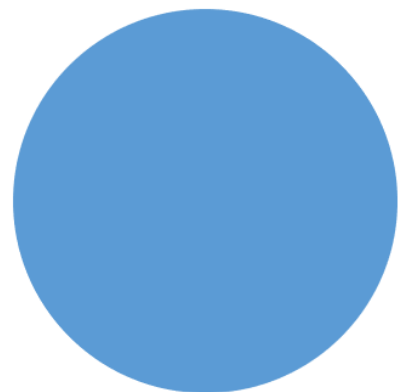




地域の中小企業と大企業が取組む 「共存共栄」事例（追加6選！）



2019年1月23日

日本商工会議所

<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	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)	1
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）	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)	2
		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)	3
		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)	4
		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)	5
C	地域との共存共栄	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)	6

※本事例は掲載企業各社の資料等をもとに日商事務局にて作成したものです

①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	https://www.fancl.co.jp		
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

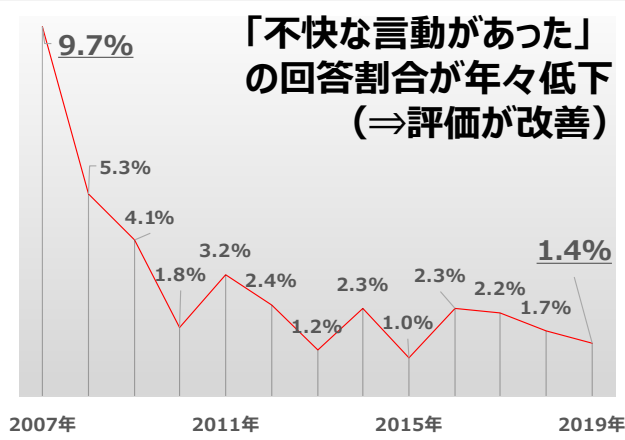
内部監査室による「取引先アンケート」の実施

■ 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

- 長期末使用金型の廃棄 (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



②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

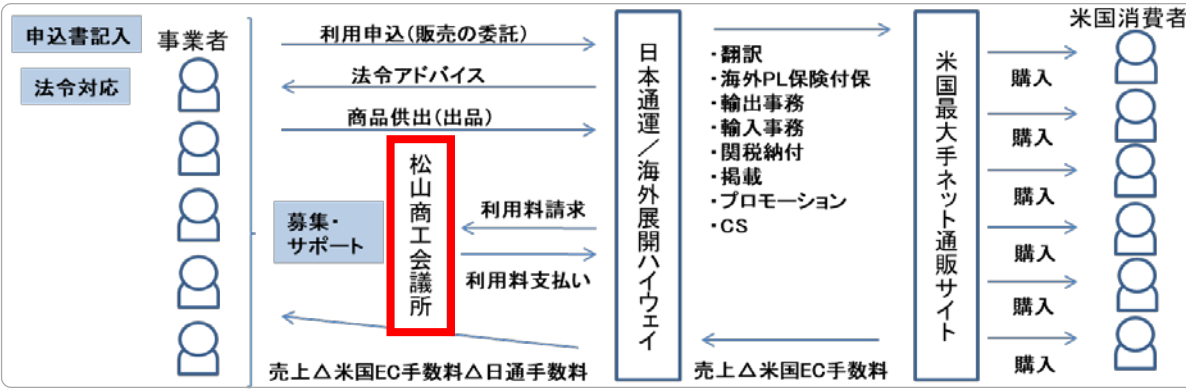
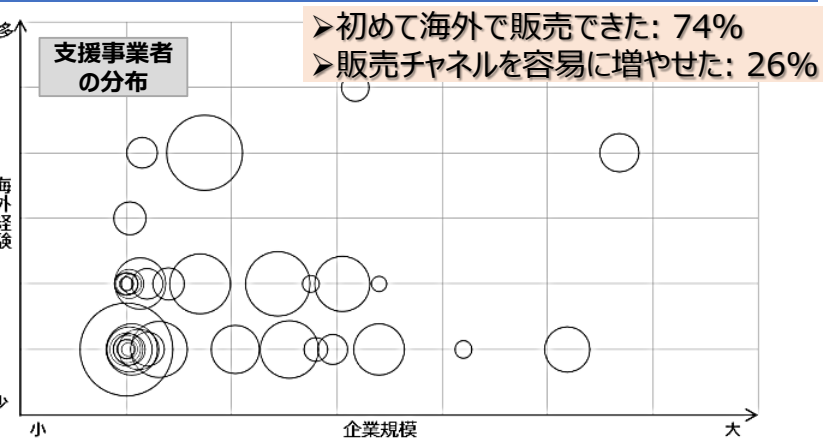
(松山商工会議所)

名称	日本通運株式会社			We Find the Way	
所在地	東京都港区東新橋1-9-3			通日本通運	
Web	https://www.nittsu.co.jp/			NIPPON EXPRESS	
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

海外ECサイトへの商品登録

ECサイトでの販売

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

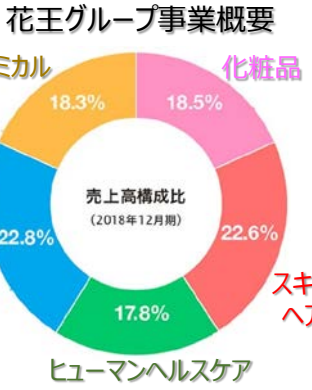
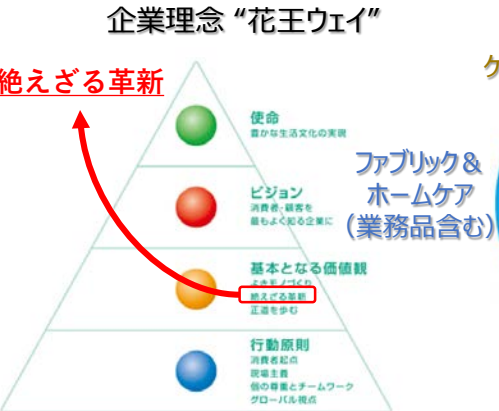
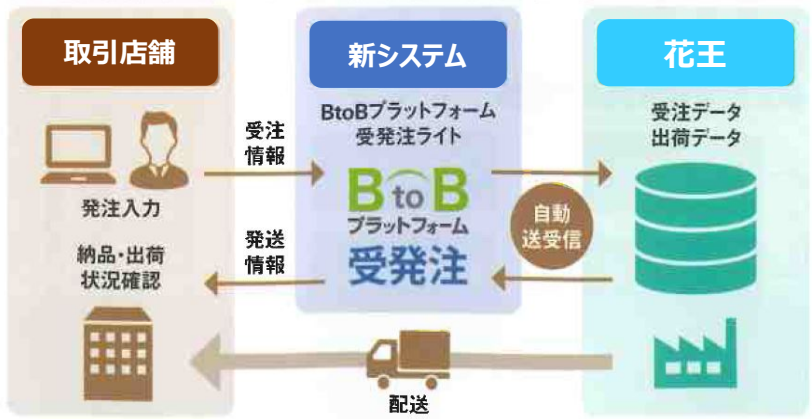
株式会社ふく紗 (愛媛県松山市) 米国初進出 着物・帯・反物を使用したオリジナルウェア・ムスリムファッション・雑貨等の企画・製造・販売	有限会社宮岡製箱所 (愛媛県松山市) 海外初進出 オリジナル木箱の企画・製造、販促用の樹のうちわ、木のカレンダー、木製品雑貨の製造		
今治タカハの礼拝マット	扇型コースター(かすり生地)	樹のうちわ	ワインのボトルツリー

③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）

(東京商工会議所)

名 称	花王株式会社 		
所在地	東京都中央区日本橋茅場町1-14-10		
Web	https://www.kao.com/jp/		
代表者	代表取締役 社長執行役員 澤田 道隆		
業 種	化学		
設 立	1887年6月	資本金	854億円
従業員数	33,664名(連結)	売上高	1兆5,080億円(連結)

業務フロー概念図



IT実装支援の取組み

■経緯・課題

- 花王グループでは、家庭向け商品受注業務の99%が自動化されているが、食品工場、ホテル向けなど業務用は6割(約1,400件/日)をFAXで受信し入力作業を外注している。
- 古い書式が使用され商品コードエラーになったり、FAX内容が読み取れなかったりすると、そのたびに確認が必要となり、業務効率の悪化を招いている。

■支援内容

- 2017年、中小企業庁の委託で共通EDIによる発注業務効率化実証実験を実施。その結果を踏まえ、取引店舗に対して、中小企業共通EDIに準拠したWeb上で発注可能な新システムを無償で提供。
- 2019年からは入出金に全銀EDIシステム(S-ZEDI)を採用している。

■メリット

<花王>

- 入力作業が無くなり、配送までの作業が自動化されたため、生産性が大幅に向上した。
- ペーパーレス化、省力化(働き方改革)につながるため、ESGやSDGsの推進にかなう。
- 今後、導入店舗数の拡大に伴い、収益面にも貢献が期待できる。

<取引店舗>

- 必要最低限の入力項目で発注が可能な新システムが、無償で利用できる。
- 発注予約、単価・品番の自動チェック等、FAXでは出来ないことが可能になる。

■実績と展望

- 2018年に全国253か所の取引店舗が新システムを利用した発注に切り替えた。
- 2019年には195の取引店舗が切り替え。最終的には、現在花王の発注書を利用している約5,000店舗全てを新システムに切り替えることを目標にしている。
- 今後は請求・納品等他の業務や、ケミカル等の他の分野への普及も目指す。



④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	http://www.kojima-tns.co.jp/ndex.html		
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

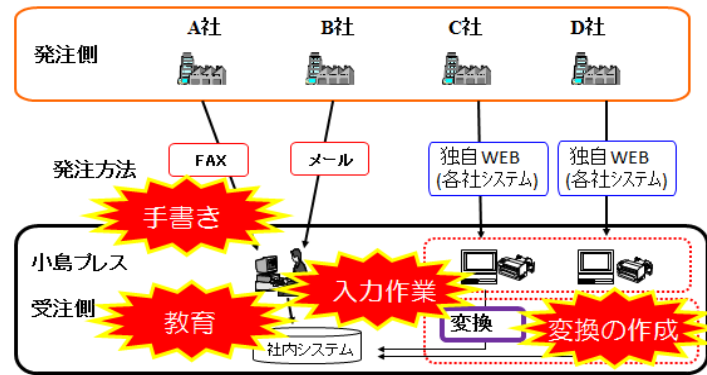
<受注側>

- 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

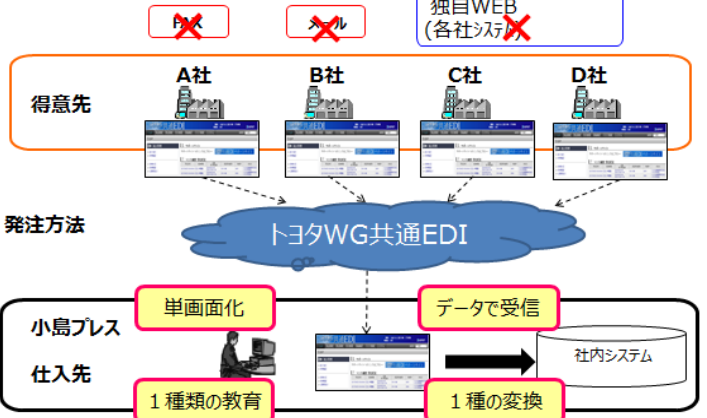
■実績

- 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

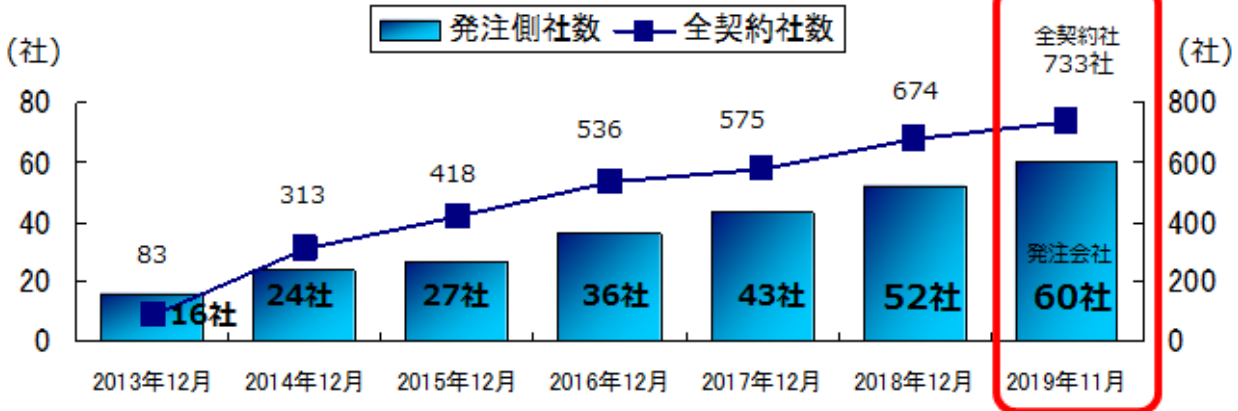
<共通EDI導入前>



<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



⑤ IoT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 ASAHI 旭鉄工株式会社		
所在地	愛知県碧南市中山町7-26		
Web	http://www.asahi-tekko.co.jp/		
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



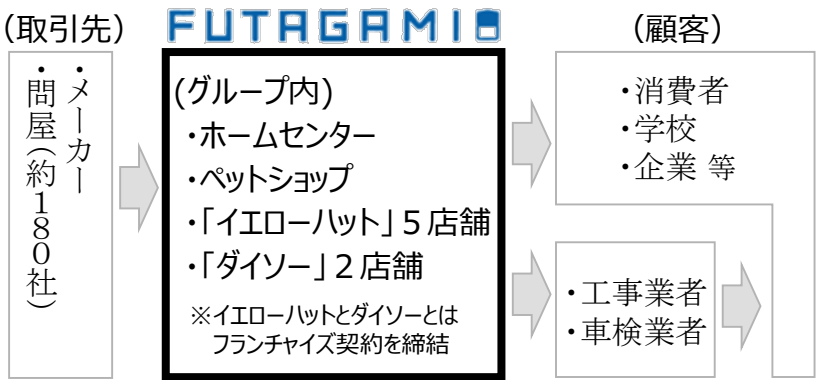
自社(左図)、外販先ともに導入効果があらわれてきている

⑥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 FUTAGAMI		
所在地	高知県南国市双葉台 1		
We b	http://www.futagami.co.jp		
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

(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～

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・当社社員が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



「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

【参考】第1回賢人会議で配布した「12選!」リスト（再掲）

	カテゴリー	企業名	テーマ	地域
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)
		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)
		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	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)
		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)
		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)
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)
		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)
		株式会社オブティム	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	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)
		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)
		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)