポイントは「各ページのタイトルとキーワードの一致」「ホームページの定期更新」「リンク数の多さ」の3点と千葉係長は話す。

では、同社のSEO対策の内容を紹介していこう。

「各ページのタイトルとキーワードの一致」対策としては、まずフレーム機能をなくしたことがあげられる。これによりロボット検索がフレームにブロックされテキストまでたどり着けないという問題はクリアさ

れた。また7月からはどんなキーワードやフレーズが検索対象になっているかをGoogleの検索順位を参考に記録し、その変動を管理している。

「ホームページの定期更新」は前述の通り、月に1回トピックスを更新する方法である。

そして3点目の「リンク数の多さ」。この対策では、無料の検索エンジンを自分で探し手入力登録するという方法がとられた。しかもその登録数は約100サイト。「業者に依頼をすれば『リンク20万サイト』も可能になるのですが、できることから自分で行う方がいいと思ったからです」と千葉係長はこぼれがに話す。

これら取り組みを踏まえ、同社では最近、受注支援サービスを行う専門業者へ申し込みも行ったという。そのサービスの中にはSEO対策も含まれていたため、「検索に関する詳細なデータも取り出せるようになった」と千葉係長。自社で培ったSEO対策のノウハウをベースにプロのサポートを受け、より効果的なサイト運営を行う体制が同社では出来つつある。

サイト構築のノウハウを活かした社内ネットワーク

7月にスタートした同社のホームペー



自社ホームページ作成を一手に引受ける千葉係長。毎月のトピックス更新のため、業務の合間を見ながらデジタルカメラ片手に社内取材して回っている。「ホームページはやってみなければわからない部分も多い。私たちの会社もやっとスタートラインに立ったところ。走りながら考えている状況です」。そんな千葉係長のもうひとつの顔が見られるコンテンツ「岩手の自然」は、釣りや岩手の自然などが美しい写真で紹介されており、ファンも多い。

ジでのプロモーション。その活動は、早くも一定の効果を上げている。

サイトを介した新規引き合い件数は、開設時の7月から今月まで毎月1件とコンスタントに発生しており、しかも現在はすべてが見積もり段階に。この中には千葉係長が100件近く自力登録したサーチエンジンからの来訪者も含まれていたそう。

こんな例もある。同社では岩手工場に設置された最新の板金機器を利用した業界交流会「東北シートメタルプライベートショー」を11月初旬に開催したが、その参加企業の中にはホームページを閲覧し、遠く関西圏から問い合わせをしてきたところがあったそうで「この業界では非常に珍しいこと」と野村社長も驚いている。

しかし同社にとってのサイト運営は、あくまでもプロモーションのいち手段。作成を手掛ける千葉係長も「メーカー側にとってネット検索のメリットは見積もりの取りやすさであり、当然各社に対して行っているはず。たとえ新規の引き合いがあったとしても見積もりが通らないと顧客獲得には結びつかない。厳しい競争があるのは通常のセールスと変わらない」と話している。

多様化するオーダーに応えるためには、常に最新の技術や設備を取り入れてい



く必要がある。また量産品生産が海外にシフトしている現在、国内メーカーが優位性を保つためには超短納期にも応えられる体制づくりなど、技術力や生産力の改善にいつその力を注いでいかなければならない。

同社ではホームページ開設を通して蓄積してきたIT技術のノウハウを応用し、生産力向上につなげている。

まずは工場内に導入されたLANネットワーク。顧客からのCADデータは専用アドレスで受信し、オペレーション室でプログラミングを行ったのち加工機へ。プランク検査もLAN接続された最新のレーザーQC測定器で元データと照合する。このシステムにより納期のスピードアップはもちろん製品の精度も飛躍的に向上。今後は生産管理システムも強化していく予定という。また平成16年には岩手工場にネットワークカメラを導入。インターネット経由で府中工場からでも遠隔操作でモニタリングできるようにし、進捗状況を見ながらの打ち合わせが可能になった。それと同時にIP電話も導入し、岩手・東京間のコミュニケーションコストの削減も実現している(岩手工場は07年に社内の全電話を切り替え予定)。

プロモーションツールとしてのホームページと社内体制強化のためのネットワーク



構築。ITを使いこなすことこそが、野村産業株式会社との「差別化戦略」の方法のひとつであった。

業務品質があってこそホームページは生きる

新聞や雑誌等と違い、ホームページを訪れるユーザーは商品やサービスに関する情報を能動的に探しており、非常に質の高い見込み顧客であるといえる。しかし膨大な数の企業ホームページが存在する現在、ウェブ上でのユーザー獲得合戦は熾烈を極める一方である。

野村産業では昨年から今年にかけて岩手工場へ次々と最新の板金機器を導入、東北でも屈指の設備を誇る生産体制を整えた。それと同時に進行で社内体制の強化にも取り組んでいる。

「我々製造業の基本は、お客さまに喜んでもらえるような『モノ』を作ること。そのためには品質・コスト・納期といった業務の基本品質で優位性を保てていかななくてはなりません。それができなければホームページを使って情報を発信するなどということはしない方がいい」。

モノづくりへかける情熱とプライドが、野村社長の言葉からは感じられる。

本当の「差別化」とは高い技術力と



今年の1月に導入されたレーザーQC測定器はLAN接続によりプログラム作成されたデータと完成品の適合性を正確にチェックするもの。これら最新機器は、板金機器メーカー主催のプライベートショーなどにも利用されるほどに充実している。県内外の企業視察や研修の受け入れもしている。

生産力を保持すること。その基礎があって初めてホームページは効果的な営業ツールとなることが、野村産業の取り組みから見えてくる。



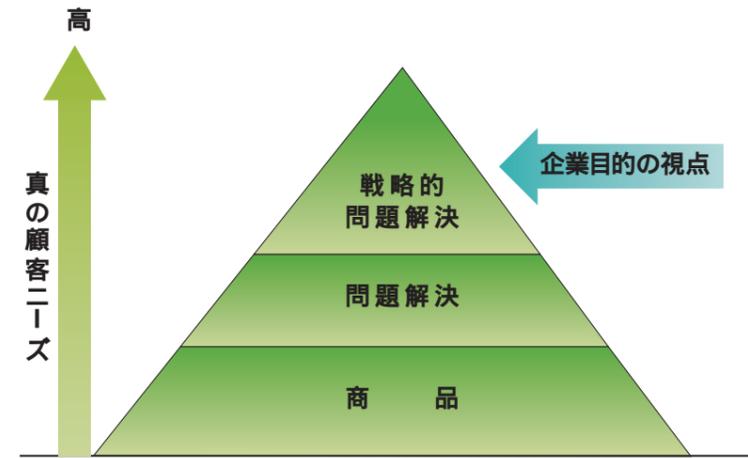
前沢町の田園地帯にある岩手工場は野村産業株式会社の生産拠点。事業展開に合わせてNC化やデジタル化、プレス化を進め、量産品のオーダーにも素早く対応できる体制を整えている一方、熟練の技を有する従業員による少量品の生産にも対応。その取引先は精密機械メーカーから電気、デジタル関係まで多岐にわたる。

野村産業株式会社

企業概要
 創 業：昭和11年3月
 代 表 者：野村正徳
 本 社：工場 東京都府中市西原町1-13-3
 岩手工場：胆沢郡前沢町本杉128
 電話番号：042-576-6131(東京)
 0197-56-3107(岩手)
 資 本 金：2,000万円
 (平成17年7月現在)
 従業員数：60人(岩手工場)
 事業内容：高品質ステンレス加工と精密金型技術

中小企業にとっての ビジネス・ソリューションとは

ソリューションという言葉をよく耳にします。特にコンピューター・システム会社などでキーワードとして頻繁に使います。日本語にすると問題解決という意味で、「お客様の経営問題を解決するシステムを提供しますよ」とのコマーシャル・メッセージです。でもどのような業種・業態の企業も業務内容をよくよく見れば、顧客の何らかの問題を解決していることに気づきます。実はソリューションとはソフト会社やシステム会社といった特別の会社だけが行うものではなく、全ての企業、特に中小企業にとって顧客との関係を更に強め、健全に成長していくキーワードなのです。今回は従来の業務内容や領域に呪縛され、いまひとつ閉塞的な状況から脱皮しきれないでいる中小企業に対し一気に飛躍していただくために、ソリューションとは何かを考えていきたいと思ひます。



する手段として魚や野菜がある。これをソリューションと言う。

すなわち、どのような業種・業態であろうと、企業が商品は顧客の問題をソリューションする手段であるという考え方を理解すれば、その経営活動の社会的意義は大いに高まり、当然それに伴って商品・サービスのバリエーション・アップから質の向上に至る企業発展の道筋が大いに見えてくるのである。

電気工事店がビル資産価値向上業に変貌

電気工事店でソリューションを考えてみる。電気工事店とは空調や照明あるいはセキュリティなどの施設や器具の設置や修理を行う店である。これは先ほどの例でいくと魚屋の魚である。しかし、ソリューションの観点から見るとまったく違った姿が現れる。

筆者は電気工事店の経営者に「それらの電気工事は何のためにやっているのか」と聞いた。すると「古くなったビジネスビルの照明や空調をリニューアルして使いやすくしている」と言う。その結果どうなったかと問うと「居住性が良くなり、周りのビルより入居率が上がった、賃料アップにつながった」とのことである。もうここまで話せば賢明な読者はお気づきだと思うが、この例でいうと電気工事とは賃貸ビルの入居を促進し、賃料を上げる目的(問題)

のための手段(解決)であったことが分かる。まさにソリューションである。

さて、この考え方でもう一度電気工事店を見てみる。従来は単なる電気工事業である。後者の考え方ではビルの資産価値を上げるという顧客の問題解決業である。単なる電気工事はビルオーナーからみると経費であるが、資産価値を上げることは投資である。経費は常に値引きはあるが、投資に値引きはない。もし電気工事店がこれに気づけば今後顧客にこう提案するであろう。「わが社は貴社の資産価値を上げる仕事をしています。わが社のソリューションに投資しませんか」と。

ソリューションこそ企業が 存続発展する源泉

ソリューションを企業理念の中核に据えて、もう一度業務内容を見直すと企業イノベーションが起こる。

先ほどの電気工事店は企業ドメイン(業務領域)の設定を、電気工事業から電気工事を通じて顧客の資産価値を上げる業に変更した。その結果社員に対し不動産価値の見方や、ビル管理、ファイナンスなどの知識習得研修を実施し、従来の電気工事に係る資格以外にファイナンシャル・プランナー等の資産関連資格を習得させる動きが始まった。組織としては顧客ソリューション部を新たに開設し、ビルオーナー

経営にとって有利な資産価値増大提案を行うようになった。その結果従来散発的で下請け的だった受注が総合的で建設的な受注に変わってきた。更にはいろいろな電気施設に基づくビル価値についての相談を受けるなど、ビジネス・パートナーとしての位置づけの高まりに伴いコンサルティング的な仕事も増えてきている。

全ての企業は顧客を持っている。そして全ての顧客は問題を抱えている。もっとコストを下げたいといった単純な問題から、付加価値の高い企業経営を実現したい等と言った更に高度な戦略的問題までさまざまな問題を抱えている。ここに着目すれば自ずと自社のミッション(企業の社会的使命)ははっきりする。

先ほどの魚屋の例では、顧客の問題をはっきりさせることによって、新しい魚屋が誕生する。顧客が環境汚染のない安全な食品を求めているとすれば、徹底的なトレーサビリティで産地直送の新鮮なものをしか置かない、安全で安心でおいしさを感じる魚屋に変貌すればきっと流行る。食生活を通じて健康を提案するのであれば、カロリーや栄養のバランスを考えた料理を他の食材も合わせレシピセットでプレカットして提供することも可能であろう。

このようにソリューションは従来の閉塞的な企業活動をまったく違った視点から解決してくれるイノベーションそのものである。更に、そもそもソリューションとは顧客の問題を解決するものであるのだから、間違いなく顧客はその考え方に賛同してくれる。まさに一石二鳥の解決策(ソリューション)である。経営の方向が定まらず苦しんでいる中小企業や、更に大きく飛躍するきっかけをつかもうと悩んでいる中小企業の経営者は是非ともこのソリューションの考え方を試していただきたいものである。

S&Gビジネスディレクション株式会社
代表取締役社長 吉田 史朗

八百屋とコンビニの違い

先般、とある地方の町で商工会主催の経営セミナー講師としてお招きを頂いた。講演までしばし時間があつたので町を散策したのだが、ご多分にもれずこの町もバイパス沿いに大手のショッピングセンターができた結果旧街道筋の商店はどれも閑散としたもので、お客としては近所のお年寄りが僅かしか目に留まらない有様であった。商工会の人に聞くと残っているお店はまだ頑張っているほうで、何軒かは既に廃業しているとのことであった。

しかし、そんな中、コンビニだけはそこそここの売り上げを上げている。もともと古くからの食料品店だったのだが、大手ショッピングセンターの進出により売り上げが落ちたことに危機感を持った経営者が某大手コンビニ・チェーンのフランチャイジーとなって再起を期したのである。

そういえば、どの地方にいても古くからの商店が厳しい経営を強いられる中、コンビニだけは頑張っている。どうしてなのか。勿論コンビニ本部のスー

パーバイジングが良いとか、ブランド力があるとかいった理由もあるだろうが、意外にも商売の名前に大きな違いがある事に気づく。

従来の店は「八百屋」「魚屋」「電気屋」「文具店」などなど、どれも売り物の名前がついている。では「コンビニ」はどうか。「コンビニ」とは正式には「コンビニエンス・ストア」、すなわち「利便店」と訳す。売物である「パン」や「お菓子」や「雑誌」や「おでん」屋ではない。「お客様の生活を便利にする店」である。ここに企業が成長するコンセプトが隠されていた。

コンビニは顧客の問題を 解決しながら成長する

コンビニはここ数年大いに進化している。当初は簡単な菓子や家庭雑貨程度であったが、その後雑誌や弁当、宅配便から郵便や銀行の窓口と、「お客様の生活を便利にする」商品開発に余念がない。というより、我々消費者の日々の生活に起こる困ったことを「お客様の生活を便利にする」をキーワー

ドに、新商品や新サービスアイデアを商品化しているのであるから、初期の形態からは大きく変貌するのは当然である。まさに刻々と変化する顧客の問題を解決することでコンビニは発展してきたといっても過言でない。

近頃スーパーマーケットで「秋の夜長そろそろお鍋の季節です」といったキャッチフレーズで材料の魚や野菜売り場にレジビとその他材料を合わせて陳列している姿を見かけるが、これなども生活提案である。魚を売る、野菜を売る、というより楽しい団楽の夕食提案を売っているのである。

商品とはソリューションの 手段である

ソリューションとは問題解決と言った。すなわち顧客の問題を解決することである。先ほどのスーパーの魚の売り方は、「今夜の夕食をどうしようかなあ」という主婦の問題を解決しているのである。すなわち顧客の真の目的である、楽しい団楽の演出としての夕食や、家族の健康維持としての食事を具現化

設備貸与制度

長期 最長 7年返済 **OK!**

低利 年利 2.3% **Good!**

無担保 保証協会の保証も不要 **OK!**

100万円～6,000万円まで
貸付OK!

利用者に代わって機械設備を当センターが購入し、長期・低利で貸与する制度です。中小企業であればあなたでもご利用できます。(一部対象外業種・設備あり)



連帯保証人

法人の場合 2名以上
個人の場合 1名以上
(申込額2,000万円以下の場合)

以下の条件のいずれかを満たす企業は最長10年、1億円まで貸与できます。

- 中小企業創造活動促進法の認定企業
- 中小企業経営革新支援法の承認企業
- ISO9000 / ISO14000の認証取得企業
- 加工高に対する県内企業への外注比率が10%以上の企業
- 県内企業5社以上へ下請発注している企業
- 県内企業への下請発注額が年間1,000万円以上の企業
- 申請する設備を設置することで ~ に該当する企業でも可

リースもあります

リース期間
原則として5年(月額リース料率1.860%)が7年(月額リース料率1.382%)となります。

対象企業
従業員20名以下(小売・卸・サービス業は5名以下)の中小企業。

20名を超え50名以下の企業も利用できますが、条件がありますのでお問い合わせください。

返済例

1.設備投資制度
借入の条件▶

貸付期間 7年(半年賦償還)
貸与損料(利息) 年2.3%
貸与価格 1,050万円(消費税含む)
機械引渡日 平成17年6月10日

回数	支払期日	元金(償還金)	利息(損料)	計	保証金(充当額)	合計
初回損料	H17.12.15	0	125,050	125,050	0	125,050
1	H18. 6.15	816,000	120,750	963,750	0	963,750
2	H18.12.15	807,000	111,366	918,366	0	918,366
3	H19. 6.15	807,000	102,085	909,085	0	909,085
4	H19.12.15	807,000	92,805	899,805	0	899,805
5	H20. 6.15	807,000	83,524	890,524	0	890,524
6	H20.12.15	807,000	74,244	881,244	0	881,244
7	H21. 6.15	807,000	64,963	871,963	0	871,963
8	H21.12.15	807,000	55,683	862,683	0	862,683
9	H22. 6.15	807,000	46,402	853,402	0	853,402
10	H22.12.15	807,000	37,122	844,122	0	844,122
11	H23. 6.15	807,000	27,841	834,841	0	834,841
12	H23.12.15	807,000	18,561	825,561	234,000	591,561
13	H24. 6. 9	807,000	9,000	816,000	816,000	0
合計		10,500,000	969,396	11,467,396	1,050,000	10,419,396

2.リース
リースの条件▶

月額リース料 5年リース=1.860%
7年リース=1.382%
リース価格 1,050万円(消費税含む)場合

区分	返済額
5年リース	月額195,300円×60回=11,718,000円
7年リース	月額145,100円×84回=12,188,400円

お申込み・お問い合わせ先 育成支援グループ 金融担当 TEL 019-621-5381~3(直通) FAX 019-621-5480
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/setsubi/>
E-mail setsubi@joho-iwate.or.jp

11月は下請取引適正化推進月間です。



発注書 言った言わないなくすモト

親事業者と下請事業者との取引は、下請取引として「下請代金支払遅延等防止法」(下請法)や「下請中小企業振興法」によって、親事業者(発注者)の義務や禁止行為などルールが定められています。

これらの法律の目的は、親事業者がルールを遵守することによって下請取引をより公正なものにし、下請事業者の利益の保護を図ろうとするものです。下請法では次のとおり親事業者の義務及び行ってはならない行為を定めています。

親事業者の義務

- 書面の交付義務
- 書類の作成・保存義務
- 下請代金の支払期日を定める義務
- 遅延利息の支払義務



親事業者の禁止事項

- 受領拒否の禁止
- 下請代金の支払遅延の禁止
- 下請代金の減額の禁止
- 返品禁止
- 買いたたきの禁止
- 購入・利用強制の禁止
- 報復措置の禁止

- 有償支給原材料等の対価の早期決済の禁止
- 割引困難な手形の交付の禁止
- 不当な経済上の利益の提供要請の禁止
- 不当な給付内容の変更・やり直しの禁止

公正取引委員会及び中小企業庁では、定期的に下請取引の実態を調査し、これらに該当する行為が起きていないかどうかをチェックしています。そして、親事業者がこれらに該当する行為をしているときは、その行為をやめさせるとともに、下請事業者が受けた不利益の回復措置を講じています。

下請代金支払遅延等防止法及び下請中小企業振興法の一部改正について

下請代金支払遅延等防止法及び下請中小企業振興法の一部を改正する法律が、平成15年6月18日に改正され、昨年(平成16年4月1日)から施行されています。主な改正の内容は次のとおりです。

下請代金支払遅延等防止法

- 1 下請取引の対象範囲の追加
- 2 書面の交付に係る交付時期の規定整備
- 3 親事業者の遵守事項の追加
- 4 違反行為に対する措置の強化
- 5 罰金の上限額の引き上げ

下請中小企業振興法

- 1 振興の対象をサービス業等の下請中小企業に拡大
- 2 振興事業計画作成に係る業種指定の撤廃、任意グループの追加
- 3 売掛金債権担保保険の特例の導入
- 4 罰則の強化

下請取引に関する相談等は下記の専門機関で受け付けていますので、お気軽にお問い合わせください。

お問い合わせ先
公正取引委員会東北事務所 ☎022-225-7095
東北経済産業局中小企業課 ☎022-263-1111(代)
(財)いわて産業振興センター育成支援グループ ☎019-621-5385

ご利用ください - DVDソフト無料貸出 -

当センターでは、下請取引の適正化を図るためのDVDソフト「下請代金支払遅延等防止法ケーススタディ～ほのぼの産業 下請取引適正化プロジェクト～」を無料で貸し出します。このソフトは、下請取引事例を盛り込んだドラマと法律の解説により構成されており、下請代金支払遅延等防止法及び下請中小企業振興法について理解しやすい内容となっています。貸し出しをご希望される方は、取引支援課までお問い合わせください。

下請取引適正化推進講習会開催案内



当センターでは、公正取引委員会との共催により、下請取引の適正化を図るため下記のとおりに講習会を開催します。

【会場】
日時 平成17年12月2日(金) 14:00～16:00
場所 北上市基盤技術支援センター
定員 50名
講師 公正取引委員会事務局東北事務所取引課 下請取引調査官 後藤 三郎 氏 (予定)

当センターでは、中小企業者等が抱える経営、金融等様々な問題の相談に応ずるため、マリオス7階に総合相談窓口を設けておりますので、お気軽にご相談ください。

Q 当社は製造業を営んでいますが、新製品開発・販売のため、他の中小企業と連携する計画です。その際、既存事業と区分するために、共同出資をして新たに株式会社等を設立することを検討しています。今年、新たに「有限責任事業組合」という制度が創設されたということですが、選択肢の一つとしてしたいと思いますので、簡単に説明してください。

有限責任事業組合(LLP)の特徴

1. 「有限責任事業組合」は、企業や個人が各々の能力を提供し、共同で事業を行う新しい形態の組織体です。民法組合の特例として、「有限責任事業組合契約に関する法律」によって制度化されました。通称をLLP(Limited Liability Partnership: リミテッド・ライアビリティ・パートナーシップ)といっています。
2. 具体的には、組合員全員が「有限責任」で、「内部原則」が徹底し、「構成員課税」の適用を受けるという3つの特徴を兼ね備えた組織です。
 - ① 組合員全員が「有限責任」
組合員(出資者)全員が出資額の限度までしか事業上の責任を負いません。LLPは民法上の組合制度の特例として創設された制度ですが、民法組合の人的組織の要素を残しながら、組合員の責任を有限責任とすることで、共同事業に取り組みやすくしています。
 - また、有限責任の導入に伴い、債権者保護のため、有限責任事業組合契約の登記、財務諸表の作成・開示、分配可能額を超える利益の分配の禁止などの規定が設けられています。
 - ② 「内部自治」が徹底
組合員は、利益や権限の配分を出資額の比率に拘束されずに、自由に決めることができます。また、取締役会や監査役のような機関の設置が強制されていません。ただし、重要な意思決定事項に関しては、組合員全員の一致が要求されるなどの規定があります。
 - ③ 「構成員課税」の適用
LLPで生じた損益については、LLPに課税されずに、損益の分配を受けたLLPの組合員に直接課税されます。
 - 組合員は、LLPで利益が出た場合は二重課税されず、損失が出た場合は自らの事業の損益と通算されるという、税務上のメリットを享受できます。
3. 有限責任、内部自治、構成員課税の3つの効果によって、大企業同士、大企業と中小企業、産学連携、個人同士などの様々な共同事業が促されると見込まれます。
4. LLPは株式会社や有限会社(平成18年度からは新たに設立はできません。)とは異なり、組合であり法人格を有していないので、当然には契約主体にはならず、組合員の肩書き付き名義で、取引先等との契約を締結することになります。この場合、

契約の効果は、当該組合員のみでなくLLPの全組合員に及びます。

5. LLPの組合員は、全員が業務を執行する権利を有し、義務を負います。すなわち、組合員は何らかの形で、業務執行を行うことが必要です。そのため、投資だけを行う組合員は認められません。

具体的な活用例

LLPが活用されるのは、法人や個人が連携して行う共同事業です。具体的には、大企業同士が連携して行う共同事業(共同研究開発、共同生産、共同物流、共同設備集約など) 中小企業同士の連携(共同研究開発、共同生産、共同販売など) ベンチャー企業や中小・中堅企業と大企業の連携(ロボット、バイオテクノロジーの研究開発など) 異業種の企業同士の共同事業(燃料電池、人工衛星の研究開発など) 産学の連携(大学発ベンチャーなど) 専門人材が行う共同事業(ソフトウェア開発、デザイン、経営コンサルティングなど) 起業家が集まり共同して行う創業 農業やまちづくり分野 などでの活用が考えられます。

設立手続き

設立手続きは、株式会社などの設立に比べて簡単です。費用は、手続きを組合員が自ら行った場合は、登録免許税が6万円必要となる程度です。

設立手順は次のようになります。

- ① 構成員(組合員)の募集
- ② 組合契約書を作成
- ③ 出資の払い込み(現物出資を含む)
- ④ 組合契約の登記

LLPと「新連携」の関係

LLPは中小企業が連携する事業体として、「中小企業新事業活動促進法」の「新連携」関連の支援を受けることが可能です。LLPの事業に関して、新連携計画の認定、経営革新計画の承認を受ける場合には、LLPの組合員が申請を行い、認定・承認を受けることができます。この認定・承認を受けた計画に基づき、LLPの各組合員が事業を行う際に、新連携対策補助金、新連携対応融資・保証制度、経営革新補助金、経営革新融資・保証制度などの支援策を受けることができます。

(注:計画承認が支援を保証するものではありません。)

工業技術
センター
だより

“ 麺の話 ”(第1話)

いわれています。

「生体調節機能」という点では、原料となる小麦粉そのものにはあまり期待できませんが、麺の製法はシンプルのために、様々な機能性を持った食品素材を練り込んで、機能性を付与するとう方法はよく用いられています。

うどん、ラーメン、そうめんなどという現代の麺の多様性はこれら3つの機能のうち2次機能すなわち「おいしさ」を求めることから生まれてきたものだと考えられます。「おいしさ」というのは生物学的に生きるということとは直接関係ないのですが、生活に豊かさを与える重要な機能です。

【おいしさの素】

ではこの麺類の多様性や「おいしさ」をもたらし秘密はどこにあるのでしょうか。

小麦粉に水を加えてミキシングするとグルテン(麩質)が形成されます。このグルテンはデンプン粒子を抱き込んで弾力性のある生地を形成します。

つまりグルテンは小麦粉を麺状に加工する際に無くてはならないものです。

製麺する際にはこのグルテンをいかにして形成するかが麺の品質に重要であるといわれています。グルテンを形成するには水分が多い方が良いといわれており、手打ち麺では加水量が小麦粉に対して50~55%と多くできるために、35~40%と加水量の少ない機械製麺より「おいしさ」を引き出すことができるといわれています。

また、「おいしさ」に影響するのはデンプンの性質も重要だといわれています。しかし、デンプンは品種や栽培条

件などによりその性質が決まってしまう加工方法によってカバーすることはできません。

その他、食塩や中華麺の場合にはかんすいの量や種類などもおいしさに影響を与えます。

麺の製法もおいしさに影響しますが、大きく分けて圧延法、撚延法、押し出し法の3つに分けられます。

【麺の製法】

圧延法はうどん、そば、中華麺などごくなじみの麺類製造に使用される方法であり、生地をロールで圧延して成形する方法です。通常の手打ち麺もこの分類に入ります。この方法は最も一般的な製法で、大規模な製造に向いています。

撚延法は岡山県や奈良などで有名な手延べそうめんや秋田の稲庭うどんの製法であり、生地を時間をかけて撚りをかけながら引き延ばして行く製法です。手延べそうめんや稲庭うどんのファンであれば分かると思いますが、同じ小麦粉を使っても、この方法で麺を作ると、麺が非常になめらかで、しっかりしており、茹で溶けの少ない麺ができます。しかし、この方法により製造した麺は圧延法に比べて、手間暇がかかっているために、かなり高価なものとなります。

押し出し法はスパゲッティやハルサメ、ビーフン、冷麺などの製造に用いられる製法であり、小さな穴から生地を押し出して麺線を成型する方法です。この方法は、必ずしも小麦粉のグルテンを必要としない製法です。

最近ある料理コンテストのテレビ番組で盛岡冷麺が讃岐うどんに大勝したという話を聞きました。これで盛岡冷麺の知名度もさらにアップしたのではないかと思います。

岩手には冷麺の他にもじゃじゃ麺とか、わんこそばとか様々な麺がありよく話題となります。そこで、これから3回にわたって麺についてのあれこれを紹介してみたいと思います。

【麺の機能】

皆さんは食品の3つの機能というのをご存じでしょうか?

1つは最も基本的な「栄養機能」です。つまり、タンパク質、脂肪、炭水化物など体を構成する成分やエネルギーとなる成分が持つ機能です。

2つめは「おいしさ」です。これは栄養とは関係ないのですが、人間の文化や精神的なものに関わる重要な側面です。

3つめの機能が「生体調節機能」と呼ばれ、アレルギー抑制、老化防止、成人病予防などの機能が注目され、最近よく話題になります。

この3つの観点から麺を見てみると、麺の原料となる中力小麦粉の成分は水分14%、タンパク質9%、脂質1.8%、炭水化物74.8%、となっており、どちらかというと、麺は炭水化物の供給源、すなわち自動車であればガソリンに相当する食品ということが出来ます。

それでは「おいしさ」という点ではどうでしょうか?麺のおいしさはよくシコシコとかツルツルとかという食感で表現されます。麺の味もあるにはあるのですが、麺の場合には食感が最も重要と

お問い合わせ先 「経営相談・窓口相談」に関するお問い合わせ先
新事業支援グループ TEL 019-621-5070 FAX 019-621-5480
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/sodan> E-mail joho@joho-iwate.or.jp

お問い合わせ先 岩手県工業技術センター 企画デザイン部
TEL 019-635-1115 FAX 019-635-0311
URL <http://www.pref.iwate.jp/kiri/>
E-mail CD0002@pref.iwate.jp

いわて ものづくり アカデミー

のご案内

当センターでは、県内ものづくり産業の国際競争力の強化と一層の集積促進を目指し、品質、納期、コスト各般に渡るカイゼン能力の高い意欲的な人材育成を支援するため、本年度より「いわてものづくりアカデミー」を開催しております。ものづくり現場の活性化とカイゼン意欲の高い企業風土の実現を目指し、精選したメニューとカリキュラムを準備いたしておりますので、ものづくり企業の方々の積極的な受講をお待ちしております。

中小製造業のための経営戦略トップセミナー

経営環境の変化のポイントを学ぶとともに、演習・ミーティングを通じて御社の経営戦略策定を徹底的にサポートします。

内 容	環境の変化と経営課題、経営戦略 自社の経営課題の抽出と戦略策定 自動車産業の経営体験談 他	日 程	平成18年1月17日・18日
講 師	(株)ビジネスコンサルタント 金築 俊明 他	会 場	北上市・ホテルシティプラザ北上
		受講料	20,000円
		宿泊料	16,000円

お申込み・
お問合わせ先

育成支援グループ
研修担当

TEL. 019-621-5390 FAX 019-621-5480
E-mail monoaca@joho-iwate.or.jp
URL <http://www.joho-iwate.or.jp/kenshu>

岩手県中小企業再生支援協議会のご案内

頑張る企業応援します！

中小企業の再生を強力に支援

中小企業再生支援協議会とは

岩手県中小企業再生支援協議会は、平成15年5月盛岡商工会議所が国の委託を受け、経営環境の悪化しつつある県内中小企業の再生に向けた取り組みを支援するために設立されました。県内の経済団体、金融機関等中小企業支援機関と連携した支援体制を組んでいます。

ご相談はお早めに！

～知識・経験豊富な常駐専門家が応援します！～

早めのご相談が再生への第一歩。支援業務責任者(プロジェクトマネージャー)、窓口専門家(サブマネージャー)が常駐しておりますのでお気軽にご相談ください。

支援内容は

経営相談 第1次対応

(経営アドバイス、関係機関への紹介・斡旋)

様々な経営上の問題を抱えている中小企業に対して、具体的な課題を抽出し、アドバイスを行います。なお、商工団体、いわて産業振興センター、金融機関等の支援機関と連携を図りながら各々の機能を生かした助言・支援も行います。

再生支援 第2次対応

(再生を目指した再生計画の策定支援)

さらに再生計画作成の支援を必要と判断した企業には、常駐専門家および外部専門家等を加えた『個別再生支援チーム』を立ち上げて計画づくりを支援いたします。外部専門家には、弁護士、公認会計士、税理士、中小企業診断士等の各スペシャリストを委嘱しております。

なお、計画策定支援完了後も、フォローアップ支援を行います。

ご相談無料です。相談企業の秘密は厳守されますので、安心してご利用ください。まずはお電話ください。

お問合わせ先

岩手県中小企業再生支援協議会

〒020-0871 盛岡市中ノ橋通1-2-14岩手銀行大北棟3F TEL 019-604-8750 FAX 019-624-2300

産業情報いわて 2005年11月10日(毎月10日発行)

発 行 (財)いわて産業振興センター

〒020-0045 盛岡市盛岡駅西通2丁目9-1(マリオス7階) TEL.019(621)5380 FAX.019(621)5480

E-mail joho@joho-iwate.or.jp URL <http://www.joho-iwate.or.jp/>

編集印刷 川嶋印刷(株)

2100

古紙配合率100%再生紙を使用しています。

PRINTED WITH
SOY INK