特産品協会インフォメーション

「いいもの」は必ず売れます。

～九州新幹線鹿児島ルート全線開業に向けたモノづくり～

いよいよ九州新幹線全線開業まで2年半に迫りました。開業は、私たちの業界にどのような効果をもたらすのでしょうか。

5月に開催しました当協会の通常総会では、この開業効果を最大限に生かすため、一会員が開業までの3年間に、一（逸）新商品を開発する運動として「3いち（逸）運動推進事業」が決議されました。

会員や関係団体、行政等が連携をさらに強めながら、地場産業の活性化に取り組んでいきましょう。

❶ 3いち（逸）運動とは…

2011年春九州新幹線鹿児島ルートの全線開業を見据え、特産品モニター制度（"モノづくり達人"、"モノ売り達人"、"モノ使い達人"の連携）を活用し、3年間に一会員が、地域資源を活かした一（逸）新商品を開発し、市場展開を促進する事業です。

※特産品モニターとは…？

県内外の百貨店・量販店等の流通関係者、専門家（デザイン、試験機関等）、マスコミ等から30名、首都圏等の消費者10名、県内の消費者10名の計50名に特産品モニターを委嘱し、商品に対する意見や評価をいただきます。

❷ 事業概要

（1）実施期間

平成20年8月～平成23年3月

（2）内　容

①研修会の開催

消費者目線からみた商品開発、デザインや品質表示、安心・安全、環境、鹿児島の歴史などをテーマに研修します。（年3回程度）

②求評・商談会の開催

〈求評について〉

求評の対象商品・方法については、次のとおりです。

◎対象商品は…

・自社で企画開発中の商品で、県内で製造されるもの。

・この事業で得た評価・意見等を活用し、改良を行うことができる商品。

・関係法令等を遵守した商品。

・特産品モニターの求評を受ける商品は、原則として1社1商品。

◎求評方法は…

Ⅰサンプル送付

特産品モニターに配送時の温度帯ごとに送付し、実際に使用した意見・評価等をアンケートにて回収。1年目は5回、2・3年目は各10回を予定。

Ⅱ求評・商談会

サンプルをモニターに送付できないものなどを含めて、商談会の場を活用し、バイヤー等から意見を得る。

Ⅲモニターコーナー設置

鹿児島ブランドショップ店内（鹿児島・東京）に設置し、来店者から広く意見を収集。

〈商談会について〉

・時　期…各年2月頃

・場　所…鹿児島市内

・商談先…県内外の百貨店・量販店・飲食店等

・対象商品…求評や研修会を通じて開発された商品、売り込みたい商品等

鹿児島ブランドショップで展示紹介いたします。

③商品発表会の開催

・時期…平成23年2月頃に商談会と併催

・場所…鹿児島市内

・対象商品…この事業で商品化された全商品

④宣伝や販路開拓方法

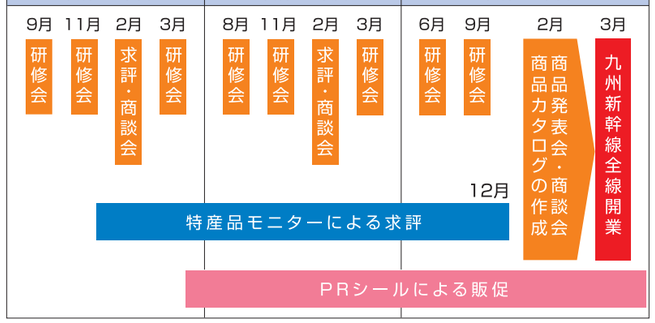
この事業で商品化された商品については、広く県内外にPRするため、次の販促ツール等を作成します。

・PRシール

・商品カタログ

・特産品協会ホームページ内特設ページ

〈事業の流れ〉



締切迫る！「2008かごしまの新特産品コンクール」

かごしまの新特産品コンクール実行委員会では、コンクールへの出品商品を募集しております。いよいよ9月5日（金）の締切が迫ってまいりました。

すでに多数の申し込みをいただいておりますが、まだ、応募されていない方は、是非ご応募ください。

1 応募区分

◎食品部門

①一般の部　②観光土産品の部

◎工芸品部門（工芸品及び日用品等の非食品）

①一般の部　②観光土産品の部

※「観光土産品の部」では、2011年に予定されている九州新幹線鹿児島ルート全線開業を見据えて、観光土産品にふさわしい商品を募集します。篤姫をはじめとした鹿児島の偉人や史跡などを題材とした商品についても奮ってご応募ください。

※詳細は、当協会ホームページ（http:www.k-p-aj）よりご確認ください。応募票もダウンロードできます。

2 締切

平成20年9月5日（金）当日消印有効（ファックス不可）

昨年の審査会の模様

RIGHT-NOW　会社内で起こり得るいろいろな問題について考えてみませんか？

コンプライアンス

■コンプライアンスって何？

「コンプライアンス」という言葉を最近よく耳にします。日本語で「法令遵守＝法律や規則を守って行動すること」と訳されます。欧米では、コンプライアンスの取り組みが不十分な会社は将来のリスクが高く、投資先や取引先として適していないと考えられています。一方、日本を振り返ってみると、食品の産地や賞味期限の偽装、名ばかり店長の問題…といった企業不祥事が報道されない日はないと言っても過言ではありません。最近になって私たちの国でも、企業のコンプライアンスに注目するようになってきました。たとえ「費用面の問題」「上司の指示で…」などがあったとしても、それは理由になりません。法律や規則は守ることが当然のことだと、一人ひとりが自覚することが大切なのです。

■コンプライアンスで問題になった例

◇食品の産地・原材料・賞味期限の偽装

ブランド力のある産地のものであるとか、高品質の原材料を使っていると意図的に表示を偽装。賞味期限が切れている商品のラベルを貼り直して売ることもあった。

◇土木・建設業界の手抜き工事

マンションや橋梁・トンネルなどで届け出たもの以外の資材を使ったり、工程を省いたりした。結果として建設物の強度が大幅に劣ってしまった。

◇リコール隠し

製品の構造に欠陥があり、リコールの必要があるのに隠した。甚大な事故が起こってリコール隠しが明るみになると、消費者の極端な不買につながった。

◇サービス残業

残業代が発生しないよう、また労働基準法に触れないように、残業時間をカウントしない。または仕事を持ち帰ってプライベートの時間に労働をさせた。

◇保険業界の保険金不払い問題

「契約者が請求しなければ支払いの義務は生じない」という約款を理由に、特約などの給付を行っていなかった。

■消費者は「企業倫理」を見ている

コンプライアンスと同じように使われる言葉に「企業倫理」があります。これはコンプライアンスのように強制されるものではなくても、企業は社会に対して責任のある行動をとるべきであるという考えです。例えばある企業が、成分表示義務のない添加物を食品に使っていたとします。それが消費者の知るところとなったときに「法令には触れていない」と突っぱねた態度をとるのか、それとも誠意ある態度で説明をする、もしくは使用をやめるかで、その企業へ対する信頼・評価は大きく変わります。企業イメージが下がると、消費者の不買、ひいては廃業に追い込まれてしまうこともあります。

■企業発展のために大切なこと

コンプライアンス・企業倫理は、企業が法令を守るとか、社会に誠実に向き合うという以外に、「社員が安心できる職場づくり」につながります。一人ひとりが仕事への誇りと愛着を持ち、働く喜びを感じ、やる気に満ち溢れた職場になる―これは企業の発展にとって、大きな強みではないでしょうか。