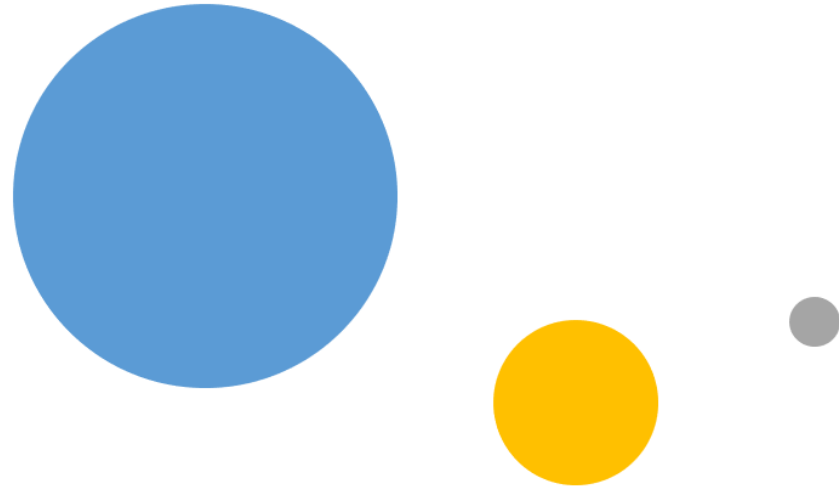




地域の中小企業と大企業が取組む 「共存共栄」事例 12選！



2019年12月3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 12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
- (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

<目次>

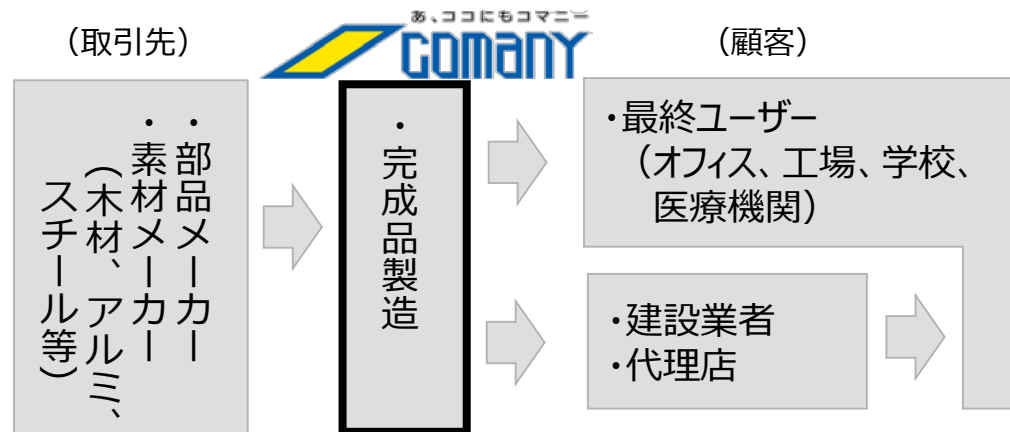
	カテゴリー	企業名	テーマ	地域	頁
A	取引価格・取引条件の適正化	コマニー株式会社	50/50の成果配分や取引先満足度調査で築く取引先とのパートナーシップ	小松 (石川県)	1
		三和澱粉工業株式会社	取引先にプラスαのプレミア価格を付けて高品質な原材料の安定調達を実現	橿原 (奈良県)	2
		グンゼ株式会社	「創業の精神」を礎に“CSV経営”を強化し顧客満足と企業価値向上を図る	綾部 (京都府)	3
B	大企業が持つリソースを活用して共存共栄関係を構築	高松機械工業株式会社	協力企業間の人材マッチング等の支援を通じて共存共栄関係を構築	白山 (石川県)	4
		オムロン株式会社	「企業は社会の公器」を実践、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)	5
		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)	6
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）	MoTTō 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)	7
		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)	8
		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)	9
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	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)	10
		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)	11
		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)	12

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	https://www.comany.co.jp/		
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

コマニー(株)の取引構造



サステナビリティ方針

取引先とのパートナーシップ

- 取引先とともに技術を高め、誠実で公正な取引を旨とし、パートナーとして共存共栄の関係を築き、最適な商材を安定的に供給することを目指す

社会貢献活動

- 地域貢献、日本貢献、世界貢献に取り組む

取引先との共存共栄の取組み

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に心がけている
(例) コストダウン等の成果が出た場合には、その成果配分を“50/50(フィフティ・フィフティ)”に
- 取引先に対して不当・不合理な依頼はしない
(例) データ・相場等に基づき合理的に依頼・交渉

“取引先満足度調査”に基づくPDCA

- 課題(納期が厳しい等)がはっきり見えてきたが、未だ体系的にPDCAを回し切れておらず、トライ＆エラーで取り組んでいる
- “取引先満足度調査”は、社内に緊張感をもたらす効果があり継続

主な取扱製品



遮音性を高めた会議室のガラスパーティション

世の中の成長・発展に貢献

お取引先様

パートナーシップ
共存共栄

コマニー
グループ

②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	https://www.sanwa-starch.co.jp/		
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
- 「歓びを同じくし、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



生澱粉
アルファー化でん粉
低粘性でん粉



異性化糖
水飴
オリゴ糖



<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



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・調達するには、(株)カーギルジャパンとの連携が必要だった。そこで、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⇒ 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
 カーギルジャパン ⇒ 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
- 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



③「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

名 称	グンゼ株式会社		
所在地	京都府綾部市青野町膳所1番地（本店）		
W e b	https://www.gunze.co.jp		
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）

グンゼ(株)のCSR活動による調達

■ CSRの原点は「創業の精神」

■ 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）

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

➤ ライフクリエイイト事業：
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



GUNZE

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、「人間尊重」「優良品の生産」「共存共栄」という創業の精神を経糸（たていと）に、「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

CSV=Creating Shared Value：共通価値の創造

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

◆「共存共栄」：精神的・物質的な利益と幸福を増進し合うこと

◆「人間尊重」「優良品の生産」：事業は人なり、善い人が良い糸をつくる」という信念のもとに従業員教育に注力し、人を財と考える精神により優良品生産につながる

創業地での取組み

■『あやベグンゼスクエア』

- 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つて共に支える交流施設・エリア。年間の来場者数は約15万人

< 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

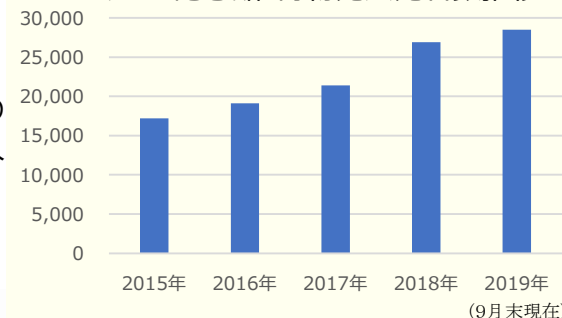
○綾部バラ園

市民ボランティアが年を通して維持管理

○あやベ特産館



グンゼ記念館・博物苑入苑者数推移



④ 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	https://www.takamaz.co.jp		
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

(協力企業 = 250社)

TAKAMAZ
高松機械工業株式会社

(顧客)

購買140社
商社、メーカー

高松共栄会78社

購買33社 外注45社

会社方針説明、年間優良企業表彰、研修旅行等

外注110社
加工外注、
塗装・表面処理

旋盤製造
CNC

・自動車メーカー
・部品加工メーカー
・金属加工業

・ディーラー
・サブディーラー

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)】



- 更なる高速化
- 熱変位低減への追求
- IoT技術搭載
- 作業性向上

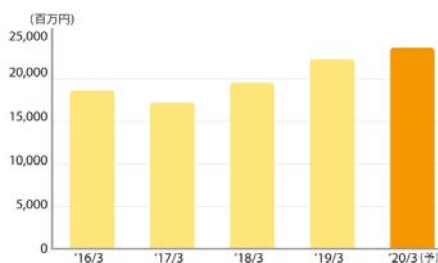
協力企業との共存共栄関係の構築

- 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・協力度を評価し**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)
- **月2～3社ペースで協力企業を定期訪問**。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

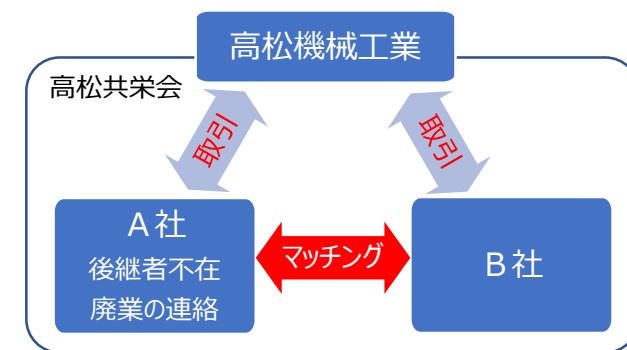
後継者不足にある協力企業に対し、高松共栄会メンバー企業の中から**人材や設備等のマッチングを支援**

＜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。**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られた**



⑤「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		
所在地	京都市下京区塩小路通堀川東入		
Web	https://www.omron.co.jp/		
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)

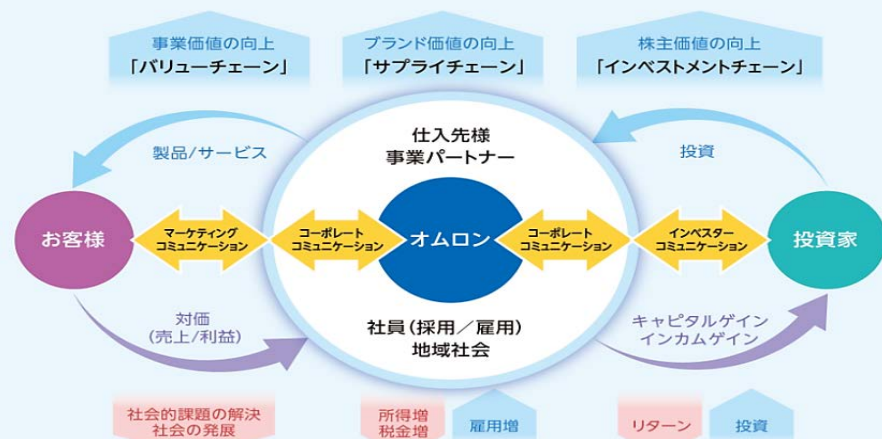
サステナビリティ方針

「企業は社会の公器である」との基本的考えのもと、企業理念の实践を通じて、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



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



人を支援するロボットと共に働く現場

■ 社内「The OMRON Global Award」

- ・事業活動の根幹である企業理念の实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
- ・企業理念の实践にチャレンジし続ける風土の醸成が狙い



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

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



購買方針説明会（グローバルパートナーカンファレンス）

- 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を実施。取引先による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

⑥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	https://www.pacific-ind.co.jp/		
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定期的な会議、話し合い等によるコミュニケーション向上
- ④「独立相談窓口」による困りごとの解決、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、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



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

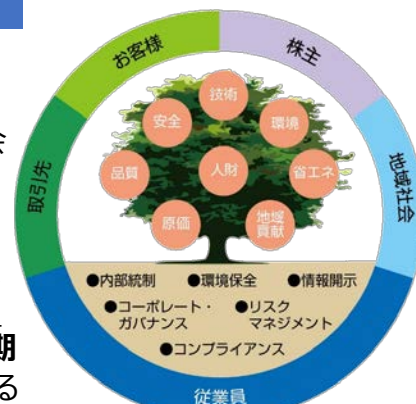


ステークホルダーとのかかわり

■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**

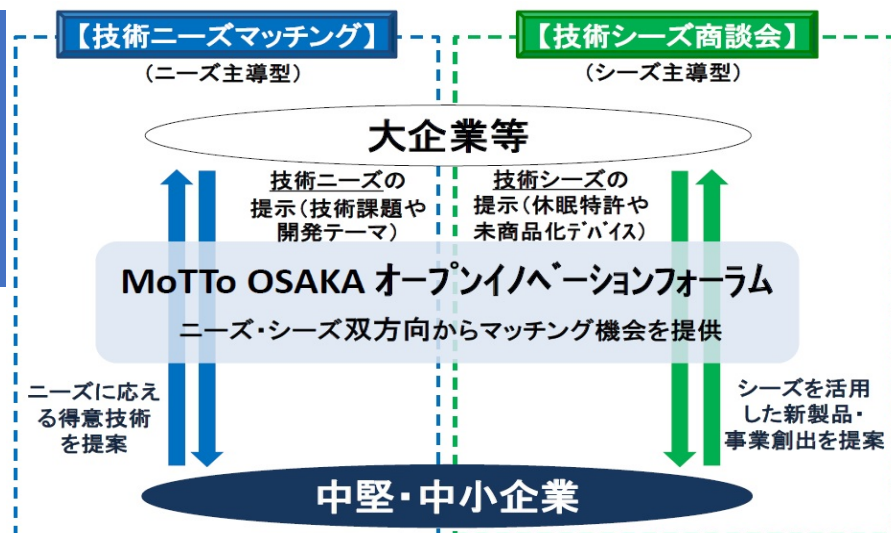


⑦大企業と中小企業のニーズとシーズ 双方向からマッチング 機会を提供し協業を推進

名 称	MoTTo OSAKA オープンイノベーションフォーラム (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	https://www.osaka.cci.or.jp/innovation/open_innovation/motto_osaka.html
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

実施スキーム

(大企業・中小企業とも参加費無料)



マッチングの流れ

STEP0

支援機関向け
説明会

支援機関
(全国で参加企業を募集)

STEP1

説明会 (技術ニーズ/シーズを発表)

STEP2

事務局
(とりまとめ)

エントリー (書類提案)
ニーズに応える技術や、シーズを活用した製品化・事業化を提案

選考

事務局 (結果通知・面談調整)

STEP3

ビジネスマッチング会 (個別面談)
書類選考通過企業と個別面談を実施

選考

事務局 (結果通知)

STEP4

大企業と選考通過企業が
取引や共同開発を継続

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。

成果事例

水素製造装置
「HYSERVE」

「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」(写真)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)

2019年度開催実績

【技術ニーズマッチング】

- ①大阪ガス(株)(7月10日)⇔中堅・中小209社参加、②ダイキン工業(株)(8月29日)⇔中堅・中小182社参加、③日立造船(株)(10月18日)⇔中堅・中小183社参加

【技術シーズ商談会】

- ①大阪ガス(株)・住化コベストロウレタン(株)・(株)ダイヘン(10月24日)⇔中堅・中小42社参加
②大阪ガス(株)・コニカミルタ(株)・富士通(株)(11月28日)⇔中堅・中小46社参加

技術ニーズ説明会の様子

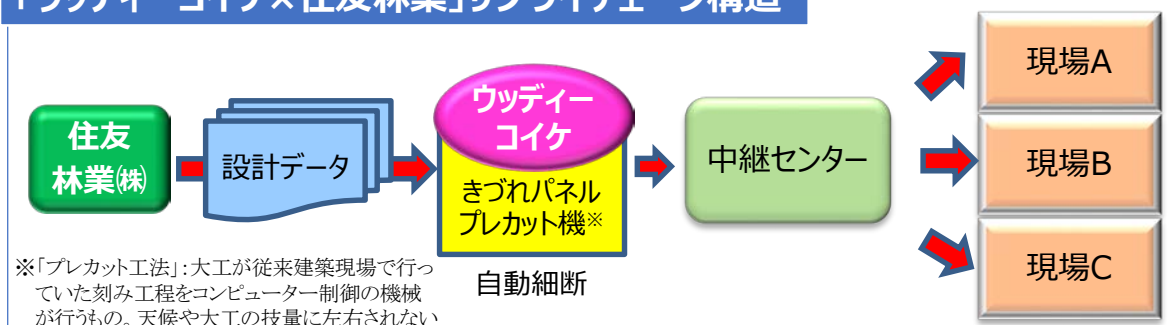


⑧大工不足の課題解決に向けて大手企業と協働しビジネスプロセスを改善

(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		
We b	http://www.woody-koike.co.jp/		
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

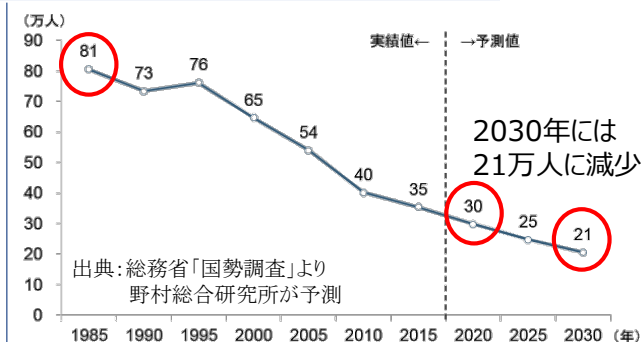
【課題】従来の工法

- ✓ 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』

取引先との共存共栄関係構築で創出される付加価値

コスト面

■サプライチェーン全体でのコスト競争力強化

- 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
- ②大工の作業時間短縮による単位あたりコスト削減
- 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
- 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

生産能力面

■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

- 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
- ②大工の作業効率の飛躍的向上
- 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

⑨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)

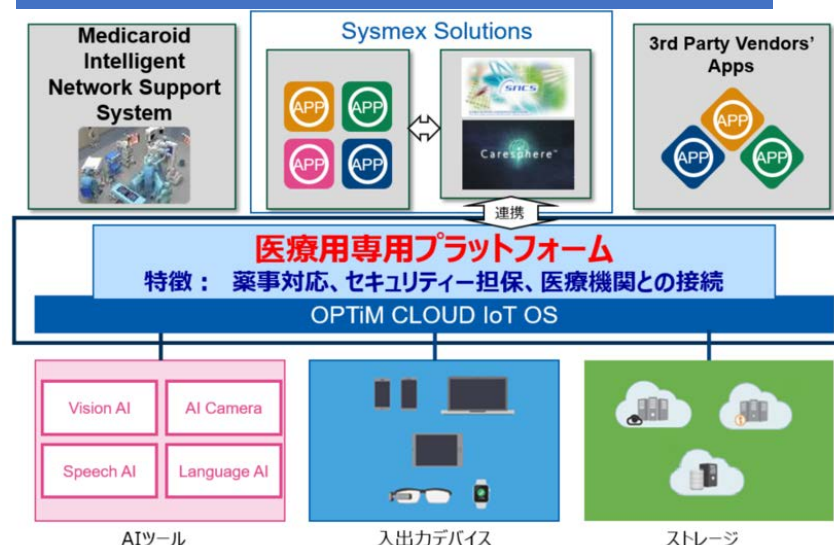
名 称	株式会社オプティム		
所在地	本店:佐賀県佐賀市本庄町1 本社:東京都港区海岸1-2-20 汐留ビルディング21F		
Web	https://www.optim.co.jp/		
代表者	代表取締役社長 菅谷俊二		
業 種	ライセンス販売・保守サポートサービス（オプティマル） 事業（IoTプラットフォームサービス、リモートマネジメントサービス、サポートサービス、その他サービス）		
設 立	2000年6月	資本金	4億4,300万円
従業員数	229名	売上高	54億6,800万円

「オプティム×シスメックス」の連携

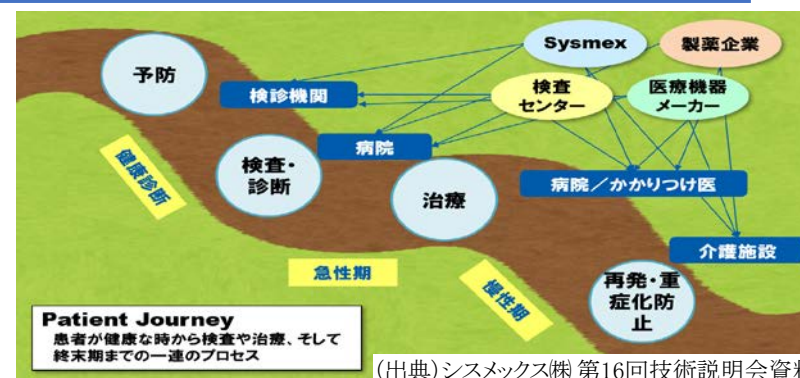
■ソフトウェア開発の**株オプティム**と血液検査機器の**シスメックス株**が「**先端医療×AI・IoT**」領域で業務提携。医療機器をネットワークに接続することで得た情報をAIが解析する次世代の医療・診断を支えるITソリューション・プラットフォームを開発・展開。



【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】

※①: 基幹特許の一例 特許第6404529号 “コンピュータシステム、API提供方法及びプログラム”

■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プレーヤーと連携し、“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】

※②(ペイシェント・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)

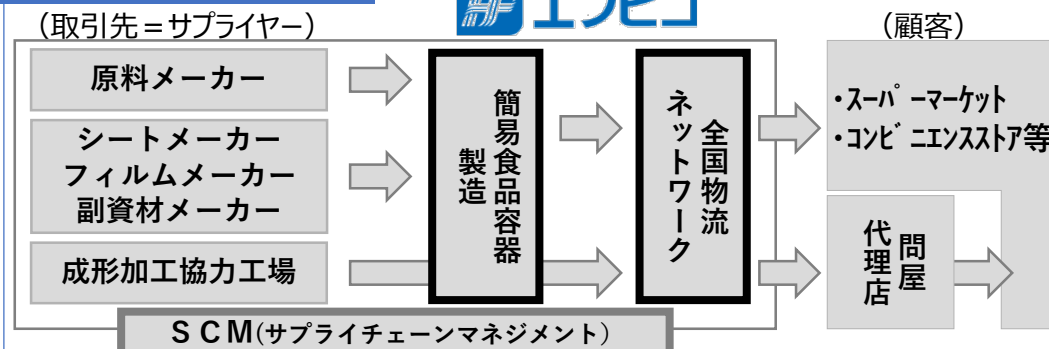
■同システム構築により、遺伝子やカルテ履歴など**個人の様々なデータを蓄積して病院や介護施設などで「共有」する仕組み**や、**個々のビッグデータから変化を捉えることで「発病の予測」に役立てる仕組み**提供を見込む

⑩「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	https://www.fpc.jp/		
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）

(株)エフピコの取引構造



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



■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。



環境配慮製品エコトレ

➤ 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ーを原料に、CO₂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(スーパー等)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

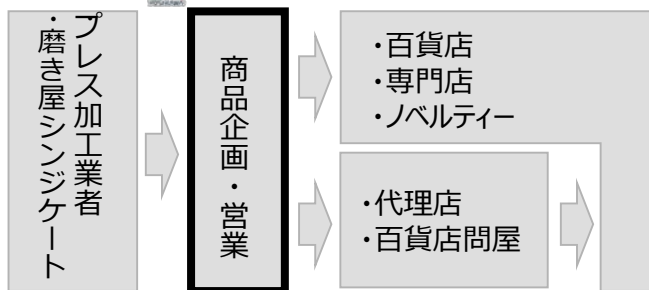
⑪ 人気商品「鏡面磨きビアタンブラー」を生んだ地元商社と磨き屋のコラボ

(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		
We b	http://www.yoshikawa-group.co.jp/		
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

(株)ヨシカワの取引構造

(取引先)  株式会社ヨシカワ (顧客)



主な取扱製品



磨き屋シンジケート
2重ビアタンブラー
(ダイヤモンドカット仕上げ)



1つ1つ丁寧に仕上げる研磨作業

「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、現在は18社で後継者を得た

連携前と連携後の販売額

2003年：1,000万円
2019年：10,000万円
→10倍！



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

⑫「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		
所在地	香川県観音寺市観音寺町甲2744-1		
We b	https://www.shimahide.com		
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

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

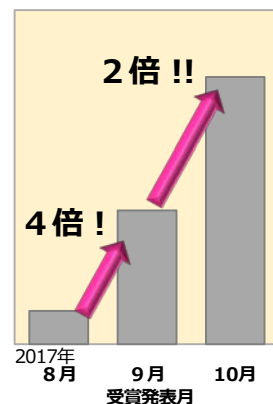
＜瀬戸内おみやげコンクール2018 (菓子・スイーツ部門)＞ 優秀賞

➢ 販売個数も右肩上がりです話題性も抜群



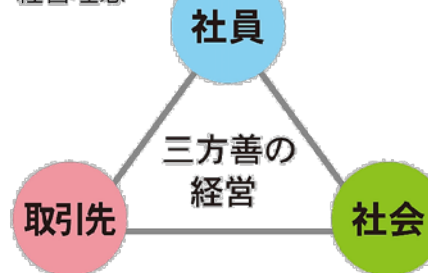
クアトロえびチーズ(カラフルな見た目だけではなく、こだわりぬいた海老煎餅に4種類の濃厚チーズソースを挟んだ一品)

「えびチーズフォンデュ」受賞後の売上高推移



三方善の経営

経営理念



1. 共に働く社員と仕事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

取引先・顧客とのWin-Win関係

- 当初は海老の殻を取り除き、その身だけで焼き上げるシンプルな「えびせんべい」がメイン商品であった
- SNSなど情報に敏感な若年層の女性を狙って、お菓子の既成概念を超えた華やかな彩のチーズ入りえびせんの開発に着手。「見て楽しんで、食べて楽しめる」商品を目指す
- 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 顧客	<u>要望に沿った商品を開発し、適正な価格で販売</u> することができ、志満秀からの広告効果も得られる
志満秀	<u>自社+取引先の販路も活用して販売</u> でき、広告効果も得られる