

JFC 中小企業だより

2009. 11 Vol.3

特集 中小企業のイノベーション戦略 —販路開拓への挑戦—

事例紹介 —イノベーションの達人②—

五洋食品産業株式会社

「自社製品の強みを明確な言葉で伝え
理解者の輪をつくれば
販路は着実に拓けていく」

お客さま訪問レポート —老舗企業に学ぶ—

株式会社梅栄堂

「伝統産業を守るため、“温故知新”的精神で
果敢に国内外のユーザーニーズに応える」



日本公庫のマッチングサービス

「全国ビジネス商談会」を開催

～国内3事業と沖縄公庫の取引先716社が参加、全国最大規模の商談会を開催～

資金繰りでお困りの中 小企業のみなさまを積極的に応援します！

セーフティネット貸付のご案内

ピンチをチャンスに!
公庫に相談だ!



日本政策金融公庫(略称:「日本公庫」)は、政府の年末資金繰り対策および雇用対策を受けて、セーフティネット貸付により中小企業のみなさまを積極的に応援します。キャッシュ不足による黒字倒産の回避等にも努めます。詳しくは、日本公庫中小企業事業の窓口または相談センターにお問い合わせください。

相談センター

【中小企業事業】 フリーダイヤル:0120-868121



日本政策金融公庫
中小企業事業

ホームページ <http://www.jfc.go.jp/>

日本公庫

検索

JFC 中小企業だより Vol.3

co n t e n t s



【表紙写真】

「アイスクリームと同じ感覚でストックできる“冷凍ケーキ”を製造販売する五洋食品産業。「エニータイム スイーツストック」をキャッチフレーズに冷凍ケーキの市場を一般家庭へと広げ、販路を開拓。来年3月の新工場稼働とともに、生産能力をアップし、さらなる飛躍を目指している。

(特集 P3~P6)

経済風向計

1

中国4兆元の景気対策 池上彰

特集

3

中小企業のイノベーション戦略

—販路開拓への挑戦—

事例紹介 —イノベーションの達人②—

五洋食品産業株式会社

自社製品の強みを明確な言葉で伝え、理解者の輪をつくれば販路は着実に拓けていく

日本公庫のマッチングサービス

7

「全国ビジネス商談会」を開催

～国内3事業と沖縄公庫の取引先716社が参加、全国最大規模の商談会を開催～

ハーフタイム

9

旅の楽しみ 羽生善治

お客様訪問レポート

11

—老舗企業に学ぶ—

株式会社梅栄堂

伝統産業を守るため、“温故知新”的精神で果敢に国内外のユーザーニーズに応える

中小企業経営のお役立ち情報

15

「中小企業緊急雇用安定助成金」が拡充されました

データで見る中小企業の動き

17

全国中小企業動向調査の結果概要

information

21

中小企業のイノベーション戦略 —販路開拓への挑戦—

中小企業にとっての「イノベーション」は、研究開発を通じた技術革新だけでなく、経営者のリーダーシップ、「日常生活におけるアイデア」、現場での創意工夫の具現化、「ニッチ市場の開拓」の3つが特徴となっていることは、前号で紹介した。中小企業にとって、厳しさを増す経済環境に向かっていくには、自社製品の強みを発信し、販路を切り拓いていく力が求められる。多くの中小企業にとってのこれから課題は、売り先を見出していく方策をつかむところにある。そこで今回は、中小企業のイノベーションの特徴から、「ニッチ市場の開拓」「販路の開拓」に目を向けてみたい。

事例紹介 —イノベーションの達人②—

五洋食品産業株式会社（福岡県福岡市）

自社製品の強みを明確な言葉で伝え、理解者の輪をつくれば販路は着実に拓けていく

モノづくりでは高い競争力をを持つが、最終ユーザーへの販売は、取引先まかせという中小企業は少なくない。

今回は、数々の経営危機を乗り越えながら、販路の開拓に取り組んだ冷凍菓子メーカー、五洋食品産業株式会社の事例をご紹介する。ピンチをチャンスに変え、新たな販路をつかむに至ったプロセスは、試行錯誤の連続。「ゼロからの販路開拓」というイノベーションを成功へと導いたカギは何かをうかがつた。

「第一の創業」を支えたのは若手社員とアルバイト

「気づいてみれば、わずかに残った従業員は若手ばかり。平均年齢は30歳以下。しかし『全員が第二の創業者だ。上場をめざそう』と、気持ちちはひとつでした」。そう語るのは舛田圭良社長。98年、日野自動車工業のエンジニア設計部門を退職。父親が経営する業務用冷凍ピザ、冷凍洋菓子のメーカー、五洋食品産業に入社した。その3年後、製品回収事故

れば、冷凍ケーキづくりも、かつて取り組んだ自動車エンジン設計も同じ世界だと考えたのです」（舛田社長）。当時工場部門のアルバイトだった取締役管理部長の藤和崇氏は、こう振り返る。「生産の合間を見つけては新しいケーキを試作・開発し、得意先に売り込みをかける。それも次から次へと。現状に満足せず、常に『次を

社名
本社
代表者名
資本金
従業員
事業内容
会社設立
ホームページ

五洋食品産業株式会社
福岡市博多区東那珂
2-20-5
舛田圭良
1億1,815万円
（資本準備金7,815万円）
90名
冷凍洋菓子の製造
昭和50年6月
<http://www.goyofoods.co.jp/>



2010年3月、完成予定の新工場、本社完成予想図。用地は5,500m²。場所は「九州大学学術研究都市推進機構」企業誘致プロジェクトの対象となっている前原市、前原IC南産業団地。

経営者として資金繰りに追われていた頃も、月の前半は製造現場で新製品開発に没頭していたという舛田社長。苦しい局面で唱える言葉は「あきらめない、逃げない、くよくよしない」。

高い技術力は育ったしかし販路がない

生協向けにどのような商品が売れるか、ノウハウをつかむと業績は徐々に上向きをとどめた。とはいえ生協ルートの販売を主導するのはあくまでも生協。会員だけのマーケットはクローズされた世界だ。急激に売れ行きが伸びることもあるが、消費者と直接対面できないので、売れる理由が見えない。「第三者に品質のお墨付きをもらひ知名度を上げれば、直接消費者の声を聞きながらさらに製品を成長させられるはず」。こう考えた舛田社長は、売れ筋商品「ベイクドチーズケーキ」で、食

品の品質と味の水準の高さを審査する世界的食品品評会・モンデセレクションに応募。そして見事に金賞受

めざそう」とチャレンジを続ける社長を見て、なにか面白いことを始めるだろう。その場に居合わせたいと思い、運命を共にしました」。結果的に、同社は経営危機に瀕する中で企業としてのDNAを新たに。ISO9001を取得し、徹底した品質管理と改善を積み上げながら、趣向を凝らした冷凍ケーキを

次々と試作し、得意先に持ち込む。その営業努力が認められ、いくつかの生協組合の販路開拓に成功した。そして同社の冷凍ケーキが生協のチラシに掲載されると、一度に3万パックもの注文が入るまでになった。

が、現状に甘んじることを良しとしない舛田社長は、漠然と次の成長ステージを思い描いていた。

問題解決の方策はすぐに見えたかに思えた。インターネットを使った販売である。さつそく同年10月、ネット通販部門を立ち上げた。ところが1ヵ月、2ヵ月経つても注文はほとんど来ない。すでにネット上には個人店、菓子メーカーによる冷凍ケーキのサイトが数多く存在し、その中に入っかり埋没していたのである。結局、はつきりと見えてきた『次の成長ステージ』とは、技術屋として経験したことのない『販路の開拓』。同社にとっては、大海原にはじめて乗り出す航海に等しいものだった。

「つちの製品の強み」を明確な言葉にしてみよう

初めての航海に乗り出し、目的地（市場）に行き着くには、自船の能力、特長を見極めておく必要がある。そ



にともなつ得意先の離反、前社長の急病、大赤字と1億円に上の債務超過の発覚、冷凍餃子事故による冷凍食品不信、そして未会員の不況など数々の危機を乗り越えてきた。

その過程で多くの社員は辞め、残つたのは数名の社員とアルバイト、パート従業員たちだった。彼らの励ましたに、舛田社長は『これは第二の創業』と思いを決めた。しかし残つたメンバーも舛田社長も、生産業務について経験も浅く素人に近かった。そこで経営資源を集中すべく、冷凍ケーキ

生産に絞り込んだ。当然、パティシエの味づくりを一から学んでいる時間はない。

苦境で一新した企業DNA

「冷凍解凍した時に最高のおいしさを味わってもらえる冷凍ケーキの追求へと舵を向けたのです。おいしいケーキづくりをモノづくりとともに

結果として同社をユニークな冷凍ケーキメーカーへと向かわせた。

新事業育成資金の新株予約権付無担保融資		資本性劣後ローン(挑戦支援資本強化特例制度)
融資対象	高い成長性が見込まれる新たな事業を行うかたで一定の要件を満たすかた	新企業育成貸付又は企業再生貸付(一部の制度を除く)を利用されるかたで、地域経済の活性化に資する事業に取り組むかた
資金用途	新たな事業を行うために必要な設備資金及び長期運転資金	新たな事業や企業再建等に取り組むために必要な設備資金及び長期運転資金
融資限度額	1億2千万円	2億円
利率	基準利率	貸付後1年ごとに、直近決算の成功度合いに応じて9.95%、5.30%、0.40%の3区分の利率を適用
償還期間	7年以内	15年(期限一括償還)
担保条件	無担保	無担保・無保証人
備考	原則として、株式公開時など一定の条件に達した場合に経営責任者のかたなどに新株予約権を売却します(公庫が、新株予約権を行使して株式を取得することはありません)	
本特例による債務については、金融検査上自己資本と看做すことができます。また、法的倒産手続きにおいて、全ての債務に劣後します。		

高い成長性が見込まれる新たな事業を行うかたで一定の要件を満たすかた
新たな事業を行うために必要な設備資金及び長期運転資金
1億2千万円
基準利率
7年以内
無担保
原則として、株式公開時など一定の条件に達した場合に経営責任者のかたなどに新株予約権を売却します(公庫が、新株予約権を行使して株式を取得することはありません)
本特例による債務については、金融検査上自己資本と看做すことができます。また、法的倒産手続きにおいて、全ての債務に劣後します。

非常に厳しい経営環境でしたが、株式上場の目標を持ち続ける中で日々増産のための運転資金として、「新株予約権付無担保融資」「資本性劣後ローン」の組み合わせによるハイブリッド型ファイナンスの融資を受けました。2010年3月に新工場が完成すると、生産能力は3.5倍となり、500億円市場をめざして全力で展開する態勢が整いました。(舛田社長)。
ゼロだった販路に、新たな道筋をつけたのは、自社製品の強みを明確な言葉で表現したことと、バイヤーの心に届く「コンセプトづくり」。そして、常に次のステージを求める前向きな姿勢だ。

(ライター 坂本伸之)

中小企業の市場戦略 「中小企業白書」より

『中小企業白書2009年版』によると、中小企業が新たな商品や技術の開発を進めるにあたっては、「どのように顧客ニーズを把握し、サービスを販売するか」といった市場戦略の取組みが必要になるという。

中小企業における市場戦略の取組みとしては、「顧客(消費者)の動向やニーズの把握」と「モノ作りとサービスの融合」、「農商工連携」「ITの活用による販売戦略」、「海外への販路開拓」などがあげられる。これらに取組むことにより、顧客ニーズの把握や販路開拓など、「売れる商品作り」への市場戦略が拓けていく。

中小企業の市場戦略の取組みと主な内容

- | | |
|--------------------|---|
| ①顧客(消費者)の動向やニーズの把握 | ・アイディアや発想の源泉として自社の技術シーズよりも顧客ニーズを重視
・販売先との連携を重視することで革新的なアイディアや発想を得る |
| ②モノ作りとサービスの融合 | ・中小製造業者がサービス(小売・卸売・サービス業)へ参入、多角化戦略をとる
・ヒット商品を持つ中小製造業者は「自ら顧客へ販売する手段を持つ」という理由でサービス分野へ参入する割合が高い |
| ③農商工連携 | ・地元の農産物の有効活用から製造業者の技術活用など、食の安全などを含めた消費者ニーズに的確に対応することが重要 |
| ④ITの活用による販売戦略 | ・取引コストの削減や新たな顧客の開拓などのメリットがあり、中小企業の取引先を拡大させていく手段として重要 |
| ⑤海外への販路開拓 | ・コストダウン、海外での現地における市場開拓・販売促進を目的とする |



「バティシエに言わせるとうちのケーキ作りの手法は、邪道だといわれました」(舛田社長)。しかし、五洋食品産業の冷凍ケーキは、消費者が冷凍庫から取り出し、解凍して口に運んだ方が最高の味になるように作られたもの。だから、普通のケーキとは、ケーキ作りの手法が異なる。

これは、同社の冷凍ケーキと、他社製品の違いを知ることだった。ネット上にあふれかえる冷凍ケーキのサイトをつぶさに見ていくと、次第に同社製品との違いが見えてきた。まず、ほとんどの冷凍ケーキは、冷凍であることを積極的にうたっていない。冷凍は、できあがったケーキを輸送するために、仕方なくとの手法。冷凍品の味は落ちるという通念を意識しているのだ。

それに対して同社は、冷凍・解凍時のおいしさを念頭に置いた冷凍技術を訴求してきた。「冷凍」は同社にとって訴求ポイントであり、他社とはベクトルが180度違う。舛田社長は「この特長を明確な言葉に表現できれば販路は拓ける」と考えた。

実際に言葉にしてみると、「必高の味を凍結し、時間と空間を越えてお客様にお届けする技術」、「必

要なときに、必要な分だけ解凍。そのとき最高においしい味になるよう

設計された」ケーキ等々。

2008年末、同社は販路開拓に出た。量販店のバイヤー向け展示会に出展、アピールした。しかし結果は意外、バイヤーたちは口を揃え「結局、冷凍のケーキでしょ。どこが新しいの?」。自信を込めて語ったはずの言葉は彼らの気持ちをかすめるばかり。

彼らにはなかなか届かなかつた。

バイヤーの反応について、舛田社長はこう語る。「コンセプトを端的な言葉で、確信を持って語り続けるうちに、理解者が一人、二人と増えるのです。さらに、面白がった彼らが伝道師のように当社の商品を他人に語るなどして、拡がっていました」。

確信を持った言葉はバイヤーたちの興味を少しずつつかみ始めた。2009年に入って、大手コンビニチェーンのひとつが販売をはじめたことは大きな弾みとなつた。

バイヤーの反応について、舛田社長はこう語る。「コンセプトを端的な言葉で、確信を持って語り続けるうちに、理解者が一人、二人と増えるのです。さらに、面白がった彼らが伝道師のように当社の商品を他人に語るなどして、拡がっていました」。

確信を持った言葉はバイヤーたちの興味を少しずつつかみ始めた。2009年に入って、大手コンビニチェーンのひとつが販売をはじめたことは大きな弾みとなつた。

バイヤーの反応について、舛田社長はこう語る。「コンセプトを端的な言葉で、確信を持って語り続けるうちに、理解者が一人、二人と増えるのです。さらに、面白がった彼らが伝道師のように当社の商品を他人に語るなどして、拡がっていました」。

確信を持った言葉はバイヤーたちの興味を少しずつつかみ始めた。2009年に入って、大手コンビニチェーンのひとつが販売をはじめたことは大きな弾みとなつた。

「バイヤー、消費者の心をつかみ、販路を拓く「ヨピーはないか!」今年1月、同社はブランド化に取り組んだ。「冷凍冷凍ケーキの市場に、いつでも好きなときに食べられるという商品コンセプトは他社にはない。ならば顧客の視点から製品の訴求ポイントをどうえ、ブランド化しようということになったのです」(舛田社長)。

こうして生まれたのが、「食べたいときにも食べられるスイーツ」を伝えるキャッチフレーズ『エニタイム スイーツストック』だ。商品コンセプトは、営業担当者の間

500億円市場をめざして
新工場稼働も間近

消費の冷え込み、原料価格の高騰など厳しさは続くが同社の雰囲気は明るい。藤部長はこう語る。「金融機関の方がよく言うのです。『数字で見ると業績的には楽ではないはずなのに、社員の表情はいつも明るい』

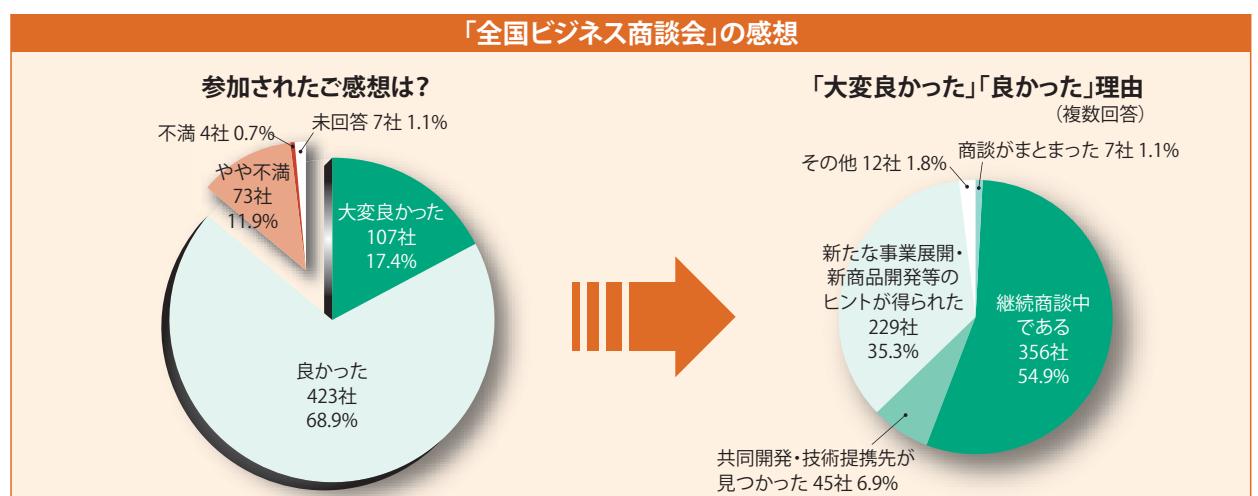
- ### 五洋食品産業の 「イノベーション実現」のポイント
- 1 自社製品が持つ特長を明確にし、言葉に表現する。
 - 2 自社製品の強みをバイヤー・消費者の視点からどうえなおし、ブランド化する。
 - 3 自社製品の強みを理解するパートナーを増やす。

「全国ビジネス商談会」アンケート結果について

【調査概要】

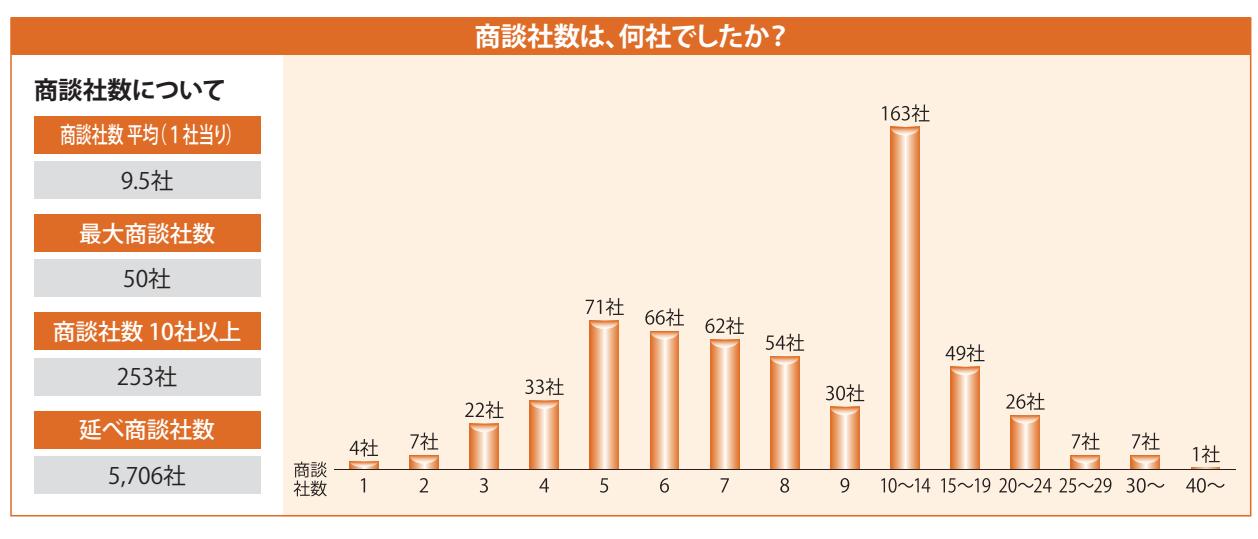
- ・調査方法 「全国ビジネス商談会」開催会場にて実施・回収
- ・調査日 2009年10月21日
- ・回答

参加社数	716社	参加人数	1,625人
アンケート回収社数	614社	回答率	86%



参加者の声 ～アンケート自由記述欄より～

- ・思った以上に活気に溢れた、よい商談会だと思った。
- ・普段商談できない企業と商談できた。
- ・同業種との情報交換ができた。
- ・すぐ受注には結びつかないものの、手ごたえはあった。
- ・新しい発想やお互いの提案等、異業種との意見交換ができ、将来に結びつく収穫が得られた。



「全国ビジネス商談会」を開催

～国内3事業と沖縄公庫の取引先716社が参加、全国最大規模の商談会を開催～



ビジネス商談会の会場風景。お取引先の企業716社、1,625名が参加し、全国最大規模の開催となった。



日本公庫 安居総裁の開会挨拶



公庫資料コーナー



受付の様子



会場内では、多様な業種が参加し、熱心に商談を進める姿が多く見られた。

10月21日にパシフィコ横浜にて、日本公庫が主催（事務局・中小企業事業）する全国最大規模のお取引先向け「ビジネス商談会」を開催しました。

お取引先向けの「ビジネス商談会」は、日本公庫統合前の中小企業金融公庫にて実施していましたが、今回は統合のシナジー効果を活かし、当事業のお取引先だけではなく、国民生活事業、農林水産事業のお取引先も初めて参加しました。さらに、協賛機関である沖縄振興開発金融公庫のお取引先も加わり、北は北海道から南は沖縄まで、多様な業種の企業に限定した金融機関主催のビジネス商談会としては、全国最大規模となりました。

また、開催当日に参加された企業の方々にアンケート調査を実施したところでは、「普段商談できない企業と商談できただきました」、「新たな事業展開・新商品開発のヒントが得られた」等の好評価の回答をいたしました。今後も、日本公庫は政策金融機関として、融資による資金支援だけではなく、ビジネスマッチング支援にも積極的に取り組み、販路開拓・連携支援など、統合のシナジー効果を活かしてお取引先の様々なニーズにお応えしていきます。

伝統産業を守るために、『温故知新』の精神で 果敢に国内外のユニークなビジネスに応える

株式会社 梅栄堂（大阪府堺市）



社会経済の急激な変化を受け、癒しを求める人々が増加するなか、改めて注目を集めているのが「香の文化」だ。創業350年余りを重ねた大阪府堺市の線香製造販売会社「梅栄堂」は、老舗ブランドを守り未来へ繋ごうと、海を越えて新しい事業をスタートさせた。

旧来の常識を打ち破り、新しい発想を生み出して、海外進出をも果たした老舗企業のユニークな事業展開について、中田信浩社長が熱く語った。

伝統ある地場産業をリードする気構えを發揮

「線香の業界は元々パイが小さい。何か手を打たねば、いつか我が社はじり貧状態に陥るかもしれない」。

バブル景気も終焉を迎えた1990年代初めをピークに、日本の線香市場の売り上げは下落傾向を見せていた。2001年、堺市にある梅栄堂の16代目社長に就任したばかりの中田社長は、ベトナムから輸入した香木の伽羅を目の前に、今後の同社の行く末に想いを巡らせていた。

線香作りは、戦国時代末期、朝鮮で製法を学んだ堺の薬種商人が始めたといわれます。90年代初めをピークに、日本の線香市場の売り上げは下落傾向を見せていた。2001年、堺市にある梅栄堂の16代目社長に就任したばかりの中田社長は、ベトナムから輸入した香木の伽羅を目の前に、今後の同社の行く末に想いを巡らせていました。



「好文庵」では月2回、初心者でも楽しめる香会を開催。香道は、茶道や華道と並ぶ日本の三大芸道のひとつで、その香道の魅力に触れることができる。口コミで参加者は徐々に増加。四国や九州からも“香人”が訪れる。



香炉に立てられた線香。立ちのぼる煙は、人と仏の仲立ちをするといわれている。



社名 株式会社 梅栄堂
本社 大阪府堺市堺区車之町東1-1-4
代表者名 代表取締役社長 中田信浩
資本金 1,000万円
従業員 60名
事業内容 薫物線香製造販売業
創業 明暦三年(1657年)
ホームページ <http://www.baieido.co.jp>



代表取締役社長 中田信浩（なかた・のぶひろ）

1962年堺市生まれ。85年、中央大学商学部卒業。同年株式会社伊藤ハム入社。87年、梅栄堂入社。総務部長を経て2001年社長に就任。

香の原料である香木・香料は6世纪、仏教伝来とともに日本にもたらされたが、文字通り香を線にした線香は、当時にあっては発明品のようなもの。室町時代より薬種問屋を営む梅栄堂は、いち早く消費者のニーズを捉え、江戸時代の明暦三年（1657年）「沈香屋作兵衛」と称し、線香・香類専門の商いを開始する。そして線香産業は堺で広まり、「線香発祥の地」として発展してゆく。しかしその後、80社近くあった線香業者も、第一次世界大戦の空襲で多くが焼失。家内工業で経営していた線

香業者10社余りが残ったが、堺に規模の大きな製造拠点を構えているのは梅栄堂だけになった。

「伝統ある地場産業を何とか守りたい」中田社長は、堺という歴史ある故郷にこだわる。中世から“もの”の始まり、何でも堺といつてきただよつて、進取の気概で文化や技術の発信基地を作り上げたい。その思いは強くなればかりだった。



明暦三年に「沈香屋作兵衛」と称して線香・香類専門の商いを始めた梅栄堂は、350年余り経た今も、当時の伝統の技をそのままに「眞の香り」を伝える商品を作り続けている。



香炉に立てられた線香。立ちのぼる煙は、人と仏の仲立ちをするといわれている。

本物志向を貫くことが、顧客の信頼を得る早道だ

梅 宮堂のモノ作りには、流儀がある。徹底してこだわるのは天然香料の質だ。

「お香の香りは“聞く”と表現するほど繊細で上品なもの。残り香もあるで違います。ぜひ本物の線香を体験していただきたいのです」。

最近は、若い人向けにカラフルな線香が売られているが、焚くと香りがきついため「線香は一度と使いたくな」と言う人も多い。中田社長はそれが残念でたまらない。

香木は、熱帯、亜熱帯の地域でのみ採れる貴重な植物だ。なかでも高級な香木である伽羅(きゃら)は、原生林の喪失により希少性は高まるばかり。それでも「いいものを作ればきっと応えてもらえる。厳しい時代、梅宮堂が生き残るために商品を差別化した戦略が必要だ」と中田社長は考へていた。

線香作りの工程は、天然香料を製粉して厳選した15～16種類を調合(じょうごう)練り込みなどを経て、10日以上自然乾燥させ、仕上げる。微妙な調合の割合やこね、乾燥の方法に伝統の技が潜む。

「でも、昔ながらの手作業は、粉末が

空中に舞い形ぶ中で行われるので、環境的には決して良好ではありません。

代々受け継がれてきた門外不出の秘傳の製法を継承していくためにも、時代に合ったやり方が必要なのです」。

そこで18年ほど前、日本公庫から約4億円を借り入れ、新工場を建てた。「低金利だったし、民間の金融機関が主に大手企業を対象にする傾向があつたなか、助かりました」。

新たにできた工場では、製造機や空調が整備され、仕事環境も改善された。

何より機械化は、伝統の技のより精密な伝授・再現を可能にしたのである。

中田社長は2002年、最高級のベトナム産伽羅を配合した1箱10万円

完成した製品は1本ずつ検品されて紙袋で束ねられ、ていねいに包装、箱詰めされる。天然の香料なので保存がよければ香りは数年変わらない。

の線香を発売した。社内では「そんな高価な線香が売れるわけはない」との声が大半を占めた。そこで100箱限定という条件付きで販売。これがなんと2週間で完売となつた。

声が大半を占めた。そこで100箱限定という条件付きで販売。これがなんと2週間で完売となつた。

さうに本社2階に和室「好文庵」を造り、香道教室を開いた。香道の継承や普及も、線香の専門企業としての社会的使命だと認識していたからだ。

中田社長は高級路線、本物志向に自信を得ていた。が、その一方で新しい線香を市場に送り出し、新たなニーズを掘り起こすことでも重要だと考えるようになっていた。

新たにできた工場では、製造機や空調が整備され、仕事環境も改善された。何より機械化は、伝統の技のより精密な伝授・再現を可能にしたのである。

トナム産伽羅を配合した1箱10万円

完成した製品は1本ずつ検品されて紙袋で束ねられ、ていねいに包装、箱詰めされる。天然の香料なので保存がよければ香りは数年変わらない。

新たにできた工場では、製造機や空調が整備され、仕事環境も改善された。

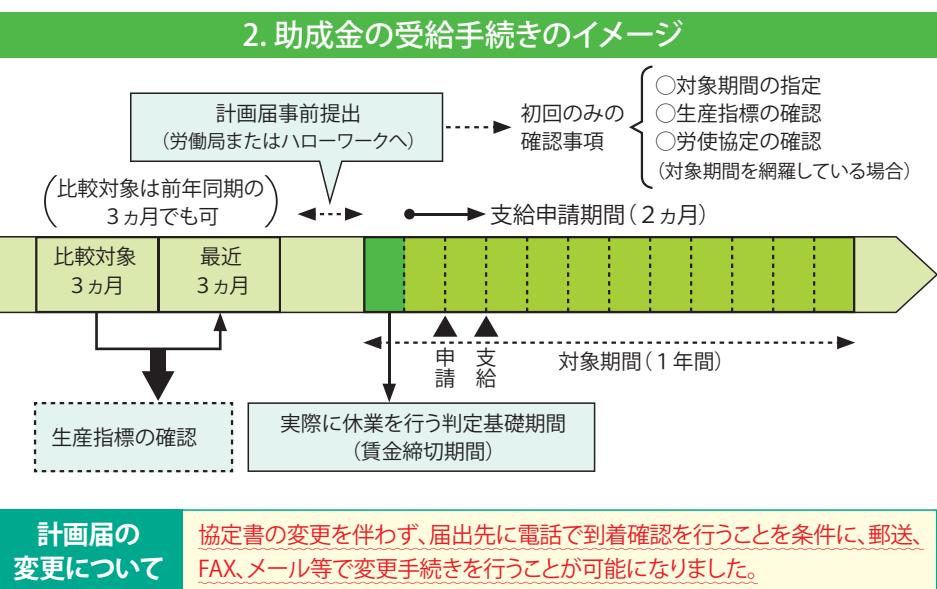
何より機械化は、伝統の技のより精密な伝授・再現を可能にしたのである。

トナム産伽羅を配合した1箱10万円

中小企業緊急雇用安定助成金が拡充されました

景気の変動、産業構造の変化などの経済的理由により、事業活動の縮小を余儀なくされた事業主が、一時的に休業や教育訓練を行って、雇用維持を図ることを支援するため、政府は従前から「雇用調整助成金」及び「中小企業緊急雇用安定助成金」制度を制定していました。平成21年6月8日から、米国発の金融危機の影響を受けた厳しい経済環境に対応して、「中小企業緊急雇用安定助成金」制度を制定されましたので、この制度の概要についてご紹介します。(赤字部分が、平成21年6月から拡充された部分です)

1. 主な支給対象要件																	
対象要件	本助成金の支給対象となる事業主は、次の通りです。																
支給要件	<ul style="list-style-type: none"> 支給対象事業主：雇用保険適用事業主 支給対象労働者：雇用保険被保険者 (被保険者の加入期間は問わず) 																
個別ケースごとの支給要件	<table border="1"> <tr> <td>休業を実施する場合</td><td>●売上高または生産量などの事業活動を示す指標の最近3ヵ月の月平均が、その直前の3ヵ月または前年同期に比べ5%以上減少していること(ただし、前期決算等の経常損益が赤字であれば5%未満の減少も可)</td></tr> <tr> <td>教育訓練を実施する場合</td><td>●実施する休業、教育訓練及び出向が労使協定に基づくものであること(計画届の提出時に協定書の提出が必要)</td></tr> <tr> <td>在籍出向者が出向先で休業等をした場合</td><td>所定労働日の全1日の休業または1時間以上の休業を行うこと</td></tr> <tr> <td>出向を実施する場合</td><td> <table border="1"> <tr> <td>事業所内訓練</td><td>所定労働時間の全1日または半日(3時間以上未満)にわたって行うこと</td></tr> <tr> <td>事業所外訓練</td><td>1日に3時間以上行き、受講者を当日業務に就かせないこと</td></tr> </table> </td></tr> <tr> <td>出向元が休業等協定を結び申請する場合、出向先も生産量要件を満たすこと</td><td></td></tr> <tr> <td></td><td>3ヵ月以上1年以内の出向を行うこと</td></tr> </table>	休業を実施する場合	●売上高または生産量などの事業活動を示す指標の最近3ヵ月の月平均が、その直前の3ヵ月または前年同期に比べ5%以上減少していること(ただし、前期決算等の経常損益が赤字であれば5%未満の減少も可)	教育訓練を実施する場合	●実施する休業、教育訓練及び出向が労使協定に基づくものであること(計画届の提出時に協定書の提出が必要)	在籍出向者が出向先で休業等をした場合	所定労働日の全1日の休業または1時間以上の休業を行うこと	出向を実施する場合	<table border="1"> <tr> <td>事業所内訓練</td><td>所定労働時間の全1日または半日(3時間以上未満)にわたって行うこと</td></tr> <tr> <td>事業所外訓練</td><td>1日に3時間以上行き、受講者を当日業務に就かせないこと</td></tr> </table>	事業所内訓練	所定労働時間の全1日または半日(3時間以上未満)にわたって行うこと	事業所外訓練	1日に3時間以上行き、受講者を当日業務に就かせないこと	出向元が休業等協定を結び申請する場合、出向先も生産量要件を満たすこと			3ヵ月以上1年以内の出向を行うこと
休業を実施する場合	●売上高または生産量などの事業活動を示す指標の最近3ヵ月の月平均が、その直前の3ヵ月または前年同期に比べ5%以上減少していること(ただし、前期決算等の経常損益が赤字であれば5%未満の減少も可)																
教育訓練を実施する場合	●実施する休業、教育訓練及び出向が労使協定に基づくものであること(計画届の提出時に協定書の提出が必要)																
在籍出向者が出向先で休業等をした場合	所定労働日の全1日の休業または1時間以上の休業を行うこと																
出向を実施する場合	<table border="1"> <tr> <td>事業所内訓練</td><td>所定労働時間の全1日または半日(3時間以上未満)にわたって行うこと</td></tr> <tr> <td>事業所外訓練</td><td>1日に3時間以上行き、受講者を当日業務に就かせないこと</td></tr> </table>	事業所内訓練	所定労働時間の全1日または半日(3時間以上未満)にわたって行うこと	事業所外訓練	1日に3時間以上行き、受講者を当日業務に就かせないこと												
事業所内訓練	所定労働時間の全1日または半日(3時間以上未満)にわたって行うこと																
事業所外訓練	1日に3時間以上行き、受講者を当日業務に就かせないこと																
出向元が休業等協定を結び申請する場合、出向先も生産量要件を満たすこと																	
	3ヵ月以上1年以内の出向を行うこと																



(資料)厚生労働省「雇用調整助成金及び中小企業緊急雇用安定助成金ガイドブック」

3. 支給額							
休業及び教育訓練	<ul style="list-style-type: none"> 休業手当や教育訓練の日における賃金相当額の4/5* (ただし、1人1日当たり雇用保険基本手当の最高日額が上限：平成21年8月1日時点 7,685円) 教育訓練を実施した場合は、上記の金額に1日1人6,000円を加算 支給限度日数：3年間で300日(1年間の支給限度日数を撤廃) 						
出向	<ul style="list-style-type: none"> 出向元で負担した賃金(出向元事業主の負担額が出向前の通常賃金の1/2を超える場合は1/2が限度)の4/5** (ただし、1人1日当たり雇用保険基本手当額の最高額に330/365を乗じた額が上限) 						
※ 従業員の解雇等を行わない事業主及び障害のあるかたへの支給は、助成率が(4/5→9/10)に上乗せされます。							
本制度のご利用にあたっての注意事項							
<p>本制度は今後改正される可能性がありますので、ご利用に関しては、下記ホームページで最新の情報をご確認ください。また、助成金の申請に必要な書類などの詳細は、ハローワークまたは都道府県労働局にお問い合わせください。</p> <ul style="list-style-type: none"> 厚生労働省「雇用調整助成金及び中小企業緊急雇用安定助成金ガイドブック」 http://www.mhlw.go.jp/general/seido/josei/kyufukin/a05-1.html ハローワーク等所在地情報 http://www.hellowork.go.jp/html/list.html 							
日本公庫中小企業事業「地域活性化・雇用促進資金」融資対象者追加のご案内							
<p>日本公庫中小企業事業では、雇用の促進等を図る中小企業の皆さまへの支援を一層強化するため、平成21年5月11日から「地域活性化・雇用促進資金」の融資対象者に、「中小企業緊急雇用安定助成金等に係る実施計画の届出が受理されたかた」を追加しました。</p> <p>※本融資制度の詳細については、お近くの日本公庫各支店中小企業事業までお問い合わせください。</p>							
融資対象 (平成21年5月11日制度拡充部分)	<ul style="list-style-type: none"> 雇用調整助成金、中小企業緊急雇用安定助成金及び残業削減雇用維持奨励金に係る実施計画の届出が受理されたかた 新たに2名以上(特定業種^(注)に該当する場合、従業員20名以下の企業の場合または女性、若年者(30歳未満)もしくは高齢者(60歳以上)を雇用する場合は1名以上)の雇用を行うかた <p>(注)特定業種：中小企業信用保険法に定める特定業種</p>						
資金使途	長期運転資金						
融資条件	<table border="1"> <tr> <td>融資限度額</td> <td>2億5千万円</td> </tr> <tr> <td>融資期間(据置期間)</td> <td>7年以内(1年以内)</td> </tr> <tr> <td>利率</td> <td>特別利率①</td> </tr> </table>	融資限度額	2億5千万円	融資期間(据置期間)	7年以内(1年以内)	利率	特別利率①
融資限度額	2億5千万円						
融資期間(据置期間)	7年以内(1年以内)						
利率	特別利率①						

(平成21年10月28日当事業発行「経営情報 NO.367」より)

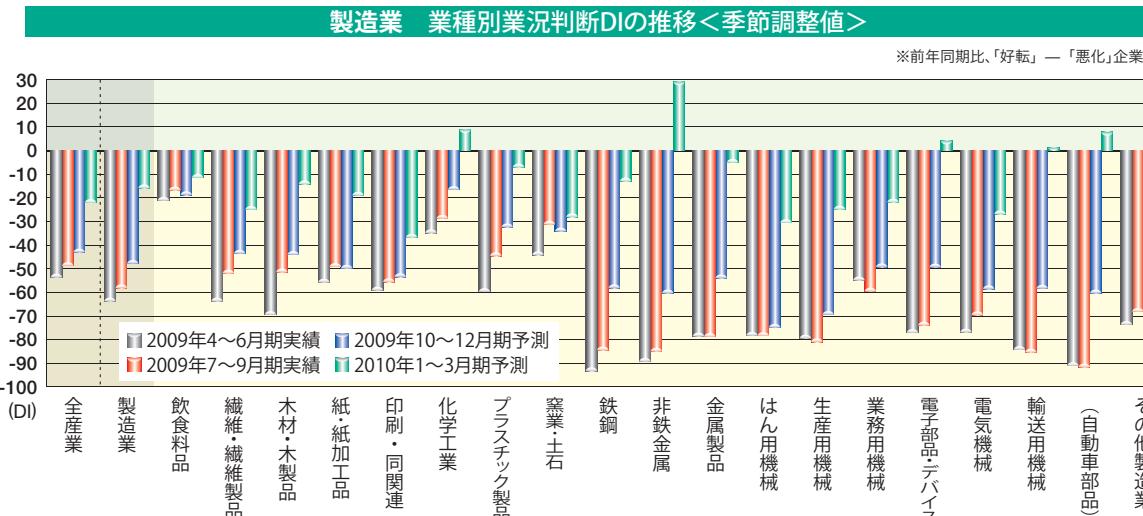
全国中小企業動向調査(中小企業編)の結果概要

～2009年7-9月期実績、10-12月期および2010年1-3月期見通し～

中小企業の景況は、厳しい状況ながら、一部に持ち直しの動きがみられる

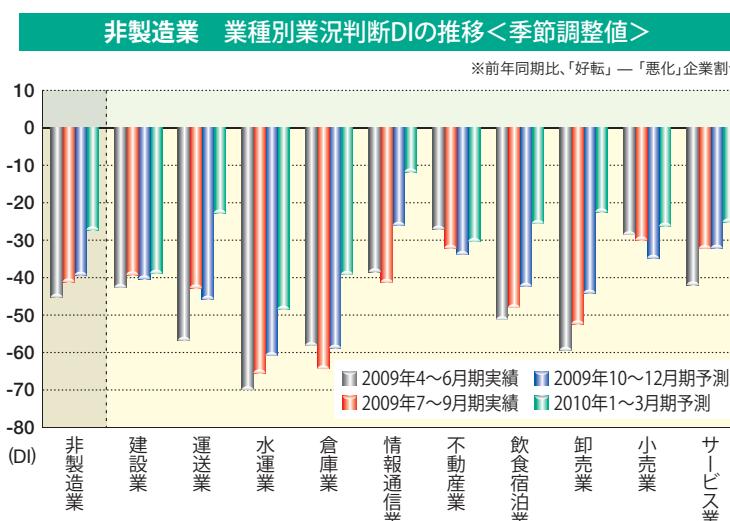
日本政策金融公庫・総合研究所は、10月22日「全国中小企業動向調査結果(2009年7-9月期実績、2009年10-12月期以降見通し)」を発表した。

「全国中小企業動向調査結果」によると、2009年7-9月までの中小企業の景況は、「厳しい状況ながら、一部に持ち直しの動きが見られる」との調査結果報告がなされた。

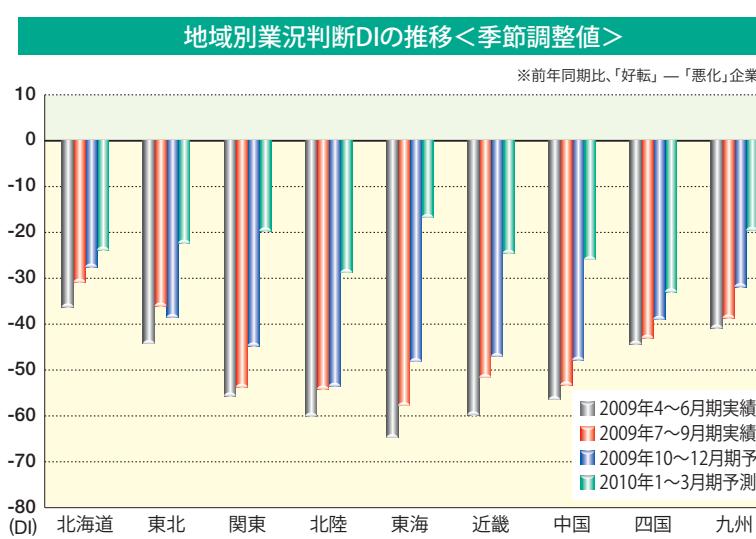


動き2 業種別業況判断

● 製造業…非鉄金属、自動車部品などで非常に低い水準。
● 非製造業…物流関連で非常に低い水準。

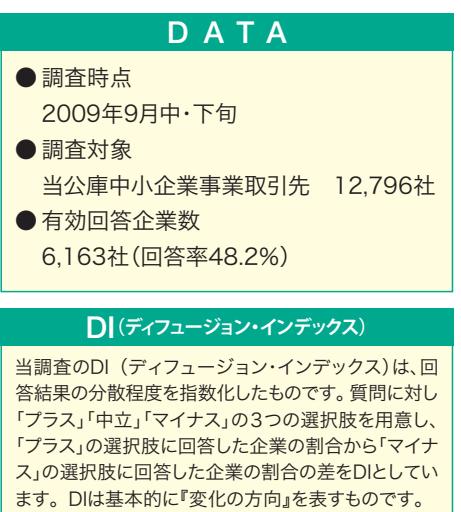
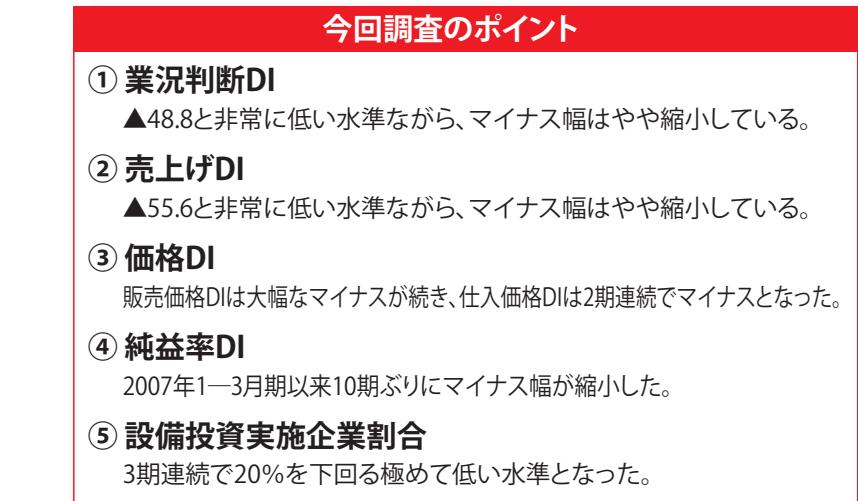


● 製造業
製造業では、機械関連や素材関連業種を中心に行きついては、2010年1-3月にかけて、非鉄金属、化学工業、自動車部品などでプラスに転じる見通しとなっている。
● 非製造業
非製造業では、水運業、倉庫業が▲60台となるなど、物流関連で低い水準が続いている。



● 地域別業況判断
全ての地域で非常に低い水準。

全ての地域で非常に低い水準が続いている。先行きについては、2010年1-3月にかけて、機械関連業種の回答割合が高い東海、関東などを中心に、マイナス幅が縮小する見通しとなっている。



● 現状
業況判断DI(前年同期比、「好転」—「悪化」企業割合)は、▲48.8と非常に低い水準ながら、マイナス幅はやや縮小した。マイナス幅の縮小は2期連続。
● 見通し
先行きについては、2010年1-3月にかけて、マイナス幅が縮小する見通しとなっている。

