

ニュースレター(4月)

トピックス

小規模企業の景況(平成21年1~3月期) 2頁

テーマ

1. 工夫ある経営で頑張っている中小企業(4件) 6頁

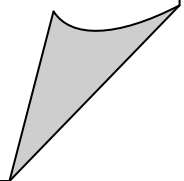
独自の付加価値で売上アップ!(株)シナノプロセス・北区)
 シニア女性をターゲット口コミで顧客拡大
 ~オシャレ眼鏡の「アイウェアはらぐち」~(アイウェアはらぐち・城東区)
 「誠実な対応・安心・信頼・迅速」をモットーに総合物流業として飛躍する企業
 ~事業だけでなく父親の名前も継承した社長の深い話~(株)松菱・西区)
 自社の3S活動から生まれた『企業革新のための情報ファイリングシステム』
 (枚岡合金工具(株)・天王寺区)

2. 地域の動き(4件) 11頁

新淀川支部管内のマル経推薦状況(その3)
 地域5団体が連携し「町街塾」を開催
 2年目を迎えた異業種交流会「土(サムライ)Club」
 阪神なんば線開業と商店街記念イベント
 住之江・住吉支部「大阪南経営革新研究会」の活動成果事例

3. その他相談事例報告(1件) 15頁

『大阪勤業展2009』へ逆アプローチ!!~3度目の苦境を乗り越え、再び適者生存へ~



大阪のあるべき姿と重点テーマを示す「ビジョン」と、その実現に向けた「アクションプラン」をとりまとめたのが「大阪版の創出プラン」です。「ビジネス・ホームドクター」である経営指導員が、地域商工業に役立つ「大阪」をつくりだすための支援をします。

新淀川支部(淀川担当) 北・都島・福高支部
 旭・城東・鶴見支部 中央支部 此花・西・港支部
 東成・生野支部 天王寺・阿倍野支部
 大正・浪速・西成支部 東住吉・平野支部 住之江・住吉支部

小規模企業の景況

(平成21年1～3月期)
全業種とも業況大幅悪化

大阪商工会議所による小規模企業の景況調査(四半期毎)平成21年1～3月期の結果概要は以下の通り。

1. 今期(平成21年1～3月期)の状況

【売上額】今期(平成21年1～3月期)の売上額D I 値(全産業)は、前回調査(平成20年10～12月期)の 45.3 から 17.2ポイント悪化し、 62.5 となった。業種別では、前回調査から、製造業が 12.1ポイント、卸売業は 26.6ポイント、小売業は 5.4ポイントそれぞれ悪化した。

【業況】今期の業況D I 値(全産業)は、前回調査(42.9)から 22.4ポイント悪化し、 65.3 となった。業種別には、前回調査から製造業が 24.1ポイント、卸売業が 22.8ポイント、小売業が 14.4ポイントそれぞれ悪化した。

【資金繰り】今期の資金繰りD I 値(全産業)は、前回調査(23.0)から 13.8ポイント悪化し、 36.8 となった。業種別には、前回調査から製造業が 20.7ポイント、小売業が 13.4ポイントそれぞれ悪化した。

2. 来期(平成21年4～6月期)の予想

来期(平成21年4～6月期)の全産業の予想D I 値は、売上額 58.7、業況 55.6、資金繰り 38.6 となり、売上額、業況、資金繰りともに前年同期(平成20年4～6月期)より悪化するとの予想となった。

3. 経営上の問題点

第1位は、製造業、卸売業、小売業ともに前回調査に引き続き「需要の停滞」となった。

D I 値とは.....ディフュージョン・インデックス(Diffusion Index)の略で、本調査では前年同期(平成20年1月～3月期)と比較して売上額、業況、資金繰りなどが「増加」「好転」したなどとする企業割合から、「減少」「悪化」したなどとする企業割合を差し引いた値である。

本件担当:大阪商工会議所 中小企業振興部 経営相談室 6944-6451

〔調査の概要〕

- ・調査名 : 第115回中小企業景況調査(中小企業庁・中小企業基盤整備機構)
- ・調査時期 : 平成21年2月25日～3月3日
- ・調査方法 : 経営指導員による、調査票に基づく聴取り調査
- ・調査対象 : 大阪市内の中小企業・小規模事業者
 全国約18,000件中、大商分324件。
 本紙では、大商分のうちとくに小規模事業者(従業員:製造業20人以下、商業・サービス業5人以下)291件について取りまとめた。
 [製造業82件、卸売業79件、小売業81件、サービス業49件]
- ・回収数 : 288件(回収率99%)
 [製造業80件、卸売業79件、小売業80件、サービス業49件]

DI値推移(全産業)

| | 112回調査 | 113回調査 | 114回調査 (前回) | 115回調査 (今回) | |
|-----------|---------------------|---------------------|-----------------------|---------------------|-----------------------------|
| | H20(2008年) 4～6月期 | H20(2008年) 7～9月期 | H20(2008年) 10～12月期 | H21(2009年) 1～3月期 | H21(2009年) 4～6月期 (予想) |
| 売上額 (増-減) | -19.1 | -33.3 | -45.3 | -62.5 | -58.7 |
| 業況 (好-悪) | -26.8 | -38.2 | -42.9 | -65.3 | -55.6 |
| 資金繰り(好-悪) | -17.0 | -19.5 | -23.0 | -36.8 | -38.6 |
| 従業員 (過-不) | -8.1 | -5.2 | -3.8 | 1.7 | |

経営上の問題点

| 順位 | 製造業 | 件数 | 卸売業 | 件数 | 小売業 | 件数 |
|----|---------------------|------------|-----------------|------------|------------------------|------------|
| 1位 | 需要の停滞 | 43 (27) | 需要の停滞 | 46 (37) | 需要の停滞 | 32 (31) |
| 2位 | 製品(加工)単価 の低下・上昇難 | 9 (9) | 販売単価の低下・上昇 難 | 6 (4) | 大型店・中型店の進出 による競争の激化 | 19 (16) |
| 3位 | 原材料価格の上昇 | 4 (15) | 商品在庫の過剰 | 4 (2) | 消費者ニーズの変化への 対応 | 9 (6) |

[注] ()内は前回(平成20年10～12月期)調査結果

= 前回より高順位

= 前回と同順位

= 前回より低順位

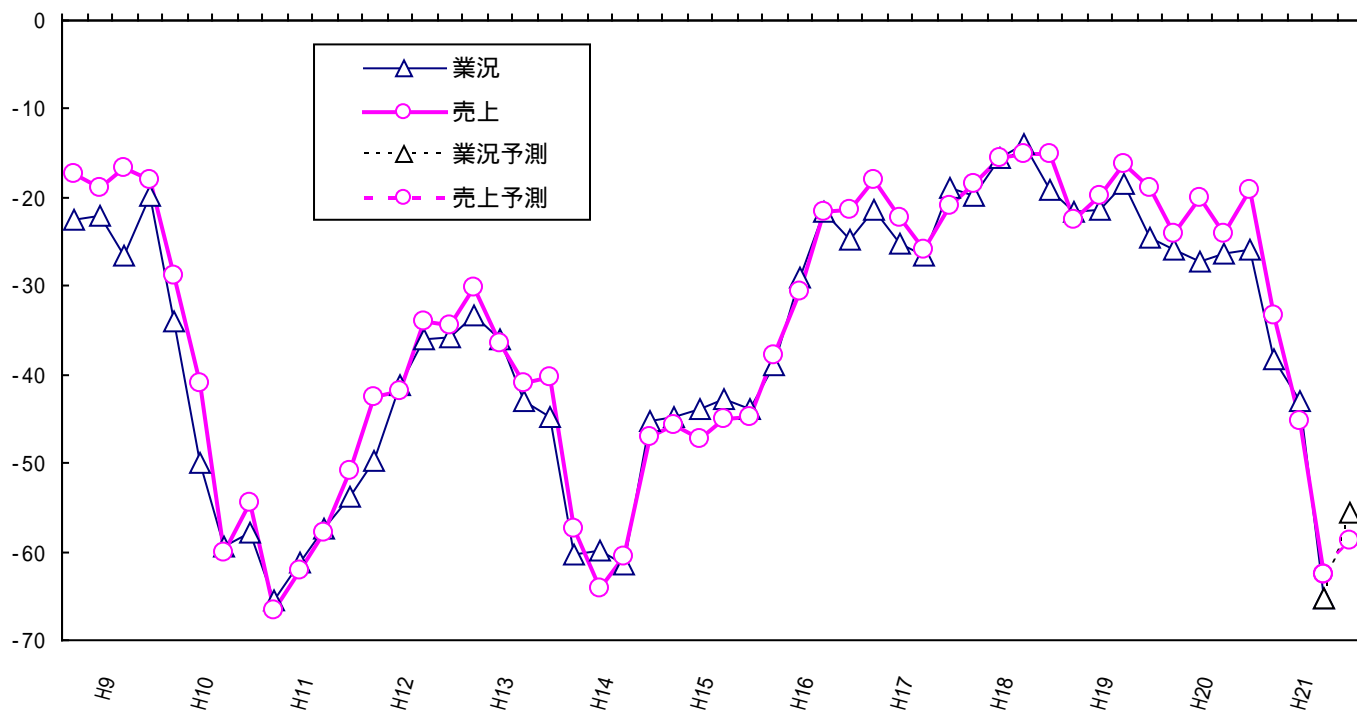
状況比較表（業種別）

| 項目 | 業種 | 今期の状況(1～3月期) | | | | 前回(10月期～12月期)からの推移 | 来期の予想(4～6月期) | | | |
|------|-------|--------------|------|------|-------|--------------------|--------------|------|------|-------|
| | | 増加 | 不変 | 減少 | 増 - 減 | | 増加 | 不変 | 減少 | 増 - 減 |
| 売上額 | | | | | | | | | | |
| | 製造業 | 7.5 | 16.3 | 76.3 | 68.8 | 12.1 | 2.5 | 17.5 | 78.8 | 76.3 |
| | 卸売業 | 7.6 | 25.3 | 67.1 | 59.5 | 26.6 | 10.1 | 26.6 | 63.3 | 53.2 |
| | 小売業 | 7.5 | 15.0 | 77.5 | 70.0 | 5.4 | 8.8 | 23.8 | 66.3 | 57.5 |
| | サービス業 | 14.3 | 26.5 | 59.2 | 44.9 | 31.8 | 12.2 | 34.7 | 53.1 | 40.9 |
| | 合計 | 8.7 | 20.1 | 71.2 | 62.5 | 17.2 | 8.0 | 24.7 | 66.7 | 58.7 |
| | 前回 | 13.2 | 27.9 | 58.5 | 45.3 | | 10.5 | 31.7 | 57.5 | 47.0 |
| 業況 | | 好転 | 不変 | 悪化 | 好 - 悪 | | 好転 | 不変 | 悪化 | 好 - 悪 |
| | 製造業 | 6.3 | 20.0 | 73.8 | 67.5 | 24.1 | 2.5 | 16.3 | 71.3 | 68.8 |
| | 卸売業 | 3.8 | 24.1 | 69.6 | 65.8 | 22.8 | 6.3 | 27.8 | 60.8 | 54.5 |
| | 小売業 | 5.0 | 17.5 | 76.3 | 71.3 | 14.4 | 6.3 | 26.3 | 65.0 | 58.7 |
| | サービス業 | 6.1 | 30.6 | 57.1 | 51.0 | 33.6 | 10.2 | 44.9 | 40.8 | 30.6 |
| | 合計 | 5.2 | 22.2 | 70.5 | 65.3 | 22.4 | 5.9 | 27.1 | 61.5 | 55.6 |
| | 前回 | 9.4 | 36.9 | 52.3 | 42.9 | | 6.6 | 36.6 | 50.9 | 44.3 |
| 資金繰り | | 好転 | 不変 | 悪化 | 好 - 悪 | | 好転 | 不変 | 悪化 | 好 - 悪 |
| | 製造業 | 2.5 | 52.5 | 41.3 | 38.8 | 20.7 | 1.3 | 45.0 | 50.0 | 48.7 |
| | 卸売業 | 5.1 | 65.8 | 29.1 | 24.0 | 0.0 | 2.5 | 60.8 | 36.7 | 34.2 |
| | 小売業 | 2.5 | 43.8 | 51.3 | 48.8 | 13.4 | 3.8 | 50.0 | 43.8 | 40.0 |
| | サービス業 | 4.1 | 55.1 | 38.8 | 34.7 | 26.0 | 2.0 | 67.3 | 28.6 | 26.6 |
| | 合計 | 3.5 | 54.2 | 40.3 | 36.8 | 13.8 | 2.4 | 54.5 | 41.0 | 38.6 |
| | 前回 | 3.5 | 67.2 | 26.5 | 23.0 | | 3.1 | 63.8 | 31.0 | 27.9 |
| 従業員 | | 過剰 | 適正 | 不足 | 過 - 不 | | | | | |
| | 製造業 | 21.3 | 67.5 | 6.3 | 15.0 | 13.8 | | | | |
| | 卸売業 | 10.1 | 75.9 | 3.8 | 6.3 | 5.0 | | | | |
| | 小売業 | 1.3 | 72.5 | 7.5 | 6.2 | 0.1 | | | | |
| | サービス業 | 4.1 | 71.4 | 18.4 | 14.3 | 3.1 | | | | |
| | 合計 | 9.7 | 71.9 | 8.0 | 1.7 | 5.5 | | | | |
| | 前回 | 3.5 | 79.8 | 7.3 | 3.8 | | | | | |

「今期の状況（除従業員）」は平成21年1～3月期状況であり、前年同期の平成20年1～3月期との比較。来期の予想は平成21年4～6月期予想であり、平成20年4～6月期との比較である。「前回」欄は平成20年10～12月期調査の数字。従業員は、過去との比較ではなく、業務量に照らした過不足。

サービス業は、回答企業数が少ないため、正確な判断材料にはなりにくい。

景況グラフ（売上額・業況）



表示値 = D I (増加・好転 - 減少・悪化) 値
 期=1-3月、期=4-6月、期=7-9月、期=10-12月
 平成21年 期は予想値

工夫ある経営で頑張っている中小企業

独自の付加価値で売上アップ!

株式会社シナノプロセス（代表取締役：科野克雄氏 所在地：北区天神橋 7-14-2 : 6351-0805 年商:約 2,2 億円 正社員:6 名 URL:<http://www.human-n.co.jp/shinano-p/>)は昭和 25 年 5 月に創業し、昭和 34 年 1 月に法人成りした企業である。

オフセット印刷を主体として総合印刷業務を行ってきたが、市場は短期でめまぐるしく変化し、既存の印刷会社からの受注とユーザー企業からの直接受注（売上げの約 50%）だけでは、規模の拡大どころか維持していくことも難しくなった。

そこで、3 期前から変化する市場に対応すべく、マーケティング手法を取り入れ、営業戦略として印刷機材展、ギフトショー等の各種展示会への出展を積極的に行い、変化する市場での新しい顧客の獲得に注力してきた。

具体的には、どんな素材・形状にも印刷でき、しかも小ロットから大量印刷までカバーできる「どこぶり」(どこでもプリント)、開くのもたたむのもあつという間に出来る「ミウラ折」、カラーコースター、めくってもめくっても絵柄が続く、ななめカットのメモ帳「ななめもーる」、等の代理店商品に自社独自の付加価値をつけて販売し、特殊メモ（ブロックメモ）等の自社新商品の開発にも努めている。

その結果、4 期前に比べて 50% 増の売り上げを達成するに至ったが、利益面に関しては厳しいものがあり、十分な粗利益率の確保はできなかった。

来期は、従来のオフセット印刷商品の粗利益率の減少をカバーすべく努力すること。

今後の課題は、売掛・手形サイトの短縮、協力工場の管理等、問題は山積しているが、営業できる従業員も育ちつつあるので、今後の成長が楽しみである。

(北・都島・福島支部)

シニア女性をターゲット口コミで顧客拡大 ~オシャレ眼鏡の「アイウェアはらぐち」~

アイウェアはらぐち（所在地：城東区中浜 2 - 18 - 10 : 6967-0039 店主：新垣喜久子 URL：<http://www.eyewear-haraguchi.com/>）は、創業 70 年余のいわゆる「街の眼鏡屋さん」である。

中央線・今里筋線「緑橋駅」6 番出口から今里筋を北へ 200 メートル程に、早足で行くと気付かずに通り過ぎてしまいそうな小さなお店だが、立ち止まってよく見るとファサードも店内も瀟洒な雰囲気漂わせ、手入れの行き届いた鉢花や緑がお客様を迎え入れてくれる。



「街の眼鏡屋さん」といえば安売りチェーン店の攻勢の前に、その数もめっきり減ってしまい、昔ながらの万人向けの品揃えで、地域のお客様を待っているだけの商売では生き残れない時代になりつつある。昔は「最新式の機械で正確に検眼して、お客様にご満足いただけます」というキャッチフレーズもあったが、今の世の中そんなことはどの店でも当然のことになっている。

そんななか同店は、女性向けのデザイン志向、高級品志向の品揃えに徹し、個々のお客様に個性的なオシャレ眼鏡を提案することによって安売りチェーン店とは差別化を図ろうとしている。

女性にとって楽しいメガネ選びの時間。レギュラーコーヒーのほのかな香りと共に、気分良くくつろぎながら楽しい時間を過ごせる空間づくりを心掛けておられるようだ。

そういう雰囲気づくりや厳選した内外のおしゃれフレームの品揃え。小さいお店で、陳列している眼鏡フレームも少ない感じもするが、いざ選ぶとするとそれまで見たこともない洒落たデザインのレンズやフレームが次々と目の前に並べられてくる。

それもそのはず、夫の寿博氏ももともと眼鏡メーカーからの請負で眼鏡のデザインや販促物、陳列器具の企画提案に携わった経験もお持ちで、商品を厳選する目も確かなのだ。

その技術経験を生かして最近はやりのレンズの端にスワロフスキー社製クリスタルを埋め込むアクセント装飾もいち早く取り入れ、顧客の話題となったそうだ。

顧客の8割は女性客で、市内はもとより遠方の奈良、神戸からクチコミで広がって来店いただくことが多いとのこと。

ちなみに小生（男性ですが...）も型の古い眼鏡を新調してもらったが、見違える程洒落た嫌みのないデザインフレームを提案していただき、愛用させてもらっている。

ご夫婦が一丸となってより良い「新しい街の眼鏡屋さん」を作ろうと奮闘している同店の今後の発展が期待される。



（旭・城東・鶴見支部）

「誠実な対応・安心・信頼・迅速」をモットーに総合物流業として飛躍する企業 ～事業だけでなく父親の名前も継承した社長の深い話～

株式会社松菱（代表取締役社長：松尾忠治氏 所在地：西区西本町 2-1-30 : 6532-5021）は、「誠実な対応・安心・信頼・迅速」をモットーに総合物流業（倉庫業・運輸業・梱包業・物流加工業）として、入庫から出庫・配送まできめ細かな対応を行なっている。

入庫に関しては、小口から海外コンテナまで多種多様な商品を扱い、コンピュータによるロケーション管理システムにより、先入れ先出し、ロット管理等、迅速かつ確実に対応している。

一方、出荷については自社便と路線業者とのネットワークを活かし、迅速・確実・安全に全国へ配送を行なっている。また、物流業の付加価値を高める流通加工に積極的に取り組み、検針・検品・値札付け・ピッキング等、状況に応じ丁寧に対応している。

同社は先代の松尾忠治氏(父)が昭和20年に創立した会社で有り、堅実経営に徹することで、得意先から信頼され着実に発展した企業である。現在本社以外に京都支店・箕面支店など7カ所で事業を運営し、さらに3つの系列会社を事業展開し、リース業・L/C 開設代理業・不動産賃貸業・港湾運送業・乙申請負業を包括するまでに成長している。

堅実経営の効果は特に財務面で顕著に顕われ、優良法人として西税務署長から通算8回(連続35回)表敬を受けている。「堅実経営の秘訣は何か」と尋ねると「経理処理を透明化し、利益ができれば三位分割(税金、社員賞与、社内留保)し、経営者が独り占めすることなく、長期に亘り社内留保に努め大企業並みの留保金を有し、管庁・銀行・取引先に絶大なる信用を得ている、且つ社員に配分し、社員のモチベーションを大切にしている」とのこと。

ところで先代の松尾忠治氏から会社を引き継いだと聞いたが、現社長の名前も忠治なので、不思議に思って質問すると「私は父をリスペクト(尊敬)している。私が生まれた時、父に付けて貰った、名前は「茂」ですが、父が亡くなり、何か親孝行らしい真似事をしたいと考え後世に親父の名前を残したいと考え神戸地裁に襲名の届けを致しましたら、実績を積みなさい、それも10年間やりなさいとの事で、10年間預金通帳から、発信・着信・官公庁の届けも「忠治茂事」として、実績を積み10年後、晴れて父の名前を襲名する事ができました。そこで、現社長の松尾氏は「茂」という名前で平成6年藍綬褒章を、「忠治」の名前で平成15年に旭日双光章を受章し、同一人物が、自分の名前と父の名前を皇居に残す事ができたことは、世間広しと言えども他に無いでしょう」と、親孝行の万分の一ぐらいのお返しのお真似事が出来たと満足しているとのこと。

最後に「父の事業に対する情熱と精神を受け継ぎ、既存のノウハウの活用、新技術の導入などをいち早くてがけ、物流業のさらなる体制強化を行なう」と熱く語っていたのが印象的だった。また松尾氏は多忙な事業経営の傍ら社会福祉にも熱心に取り組みられ、トラック協会・倉庫協会・西工業会・西交通安全協会・納税協会・自衛隊協力等長期に亘り活動をされて居られます。

取材を終え、お礼の挨拶を述べ帰ろうとした時に入り口の壁に展示されている1枚の絵に興味を覚えた。著者は誰だろうと思い確認すると松尾氏本人である。松尾氏は絵を5~6年前から習い始めたばかりであるが、第42回政経文化画人展で、国際芸術文化振興会々長賞を受賞している。会社の規模は社長の器で決まると言われるが、今回取材させて頂いた松尾社長は言葉で説明できないほど魅力的な人物であった。

(此花・西・港支部)

自社の3 S活動から生まれた『企業革新のための情報ファイリングシステム』

枚岡合金工具株式会社（設立：昭和25年4月 代表取締役：古芝保治氏 所在地：天王寺区烏ヶ辻2-1-2 TEL:6772-2021 URL:<http://www.sg-loy.co.jp/>）は、冷間鍛造部品用金型製造等技術力の高さで定評のある金型設計、製造企業を営む企業であるが、現在では売上の20%はデジタル統合文書管理システムが占めているという。

そのシステムが生まれたきっかけだが、10年前に始めた職場環境整備のための3 S（「整理」「整頓」「清掃」の頭文字を取っている）活動を推進する中、ISO9001認証を取得するにあたり、元々コンピュータ好きであった社長が、金型単品ごとの工程表作成の為に、バーコードを利用した一元管理システム（利益率を見直す計算の基になったシステム）を2ヶ月かけて自作したことに端を発している。他にも書類管理もデジタル化し、社内で情報を共有、キーワード検索ですぐ取り出せるようにした文書管理システムも開発した。システム導入や「ゴミゼロ化」で節約できた一人当たり年間130時間もの余剰時間の有効活用を行った結果、赤字だった営業利益の黒字化を達成した。

「きっと多くの企業で役立つのになぜ世の中に出さないのですか」と、社内見学にこられた企業の方から評価されていたシステムであったが、商品化にチャレンジしたのは業績回復が確実なものになり経営革新支援法の認定を受けた2004年である。「いつでも誰でも必要な書類を直ぐに取り出せる」をコンセプトに、製造現場に散在している文書・写真・画像・音声・動画・Eメール・Webページなど、文書管理・図面管理が必要であるのに、埋もれているようなビジネス資産をデジタル化&一元データ管理するシステムとして開発に着手した。その後、製造現場のアイデアから生まれた現場での使い勝手もよく業務効率アップ・コスト削減に大きく貢献するシステムが完成、「デジタルドルフィンズ」と命名した。

今年2月には情報の3 Sをシステム化して経営力をアップさせた点が評価され、経済産業省主催の「中小企業IT経営力大賞2009」審査委員会奨励賞を受賞している。

その受賞ポイントは「自動車部品メーカー向けの冷間鍛造部品用金型メーカーとして完全受注生産を行う為、Webマーケティングによる顧客の獲得や業務プロセスの再構築、製造工程履歴のデータベース化によるナレッジマネジメントの推進、即時に原価計算を行う仕組み等のIT活用の取り組み。特に、基幹システムと3 S（整理・整頓・清掃）の仕組みを模範とした情報の3 S（製造工程情報・検査図面・デジタル文書化）システム（「デジタルドルフィンズ」）を活用した効率的な管理により、経営効率の大幅な改善や収益確保に結びつけたこと」である。

当初、安全快適で効率的な工場を実現するために取り組んだ3 S活動だが、この活動は単なるクリーン活動にとどまらず、自発的な気づき・行動型の社風をもたらし、「日々切磋琢磨する お客様にご満足していただく為に 私達社員の輝く人生の為に モノ創りを通じて社会に貢献する為に 日々切磋琢磨する」の経営理念を掲げ、現在もなお経営革新を推進している。

3 S活動実践で会社が黒字化して高収益企業に変革するプロセスや、ノウハウ、3 S活動を継続していく中での気づきや心の変化などは、社長の著書「儲けとツキを呼ぶ『「ゴミゼロ化」工場の秘密』」にまとめられている。

百年に一度といわれる不況下にあり、金型部門は自動車関連が主軸のため当面の売上増加は限定的と判断しており、「デジタルドルフィンズ」を企業革新のための情報ファイリングシステムと位置づけ、今後は3S経営革新事業部門の育成にも注力していく方針であり、売上増加を見込んでいる。

(天王寺・阿倍野支部)

地域の動き

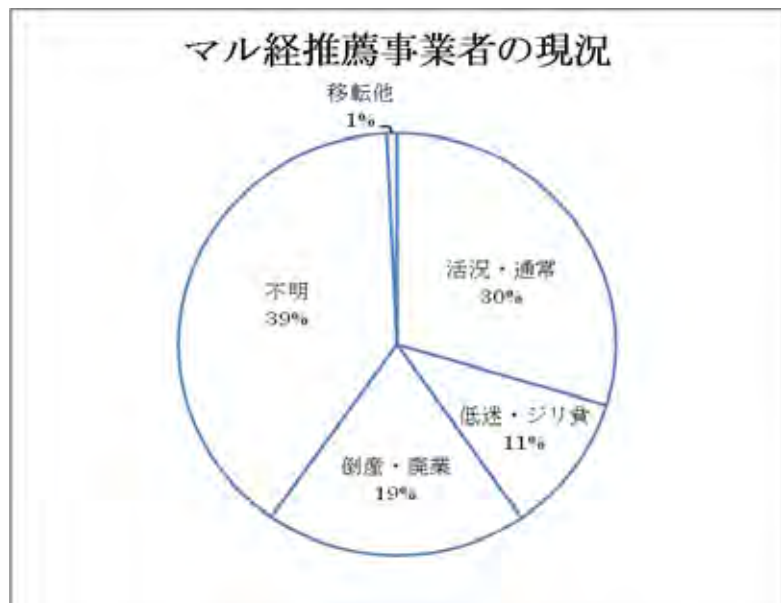
新淀川支部管内のマル経推薦状況(その3)

3. マル経推薦事業者の現況について ---全体概況---

昭和 58 年以降 25 年間にマル経を推薦した 3491 事業者のうち個人タクシー業者を除く 3159 事業者の現況を調査した。調査は、事業者の所在地を訪問して事業状況を確認した。「現状」の分類は「活況・通常」、「低迷・ギリ貧」、「倒産・廃業」、「不明」、「移転他」とした(分類の内容については下記の注参照)。これらの分類は主観的で必ずしも正確ではないが、現状についての大まかな傾向は示しているものとする。調査は 20 年 12 月までに終わった。大半の事業者については今回の不況の影響はほとんど受けていない状態での調査である。

その結果を示したのが下のグラフである。これで見ると、マル経推薦事業者の現況は、「活況・通常」30%、「低迷・ギリ貧」11%、「倒産・廃業」19%、「不明」39%という割合になっている。小規模事業者の場合、銀行取引停止や法定倒産等によって事業をやめる件数は少なく、大半は廃業という表面化しない形式で事業をやめる場合が多い。低迷し、ギリ貧に陥った事業者が事業を盛り返すケースもそれほど多くはない。ごく大雑把な言い方をすれば、マル経推薦事業者のうち通常に事業を営んでいる事業者は 3 割に過ぎないということである。

昭和 58 年度から 5 年間のマル経推薦事業者のうち現状で「活況・通常」と判断される事業者はわずか 12%である。小規模事業者は 1 代限りという感が強い。



(注)

活況・通常・・・通常通り事業が営まれていると思われるもの

低迷・ギリ貧・・・マル経の返済が遅れているもの、事業継続が判然としないもの、事業所の維持管理が極めて不十分であるもの等

倒産・廃業・・・記録や訪問によって倒産・廃業が確認できたもの

不明・・・住所地に事業所が見当たらないもの。大半は廃業であるが、一部については移転等もあると思われる。

移転等・・・管外に移転したもの。

(新淀川支部)

地域5団体が連携し「町街塾」を開催

天神橋1・2・3丁目商店街の連合である天神橋筋商店連合会（土居年樹会長）が中心となりNPO法人天神天満町街トラスト・関西大学の3団体が主催。大阪商工会議所/北・都島・福島支部・大阪市信用金庫の2団体が共催し、5団体の連携により、自ら街の在り方、人の絆を再発見し、元気な大阪のまちを民力で取り戻したいとの考えで平成21年2月「町街塾（まちがいじゅく）」を開講した。

第1回町街塾は、2月18日（水）開講記念講演会として「上方に学ぶ芸能作法」をテーマに講師に桂福団治氏を招き、大阪天満宮境内「天満宮会館」で112名が参加し開催された。第2回町街塾は3月21日（土）大阪商工会議所北・都島・福島支部会議室で関西大学教授を講師に招き「名所の変遷＊大阪の名所はどう変わったか」をテーマに42名が参加され開催された。それぞれ、講演会終了後の交流会では、参加者間で地域振興・地域活性化など「街づくり」について活発な意見交流がなされた。

『江戸時代の大阪は、民が主役であり、町人が塾を開講し、人の道、社会のあり方を研鑽し多くの人々に伝え、人材育成に努めた歴史がある。例えば、中井髯庵（しゅうあん）は5人の町人と協力して「懐徳堂（かいとくどう）」を開き山片蟠桃（やまがたばんとう）などを指導、緒方洪庵の「適塾」では福沢諭吉や大村益次郎などを育てている。木村兼葭堂（けんかどう）は自ら学び、当代一の博学者として成功し、酒造家として成した財を文化の向上に寄与した歴史がある。』<第1回町街塾開催案内より抜粋>

現在、大阪天満宮や天満天神繁昌亭界隈の飲食業の方々が、新たな地域特性を活かすための活動も芽生えてきている。5月以降、延べ4回の開催が予定されているが、より多くの方々の参加を集い、新たなネットワークづくりの一步となるよう支部もサポートする予定である。

尚、第3回町街塾は5月23日（土）、大阪商工会議所北・都島・福島支部会議室で「大阪の歴史と食文化」というテーマで開催予定。

（北・都島・福島支部）

2年目を迎えた異業種交流会「士(サマイ)Club」

平成19年9月19日、中央支部に35名の士(サマイ)が集まった。士業の看板を掲げる大阪市中央区またはその隣接区の弁護士、公認会計士、税理士、中小企業診断士、社会保険労務士、司法書士、行政書士の面々である。“企業のトップと深く関わっている士同志が連携することで、中小企業をもっと支援・指導できないだろうか。”、“士業のネットワーク形成は、お互いの情報交換やスキルアップ、顧客サービスの向上などに役立つのではないか。”こんな思いから当支部が旗振り役になって、この日「士(サマイ)Club」キックオフ大会が開かれた。第部の発会式では、開会挨拶、趣旨説明、大阪商工会議所および支部事業の紹介が行なわれ、第部の基調講演は、ニュ

ース・コメンテーターの山本健治氏を講師に迎えて基調講演を開催。現場主義に徹することの重要性やそこから見つかる経営改善のチャンスなどについて1時間30分にわたって熱っぽく講演され、参加者を引き付けた。第 部の交流会では、飲食を共にしながら参加者同士が思い思いに交流し合い、「このチャンスを生かしたい。」「他からもこうした会合への呼びかけが結構あるが、この会は会議所の主催で信用できる。」「情報交換や関係作りができた。」などの声が多く聞かれ、会場は活気に溢れた。

そしてその後も、まずはよく相手を知って人間関係を深め合ってもらおうと、講演会と交流会から成る会合を重ねたのち、次年度の平成20年7月会合では、これまでの活動をベースに、「士Club」が当支部から離れて主体的に活動できるよう異業種交流会として再結成する方針を打ち出し、役員を選出した。

さらに、9月の役員会で、会員対象に弁理士、不動産鑑定士、技術士を加えて10業種とし、大商会員であることを無くして入会条件を緩和するなどの会則案を取りまとめた。そして、異業種交流会として再出発した「士Club」の会員を募った10月会合では参加者全員が入会。この新会員により、役員、会則(案)、事業計画(案)、予算(案)の議件が審議され、承認を受けた。会の目的は、大阪府中央区またはその隣接区で士(サムライ)業を営む事業主の異業種交流会として、相互の交流を深め研鑽し合うことで経営者としての能力向上を図り、もって自らの事業の発展と地域社会に貢献すること。入会資格は、大阪府中央区またはその隣接区で弁護士、公認会計士、税理士、中小企業診断士、司法書士、社会保険労務士、行政書士、弁理士、不動産鑑定士、技術士の士(サムライ)業を営む事業主であること。年会費は1万円。これにより、「士Club」は、新たに異業種交流会として活動を開始した。

その後も1月、3月と会合を重ね、異業種交流会して2年目を迎える今年度は、会が企画した講演会や仕事の連携や情報交換会を実施するほか、各種勉強会、会員による相談会の開催、ホームページを作成して情報提供やビジネスマッチングを行なうほか、企業からの相談にスムーズに対応できる組織づくりをめざしている。現在の会員数は52名。「士Club」に入会ご希望の方は、事務局の中央支部までご一報ください。

(中央支部)

阪神なんば線開業と商店街記念イベント

3月20日に大阪の都心を東西に貫く阪神なんば線(尼崎~大阪難波、延長10.1km)が開業した。これに伴い、阪神電車と近鉄電車が相互直通運転を行うために、神戸・大阪・奈良の3都府県が1本で結ばれることになった。この開業当日に此花・西・港支部の管内の商店街において、開業記念イベントが開催された。

まず、阪神なんば線の新駅の九条駅にほど近い「ナインモール九条商店街」と「キララ九条商店街」では、九条地域商店街団体等で組織する「九条ドームシティ協議会」によるオープニ

ングイベントを開催。午前 11 時過ぎから数十人のブラスバンドを伴い地域の顧客も参加した「祝・阪神なんば線開通」パレード<下記写真>が華々しくより賑やかに行われた。その後、「ナインモール九条商店街」のアーケードの下、「阪神なんば線九条駅オープン記念イベント」が 12 時～17 時まで 3 会場で行われた。九条駅よりの「駅前会場」では舞台にてプロ・セミプロ・アマチュアの演技発表等が、「中央会場」では自転車発電や「電車に GO」のテレビゲームを、また、「東会場」では鉄道忘れ物ワゴンセールやビデオや鉄道写真展など、オープニングにふさわしいイベントが盛大に行われた。

一方、阪神なんば線の既存駅の千鳥橋駅にある「四貫島地区商店街連合」では、12 時～15 時まで「千鳥橋ひょっこり祭り in しかん島」と称したイベントを開催。正午には千鳥橋駅前の特別ブースにて、特賞から 6 等まで合計 150 人に豪華景品が当たる「富くじと無料飲食券が入ったエコバック」が先着 500 名に配られ、さらに、たこ焼きやコロケが各々 100 名に振る舞われた。また、周辺の商店街ではプロバスケットチーム「大阪エヴェッサ」が主催するフリースローゲームなど様々な催しが引き続き行われた。

神戸と奈良を最速 76 分で結ぶ「阪神なんば線」が開業したことにより、今後、沿線の商店街などの賑わいが一層増すことに期待が込められた一日であった。



(此花・西・港支部)

住之江・住吉支部「大阪南経営革新研究会」の活動成果事例

平成 20 年度は、「経営者の夢をかなえる 経営計画の立て方」を主テーマとし、「勉強会」と「相互啓発会」を交互に毎月開催した。中小企業経営者・後継者及び管理者の経営革新・改善のための“『商売繁盛』のために、和気あいあいながらも切磋琢磨しながら学び交流する場”となった。

「勉強会」は、公開講義(1)「5年後のあなたの会社の姿は? 経営ビジョンと経営計画」、(2)「同じうどん屋でも大違い 経営計画策定の手順と経営効率の考え方」、(3)「計画立案の要は回転率 利益計画と資金計画」、(4)「利益計画と資金計画の作成方法」、(5)「うどん屋さん、黒字倒産の危機脱出 キヤッシュフロー計算の意味と、計算方法」の計 5 回を開催

した。メンバーからは「SWOT分析（自社の強み、弱み、機会、脅威を整理）を使ってこの不況のなかで自社が何をすべきかを整理するのに参考になった」「実践に必要な内容で活用している」「丁寧指導に大変満足」等好評を得た。某メンバー（小売業。父親の不慮の死後急遽店を継いだばかり）から「豊富な数字や具体例を使って大変わかりやすく満足している」も印象に残った。この勉強会のまとめとして「社長の夢をかなえるために経営計画を作ろう」で締めくくられた。

「相互啓発会」は、今までの経営で苦労したこと等についての意見交換の場である。例えば某メンバー（資材リース業）の話『過去にもマイナス影響を受けて苦しかったなかで自身があみだしたという商法 中小企業が生き残るには「儲かっている」企業を見極めてその企業に“ひっついていく”ことが大事』や某メンバー（食品）の話『大手企業等と積極的に事業連携』等があった。駅の新聞売り等を例に、ベテランと若手の従業員の採用長所&短所について意見が飛び交ったこともあった。

同会には経営指導員が毎回参加している。そこから、単に運営支援だけでなく、参加者やその関係者への個別指導も行うきっかけが生まれた。例えば「ホームページ更新の支援をしてほしい」「人材採用の支援をしてほしい」「地域の街の活性化策を教えてほしい」「工場を移転したいがその助成制度があれば教えてほしい」「経理の重要性を教えてほしい」等。

平成20年度の新たな取組は 勉強会前後や休憩時間中等に「仲良し」同士で“固まらず”に、より多くの参加者同士が会話しビジネス交流のきっかけとしてもらうため「席決め」を行った。

他支部異業種交流会（東住吉・平野支部「TCC」）との合同勉強&意見交換を開催した。この合同会で同じ「空気」を共有したことで他の異業種交流会の「長所」を自分達も取り入れようとの機運が生まれた。役員改選を始めて行った。今まで人望厚くまとめていただいた藤井康秀氏（光世㈱ 代表取締役）体制を一新し、最年少32歳の某後継者も役員に新たに加わるなど、今後一層様々な経営者等が参加する会になると思われる。

平成21年度は、「不況から生き残るには」を主テーマとした勉強会を5回程度開催する等、毎月開催予定。発足して丸5年、現在約20数名の主に40代経営者・後継者等とともに勉強されたい参加者を募集中（住之江・住吉地域以外からも大歓迎）である。

（住之江・住吉支部）

その他相談事例報告

『大阪勤業展2009』へ逆アプローチ！！

～ 3 度目の苦境を乗り越え、再び適者生存へ～

A社（東住吉区）はゴム製品成型加工業を営み、大手企業の下請一本でやってきた。ところが、昨年9月の金融危機から経済危機へと急転する中、暮れにはパタッと仕事がなくなった。そこで、大商ニュース1月10日号の《はんえい情報》『経営指導Q & A』を見て、販路拡大の経営指導を希望し当支部への来所となった。

当社代表者B氏は40年前に兄弟で創業、その第1苦境期には電話営業から下請で20年間メイン取引となる得意先を得て経営を継続してきた。やがて、時代がゴムからプラスチックへと変化するようになると、兄弟は分離独立を選択、第2の苦境期を迎えた。B氏は昭和60年に法人化、大手部品メーカーに営業をかけ、この時にも取引関係を見事獲得、同社主力納品先である大手自動車メーカー向けの自動車用ゴム部品の受注に成功、折しもその年は「プラザ合意」があった円高不況の真っ只中であつたが経営は安定し、爾来20数年間、1日20時間稼働でフル生産してきた。

それが突如、昨年11月以降受注が急減し、第3の苦境期に直面するに至った。これまでも受注減少期には、他業界へのアプローチで炊飯ジャーや電子レンジ等の部品で対応するなど、経営者としての時代を読み取る目と果敢な舵取りで荒波を乗り切ってきたと自負するB氏であるが、今回のような急激な危機は初めてであり、対応に苦慮しているとの訴えであつた。

相談当初は、当支部事業である『産業交流フェア』への出展の勤めに対しても、自社の加工技術は展示には馴染まないと期待せず、資金繰り支援の緊急制度の利用提案にも、バブル期の金融機関の理念のない貸出態度に疑問を呈し、返済負担は極力控える経営方針で臨みたいとの強い信念を明かされ、自社のゴム材のノウハウを生かした国内需要の業界に売り込み先を紹介してほしいとの意向であつた。

まず初めに、販路拡大には事業所での待ちの姿勢では事態は好転せず、フットワークを軽く行動することを説いた。販路拡大向けに開催する2月初旬の『大阪勧業展2009』への見学も提案した。その後ほどなく事業所を訪問、B氏夫妻と面談したところ、受注は依然低調であつたが、秋頃には受注の回復が期待できるとの感触であつた。そこで、販路拡大のためには自社の高精度の生産力をアピールすることが第一であると鼓舞するとともに、改めて2月4・5日開催の『大阪勧業展2009』での積極的な情報収集を促した。これに対しB氏は、これまで培った当社の技術でゴム材の利用価値を高めた数十種類の製造見本をパッケージしたものを準備し、『大阪勧業展2009』の出展者に営業をかける決意を固めた。

一方、並行して早めの資金繰りと支出抑制するため、増設した賃借工場稼働していない機械のリース契約の見直しや従業員等の一時的な雇用調整等経費削減を重ねて指摘した。

3月になり、再びA社を訪問したところ、『大阪勧業展2009』の見学ではB氏独自の眼力で見通し、取引可能先としての的を絞った4社あてに早速サンプル品を送付し約1カ月が経過、既に2社から見積もりの依頼や相手企業の生産部長・技術部長による同社工場の見学訪問を受けたとのことで、今後は共同で補完協力関係が構築できる可能性が出てきたと、B氏は頬をほころばせた。

今回の相談では、この「第3の苦境期」を待ちの姿勢ではなく、自ら積極的に販路拡大のために体を動かし営業をかけていくことこそが重要であることを再認識し、忘れかけていたものを改めて思い出せてくれたと吐露された。そこには、これまでのように経営方針に合う同じ年代との取引関係ばかりでなく、より若い経営層との取引開始にあたっては、大胆な経営方針の転換も必要であるとの柔軟な考え方へ変化しようとする「3度目の適者生存」を感じさせる予兆があった。B氏は4月には中小企業向けの「緊急雇用安定助成金」の申請で公的支援の利用も検討している。

(東住吉・平野支部)

A logo for the Osaka Chamber of Commerce and Industry Branch. It consists of a horizontal rectangular box with rounded corners and a decorative scroll-like border on the left and right sides. The text "大阪商工会議所 支部" is centered within the box.

大阪商工会議所 支部

| | | |
|-----------------------|--|--------------------------------|
| 新 淀 川 支 部 (淀川三区担当) | 〒532-0025 淀川区新北野1 - 14 - 11 大阪新北野第一ビル2階 | TEL.6302-5977 FAX.6302-5978 |
| 北・都島・福島支部 | 〒530-0047 北区西天満5 - 1 - 1 ザ・セヤマビル3階 | TEL.6130-5112 FAX.6130-5113 |
| 旭・城東・鶴見支部 | 〒536-0005 城東区中央2 - 12 - 14 柏木ビル2階 | TEL.6930-2244 FAX.6930-9898 |
| 中 央 支 部 | 〒541-0051 中央区備後町3 - 4 - 9 輸出繊維会館 6階 | TEL.6222-2221 FAX.6222-2480 |
| 此花・西・港支部 | 〒552-0007 港区弁天1 - 2 - 30 オーク4番街3階 | TEL.6599-1537 FAX.6599-1538 |
| 東成・生野支部 | 〒537-0012 東成区大今里3 - 14 - 27 I T Tビル2階 | TEL.6975-5662 FAX.6975-5663 |
| 天王寺・阿倍野支部 | 〒543-0056 天王寺区堀越町13 - 18 銀泉天王寺ビル5階 | TEL.6771-2211 FAX.6771-2257 |
| 大正・浪速・西成支部 | 〒556-0017 浪速区湊町1 - 4 - 38 近鉄新難波ビル11階 | TEL.6649-5252 FAX.6649-5253 |
| 東住吉・平野支部 | 〒547-0034 平野区背戸口5 - 6 - 17 小谷ビル東館4階 | TEL.6797-1155 FAX.6797-1199 |
| 住之江・住吉支部 | 〒558-0051 住吉区東粉浜3 - 27 - 12 住吉住之江産業会館2階 | TEL.6674-1125 FAX.6674-1138 |