

# 企業の技術開発にもものづくり補助金の活用を

～今から開発テーマの検討を始めよう～

一般財団法人 大阪科学技術センター ATAC 会員 白石 博章

昨年来、中小企業の革新的なものづくり、基盤技術の高度化、競争力強化といった事業に対する支援が活発になっており、クライアントの皆様も活用されていることと思います。事業の発展のためには、独自技術開発による他社との差別化、生産性向上、新製品開発、拡販等が重要になり公的な補助金を有効活用するのが効果的です。

今年度の主なものづくり補助金の公募内容を以下に（表1）示しますが、来年度分に関しては、比較的早く公募が始まる可能性がありますので、今から開発テーマを練っておいても早すぎることはありません。

## A. ものづくり・商業・サービス革新補助金

- ①国内外のニーズに対応したサービスやものづくりの新事業を創出するため、革新的な設備投資やサービスの開発・試作品の開発を行う中小企業を支援します。開発期間は10ヶ月です。
- ②試作品の開発、設備投資が必要で、従来と異なる点は、設備投資のみでも可能ということです。
- ③今回は共同体での設備投資も追加（5,000万円）
- ④認定支援機関の認定を受けなければなりません。

## B. 戦略的基盤技術高度化支援事業(サポイン)

- ①中小企業のものづくり基盤技術高度化法に基づき、法認定を受けた計画を基本とした研究開発等の事業です。
- ②製造業の国際競争力の強化と新たな事業の創出を目指し、中小企業のものづくり基盤技術（鋳造、鍛造、精密加工、立体構造、デザイン等12分野）の高度化に資する研究開発から試作段階までの取組を促進することを目的としています。
- ③中小企業・小規模事業者が大学・公設試等の研究機関等と連携して行う、製品化につながる可能性の高い研究開発及びその成果の販路開拓への取組を一貫して支援します。
- ④法認定申請は申請書と一緒に提出し、承認された機関のみが対象となります。

- ⑤基本的に期間は3年であり、年度末が締めとなります。終了後はその都度再申請し、補助金額は2年度が2/3以内、3年度が1/2以内になります。

## C. 商業・サービス競争力強化連携支援事業

- ①複数の中小企業者と、川下製造業者や大学、公設試験研究機関等が広がりをもって連携した取り組みであって、本事業の成果を活用した製品等が明確となっている、具体的な提案を支援します。
- ②ものづくり補助金を技術開発に採用して企業の発展を図る新しいサービスモデルの開発等のうち、地域経済を支えるサービス産業の競争力強化に資すると認められる取組を支援します。
- ③今年度から始まった新連携支援事業で、2年計画で、2年目も補助上限額は3,000万円となります。
- ④法認定機関申請が必要で、申請書と一緒に提出し、承認された機関のみが対象となります。

## D. 地域工場・中小企業等の省エネルギー

### 設備導入補助金

- ①地域の中小企業や個人事業主における省エネルギー等のニーズに応えるため、省エネルギー相談、地域プラットフォームを構築し、地域毎にきめ細かな支援を実施します。
- ②最新モデルの省エネ機器・設備を対象とし、工場、オフィス、店舗等の省エネに関する設備の更新・回収についても補助します。

## ■まとめ

ATACでも昨年来約15件の申請書作成支援（採択）を行ってきましたが、申請に際しては、事業コンセプトの明確化、自社の保有する独自技術の効果的な活用、他社との差別化等、明確な具体的目標を立てる必要があります。ATACも積極的に支援したいと思っていますので、以下にご連絡下さい。

ATAC事務局；TEL；06-6443-5323

E-mail；atac@ostec.ne.jp

表1 H27年度事業の具体的な公募要領、採択状況

事業名	予算	総額 (億円)	補助率	補助上限 (万円)	公募期間		採択率	
					1次	2次	採択/応募	%
A	26年度補正	1,020	2/3	1,000	2/13～5/8	6/25～8/5	13,134/30,478	43.1
B	27年度	129	2/3	4,500	4/13～6/11	—	143/320	44.7
C	27年度	10	2/3	3,000	4/7～6/5	6/9～7/24	36/80	45.0
D	26年度補正	930	1/2	50,000	3/18～4/16	5/1～6/12	4/22で終了449件採択	

# 企業にとってのマイナンバー制と個人情報保護 ～怖がらずに利用しよう～

このレポートは ATAC の研究会において島村和行弁護士にお話頂いた内容を元に、中小企業の皆さまに必要な点を記載させて頂きます。

## はじめに

2015年10月に全ての国民に12桁の個人番号が通知され、2016年1月からマイナンバーカードが交付され、それ以降、社会保障、税金、災害対策などの公的手続きには必ず個人番号が必要となります。さらにマイナンバー法は個人情報保護法の亜流のようなもの（特別法）で、マイナンバー法と個人情報保護法は一体です。マイナンバー法は確かに徴税や個人資産の把握などを目的で議論が始まりましたが、マイナンバーにのみ目を奪われてしまうと、事の本質を見失ってしまい、本来の対応ができなくなります。一步踏み込んで理解しておく必要があるようです。

## マイナンバー制とは

マイナンバー制度そのものは、今まで関係省庁、自治体ごとに分散管理されていた①源泉所得税、②所得税申告、③府民税、④市民税、⑤固定資産税、⑥健康保険、⑦雇用保険、⑧労災保険、⑨児童手当、⑩生活保護の個人情報を一元的に管理するものですが、データを一元管理してしまうと、漏洩の際のリスクが大きいので、法律で定めた「必要性のある場合」には即座に紐付けできるようにしたものがマイナンバーです。さらに今回の改正によって、その適用範囲が⑪銀行その他の金融機関、⑫医療の分野まで拡大されます。

そしてこれは個人だけの問題ではなく、法人にとっても迅速な対応が必要となるのが従業員の人事情報です。2016年1月以降の様々な提出資料にマイナンバーが必要となってきますので、従業員および扶養家族のマイナンバーを提出して貰う必要があります。給与情報を含む人事情報は重要な個人情報であり、取扱いには最善の注意を払われていると思いますので、そこにマイ

ナンバーが加わったとしても扱いが変わるわけではありません。

## パーソナルデータの活用

改正個人情報保護法には「匿名加工情報」が新たに加わります。要はパーソナルデータの事ですが、パーソナルデータとは居住する地域、性別、年齢、その人の様々な好みなどの「属性は識別されるが、個人を特定しない」情報の事を言います。情報とはAさんにとって大変有益な情報であったとしてもBさんにとっては何の価値も無い場合があります。例えば長期的な気象データは個人的にはあまり重要な情報ではありませんが、飲料メーカーやアパレル業界にとっては市場を把握し生産計画を立てるには大変有益な情報となります。また若い人の割合が多い地域と、高齢者が多く居住している地域とでは、コンビニなどの店舗に取り揃える品種が変わります。このような情報をビッグデータと言ひ、巧く活用すれば新たなビジネスチャンスが生まれます。さらに企業が持っている個人情報もそのままでは個人情報保護法に引っ掛かりますが、個人を特定しないパーソナルデータに加工することによって、ビッグデータとして必要としている企業や個人に販売することも可能となり、新たなビジネスとなり得ます。

このようなパーソナルデータの利活用やビッグデータについて、またマイナンバーの扱い方や個人情報保護法について詳細をお知りになりたい場合には ATAC にご相談、お問い合わせ下さい。

## おわりに

最後に注視したいのは、このご時世、全てのデータは電子データとして管理されます。縦割りではなく、統括的役割を果たす独立の第三者機関「個人情報保護委員会」が設置されるとはいえ、昨今の情報漏えい事件にみるセキュリティーの甘さ、管理担当者のモラルや責任の所在のあり方などの改善については何も聞こえてこないことに不安感を抱くのは私だけでしょうか。

(辻阪)

弊社は、衣料品の商品タグなどの企画及び生産を主たる業務としたメーカーです。近年、海外製品がシェアを高める中、独自の新品やアイデア商品の開発に取り組んでおります。

最近では、普段は購入後に捨てられていた商品タグに付加価値を付けて、捨てられるモノから使えるモノに出来ないかという発想で芽の出るタグ、花の咲くタグ「エコ・タッグ®」の開発に取り組み、特許も申請いたしました。エコ・タッグ®のエコはエコロジーで、商品タグに植物の種を組み込むことで、捨てられていたモノを「家族みんなで楽しんで育てられるモノ」として開発しました。



これまで手作業で行っていた組立を、ATACの助言により自動組立機の開発・導入ができ、量産化に向けた体制を整えることが出来ました。

このほか縫製物に組み込む NFC (近距離無線通信) システムを開発しました。洗濯可能のメリットを活かし、各種衣料やぬいぐるみに組み込み「スマホでタッチ®」の商標で、アパレルやアミューズメント業界だけでなく、介護や徘徊者追跡システムへの展開も今後図っていきたく考えています。



### 連絡先

株式会社マーク

〒550-0011 大阪府大阪市西区阿波座 1-4-4  
野村不動産四ツ橋ビル

TEL 06-6536-0134

FAX 06-536-0137

URL <http://www.mark-kk.co.jp/>

## ATAC ひと言

### 明珍本舗 (姫路市) 見学記

ATAC では年に数回、地元の企業を訪問し、ものづくりの勉強に役立てています。

2015年8月21日に ATAC メンバー 4 名で兵庫県姫路市の明珍本舗を訪問しました。今回の見学はこれまで訪問してきた近代的な設備によるものづくりとは異なる、日本古来の伝統の技を長年にわたり受け継いできた「匠」の世界です。

訪問した明珍本舗は平安時代から甲冑師として続き、江戸時代中期からは姫路藩主・酒井家に仕え、現在 52 代目の明珍宗理さんを当主に、家内工業で火箸作りを行っています。明治維新以降は甲冑の需要が無くなったため、火箸作りを専業に伝統の技を現在まで受け継いできています。茶事用の火箸は昔、千利休からの求めに応じて作ったという故事にならってはじめたところ、茶人をはじめ一般家庭でも広く愛用されているそうです。

火箸は鉄素材が持つ独特の打音が美しく、近年では火箸を用いた火箸風鈴が人気を集めています。元々明珍家では日本古来の鉄の製法であ

る踏鞴 (たたら) による和鉄を用いて火箸を制作していましたが、現代では和鉄は貴重な材料になっているため、年間数組しか作られていません。通常は現代製鉄の条鋼を使用しているそうです。しかし製造法は伝統ある方法で、一本一本手仕上げで加熱しては鋸で鍛錬していく技法が守られていて、古来から伝わる技そのものでした。「明珍火箸」風鈴の音色がよいのはこうした伝統の技が引き継がれてきたからといえるようです。最近では鉄製の火箸に加え、新素材としてチタンを用いた火箸風鈴、おりん等、将来 53 代目予定の明珍敬三さんは新製品開発にも意欲的に取り組んでおられ、その姿に感銘を受けました。(三浦)





# 「林原家 同族経営への警鐘」

林原 健 著

日経BP社発行 初版2014年5月

定価本体1500+税

JR岡山駅東口を降りると、ものの数分歩いて大きなイオンモールの建設現場に突き当たる。ここはかつて糖質トレハロースやインターフェロンの製造で世界的な規模のバイオ企業として名を馳せた株式会社林原の本社があったが、残念なことに同社は2013年に経営破たんにより長瀬産業の傘下になった。

本書はかつて、栄光の極みであったときから、経営破たんの責任をとらされるまでの社長であった林原 健（以下敬称略）がその反省をこめて、同族経営への警鐘を鳴らした株式会社林原の破たん顛末記である。

中堅・中小企業では多くの場合が同族経営である。我々がお付き合いをしている中小企業も同族経営は多い。本書がなんらかの形で参考になることも多いと思われる。

実は本書を読んでいて、1998年に倒産した三田工業（現京セラドキュメントソリューションズ株式会社）の当時の社長三田順啓を思い出す。彼も林原 健も共に私の大学の後輩で、三田とは何回か食事を共にし、その時に経営に対する警鐘を鳴らしたことを思い出す。この二人は共に優秀なエリートだった。文化に対

する造詣も深く、企業メセナにも熱心で美術館を経営したり、貴重な存在ではあったが、厳しい企業経営には問題も多かった。

本書では素直にその問題点を自身で反省している。これは読者にも大いに警鐘を鳴らすことになるだろう。

さらに本書では著者が心血を注いだ開発への情熱も語られている。少々未練がましい点でもあるが、研究開発の視点で見ればこれはまた色々と貴重な示唆をも含んでいて貴重なものがある。

かつて経理を担当していた弟の林原 靖常務が「破綻 バイオ企業・林原の真実」という本を出している（ワック株式会社、2013年）。本書はややそれに対抗するものとなっているが、本書のほうが真実にちかいものと推測する。

（梶原 記）



## ATACから“ものづくり現場の品質管理の手引書”を出版しました

PR

### 中堅・中小企業へのATAC提言集 新ものづくり現場の品質管理

長田徹著 平成26年3月28日初版 (一財)大阪科学技術センター-ATAC発行 1,000円+税



ものづくり現場で、職場の皆さんと問題解決に取り組む仕事をしておりますが、多くの企業で、管理監督者は欠員の補完作業や未熟な作業員のOJTをしながら生産効率が落ちないように手助けをするのが精一杯で、本来業務である生産スケジュール管理や設備管理、品質管理、教育訓練、などに手が回らない、そのために作業効率が上がらず不良品発生 of 事後処理に追われる、という悪循環に陥っています。

長年にわたる景気低迷や団塊の世代の定年により、ものづくり現場では、非正規労働者が増え、

技術の伝承が不十分で且十分な教育も出来ない状況にあることに気付きます。

企業は目指す経営理念を達成し存続するためには利益を上げなければなりません。そのためには、企業の部門長である管理監督者はトップの方針を理解し、上司の目標や計画を基に自部門の目標や計画を達成しなければなりません。

ものづくり現場では管理監督者が、4M（人・設備・原材料・方法）を効率的に活用し、QCD（品質・価格・納期）の目標と計画を達成する役割を担っております。

この冊子は“品質管理”とありますが、統計学には殆ど触れずに、管理監督者が「日常管理」や“管理のためのPDCA（計画・実施・チェック・処置）”を武器に本来の職務を果たす手引きとなることを目標としています。

### 編集後記

久しぶりに書評を載せました。大企業も手がけない独創技術で有名な林原が経営破綻した経緯を元社長が綴られた力作で、同族経営の恐ろしさを感じました。この林原が破綻以来の新商品として幅広い食品の素材に使える水溶性の植物繊維「ファイバリクサ」を発売するという新聞記事（日経、9/29）を読んで、トップが退陣しても林原のDNAは健在だと感じ、嬉しく思いました。（池田隆）