

月刊中央会

第784号 2023/May

令和5年5月5日号 (毎月1回5日発行)

5

月刊中央会
① (オ)

兵庫県中小企業団体中央会時報 第784号 2023年5月5日号(毎月1回5日発行)
発行所/兵庫県中小企業団体中央会 〒650-0011 神戸市中央区下山手通4丁目16番3号兵庫県民会館3階
本情報誌は組合等情報提供事業として発行しております。購読料/部30円(会員の購読料は会費に含まれています) TEL:078-331-2045

中央会からのお知らせ

兵庫県中小企業組合士協会が視察研修会を実施しました

兵庫県中小企業組合士協会は、3月23日に視察研修会を実施しました。視察研修会では、鶴野飛行場跡地(加西市)を訪問しました。鶴野飛行場跡地は国から払い下げを受け、加西市が現在管理をしています。令和4年4月にオープンした加西市地域活性化拠点施設「soraかさい」をはじめ、周辺に数多く残る防空壕など戦争遺跡群を巡りました。戦争の悲惨さを知り、平和の大切さを学ぶ貴重な場所として、幅広い年代の人たちが見学に訪れており、加西市の地域活性化への取り組みを見ることができました。

いこいの村はりま「華彩」で、参加者間で季節の料理を堪能しながら交流を深めました。昼食後は、播州織の製造・販売を行っているtamaki niime(西脇市)を視察しました。tamaki niimeでは、周辺の耕作放棄地を借りてオーガニックコットンの栽培を行うなど純国産化に取り組んでいます。また、大量生産・大量消費に疑問を抱き、showroomをはじめ、国内外で販売されるショールを中心としたアイテムは、すべて一点ものとなっています。Labでは、糸染め、縫製、加工までの一貫した工程について説明を受けました。



鶴野飛行場跡地では、周辺でも地域おこしの取り組みが行われていました。tamaki niimeでは、地域が培ってきた播州織の技術の高さを商品に活かしていました。各視察先の歴史を尊重しつつも既存概念にとらわれない取り組みにとっても感銘を受けました。
<担当:連携推進課 林・赤松>

決算関係書類等の提出をお忘れなく!

中小企業組合は「中小企業等協同組合法」及び「中小企業団体の組織に関する法律」に基づき、決算関係書類等を所管行政庁に提出する義務があり、提出を怠ると所管行政庁の職権による解散命令の対象となる場合があります。また、登記申請については、怠ると過料の制裁(20万円以下)を受けることがあります。各種書類の作成や提出先についてご不明な点がございましたら兵庫県中央会までお問い合わせください。

◆所管行政庁

	提出期限
決算関係書類	総会又は総代会終了の日から2週間以内(毎年)
役員変更届	変更のあった日から2週間以内
商工組合(同連合会)の組合員(会員)異動報告	事業年度の最初の月の15日まで



◆法務局

	申請期限
代表理事の変更登記	新代表理事が就任してから2週間以内(従たる事務所においては3週間以内) ※重任(再任)の場合も申請が必要
出資の変更登記	事業年度終了後4週間以内

中小企業のための 地震・津波の補償「地震特約」

ひょうご共済の火災共済に特約としてご加入いただける制度です。

ひょうご共済 地震特約

“ひょうご”の中小企業を補償でサポート!



特集 令和4年度連携組織活路開拓調査・実現化事業成果報告VOL.1

■中央会事業

- ◇令和4年度連携グループ集中支援事業成果報告
- ◇令和4年度小規模事業者組合等IT化支援事業成果報告

■情報レポート

県内中小企業の主要各指標は、年度末を迎え、概ね改善したが、電力料金の値上げなどの物価上昇や人手不足の懸念が引き続き生じている。

■お知らせ

- ◇事業再構築補助金(第10回)の公募
- ◇障害者の法定雇用率引上げと支援策の強化について
- ◇スタートアップ創出促進保証制度の取扱いを開始しました

■コラム

- ◇中小企業のための経営レポート
困っていませんか、値上げをどのようにしていくか
～QCDからQVDへの転換～
神戸経営研究所 代表 塔筋 幸造

■中央会からのお知らせ

- ◇兵庫県中小企業組合士協会が視察研修会を実施しました
- ◇決算関係書類等の提出をお忘れなく!

令和4年度連携組織活路開拓調査・実現化事業 成果報告 VOL.1

～中央会の支援事業で取り組んだ内容をご紹介します！～

①きっかけ ②取り組み内容 ③支援の結果や今後について

テーマ 組合ホームページリニューアル 提供情報増強

①見やすいホームページ作り

兵庫県室内装飾事業協同組合は、室内装飾用資材および製品の販売もしくは加工を行う事業者または室内装飾工事を行っている事業者によって構成された組合である。今まで使っていたホームページがサーバの問題もあり、更新や編集作業等が難しい状況であった。スマートフォンでの閲覧にも即しておらず、一般的形式ではなく旧態然のままでもあったので内容の刷新が必要だと感じていた。

これらの理由から本事業を活用して、一般消費者向けに安心できる内装施工業者として組合と構成組合員を認知してもらい物件受注につなげるためのホームページ改修と組合の認知度向上のための組合のロゴマークの作成を行うこととなった。

②ホームページの刷新に向けて

組合員とホームページ制作会社が集まり、どういうホームページにしたいかを話し合った。組合側からは、「一目で改修したことが分かるデザイン」「各項目へ分かりやすく移れる構成」「一般消費者に組合の事業が分かりやすく伝わること」「内装施工の際に組合員を使うメリットが感じられるような内容」といった意見が出た。その他にも「組合員からの投稿が反映できるよう内容を変更しやすいプログラムの構築」「スマートフォン対応」等の組合事務局からの要望を伝えた。

その後、制作会社から仮作成したホームページの提示があり、その内容について検討を行った。ホームページのタイトルバック等に使用されている色目の変更、仮設定されている各項目の文言・写真の変更等、制作会社に任せる部分もあれば、こだわって制作したいという思いから文言や写真を自分たちでも作成し、理想的なホームページ完成を目指した。

③ホームページリニューアル

9月中旬ごろにホームページが完成し、お披露目をした。組合員や顧客からはホームページ全体が旧のものとは比べ見やすくなり、探したい項目がすぐに見つかる等分かりやすくなったとの声が多かった。

組合員からの情報提供については組合事務局が窓口となり、他の組合員に共有したい有益な情報をもらい、投稿するようにしている。(利用者からの問い合わせ対応も事務局がしている) 現在、投稿数はまだ少ないが、今後は全組合員から情報をもらいホームページをより良いものにしたい。加えて、新しくなったホームページがどれだけ利用客の関心を集められるのかを調べるため、ホームページのアクセス数を解析し、組合活動に活かしていきたい。

また、作成した組合のロゴマークについても積極的に活用し、組合の認知度をより上げていきたい。



リニューアル後のホームページ



ロゴマーク

【組織概要】

組合(グループ)名	兵庫県室内装飾事業協同組合
住所	兵庫県神戸市中央区中山手通 3-12-6
ホームページ	https://www.hyosokyo.jp/

<担当: 連携推進課 林>

テーマ オリジナル敷ふとんと羽毛掛けふとんの開発

①地域のふとん屋さんの持続可能な経営を目指す

日本の寝具業界は、ECサイトやSPA(大手企業による製造小売業態)等の台頭により、旧来の商業地に位置するいわゆる地域のふとん屋さんの経営環境は、非常に厳しい状況である。そんな中、全国の寝具専門店を核とし、寝具の製造にかかわるメーカーも加盟して2018年に「まちの、いえ」協同組合を設立した。

組合では、適正な収益性を確保し、後継者が魅力的であると判断できるビジネスの実現に向けて、組合員同士が常に情報交換して課題の発見と解決に取り組んでいる。

②寝具専門店の顧客に寄り添うセールスを強化

今回、組合では、地域のふとん屋さんの販売力強化のために次の2つのテーマに取り組んだ。

(1) 家庭で洗える敷ふとんの開発

新型コロナウイルス感染拡大以降、清潔さと良質な睡眠が求められているが、市場に流通する「洗える敷ふとん」は、まだまだユーザーが満足できる性能に達していない。そこで、寝具メーカーも加入する当組合では、快適睡眠と家庭用洗濯機で洗える機能性を両立した新商品の開発に取り組んだ。

完成した敷ふとんは、頭から足まで上下3パーツ、また床からの厚さも3パーツ、合計9パーツに分解でき家庭用洗濯機へ簡単に収まる。また、使う素材を厳選したことで、快適に睡眠できるクッション性と干す時の軽さ・乾きやすさを兼ね備えている。

(2) ユーザーの生活スタイルに合わせた快適性の提案

ふとんの暖かさを表す指標として保温係数(TOG値)がある。ただし、TOG値が高いほど快適睡眠を得られるわけではない。通常、部屋の暖房とふとんの組み合わせで体を温めるので、寝室温度に合ったTOG値のふとんを選ぶことが重要である。組合で扱う掛ふとんのラインナップについて、研究機関でTOG値を計測するとともに、消費者にも分かりやすい商品タグを作成した。

③メンバーの特長を活かした組合活動の発展

「まちの、いえ」協同組合では、組合員である寝具専門店と寝具メーカーの強みをうまく引き出せている。地域のふとん屋さんが、お客さんとの交流で消費者の潜在ニーズを収集し、寝具メーカーの技術力で商品化する。そして再び地域のふとん屋さんが、対面販売でお客さんのライフスタイルに合った寝具と快適睡眠の情報を提供する。

こうした活動を繰り返すことで商品の改良を重ね、販売を実現し、協同組合が地域のふとん屋さんの事業継続に寄与していくことを目指している。



洗える敷ふとん「クレイランドリー」



TOG値を説明する商品タグ

【組織概要】

組合(グループ)名	「まちの、いえ」協同組合
住所	兵庫県神戸市中央区東町 126 番地 神戸シルクセンタービル8F
ホームページ	https://www.machino-ie.jp/

<担当: 総務課 佐藤>

令和4年度連携グループ集中支援事業 成果報告

事業化への足掛かりを作ることを目的に、地域資源の活用、都市と農村の交流等により地域活性化等に繋がる取組みに着手する組合等連携グループの実施計画の策定や実験的事業等を集中的に支援しました。

テーマ 播州織機屋の新ビジネスモデル開発～D2Cにおける地域創生のIT化～

支援先 機屋ブランド発信プロジェクトチーム(橋本裕司織布、播磨染工株式会社)

■事業実施の背景■

播州織産地は先染織物では国内最大級の産地として約230年の歴史がある。海外の高級ブランドや国内の名だたるブランドに採用されているなど高品質な織物を世に出しており、「ガチャマン(ガチャンと機械を動かせば1万円儲かる)」という言葉に比喻されたように好景気な時代(1950年代～70年代)もあった。

しかし、変動相場制、プラザ合意を経て内需に転換していたところ1990年代初頭にバブル経済が崩壊し、産地も大きなダメージを受け、さらに2000年代に起きたグローバリズムで製造の拠点が人件費の安い海外に移り、リーマンショックを受けて内需が激減した。これらのことから、もともと少なかった機屋の後継者・後継予定者が辞めていく動きが加速し、後継者がいなくなりました。また、せっかくブランドに生地が採用されても、産地や機屋の名前が市場に出ることはなく、「播州織」の認知度が低いことも長年の課題であった。

■取組み内容■

現在も続く機屋は3代目が多く、4代目もいて長く技術を研鑽し、高級ブランドに採用される高い技術力を保有している。この技術力を活かして商品開発を行い、ITを活用して商品をエンドユーザーへ直接訴求できれば、工場経営に適した利益を得る仕組みを作ることができると考えた。具体的には、機屋がオリジナル生地と商品開発をし、サイトを構築できる事業者と組み、D2C体制を構築した。加えて、播州織業界及び産地の活性化を図るため、地域創生の社会実験を試みた。

■成果■

今回のチャレンジで一番大変だったのはオリジナル生地の開発であった。産地内外の様々な方の協力のもと、播州織と機屋自身の新しい未来を創る、オリジナル生地「流風織(りゅうふうおり)」の開発に成功した。生地の特徴は、伸縮性があり、まるで包みこまれたような優しい質感で、とても軽く、長時間着ても疲れにくい。更に空気を挟み込んでいるので、暖かな気候でも肌離れがよい。

また、本事業をきっかけに、流風織の生地を使用した商品を開発・販売する機屋のファクトリーブランド「HASHIMOTO Vintage」を立ち上げることができた。



オリジナル生地「流風織」の試作



「流風織」生地圧縮の比較写真



新ブランド「HASHIMOTO Vintage」

テーマ 岩津ねぎの新規加工原料の開発

支援先 岩津ねぎ生産グループ(株式会社 NOUEN、中林俊則)

■事業実施の背景■

兵庫県の伝統野菜の一つである「岩津ねぎ」は生野銀山が栄えた江戸時代後期から冬季に収穫できる貴重な野菜として栽培されているが、栽培管理や収穫が殆ど手作業で行われており、大規模栽培が可能な他地域・品種の葱に埋もれてしまい、認知度を上げることができていない。加えて、苗の他地域への持ち出し禁止

や出荷時期の制限、生産者の高齢化等もあり作付面積が伸び悩んでいる。

現在は展示会への積極的な出展や営業活動の成果もあり、都市部の百貨店や高級スーパーでの販売も増えてきている。しかし、青果では通年販売は困難であることから、加工品のラインナップを増やし、販路の拡大と通年販売を行うことで「岩津ねぎ」の認知度向上を図る。

■取組み内容■

「岩津ねぎ」の特徴は甘味であるが、様々な産地・品種の農作物の加工品が「甘い」等のキーワードを付けて販売されている。他社との違いを打ち出すためにも、成分分析を行うことで特徴である甘味を数値化して、商品開発及びブランディングの強みとして活用することにした。

加えて、今まで冬季限定の「岩津ねぎ」を冷凍保管し、加工していたが、葱特有の成分が冷凍されるとどうしても苦味となることが課題となっていたため、冷凍加工の方法も見直し、より甘味を引き出した加工方法による原料開発も行った。

■成果■

近年需要が増している「生ドレッシング」を、「岩津ねぎ」を使用して開発してほしいという小売店側の声に応えるべく試作開発を行い、3種類の「生ドレッシング」が完成した。今後は商品化し、高級スーパーや飲食店への販路開拓を目指す。

また、加工方法の見直しで甘味を保持したまま冷凍保存することが可能になったので、規格外(出荷の10～15%程度)の「岩津ねぎ」を多くの生産者から買い取ることができ、将来的に廃棄量も減らすことも期待できる。



生ドレッシングの試作品

<担当: 連携推進課 巽>

令和4年度小規模事業者組合等IT化支援事業 成果報告

兵庫県中央会では、県内3事業者((株)神栄、兵庫ITエレクトロニクス研究会、灘中央市場協同組合)を対象にホームページ作成を支援しました。ホームページ作成にあたっては、職業訓練校である創造社リカレントスクール三宮校のWeb制作コース受講生がページデザインを行いました。ページデザインの打合せ時には受講生から事業内容などについて様々な質問が行われ、事業者も質問に対しわかりやすいように工夫しながら回答を行っており、大変活気にあふれていました。その後、受講生が各事業所を訪問し、写真撮影を行うなど、互いに協力しながらホームページの作成を行いました。各事業者は受講生から提案された複数のデザインの中から迷いながらも1案を採用し、採用したデザインは自社のホームページに使用されています。

今回ホームページ作成を行った事業者からは「ホームページ作成を通じて、自分たちの業界が第三者にどのように映るのか再確認できた」との声も聞かれました。ホームページの作成を通じて自社のターゲットやターゲットに対するアプローチ方法を再検討するきっかけにもなったようでした。

◆兵庫ITエレクトロニクス研究会◆



URL: <https://www.hyogo-ele.com/>

◆灘中央市場協同組合◆



現在公開に向け手続き中



URL: <http://hatopotti.com/>

<担当: 情報企画課 中橋>



情報レポート

令和5年4月20日集計

概況

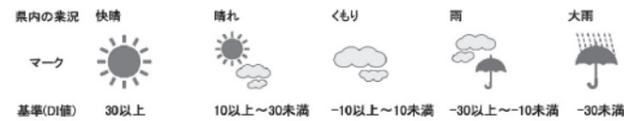
県内中小企業の主要各指標は、年度末を迎え、概ね改善したが、電力料金の値上げなどの物価上昇や人手不足の懸念が引き続き生じている。

日銀が3日に公表した3月の全国企業短期経済観測調査(短観)で、大企業製造業の業況判断指数は、5期連続で悪化した。物価上昇が景況感を下押ししている

とされる。一方、県内の中小企業は、経済活動に制限のない中、年度末を迎え、各指標は改善された。但し、回復が鈍いと捉える向きもある。また、人手不足や物価上昇、特に電力料金の値上げは、価格転嫁の難しさがある中で、中小企業経営に対して先行きの不安を生じさせている。

業種別景況天気図(前年同月比) 令和5年3月(4月集計)分

業種	項目	景況	売上	収益	資金
製造業	景況	-15%	6%	-12%	-6%
	天気	曇り	晴	曇り	曇り
非製造業	景況	6%	24%	-15%	-12%
	天気	晴	晴	曇り	曇り
総合	景況	-4%	15%	-13%	-9%
	天気	曇り	晴	曇り	曇り



●●●●● 業界の声 ●●●●●

製造業

食料品..... 全体的には、昨年同時期より客数・売上げともにアップしているが、原材料高騰、公共料金・人件費等増加にて経営的には厳しい状況が続いている。賃金のベースアップについても、人材確保の観点から通常より率を高め社員全体に実施している。販売価格(値上げ)については毎月品種を決め数品ずつ改定している。

繊維工業..... 生産数量は微減であるが、価格改定により若干売上げが増加しているものの、電力料金をはじめ部品等の価格が高騰しているため、コストが高んでいる。

紙・紙加工品..... 最近では全ての商品が万遍なく値上がりしている。やはりこうしたことで、消費が低迷している。物の値段が上がると物が出なくなるので、それに合わせて箱の出荷量も減少する。石炭の値上げ幅は4倍になっている。

鉄鋼・金属..... 今後、製鋼所が材料の値上げを再度予定しており、度重なる値上げ交渉をしていかななくてはならない厳しい状況にある。

輸送機器..... 前年同月比8.0%の増収であった。新年度からは、もう少し増えることを期待している。しかしながら、主要取引先の船舶、機械部門において、急激に操業が上がることは考えにくく不透明感が残る。

その他..... 昨年の秋以降から受注の対前年度比において減少傾向が続いている。これに伴い、在庫不足が改善しつつある。今後においてはこの流れに加え、運送費・材料費の高騰に伴う資材価格の見直しの影響も懸念される。

非製造業

卸売業..... 商品価格、その他諸々の経費増の中で、従業員給与の見直しを迫られている。取引高が増加している企業と漸減傾向にある企業との差異が顕著になってきている。

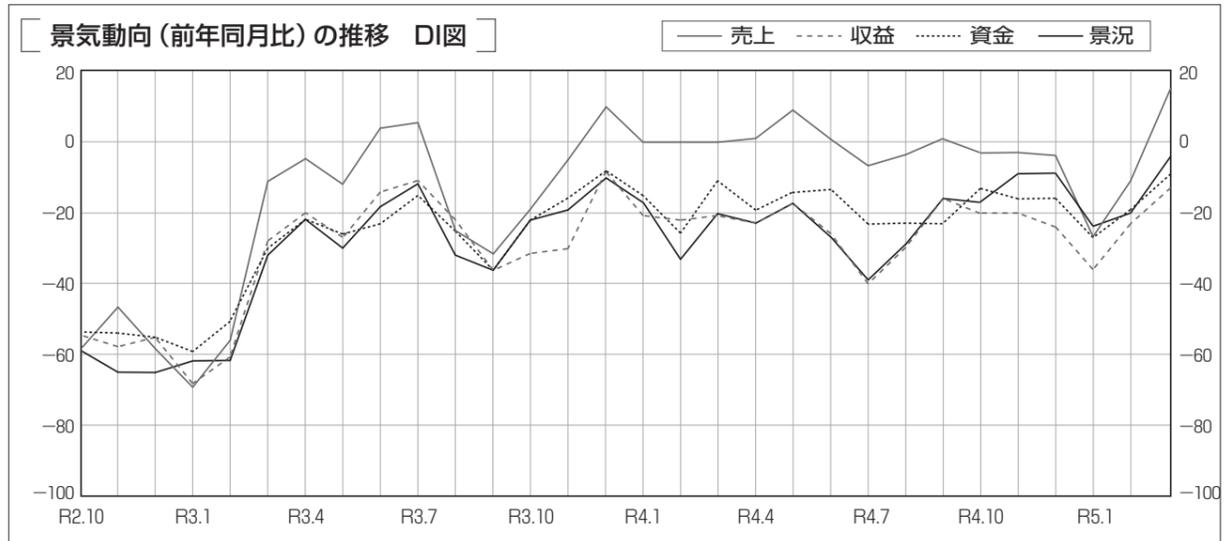
小売業..... コロナ禍の低迷時と比較すると、多少活気があるとも言えるが、具体的に数字として現れるのはまだ先ようだ。我々の業界(家電小売店)においては、ただ商品売るだけでなく、補助金のある事業に積極的に取り組んだり、工事を伴う商品をより多く売る店が業績を上げている。

商店街..... 新型コロナの影響も少なくなり他府県の観光客の車も増えてきている。観光客向けの店舗等は売上げの回復が見られるが、地元向けの店舗は現状維持、または仕入価格の高騰を販売価格に全額転嫁も困難なので利益率の低下が見受けられる。

サービス業..... 選挙に伴う公示看板や事務所開き及び選挙カーなどによる仕事量は増加しているが、売上げが伸びても人手不足や材料費高騰などで収益増が望めず苦しい状況を打破できていないのが現状である。

建設業..... 令和4年度末は、仕事量が集中しすぎたが、事業所により格差もある。人材不足が続いている。

その他..... 契約させて頂いている商品の単価を値上げするべく交渉した組合員は多い。一方で、値上げ後、お客様にて使用方法などを変更され、使用数量そのものが減少してしまった場合もある。



事業再構築補助金(第10回)の公募

新市場進出、事業・業種転換、事業再編、国内回帰又はこれらの取組みを通じた規模の拡大等、思い切った事業再構築に意欲を有する、中小企業等の挑戦を支援します。

事業類型	補助金額	補助率
成長枠	100万円~7,000万円	中小企業者等 1/2
グリーン成長枠(エントリー)	100万円~1億円	(大規模な賃上げを行う場合 2/3)
グリーン成長枠(スタンダード)	100万円~1.5億円	中堅企業等 1/3
卒業促進枠	成長枠・グリーン成長枠の補助金額上限に準じる	(大規模な賃上げを行う場合 1/2)
大規模賃金引上促進枠	100万円~3,000万円	中小企業者等 1/2
産業構造転換枠	100万円~7,000万円	中堅企業等 1/2
最低賃金枠	100万円~1,500万円	中小企業者等 3/4
物価高騰対策・回復再生応援枠	100万円~3,000万円	中堅企業等 2/3
		中小企業者等 2/3
		中堅企業等 1/2

※補助金額は従業員数によって異なります。

対象経費の例 建物費、機械装置・システム構築費、技術導入費、外注費、広告宣伝費・販売促進費、研修費等

応募締切 令和5年6月30日(金) 18:00

詳細はコチラ⇒<https://jigyousaikouchiku.go.jp/>

お問い合わせ 事業再構築補助金事務局コールセンター

<ナビダイヤル>0570-012-088 <IP電話用>03-4216-4080

新型定期預金 マイハーベスト

高めの金利設定(当金庫内比較)

1年、2年、3年から期間が選べる

お預け入れは50万円から



商工中金

●神戸市役所南側西入る

神戸支店

〒650-0032 神戸市中央区伊藤町111
☎078(391)7541

●市民会館東隣

姫路支店

〒670-0015 姫路市総社本町111
☎079(223)8431

●労働福祉会館前

尼崎支店

〒660-0096 尼崎市東難波町5-19-8
☎06(6481)7501

事業主のみなさまへ

障害者の法定雇用率引上げと支援策の強化について

障害に関係なく、希望や能力に応じて、誰もが職業を通じた社会参加のできる「共生社会」実現の理念の下、全ての事業主に、法定雇用率以上の割合で障害者を雇用する義務があります。この法定雇用率の引上げと、障害者雇用の支援策の強化についてお知らせいたします。

Point ① 障害者の法定雇用率が段階的に引き上げられます。(令和6年4月以降)

	令和5年度		令和6年4月		令和8年7月
民間企業の法定雇用率	2.3%	⇒	2.5%	⇒	2.7%
対象事業主の範囲	43.5人以上		40.0人以上		37.5人以上

▶ 障害者を雇用しなければならない対象事業主には、以下の義務があります。

- ◆ 毎年6月1日時点での障害者雇用状況のハローワークへの報告
- ◆ 障害者の雇用の促進と継続を図るための「障害者雇用推進者」の選任（努力義務）

Point ② 除外率が引き下げられます。(令和7年4月以降)

除外率が、各除外率設定業種ごとにそれぞれ10ポイント引き下げられ、令和7年4月1日から以下のように変わります。(現在除外率が10%以下の業種については除外率制度の対象外となります。)

除外率設定業種	除外率
・非鉄金属第一次製錬・精製業 ・貨物運送取扱業（集配利用運送業を除く）	5%
・建設業 ・鉄鋼業 ・道路貨物運送業 ・郵便業（信書便事業を含む）	10%
・港湾運送業 ・警備業	15%
・鉄道業 ・医療業 ・高等教育機関 ・介護老人保健施設 ・介護医療院	20%
・林業（狩猟業を除く）	25%
・金属鉱業 ・児童福祉事業	30%
・特別支援学校（専ら視覚障害者に対する教育を行う学校を除く）	35%
・石炭・亜炭鉱業	40%
・道路旅客運送業 ・小学校	45%
・幼稚園 ・幼保連携型認定こども園	50%
・船員等による船舶運航等の事業	70%



厚生労働省・都道府県労働局・ハローワーク

LL050301雇障01

Point ③ 障害者雇用における障害者の算定方法が変更となります。

▶ 精神障害者の算定特例の延長（令和5年4月以降）。

週所定労働時間が20時間以上30時間未満の精神障害者について、当分の間、雇用率上、雇入れからの期間等に関係なく、1カウントとして算定できるようになります。

▶ 一部の週所定労働時間20時間未満の方の雇用率への算定（令和6年4月以降）。

週所定労働時間が10時間以上20時間未満の精神障害者、重度身体障害者及び重度知的障害者について、雇用率上、0.5カウントとして算定できるようになります。

Point ④ 障害者雇用のための事業主支援を強化（助成金の新設・拡充）します。(令和6年4月以降)

※詳細が決まり次第、別途ご案内予定

▶ 雇入れやその雇用継続に関する相談支援、加齢に伴う課題に対応する助成金を新設します。

- ◆ 障害者雇用に関する相談援助を行う事業者から、原則無料で、雇入れやその雇用継続を図るために必要な一連の雇用管理に関する相談援助を受けることができるようになります。
- ◆ 加齢により職場への適応が難しくなった方に、職務転換のための能力開発、業務の遂行に必要な者の配置や、設備・施設の設置等を行った場合に、助成が受けられるようになります。

▶ 既存の障害者雇用関係の助成金を拡充します。

障害者介助等助成金（障害者の雇用管理のための専門職や能力開発担当者の配置、介助者等の能力開発への経費助成の追加）や職場適応援助者助成金（助成単価や支給上限額、利用回数の改善等）の拡充、職場実習・見学の受入れ助成の新設など、事業主の皆様の障害者雇用の支援を強化します。

Q & A

Q1. 障害者雇用納付金の取扱いはどうなるのでしょうか？

- A1. ①令和6年度分の障害者雇用納付金について（※申告期間：令和7年4月1日から同年5月15日までの間）
新しい法定雇用率（2.5%）で算定していただくこととなります。
- ②令和8年度分の障害者雇用納付金について（※申告期間：令和9年4月1日から同年5月17日までの間）
令和8年6月以前については2.5%、
令和8年7月以降については2.7%で算定していただくこととなります。

Q2. 障害者を雇用する場合に活用できる支援制度はありますか？

- A2. 障害者雇用のための各種助成金や職場定着に向けた人的支援など、様々な支援制度をご利用いただけます。サポートを実施している機関は様々ありますので、まずは事業所管轄のハローワークにご相談ください。

▶ 「障害者雇用のご案内」：<https://www.mhlw.go.jp/content/000767582.pdf>

Q3. 法定雇用率及び除外率制度について、国や地方公共団体等の取扱いはどう変わりますか？

- A3. 国や地方公共団体等の法定雇用率については、令和5年度は2.6%、令和6年4月1日から2.8%、令和8年7月1日から3.0%と民間企業と同様に段階的に引き上げとなります。除外率制度についても、同様に10ポイント引き下げられます。

なお、都道府県等の教育委員会の法定雇用率については、令和5年度は2.5%、令和6年4月1日から2.7%、令和8年7月1日から2.9%となります。

経営者保証不要!!
創業期の会社を対象とした
新しい保証制度

スタートアップ創出促進保証制度の 取扱いを開始しました

令和5年3月15日から新たな保証制度「スタートアップ創出促進保証制度」の取扱いを開始しました。本制度は会社設立による創業をお考えの方や創業間もない会社を対象に、経営者保証を不要とする新しい保証制度です。概要については以下の通りですので、ぜひご利用ください。

「スタートアップ創出促進保証制度」の制度概要

対象者	次のいずれかに該当する方 ①事業を営んでいない個人で、2か月以内*に会社を設立し事業を開始する具体的な計画がある方 <small>※市区町村が実施する認定特定創業支援等事業により支援を受けて創業する方は、6か月以内となります。</small> ②分社化により別会社を設立して事業を開始する予定の会社 ③事業を営んでいない個人が設立した会社で、設立から5年未満の会社 ④分社化により別会社として新たに設立した会社で、設立から5年未満の会社 ⑤事業を営んでいない個人が開始した事業を法人化し、個人創業時から5年未満の会社 <small>なお、ご利用いただける会社の企業形態は、会社法に定める株式会社、合名会社、合資会社、合同会社です。</small>		
自己資金要件	創業を予定されている方、または税務申告1期末終了の方は、創業資金総額の1/10以上の自己資金が必要となります。		
資金使途	運転資金及び設備資金	保証限度額	3,500万円(創業関連保証および再挑戦支援保証と合算)
保証期間	10年以内(うち据置期間1年または3年以内*) <small>※次のいずれかに該当する場合、3年以内とすることができます。なお、プロパー借入とは、信用保証協会の保証を付さない借入をいいます。</small> ①本保証付借入と原則同時に、申込金融機関からプロパー借入をする。 ②保証申込時に申込金融機関においてプロパー借入の残高がある。		
連帯保証人	<u>不要</u>	担保	不要
保証料率	0.70% (創業関連保証の保証料率に0.20%上乘せ)		
貸付利率	金融機関所定利率	保証割合	責任共有制度対象外(100%保証)
必要書類	所定の申込書類のほか、創業計画書(スタートアップ創出促進保証制度用)が必要となります。		
その他注意事項	本制度を利用した方は、原則として会社設立から3年目と5年目に、中小企業活性化協議会によるガバナンス体制の整備に関するチェックを受け、「ガバナンス体制の整備に関するチェックシート」を金融機関に提出する必要があります。また、金融機関は、提出された「ガバナンス体制の整備に関するチェックシート(写)」について、創業者がガバナンス体制の整備に関するチェックを受けた月の翌月以降に到来する4月又は10月のいずれか早い月に保証協会に提出する必要があります。		

※ 上記は概要です。詳細については各事務所・支所にお問い合わせください。

HPはこちらから



兵庫県信用保証協会
CREDIT GUARANTEE CORPORATION OF HYOGO-KEN

〒651-0195
神戸市中央区浪花町62番地の1
TEL.078-393-3900(代表)



中小企業のための 経営レポート

困っていませんか、値上げをどのように していくか～QCDからQVDへの転換～

神戸経営研究所 代表 **塔筋 幸造** (中小企業診断士・MBA経営管理修士)

近年の物価の高騰は、国際情勢の変化などの影響を受けながら企業経営に新たな転換点を迫っています。食品関係の企業でも原材料の高騰や品不足などを背景に「値上げ」を実施する必要に迫られ、①内容物の量を減らして実質単価をあげる方法や②価格自体の見直しを実施する方法などで対応している企業が多くあります。

しかし値上げは採算の向上には繋がりますが、お客様からみれば商品価値が増えることではありません。現在の環境にあって、この「値上げの必要性」をチャンスとして、別の価値を提案する企業が成果を上げているのも事実です。例えば乳飲料大手ヤクルトは、新しい効用(ストレス低減や睡眠改善)を提案した新製品Yakult1000を発売し業績が好転しています。従来価格ラインからみれば大幅な値上げではありませんが、お客様が感じる価値に訴求したことで、売り場では争奪戦が展開されています。これは価格が[コスト]の積み上げで必要な利益を得ようとするのではなく、商品の価値[バリュー]から提案し価格を決定していこうという考え方を指します。

QCDとは、一般的には、Quality(品質)・Cost(コスト)・Delivery(納期)の頭文字をとったものです。特に製造業において、欠かすことのできない重要な要素だと言われています。どの要素も可能な限り向上させようと、多くの製造現場で努力が重ねられています。もちろん製造業以外でも、このことは重要とされています。例えば営業の品質・営業コスト・営業時間管理といったこととなります。

しかしながらコスト低減だけに注力するのは良いのでしょうか?cost(コスト)はカタカナでもよく使われますが、英語では動詞でも使われ「(お金・費用などが)かかる」の意味で用いられます。もちろんコストを下げるのは重要ですが、その視点では必ず価格競争に埋没してしまいます。視点を変えてQVDの考え方をしてみませんか。

Quality (品質)
Value (バリュー【価値】)
Delivery (納期)

コスト(C)をバリュー(V)【価値】、特にお客様の価値に置き換えてみるとよく分かります。つまり価値をつくることにフォーカスが当たります。

マーケティングの4Pという考え方があります。これらは、マーケティングつまり商品・サービスを消費者に売るために考えるべきことを列挙したものです。この4つは、企業目線での考え方です。

Product	(製品)
Price	(価格)
Place	(販売ルート)
Promotion	(販売促進)

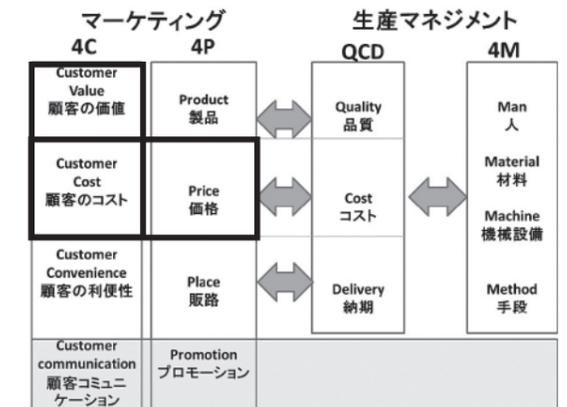
これに対して、<マーケティングの4C>は、顧客側にとった視点です。そのサービスや製品が顧客、つまりお客様にとってどんな価値をもたらすかという視点で考えることが第一です。

Customer Value	(顧客にとっての価値)
Cost to the Customer	(顧客の負担)
Convenience	(入手の容易性)
Communication	(コミュニケーション)

作ったサービスや製品を市場に投入していかにして売れるかを考える「4P」の考え方は異なるもので、あくまでもお客様の目線としての価値からスタートしています。その価値を手に入れるのにどれだけのコストがかかるか。またそのサービスや製品にどのくらいのコスト負担ができるのかを考えることです。4Pと基本的にはおなじことですが、消費者のコストであるという視点で価格設定を考えようということです。

この方法なら、お客様が価値を感じることができたら、そのための支払うコストという形で「価格」を決定することができます。価格決定権が自社にあるという考え方です。

扱っている商品・サービスの価値を価格で表現してみませんか。そして自信を取り戻してみませんか。



Profile



神戸経営研究所 代表 **塔筋 幸造**
(中小企業診断士・MBA経営管理修士)

【経歴】
神戸大学経営学部卒業。
父の事業(木材販売業)を承継し、仲間とともにパソコンソフト会社を起業し現在も運営。

「商売は芸術」のコンサルティングポリシーのもと、創業支援から戦略策定まで幅広い分野でコンサルティングを行っており、各地の創業塾や後継者塾で多数講師を務める。
兵庫県中小企業診断士協会副会長
◇ホームページ: <https://www.kmba.co.jp/>