

# 地域の中小企業と大企業が取組む 「共存共栄」事例 20選！

2020年6月18日  
日本商工会議所

わが国全体の生産性向上を目的に、  
大企業と中小企業の連携・協働のあり方を研究するため、

次のような観点から

『**地域の中小企業と大企業が取組む「共存共栄」事例 20選！**』を収集した。

- (A) 取引価格・取引条件の適正化
- (B) 大企業が持つリソースを活用して共存共栄関係を構築（IT実装支援含む）
- (C) 中小・ベンチャー企業が持つ技術・シーズの活用（オープンイノベーション）
- (D) 規模を問わず企業間で対等に連携して新たなバリューチェーンを形成
- (E) 地域との共存共栄

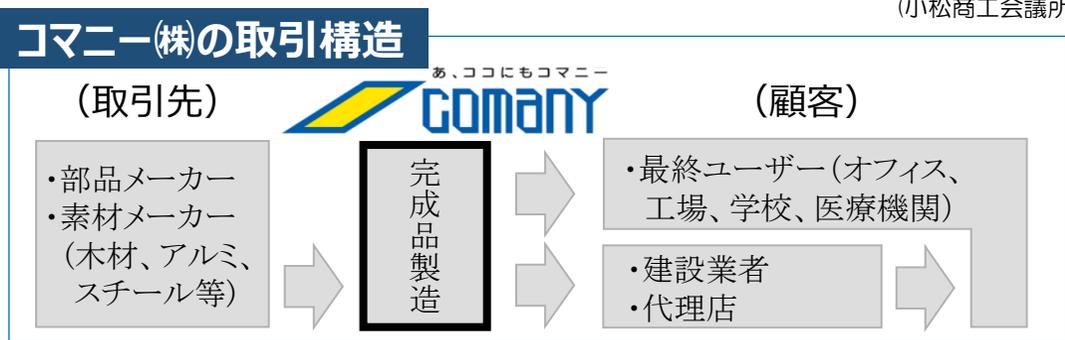
# <目次>

	カテゴリー	番号	企業名	テーマ	地域
A	取引価格・取引条件の適正化	①	コマニー株式会社	50/50の成果配分や取引先満足度調査で築く取引先とのパートナーシップ	小松 (石川県)
		②	ファンケル株式会社	発注者としての配慮を徹底することで取引先からの評価も改善へ	横浜/流山 (神奈川県/千葉県)
		③	三和澱粉工業株式会社	取引先にプラスαのプレミア価格を付けて高品質な原材料の安定調達を実現	橿原 (奈良県)
		④	グンゼ株式会社	「創業の精神」を礎に“CSV経営”を強化し顧客満足と企業価値向上を図る	綾部 (京都府)
B	大企業が持つリソースを活用して共存共栄関係を構築（IT実装支援含む）	⑤	高松機械工業株式会社	協力企業間の人材マッチング等の支援を通じて共存共栄関係を構築	白山 (石川県)
		⑥	日本通運株式会社	商工会議所のプラットフォームを活用して地域中小企業の海外展開を支援	松山 (愛媛県)
		⑦	オムロン株式会社	「企業は社会の公器」を实践、取引先の人手不足解決に協調ロボットを提供	京都 (京都府)
		⑧	太平洋工業株式会社	取引先とパートナーシップを構築し、グローバルに競争力強化を目指す	大垣 (岐阜県)
		⑨	花王株式会社	業務品の受発注からFAXの一扫を推進（サプライチェーンへの普及推進）	東京 (東京都)
		⑩	小島プレス工業株式会社	トヨタグループ内で共通EDIの導入を推進	豊田 (愛知県)
		⑪	旭鉄工株式会社	IoTを活用し仕入先の競争力を強化	碧南 (愛知県)
C	中小・ベンチャー企業が持つ技術・シーズの活用（オープンイノベーション）	⑫	MoTTO OSAKA オープンイノベーションフォーラム	大企業と中小企業のニーズとシーズ双方向からマッチング機会を提供し協業を推進	大阪 (大阪府)
		⑬	株式会社ウッディーコイケ	大工不足の課題解決に向けて大手企業と協働しビジネスプロセスを改善	秩父 (埼玉県)
		⑭	株式会社オプティム	連携の“強み”を活かして医療用ITソリューションの「エコシステム」を構築	東京 (東京都)
D	規模を問わず企業間で対等に連携して新たなバリューチェーンを形成	⑮	株式会社エフピコ	「取引先・顧客・自社」それぞれにメリットを創出し、Win-Win関係を構築	福山 (広島県)
		⑯	株式会社ヨシカワ	人気商品「鏡面磨きビアタンブラー」を生んだ地元商社と磨き屋のコラボ	燕 (新潟県)
		⑰	株式会社志満秀	「三方善」の商いでWin-Win関係を構築し長寿企業を目指す	観音寺 (香川県)
E	地域との共存共栄	⑱	株式会社フタガミ	イエローハットの「トイレ掃除」活動に共感し、地域とも共存共栄	高知 (高知県)
		⑲	イオン株式会社	地元商店街とポイントカード事業を連携して地域と共存共栄	佐久 (長野県)
		⑳	株式会社星野リゾート	大企業と地域の協働により人気温泉地トップ10入りを目指す	長門 (山口県)

# ① 50/50の成果配分や取引先満足度調査で築く取引先とのパートナーシップ

(小松商工会議所)

名称	コマニー株式会社		
所在地	石川県小松市工業団地 1-93		
Web	<a href="https://www.comany.co.jp/">https://www.comany.co.jp/</a>		
代表者	代表取締役社長執行役員 塚本健太		
業種	パーティションやドア商品等の製造・販売・建築工事（オフィス、工場、教育施設、医療福祉施設、公共・商業施設等）		
設立	1961年8月	資本金	71億2,139万円
従業員数	1,071名	売上高	325億円



## 社是 (会社と社員の魂)

我等の精神は**人道と友愛**である

## 経営理念 (行動を起こすときの判断基準)

全従業員の**物心両面の幸福**を追求すると同時に、**人類・社会の進歩発展に貢献**する

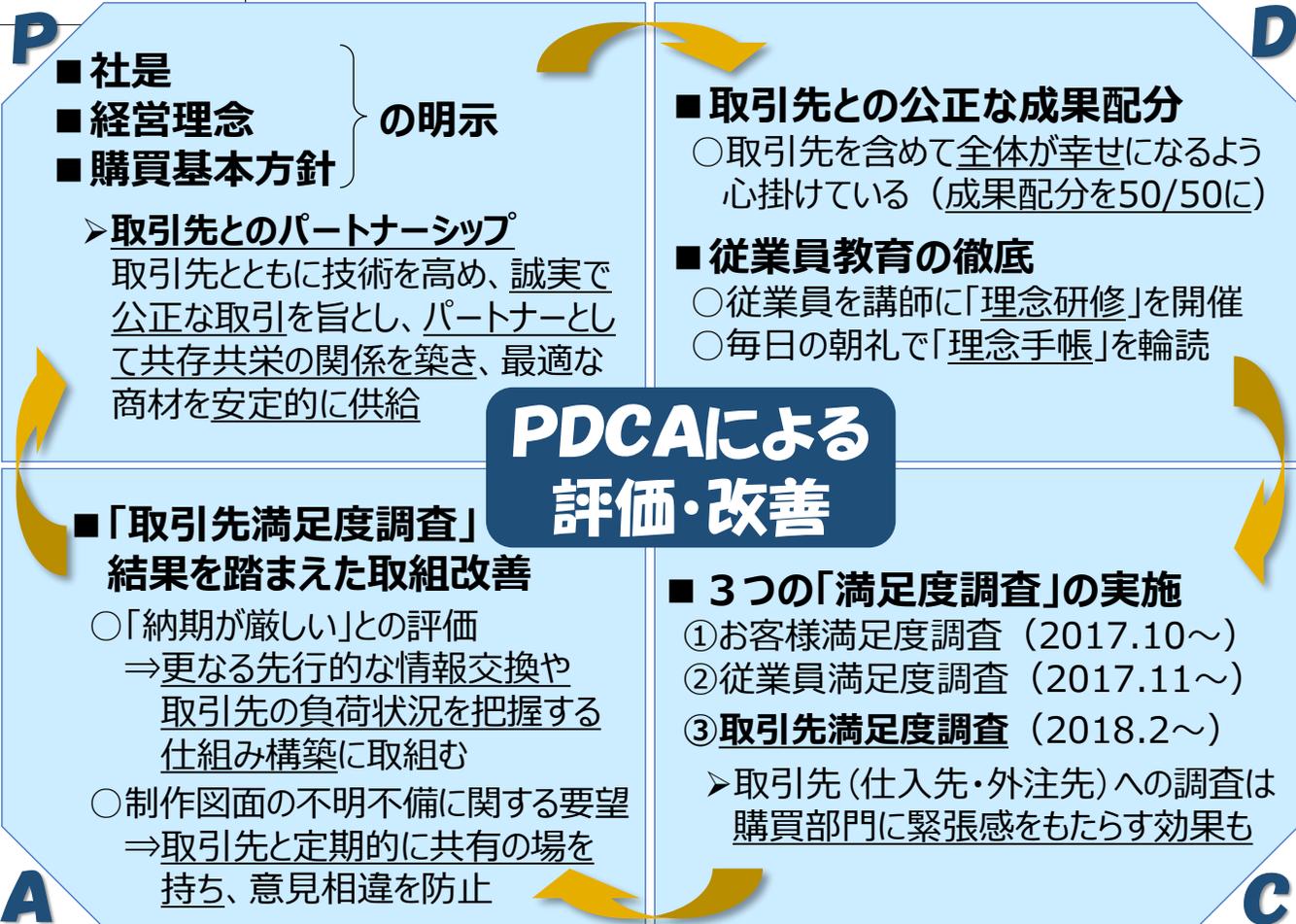
## 購買基本方針

### ① 共存共栄の精神：

取引先との**長期的な信頼関係を構築し**、**相互協力により共に繁栄**することを目指す

### ② 取引の公平性：

**公平かつ公正な取引**を行い、**不当な取引制限を行なわない**。また**サプライチェーンの取組みを強化**する



# (参考)「取引先との公正な成果配分」「従業員教育の徹底」

## 1.取引先との公正な成果配分

### サプライヤーとの共存共栄

取引先を含めて全体が幸せになるよう心掛ける

- 仕入れ等の**コスト低減は重要**だが、その努力を取引先に一方的に押し付けるのではなく、「共に繁栄する」ため、**お互いに協力**することが重要
- コストダウン等の成果が出た場合には、その**成果配分が“50/50 (フィフティ・フィフティ)”**になるよう、取引先と分かち合う
- 取引先には**不当・不合理な依頼**をせず、データ(相場)等に基づいて**合理的に依頼・交渉**する

<取組みの背景>

社会構造の変化に対応していくためには、

- ①取引先と緊密に連携を図り
- ②共に知恵を出し合って技術力を高め合い
- ③付加価値を向上させ
- ④取引先と一体感を持って「調和」していく経営体制こそが重要である。



- 売り手と買い手は常にパートナーとして平等
- 取引先が健全であることで当社も成り立つ

## 2.「理念研修」「理念手帳」による従業員教育の徹底

- 従業員が「**購買基本方針**」等に基づいて判断・行動できるよう浸透に向けた「**従業員教育**」が必要
- 従業員には、誇りを持って「**高付加価値製品をお客様に提供**」してもらいたい。そのプロセスにおいて、取引先に無理を強いるのは、好ましい姿ではない
- 購買部門を含めた全従業員への経営理念や購買基本方針等の徹底的な浸透を図るため、
  - ①**全従業員を対象に一泊二日の「理念研修」**を開催して従業員マインドを醸成(年間累計35回)。講師は社内で育成
  - ②**「理念手帳」(10カ条76項目)**を作成して**毎日の朝礼時**に輪読を実施

【理念手帳】(コマネー信条 抜粋)

- 我等は、人間として何が正しいかを判断基準とし、真の勇気で原理原則を貫こう
- 我等は、共存共栄を旨とし、持続可能な社会づくりに貢献しよう
- 我等は、有意注意で感性を研ぎ澄まし、日々改良日々改善を絶え間なく続けよう

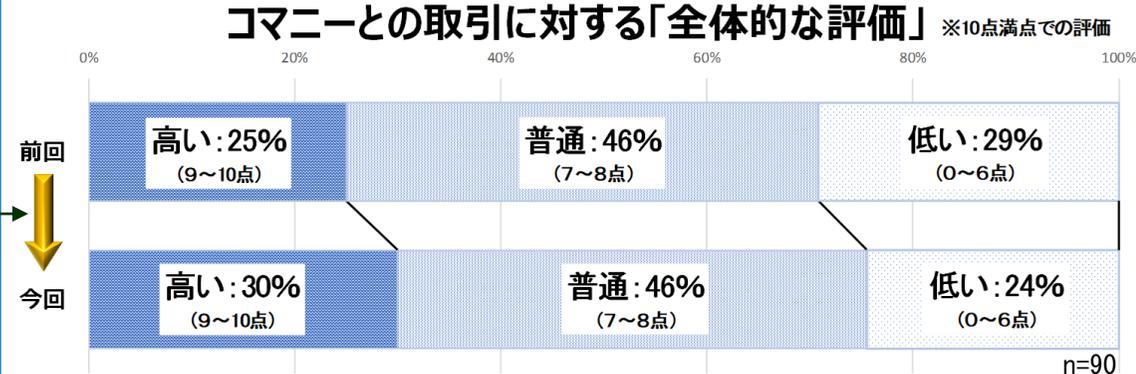


朝礼で「理念手帳」を輪読

## 「取引先満足度調査」の質問項目 (2019年調査)

①	弊社との取引に対して全体的な評価をお聞かせください。
②	要求品質について評価をお聞かせください。 (1)市場品質と弊社要求との格差はありますか (2)異常に厳しい品質要求はありますか (3)添付図面は見やすく理解しやすいですか
③	価格条件について全体的な評価をお聞かせください。
④	納期について評価をお聞かせください。 (1)適切な発注納期となっていますか (2)短納期依頼の頻度はいかがですか (3)注文後の納期短縮・延期等の頻度はいかがですか (4)追加・変更・キャンセルはありますか
⑤	注文書・依頼書類関係について、全体的な評価をお聞かせください。 (1)注文書の書式に満足されていますか (2)注文書の発行タイミングは満足されていますか (3)添付書類等に不備はありませんか
⑥	CSR (サステナビリティ) の取組、また、SDGsについて (1)当社のサステナビリティ方針をご存じですか (2)当社の活動について賛同度合いは (3)SDGsをご存知ですか
⑦	弊社に対するご提案等について、全体的な評価をお聞かせください。 (1)定期的なQCD改善の話合いはありますか (2)改善提案をしようという思いはありますか (3)ご提案は採用されやすいですか
⑧	コンプライアンス面について、全体的な評価をお聞かせください。 (1)強引な互恵取引の要求はありませんか (2)強引な値引き要請はありませんか (3)不正な見返りの強要はありませんか
⑨	弊社の至らない点、改善要望点を是非お聞かせください。
⑩	もし、貴社にとって利害関係がなく、あなたにとって大切な存在の人が弊社との取引開始を検討していたとしたら、あなたはその方に弊社を薦め、紹介する可能性はありますか。

## 主な調査結果 (概要)



- ✓ 当社の取引に対する全体的な評価は、前回(2018年調査)に比べて今回(2019年調査)では5ポイント改善(上グラフ参照)
- ✓ また、「購買担当者の対応」は概ね良好。コンプライアンスに抵触するような「不当な値引き要請」「互恵取引の強要」は見受けられない
- ✓ 前回調査では品質面の課題として制作図面の不明不備に関する要望があった。このため取引先と定期的に設計・制作図面の確認方法や記号・表示内容の共有の場を持ち、意見相違の防止に努めることとした
- ✓ 価格条件について、 $NPS = (好意者数 - 批判者数) \div 回答者全数 \times 100$ に基づく評価方法では、前回調査から13.1ポイント改善。このうち仕入先からは10.4ポイント改善、外注先からは21.8ポイント改善
- ✓ 今回調査は納期面の改善要望(納期が厳しい)が前回調査より減少するも、更なる先行的な情報交換や取引先の負荷状況を把握する仕組み構築に取り組む必要

➤ 「取引先満足度調査」は社内に緊張感をもたらす効果

# ②発注者としての配慮を徹底することで取引先からの評価も改善へ

(横浜商工会議所/流山商工会議所)

名称	株式会社ファンケル		
所在地	神奈川県横浜市中区山下町89-1		
Web	<a href="https://www.fancl.co.jp">https://www.fancl.co.jp</a>		
代表者	代表取締役 社長執行役員 CEO 島田和幸		
業種	化粧品・健康食品の研究開発・製造・販売		
設立	1980年4月	資本金	107億9,500万円
従業員数	2,680名	売上高	1,224億円



## 取引先との基本方針

**「取引先とは  
共存共栄すべきである」**

- ◆ ファンケルとの取引を通じて、取引先が企業体質を強化していける
- ◆ お互いを尊重し切磋琢磨していける関係こそ、長期的な結果として、自社に利益をもたらす  
(創業者:池森賢二氏の日めくりカレンダーより)

## ＜取引先とのコミュニケーション強化＞

- ✓ 毎年12月、購買グループが日頃の取引の御礼を兼ねた年末挨拶訪問を実施
- ✓ 2018年末はリストに基づき**72社**を訪問

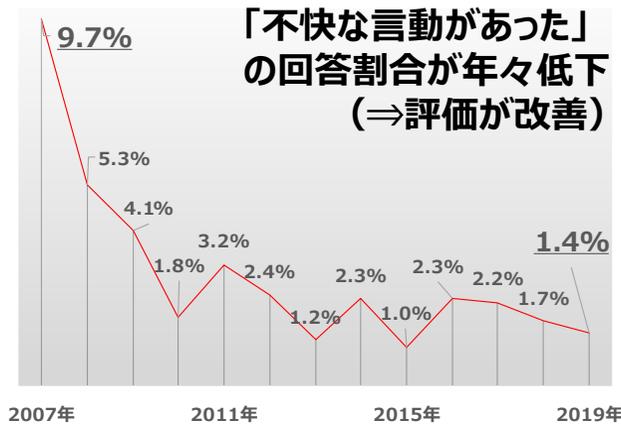
## 内部監査室による「取引先アンケート」の実施

### ■ 普段の接客態度など購買姿勢や下請法など法令順守を取引先から直接評価

- ・2004年開始、現在417社を調査
- ・商談時の言動や態度の評価も改善している(右グラフ)

### ■ 経営トップへの結果報告と改善是正

- ・マイナスコメントあれば訪問し内部監査室が事実確認
- ・教育、指導、是正活動を実施



## 公正な取引環境の実現に向けた取組み

### ■ 取引先への実施内容

- 長期未使用金型の廃棄 (毎年10月に貸与金型を確認)
- 価格改定の対応 (価格改定の申入れに随時対応)
- 納期調整の対応 (サプライヤー都合による納期遅延や供給不安発生時には、工場間で融通してフレキシブルに対応)

### ■ 取引先のその先を常に考える

- 何気ないヒトコトや軽い気持ちでの相談が、取引先の過度な負担に繋がっていないか ⇒取引先の残業の原因、労働環境の悪化の原因を招いているのは発注者側に原因があるかもしれない

## ＜発注者側が配慮すればWin-Win取引はすぐに実現可能＞

### ■ 過剰な品質要求はないか

⇒どこまで必要か、社内でしっかり確認し、協力会社と共有する

### ■ 短納期はないか

⇒不測の事態も想定し、余裕を持った計画を立てる

### ■ 過度なやり直しの要請・不当な給付内容の変更はないか

⇒事前に方針確認の精度を上げて、相手方と十分な協議を行う

### ■ 定時後の商談設定や電話連絡はないか

⇒自身の仕事の仕方、働き方を見直す

### ■ 身勝手なコミュニケーションをしていないか

⇒早朝深夜の連絡など、社会人としてのモラルやマナーを見直す

## 異業種間のイノベーションで新たな付加価値創出

### ■ ファンケル×正田醤油 = 「極(きわみ)だし醤油」



- ・塩分の過剰摂取を防ぎ「健康寿命」を伸ばすため、専門家と老舗しょうゆメーカー、ファンケル愛用者等の協力を得て開発
- ・従来の濃い口しょうゆと比較して塩分量を約60%カット



# ③取引先にプラスαのプレミアム価格を付けて高品質な原材料の安定調達を実現

(檀原商工会議所)

名称	三和澱粉工業株式会社 		
所在地	奈良県橿原市雲梯町594		
Web	<a href="https://www.sanwa-starch.co.jp/">https://www.sanwa-starch.co.jp/</a>		
代表者	代表取締役会長 森本俊一		
業種	澱粉および澱粉加工品、糖化製品の製造・販売		
設立	1947年1月	資本金	5億円
従業員数	250名	売上高	260億円

社是



- 創業者・森本清一氏が生んだ造語
- 「歡びを同じくし、苦しみを共にする」という意味
- 会社は経営者だけのものではない。経営者と社員と取引先の三者が常に『同歡共苦』の心で対応するもの
- 経営理念のもと、従業員一丸となって、顧客の信頼と満足を得る製品の提供を通じて社会に貢献していく

## 主な取扱製品



でん粉

生澱粉  
アルファー化でん粉  
低粘性でん粉



糖化製品

異性化糖  
水飴  
オリゴ糖



工業用

<製紙用>  
<スプレー用>  
<コート用>  
<段ボール用>  
<その他>  
鋳物用  
肥料用



用途別

食感改良・品質改良  
味質改良・保存性向上  
易溶解性・易結晶性

## 三和澱粉工業(株)の取引構造



## プラスαのプレミアム価格を付けて安定調達を実現

- 非遺伝子組換えトウモロコシ (NON-GMOコーン) を原料に「でん粉」を自社製造
  - 日本国内の顧客ニーズが高く、汎用栽培されていない「NON-GMOコーン」を安定的に輸入・調達するため、(株)カーギルジャパンと連携。同社に米国主産地における農家との契約栽培から、日本(神戸港)への物流管理まで委託
  - 「米国主産地の農家」と「カーギルジャパン」の両社に対して、**付加価値※の対価として一般用トウモロコシ価格にプラスαのプレミアムを三和澱粉工業(株)が負担することで米国から神戸港へ毎月配船による高品質なトウモロコシの安定調達を実現**
- ※付加価値：米国主産地の農家に対しては、一般用トウモロコシと分別して「NON-GMOコーン」を生産してもらうこと  
カーギルジャパンに対しては、一般用トウモロコシと分別して米国から神戸港へ流通してもらうこと
- **米国農家、取引先(カーギルジャパン)、顧客(食品メーカー)、更には消費者に繋がるサプライチェーンの構築で、安全・安心な非遺伝子組換え食品素材の提供を可能に**



# ④「創業の精神」を礎に“CSV経営”を強化し顧客満足と企業価値向上を図る

※CSV=Creating Shared Value：共通価値の創造

名称	グンゼ株式会社 <b>GUNZE</b>		
所在地	京都府綾部市青野町膳所1番地（本店）		
Web	<a href="https://www.gunze.co.jp">https://www.gunze.co.jp</a>		
代表者	代表取締役社長 廣地厚		
業種	繊維業		
設立	1896年8月	資本金	260億7,100万円
従業員数	1,703名（単体）	売上高	1,407億円（連結）

## 脈々と受け継がれる「経営理念」

### 【創業者・波多野鶴吉の志】

蚕糸業の振興とともに地域貢献に尽くす

- 「**人間尊重と優良品の生産**を基礎として、会社をめぐるすべての関係者との**共存共栄**をはかる」
- 1896年「群是製絲株式会社」設立当初から「**至誠の取引**」をつくり、**正量取引**を続けてきた
- 120年続く「**創業の精神**」(人間尊重・優良品の生産・共存共栄)を不変の経糸(たていと)として継承し、「社是」の実践を通じて、**社会からの期待に誠意をもって柔軟に応える**ことを緯糸(よこいと)として社会に貢献する

### 社是

1. 優良品の提供に徹し社会に貢献する
2. 誠意をつくり信頼の輪をひろげる
3. 若さと創意をいかし世界の一流をめざす

- ◇ 事業活動を通じて社会課題の解決を目指す「CSV経営」をSDGsに対応させ推進している
- ◇ 各事業活動を通じて「CSV経営」を強化し、顧客満足と企業価値のより一層の向上を図る

## グンゼ(株)のCSR活動による調達

■ CSRの原点は「創業の精神」(人間尊重・優良品の生産・共存共栄)

■ サプライチェーン全体でのCSR調達をグローバルに実施

- |              |                  |
|--------------|------------------|
| ① 公平な参入機会の提供 | ② 公正なサプライヤーの選定   |
| ③ 最適な地域からの調達 | ④ 地球環境保全と環境の負荷低減 |
| ⑤ 法令・社会規範の順守 | ⑥ 情報の適切な管理・保護    |

■ 調達条件：「法令順守」「品質・価格・納入期間」「CSR要素(地球環境・労働環境・人権など)」

## 創業地での取組み（地域との共存共栄）

### ■ 『あやバグンゼスクエア』

- グンゼ(株)
  - 綾部市
  - 綾部商工会議所
  - 一般市民等
- 地域の関係者が一体となって共に支える交流施設・エリア。年間の来場者数は約16万人

< 3つの建物で構成 >

#### ○ グンゼ記念館・博物苑

地域・産業の歴史や企業と地元の関係性を学べる

#### ○ 綾部バラ園

市民ボランティアが年を通して維持管理

#### ○ あやベ特産館



## 主な取扱製品

▶ **機能ソリューション事業：**  
プラスチックフィルムからタッチパネル等のデジタル端末、医療分野の開発・製造



▶ **アパレル事業：**  
インナーウェア、レグウェアから繊維資材に至るまで、新たな機能や価値を創出



▶ **ライフクリエイティブ事業：**  
スポーツクラブ事業、遊休地を利用した商業デベロッパー事業環境緑化などQOLの向上に貢献



# ⑤ 協力企業間の人材マッチング等の支援を通じて共存共栄関係を構築

(白山商工会議所)

名称	高松機械工業株式会社		
所在地	石川県白山市旭丘1-8		
Web	<a href="https://www.takamaz.co.jp">https://www.takamaz.co.jp</a>		
代表者	代表取締役社長 高松宗一郎		
業種	CNC(コンピュータ数値制御)旋盤等の製造・販売		
設立	1961年7月	資本金	18億3,500万円
従業員数	534名	売上高	207億円(単体)



## 高松機械工業(株)の取引構造



## 経営理念

### ■「社会に貢献」する。

お客様には安全でメリットのある商品を、従業員には生活の安定と希望を、株主には適切な配当を提供すると共に、**協力企業とも共存共栄の精神をもって、社会の発展に積極的に貢献する。**

## ステークホルダーとの関係

株主、従業員、取引先、地域社会などのステークホルダーとの良好な関係を築き、信頼を得、期待に応えることで、**中長期的な企業価値の向上をはかる**

## 主な取扱製品

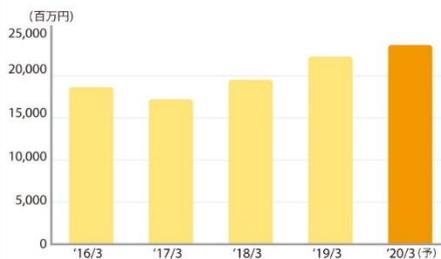
【CNC旋盤(XT-6/XT-6M)】



## 協力企業との共存共栄関係の構築

- 年度初めに説明会を開催し、会社方針を共有
- 協力企業のモチベーション維持を目的に「高松共栄会」を対象に、品質・コスト・納期・協力度を数値化して評価を行い**年5~6社を優良企業として表彰**  
※2018年度：購買2社、外注2社を表彰
- 協力企業とのコミュニケーション強化のため**研修旅行を実施**(下写真/内容により高松機械工業から旅費の補助あり)
- 月2~3社ペースで**協力企業を定期訪問してヒアリングを実施**。相互に改善・工夫・協力可能なことを実践することで、**Win-Win関係を維持**

### <高松機械工業の売上高推移>



高松共栄会でベトナム訪問した金属加工技術の世界展示会「METALEX VIETNAM」の研修旅行(2019.10)

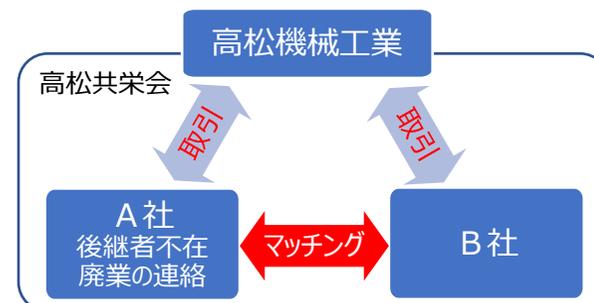
## 「高松共栄会」内でのマッチング支援

後継者不足にある協力企業に対し、高松共栄会メンバー企業の中から**人材や設備等のマッチングを支援**  
**<効果>**

- ・技術を継承することで安定供給を実現
- ・協力企業の新しいビジネスチャンスを拡大

### <事例>

・2017年、高松共栄会メンバーで後継者不在だった廃業予定A社に対し、B社をマッチングして、**従業員・設備を含めM&Aを実施**。A社の顧客と**技術も承継することができ**、**B社は新たなビジネス拡大**に繋がる成果があった



・このほか約10件のマッチング実施で、**自社技術を補完するネットワークを構築**することによって、ビジネスチャンス拡大に繋がった事例がある

# ⑥ 商工会議所のプラットフォームを活用して地域中小企業の海外展開を支援

(松山商工会議所)

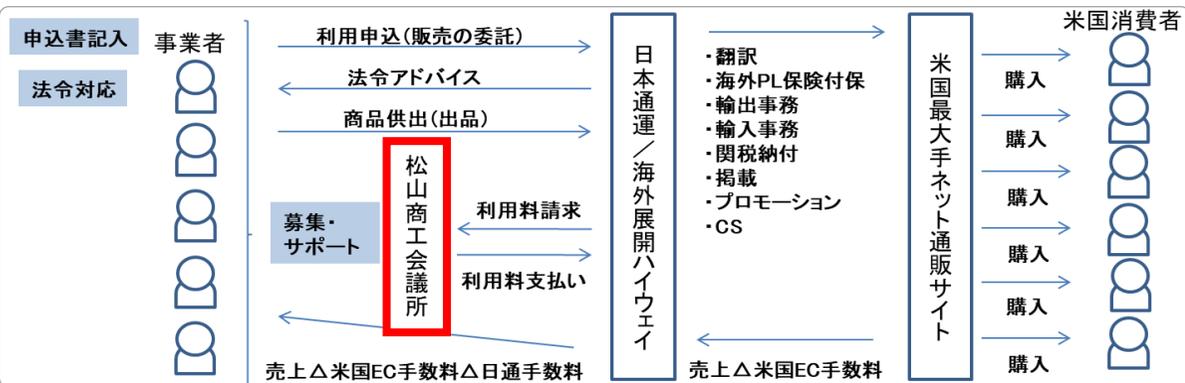
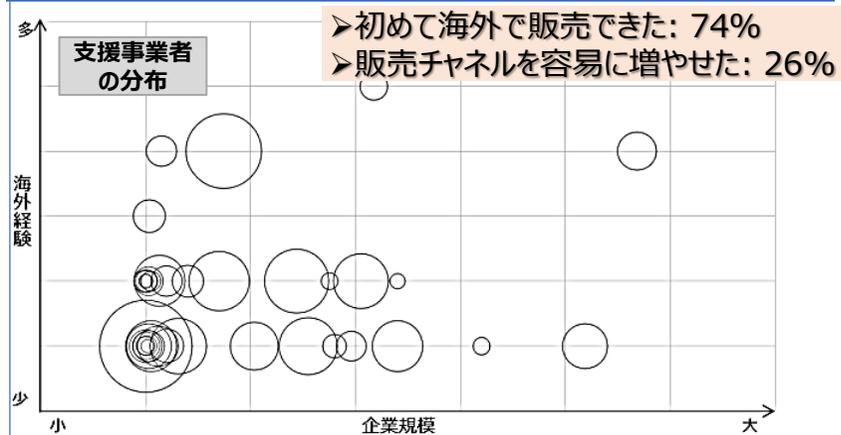
名称	日本通運株式会社		
所在地	東京都港区東新橋1-9-3		
Web	<a href="https://www.nittsu.co.jp/">https://www.nittsu.co.jp/</a>		
代表者	代表取締役社長 齋藤充		
業種	運輸業		
設立	1937年10月	資本金	701億7,500万円
従業員数	32,280名(個別)	売上高	2兆1,385億円(連結)



## 日本メーカーの「誇れる製品」を世界へ後押し

- 中小企業による日本製品の輸出促進策として、海外展開の希望はあるがヒト・カネ・情報不足という中小企業の課題解決のため、「海外展開ハイウェイ」事業を2017年から開始
- 本事業は、**海外販売を実現するまでの一連のサービスをパッケージで提供する**仕組み。出品者はすべて**日本語で「申込書の送付」「利用料金の支払」「日本国内の指定倉庫へ納品」**をするだけで、海外での販売に必要なことを**日本通運がワンストップで対応**
- 例えば**鋳物(鉄瓶)12個(@200ドル)**を1年間米国で販売する場合、**従来の越境ECで@161ドルかかるコストが、本サービス利用では@110ドルで済み、多くの利益を残せる**
- **松山商工会議所は伴走型補助金を活用して小規模事業者の輸出をサポート**。日本通運は商工会議所のプラットフォームを活用して地域の小規模事業者と繋がり、意欲の高い事業者の海外展開・マーケティングの実現を後押し

## 支援事業者の海外展開実績



## 「海外展開ハイウェイ」のパッケージ内容

法令確認 貿易事務 国際輸送 商品登録 販売  
 消費者からの問い合わせ対応 国際決済 プロモーション 海外PL保険 目利き無し

主な海外出展事例	<b>株式会社ふく紗</b> (愛媛県松山市) <b>米国初進出</b> 着物・帯・反物を使用したオリジナルウェア・ムスリムファッション・雑貨等の企画・製造・販売	<b>有限会社宮岡製箱所</b> (愛媛県松山市) <b>海外初進出</b> オリジナル木箱の企画・製造、販促用の樹のうちわ、木のカレンダー、木製品雑貨の製造
	今治タオルの礼拝マット 扇型コースター(かすり生地)	樹のうちわ

# ⑦「企業は社会の公器」を实践、取引先の人手不足解決に協調ロボットを提供

(京都商工会議所)

名称	オムロン株式会社 <b>OMRON</b>		
所在地	京都市下京区塩小路通堀川東入		
Web	<a href="https://www.omron.co.jp/">https://www.omron.co.jp/</a>		
代表者	代表取締役社長CEO 山田義仁		
業種	電気機器		
設立	1948年5月	資本金	641億円
従業員数	35,090名	売上高	8,595億円 (2019年3月)

## 企業理念実践の取組事例

- **全てのステークホルダーと責任ある対話**  
お客様との対話、地域社会との対話、投資家と対話
- **社会的課題取組み：制御機器事業**  
「人手不足・多様化するモノづくり対応」
  - ・ロボットが人に合わせて仕事をする新たな関係づくり
  - ・匠の技を再現する自動化技術の提供
  - ・大量の現場データを活用し学習する設備
- **社内「The OMRON Global Award」**
  - ・事業活動の根幹である企業理念の実践を社員自らが自身の仕事でどのように実践するかを宣言・登録して、その内容を発表
  - ・企業理念の実践にチャレンジし続ける風土の醸成が狙い



人を支援するロボットと共に働く現場



人手作業を支援し生産を維持する、移動可能な協調ロボット

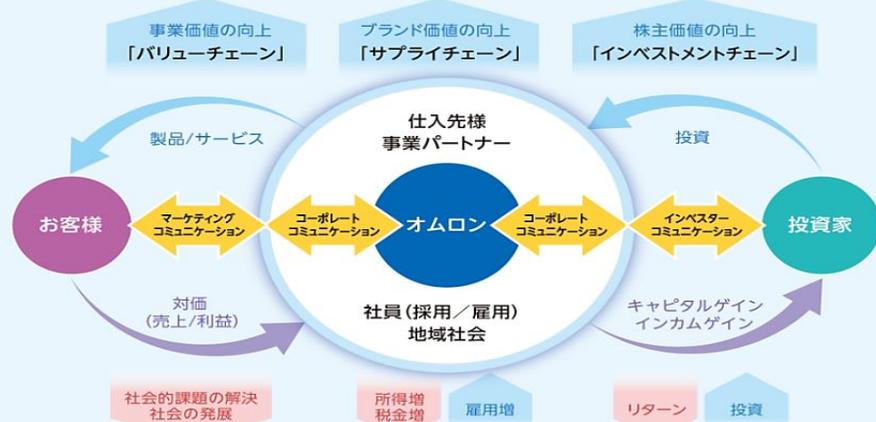
## サステナビリティ方針

「企業は社会の公器である」との基本的考えのもと、持続的な企業価値の向上を目指す

- ・長期ビジョンを掲げ、事業を通じて社会的課題を解決
- ・真のグローバル企業を目指し、公正かつ透明性の高い経営を実現
- ・全てのステークホルダーと責任ある対話、強固な信頼関係を構築

## 全てのステークホルダーと責任ある対話を実施

企業価値の向上



事業を通じた社会の発展への貢献

## 取引先との対話

- オムロングループは、毎年グローバルに取引している主要な取引先の責任者を対象に「購買方針説明会」を開催
- オムロンの「経営方針」「事業戦略」「購買方針」「サステナブル調達の方針（環境方針含む）」等を共有・整合している
- グローバルな全取引先を対象に少なくとも3年ごとにセルフチェックアンケートの実施を通じて取引先からTier2以降へのサステナブル調達ガイドラインの遵守状況を確認し、改善・レベルアップを促す



購買方針説明会(グローバルパートナーカンファレンス)

# ⑧取引先とパートナーシップを構築し、グローバルに競争力強化を目指す

私たちは世界(グローバル)を舞台に成長を図り、それぞれの地域(ローカル)の発展に貢献したいと思っています

(大垣商工会議所)

名称	太平洋工業株式会社		
所在地	岐阜県大垣市久徳町100番地		
Web	<a href="https://www.pacific-ind.co.jp/">https://www.pacific-ind.co.jp/</a>		
代表者	代表取締役社長 小川信也		
業種	自動車部品、電子機器製品等の開発・製造・販売		
工場拠点	国内8工場(岐阜県・福岡県・宮城県) 国内関係会社3社、海外関係会社7カ国16社		
設立	1930年8月	資本金	73億1,600万円
従業員数	1,800名(連結4,400名)	連結売上高	1,450億円



## 取引先との「共存共栄」を目指した取組み

### ■「共存共栄」を目指した施策

- ①短期・中長期の生産計画提示による生産負荷の安定化
- ②協業によるVA活動(図面や仕様書の変更、製造方法の効率化等によるコスト低減の取組み)で、成果(果実)の共有
- ③年2回の会社方針説明会など定期的な会議や話し合い等によるコミュニケーション向上
- ④匿名性の高い「独立した相談窓口」による困りごと解決やコンプライアンスの順守

### ■競争力強化を目指した「太平洋グローバル会」の活動

- ①安全の取組み(安全相互診断、月1回安全勉強会の開催等)
- ②品質向上の取組み(品質テーマ研究会、QCサークル活動等)
- ③CSRの取組み(CSR、リスクマネジメント、BCM活動等)

※「太平洋グローバル会」: 部品・金型などを納入する主要36社で構成。相互の信頼関係のもと経営基盤の強化やものづくり力向上を目的に1957年設立



会社方針説明会



防災センター見学会



CSR講習会

**品質テーマ研究会**  
(プレス・溶接・塗装を業とする)15社の活動

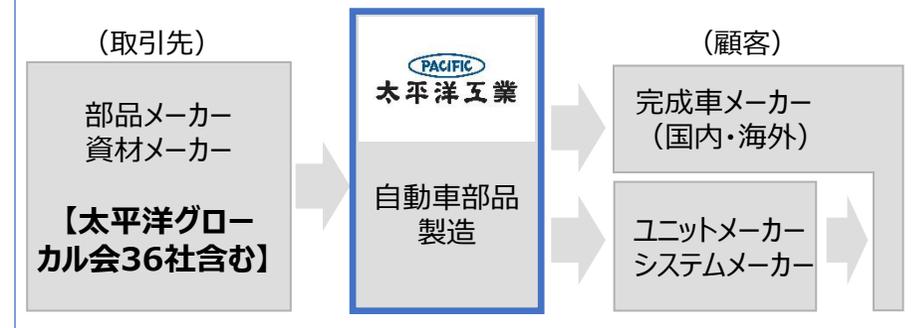
相互研鑽会(3~4か月に1回)  
・不良品対策の報告・意見交換

品質教育実施(年1回)  
・分析勉強会  
・変化点管理、作業要領書作成のポイント教育

改善事例発表会(10月・3月)  
・QCに基づく改善活動報告・意見交換

実務担当者会議(毎月末)  
・品質実績速報と不具合事例の紹介・予防措置の展開

## 太平洋工業(株)の取引構造



## 主な取扱製品

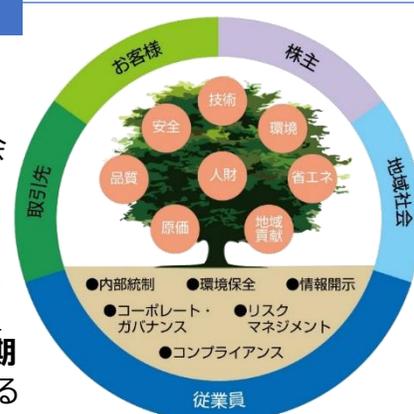
- 【バルブ製品】**  
バルブコア、タイヤバルブ、TPMS (タイヤ空気圧監視装置)
- 【プレス製品】**  
ボデー構造部品、オイルパン、バッテリーケース
- 【樹脂製品】**  
ホイールキャップ、センターオーナメント、エンジンカバー



プリウスとはじめてとするハイブリッド車用バッテリー(電池)を格納する「バッテリーケース」

## ステークホルダーとのかかわり

- 長期ビジョン  
持続可能な社会の実現に向け、ステークホルダーに信頼され、地域社会に根ざし、**共存・発展できる真のグローバル企業を目指す**
- サプライチェーン全体でCSRを推進  
全てのステークホルダーと、**オープンで公正なコミュニケーション**を図り、**長期的観点でWin-Win関係を構築する**





# ⑩トヨタグループ内で共通EDIの導入を推進

(豊田商工会議所)

名称	小島プレス工業株式会社 		
所在地	愛知県豊田市下市場町3-30		
Web	<a href="http://www.kojima-tns.co.jp/ndex.html">http://www.kojima-tns.co.jp/ndex.html</a>		
代表者	取締役社長 小島栄二		
業種	自動車部品製造		
設立	1938年5月	資本金	4億5,000万円
従業員数	1,709名	売上高	1,842億円
特記事項	トヨタグループ (Tier 1)		

## IT実装支援の取組み

### ■ 経緯・課題

- 受発注業務にアナログ（電話・FAX等）が残存しているため、効率が悪い
- EDIでも、取引先が多数ある下請企業では、相手先により方式が異なり費用・手間が増加

### ■ 支援内容

- 2008年、中小企業庁の委託で共通EDIを開発。「トヨタWG共通EDI」(世話人:トヨタ自動車)の幹事会社として、共通EDIの導入を推進

### ■ メリット

#### <発注側>

- かんばん（部品納入の指示書）のデータへの置き換え、発注システムの一本化、伝票保管スペースの削減等により事務工数が削減

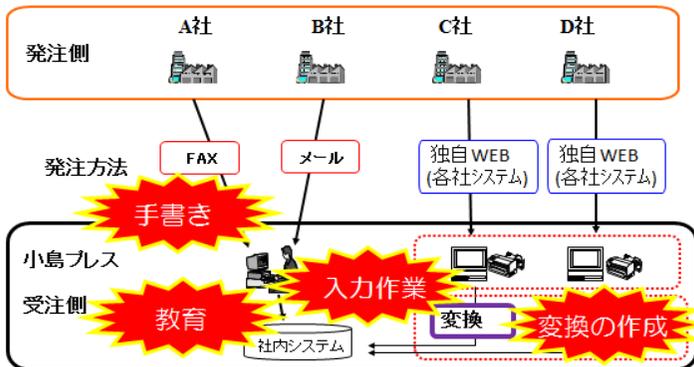
#### <受注側>

- かんばんのデータへの置き換え、伝票手入力の不要化等により事務工数が削減
- 天災等で被災した場合でも受注データがあるため他拠点でバックアップ生産できBCP対策に有効

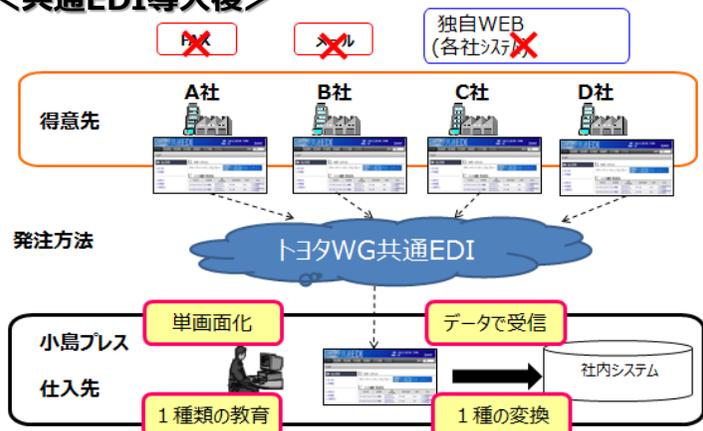
### ■ 実績

- 2012年、日本自動車工業会からグループを超えた業界標準の一つとして認定された。また、2010年から金融EDIの実証実験を実施し、受注側の経営効率化にも寄与することが判明
- 「トヨタWG共通EDI」の取組みを通じ、トヨタグループ内での標準化が進行。2019年11月現在、共通EDIに733社が加入

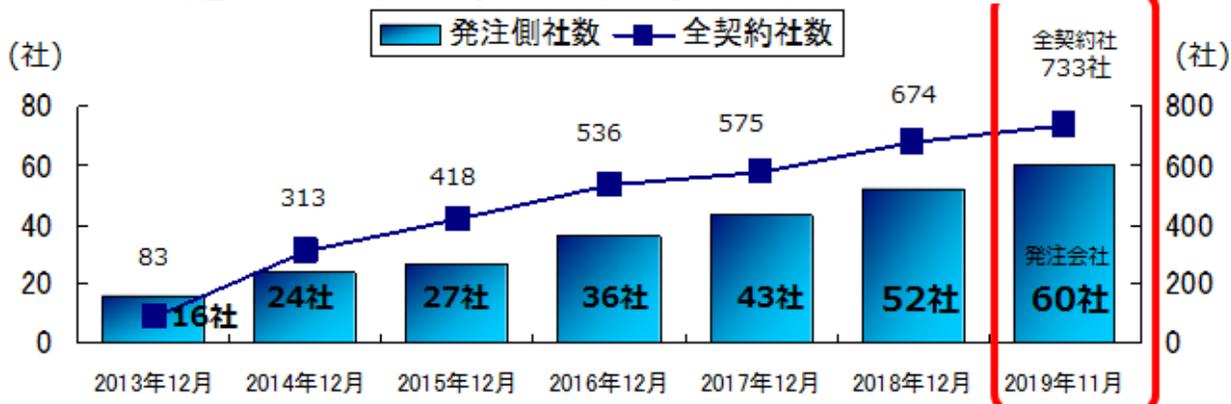
### <共通EDI導入前>



### <共通EDI導入後>



## 共通EDI加入社数（全契約社数）は6年間で9倍に増加



# ⑪IoTを活用し仕入先の競争力強化

(碧南商工会議所)

名称	旭鉄工株式会社 <b>ASAHI</b> 旭鉄工株式会社		
所在地	愛知県碧南市中山町7-26		
Web	<a href="http://www.asahi-tekko.co.jp/">http://www.asahi-tekko.co.jp/</a>		
代表者	代表取締役社長 木村哲也		
業種	自動車部品製造		
設立	1941年8月	資本金	2,700万円
従業員数	454名	売上高	150億円
特記事項	トヨタグループ (Tier 1)		

## IT実装支援の取組み

### ■経緯・課題

- 規模の小さな仕入先は生産性向上スキルが無く、仕入元の原価低減要求に応えるのが困難なところが多い
- 中小企業でも導入可能なリーズナブルなIoTモニタリングサービスが無い

### ■支援内容

- 自社製のリーズナブルなIoTモニタリングサービスを仕入先に提供 (1ライン月額1万円台)
- e-learningによる改善知識教育
- IoTモニタリングサービスを活用して共同で改善活動を実施し、原価低減分を分け合う

### ■メリット

#### <旭鉄工>

- サプライチェーン全体の競争力強化

#### <導入企業>

- 原価低減代の半分の利益増
- IoTを用いた改善力および知識の向上

### ■実績

- 既に200社 (うち80%が中小企業。従業員10名程度) でデータ収集実績あり  
部品加工、金型加工のほか、瓦、織物、菓子、薬品など幅広い顧客層
- 仕入先A社：機械加工業 従業員43名、生産性向上175% 原価低減 49万円/年
- 仕入先B社：塗装業 従業員12名、生産性向上120% 原価低減 194万円/年
- 仕入先C社：機械加工業 従業員63名、生産性向上140% 原価低減 1,440万円/年



自社開発した「IoTシステム」を外販するため別会社を設立

## iSTC i Smart Technologies 提供サービス



①IoT モニタリング



②データを用いた改善レポート



③改善教育

◀IoTモニタリングをしっかり活用できるツールと仕組みまで提供



自社(左図)、外販先ともに導入効果があられてきている

# ⑫大企業と中小企業のニーズとシーズ双方向からマッチング機会を提供し協業を推進

名称	<b>MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム</b> (通称：もっと大阪 / 事務局：大阪商工会議所 産業部)
所在地	大阪府大阪市中央区本町橋 2 - 8
Web	<a href="https://www.osaka.cci.or.jp/innovation/open_innovation/motto_osaka.html">https://www.osaka.cci.or.jp/innovation/open_innovation/motto_osaka.html</a>
座長	立命館大学大学院 テクノロジー・マネジメント研究科長 名取隆教授
主催	大阪商工会議所
共催	茨木・北大阪・高槻・東大阪・姫路・守口門真・八尾の各商工会議所、大阪府
協力支援機関	全国の都道府県、中小企業支援センター等27団体



## マッチングの流れ



## メリット

- 大企業等**  
【ニーズ】技術力のある中小企業の協力を得ることで、技術的な課題解決に要する時間とコストを削減できる。  
【シーズ】休眠特許や未商品化デバイスの有効活用を図ることができる。
- 中堅・中小企業**  
【ニーズ】自社の技術力を、大企業に直接提案する機会が得られる。また、不採択の場合も、必ず大企業から理由等のコメントが伝えられる仕組みであるため、技術的なフィードバックが得られる。  
【シーズ】大企業の技術を活用した新製品開発や大企業との協業の契機となる。

## 2019年度 中堅・中小企業参加実績

- 【技術ニーズマッチング】  
①大阪ガス(7月)⇔中小209社、②ダイキン工業(8月)⇔中小182社、③日立造船(10月)⇔中小183社
- 【技術シーズ商談会】  
①大阪ガス・住化コベストロウレタン・ダイヘン(10月)⇔中小42社、  
②大阪ガス・コニカミルタ・富士通(11月)⇔中小46社

## 成果事例

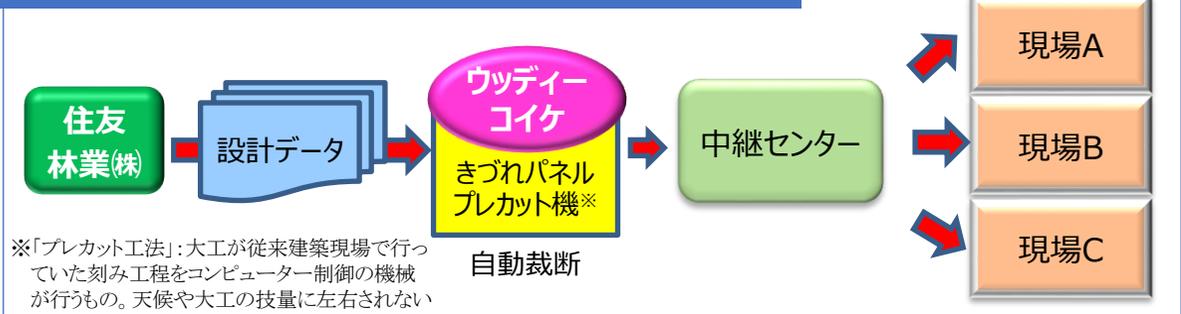
- ①「大阪ガス」と金属加工品メーカーの「(株)大栄螺旋工業」が技術提携して開発した熱交換器が、2015年、茨木市に開設された「北大阪水素ステーション」内の「HYSERVE」に採用され、70%小型化と60%低コストを実現。「この連携を契機に、その後も同ガスグループ会社への熱交換器関連の新規契約・納品に至った」(大栄螺旋工業談) 水素製造装置「HYSERVE」
- ②「シャープ」の技術シーズ「室内照明の明るさでも発電可能な色素増感太陽電池」に対し、圧力計メーカー「(株)木幡計器製作所」が事業化を提案し、共同開発契約を締結(2018年)。木幡計器製作所が持つ既存の機械式計器の計測値をデジタル化する「後付け計器IoT化ユニット」に同シーズを活用することで、現在、電池交換不要のユニット商品化に向け共同開発中。機械式計器の計測値をデジタル化できる後付け計器IoT化ユニット

# ⑬大工不足の課題解決に向けて大手企業と協働しビジネスプロセスを改善

(秩父商工会議所)

名称	株式会社ウッディーコイケ 		
所在地	埼玉県秩父市下影森181		
Web	<a href="http://www.woody-koike.co.jp/">http://www.woody-koike.co.jp/</a>		
代表者	代表取締役 小池文喜		
業種	森林整備、構造用集成材の生産、プレカット加工、ログハウス施工等		
設立	1953年6月	資本金	6,000万円
従業員数	134名(2019年6月)	売上高	45億円

## 「ウッディーコイケ×住友林業」サプライチェーン構造



## ビジネスプロセス改善で人手不足にある大工の生産性向上

■住友林業の『きづれパネル』製品を、ウッディーコイケが「プレカット工法」で施工し、ビジネスプロセス改善に取り組む

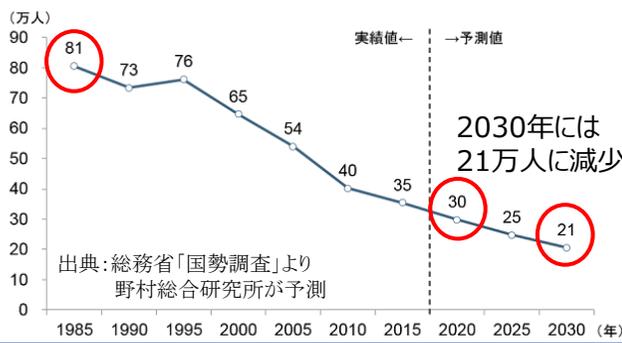
### 【課題】従来の工法

- ✓ 大工が施工現場で図面を見ながら材を切断
- ✓ 複雑な構造の現場では材を壁にあてながら採寸(寸法出し)・組み立てを行う
- ✓ 何度も微調整を繰り返すため時間ロスが発生。特に2階部分の施工は脚立等の昇降が必要なため大きく時間ロス
- ✓ 現場での材切断で端材が発生。大工が産業廃棄物処理施設へ持ち込んで処分するため、時間・コストが大きな課題に

### 【解決策】新たな協働の取組み ⇒「きづれプレカット機」の導入

- ✓ 住友林業がウッディーコイケに「設計データ」を提供
- ✓ 設計データが「きづれプレカット機」に取り込まれ自動細断。このときに廃材は社内ボイラー用の熱源として利用(光熱費の削減にも貢献)
- ✓ 材に組み立て指示(ナンバー)をプレプリント。建設現場ごとに材をパッケージ化して中継センターへ大型トラックで納品
- ✓ 中継センターで小型トラックに積み替えて現場へ納品
- ✓ 大工は納品された材のナンバーと図面を確認しながら、切断作業を行うことなく、「きづれパネル」を組み立て
- ✓ 廃材が発生しないため「処理時間」や「コスト」の削減を実現

## 「大工」の人数(実績と予測)



## 住友林業の『きづれパネル』

日本の伝統的な木造軸組構造を活かしつつ、設計の自由度を確保しながら強靱な構造躯体をつくるため開発された住友林業の製品。耐震性が極めて高い。



『きづれパネル』

## 住友林業との共存共栄関係構築で創出された付加価値

コスト面	<p>■ サプライチェーン全体でのコスト競争力強化</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 設計・加工・施工の同期化による作りすぎ、作り直しのムダの排除</li> <li>② 大工の作業時間短縮による単位あたりコスト削減</li> <li>③ 産業廃棄物の処理コスト(社内においては重油の代替として光熱費)の削減</li> <li>④ 中継センターにおける作業効率向上と在庫保管スペースの効率化</li> </ol>
生産能力面	<p>■ サプライチェーンにおける生産能力のボトルネックである大工不足の解消</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>① 住友林業とウッディーコイケとの連携による生産プロセスの革新</li> <li>② 大工の作業効率の飛躍的向上</li> <li>③ 大工一人当たり年間施工件数の増加による生産能力面の競争力強化</li> </ol>

# ⑭連携の“強み”を活かして医療用ITソリューションの「エコシステム」を構築

(東京商工会議所)

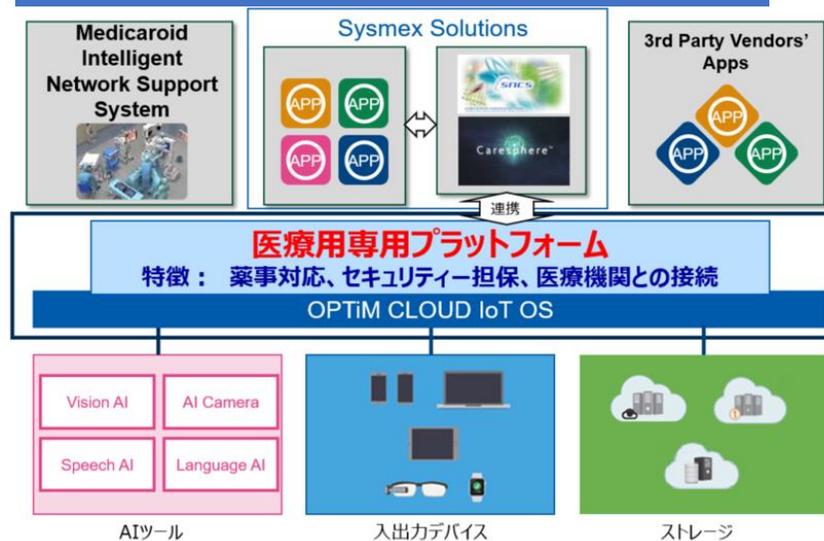
名称	株式会社オプティム <b>OPTiM</b>		
所在地	本店:佐賀県佐賀市本庄町1 本社:東京都港区海岸1-2-20 汐留ビルディング21F		
Web	<a href="https://www.optim.co.jp/">https://www.optim.co.jp/</a>		
代表者	代表取締役社長 菅谷俊二		
業種	ライセンス販売・保守サポートサービス (オプティマル) 事業 (IoTプラットフォームサービス、リモートマネジメントサービス、サポートサービス、その他サービス)		
設立	2000年6月	資本金	4億4,300万円
従業員数	229名	売上高	54億6,800万円

## 「オプティム×シスメックス」の連携

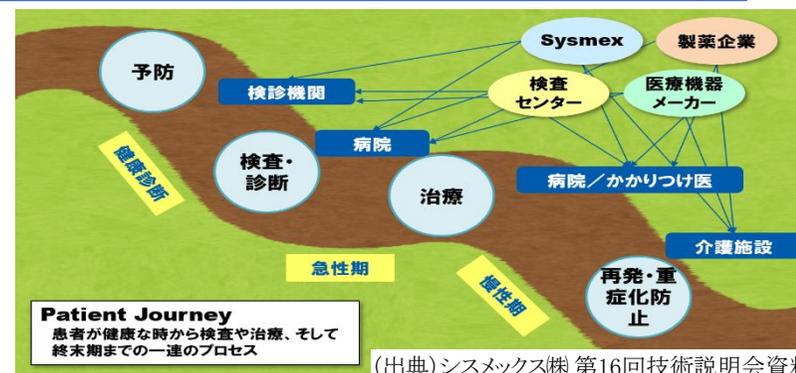
■ソフトウェア開発の**株オプティム**と血液検査機器の**シスメックス株**が「AI・IoT×先端医療」領域で業務提携。医療機器をネットワークに接続することで得た情報をAIが解析する次世代の医療・診断を支えるITソリューション・プラットフォームを開発・展開。



## 【図1】「次世代医療プラットフォーム」のイメージ



## 【図2】医療用ITソリューションの「エコシステム」



(出典)シスメックス株 第16回技術説明会資料

## 連携の概要

■(株)オプティムの強みであるAI・IoTプラットフォームサービスや知財(※①)、技術、実用化ノウハウと、シスメックス株の強みである医療分野における豊富な知見やグローバルな販売・サービスネットワークを融合して、**次世代の医療専用プラットフォームを開発【図1参照】**

※①オプティムは、処理データ(画像・音声等)と条件(使用料金・解析処理速度等)に基づいて、複数のクラウドサービスが提供するAIやAPIの中から最適なものを自動選択する基本特許「コンピュータシステム、API提供方法及びプログラム」(特許第6404529号)を保有。同社では事業の変化に呼応してビジネスを促進させる「知財戦略」を重視しており、経営層と一体となって事業部門と連携し、「スクラム型」で新事業の競争力強化を図っている。

■次世代の医療・診断を支えるデジタル医療の事業化を加速することを目的に、両社で合併会社設立に向けて基本合意(2019年11月1日)

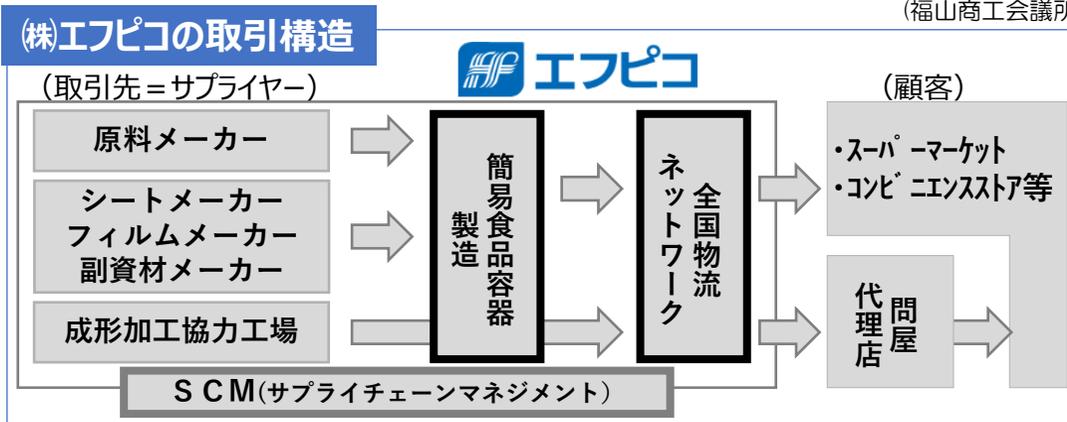
■オープンなプラットフォームとして、製薬企業や医療機器メーカーなど様々な主体と連携し、「Patient Journey」(※②)を支える**医療用ITソリューションの「エコシステム」を形成【図2参照】**

※②ペイジェント・ジャーニー:患者が健康な時点から、罹患後の検査・診断、治療、再発・重症化防止、そして終末期までのプロセス(旅路に例える)

# ⑮「取引先・顧客・自社」それぞれにメリットを創出し、Win-Win関係を構築

(福山商工会議所)

名称	株式会社エフピコ 		
所在地	広島県福山市曙町一丁目13番15号		
Web	<a href="https://www.fpco.jp/">https://www.fpco.jp/</a>		
代表者	代表取締役社長 佐藤守正		
業種	ポリスチレンペーパー、その合成樹脂製簡易食品容器の製造・販売ならびに関連包装資材等の販売		
設立	1962年7月	資本金	131億5,000万円
従業員数	848名 (グループ4,439名)	売上高	1,812億円 (連結)



## 取引先との共存共栄の取組み

### ■「エコトレ」を四者一体のエフピコ方式でリサイクル



### ➤ 調達面 (無理無駄のない取引先との共存共栄)

- SCM(サプライチェーンマネジメント)において生産工程をスケジュール化し、適正な納期設定で、計画性をもって必要な資材を無理・無駄なく調達することで業務推進でき、Win-Win関係を構築
- 成形加工協力工場に対しては、品質保持のための情報を共有。成形完成品の運搬にエフピコの物流インフラを利用して輸送を効率化
  - ⇒エフピコ負担で輸送トラックをチャーター
  - ⇒「成形加工協力工場」と「エフピコの物流倉庫」の間を往復運搬

### ➤ 販売面 (環境配慮容器を介した顧客との共存共栄)

- 顧客(スーパー等)との協働で回収した使用済み食品トレイを原料に、CO<sub>2</sub>排出量30%削減できる環境配慮製品エコトレを製造し、改めて顧客に提供・販売 (※メリット: リサイクル素材の方が価格安定)
- 顧客(スーパーなど約500社・9200店舗)での店頭回収によって、顧客の容器包装リサイクル法上の負担金を軽減 (Win-Win関係)
  - ※メリット: 顧客(スーパー等) ⇒ 再商品化委託料の負担金軽減
  - エフピコ ⇒ リサイクル原料を安定確保できる

### ■ CSR 調達方針

#### <サプライヤーとの協働>

- ・サプライヤーと長期的な信頼関係を築き共存共栄を図る。
- ・サプライヤーと協働しリスクの適切な管理と未然防止を徹底し、社会と経営への影響を回避する取り組みに努める。



# ⑬ 人気商品「鏡面磨きビアタンブラー」を生んだ地元商社と磨き屋のコラボ

(燕商工会議所)

名称	株式会社ヨシカワ 		
所在地	新潟県西蒲原郡弥彦村大字大戸635番地3		
Web	<a href="http://www.yoshikawa-group.co.jp/">http://www.yoshikawa-group.co.jp/</a>		
代表者	代表取締役 吉川力		
業種	鋼材加工販売・日用品製造卸・ステンレス板金		
設立	1957年4月	資本金	1000万円
従業員数	160名	売上高	51億円

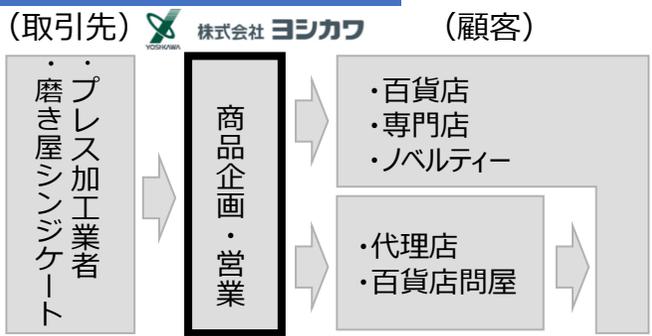
## 「ヨシカワ×磨き屋シンジケート」との協業

- ▶ (株)ヨシカワは、ステンレスを中心とした金属材料の「設計～製造・加工～検査～出荷・販売」までの一貫した生産体制で運営
- ▶ 同社は、ビール会社のノベルティ制作を断念しかけていた地元の「磨き屋シンジケート」を支援。キャンペーン会社との間に入って手形取引を引き受け、人気商品となる4万個を超える「鏡面磨きビアタンブラー」のデザインや工場間デリバリーを請け負った
- ▶ 「鏡面磨きビアタンブラー」のヒットで、2008年リーマンショック時の研磨事業の受注減を補うとともに、燕地域の知名度アップやブランド力向上、地場産業の発展等にも大きく寄与
- ▶ キャンペーン終了後も、同社が中心となって「鏡面磨きビアタンブラー」の全国販売を展開。「磨き屋シンジケート」との共存共栄で、引き続き日本のライフスタイルを支え続けている

## 「磨き屋シンジケート」とは

- ▶ 燕商工会議所が事務局となり、2003年に研磨業者22社で発足（2019年：幹事企業5社、参加企業27社、賛助企業5社に増加）
- ▶ 地域の零細研磨事業者をネットワーク化し、商品開発から製造・研磨・製品化まで、一貫した共同受注システムを構築
- ▶ 洋食器、航空機部品、モバイル機器等あらゆる金属製品の研磨を受注。域外からの受注に燕地域全体で対応することで、地域経済の活性化にも寄与
- ▶ リーマンショックに伴う受注減に対応するため、磨きの下請けだけに頼らない事業体制を構築。オリジナル商品の開発に着手し、ビール会社の消費者キャンペーン(2009年3～5月)をきっかけに「鏡面磨きビアタンブラー」を製造
- ▶ 発足当初、後継者がいる事業所は3社ほどだったが、その後18社で後継者を得た

## (株)ヨシカワの取引構造



## 主な取扱製品



## 連携前と連携後の販売額



ビールの美味しさを最大限引き出す、匠の技で磨かれたプレミアムな一品

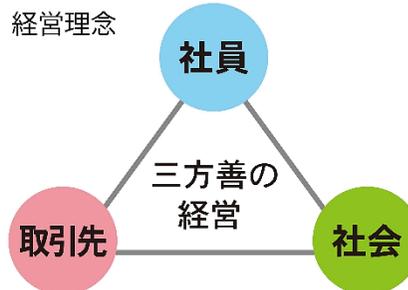
# ⑰「三方善」の商いでWin-Win関係を構築し長寿企業を目指す

(観音寺商工会議所)

名称	株式会社志満秀   えびとチーズの専門店 SHIMAHIDE		
所在地	香川県観音寺市観音寺町甲2744-1		
Web	<a href="https://www.shimahide.com">https://www.shimahide.com</a>		
代表者	代表取締役社長 島光男		
業種	海老菓子の製造・販売（えびとチーズの専門店）		
設立	1954年4月	資本金	6,150万円
従業員数	130名	売上高	12億円

## 三方善の経営

経営理念



1. 共に働く社員と職場を通じて人生の幸福実現を目指して共生
2. 取引先・顧客の立場を理解しながらの取引を心掛け、一方的な我欲の取引をしてはならない
3. わが社の存在が業界・地域社会の役に立てるよう心掛ける

不老不倒の長寿企業づくりには、経営資本の充実とともに、モラルの問題も大いに影響する。厳しい消費マーケットの中で生き残り、発展していくための**経営判断の基本として「三方善の商い」が大切**である

## (株)志満秀の取引構造



## 取引先・顧客とのWin-Win関係

- ▶ 当初は殻を取り除いたエビの身を原料としたシンプルな「えびせんべい」がメイン商品
- ▶ SNSなど情報に敏感な若年層の女性を狙い、お菓子の既成概念を超えた華やかな彩の「見て楽しんで、食べて楽しめる」チーズ入りえびせんの開発に着手
- ▶ 野外音楽イベントやルパン三世をはじめとするアニメ作品、伊勢丹など大手百貨店とコラボし、話題性ある時代に合った質の高い商品を開発

## 【取引先・顧客と志満秀のWin-Win関係】

取引先	主にデパートのバイヤーらの <b>要望に沿った商品開発</b> により、 <b>適正な価格で販売</b> することができ、 <b>ターゲットを絞った販売計画を立てられる</b>
顧客	<b>都会のセンスを活かした商品開発</b> ができ、 <b>全国版デパートカタログに掲載</b> されることで <b>効率的な販売促進効果</b> が得られる

## 主な取扱製品

### ■ えびチーズフォンデュ

＜2017年香川県産品コンクール＞ 知事賞（最優秀賞）

- ▶ 受賞の影響は大きく、翌月の売上高400%増、さらに翌々月も200%増！
- ▶ SNSや情報誌などの効果もあり、お取り寄せやギフトの**新規受注**が増加



えびチーズフォンデュ

### ■ クアトロえびチーズ

＜第27回 全国菓子大博覧会(2017年)＞ 農林水産大臣賞

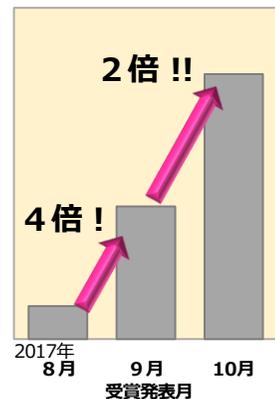
＜瀬戸内おみやげコンクール2018 (菓子・スイーツ部門)＞ 優秀賞

- ▶ 販売個数も右肩上がりです話題性も抜群



クアトロえびチーズ(カラフルな見た目だけではなく、こだわりぬいた海老煎餅に4種類の濃厚チーズソースを挟んだ一品)

「えびチーズフォンデュ」受賞後の売上高推移



# ⑱ イエローハットの「トイレ掃除」活動に共感し、地域とも共存共栄

(高知商工会議所)

名称	株式会社フタガミ <b>FUTAGAMI</b>		
所在地	高知県南国市双葉台 1		
Web	<a href="http://www.futagami.co.jp">http://www.futagami.co.jp</a>		
代表者	代表取締役社長 松岡正憲		
業種	小売業		
設立	1967年11月	資本金	5,000万円
従業員数	470名	売上高	75億円

## 社会貢献活動を通じて地域と共存共栄

- カー用品専門店のイエローハット創業者の鍵山秀三郎氏が、「トイレ掃除」や会社・街・学校などの「清掃活動」を通じて、良い社風づくりと顧客からの信頼獲得を実践していることに賛同し、取組みを開始。その縁で1994年にイエローハットとフランチャイズ契約を締結。現在、県内5店舗のイエローハットの運営を任されている。
- 「会社を良くするためには、まず良い企業風土づくりから」という企業体質の改善を目指し、現在、高知県内各所で実施する「トイレ掃除」や「ごみ拾い」等の社会貢献活動を通じて、地域との共生を図っている。
- 従業員は社会貢献活動を通じて「気づき」「謙虚さ」が身につく、職場に戻ってから同僚との接し方や接客態度などにプラス効果があった。

## <実践している社会貢献活動>

### ① トイレ掃除に学ぶ会

- ・学校、公園、役場、警察署などトイレ清掃
- ・トイレを磨いて、心を磨く！

### ② ごみゼロ運動

- ・「ごみゼロの日(毎年5月30日)」に地元の中学生とゴミ拾い

### ③ 会社周辺掃除 & 高知東工業高校との清掃活動

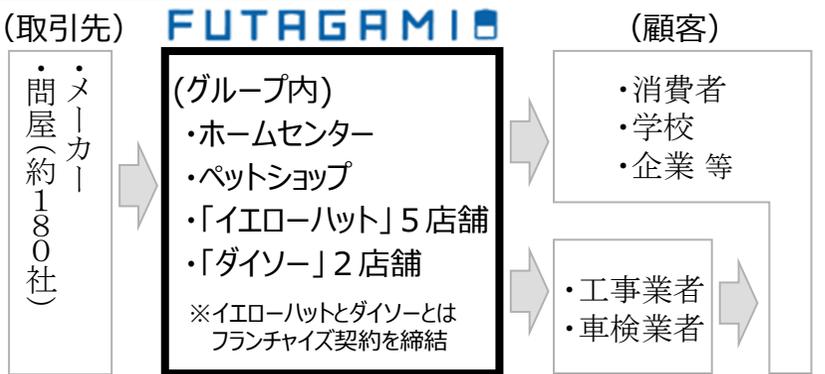
- ・毎朝、日本社前の「おなが通り」を掃除
- ・毎年2月には、高知東工業高校・近隣店舗・当社社員と一緒に校舎周辺とおなが通りを清掃。毎年約100名参加

磨いてほしい3つの心

- 1.“感謝”の心
- 2.“感動”の心
- 3.“気づき”の心



## (株)フタガミの取引構造



## 企業理念

「心豊かな快適生活くらし 信頼と感動をプロデュース」▶ 高知県民にとってなくてはならない企業になる

4つの約束	① 顧客主義	～お客様の喜ぶ顔を自分の喜びにする～
	② 凡事徹底	～お客様が気持ちよく買えるお店づくり～
	③ 社会貢献 (清掃・植樹・防災啓蒙)	～地域からほめられる社員を育成する～
	④ 自然林構想	～いい土(社風)でなければ、人は育たない～

## 「フタガミ※×イエローハット」のWin-Win構築

※フタガミが経営するイエローハット5店舗

### 【フタガミのWin!】

- フランチャイズ契約を結ぶイエローハットとは、売上の何%などのロイヤリティ(商標権の使用料等)が発生しない

### 【イエローハットのWin!】

- イエローハットの生産部門の商品だけではなく他メーカーのカー用品も一旦、イエローハットの卸部門を通じて商品をフタガミが経営するイエローハットに納品する取引構造となっている
- 高知県内での円滑な販売機会を得ることができた



イエローハットのオリジナル商品

# ⑬ 地元商店街とポイントカード事業を連携して地域と共存共栄

(佐久商工会議所)

名称	イオン株式会社		
所在地	千葉県千葉市美浜区中瀬1-5-1		
Web	<a href="https://www.aeon.info/">https://www.aeon.info/</a>		
代表者	代表執行役社長 吉田昭夫		
業種	小売、ディベロッパー、金融、サービス等		
設立	1926年9月	資本金	2,200億700万円
従業員数	58万名	営業収益	8兆5,182億円

## 地域密着「佐久っ子WAONカード」

- 「佐久っ子WAONカード」はイオンモール佐久平店と地元の岩村田本町商店街が提携したポイントの貯まる電子マネーで、商店街の加盟店のほか、全国のイオングループとWAON加盟店で利用できる。2010年4月導入、1枚300円で販売。
- 商店街直営の学習塾である「岩村田寺子屋塾」では塾生の会員証として使用でき、行き帰りに、生徒が端末にカードをかざすと保護者の携帯電話へのメール送信機能も付いている。

## ポイントを貯めて使う仕組み

- 「佐久っ子WAONカード」を使ってイオンモール佐久平店等で買い物すると「WAONポイント」が貯まり、そのポイントはイオンと商店街の両方で利用できる。
- 商店街で買い物をすると「WAONポイント」と「佐久っ子ポイント」がそれぞれ貯まり、イオンでは「WAONポイント」しか使えないが、商店街では両方のポイントが利用できるようになっている（WAONポイントの商店街への還元）。



「佐久っ子WAONカード」とチャージャー

## 地域社会とイオン

### 基本理念

お客さまを原点に平和を追求し、人間を尊重し、**地域社会に貢献**する。

### 行動宣言

イオンは、企業市民として、**地域の人々とともに、地域社会の発展と生活文化の向上に貢献**する代表的な企業を目指します。

- イオンは、地域社会に密着した経営を推進します。
- イオンは、地域社会が求める要望を実現し、人々が集うコミュニティの場を広げます。
- イオンは、地域社会とともに環境保全活動を推進します。
- イオンは、地域社会とともにボランティア活動を推進します。
- イオンは、地域の文化や伝統を尊重し、支援事業を行います。

## イオンモール佐久平店

開業日：1999年4月17日  
 所在地：佐久平駅から徒歩3分  
 岩村田商店街から車7分  
 その他：約70店のテナントが出店。  
 年間を通じ地元中学・高校と連携しイベント等を実施。



店舗外観

## 導入の経緯と効果

### 【1999年～】「イオンモール佐久平」開業で商店街がシャッター街に

駅近隣にイオンモール佐久平店が誕生した影響で、来街者数は激減し、商店街のシャッター街化が進行。**同店と商店街は、競合するため一定の距離を保ってきた。**

### 【2010年～】Win-Win関係を構築

商店街関係者は、消費者の選択肢を広げるとともに、地域の活性化に繋がりたいと考え、地域通貨(電子マネー)の導入を決意。**大規模店舗と敵対するのではなく連携・共存共栄を実現していくことが大切**であるとして、意思決定を行った。現在、イオンモール佐久平店は、商店街組合の会員として様々なイベントに参加・協力している。

### 【現在】消費者満足度向上、新規顧客開拓にもつながる

消費者にとっては、ポイント獲得だけでなく、様々な店舗で「佐久っ子WAONカード」を利用できることで、**エリアの利便性が上がるというメリット**がある。また、商店街としては連携により**新規顧客づくりのチャンス、同ショッピングセンターの来店顧客(1ヶ月約55万人)**を誘導できるメリットがあり、商店街の活性化と**消費喚起**に繋がっている。

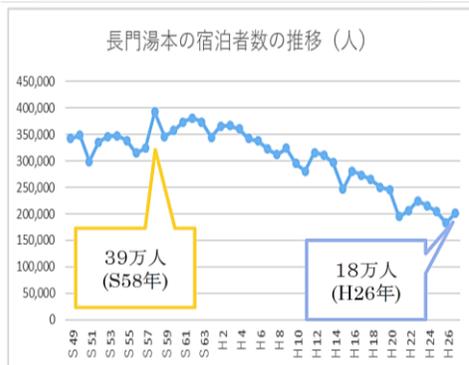
# ②0大企業と地域の協働により人気温泉地トップ10入りを目指す

(長門商工会議所)

名称	株式会社星野リゾート		
所在地	長野県北佐久郡軽井沢町大字長倉2148		
Web	<a href="https://www.hoshinoresorts.com/">https://www.hoshinoresorts.com/</a>		
代表者	代表 星野佳路		
業種	リゾート・温泉旅館経営、リゾート・温泉旅館運営受託 他		
設立	1914年	資本金	1億円
従業員数	3,056名 (2019年11月時点)	売上高	(非公表)

## 山口県長門湯本温泉の状況

### 宿泊者数はピークから半減



出典:長門湯本温泉観光まちづくり計画

## 再生へのスケジュール

- 『2014年』老舗旅館の倒産に危機感を抱き、長門市による温泉街再生に向けた取組みがスタート
- 『2016年』長門市からの熱心な要請を受け、星野リゾートがマスタープランの策定を受託(1月)
- 『2016年』長門市と星野リゾートによる、同社の進出並びに温泉街再生に向けた事業協定を締結(4月)
- 『2016年』マスタープランに基づき、長門湯本温泉観光まちづくり計画を策定(8月)
- 『2020年』「星野リゾート 界 長門」オープン。長門湯本温泉観光まちづくり計画事業完了(3月)

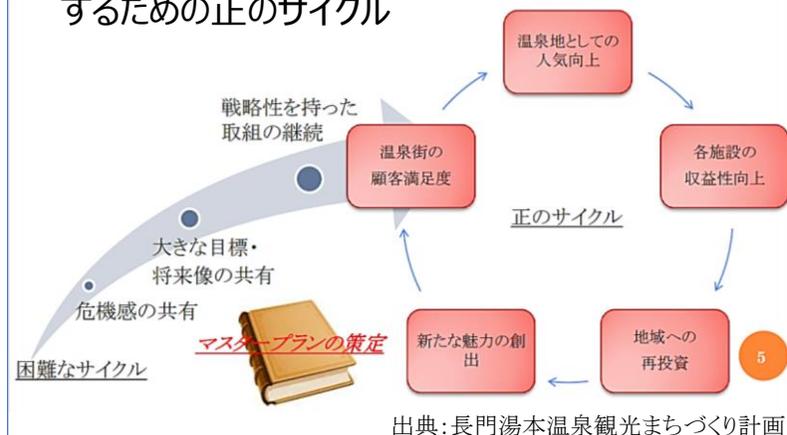
## 温泉街の賑わい復活に向けた再生計画

### ■星野リゾートの提案による再生計画の方針

- ①「全国温泉ランキングTOP10を目標とすること」(計画時86位)
- ②「魅力的な温泉街の再生に取り組むこと」
- ③「魅力的な温泉街に必要な6つの要素(※)を整備すること」

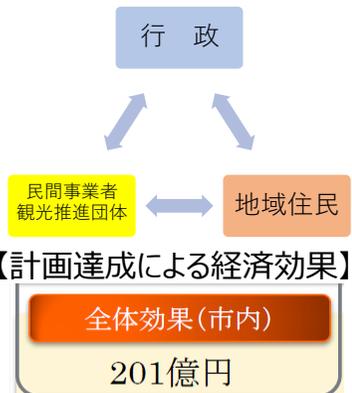
※6つの要素：外湯、食べあるき、文化体験、そぞろ歩き、絵になる場所、休む・佇む空間

### ■持続可能な温泉街を形成するための正のサイクル



## 地域内外による協働

- 地元事業者や地域住民とコンセンサスを取り、マスタープラン・まちづくり計画を策定
- 地域内外の力が融合することで地域の課題解決が進み、温泉街再生の取組みが加速
- 連携により、景観ルール策定や、道路・河川の空間活用、交通・夜間照明等の社会実験、イベント等を実施
- 「星野リゾート 界 長門」オープンをはじめ、シェアハウスやカフェの開業など民間投資が活況。また、地域のシンボルである「恩湯」の復活も民間主導で再生
- 入湯税の財源を活用し、持続可能な温泉街形成の推進



出典:長門湯本温泉観光まちづくり計画

参考:やまぐち経済月報(2019.8)



(出典)  
 写真左 :長門湯本みらいプロジェクトHP  
 写真中央:長門市HP  
 写真右 :星野リゾート 界 長門