

クリエイティブ京都 M&T

Management & Technology for Creative Kyoto

May.2009

05

No.045

CONTENTS

- P.1 財団法人京都産業21 第2次中期計画について
- P.5 げんき交流KYOTO
- P.7 試作フォーラム2009in 東京
- P.9 中小企業総合展 in Kansai開催のご案内/
微細精密加工技術展開催のご案内/
「下請けかけこみ寺」無料弁護士相談
- P.10 平成21年度「丹後・知恵ものづくりパーク」人材育成研修計画
- P.11 設備貸与制度
- P.13 特別寄稿
- P.15 環境関連法規講習会
- P.17 新規導入機器紹介
- P.18 けいはんな技術交流会
- P.19 発明表彰企業紹介
- P.20 京都発明協会
- P.21 受発注コーナー
- P.23 行事予定表

財団法人京都産業21 第2次中期計画

～知恵の経営を進める企業のベスト・パートナーを目指します～

はじめに

平成13年4月、財団法人京都府中小企業振興公社、財団法人京都産業情報センター及び財団法人京都産業技術振興財団が統合して、中小企業の総合支援機関として財団法人京都産業21が誕生し、その後財団のミッションステートメントとして、平成15年3月に「基本理念」及び「行動指針」を策定したところである。

さらに、平成16年3月には「基本理念」及び「行動指針」を具体化する基本計画として5カ年間の中期計画を策定した。

平成16年度から平成20年度の5カ年間は、この中期計画を基に各年度ごとの事業計画を策定し、業務を推進してきた。

平成20年度が最終年度となることから現在の経済状況や財団を取り巻く状況の変化を踏まえ、新たな中期計画を策定することとした。

なお、今回の計画は、経済状況の変化が早い状況にかんがみ、3カ年の計画とした。

基本理念

われわれは、顧客とのコミュニケーションを最も大切にし、あらゆる資源の有効活用を図り、中小企業の企業活動に真に役立つ質の高いサービスを提供することにより、京都産業の発展に貢献します。

行動指針

- 企業との対話、現場への訪問を通じて、真の企業ニーズを把握し、迅速かつ確かなサービスの提供に努めます
- 人的・情報ネットワークを拡げ、顧客の期待に応えるより良い情報・サービスを創出します
- 産業支援機関、関係企業など、パートナーとの協力関係を密にし、中小企業の諸課題の解決に取り組みます
- 企業、大学などの相互交流、連携により、広く英知を集め、経営革新、新産業の育成、新事業の創出を促します
- 職員一人ひとりが常にスキルアップを図り、誠意をもって、企業と共に考え、果敢に行動します
- 情報の共有と自由闊達な議論により、自ら考え、行動し、自己革新を続ける活力ある職場風土を築きます

1 基本方針

(1)私たちは、京都府内中小企業の「真に頼りになる」経営パートナーを目指します

厳しい経営環境にさらされている京都府内の中小企業にとって、強い信頼関係のもと、企業個別の状況に精通した的確なアドバイスのできる機関となることを目指す。

(2)私たちは、京都府内の地域資源を活用し、地域産業の活性化

を支援する機関を目指します

京都地域産業を活性化するため、鉱工業製品、農林水産物、伝統産品、文化財、景観等の地域資源を活用した創業や経営革新を支援する機関となることを目指す。

(3)私たちは、「現場力」に立脚した、新たな中小企業支援施策を提案しうる機関を目指します

「現場で起きていること」を共有し、財団が強みとしている現場でのコミュニケーションからしか発想し得ない企画を提案することで、新たな中小企業支援施策立案に寄与することを目指す。

(4)私たちは、「個の力」を十分に活用した、「強固な組織」を目指します

上記(1)～(3)を実現するため、職員の強みを活かすことに力点を置き、各種の制度を整備し、職員が財団で働くことに誇りを持てるような強い運営基盤の確立を目指す。

2 計画の目標

基本方針を達成するため、第1次中期計画に引き続き「数値目標」を設定する。第1次中期計画においては、特に財団と関わりの深い企業を「特定顧客」とし、その量の拡大に注力した。しかし、本計画においては、さらに一步踏み込み、サービス提供の質的な側面を反映する指標と、財団の強みを活かし、府の施策立案への支援度を反映する指標、さらに、顧客及び職員の満足度を反映する指標を設定する。

(1)顧客満足度

アンケートを実施し、財団全体及び提供サービスについての顧客満足度を測定する。

アンケート内容等については、別途検討することとし、その結果を踏まえ、具体的な目標数値を設定する。

(2)訪問企業、相談、HPアクセス数

従来の測定を継続し、財団と顧客との接点の量的拡大を測定する。

(単位:件)

区分	基準値	目標値		
	②(推計値)	21年度	22年度	23年度
企業訪問数	2,500	2,650	2,800	3,000
相談件数	6,000	6,300	6,600	7,000
HPアクセス件数	638,000	750,000	850,000	1,000,000

(3)施策の提言数

改善提案、新規の施策提案を行うことのできた数を測定する。

各部毎年1件以上の新規施策提案・改善(スクラップを含む)提案を目指す。

3 事業領域

(1)顧客

財団は公益性を持つ組織であり、基本的には府内中小企業全てを顧客と捉え、この中期計画においては、企業の成長ステージや特定の業種、業績による顧客の絞込みは行わず、厳しい経営環境の中においても、「生き抜く」「さらなる成長」「新しい事業の立上げ」に意欲的に取り組む府内中小企業や起業家を積極的に支援してゆく。

ただし、サービスによって対象とする顧客は異なるため、それぞれの個別サービスを提供するにあたっては、「サービスの目的は何か?」「誰のためのサービスか?対象は誰か?」を十分に認識することが必要である。

(2)サービス

財団は以下の4つをサービスの柱として、顧客への支援を行う。どのサービスにおいても、財団の特質である個別課題への対応力を発揮し、質の高いサービスを提供する。

●「マネジメント力」の強化支援

- 昨今の社会環境の変化により、顧客企業は厳しい経営環境におかれており、生き抜くために受注の確保、一層の経営の効率化・高品質化が求められている。
- また、ベンチャー企業として出発し、その後発展・成長を遂げてきた企業も、その後継者の育成に課題を抱えている。
- これらを踏まえ、企業の経営基盤を強化するための中心的な施策として「経営者及び後継者のマネジメント力の強化」に資する施策に注力する。

●「ものづくり力」の強化支援

- 既存顧客の中には、「ものづくり力」を競争力の源泉として業績を伸ばしてきた企業が多い。また、優れた技術力を持つ企業を数多く輩出したことは、京都産業の特徴であり、強みである。今後もこれを継続してゆくためには、製造業を中心として、「ものづくり力」を維持・向上させるための取組が必要である。

●新市場への進出支援

- 地球環境・エネルギー問題、食料・農業問題、少子高齢化、ボーダレス化、一層の国民の価値観の多様化の流れなどから、これまでに無かった新しい市場が立ち上がりを見せている。
- このことから、「今後成長が期待される新しい市場」へ顧客企業が進出してゆくための支援に注力する。

●地域産業の活性化支援

- 京都には、長い歴史を経て蓄積されてきた、鉱工業製品、農林水産物、伝統産品、文化財、景観等の「地域資源」が多い。他地域がすぐに保有しようと思っても出来ない資源であり、これらに改めて光を当て、新しい技術やビジネスモデルを絡めて再活用し、京都の地域産業の活性化を目指す。

4 事業戦略

この中期計画においては、サービスの受け手である「顧客」にとって、財団が「真に役に立つ」サービスを提供できているか否

かをこれまで以上に強く意識する。

ともすれば、目前の業務に忙殺される余り、「サービス提供」自体を目的化してしまうこともまま見受けられるが、「サービス提供」は、最終的に、そのサービスを受ける顧客を満足させることを目標とすべきであり、それぞれのサービスの目的がどのようなものであったとしても、顧客の満足度を得られずして、その目的を達成することはありえないと言っても過言ではない。

「最高の顧客満足度」を得られている状態が、我々が描く「あるべき姿」であり、「基本方針が達成された姿」である。本項では、このために必要と考えられる「戦略」を4点、立案した。ここでいう「戦略」とは、現状から「あるべき姿」に到達するための道筋と定義を置いている。

(1)適切なサービスメニューの提供

(2)顧客接点の強化

(3)強みを活かす人材配置と共通マインドの醸成

(4)客観的評価に基づく施策提案機能強化

顧客企業に「最高の満足度」を与えるためには、何よりも先ず、我々が提供するサービスメニューが適切であることが必要である。顧客満足度の低いサービスは思い切って見直し、真にニーズを捉えたサービスを中心に経営資源を集中的に振り向けていくことも必要となる。

サービスメニューの適正化と同時に、提供中のサービス品質の向上が図られなければならない。このための打ち手は「顧客接点の強化」である。サービス品質を高めていくには、財団の強みである「現場でのコミュニケーション力」を十分に活用すること、より一層向上させてゆくことが最も重要であると考えられる。このため、顧客と接する職員1人ひとりが一層のコミュニケーション能力に磨きをかけるとともに、組織的な対応を行ってゆくために、現場の情報を共有する仕組みをこれまで以上に活用することが必要である。

同時に、サービス品質の向上のために、各サービスを提供する職員の適性を踏まえ、その得意分野、長所を活かすような配置を行うように努めるとともに、職員としてのサービスに対するスタンスは共通のものを持って、財団としての一体感を高めていく。

また、サービスメニューが適正かどうかは、自己満足に陥ることなく、サービスを受ける顧客企業の視点で客観的に評価をなされなければならない。その顧客視点での客観的評価を行うことで、我々の提供するサービスの有効性、国や府において立案される施策の有効性も検証できる。これに基づいて、各サービスの内容を高度化することも、国や府に対して、現場における施策の有効性についてのフィードバックをすることも可能となる。また、新しい「財団発」の施策の提案もこのような評価を基に可能になるとと思われる。

5 重点施策

基本方針および目標の達成を効果的に行うため、以下の重点施策を実行する。以下の重点施策の(1)は、顧客企業に対して、行うべき重要なサービスを示したものであり、(2)は、顧客へ提供する価値を更に高めるために特に財団内部で行うべき領域を

示したものである。

(1)サービスの重点施策

①緻密なコミュニケーションに立脚した各企業の個別課題の識別

財団の強みは、顧客との間に、緻密なコミュニケーションに立脚した、信頼関係を構築してきたことである。このコミュニケーションの中で、顧客企業それぞれの状況に応じた個別課題を識別し、適切なサービスを行ってゆく。

②経営基盤の強化

顧客企業が、厳しい環境の中で「生き残る」ために、経営力の底上げに貢献する。

●体系的なマネジメント力強化プログラム提供(計画立案、財務/管理会計、資金調達、組織運営、QCD管理、マーケティング、情報管理、新しい経営手法等)

➢財団は、セミナーや各種の勉強会などを通じて、従来もマネジメント力強化のためのプログラムを提供してきた。これを一層上手く利用してもらうために、サービス内容の整理を行いつつ、より体系立ったプログラムに組み替え、提供することが必要である。

➢経営者のために、近代的経営を行うために必要な基本的なマネジメント力強化のための、情報提供や学習機会を体系化して提供するとともに、時々々のトレンドにあわせて次々に開発される新しいマネジメント手法や、経営者として不可避であるボーダレス化等に対応するためのマネジメント手法についての学習機会を提供する。

●経営ノウハウの次世代経営者への伝達

➢今後、府内の企業の経営の担い手になるような、2代目、3代目の経営者に対して、特に自社の創業者や先代に限らず、企業の枠組みを超えて世代から世代へ経営ノウハウを提供できるような場を提供する。

●景況や市場動向に関する情報提供

➢その時々々の経営トレンドや景況、市場動向に関する財団独自の調査結果などの情報提供を行う。

●小規模企業者等の設備導入支援(設備貸与)

③府内中小企業の技術振興推進

新しい技術を活かした商品の開発や、企業の取組を評価する活動を通じて、企業が積極的に新しい技術を取り入れたり、自社技術を改良する取組を促進する。

●表彰制度(中小企業技術大賞)、工業高校ロボットコンテスト、溶接競技会等

●研究開発助成制度

④府内中小企業の高度人材活用促進

ポストドクターをはじめとする京都の優秀な人材の活用を推進する。専門知識を持った人材の府内中小企業への積極的な雇用機会の拡大を図り、より高度な技術の開発や経営の高度化を促進する。

⑤販路開拓

顧客企業のさらなる成長を目指し、従来の市場から他地域の市場へと進出する支援を行う。

●京都の強みを活かす展示商談会の広域展開

➢地域的に狭い範囲に留まっている企業の市場を、全国区へ

と発展させるために、商談会の広域化を行う。

●グローバル市場(アジア市場等)への進出支援

➢急速に発展しているアジア市場をはじめとするグローバル市場への進出を支援し、チャンスを最大限に活用するための情報提供等の支援を行う。

⑥新産業、成長市場(試作、IT、環境、ヘルスケア、コミュニティビジネス等)進出に向けた環境整備

時代の波に乗り遅れることなく、新しい成長市場に対応するため、顧客企業や起業家が、新たな技術やビジネスモデルによる、起業、経営革新あるいは第2創業を行うことを支援する。

●きょうと元気な地域づくり応援ファンド事業、きょうと農商工連携応援ファンド事業の積極的な推進

➢京都に歴史的に蓄積されてきている優れた地域資源(鉱工業製品、農林水産物、伝統産品、文化財、景観等)に新たな技術やコンセプトを注入することで再活用し、これを通じて地域産業を再活性化する。

●具体的な産学公連携の推進

➢産学公のマッチングの場を提供する。自社技術と学公の持つ別の技術を組み合わせるような機会を提供する。産学公連携は、従来から注力してきた施策であるが、具体的に成果を出す活動となるよう、一層力を入れる。

●企業間連携の一層の推進

➢財団の持つネットワークと職員の現場力を最大活用し、農商工連携等の従来では生まれえなかった異業種での企業連携を創出する。

(2)内部強化の重点施策

〈顧客接点の強化〉

「顧客接点を保有している」ことこそが財団の最大の強みである。それをさらに高めていくことが本施策の狙いである。

現状では、企業情報や相談内容を財団全体で共有する仕組みはあるものの、職員に十分活用されていない。その結果、同一企業を別職員が重複訪問する、などの非効率な業務が発生したり、現場で得た有益な情報を施策に反映できない等の問題が生じている。せっかくの情報を有効活用するためにも、下記の施策を実行し、顧客情報を一括管理する仕組みを構築すると同時に、顧客とのコミュニケーションの質・量の強化を図る。

●顧客の課題識別力の強化

➢財団のサービスを上手く活用してもらうためには、それぞれの個別企業の課題が正しく識別されることが前提となる。これにより、顧客企業各々の課題に応じた、適切なサービスを選択し、提供することが可能となる。

●コミュニケーション力の強化

➢職員のコミュニケーション力を強化し、個別相談への対応力を更に向上させる。

●顧客接点(顧客とのコミュニケーション量)の拡大

➢訪問数、相談数に目標を設定する。財団の提供サービスが及ぶ企業を増やすため、組織として、顧客企業とのコミュニケーション機会の増加に重点を置く。

●企業情報(現場から吸い上げられた個別情報)の共有

➢企業情報登録システムはあるが、財団内で十分に活用され

ていないのが現状である。今後は、企業情報をデータベース化することを財団全体で意識づける。そのために、企業情報登録のルールを徹底し、企業情報の共有がスムーズに行われる環境を整備する。

〈強みを活かす人材配置と共通マインドの醸成〉

財団の強みが十分に発揮されるためには、企業と長年に渡ってコミュニケーションをとり続け、その中で信頼関係を構築することが必要となる。そのためには、長期間財団に在職する職員を、一定の数、確保することが望ましい。

現在、他の財団等も同様の問題を抱えているところであるが、独自に職員を新規に採用することは凍結されており、新しい人材の獲得は府や民間企業の派遣に依存せざるを得ない。ゆえに、プロパー職員の固定化とも言える構造的問題を抱えており、府に本問題の解消に向け、プロパー職員採用を粘り強く説明するとともに、当面は、当財団ができることを行い、職員の一体感の強い組織を構築するために努力する。このために、個々の強みや長所に着目した人員配置を行い、同時に、職員共通のマインドを持てるような施策を実行する。

●府出身、民間出身、プロパー職員の強みを活かす人材配置

➢出身に応じて個人の強みには違いがある。その個性を認め、職員が自分の強みを活かし自分らしく働くことのできるような人材配置を心がける。各職員の豊富な経験を十分に活用できる組織をつくり、より質の高いサービス提供を目指す。

●職員の共通マインドの醸成

➢財団が公益的なサービスを提供する公的機関であるという意識を、職員が共通して持つような人材育成を目標とする。現状では、出身によって、公益性やサービス精神への理解度に違いがある。しかし、これまでの社会経験から培われたマインドを一律に変えようとするのではなく、それぞれの特長に合った適切な教育を施す。特に、基本理念や中期計画を共通マインド育成の土台とする。そのため、基本理念や中期計画の徹底を図る仕組みづくりを行う。

●職員としての満足度向上

➢職員の仕事に対する満足度をアンケート等によって把握し、職場環境の向上施策や、自主勉強会、交流会、その他の満足度向上のための施策を立案・実行することで職員が財団に所属していることに誇りを持てるような環境を整える。

〈客観的評価に基づく施策提案機能強化〉

財団が強みとしている府内中小企業との接点の多さや信頼関係、コミュニケーション力をもって、府内中小企業の声を聞き、国や府の施策に対する提案を行うことを目指す。中小企業の実態を反映することで、より効果のある施策を実行し、京都産業の更なる発展に貢献する。

●サービスレベルの客観的把握

➢提供サービスについての有効度を客観的に把握するため、顧客に定期的に満足度アンケートを実施する。

●既存サービスの行政へのフィードバック機能の確立

➢既存サービスに対する顧客の反応を最もよく知るの、現場を間近で見ている職員である。アンケート結果に加え、財団職員が見た現実も加味し、提供サービスの有効度や改善案を国や府にフィードバックする。

●「財団発」施策の提案機能の確立

➢誰よりも現場を知る財団だからこそ持ちうる情報やアイデアを活かし、府内中小企業の声を反映した施策を国や府に提案する。

6 計画達成上、検討すべき当面の課題

- (1) 第2次中期計画の浸透
- (2) 提供サービスの客観的評価と整理
- (3) 政策へのフィードバック機能の設置
- (4) 職員のマインド育成プログラムの策定と実行
- (5) 人員配置の見直し
- (6) 職員満足度評価と満足度向上施策の実行

SCREEN

いつも時代と共鳴する技術。

Synchronize!

進化し続けるエレクトロニクス機器の世界。
最先端の半導体や液晶ディスプレイ、プリント配線板などの製造装置、
また画像処理技術を駆使した印刷関連機器に、私たちスクリーン独自の技術が息づいています。
人に優しいIT社会を築くこと、そして地球に優しい製品づくりを目指すこと。
それが私たちの考える「シンクロナイズ！」。
いつも時代と共鳴する企業であり続けるために。



大日本スクリーン製造株式会社

〒602-8585 京都市上京区堀川通寺之内上る4丁目 www.screen.co.jp

2009げんき交流KYOTO

平成21年3月17日(火)、京都ブライトンホテルにおいて「2009げんき交流KYOTO」を開催しました。その基調講演の内容を紹介します。



基調講演

「サブプライムに負けるな。日本の中小企業の底力」

講師／橋本 久義 氏 (政策研究大学院大学 教授)

●不況は長くは続かない

私は22年前から毎週、中小企業の製造現場を視察しており、その数は、国内外でこれまでに3132社にのぼります。今回は、多くの現場を肌で感じてきた、私なりの日本の中小企業の魅力についてのお話をしたいと思います。

現在、景気は厳しい局面にあります。その原因は3つあります。サブプライムローン問題、北京オリンピック後の中国の景気後退、そして日本の政治のねじれです。しかし、私はこの不況は案外大したことではないと思っています。なぜなら、今回のサブプライムローン問題で直接被害を受けたのはあくまで金融業にすぎないからです。また、米国を中心に個人消費が伸びないのは消費者がローンを組めないからですが、金融業界が自身の生き返りの方策として新たなローンシステムを考え出すと、消費が促され案外早く景気は回復していくのではないのでしょうか。

●複雑・高級・精密なものづくりの需要が日本に殺到

中国は今や巨大なブラックホールのような存在です。世界中の製造業が中国にシフトし、日本の企業も影響を受けています。しかし、中国のおかげで増益している企業もあり、日本の被害は欧米ほど大きくありません。そして経営が危なくなった時の経営者の対応も、欧米とは異なります。欧米の社長は、会社を儲けるための道具としてしか考えていません。赤字になって立ち行かなくなれば、潰すか捨てるか売るかです。しかし日本の社長にとって会社は我が子同然で、私財を投げ打ってでも救うのが当然です。だから日本の企業は赤字でも持ちこたえます。

また、欧米では高品質な機械を作ることが大変難しくなっています。な

ぜかという、高品質な製品の大部分を支える鍛造やメッキなどの加工業者が中国に移ってしまったからです。しかし、中国ではそれらの高度な技術は依然として定着していません。今後は、中国で賤いきれない複雑かつ高級で精密なものづくりへの需要が日本に殺到する、というのが私の見方です。

●転換の時代を辛抱強く頑張りぬく

しかし、現実には中小企業は不況に苦しんでいます。それは今が「場替え」、つまり転換の時代だからです。日本はこれまでに敗戦やオイルショックなど大きな場替えを何度も経験しました。今回の場替えは、中国やロシアが自由主義経済圏に参入し日米欧と競合化したことが原因です。経済も博打と同じでツキの流れがあります。問題は、ツキがない時にどうするかです。ツキのない時は、人を育て技術を磨き、新しい分野を開拓し、辛抱強く頑張りぬく。そしてチャンスが来たらドンと飛び出す。そういう体制を組めるかどうか、経営の上手下手の差です。日本の中小企業は不況の時に節約し、勉強し、研究開発に取り組み、新分野に挑戦するという力を発揮してきました。だから不況が終わる頃には末端の社員まで技術レベルが上がっています。これは他の国では見られないことです。アメリカの社長は経営不振になると、どんなに立派な会社でもとんでもない所に身売ります。ヨーロッパの社長は引きこもって陰気になり、アジアの社長は根拠もなく楽天的で他に儲ける方法を考えます。しかし、日本の社長は辛抱強いのです。

●中小企業の生き残りのためのキーワード

では、中小企業が生き残るにはどうするべきか。その参考例を、漢字1文字



計る・包む・検査する

トータルソリューションのイシダ。

イシダは、計量技術を核に、生産から物流、流通などのあらゆる分野に、先進の技術と豊富な経験でお客様を総合的にサポート。確実なメリットをお約束します。



株式会社 **イシダ**

■お問い合わせは

本 社／京都市左京区聖護院山王町44番地 〒606-8392 TEL.(075) 771-4141

<http://www.ishida.co.jp>

をキーワードにご紹介します。

「亜」アジアに目を向ける

株式会社五輪パッキング(埼玉県)の鈴木社長は、中国・深圳で出会った通訳を気に入り、5千万円の資金を渡して現地に子会社を作らせました。今では深圳と蘇州に大工場があります。投下資本は最初の5千万円のみ。思い切った決断でアジアに飛躍しました。

「早」早くやる

プレス・金型業の株式会社浜野製作所(東京都)は、短納期をモットーにどんな複雑な加工でも翌日までに仕上げで配達しています。素早い対応が評価され、多くの注文を獲得しています。

「生」生活に密着した分野で戦う

排水処理装置を開発している大学産業株式会社(静岡県)では、「地域貢献手当」を出しています。例えば、社員がPTA役員になれば毎月数千円の手当を支給。社員が地域のために一所懸命になることで、地域からの支持を得て営業面でも有利になるからです。

「多」多分野に展開する

株式会社モルテン(広島県)は、競技用ボールの製造・開発でシェア80%を占めます。その技術を応用して、自動車部品など他分野に展開の幅を広げています。

「労」苦勞して革新

東尾メック株式会社(大阪府)は、苦勞の末に特殊な道具を使わずに接合できる新しい継手を開発して売上げを伸ばしています。継手業界は万年不況と言われていますが、この会社は利益を上げています。

「悟」悟りをひらく

京セラの稲盛和夫会長のように、宗教心があればより良い経営ができると思います。私は「経営者と従業員の間には本質的な違いはない。企業とは信頼しあった同志が集まって作り上げているもの。自分はその惚れあった仲間のリーダーなのだ」という会長の言葉が一番好きなので、ここで紹介させていただきます。

「I」ITを活用

安くて早くてワールドワイドなITを使いこなさない手はありません。手が空いている時期に勉強して、ホームページの改訂などを自分でできるようにしましょう。

「協」協力する

株式会社新興セルビック(東京都)は、「アイデア工房」という技術ネット

ワークを主宰しています。起業家や現場の技術者などが参加して、新製品に関するアイデアを出しています。中小企業が連携して、お互いに知恵を集めています。

「誤」誤りをすぐに正す

株式会社プラス電機(静岡県)の上滝社長は、バブル崩壊時に「これは長期不況になる」と、建てたばかりの新社屋を売却して元の物置小屋みたいな社屋に戻りました。もし新社屋にこだわっていたら、今頃会社は存続していなかったかも知れません。間違ったと思ったらすぐに正す。軌道修正する勇気が必要です。

「読」読みの深い経営

業務用冷凍機でシェア9割を占める株式会社前川製作所(東京都)は、市場の動向を深く読んだ結果、食品の処理技術をマスターしてチキントータルシステムという鶏肉連続処理機を開発し、市場を独占しています。

「深」技術を深める

サイバックコーポレーション(長野県)は、複雑な三次元加工をひとつの金型で可能にする「冷鍛順送型」という技術を開発し、大幅なコストダウンを実現しました。技術をじっくりと深めていった結果だと言えます。

「\$」アメリカを狙う

点火器具メーカーの加藤製作所(愛知県)は、高い技術力を武器にアメリカに工場を作り、アメリカ企業にない「真心付き」のビジネスを展開しました。結果、多くの注文を得て現地でも順調な経営をされています。

「夢」夢を実現

精密板金加工業の金森製作所(東京都)の社長室はライブハウスになっていて、近所の音楽愛好家が月一回のライブを見に来ます。幼い頃はいじめられっ子で、少年時代はグレしていた金森社長ですが、今はお金も自分の居場所もあります。近所の人に喜んでもらい恩返しするという幼い頃からの夢を、今実現しています。

以上の成功例をぜひ参考にしてみてください。繰り返しますが、不況はそう長くは続きません。苦しい時代ですが、ぜひこれからも夢と誇りとロマンを持って頑張ってください。

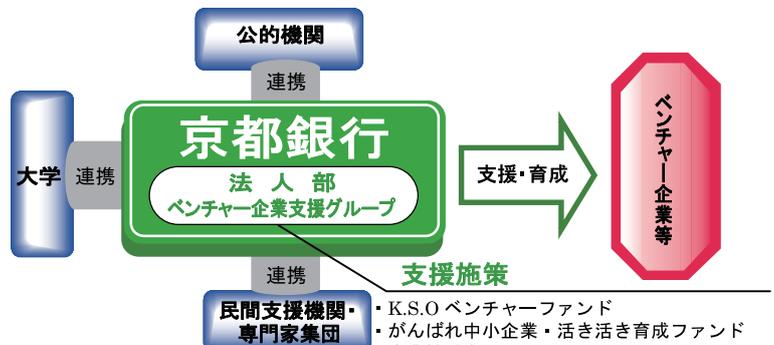


【お問い合わせ先】 (財) 京都産業 21 連携推進部 TEL:075-315-8677 FAX:075-314-4720 E-mail: renkei@ki21.jp

ベンチャー企業支援グループのご案内

業務内容

- ベンチャーファンドによる株式投資やご融資を通じて、事業資金のサポートを行います。
- 資金面の支援だけでなくとどまらず、公的機関・専門機関・大学等のネットワークである「京銀活き活きベンチャー支援ネットワーク」等を通じ、経営相談をはじめベンチャー企業のあらゆるニーズにお応えします。



- 支援施策**
- ・K.S.Oベンチャーファンド
 - ・がんばれ中小企業・活き活き育成ファンド
 - ・事業性融資
 - ・「京銀活き活きベンチャー支援ネットワーク」の活用
 - ・各種支援機関紹介
 - ・ビジネスマッチング
 - ・セミナーなどの開催

飾らない銀行 京都銀行 法人部

お問い合わせは 京都銀行 法人部 ベンチャー企業支援グループ TEL.075(361)2293 TEL.075(341)5984

『京都試作フォーラム2009in東京』を開催しました

去る2月6日(金)、京都府・(財)京都産業21・京都試作センター(株)の主催により、東京で初めての「京都試作フォーラム」を開催しました。

フォーラムでは、神戸国際大学教授 中村智彦氏の「京都・関西のものづくり企業の底力」と題した基調講演や京都試作センター(株)をはじめとする京都試作産業プラットフォームに参画する各試作グループによるプレゼンテーション等とともに、展示商談会を開催しました。会場では、来場された首都圏の発注メーカーの担当者、企業OBの方々(約70名)と活発な交流・商談が行われ、京都試作産業プラットフォームの魅力と強みを積極的にアピールしました。

- 日時** 2009年2月6日(金) 13:00~17:30
- 会場** 都道府県会館(東京都千代田区平河町)
- 主催** 京都府、(財)京都産業21、京都試作センター(株)
- 共催** 京都試作産業推進会議

参加試作グループ

京都試作ネット/京都でんき試作ねっと/京都制御ソフト工場/京都せい
い試作ねっと/アルフォース/北京都大物試作ネットワーク/京都伝統工
芸試作ねっと/洛中千職-新工芸試作-/丹後試作隊



◆基調講演

テーマ 「京都・関西のものづくり企業の底力」

講師 神戸国際大学教授 中村 智彦 氏

(日本テレビ系列「世界一受けたい授業」社会科担当)

多くのモノづくり現場の取材経験から、製造業の知恵や工夫、素晴らしい経営者の紹介などをおりませ、京都・関西企業のポテンシャルについて、基調講演としてわかりやすくお話いただきました。

【講演要旨は、6月号に掲載する予定です。】



未来ってどうなっているんだろう？

空飛ぶ車、ロボット、飛び出す映画…。
私たちの仕事は電子部品というタネを、
エレクトロニクスの世界に送り込むこと。
つまり、あなたが想像する豊かな未来を実現すること。
携帯電話、カーナビ、パソコン…。
ほら、ちょっと前に想像していた未来が、
もう今は実現されているでしょう？
私たちの創る小さな部品は、未来の始まり。
小さな部品で、エレクトロニクスの世界に
たくさんのお花を咲かせていきます。



未来を創る。
ムラタの部品が

Innovator in Electronics
muRata
村田製作所

株式会社村田製作所 本社：〒617-8555京都府長岡京市東神足1丁目10番1号 お問い合わせ先：広報部 phone:075-955-6786 http://www.murata.co.jp/

◆プレゼンテーション

① 京都試作産業プラットフォームの紹介

～京都試作センターの役割～

京都試作センター(株) 代表取締役社長 増田 清 氏

② 試作グループの紹介

- 京都試作ネット(株)衣川製作所 衣川 隆文 氏)
- 京都でんき試作ねっと(木下電子工業(株) 木下 義次 氏)
- 京都伝統工芸試作ねっと(株)若林工芸舎 前田 博之 氏)
- 丹後試作隊(荻野精工(株) 荻野 秀行 氏)
- アルフォース(株)津島鉄工所 津嶋 義彦 氏)

来場いただいた首都圏の発注メーカー担当者等に対して、試作産業プラットフォームと京都試作センターの役割の説明の後、9つあるグループの中から、代表して5グループが、それぞれの特長やセールスポイントについて、懸命にアピールしました。



◆特別講演

テーマ 「京都の魅力 ～京都の製品開発型中小企業～」

講師 (株)日本政策金融公庫 国民生活事業本部 特別参与 児玉 俊洋 氏
(元京都大学経済研究所附属先端政策分析研究センター教授)

長年、京都、滋賀地域の製品開発型企業を中心に技術革新力の調査研究された分析をもとに、京都試作産業プラットフォームの発展について、大いに励みとなるお話をいただきました。



◆展示商談会

各ブースでは、実際に具体的な製品サンプルやパネルなどを示しながら、グループと試作産業プラットフォームについてPRし、来場者も熱心に質問いただくなど、活発な交流ができました。(京都試作センター及び9グループ計10小間出展)

- 当日の商談件数 5件
- 名刺受け取り枚数 63枚



【お問い合わせ先】

(財) 京都産業 21 連携推進部

TEL:075-315-8677 FAX:075-314-4720
E-mail:renkei@ki21.jp

ゲームソフトからモバイルコンテンツまで
多彩なデジタルエンターテインメントを創造し、広く社会に貢献します。

事業内容… ◎ゲームソフト企画・開発
◎モバイル・インターネット関連コンテンツ企画・開発・運営
事業拠点… 京都4拠点、東京、名古屋、札幌、沖縄
中国(上海・杭州)、アメリカ(カリフォルニア)



地球のココロおどらせよう。



株式会社 トーセ

〒600-8091 京都市下京区東洞院通四条下ル
TEL.075-342-2525 FAX.075-342-2524

ホームページ <http://www.tose.co.jp/> (証券コード4728、東証・大証一部上場)



中小企業総合展 in Kansai開催のご案内

大阪発!!日本最大級の中小企業マッチングイベント

中小企業総合展は、経営革新等に取り組む中小企業が、自ら製造、開発した新製品、サービス、技術等を一堂に展示し、販路開拓、市場創出、業務提携といったビジネスマッチングを行うイベントです。

日時: 2009年5月27日(水)～29日(金) 10:00～17:00(最終日は16:00まで)
会場: インテックス大阪6号館Aゾーン **主催**: 独立行政法人 中小企業基盤整備機構

詳細は、<http://sougouten.smrj.go.jp/>をご覧ください。



微細精密加工技術展開催のご案内

～魅せます!究極のモノづくり～2009

微細精密加工技術展はモノづくりに関わる微細・精密・高密度加工技術を展示紹介し、その普及と交流を促進させるイベントです。

日時: 2009年5月28日(木)～30日(土) 10:00～17:00
会場: インテックス大阪2号館 **入場料**: 1,000円 ※招待状持参者、事前登録者は無料
主催: 微細精密加工技術展2009実行委員会 **同時開催**: 表面改質展2009

詳細は、<http://nikkan-event.jp/mmts>をご覧ください。

「下請かけこみ寺」無料弁護士相談

秘密は厳守、お気軽にご相談ください。

取引に関するトラブル、苦情相談等について専門の相談員及び弁護士が無料でアドバイスを行います。相談等は無料ですので、「下請かけこみ寺」にお気軽にご相談ください。

また、毎月下記のとおり府内3ヶ所で定期巡回無料弁護士相談を行います。(要予約)

北部: 丹後・知恵のものづくりパーク(京丹後市) 毎月第4火曜日
 中部: 北部産業技術支援センター・綾部 // 4水曜日
 南部: 久御山町商工会 // 3火曜日

【お問い合わせ先】 (財) 京都産業 21 市場開拓グループ内 「下請かけこみ寺」

TEL: 075-315-8590 FAX: 075-323-5211
 E-mail: kakekomi@ki21.jp

- 下請取引
- 事業承継
- 労使関係
- 契約相談
- 借金関係
- 会社整理

迷わずご相談ください

財団法人京都産業21顧問弁護士
 ベンチャービジネス評議会委員
 下請かけこみ寺登録相談弁護士



弁護士法人 田中彰寿法律事務所
 代表社員 弁護士 田中彰寿



地下鉄丸太町駅下車6番出口を上がり、
 京都商工会議所の裏。会議所の建物は
 通り抜け出来ます。

弁護士法人 田中彰寿法律事務所

〒604-0864
 京都市中京区向替町通夷川上ル松竹町129番地
 電話075-222-2405

平成21年度「丹後・知恵のものづくりパーク」人材育成研修計画

【平成21年4月現在】

分野	コース名	実施主体	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
■計測技術	寸法測定工具(ノギス・マイクロメータ・ブロックゲージ)	21・織金						●					
	表面粗さ/輪郭形状測定機	21・織金		●									
	三次元測定機	21・織金	●										
	精密レーザー計測	21・織金			●								
	非接触三次元デジタイザ	21・織金											
■熱処理/表面処理技術	技能検定対策金属熱処理基礎技術(一般熱処理と表面処理)	21・織金			●	●							
	金属材料表面改質技術	21・織金						●	●				
■溶接技術	手溶接(被覆アーク溶接)	21・織金	●										
	半自動アーク溶接(炭酸ガス溶接)	21・織金						●					
	ステンレス鋼溶接(TIG溶接)	21・織金		●									
■鍛造技術	アルミニウム溶接(TIG溶接)	21・織金						●					
	鍛造基礎技術セミナー	21・織金		●									
■機械設計・製造技術	鍛造CAE基礎	21・織金		●									
	製図基礎講座	21・織金	●	●	●								
	3次元CAD	21・織金		●									
■機械加工技術	3次元CAM基礎	21・織金			●								
	3次元CAM応用	21・織金				●							
	旋盤実践技術	21・織金		●									
	フライス盤実践技術	21・織金				●							
	精密平面研削加工技術	21・織金						●					
	ワイヤカット加工技術	21・丹機・市											
	切削加工・研削加工入門講座	21・織金											●
■NC工作機械加工技術	技能検定(旋盤、フライス盤)講座	21・高技セン	●										
	NC旋盤(基礎コース)	21・織金		●									
	複合旋盤(実践コース)	21・織金			●								
	3軸マシニングセンタ(基礎コース)	21・織金	●										
	高速ミリングセンタ(実践コース)	21・織金				●							
■加工技術セミナー	5軸マシニングセンタ(実践コース)	21・織金						●					●
	技能検定(マシニングセンタ)講座	21・高技セン	●										
■電気・電子技術	機械加工技術セミナー	21・織金		●									
	金属加工技術セミナー	21・織金											
	電動機制御のための有接点シーケンス制御	21・織金						●					
	PLCによる自動化制御技術	21・織金							●				
	数値処理によるPLC制御技術	21・織金								●			
■機器取扱セミナー	PLC制御による位置決め制御技術	21・織金									●		
	技能検定対策(電気組立)	21・織金										●	
	計測関連機器	21・織金	●										
	分析関連機器	21・織金		●									
■総合	熱処理/表面処理関連機器	21・織金											
	ものづくり基礎技術習得研修(機械金属)	21・丹機・市				●	●	●	●	●	●	●	●
	機械金属基礎セミナー	21・丹機	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	開発・設計力を備えたものづくり人材の育成研修(機械金属)	21・丹機・市				●	●	●	●	●	●	●	●
	製造現場における問題発見・改善手法	21・織金・市	●										
■管理技術	生産現場における現場改善技法	21・織金・市											
	製造業におけるコストダウン実践法	21・織金・市		●									
	製造現場における工程管理技法と改善	21・織金・市											
	生産現場で使う品質管理技法	21・織金・市											
	経営管理者研修	21							●	●			
■織物系	中堅技術管理者研修	21・丹機・丹工						●	●	●	●	●	●
	ひとづくり研修(初級・中級・上級の19コース)	21・織金		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	ものづくり実践研修(中堅技術者向けの5コース)	21・織金		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
■経営一般	新分野進出の基礎技術習得研修	21・織金・市		●	●	●							
	新入社員心得セミナー	21・丹機											
	KEA取得セミナー	21・丹機						●					
	京都観光未来塾丹後「おもてなし研修」	21・観光連盟				●	●	●					

※この計画は都合により変更になる場合もあります。
 ※上記研修の中で、中小企業緊急雇用安定助成金制度の要件を満たすものは、同制度の適用を検討します。
 ※実施主体の凡例
 21…(財)京都産業21 丹機…丹後機械工業協同組合 丹工…丹後織物工業組合 市…京丹後市
 高技セン…京都府立福知山高等技術専門学校 観光連盟…京都府観光連盟・京丹後市観光協会 織金…京都府織物・機械金属振興センター



人材派遣はパソナ。

- 人材派遣/請負
- 新卒派遣
- 人材紹介
- 再就職支援

ホームページ www.pasona-kyoto.co.jp/

株式会社パソナ京都
 京都本社 TEL.075-241-4447
 京都市下京区四條通堺町東北角四條KMビル4階
 滋賀支店 TEL.077-565-7737
 草津市大路1-15-5ネオオフィス草津

京都産業21が設備投資を応援します!

企業の皆様が必要な設備を導入する場合に、その設備を財団が代わってメーカーやディーラーから購入して、その設備を長期かつ低利で割賦販売またはリースする制度です。詳しくは、設備導入支援グループまでお問い合わせください。

〈ご利用のススメ〉

- 信用保証協会の保証枠外、金融機関借入枠外で利用できるため、運転資金やその他の資金調達に余裕ができます!
- 割賦損料率・リース料率は固定なので、安心して長期事業計画が立てられます!

区分	割賦販売	リース
対象企業	原則、従業員20人以下(ただし、商業・サービス業等は、5名以下)の企業ですが、 最大50名以下の企業も利用可能です 。その場合、一定の制限がありますので詳しくはお問い合わせください。 [事業実績が1年未満の場合は、原則として商工会議所、商工会、商工会連合会の経営指導員による経営指導を6ヶ月以上受けていることが条件になります。]	
対象設備	機械設備等(土地、建物、構築物、賃貸借用設備等は対象外) 新品に限ります。 リースの場合は、再販可能なものに限ります。(オーダー製品、構築物に付随するもの等は対象外)	
対象設備の金額(消費税込)	事業実績が1年以上あれば100万円～6,000万円/年度まで利用可能です。 [事業実績が1年未満の場合は、50万円～3,000万円/年度]	
割賦期間及びリース期間	7年以内(償還期間) (ただし、法定耐用年数以内)	3～7年 (法定耐用年数に応じて)
割賦損料率及び月額リース料率	年2.50% (設備価格の10%の保証金が契約時に必要です)	3年2.990% 4年2.296% 5年1.868% 6年1.592% 7年1.390%
連帯保証人	■原則、法人企業の場合は、代表者1人(年齢が満70歳以上の場合は、原則後継者を追加してください) 個人企業の場合は、申込者本人を除き1人でお申し込みいただけます。 ■なお、審査委員会で、追加連帯保証人・担保を求められることがあります。	
設備導入時期	審査委員会は、原則月1回開催しています。 当月15日までに申し込みいただくと翌月の審査委員会に上程します。 お申し込みから設備導入日(契約日)まで約50日かかります。(お急ぎの場合は、ご相談ください)	

※割賦損料率(金利)及び月額リース料率は、金利情勢に応じて見直しますので、詳しくは財団にお問い合わせください。
なお、契約後の料率の見直しはありません。(固定金利)

**創業支援融資
お取扱中**

まもなく創業される方・創業まもない方へ

『ここから、はじまる』

創業クラブ
メンバー募集中!
くわしくはお問合せください

第二創業も
ご相談ください

テーマ
創業支援について

ねらい
「新しい発想で
自己実現を図る人」
を応援します!!

京信は

京信創業支援融資制度『ここから、はじまる』

- ご利用いただける方
当金庫の営業エリア内で、新たに事業を始める方、または事業開始後税務申告を2期終えていない方
- 商品概要
お客様の事業の進捗状況に合わせて、当初は当座貸越、その後事業の進展に伴い証書貸付で、創業を支援する融資商品をご用意いたしました。

- お使いみち 運転資金・設備資金
 - ご融資金額 原則として所要資金の80%以内
 - ご融資期間 当座貸越は、融資後1年目の応答日以降に迎える決算日の4ヵ月後まで(最短期16ヵ月、最長約28ヵ月)
証書貸付は、原則として10年以内
 - ご返済方式 当座貸越は、元金任意返済方式
証書貸付は、元金均等分割返済方式
 - ご融資利率 当座貸越 年1.50%(固定金利)
証書貸付 返済期間5年以内 年3.30%(変動金利)
返済期間7年以内 年3.55%(変動金利)
返済期間7年超 年3.80%(変動金利)
- *証書貸付のご融資利率は金利情勢の変化により変更することがあります。表示の利率は、平成21年4月1日現在の当金庫短期プライムレート(年2.8%)を基準としたものです。ご融資後の融資利率は当金庫短期プライムレートに連動する変動金利です。
- *証書貸付は、直前の決算の営業利益(注1)が当初の「事業計画書」通り達成されている場合は年0.2%優遇します。
(注1) 個人の場合は青色申告書の経費差引金額とします。
- 保証人 法人の場合 代表者の特定保証
個人の場合 法定相続人1名の特定保証
 - 担保 原則不要。
但し土地建物を購入する場合等は担保設定が必要です。
 - お取扱期間 平成21年4月1日～平成22年3月31日
 - お申込時に必要な書類等
 - 当金庫所定の事業計画書及び申込書類
 - 審査の結果、融資をお断りすることがあります。
 - くわしくはお近くの店舗までお問い合わせください。

【平成21年4月10日現在】