（様式第１）

　愛知ブランド企業認定申請書

 　　年　　月　　日

　愛知県知事　殿

 　〒

 所　　在　　地

 名　　　　　称

　　　　　　　　　　　　　　　　 　　　　ふりがな

 代表者職・氏名

　愛知ブランド企業認定要領第８条の規定に基づき、愛知ブランド企業として認定を受けたいので、下記のとおり申請します。

記

１　連絡先

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 電話番号 |  | E-mail |  |
| URL |  |
| 担当者 | （部署・役職）　　　　　　　　　　　　（氏名） |

２　会社概要

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 業種(産業分類中分類) |  | 資本金 | 千円 |
| 創業年 | 創業年：　　　　年　(創業時は　　　　　　　業　現社長は　　代目) |
| 従業員 | 　　　　　　　　　名（男性　　名、女性　　名　平均年齢　　歳）内訳：正社員　　名、パート　　名、　　派遣社員　　名アルバイト　名、外国人研修生　　名、その他　　名 |
| 部門別人員 | (例)製造部門　　名、研究開発部門　　名、営業・販売部門　　名管理部門　　名 |
| 経営指標 | 1年前（　年　月期） | 直近期末（　年　月期） |
| 売上高 | 千円 | 千円 |
| (売上高が連続して減少している場合、その要因、対応及び今後の見込みを記載してください) |
| 経常利益 | 千円 | 千円 |
| (赤字の場合、その理由、対策及び今後の見込みを記載してください) |
| 自己資本 | 千円 | 千円 |
| 総資本 | 千円 | 千円 |
| 自己資本比率（自己資本／総資本×100＝） | ％ | ％ |
| (比率が20%未満の場合、その要因及び対応を記載してください) |

３　主要製品、設備、知的財産等について

|  |  |
| --- | --- |
| 主要製品 |  |
| 主要設備 |  |
| 知的財産権 | 商標権　　　　　件 | 主な内容（　　　　　　　　　　　　　　　　　） |
| 特許権　　　　　件 | 主な内容（　　　　　　　　　　　　　　　　　） |
| 実用新案権　　　件 | 主な内容（　　　　　　　　　　　　　　　　　） |
| 意匠権　　　　　件 | 主な内容（　　　　　　　　　　　　　　　　　） |
| 主な受賞歴等(ISO,HACCP等を含む) | 賞等の名称 | 内　容 | 時　期 |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |
|  |  |  |

１　愛知県では、事務・事業から暴力団を排除しています。愛知ブランド企業認定要領第５条の規定に基づき、暴力団を利すると認めるときは、認定しません。また、認定決定後にその旨が明らかとなったときは、認定決定を取り消します。

２　この申請に係る愛知ブランド認定が暴力団を利するかどうかについて、愛知県警察本部長に申請者の住所、氏名、電話番号その他の申請書に記載されている情報を提供して、その意見を聴くことがあります。

３　申請書等に記載された個人情報は、適正に管理し、役員名簿（様式第１の２）等については、上記目的以外の用途に使用いたしません。

４　企業活動の概要

７つの評価項目に基づき、貴社の取組について記入してください。適宜行や図、表などを追加していただいて構いませんが、1項目につきA４用紙２枚を上限に作成してください。

Ⅰ　理念、経営トップのリーダーシップ

　　経営トップにおいては、社の方向を示し、それを実現する体制作りと指導性の発揮が求められます。また、トップは変革の主体者とも言われます。この調査項目は、企業の礎となる理念・方針や、課題解決・将来への投資について、経営トップがいかなるアプローチを取っておられるかを確認するものです。

|  |  |
| --- | --- |
| （１）明確な理念・方針、社是等を策定し、それを全従業員が共有できるよう取り組んでいますか。 | [ ] 理念：[ ] 方針：[ ] 社是： |
| （理念等の共有のための具体的な取組を記載してください。） |
| （２）経営理念や方針を実現するため、中・長期的な計画を策定して従業員に明示していますか。 |  |
| （３）トップは、重点経営課題の解決や危機管理体制の整備など、企業環境の変化に対応するため、改革・改善等を適切に指揮していますか。 |  |
| （４）トップは、顧客の創造や研究開発・先行投資など、将来に配慮した取組を適切に指揮していますか。 |  |
| その他、この項において独自の取組等があれば記載してください。 |  |

Ⅱ　人の活性化

　　「企業は人なり」「ものを作る前に先ず人を作れ」という言葉があるように、経営資源における「人」の重要性はいかなる状況にあっても不変です。また従業員にとって「この会社で働いて良かった」と思える状況があれば、その能力は最大限に発揮されるものであり、従業員の誇り、満足が顧客満足につながっていく、良循環を生み出していくことが重要です。この調査項目は、人材に対する考え方と人づくりの状況について確認するものです。

|  |  |
| --- | --- |
| （１）人材を最も重要な経営資源として位置付け、人材育成に係る基本理念等は明確化されていますか。また、人事労務管理に係る包括的な方針・計画はありますか。 | [ ] 理念　[ ] 方針　[ ] 社是　[ ] ファミリーフレンドリー企業　[ ] その他□人材育成計画 |
|  |
| （２）従業員の能力向上を促進するとともに、それぞれが能力発揮できるような制度は整備されていますか。 | [ ] 研修制度（内部・外部）　[ ] ジョブローテーション　[ ] 自己啓発運動[ ] 資格取得支援　[ ] キャリア別教育　[ ] その他  |
|  |
| （３）製造や営業などの熟練者のノウハウを後進に引き継いでいくための取組はありますか。 | [ ] マニュアル　[ ] 見える化　[ ] メンター制度　[ ] デジタルツールの活用　[ ] その他 |
|  |
| （４）従業員の動機付け（モチベーション）を高めるための取組はありますか。また導入による成果事例があれば記入してください。 | [ ] 提案制度　[ ] 権限移譲　[ ] キャリアプランニング　[ ] 自己啓発推進[ ] その他特徴的な取組 |
|  |
| （５）従業員の評価制度は、業績等を正当に評価し、従業員の誇り、満足につながるような内容になっていますか。 | [ ] 人事評価制度　[ ] 成果報酬型給与　[ ] 表彰・コンテスト　[ ] 社内資格制度　[ ] その他 |
|  |
| （６）人の活性化を目的とした職場環境に関連する取組として、特徴的なものはありますか。また導入による成果事例があれば記入してください。 | [ ] グループ活動　[ ] 部門間連携　[ ] 社内コミュニケーションツール活用[ ] 多様な働き方の推進　[ ] 女性の活躍推進　[ ] 男性の育児休業制度[ ] ユニークな福利厚生制度　[ ] ユニバーサルレイアウト　[ ] ストレスチェック　[ ] その他　 |
|  |
| その他、この項において独自の取組等があれば記載してください。 |  |

Ⅲ　業務プロセスの効率化、革新

　　今日、製造業には、高品質、低コスト、短納期対応、多品種対応等が求められ、それを実現する資質として、製品開発・設計力、生産性、生産技術、生産管理や業務運営におけるマネジメント力などの多くの要素が必要となっております。この調査項目は、業務プロセス全般にわたる状況と効率化や革新を進める取組について確認するものです。

|  |  |
| --- | --- |
| （１）開発・生産・販売の業務全体を統合してマネジメントする機能がありますか。 | [ ]  ISO等の取得　[ ] 品質保証体系　[ ] 統括部門　[ ] その他 |
|  |
| （２）業務プロセスの管理・運営について、効率的で適切となるよう、業務標準の作成など、見える化に取り組んでいますか。 | [ ] 手順書作成　[ ]  ISO等の取得　[ ]  TPM活動　[ ] カンバン方式　[ ] その他 |
|  |
| （３）組織・システムなど体制の変革・改善は計画的に行われていますか。 | [ ]  ISO等の取得　[ ]  TPM活動　[ ] 専門チーム　[ ] その他 |
|  |
| （４）５Ｓ（整理、整頓、清掃、清潔、躾）を始め、社内環境の維持・向上に取り組んでいますか。 | [ ] ５Ｓ　[ ] その他 |
|  |
| （５）品質やコスト、納期の効率化など、社内の改善活動に取り組んでいますか。 |  |
| （６）デジタル化による業務の効率化に係る取組はありますか。またその取組による成果事例があれば記入してください。 |  |
| その他、この項において独自の取組等があれば記載してください。 |  |

Ⅳ　コア・コンピタンス

　　独自のノウハウに知的創造を加え、他者にはない独自の製品、技術、システムを確立することにより、企業のコア・コンピタンス（核となる競争力）が生まれ、独自の強みが形成されます。具体的には、次のような事項が挙げられます。

1. ナンバーワン　　　　・シェアがトップクラス　・売上がトップクラス　など
2. オンリーワン　　　　・他社が作れない製品の実現　・他社が真似できない技術　など
3. ファーストワン　　　・業界初の製品　・世界初、国内初の技術　など

　　この調査項目は、７項目の中で最も重要な要素として、実態を確認するものです。

|  |  |
| --- | --- |
| （１）優れたコア・コンピタンスがありますか。 | [ ] ナンバーワン　[ ] オンリーワン　[ ] ファーストワン |
|  |
| （コア・コンピタンスを1～2行程度で表現してください） |
| （２）そのコア・コンピタンスは他社と比較してどのような点で希少価値があると認識していますか。（例：他社の技術では代替できない等）。 |  |
| （３）そのコア・コンピタンスを他社が容易に真似できない理由や背景はどのようなものですか。 |  |
| （４）そのコア・コンピタンスは複数の事業で活用されるなど、経営全般に貢献していますか。 |  |
| （５）独自の強みを伸ばす研究開発体制がありますか。またその成果は製品等に活かされていますか。 | [ ] 研究開発部門　[ ] 産学官連携　[ ] 技能者育成制度　[ ] その他 |
|  |
| （６）技術動向や先進技術のベンチマークなど外部環境を把握していますか。 | [ ] 学会　[ ] 展示会出展　[ ] 組合・支援機関参加　[ ] その他 |
|  |
| その他、この項において独自の取組等があれば記載してください。 |  |

Ⅴ　顧客との関連性の質、深度を高める顧客価値構築

いかに優れた商品やサービスがあっても、それが顧客の要求に応えるものでなければ正当に受け入れられず、それが顧客にとって欲しくなるもの、価値あるものとして提示されてこそ初めて顧客満足へとつながります。この顧客満足を更に一歩進めたものが、「顧客価値構築」（顧客といかに良き関係を築くか）です。この調査項目は、顧客とより良き関係を築いていくため、どういった取組をしておられるのかを確認するものです。

|  |  |
| --- | --- |
| （１）顧客や市場の要求を把握し、顧客の望む製品の卓越性・優越性、魅力の向上など、商品価値を高める取組はありますか。 |  |
| （２）製品の安定供給や短納期対応、コスト抑制への努力など、顧客満足度を高める取組はありますか。 |  |
| （３）企業ブランドや製品ブランドの認知を得るために、顧客にとって価値のあるメッセージを発信していますか。 | [ ]  HP・SNS等の活用　[ ] 展示会出展　[ ] その他 |
|  |
| （４）製品の品質保証や、製品購入後のアフターサービスなどを通じて、顧客との信頼関係の構築に取り組んでいますか。 | [ ] 品質保証制度　[ ] お客様相談窓口　[ ] 情報提供　[ ] アフターフォロー体制　[ ] その他 |
|  |
| （５）製品に欠陥等の事故・トラブルが発生したときに、迅速かつ適切な対応を取る体制がありますか。 |  |
| その他、この項において独自の取組等があれば記載してください。 |  |

Ⅵ　社会、環境への配慮

今日、企業価値の評価にあたっては、経済活動のパフォーマンスのみならず、コンプライアンスの遵守、社会との関わりや環境への配慮といった観点が重要なものとなっております。とりわけ、地球環境問題への対応では、循環型社会の確立に向け、経済と環境の両立を図る取組が求められております。この調査項目は、社会や環境への配慮の実情について確認するものです。

|  |  |
| --- | --- |
| （１）法令遵守・不正防止などの社会的責任について方針を明確にし、社全体の共通認識となっていますか。 |  |
| （２）社会貢献や地域との共生に取り組んでいますか。 |  |
| （３）環境への対応を経営方針の重要な項目に位置付けていますか。 | [ ]  ISO14001取得　[ ] エコアクション21取得　[ ] 愛知環境賞　[ ] その他 |
|  |
| （４）省エネやCO2排出量の削減など、環境負荷軽減に取り組んでいますか。またそれを対外的に発信していますか。 | [ ] 省エネルギー　[ ]  CO2排出量の削減　[ ] リサイクル　[ ] その他 |
|  |
| （５）SDGｓ（持続可能な開発目標）の達成や、ダイバーシティの推進などに向けた方針や具体的な取組がありますか。 | [ ]  SDGsへの取組　[ ] ダイバーシティ推進　[ ] その他 |
|  |
| その他、この項において独自の取組等があれば記載してください。 |  |

Ⅶ　イノベーションへの取組

　　この調査項目は、今日の激変する経済環境に対して、適切に対応しながら企業の競争力を高めていく取組をイノベーションと捉え、その中でも特に①新分野進出②DX化推進③外部連携についての取組を確認するものです。

以下①～③のいずれかの項目について、貴社の取組を記載してください。（複数記載可）

|  |  |
| --- | --- |
| 1. 新分野進出

（独自の強みや特色を活かした従来の事業分野とは異なる分野・市場へと挑戦する取組）※従来の事業や製品等との違いが分かるように記載してください。 | （１）新分野進出への考え方や理念、環境整備等に向けた取組について記載してください。 |
|  |
| （２）新分野進出の取組状況や成果、並びに今後の展開について記載してください。また、その取組における将来の数値目標（売上、利益、事業費全体に置ける割合等）と、目標に対する現況についても記載ください。また、その取組に係る貴社の戦略について下表A～Cの該当する箇所に〇を付してください。 |
|  |
|  |  |  |  |  |
|  |  | 既存製品 | 新製品 |  |
|  | 既存市場 | （市場浸透戦略） | A新商品開発戦略 |  |
|  | 新市場 | B新市場開拓戦略 | C多角化戦略 |  |
|  |  |  |  |  |
| （３）新分野進出のための組織体制について記載してください。 |
|  |
| 1. DX推進

（データとデジタル技術の活用による新たな製品やサービス、ビジネスの革新） | （１）デジタル技術活用の考え方や方針、組織づくりや人材育成への取組について記載してください。 |
|  |
| （２）デジタル技術活用による新たな製品・サービスの開発や、付加価値向上への取組について記載してください。 |
|  |
| 1. 外部連携

（産学官（産学連携、産官連携も含む）や企業間連携による情報収集や技術交流、共同研究開発などの取組） | （１）連携先選定の基準や関係構築、外部資源の活用等についての考え方や方針について記載してください。 |
|  |
| （２）産学官や企業間で連携した情報交換、人材・技術交流、共同研究などの取組状況及び今後の展開について記載してください。 |
|  |
| その他、この項において独自の取組等があれば記載してください。 |  |