

時事の話題

■景況について

新たな「骨太の方針」と「成長戦略」が閣議決定された。これまで求めてきた法人実効税率の引き下げが、成長戦略として明確に掲げられたことを高く評価している。安倍首相には強いリーダーシップでこの成長戦略を具現化し、加速して実行することを期待するとともに、「経済最優先」を貫いていただきたい。まずは、法人減税を先行し、税率 20%台への引き下げを早期に実現していただきたい。

一方で、法人実効税率の引き下げに伴う代替財源の確保については、中小企業を代表する商工会議所の立場として、外形標準課税の対象を中小企業にまで拡大することに賛成できない。従業員の給与への課税でもあり、アベノミクスが掲げる賃上げや雇用拡大の政策にも逆行している。とりわけ労働分配率の高い中小企業への影響は大きく、地域経済の衰退につながる恐れがある。まずは財政規律を見直すなど、さまざまな視点から慎重に検討いただきたい。

4～6月期の京都企業の経済動向について調査結果を取りまとめた。消費税率引き上げの影響を受け、国内景気、自社業況ともに大幅に下落したものの、7～9月期以降は大きく改善する見込みとなった。10～12月期に入ると、季節的要因もあり、国内景気、自社業況ともにさらに大幅に上昇すると予想している。

消費税率の引き上げの影響について一時的なものにとどまると見込んでいる企業が多いようだが、電気料金等の負担増や原油高、原材料高などの収益を圧迫する要素により、収益性確保の面ではまだまだ厳しい経営環境に置かれている企業も多い。本調査でも、原材料高や燃料高が経営上の問題点であるとの意見が多く、中小企業になるほど厳しい負担となっている。コストの高騰は、エネルギーの供給体制や為替、貿易などに左右される構造的な問題で、個々の企業努力には限界がある。政府には、成長戦略で経済の好循環を広く改善させて、景気回復の実感を全国津々浦々に届けるよう、きめ細かな支援をお願いしたい。

京都商工会議所の動き

■知恵ビジネス支援の状況について

本所では、京都の地域特性や企業の独自の強みや知恵を活かしながら、新たな商品やサービス、ビジネスモデルを開発する「知恵ビジネス」の発掘・育成に重点的に取り組んでいる。今後3年間のニュー京商ビジョン サードステージでは「知恵の連鎖」をコンセプトに、知恵ビジネスが連鎖反応的に生まれ育つための施策を展開する。今年度は、次の2つの事業に注力したい。

ひとつ目は「知恵ビジネスプランコンテスト」である。今回で6回目を迎えるが、知恵の連鎖に向けても、先導役となる、新たな知恵ビジネス企業の発掘に努めていきたい。

ふたつ目は、バイヤーやメディアなどを対象にしたB to Bの展示商談会「知恵ビジネスメッセ in 東京」を、来年2月に首都圏で初めて開催する。商品開発やプロモートなど事前・事後のサポートなど、会議所の特徴を生かした“経営支援型”展示商談会を行い、京都の知恵ビジネスのより広域な販路開拓・情報発信の機会としたい。7月上旬から出展企業の公募を行い、出展企業と展示内容を固めていく。秋頃からは首都圏のバイヤーやメディアへの広報活動を行う予定である。

記者からの質問事項

■夏の節電期間が7月1日から始まるが、稼働原発ゼロの状態を迎えることとなり、去年にも増して大変厳しい需給状況と言われている。経済界としてどのようにお考えか。また電力会社へどのようなことを求めたいか。

大飯原発3・4号機の停止によって供給力は低下しており、他の電力会社からの融通がなければ、電力需給がひっ迫することは避けられず、経済界としても着実な節電・省エネに取り組んでいく必要がある。5月末に京都府から関係団体に対して節電対策への協力要請があり、本所もその要請を受けて、ホームページ等を通じて広く会員に節電への取り組みを呼びかけている。安価で安定した電力供給を関西電力には要請していきたい。

中長期的には、持続可能エネルギーへの代替、エネルギーミックスの最適化が必要と考えるが、現在の経済活動にマイナスの影響を与えないよう、現時点では安定性と経済性の確保された電力供給が不可欠である。これまでも申し上げているが、原子力規制委員会の安全基準を満たし、安全性が確保された原発については早期に再稼働させるべきであると考えている。

■「知恵ビジネスメッセ」について、改めて東京で開催する意味や目標を教えてください。

マーケットが非常に大きい首都圏で開催し、出展企業の販路開拓を支援することが狙い。来場者はバイヤー・メディアの方々500人を想定し、1社あたり10件程度の商談を目指している。

■配布資料には、来年度(2016年)も「知恵ビジネスメッセ」を拡大して開催するとの記載があるが、どのように拡大するのか、わかる範囲で教えてください。

本年度は、本所がこれまで積み重ねてきた経験やネットワークを生かして、「オール京商」で進めていく。次年度は京都府や京都市などの協力を得ながら「オール京都」で開催できればと考えている。

■今回の経済動向調査では、消費税増税によるマイナスの影響は限定的という結果が出ているが、中小企業も同様に限定的であると受け止めているのか。

7-9月期の予想を見ていると、今期4-6月期と比較して「回復する」と見ている中小企業も多い一方で、「増税分を価格転嫁できない」「売上に結び付かない」という声もまだまだある。そういったところへは本所としても経営支援を強めていきたい。

以 上

要約 京都の経営経済動向調査結果 (2014. 6. 30)

－2014年4～6月期実績と2014年7～9月期及び2014年10～12月期予想－

京都商工会議所
担当：中小企業経営支援センター
電話 (075) 212-6467

国内景気、自社業況ともに大幅に下降 ～消費税率引き上げの影響が表れるも来期以降は再び上昇へ～

概要

今期の国内景気は、昨年1～3月期から前期まで5期連続での上昇から、大幅な下降に転じた。前期からの下降幅ではバブル以降で最大となったが、続く7～9月期には大きく上昇し、10～12月期にも大幅な上昇が継続すると予想している。自社業況については、消費税率引き上げの影響を受け、春の需要期にあたる観光関連業等を除くほとんどの業種で大幅に下降したものの、7～9月期にやや上昇し、10～12月期には大幅に上昇する見込み。今回の自社業況の調査結果については、中小企業よりも大企業で前回調査結果からの変動幅が大きく、大企業のBSI値は1～3月期から今期にかけて過去最大の下降幅となったが、一方で今期から7～9月期にかけては過去最大の上昇も見込んでおり、消費税率の引き上げに伴う反動減は短期的なものにとどまると見込んでいる様子が見え始める。今後の消費動向をはじめ、先行きには不透明感が残るものの、夏以降の景況改善に対する期待が高まっている。

(注) 5月の中旬から下旬にかけて同調査を実施し、580社中459社から回答を得た(対象は、京都府内に本社、本店などを持つ企業)。また4～6月期のBSI値は、2014年1～3月期の景況感を基準に強気なら「プラス」、弱気なら「マイナス(▲)」で表している。算出方法は、上昇回答から下降回答を差し引き、2分の1を乗算。

I 国内景気動向

4～6月期は、「上昇」とした企業16.7%、「下降」とした企業41.9%、BSI値▲12.6(前期実績23.8)と、大幅に下降した。今後の7～9月期は11.6と上昇し、続く10～12月期も16.6と大幅に上昇していく見込み。

II 企業経営動向

自社業況(総合判断) 4～6月期は、「上昇」とした企業22.8%、「下降」とした企業40.6%、BSI値▲8.9(前期実績3.9)と下降した。今後の7～9月期は2.6とやや上昇し、続く10～12月期は13.3と大きく上昇する見通し。

※

1. 生産・売上高、工事施工高 4～6月期は、「増加」22.6%、「減少」43.1%、BSI値▲10.3(前期実績3.4)と減少した。今後の7～9月期は3.1と増加し、続く10～12月期は14.2とより大幅に増加する見込み。

2. 製・商品・サービス・請負価格 4～6月期の製品価格、商品価格、サービス価格、建設業請負価格を総合的に見ると、「上昇」21.4%、「下降」7.9%、BSI値6.8(前期実績1.5)と上昇した。今後の7～9月期は1.8、10～12月期は4.7と推移する見通しとなっている。

3. 経常利益 4～6月期は、「増加」18.9%、「減少」43.2%、BSI値▲12.2（前期実績▲2.9）と大幅に減少した。今後の7～9月期は0.2とほぼ横ばいで推移し、続く10～12月期は10.0と大きく増加する見込み。
4. 所定外労働時間 4～6月期は、BSI値▲2.0（前期実績2.9）とやや減少した。今後の7～9月期は▲0.1とほぼ横ばいとなり、続く10～12月期は8.0と増加する見込み。
5. 製・商品在庫 4～6月期は、「適正」とする企業が80.0%、「過剰」とする企業が15.0%、「不足」とする企業が5.0%、BSI値5.0（前期実績6.7）と概ね適正水準で推移したが、引き続き一部に過剰感が見られている。今後の7～9月期は「適正」が85.6%、10～12月期は86.5%と、改善する見込み。
6. 資金繰り 4～6月期は、「改善」とする企業が13.9%、「不変」とする企業が74.7%、「悪化」とする企業が11.5%、BSI値1.2（前期実績▲1.4）とわずかに改善した。今後の7～9月期は▲2.2とやや悪化し、10～12月期は1.6と幾分改善がみられる見通しとなっている。

Ⅲ 当面の経営上の問題点

第1位は、「受注・売上げ不振」（47.7%）、第2位は「原材（燃）料高」（36.4%）、3位は「過当競争」（25.5%）、第4位は「製・商品（請負）価格安」（19.6%）となり、第1位から第4位まで順位の変動はなかった。第5位は、「求人難」（16.1%）となり、前回調査で第5位だった「人件費負担増大」は第7位だった。前回の調査結果と比較して、どの項目も回答率自体に大きな変化は見られなかったが、今回の調査では、小売業を中心に消費税率引き上げに伴う売上低下に苦慮しているとの声が寄せられている。

B. S. I. 値の総括表		実 績		予 想	
		2014年1～3月期	2014年4～6月期	2014年7～9月期	2014年10～12月期
国内景気動向		23.8	▲ 12.6	11.6	16.6
京都企業の経営動向	自社業況（総合判断）	3.9	▲ 8.9	2.6	13.3
	1. 生産・売上高、工事施工高	3.4	▲ 10.3	3.1	14.2
	2. 製・商品・サービス・請負価格	1.5	6.8	1.8	4.7
	3. 経常利益	▲ 2.9	▲ 12.2	0.2	10.0
	4. 所定外労働時間	2.9	▲ 2.0	▲ 0.1	8.0
	5. 製・商品在庫	6.7	5.0	5.2	4.1
	6. 資金繰り	▲ 1.4	1.2	▲ 2.2	1.6

※ B. S. I. 値 = (上昇 [増加、他] - 下降 [減少、他]) × $\frac{1}{2}$

第6回 知恵ビジネス プランコンテスト



知恵をカタチに
顧客を創造!

知恵ビジネスプランコンテストとは？

知恵ビジネスプランコンテストは、強みを活かした知恵によって中小企業が顧客に新たな価値を提供しようとするビジネスプランを公募し、専門家等による様々な角度からの審査・評価を通じて、「知恵ビジネス」として認定・公表するものです。認定を受けた企業には、きめこまかなハンズオン支援を継続的に実施し、専門家との連携、行政の施策活用等も取りながら、認定プランの実行・実現、“顧客創造”を支援します。

公募期間

平成26年 10月28日(火)～11月28日(金)

17時
必着

認定特典

「経営支援員×専門家」によるハンズオン支援

認定プランに
対する支援例

経営戦略・マーケティング

広報・プロモート

交流・マッチング

資金・助成金申し込み

対外的評価の向上

「ハンズオン支援」を受けて～コンテスト認定企業のご感想～



カカオを現地発酵・自家焙煎した高級
チョコレート材料の生産と販路開拓 Dari K株式会社

〔吉野社長のコメント〕 やりたいことは明確にありましたが、申請当時は創業2年目だったこともあり、事業化に苦労していました。コンテスト認定によるハンズオン支援では、有名割烹店とのマッチングで、祇園に新店舗をオープンできました。その他、異業種やコンテスト認定企業同士とのコラボレーション、補助金申請支援等により、新商品開発や販路拡大につながっています。創業間もない企業にもコンテストに挑戦してもらいたいです！



走行用エンジンで発電する
自己完結型急速充電車の認知度向上 株式会社三輪タイヤ

〔三輪社長のコメント〕 前年度は落選しましたが、再チャレンジで認定を受けたことで、車両走行中に発電・蓄電してエンジンを切った状態で給電できる「True-G システム」とそれを搭載した車両「Q電丸」への認知度が高まりました。認定企業仲間の FUKUDA さんへのオイル配達車の納入時には、京商で納車式をセッティングしてもらい、テレビで大きく取り上げられるなど、メディアへの露出が増えた結果、インフラ関係の道路・トンネル調査車や医療関係の診療車等、当初は想定もしていなかった引き合いが多数寄せられています。

公募対象

京都の特性や企業独自の強みを活かしながら、新たな知恵によって自社ならではのビジネスモデルや技術、あるいは商品・サービスを開発し、“顧客創造”を実現するビジネスプラン。

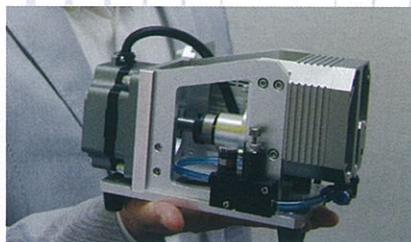
例

- 地域の特性を活用した新商品の提供によって京都のブランド創出・発信につながる事業
- 伝統技術・産品等を活用して新たな生活文化の提供や商取引を実現する事業
- 自社や業界の課題に加えて、環境、少子・高齢社会等の社会課題も解決する事業
- 大学や行政機関等と連携して開発したユニークな新商品を提供する事業
- 農林漁業者との共同、または異なる分野の事業者が連携して新たな価値を創出する事業 等

独自の知恵で生まれたプランを幅広く認定(第5回認定プランより)



ワンストップ・リノベーションとコワーキングスペースの相乗効果で老朽ビルを再生
株式会社アーキネット京都



「オイルフリー」「チップシールレス」の極小型・低騒音・省エネのコンプレッサー
株式会社坂製作所



古材を独自規格の部材に標準化し、システムキッチンや家具として再生
株式会社丸嘉



お年寄りの生活に潤いをもたらす「お菓子の間献立宅配システム」
株式会社青木光悦堂



枕から寝室リフォームまで睡眠環境改善へのパーソナル提案
大東寝具工業株式会社



「糸への草木染」量産技術とオリジナル12色が広げる新しい商品用途
株式会社村田染工

応募資格

京都府内に活動拠点を置く中小企業者(法人・個人事業者)

審査基準

- ✓ 知恵の使いどころが **巧み**
(独自性、競合優位性等)
- ✓ 知恵の使いどころが与える **インパクト**
(社会性、顧客創造力等)
- ✓ 知恵ビジネスの **実現性**
(事業計画の熟度、市場適合性、必要な経営資源の確保等)

応募方法

- 所定の「申請書」(必須)、「会社概要・商品説明資料等」(任意)をEメールにて下記アドレス宛にお送りください。
bmpj@kyo.or.jp
- 申請書や詳しい情報は下記ホームページから入手してください。
<http://www.kyo.or.jp/chie/contest/>

第6回知恵ビジネスプランコンテスト

検索

クリック!

※平成26年11月28日(金)17時必着

受信確認メールをもって応募完了とします。

申請書作成支援に関するご相談等を随時受け付けております。

個別の相談・
アドバイス(随時)のほか
塾形式で申請書作成を
サポート!

申請書作成
支援メニュー

- プレセミナー(8月上旬)
- 知恵ビジネス創出塾(9月~10月)
- ブラッシュアップ専門家相談(11月予定)
- 個別アドバイス(随時)

お問い合わせ・応募先

京都商工会議所 中小企業経営支援センター 知恵産業推進室

〒604-0862 京都市中京区烏丸通夷川上ル ●担当: 牧田・谷口 ●電話: 075-212-6470 ●e-mail: bmpj@kyo.or.jp

京都商工会議所 知恵ビジネスメッセ 2015



Kyoto Millennium Showcase in Tokyo

キョウト

ミレニアム

ショーケース

企画概要(案)

主催 京都商工会議所

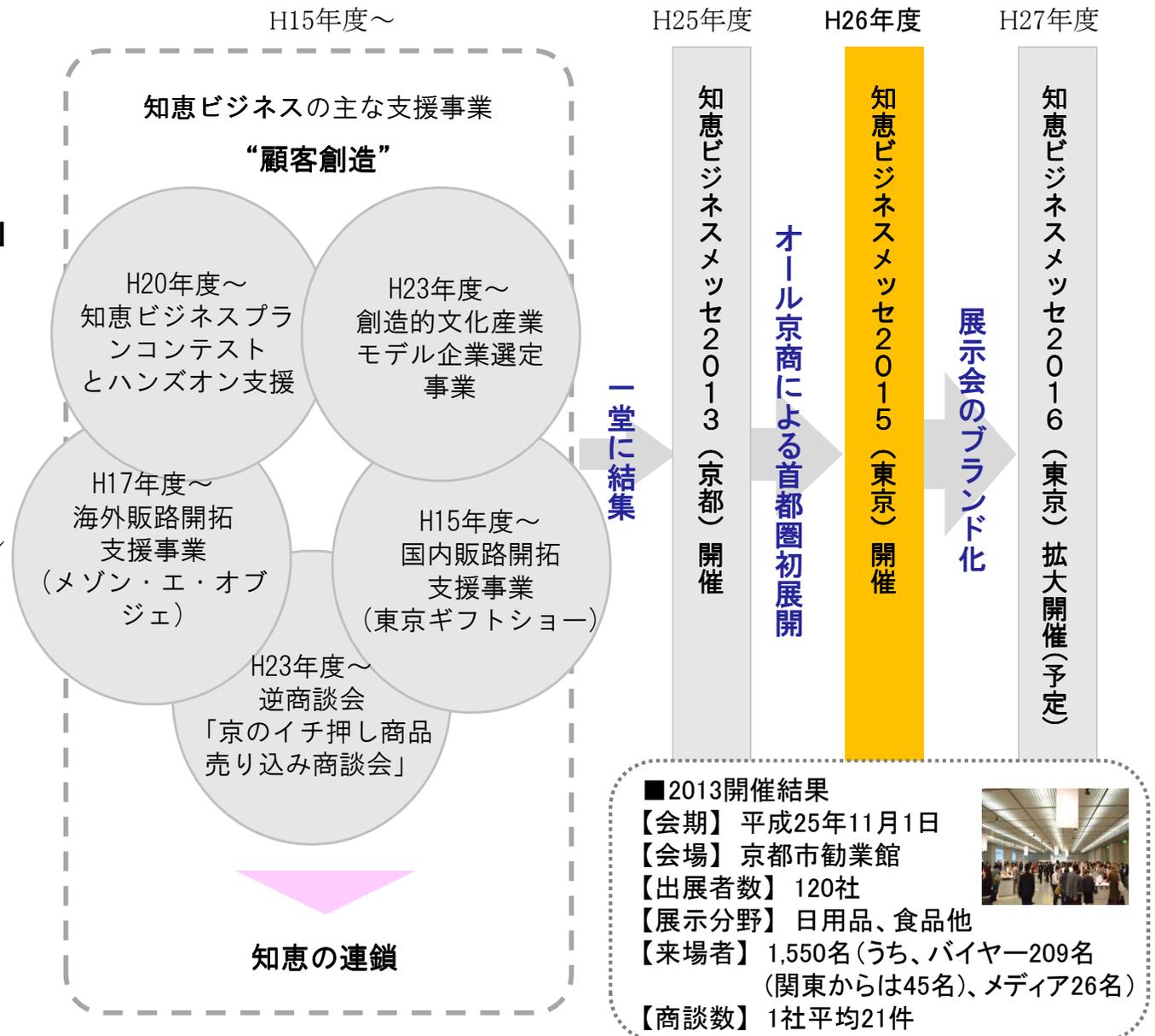
[担当：中小企業経営支援センター 知恵産業推進室]

事業の背景と目的

■ニュー京商ビジョンサードステージ スタートアップ重点課題

「知恵ビジネスや新市場開拓の支援強化」

「ニュー京商ビジョン」策定以降、「知恵産業のまち・京都の推進」を基本方針に、京都の地域特性や企業独自の強みや知恵を活かしながら、新たな商品・サービスやビジネスモデルを創造する「知恵ビジネス」の育成に取り組んできました。これらの知恵ビジネスをより大きな市場において発展させるため、今年度の重点事業として、首都圏の販路開拓を支援する「知恵ビジネスメッセ2015」を東京にて開催します。



「商工会議所だからこそできる 経営支援型展示商談会」

知恵ビジネスメッセは、各種経営支援事業を連動させながら、出展者の販路開拓の効果を高める経営支援型展示会です。

国内外に対する販路開拓支援事業を通じた商品開発のアドバイスやブラッシュアップのほか、経営計画づくり、マーケティング、プロモーションといった出展者個々の経営課題への対応など、本所経営支援員が専門家と連携しながら、販路開拓に関するトータルサポートをおこないます。

事前支援

- ・ 国内外販路開拓支援事業
- ・ 各種販路開拓支援セミナー
- ・ コラボレーション交流会
- ・ 経営相談、専門家派遣 等



知恵ビジネス メッセ

(展示商談会)

- ・ レセプション
- ・ 展示会
- ・ 商談



事後支援

- ・ バイヤーツアー
- ・ 京のイチ押し商品売り込み商談会
- ・ 経営相談、専門家派遣 等



展示商談会概要

■会期

平成27年2月17日(火) 夕刻 (レセプション)
2月18日(水) 10～18時 (展示商談会)

■会場 スパイラルホール

(東京都港区南青山5-6-23)

■事業コンセプト

コトを提案する「知恵ビジネス」

※京都の素材や技術、知恵を活用し、現代ニーズに沿った商品を開発している企業を選定し、展示会を通じて、その企業ができるコト、古都・京都ならではの商品特徴・性能、京都ライフスタイルなどを発信する。

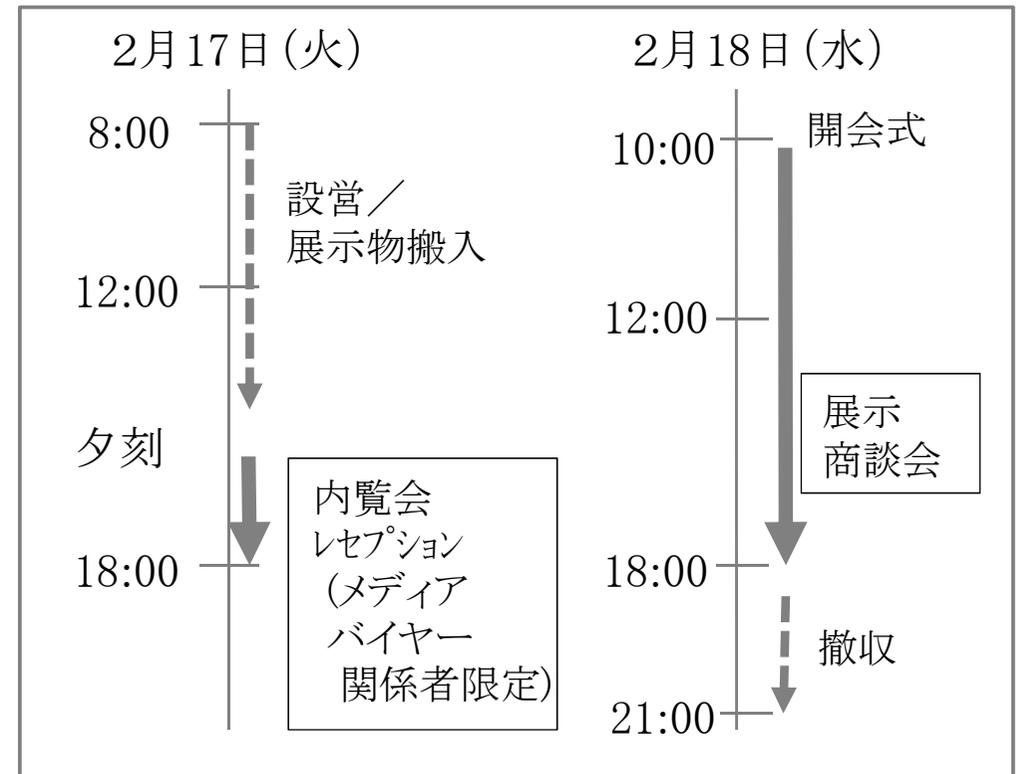
■出展者数 50社程度／参加料 5万円(税抜)

■出展分野 ファッション、インテリア スイーツ&フーズ ビューティー&コスメ など

■来場者 <入場無料>

目標500名

主に首都圏のバイヤー、メディア、企業関係者



■事業予算

800万円

出展予定企業

■想定している出展企業

京都の素材や技術、知恵を活用し、現代ニーズに沿った付加価値の高い商品の開発や販路開拓に取り組む京都の中小企業

- ・知恵ビジネスプランコンテスト認定企業
- ・Kyoto Connection参画企業
- ・Kyoto Contemporary参画企業
- ・project kyo-to 参画企業
- ・クリエイティブ産業モデル選定企業
- ・その他、知恵ビジネスに取り組む本所支援企業

(選定の観点)

- ・知恵ビジネスメッセ2013の出展企業者を踏まえ常に創出される知恵ビジネスを演出するため、出展アイテムについては一定の新陳代謝を図る。
- ・拡大・浸透・開拓段階など、出展希望者の首都圏におけるBtoBの進捗状況を見極めて戦略的に選定する。

■スケジュール

公募 7月初旬～7月末

選定 8月上旬

※以降、販路開拓に向けた出展支援事業の展開

〈出展商材イメージ〉

■ファッション



■インテリア



■スイーツ&フーズ



■ビューティー&コスメ



出展支援事業

■既存の商品開発・販路開拓支援事業との連携

京都ブランド海外市場開拓事業の「Kyoto Connection」「Kyoto Contemporary」及び国内販路開拓プロジェクト等と連携。新商品の発表の場として提供する。

■経営指導員・専門家による個別支援

本所の経営支援員54名及び専門家派遣制度を活用したサポートを実施。企業の強みの深掘り、経営戦略の立案、マーケティング、情報発信、プロモーション、資金調達などの経営課題に応じた経営支援を継続的に行う。

■百貨店・専門店等との共同商品開発

各種支援機関と連携を図ることで、百貨店や専門店等との共同開発に応じる。

■出展事業者向けセミナー・交流会

商談成約率を高めるために、ディスプレイ、プロモーション方法、商習慣などに関するセミナーを開催。また、出展者同士のネットワーク構築や情報交換を図る交流会も実施する。

■バイヤーツアー

バイヤーとの更なるマッチング支援として、展示会後に、出展者の工房をめぐるバイヤー限定ツアーを実施する。

