

「パートナーシップ構築宣言」

当社は、サプライチェーンの取引先の皆様や価値創造を図る事業者の皆様との連携・共存共栄を進めることで、新たなパートナーシップを構築するため、以下の項目に重点的に取り組むことを宣言します。

1. サプライチェーン全体の共存共栄と規模・系列等を超えた新たな連携

直接の取引先を通じてその先の取引先に働きかける（「Tier N」から「Tier N+1」へ）ことにより、サプライチェーン全体での付加価値向上に取り組むとともに、既存の取引関係や企業規模等を超えた連携により、取引先との共存共栄の構築を目指します。その際、災害時等の事業継続や働き方改革の観点から、取引先のテレワーク導入や BCP（事業継続計画）策定の助言等の支援も進めます。

(個別項目)

a. 企業間の連携（オープンイノベーション、M&A、事業承継支援等）

積極的に取り組むべき項目

地域企業・観光業者・食材生産者との協業

他宿泊施設・アクティビティ事業者との連携による新サービス創出

中小企業支援組織とのネットワーク構築

将来的な拡張に向けた事業承継や M&A の情報収集

具体的な取組内容

地域飲食店・農家と連携した地産地消 BBQ メニューの開発

→ オリジナル食材セットの販売、季節メニュー企画。

近隣アクティビティ事業（サーフィン、釣り、陶芸など）との共同パッケージ化

→ “宿泊+体験” プランとして販売し、平日利用率を向上。

観光協会・自治体との協働マーケティング

→ 地域イベントと連携した宿泊キャンペーンの企画。

地域の宿泊・観光事業者との情報交換会の定期実施

→ 需給予測、繁忙期対策、人材シェアの検討。

b. IT 実装支援（EDI・データ相互利用・IT 人材育成・サイバーセキュリティ等）

積極的に取り組むべき項目

予約・顧客管理のデジタル化強化

SNS を活用したマーケティング自動化

データ分析による価格設定・集客改善

具体的な取組内容

予約管理と顧客データの一元化 (Airbnb・楽天・公式LINEの統合)

→ 顧客属性別のキャンペーン配信が可能。

Instagram/TikTok 広告の自動運用ツール導入

→ ターゲット層 (20-40代ファミリー・カップル) の効率的な集客。

ダイナミックプライシング導入検討

→ 過去データ・天候・イベントに応じて料金最適化。

スタッフのITリテラシー研修 (予約管理・在庫管理・SNS運営)

→ 小規模事業でも業務効率を大幅に改善。

顧客情報の保護 (アクセス権管理・定期パスワード更新)

→ サイバーセキュリティ基準を整備。

c. 専門人材マッチング

積極的に取り組むべき項目

マーケティング・SNS運用の専門家活用

イベント企画や空間デザイン人材との連携

外国語対応 (英語・中国語) 人材の確保

具体的な取組内容

SNSマーケターの外部委託やスポットコンサル活用

→ 月間投稿計画、広告運用、クリエイティブ制作支援。

グランピング空間デザイナーとの協業

→ 季節イベント (ハロウィン、クリスマス、桜シーズン) の演出強化。

インバウンド対応のための多言語スタッフ (アルバイト含む) 採用

→ アジア圏からの需要増に対応。

アウトドアインストラクターとの連携

→ 焚火教室、星空観察会など体験価値向上。

d. グリーン化の取組（脱・低炭素、省エネ診断、グリーン調達）

積極的に取り組むべき項目

省エネ設備の導入によるコスト削減

サステナブル志向顧客への訴求強化

グリーン調達による地域ブランド価値アップ

具体的な取組内容

LED 照明・高効率暖房／冷房設備への更新

→ 電力消費を 15～30%削減。

雨水の簡易利用・節水型シャワーの導入

→ サステナビリティをアピール可能。

地元産木材・再生素材を活用した備品調達（グリーン調達）

→ 地域循環を生み、ストーリー性のある施設へ。

脱炭素アクションの情報発信

→ “エコ・グランピング”として差別化。

太陽光発電・蓄電池導入のフィージビリティ検討

→ 長期的な電力コスト削減と PR 効果。

e. 健康経営に関する取組（ノウハウ提供・健康増進施策の共同実施等）

※宿泊事業においては「従業員の健康」+「顧客の健康体験」両方で価値提供が可能。

積極的に取り組むべき項目

スタッフの健康管理と安全運営

ウェルネス志向のプログラム提供

具体的な取組内容

スタッフの労働時間管理とメンタルヘルスチェックの導入

→ 小規模事業ほど健康経営が離職率低下に直結。

アウトドア × 健康の共同イベント企画

→ ヨガ、朝の森林散策、ワークショップなど。

ローカルヘルスケア企業との連携

→ 睡眠改善アドバイス、食育ワークショップなど。

“Well-being Glamping” プランの開発

→ 健康経営に関心のある企業向け研修プランとして販売。

2. 「振興基準」の遵守

親事業者と下請事業者との望ましい取引慣行（下請中小企業振興法に基づく「振興基準」）を遵守し、取引先とのパートナーシップ構築の妨げとなる取引慣行や商慣行の是正に積極的に取り組みます。

①価格決定方法

不合理な原価低減要請を行いません。取引対価の決定に当たっては、下請事業者と少なくとも年に1回以上の協議を行うとともに、下請事業者の適正な利益を含み、下請事業者における労働条件の改善が可能となるよう、十分に協議して決定します。その際、「労務費の適切な転嫁のための価格交渉に関する指針」に掲げられた行動を適切にとった上で決定します。また、原材料費やエネルギーコストの高騰があった場合には、適切なコスト増加分の全額転嫁を目指します。なお、取引対価の決定を含め契約に当たっては、契約条件の書面等による明示・交付を行います。

②型管理などのコスト負担

「型取引の適正化推進協議会報告書」に掲げられている「型取引の基本的な考え方・基本原則について」や、「型の取扱いに関する覚書」を踏まえて型取引を行い、不要な型の廃棄を促進するとともに、下請事業者に対して型の無償保管要請を行いません。

③手形などの支払条件

下請代金は可能な限り現金で支払います。手形等で支払う場合には、割引料等を下請事業者の負担とせず、また、支払サイトを60日以内とします。

④知的財産・ノウハウ

「知的財産取引に関するガイドライン」に掲げられている「基本的な考え方」や、「契約書ひな形」を踏まえて取引を行い、片務的な秘密保持契約の締結、取引上の立場を利用したノウハウの開示や知的財産権の無償譲渡などは求めません。

⑤働き方改革等に伴うしわ寄せ

取引先も働き方改革に対応できるよう、下請事業者に対して、適正なコスト負担を伴わない短納期発注や急な仕様変更を行いません。災害時等においては、下請事業者に取引上一方的な負担を押し付けないように、また、事業再開時等には、できる限り取引関係の継続等に配慮します。

3. その他（任意記載）

直接の取引先だけでなく、サプライチェーンの更に先まで価格転嫁が可能となるような価格決定を行い、その旨をサプライチェーンの隅々まで伝わるよう情報発信します。

当社が関わるサプライチェーン全体の共存共栄のため、直接の取引先をはじめ、サプライチェーン全体へのパートナーシップ構築宣言の普及を図ります。

約束手形の利用の廃止に向けて、大企業間取引も含め、現金払いや電子記録債権への移行に取り組みます。

2025年12月05日

株式会社カノウ商事

企業名

代表取締役社長 叶 旭登

役職・氏名（代表権を有する者）

（備考）

- ・本宣言は、（公財）全国中小企業振興機関協会が運営するポータルサイトに掲載されます。
- ・主務大臣から「振興基準」に基づき指導又は助言が行われた場合など、本宣言が履行されていないと認められる場合には、本宣言の掲載が取りやめになることがあります。