

# 石川 中央会報

石川県中央会会報

2013

新年号

- ・年頭所感
- ・巻頭ゼミナール
- ・中央会事業だより
- ・～迎春 年賀誌上交換～



福梅

福德

辻占



石川県中小企業団体中央会

# 石川中央会報

題字  
故 安田隆明 名誉会長

## 金沢の正月菓子



### 福梅

梅の形をした最中で白と薄紅の2色がある。中には日持ちさせるために、水あめを練り込んだ硬めのつぶあんが入っており、かなり甘め。その由来は諸説あり、前田家の家紋「刺梅鉢」をモチーフにした説、前田家の祖先とされる菅原道真を祭った北野天満宮の大祭の献茶式でふるまわれた餅菓子「寒紅梅」をヒントに考案された説などがあるが、京都の千家から同地の加賀屋敷に贈られた進物が金沢城下に伝わり、広まる過程で「前田家の家紋をかたどった」といわれるようになったと推測される。

「福梅」は、石川県菓子工業組合の登録商標であり、正月のおもてなしや贈答用などに、欠くことのできないお菓子である。



### 福徳

金沢近郊でしか食べられておらず、「ふっとく」とも読み、正式には「福徳煎餅」という名前で売られている。打ち出の小槌や俵などをかたどった、最中の皮のような焼いた餅種の中には金栗糖や小さな土人形が入っており、食べるまで中は見えないため、古くはこの中身で子どもたちが一喜一憂した。文化6(1809)年、12代加賀藩主の前田斉広(なりなが)が祝賀用の菓子づくりを命じ、前田家御用の職人・7代榎田吉蔵の妻の発案をもとにつくられたといわれる。明治期に民間まで広がったが近年は廃れ、正月の時期にしか入手できない。

### 辻占

砂糖と餅粉を混ぜて巾着包みにしたお菓子で、中には小さなおみくじが入っているため食べる前に出す。形は花をかたどったり五角に包んだりする。正月前後にしか出回らず、金沢近郊のみで食される。

表紙写真：石川県菓子工業組合 提供

## 年頭所感

- 2 五嶋耕太郎 石川県中小企業団体中央会会長
- 3 谷本 正憲 石川県知事
- 5 鶴田 欣也 全国中小企業団体中央会会長
- 6 萩尾 太 株式会社商工組合中央金庫金沢支店支店長

## 巻頭ゼミナール

- 7 全日本製造業コマ大戦にみる中小企業経営者の変化  
神戸国際大学経済学部 教授 中村智彦氏
- 10 フェイスブックで「つながる社会」へ 中小企業のための発信力講座④  
～ソーシャルメディアが企業を変える～  
株式会社エイチツーオー 代表取締役 加茂谷慎治氏

## トピックス

- 13 おめでとうございます～秋の叙勲・褒章受章の方々(会員関係)
- 14 経済産業大臣表彰を受賞(小松鉄工団地協同組合)
- 14 協同組合組織で初! 日本品質奨励賞「品質革新賞」を受賞(小松共栄工業協同組合)

## 中央会事業だより

- 15 経済講演会並びに交流懇談会を開催
- 15 県・市に対して来年度予算要望を実施
- 16 情報連絡員会議を開催 ～「東南アジアの新興国の現状を把握する」～
- 16 石川のこだわり商品フェア2012開催 ～本会支援の6社等が出展～
- 17 必見!組合・青年部活動～ 会員探訪及び交流会を実施(青年中央会)
- 17 ～ボウリングカNo.1は?～ 組合青年部対抗ボウリング大会を開催(青年中央会)
- 18 レディース中央会全国フォーラムin福島へ参加(中央会女性部)
- 18 ～魅せよう! 元気で輝く女性力～ 組合女性部活動訪問事業を開催(中央会女性部)

## News

- 19 新聞掲載記事より  
石川県陶磁器商工業協同組合／協同組合加賀友禅染色団地／協同組合加賀染振興協会  
石川県板金工業組合／大野醤油醸造協業組合／協同組合アドビジネスセンター  
石川県造園業協同組合／片町商店街振興組合

## 組合情報Pick up!

- 24 =組合運営Q&A=
- 25 Pick up! 全国の先進組合事例 =組合資料収集加工事業報告書より=  
◎新販路の開拓：四国タオル工業組合

## お知らせ

- 26 県内の情報連絡員報告(10月)
- 28 平成25年度石川県中央会会長表彰並びに石川県知事表彰に係る被表彰候補者の推薦について
- 28 個別専門相談室開催のご案内
- 33 ～迎春 年賀誌上交換～
- 69 くみWai広場(石川県電器商業組合 事務局)





## 「中小企業の振興なくして、 国の発展なし」

五 嶋 耕太郎 石川県中小企業団体中央会会長

新年あけましておめでとうございます。

平成25年の新春を迎え、謹んでお慶び申し上げます。

旧年中は、本会事業の推進にあたり、会員の皆様をはじめ関係各方面の方々より、特段のご理解とご協力を賜り厚くお礼を申し上げます。

平成24年は、従来から抱えていた財政問題や長引くデフレ等の内なる構造的課題、震災、原子力事故、自然災害に加え、円高、欧州危機等の外的要因が重なるなど、内外ともに辰年の傾向とも言われる“揺れ動く変化の年”を裏付けるような事象が多発し、忍耐力と新たな挑戦が求められた年でした。

その様な中、年末には衆議院の解散、そして選挙と慌ただしい政治日程の中、新しい政権が誕生致しました。また、海外経済に目を向けると、アメリカの「財政の崖」、欧州では「政策発動の迅速性」、中国は「経済指標の持続性」など、その不確実性が足かせとなり閉塞感が色濃く漂っています。国内では、経済のグローバル化と円高の中、景気の後退局面に陥っていることに加えて、国内産業の空洞化が大きな問題として押し寄せております。こうした事態が続けば、我が国産業にとっても、生産拠点や販売市場の海外移転が更に加速され、日本の最大の強みである技術力の流失、更には雇用の喪失を招くなど、中小企業とりわけモノづくり産業の存続を危うくさせることにもつながります。

このことから、今までも増して政府の果たす役割への期待が高まると同時に、その舵取り如何によっては、日本経済の行く末が決まる重大な岐路に立っているものと思われれます。一日も早く、国の叡智と覚悟を伴った実効性ある経済対策が樹立、執行されるよう強く求めるものです。

一方、石川県当局においては、きめ細かく経済・雇用対策を展開し、早期の経営診断と経営革新を支援する企業ドック事業の拡充や多方面にわたる石川ブランドの育成支援など、中小企業の経営や資金面の安心を確保する取り組みを進めており、一步先を行く施策展開など引き続きの積極姿勢を期待するところであります。

したがって、本会でも県の施策に呼応して企業のグループ化による地域資源を活用したブランド化や農商工連携を後押しするほか、地域中小企業の人材確保・定着支援事業などの雇用対策や経営改革支援等を強力に推進し、中小企業の効率的な経営と活力の底上げに奮闘してきたところであります。

さて、今年の景気感であります、「年の前半は、施策効果のピークアウトを背景に景気の低迷が続くものの、年後半は消費税の駆け込み需要を受け、内需を牽引役として緩やかに上向いて行くのでは」とも言われておりますが、いかがでしょうか。

本会としましては、従来以上に気を引き締め、企業ドック事業や中小企業応援センター等を有効に活用するなど、専門家派遣による連携組織支援、創業・再生の支援、更には経営革新の推進や地域資源活用による新事業の創出、ものづくり対策や人材育成、加えて中心市街地活性化等に積極的に取り組んでまいり所存であります。

いずれにしても昨今の厳しい景況下にあつては、将来を見据えた人材の育成や技術開発など中長期的な視点で企業の力を蓄えけるとともに、へび年にあやかるようにしつこく・粘り強く、果敢に挑戦してゆくことが“今年の決め手”と思うのであります。

中小企業は、国の礎です。日本経済の活力の源泉であり、地域においては雇用を支えるなど、「中小企業の振興なくして、国の発展なし」このことを肝に銘じながら、私ども中小企業団体中央会は、本県経済の厳しい状況を乗り越えるためにも連携組織の専門支援機関「共に考え行動し、結果を出す中央会」として、中小企業と中小企業組合等のニーズを的確に受け止め、その解決に向け役職員一丸となって行動して参る所存ですので、皆様の一層のご支援をお願い申し上げます。

むすびに、迎えた新しい年が皆様にとりまして希望に満ちた飛躍の年となりますようお祈り申し上げ、年頭にあたってのご挨拶といたします。

平成25年 元旦



## 「活力ある産業づくりを目指して」

谷 本 正 憲 石川県知事

明けましておめでとうございます。皆様におかれましては新春をご健勝でお迎えのことと心からお慶び申し上げます。また、日頃から県政の推進に深いご理解とご協力を賜っておりますことに、本誌面をお借りして心から感謝申し上げます。

昨年は、本県の希望の象徴である北陸新幹線が、昭和48年の整備計画決定から約40年の歳月を経て、金沢・敦賀間の延伸が認可・着工され、金沢開業後10年余りで県内全区間を新幹線が走ることになるという、念願が叶った年でありました。これまでの皆様方のご尽力に心から感謝を申し上げます。今後とも、敦賀までの一日も早い完成、大阪までのフル規格による早期全線整備に向けて、関西圏を含めた沿線地域との連携を密にし、取り組んでまいります。

そして、新しい年を迎え、金沢開業がいよいよあと2年余りと迫ってまいりました。開業効果を最大限に引き出し、県内全域に波及させるため、首都圏での効果的・戦略的な情報発信に向け「新幹線開業PR戦略実行プラン」を策定するとともに、新幹線対策としては例をみないファンドを創設し、その運用益による取り組みをスタートさせるなど、開業に向けた準備を加速させてまいります。

さて、本県の経済・雇用情勢は依然として先行きが不透明な状況であり、引き続き、経済状況をしっかりと注視していく必要があると考えております。

こうした中、県では、関係機関と連携して、景気の持ち直しを後押しすべく、経済・雇用対策を強力に推進してきたところであり、きめ細かくセーフティネットを張り巡らせる施策に全力を挙げて取り組んでまいりました。

経営面においては、何と言っても具体の受注に結びつく販路の拡大が重要であることから、地場産業のそれぞれの特性に応じて、県内企業の販路開拓を支援するため、工夫を凝らした取り組みを行っております。

また、経営の悪化を防止し、事前に対策を講じるための、いわば人間ドックの企業版と言える「企業ドック制度」につきましては、これまで900社余りにオーダーメイドの支援をしており、利用者から好評という声を得ております。そして今年度は新たな取り組みとして、診断後の経営指導員等によるフォローアップの充実に努めているところであります。

さらに、「いしかわ産業化資源活用推進ファンド（活性化ファンド）」などの支援制度を活用して県内企業が開発した新商品等を対象に、販売・PRの機会を提供する「石川のこだわり商品フェア2012」を

今年度も金沢市内の百貨店で開催いたしました。多くの県民の皆様にご来場いただき、お陰様で売上が過去最高となりました。また、今回もフェアの会期中に首都圏等のバイヤーを多数招聘し、個別事業者との商談を実施したところであります。

資金面においては、県内中小企業の金融円滑化を図るため、「緊急経営安定支援融資」と「借り換え融資」について十分な融資枠を確保しているところであります。今後も、県内中小企業の資金需要に十分にお応えできるよう、融資枠をしっかりと確保するとともに、経営や金融などのご相談に対して、きめ細かく対応してまいります。

雇用面においては、新規学卒者等に対する取り組みとして、高校卒業予定者の就職支援について、関係団体とも連携を図りながら、全力で取り組んできた結果、採用企業のご協力もあり、昨年3月に卒業した高校生の就職内定率が99.9%となり、全国第一位の水準となりました。

今年度も、就職を希望する生徒諸君が一人でも多く内定を得られるよう、直接企業の情報を収集するための「企業ガイダンス」と、就職に向けた心構え等を学ぶ「就職応援セミナー」や合同就職面接会を開催するなど、関係者が一丸となって、求人開拓や生徒への就職指導に全力で取り組んでおります。また、大学卒業予定者等についても、学生と企業のミスマッチを解消するため、様々な業種、規模の企業を見学する機会を設けたほか、これまでに4回の合同就職面接会を開催し、昨年度を上回る企業に参加いただいております。2月にも面接会を開催することとしております。

今後とも、新規学卒者をはじめ、一人でも多くの就職を希望される方々が職に就くことができるよう、必要な対策を講じてまいります。

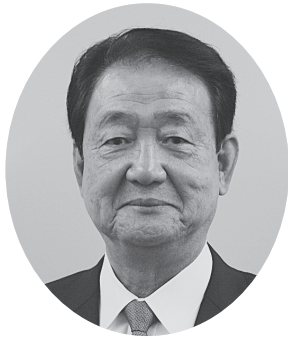
本県産業の一翼を担うことが期待される「次世代産業の創造」につきましては、「いしかわ次世代産業創造ファンド」による取り組みをスタートさせてからの2年間、炭素繊維と航空機分野の研究開発を重点的に支援してまいりました。こうした中、炭素繊維の取り組みが文部科学省の大型プロジェクトに採択されたほか、航空機分野についても、連携を組む複数の企業が、航空機分野への参入にあたって必要とされている、非常に難易度の高いNadcap（ナドキャップ）という国際的な認証を取得するなど、成果を挙げております。

県としては、今後も、工業試験場、石川県産業創出支援機構が一丸となって、意欲のある企業の研究開発や事業化を積極的に支援し、次世代の一翼を担いうる産業の創出を強力に推進していきたいと考えております。

また、本県の恵まれた地域資源を活用した新たなビジネスの創出や、農商工や医商工の連携による新産業創出を図るため、活性化ファンドの運用益を活用し、これまで5年間で350件を超える取り組みについて支援を行っております。今後とも、新たなビジネスや産業の創出につながる意欲ある取り組みを積極的に支援してまいります。

この新しい年が皆様にとりまして、明るい展望の持てる年となるよう心からお祈り申し上げますとともに、県政に対する一層のご支援、ご協力をお願い申し上げ、新年の挨拶とさせていただきます。





## 年頭に当たって ～「組合 絆 ルネサンス」の結実に向けて～

鶴 田 欣 也 全国中小企業団体中央会会長

### 明けましておめでとうございます。

震災からの復興や成長分野への産業構造の転換が喫緊の課題となる中、我が国は昨年もデフレからの脱却を果たすことができず、日本経済は大きな岐路に立っています。今年こそ、国の礎である中小企業が報われ、希望の光が燦々と差し込む年としたいものです。

顧みますと、全国中央会の会長に就任して4度目のお正月を迎えることとなりました。最も力を注いできたことは、大きく二つあります。一つは、①中央会の存在価値をアピールすること、もう一つは、②中央会・組合間の情報の共有化を図り、中央会の職員一人一人が生き生きと働けるようにすることです。中央会トップセミナー、中央会事務局長会議の開催、参加型の中央会指導員研修など中央会間の情報の共有化を図るため、各層ごとに幾重にも直接語らう場を設けましたが、今後とも、関係各位の積極的な参画をお願いいたします。全国中央会としても、それをしっかりと受けとめていきます。

### 「組合 絆 ルネサンス」の結実に向けて

衆議院解散による予算編成の遅れ等による景気減速、中小企業金融円滑化法の期限到来による資金繰りや消費税の引上げに対する不安、エネルギーの安定供給への危惧など先行きが見えない状況を何とかして打開していく必要があります。

新政権には、一日も早く中小企業が再び元気を出して頑張れるような政策展開を何よりも期待するものです。そして、全国の中小企業がどの地域においても組合等連携対策をはじめとする政策支援が受けられるようきめ細かな支援体制が採られることが必要不可欠です。

このような状況下、政府では、小規模企業施策や支援体制を抜本的に強化し、海外展開の更なる支援、下請取引の適正化、事業承継・技能承継、若手・女性層の創業等を推進することとしています。このことは、中小企業組合等中小企業団体が果たすべき役割を高めるものと考えています。

東日本大震災は、中小企業間での復興連携、今後に備えての防災連携など地域市民を巻き込んだ新たな関係性による産業再構築の契機となったのではないのでしょうか。中央会として、絆と共感の中に、そのための仕組み、風土をつくり、日本の未来の可能生を作り出していきたいものです。

この歴史的転換と言える今、中小企業組合等中小企業団体の皆様におかれましても、中小企業の発展のため共に力強く前へと邁進いただきますようお願いいたしますとともに、本年が皆様にとって、忘れられない素晴らしい年となりますよう心からご祈念申し上げ、年頭に当たってのご挨拶といたします。

平成二十五年 元旦



## 年頭所感

萩 尾 太

株式会社 商工組合中央金庫  
金沢支店 支店長

平成25年の新春を迎えるにあたり、所感の一端を申し述べて年頭のご挨拶とさせていただきます。

まず、昨年の経済を振り返りますと、わが国の景気は東日本大震災からの復興や、タイの洪水からの挽回生産、エコカー補助金の復活などにより、春頃まで持ち直しの動きを見せました。しかしながら、その後は欧州や中国経済の減速、長引く円高などによる輸出の減少に加えて、エコカー補助金の終了といった政策による押し上げ効果の剥落といった要因等により、国内景気は厳しい状況にあり、先行きの不透明感も強くなっています。中小企業の景況については、当金庫の「中小企業月次景況観測」でみますと、景況判断指数は平成24年3月に48.7と東日本大震災以前の水準近くまで回復するなど、一時は持ち直しの兆しが見えましたが、その後は一進一退を続けながらも緩やかに低下してきました。

このような環境のもと、商工中金は、東日本大震災からの復旧・復興に取り組む中小企業の皆さまや、円高等の影響により当面の資金繰りに不安を抱える中小企業の皆さまに対し、危機対応業務を中心に、組織をあげてセーフティネット機能の発揮に取り組みしました。平成23年5月より取扱いを開始した東日本大震災復興特別貸付については、全店で3万4千件、1兆9千億円を超え、これらを合わせた危機対応業務全体の累計実績は制度開始以降、11万9千件、7兆4千億円を超える規模となりました。こうした、中小企業の皆さまの資金繰りや経営の安定化へのサポートを通じて、地域の雇用維持・経済の安定に大きく貢献することができました。また、中小企業の皆さまの企業価値向上に向けては、成長戦略総合支援プログラムを活用するなど、全力でサポートしてまいりました。同プログラムは、昨年10月に上方修正した「3年間で5千億円の成長マネー供給」という目標に対し、全店累計実績で7千件、4千億円を超えるなど着実に成果を上げることができました。

本年も先行き不透明な金融・経済環境が続くことが予想されますが、金沢支店としましては、引き続き石川県中小企業団体中央会様と連携し、皆さまからのご相談に対して、懇切、丁寧かつ迅速な対応に努め、危機対応業務を中心にセーフティネット機能の発揮に全力を挙げて取り組んでまいります。また、お取引先の皆さまが抱える経営課題に対してはその解決に向け、質の高いソリューションを提供するなど、皆さまと一緒にこの難しい局面を克服し、ともに成長してまいりたいと思います。

「中小企業の、中小企業による、中小企業のための金融機関」として、これまで以上に皆さまから信頼され、お役に立てるよう、職員一同、全力で努力を続けてまいりますので、今後とも格別のご指導とお引き立てを賜りますようお願い申し上げます。

年頭にあたり、皆さまのご繁栄とご健勝をお祈りいたしましてご挨拶いたします。

# 全日本製造業コマ大戦にみる 中小企業経営者の変化

中村智彦氏／神戸国際大学経済学部 教授

## わずか一年前に始まったものが・・・

一年前に神奈川県の本型メーカー・ミナロの経営者緑川賢司氏が、仲間の経営者たちのグループ「心技体」と「最近、製造業に元気がない。なにか元気になれるような楽しい催しはないだろうか」と考え付いたのが、コマ大戦である。中小企業がその製造技術を用いて、対戦するということは、ロボットによるものなどが人気である。しかし、ロボットは一体10万円以上はするし、中小企業が気軽に参加できるほどではない。

緑川氏らが、思い出したのは子供の頃に遊んだベイゴマでの戦いだ。小さくて、単純なコマの戦いは、子供だけではなく大人も引き込まれてしまう。単純で、誰でも参加できて、おもしろい。コマはまさにその条件を持ち合わせている。

直径二センチのゲージを通れば、材質も、形も自由。指でまわして、二回対戦し、連続して勝ったら、相手のコマを取ることができる。優勝者は、すべてのコマ、総取りである。土俵はケミカルウッド製の直径25センチ。ルールも単純で明快。

2012年2月2日、第一回目の大会は、テクニカルショウヨコハマ 2012の会場内で開催され、21グループが出場した。土俵には協力企業の広告が掲載され、行司や司会、解説なども経営者たちがボランティアで行った。コマ大戦は、出場企業だけではなく、多くの観客を集め、大盛況に終わった。業界専門紙などの取材もあり、マスコミへの露出も多くなった。

## 二年目に向けて

業界専門誌などの報道もあり、全国の製造業経営者からの注目が集まった。2013年の2月に横浜で、第二回全国製造業コマ大戦を開催することが決まった。しかし、問題は出場希望者の急増である。そこで、全国を7つのブロックに分け、地方大会を開催することにしたのである。



各地方大会（場所）の運営は、自ら志願した各地方の中小企業が行う。これもボランティアである。8月24日の北海道東

北予選の仙台場所を皮切

りに、9月の関東予選の八王子場所、10月には九州沖縄予選の博多場所、信越北陸予選の新潟場所、11月の東海予選の名古屋場所、中国四国予選の岡山場所と続き、最後に12月に近畿予選の京都場所と続いた。各地ともに多くの観客を集め、大盛況となった。開催場所も東海地区では、名古屋最大級の展示会場であるメッセナゴヤの中の開催となり、テレビ局5局が取材に訪れるなどした。



名古屋の会場はメッセナゴヤ



テレビ局も多数取材に。PR効果は抜群。

## マスコミへの露出の増加

一回目の時には、業界紙を中心にしたものであったが、二回目の地方予選が開催されるに従い、一般紙でも取り上げられるようになり、NHKなど全国放送の番組でも紹介されるようになった。それとともに知名度が急上昇し、地方予選への参加希望も増加してきた。

マスコミでの取り上げ方は、大きく分けて三つのパターンがある。ひとつは、社内での技能伝承のために参加し、熟練高齢従業員と新人従業員の交流を描くもの。いまひとつは、複数の企業のコラボレーションによってひとつのものを作り上げるという流れを描くもの。最後のひとつは、高度な技術を惜しげもなくコマ製作に投入する中小企業の新しい姿を描くもの。こうした三つのパターンを見ていると、確かにコマ大戦に参加してくる企業経営者の意図が透けて見える。

## なぜ中小企業経営者はコマ大戦に参加するか

「とにかく楽しいことが一番。」コマ大戦に参加している企業経営者の一人はそう話す。「最近、製造業に関しては明るい話が少ない。従業員も含めて、なにか楽しい話題が欲しかった。」

北陸のある企業経営者に、コマ大戦を紹介した時には「最近の若い従業員は、冷めているというか、やることさえすればそれでいいでしょというタイプが多いから、こういうの紹介しても、どうかなあ。」



と言っていた。ところが、しばらくすると「うちの若い従業員が必死になってやり始めている。びっくりした。」と連絡があり、結局のところ、「なんだかんだともものすごく盛り上がって、予選に参加した。負けたら、すごく悔しがって、来年も絶対やりましょう、社長!と言われた。」ということにまでなった。

その経営者は、「考えてみると、うちのような小さな会社では、発注元から来た図面をいかに正確に作るかで、それもできて当たり前。自分たちで考えて一から何かを作ることはないし、できたからと言って褒められたり、みんなで盛り上がるなんてことはない。」そんな中で、現場の活性化に非常に役立ったという。

当然であるが、現場で考えて、物を作り出していくという課程の中で、「技術伝承」も行われる。参加企業の方たちと話していても、「今までだと、教えようとしても退屈そうにしていた若手が必死になって、熟練工たちに教えてもらっている姿が新鮮だった」という指摘があった。

## 中小企業もPR効果を考える時代

「宣伝広告費に換算したら、ものすごいものになっている。」名古屋場所で一緒になったあるテレビ局の関係者は、そう舌を巻く。テレビ局だけで5局、それ以外に新聞の全国紙や業界紙、ネットのメディア関係を含めると、その露出度はかなりのものである。

今まで中小企業、特に製造業ではPR効果どころか、自社の知名度を高めるといったことなど考える必要はなかった。大企業の下請けをしていれば、それで一定の仕事が流れてきたのである。結果として、「うちのような製造業の中小企業が宣伝広告なんてしても意味がない」という判断になっていったのである。

しかし、時代は大きく変わってきた。大手企業は海外展開を行い、日本国内の系列システムはほぼ壊滅した。中小企業は自社の存在をアピールし、広く自社の仕事を求めていかねばならなくなったのである。とはいうものの、資金力のない中小企業にとって自社のPR、宣伝広告といっても、どこからどう手をつけて良いのかが分からない。

「コマ大戦に出るとなってから、毎晩、従業員が集まって、どういう素材で、どういう加工をするのかということを話し合った。それは結局、うちの強み、うちの従業員がどういう技術を持っているのかということを再認識する作業だったと思う。」そうある参加企業の経営者は話していた。

さらに、コマ大戦というイベントを通じて、テレビや新聞などの媒体に自社名が露出することは、大きな宣伝広告効果と考えられる。単なるイベントへの参加という発想だけではなく、中小企業経営者としては、そうした効果をも考えていく必要がある。それだけに会場を見渡しても、自社の社名を染め抜いたハッピーや幟などを用意する企業もあるし、コマ大戦の土俵に広告を出すことでマスコミへ露出を考える企業も少なくない。

## なぜこんなイベントが可能になったのか

たった一年間で、大きなイベントに成長した背景には、インターネットの利用がある。特に、こうしたイベントを企画し、実行する段階で、多くの経営者や賛同者を集めるツールとして、フェイスブックは大きな役割を果たしてきた。

そもそもこのコマ大戦の主催者は、中小企業経営者たちだけである。行政や商工会議所や組合などといった組織ではないし、開催にあたっては広告代理店などが参画することもない。始まったのは神奈川県であり、その周辺の企業経営者が中心になっていることは確かであるが、しかし、あっという間に神奈川県外の中小企業経営者の参画を得ている。それだからこそ、全国各地での予選の開催が可能になったのである。

フェイスブックがなければ、あるいはそれに代わるツールがなければ、こうした大会を中小企業経営者だけで開催することは不可能だったろうし、経営者以外の多くの人たちの協力を得ることも難しかっただろう。そういう点では、少し違った視点から見ると、中小企業経営者のインターネット活用が、いよいよ本格化している、そのひとつの現れがコマ大戦であるという指摘ができる。

ここを中小企業経営者には、理解し、考えてもらいたい一番の点なのである。依然として、インターネットの活用に関して抵抗感があったり、あるいは遊びの道具であるという見方から脱却できない経営者も少なくない。今回のコマ大戦も、「単なる遊びじゃないか」という見方もできなくもない。おそらく、テレビの報道などだけ、表面的な見方をすれば、そうならざるを得ないだろう。しかし、コマ大戦というひとつのイベントを通じて、地域内外の中小企業経営者間のネットワークが構築されつつあることも重要である。

「でも、いくら説明しても使っていない人には、なんのことだか分からないんだよね。」ある企業経営者はそう笑う。「暇がない。」という経営者も多い

だろう。しかし、インターネットでの情報収集、情報発信は、「暇」にするものではなく、経営のひとつの「必須」になりつつあるという発想の転換が必要なのである。

## 課題も多い

もちろん課題も多い。コマ大戦も、参加者が急増しており、会場の設定や事務作業等の増加は、事務局を担当する企業経営者の負担を超える可能性がある。さらに、当初は想定しなかったコマの登場などから、ルールの整備が追いつかないし、ルール変更に対しての批判なども起こってきている。

マスコミなどへの露出が増加すれば、増加するほど、商業的に利用できるということになり、現在の参加者だけではない、運営そのものをビジネス化しようとして近づいていく者も増加する。

要するに「思い」をどのように共有するかが、強く問われてくるだろう。その点では、コマ大戦に限らず様々なイベントでも同様の経過を踏んでおり、場合によっては単なる商業的イベントになってしまっているケースもある。

中小企業の経営者が自然発生的に集まり、ネット上での情報交換や交流を通じ、リアルなイベントを構築してきた事例はまだ少なく、今後、どうなるかも含めて、大きな実験事例であるとも言える。

## ネットを使って何をすることが問われる

コマ大戦に関しては、2月の全国大会を前にして、恐らく多くの記事やテレビでの報道がなされるだろう。しかし、「なんだ、暇な中小企業が集まって、

楽しそうに遊んでいるのか。うちは、そんな余裕はないね」と斜に構えて、笑っているだけで経営者として大丈夫だろうか。

「私は、ネットも前から使っているし、詳しいから」という経営者の中にも、単にネットオタクでしかない人も少なくない。ネットをいかに経営の道具に使うかが、重要なのである。単に経営者個人の自己満足のおもちゃでは意味がないのである。

ネットの歴史を振り返れば、それは明白だろう。10年ほど前はインターネットを使えるだけで賞賛されたのである。高額であった初期は、それだけの資金を使うだけで感心された。しかし、今や誰でも使える時代になった。必要な機材の価格も低下した。(ちなみに私がこの原稿を新幹線の車内で書き、送信している端末は、7,800円で購入したネット用パソコンだ。) 中小企業の経営者が、「ネットを使える」というだけで関心を集める時代は終わったのだ。

今は、そのネットを使って、「なにをやるか」という点に移っている。特に、ネットを活用し、「リアルな関係を構築していく」ことができるかどうか、現代に生きる経営者に問われているのである。

つまり、コマ大戦そのものの面白さだけではなく、その背景にどういったことがあるかを、感じ取れるか否かは、経営者にとって重要なのである。

インターネットが普及して十年が過ぎた。同時に、大企業の下請け企業として中小企業が存在できた時代が終わったのも、同じく十年前である。中小企業が、自ら情報を発信し、営業活動を行い、新しい技術を獲得したり、距離に関係なく企業間での連携を構築する必要が指摘されてきて、十年が経ったのである。魔法の道具でもない代わりに、使わなくてはなくなったのだ。

## 中村 智彦 (なかむら ともひこ)

### 【常 勤】

神戸国際大学経済学部 教授

### 【非常勤】2012年度

日本福祉大学経済学部 関西大学商学部

### 【研究調査のテーマ】

- ・ 中小企業論 (中小企業間ネットワーク、中小企業政策など。)
- ・ 地域経済論 (製造業、商店街問題、企業誘致、地方自治体による産業支援問題など。)

☆フィールドでの調査や研究を得意としております。個人的趣味から、最近のニッチ市場やマニア市場なども関心の対象です。



### 【生年】

1964年 東京都町田市生まれ

### 【職歴】

1988年～1991年 Thai Airways International Co.,Ltd 日本支社勤務  
 1991年～1994年 株式会社PHP総合研究所勤務  
 [1992～1993年 シンガポール支社駐在]  
 1996年～2001年 大阪府立産業開発研究所 経済調査部国際調査室勤務  
 2001年～2007年 日本福祉大学経済学部 助教授  
 2007年 神戸国際大学経済学部 教授  
 2008年～ テレビ大阪「ニュース Biz」コメンテーター

### 【参考】

筆者のホームページ → <http://monodukuri.jp/>  
 神戸から山形へ行って考えた～神戸国際大学中村ゼミ  
 → <http://samidare.jp/tomsemi/>

## フェイスブックで「つながる社会」へ

～ソーシャルメディアが企業を変える～

中小企業のための発信力 講座④

加茂谷慎治氏／株式会社エイチツーオー 代表取締役クリエイティブディレクター

### 東日本大震災経て「つながり」を重視

「つながる」「絆」という言葉を東日本大震災以降、目にする機会が増えた。2011年3月11日、私たちの国を襲った未曾有の災害である東日本大震災は、人々の意識を大きく変えるきっかけとなった。激しい揺れと大津波によって、1万5,000人を超える方の命が奪われ、依然として3,000名を超える方が行方不明となっている。震災からやがて2年を迎える今もなお、仮設住宅で生活を送る方、原発事故で避難を余儀なくされ、故郷を離れて暮らす方も多い。

内閣府が2012年1月から2月にかけて、全国10,000人の成人男女を対象に実施した国民の意識調査によると、「東日本大震災前と比べて、社会における結びつきが大切だと思うようになったか」と聞いたところ、「前よりも大切だと思うようになった」と答えた人の割合が79.6%に上った。

「孤立死」「無縁社会」という社会現象もクローズアップされる中で、人々は震災の体験から人とのつながりを求めるようになった。ネット社会が広がり、プライバシーの保護が進んで地域コミュニティの存在が薄れていく一方で、人々は「つながり」を保ちたい、絆を大切にしたいと考えるようになってきた。

### お客様にファンになってもらう

こうした「つながり」を求める人々のニーズに応えながら、企業や店舗のビジネスに結び付ける方法がフェイスブックに代表されるソーシャルメディアではないだろうか。従来、企業のことを知ってもらうために一般的だったテレビや新聞などのマスメディアを利用した広告やダイレクトメール、チラシといった「お知らせ」を一方向的に伝える広告戦略から、ソーシャルメディアを通じて「共感」「共有」を大事にする絆づくりが求められるようになってきたのである。

モノがあふれ、情報が渦を巻く中で、人々は本当に価値のあるモノを求めるようになり、心に響くメッセージを必要とするようになった。この企業のモノを使いたい、この人からモノを買いたい、という気持ちをお客様に抱いてもらうことが商品やサービスを売るための決め手になってきた。

ソーシャルメディアを通じた「つながり」は、企業側の一方的な情報伝達やマスコミを通じたPRを大きく変えることになった。お客様はフェイスブックやツイッターなどのソーシャルメディアを通して、企業や商品に対する評価や感想を広めるようになる。「〇〇社のサー

ビスは素晴らしい」というポジティブな評価もあれば、「××の商品は価格の割に大したことがない」といったネガティブな評判までが世の中に伝播されていく。「つながる」「絆」という言葉が示すように、お客様は作り手や売り手の顔や心を理解し、好きになれば、その商品やサービスを購入し、ファンになればお客様自身が情報を拡げてくれるのである。

お客様をファンにするには、人の心を動かすメッセージを発信することが求められる。心に届き、行動を促すメッセージを、受け入れてもらう必要がある。商品の売り込みでも、お客様に媚びることでもなく、生きた情報や共感を得るメッセージが受け入れられるのである。企業や店舗は、ソーシャルメディアを通して、ファンになってもらうような空気を創り出すことが大切とされる。企業や店舗としての理念やビジョンが背後に読み取れ、透明性を持ったうえで、旬の話題やお客様に役立つ情報を提供することが、ファンを広げていく鍵となる。

### トップ自らが新しい時代を切り拓く

社会が変革する中で、企業を次の世代にどうつなげていくのか、どう生き残っていくのかが企業トップに課せられた使命である。トップは、組織のあり方自体を変え、閉塞感を打ち破ることが求められているのではないだろうか。

フェイスブックを単なる広告や宣伝のツールとしてではなく、企業、経営者、お客様、社員が情報を共有化するための武器と考え、活用することによって信頼感や親しみ、共感を持った関係性を築くことが、次代に向けた新しい企業のあり方になっていく。

企業がソーシャルメディアを活用するにはリスクも存在している。PR効果をどうやって測定するのか、労力も時間も必要となる。さまざまな課題が山積している。しかし、社内の人材や社外のネットワークによってソーシャルメディアを活用することはそれほど難しいことではない。社内には、フェイスブックをはじめソーシャルメディアに関心を持つ人材もいるはずである。フェイスブックを導入することによって、社員のモチベーションを上げ、風通しを良くする、お客様と対話する。壁を破り、社員、お客様との新しい関係を築くことができる。

企業のトップは、フェイスブックに代表されるソーシャルメディアを活用することで、企業のあり方、存在意義を考える機会になると考えて、新しい時代の企業のあり方を切り拓いてはいかがだろうか。



# 【フェイスブックの取り組みを振り返る】

石川県中央会メンバーが対談

石川県中小企業団体中央会は、2012年1月からフェイスブックページを立ち上げ、情報発信ツールとして活用している。担当する情報企画課の梶川嘉彦さん、遠藤正樹さん、そして新たに投稿にチャレンジしてみた総務課の二山めぐみさんにフェイスブックの活用について振り返ってもらった。

## ◆フェイスブック活用のきっかけは

石川県中央会でフェイスブックを活用しようということになったきっかけは何だったのでしょうか。

梶川 私たち中央会は、中小企業の組合設立や運営のお手伝い、商品開発などを支援することを目的としています。各組合や企業さんの取り組みを紹介し、多くの方に企業や商品を知ってもらうためのツールとして、フェイスブックを活用することにしました。



梶川さん

遠藤 従来はホームページに掲載して情報を発信していたのですが、それでは中央会のホームページを知っている方や、検索して探してくれた方にしか情報が届きません。何とか多くの方の目に留まる方法として、効果的だと考えました。

二山 個人的に友達から「こんなおもしろいネットの使い方があるよ」と誘われて、中央会が始める半年ほど前にフェイスブックに登録はしてみたんですが、よく分からずに放置状態でした。「中央会でフェイスブックを始める」と聞いて、おもしろいという期待とうまくいくのかなという不安な気持ちがありましたね（笑）。

## ◆投稿者の名前や写真を入れて工夫

フェイスブックページは、開設時から順調に展開されましたか。

梶川 実は、当初、未知のツールだったこともあり（笑）、最初はセキュリティに対する不安や効果について疑問を持っていたんです。やらない理由を挙げて、導入には乗り気ではなかったんです。それでも、中村明専務理事から「まあ、やってみたらどうだ」といわれ、やり始めてからはいろいろと研究しました。

遠藤 「やるならば徹底的に」という梶川さんの意気込みはすごかったですね。どういう方法が効果的か、例えば投稿はホームページと連動させる方がいいのか、どんな写真が見栄えがするか——など、担当する情報企画課を中心に議論を交わして試行錯誤しました。



遠藤さん

議論の結果はどうでしたか？

遠藤 ホームページと投稿を連動させるのは、システム上の問題や同じ内容を投稿しても意味がないということ



フェイスブック活用について振り返る梶川さん、遠藤さん、二山さん（左から）  
＝石川県中小企業団体中央会

で、フェイスブック独自で情報を発信することになりました。

梶川 投稿には、投稿者の所属と名前を入れるようにしました。



二山さん

二山 フェイスブックを見てくださった方からは、「この前、投稿していたね」とか「投稿している遠藤さんってどの人」と声をかけていただく機会も増えました。親しみを持ってもらえたのかなと感じますね。

立ち上げから10か月で、300「いいね！」を達成するなど、ファンも広がっていますが、投稿に際して工夫されていることはありますか？

梶川 日ごろ、会員さんを対象に情報をお伝えしているので、当たり前になっている「中央会用語」のようなものがありますが、フェイスブックでは当然、会員さん以外にも見ていただくので、分かりやすい言葉を使うように心がけています。例えば「企業ドック事業」という取り組みがあります。「人間ドック」のように、健全な企業であっても精密検査しましょうということで、専門家を派遣する事業です。こうした取り組みも「専門家派遣による企業のヒアリング」といったように言い換えてみました。会員組合も名称だけでは、業態の分かりにくい場合は、ひと言紹介を加えるようにしました。

遠藤 勉強会や研修会の写真を撮ると、どうしても同じような写真になってしまいます。「この写真、前に見たな」と思われぬように、アップにするとか、最近では投稿者の顔も写るようにしています。投稿文の中には、顔文字を入れて硬くならないようにも工夫をしています。

二山 限られた人だけでなく、たくさんの方が投稿するとにぎやかで楽しそうに見えますよね。私も投稿にチャレンジしてみました。外部の方から「中央会ってどんなことをしているの？」と質問されることもあります。フェイスブックを通して、楽しそうに親しみを持ってもらえるよう工夫して、活動内容や、会員組合や企業さんの情報も知ってもらえるといいと思いますね。



300「いいね!」を達成した際には、写真で感謝を伝えた  
=2012年10月の中央会フェイスブックより

## ◆全国の中央会で最多のファン獲得に感謝

ますます石川県中央会のフェイスブックページは充実しそうですね。

梶川 おかげさまで全国の中央会の中で、最も多い340人を超える方に「いいね!」をいただいています(12月現在)。2番目が兵庫県、3番目が鹿児島県と続いています。皆さんの応援に感謝申し上げます。さらに当会は、中村専務に理解していただき、積極的に情報発信できる体制ができたおかげです。さらに多くの方にファンになっていただけるよう有意義な情報を提供し、楽しいページを作るように心がけてまいります。

遠藤 「いいね!」やコメントをいただく方の中には、会員以外の主婦の方もいて、広がりを実感しています。会員組合や企業のご参考となるようなフェイスブック活用ができればと思っています。「仏造って魂入れず」となってしまうのでフェイスブックをさらに活用できるよう、さらに積極的に取り組んでいきます。

二山 梶川さんも遠藤さんも張り切っていますね。諸先輩を見習って私も新年はどんどん積極的に投稿にチャレンジして、皆さんに役立てていただける情報を提供していきますので応援してください。



石川県中小企業団体中央会のフェイスブックページ「いいね!」をクリックしてお読みください(ホームページの検索でもご覧いただけます)  
URL <https://www.facebook.com/icnet.ishikawa>



## 加茂谷 慎治

(かもや しんじ)

株式会社エイチツーオー  
代表取締役クリエイティブディレクター  
北陸フェイスブック研究会会長

【生年】

1964年 石川県金沢市生まれ

【出身校】

1987年 関西学院大学卒業

## それ行け! エンドーくん

文・かもやしんじ 絵・きわださとみ



※注意 フェイスブック活用の効果には個人差があります。マンガはあくまでもイメージを表現したものです。効果的な活用方法をともに学びまじょう。

【職歴】

2008年～ デザイン総合プロデュース業 株式会社エイチツーオーを設立、現在に至る。

【その他】

公益財団法人全国法人会広報委員  
石川県男女共同参画審議会委員  
いしかわ観光特使

ホームページ <http://h2o-d.jp/>  
ブログ <http://kamoya.h2o-d.jp/>

おめでとうございます

## 秋の叙勲・褒章受章の方々（会員関係）



平成24年秋の叙勲・褒章受章者が決定され、本会関係では、次の方々がその栄誉に輝かれています。

心からお慶び申し上げます。今後のさらなるご活躍をお祈り申し上げます。

（敬称略）

**旭日双光章**

**木村 武司**

現 トルクテキスタイル事業協同組合 理事長

**寺田 昭和**

現 石川県麺類食堂活衛生同業組合 理事長

**黄綬褒章**

**越田 辰夫**

現 石川県板金工業組合 副理事長

現 石川県金属屋根協同組合 専務理事

**橋本 満**

現 金沢建築事業協同組合 理事長

**藍綬褒章**

**西山 喜一**

現 中宮温泉旅館協同組合 理事長

### 税務署からのお知らせ:申告相談会場は平成25年2月1日(金)から!

税務署の申告相談会場の開設日は、平成25年2月1日（金）です。税務署において確定申告の相談を希望される方は、できるだけ開設日以降にお越しいただきますようお願いいたします。

1月31日（木）以前に、確定申告の相談を希望される方は、税務署において相談することができますが、限られた職員で対応しておりますので、少々お待ちいただく場合があります。

なお、税務署の申告相談会場の受付時間は、午前9時から午後4時です。会場の混雑状況により、午後4時前であっても受付を終了する場合があります。



## 経済産業大臣表彰を受賞

～工場集団化制度50周年記念式典～

(小松鉄工団地協同組合)

11月30日に東京で開催された全国工場団地連合会の工場集団化制度50周年記念式典において小松鉄工団地協同組合が経済産業大臣表彰を受賞しました。

当組合は北陸自動車道安宅スマートインターチェンジからすぐの場所に位置する工場団地で現在18社で構成されています。

平成20年10月に「いしかわ地域版環境ISO」に認定され、団地内従業員約3,400人という規模の中、更なるステップアップとして温室効果ガスの削減へマイカー通勤抑制のための取り組みやボランティア清掃など、“ECO鉄工団地”として、積極的に環境保全活動に取り組まれていることが評価されたもので、県内鉄工団地としては初の受賞となりました。

藤井寛治理事長は「この受賞をひとつの励みとして、組合員はもとより地域中小企業の活性化に寄与していきたい」と話されていました。



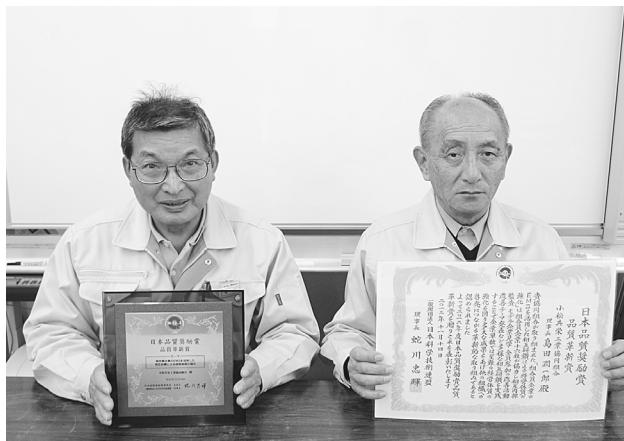
小松鉄工団地協同組合 藤井寛治理事長

## 協同組合組織で初! 日本品質奨励賞「品質革新賞」を受賞

(小松共栄工業協同組合)

建設機械部品の製造企業16社で組織する小松共栄工業協同組合(島田潤一郎理事長)は、中小企業向け環境マネジメントの民間規格「エコステージ」を活用し、相互内部監査、モデル企業見学、全員参加の改善活動、改善テーマ発表などの相互研鑽を実践し、企業単独では至難の経済体質の強化を図ってきました。

これらの取り組みによって、国内初のグループエコステージ2の認証を取得すると共に、環境だけでなく、品質・納期・在庫の面で大幅な改善を達成し、5Sや人材育成などの面でも大きな無形成果を得たことが評価され、このたび協同組合組織としては初めて日本品質奨励賞「品質革新賞」を受賞されました。



日本品質奨励賞の楯と賞状を掲げる  
小松共栄工業協同組合の東事務局長(右)と青山さん(左)。

**【日本品質奨励賞】** 一般財団法人日本科学技術連盟がデミング賞への一里塚の賞として、2000年に創設。「TQM奨励賞」「品質革新賞」の2つの賞がある。

※デミング賞とは、日本で工業製品の品質管理に功績のあった企業や個人に与えられる賞。第二次大戦後、日本で品質管理の指導を行ったアメリカの品質管理の専門家デミング博士の功績をたたえ、1951年に創設。

## 経済講演会並びに交流懇談会を開催

11月22日(木)、ホテル日航金沢において経済講演会及び交流懇談会を開催し、110名を超える多数の参加をいただきました。

経済講演会では、財務省北陸財務局 金融監督官の村上勝彦氏を講師に迎え、「中小企業金融円滑化法と出口戦略について」というテーマについてご講演をいただきました。

村上氏からは、平成25年度に最終期限到達を迎える中小企業金融円滑化法における検査基本方針、監督方針と、その出口戦略としての関係府庁による政策パッケージについての説明がありました。

出口戦略としては金融機関のコンサルティング機能の発揮などが挙げられ、それにより中小企業の経営改善・事業再生の促進を図っていくとのことでした。

講演会終了後、参加者間の交流を深めるため懇談会を開催しました。



講演会の様子

## 県・市に対し来年度予算要望を実施

先に開催した企画委員会の承認を経て、12月3日(月)石川県及び金沢市に対し、中小企業を取り巻く環境が厳しく、先行きも不透明な状況に鑑み、喫緊の景気対策や中小企業関係予算の更なる拡充などを求める要望を行いました。

当日は、五嶋会長のほか11名の企画委員の方々が参加しました。

### 中小企業組合及び中小企業の振興発展にかかる主な予算要望事項

- 1 中小企業対策に対する支援策の拡充
- 2 エネルギー対策・危機管理対策への支援
- 3 北陸新幹線開業に向けた観光誘客対策及び各種大会誘致への支援
- 4 中心市街地（中小小売商業）の活性化策の積極的推進
- 5 伝統的工芸品等を中心とした地域産業の振興に対する支援



谷本石川県知事に対する要望



山野金沢市長に要望書を手渡す五嶋会長

## 情報連絡員会議を開催

～「東南アジアの新興国の状況」を把握する～

当会における業界の景気動向や業界動向を把握する上での重要な役割を担っていただいている、『情報連絡員』の方々（県内58組合（製造業8業種31組合・非製造業6業種27組合）の役員や事務局の方々に委嘱して、毎月「売上高」、「収益状況」、「業界の景況」などの9項目について3段階評価するとともに特記事項に関して調査し、当会にてその情報を取りまとめ、DI値による分析を実施）が集まり、情報連絡員会議を開催しました。



研究会の様子

会議に先だって行った研究会では「東南アジアの新興国の現状について」とし、独立行政法人日本貿易振興機構（ジェトロ）の海外調査部アジア大洋州課 小野澤麻衣課長代理から、新興国の中でも経済成長が著しい「カンボジア」、「ラオス」、「ミャンマー」＝通称CLMの実情、労働事情、経済特区における投資優遇制度、市場としての魅力などについてご説明いただきました。

中国との緊張感が継続する中、いわゆる“チャイナプラスワン”などとなり得る新興国の可能性に、情報連絡員の方々は大変興味深く感じられたようです。

引き続き、開催した意見交換会では、参加者から、それぞれ業界特有の厳しい現状・懸念と将来への取組等について発言がなされました。普段、FAXやメールでのやり取りが多い連絡員の方々の、生の声をお聞きすることができた貴重な時間となりました。

## 石川のこだわり商品フェア2012開催

～本会支援の6社等が出展～

今年で3回目となる「石川のこだわり商品フェア2012（石川県産業創出支援機構主催）」が11月8日～12日の5日間、香林坊大和において開催され、会場には県内の中小企業68社が、材料や製法等に「こだわり」をもって開発した商品が一堂に会し、PR・販売が行われました。

本会が支援した「加賀紅茶ロール」、「金沢こんかこんか」、「能登のもったいないジェラート」、「金沢ゆべし」、「金沢イタリアンオーナーズクラブのパスタソースやランプレドット」、「酒米石川門の酒」などのブースも出展され、大盛況のうちに終了しました。



五嶋会長（一番右）も参加したオープニングのテープカットの様子



石川県茶商工業協同組合の“加賀の紅茶”ブース



## ～必見！組合・青年部活動～

### 会員探訪及び交流会を実施（青年中央会）

青年中央会の会員探訪及び交流会を11月1日（木）会員等21人が参加のもと実施しました。

この事業は、名刺交換だけでは分からない各青年部活動の理解を深めることや交流を図ることを目的としており、6回目となる今年度は加賀（白山・能美）地区において実施しました。

まず最初に訪問した、“JU石川”としてもお馴染みの石川県中古自動車販売商工組合青年部会（白山市）では活動紹介の後、普段立ち入ることができない中古車の写真撮影エリアやオークション会場などを見学させていただき、ちょっぴり業界のウラ側を知った気分になりました。

次に訪問した能美機器協同組合青年部さんでは、平成19年度から人材育成を目的に取り組む「能美改革実践塾」の活動などを鈴木敏夫青年部長と組合の奥村幸男事務局長より発表いただきました。また、塾の一期生である田上隆幸氏の所属する株式会社タガミ・イーエクスさんの工場も視察させていただきました。

わくわく手作りファーム川北において、ご当地グルメ“かわきた味噌豚どん”を美味しく食べながら参加者間の交流が図られました。



JU石川オークション会場



参加いただいたみなさん



能美機器協同組合青年部さんによる活動紹介

## ～ボウリング力No.1は？～

### 組合青年部対抗ボウリング大会を開催（青年中央会）

青年中央会の福利厚生事業として、第1回組合青年部対抗ボウリング大会を11月3日（土）金沢市のバイパスレジャランボウリングにて8組合青年部、24名が参加しました。

各青年部から3名1チームで参加いただきましたが、参加者間の親睦を深めるために投球レーンにはあえて分かれて熱戦が繰り広げられました。

記念すべき第1回大会の優勝は、3人の2ゲーム合計スコア781点の片町商店街振興組合青年部さん。個人優勝は369点のハイスコアで紺田篤史さん（大野醤油醸造協業組合むらさき会）でした。

| 石川県中小企業青年中央会 ボウリング大会 |                              |
|----------------------|------------------------------|
| ○優勝                  | 片町商店街振興組合青年部                 |
| ○第2位                 | 大野醤油醸造協業組合むらさき会              |
| ○第3位                 | 石川県電気工事工業組合青年部               |
| ○個人優勝                | 紺田 篤史さん<br>(大野醤油醸造協業組合むらさき会) |



左から優勝の片町商店街振興組合青年部の清水正幸さん、梅村典彦さん、加藤泰章さんと青年中央会直江潤一郎会長

## 平成24年度レディース中央会全国フォーラムin福島へ参加 (中央会女性部)

平成24年度レディース中央会全国フォーラムin福島が、去る11月14日(水)に全国の女性経営者等約250名が参加し、福島県南会津郡芦ノ牧温泉「大川荘」において開催され、本県女性部からは安藤喜代子会長のほか事務局を含め9名が参加しました。

鶴田欣也全国中小企業団体中央会会長、平賀ノブ全国レディース中央会会長が主催者を代表して挨拶を行った後、基調講演として「中小企業経営 女性の力で一歩前へ」と題し、株式会社長岡塗装店の古志野純子氏の講演と、地元福島のパラダンスチーム「ハーラウ ラウラーナニ」のリノラニあゆみさんによるパラダンスによる震災復興への取り組みについての講演が行われました。

フォーラム終了後、交流パーティーが和やかな雰囲気の中で行われ、参加者同士が交流を深めました。



石川県から参加の皆さん



全国フォーラムの様子

## ～魅せよう！元気で輝く女性力～ 組合女性部活動訪問事業を開催 (中央会女性部)

中央会女性部の組合女性部活動訪問事業を12月14日(金)会員等16人が参加し、実施しました。

この事業は、各女性部に実際に訪問し活動を見ることで、各女性部活動の理解を深めることや交流を図ることを目的としています。初開催となる今年度は金沢地区において実施し、金沢湯涌温泉「かなや」において開催しました。

まず、金沢湯涌温泉観光事業協同組合かたくり会の活動事例発表が行われ、地域活性化を目的に始められた「ゆわく氷室饅頭」、「柚子サイダー」、「湯涌かぶら」などの新商品開発への取り組み等について発表がなされました。また、昼食には「湯涌かぶら」を使った料理が振る舞われました。

次に石川県飲食業生活衛生同業組合女性部の事例発表が行われ、組合女性部と組合青年部との世代を超えた交流による、お店の二代目育成への取り組みについて発表がありました。

その後、参加者による意見交換会が行われ、女性部として何ができるか、どのような活動をしているかなどを和気あいあいと話し合いました。最後に、湯涌温泉の街並みを視察し、参加者間で交流しながら見て回りました。



金沢湯涌温泉観光事業協同組合かたくり会の事例発表



石川県飲食業生活衛生同業組合女性部の事例発表



平成24年10月26日（金）／北國新聞朝刊掲載

## 限定ボトルに酔いしれて

能美、小松 伝統工芸士17人が絵付け

工芸品全国大会県内で開催 王国の力示す

### 石川県陶磁器商工業協同組合

県陶磁器商工業協同組合は能美、小松市在住の九谷焼伝統工芸士17人が各自の得意とする技法で絵付けを施した日本酒、焼酎の限定ボトルを作り上げた。31日から11月4日まで金沢、小松市で開催される伝統的工芸品月間国民会議全国大会を機に計21点を用意し、



「工芸王国」の魅力を発信する。

ボトルは円すい型で720ml入り。酒を飲み干した後は花器やインテリアとして使える。九谷焼伝統工芸士の福島武山会長は、小づちなどの縁起物をちりばめた「赤絵宝尽くし文」を、福田良則副会長は金盛りの技法を駆使した「赤絵鳳凰文」など2点を手掛けた。若手からはステンドグラス風などの斬新な意匠が出品された。

県陶磁器商工業協同組合は「目の肥えた全国の伝統工芸士や関係者に九谷焼

産地が元気だと示したい」としている。全て1点物で価格は作家により15万円台から4、8000円（酒代は別途）と幅広く設定。31日から能美市の九谷焼資料館で購入を受け付ける。大会は31日に小松市の

平成24年11月6日（火）／北國新聞朝刊掲載

## バイヤー染め体験

加賀友禅 首都圏でPRを  
日本橋三越の3人、工程見学

### 協同組合加賀友禅染色団地

首都圏での加賀友禅の販売拡大を目指し、加賀友禅技術振興研究所、協同組合加賀友禅染色団地は5日、専光寺町の同団地で百貨店のバイヤーを対象とした現地研修会を開いた。業界として研修会を開くのは初めて。都内の百貨店売り場の店員らが工程見学や

県こまつ芸術劇場うららで記念式典、11月1～4日に金沢市のしいのき迎賓館などで「全国伝統的工芸品フェスタin石川」が行われ、陶芸、漆器、和紙、指物など多彩な業種の伝統工芸士約700人が集う。

染め体験を通して加賀友禅の魅力に触れる機会をつくり、接客時に加賀友禅をPRしてもらう。

訪れたのは、日本橋三越呉服営業部のバイヤーと売場店員の3人。一行は、白山の伏流水を使い毎分5トンの水量で行われる友禅流しなどを見学した後、実

際に着物地に下絵や糸目の置き、彩色を行い、繊細な仕事に触れた。加賀友禅伝統産業会館や市内の友禅作家の工房も巡った。

来年の3月には東京・日本橋三越本店で「春のきものフェスタ」で加賀友禅が販売される。同研究所などは国内屈指の顧客層を誇る百貨店で、単発的な催事だけでなく、加賀友禅への理解を深めた店員による年間を通じた売り込みに期待を寄せる。

バイヤーの足立光隆さんは「一つ一つの技術の大きな変えを知った。加賀五彩の素晴らしさや作家の思い入れを伝えたい」と話した。協同組合加賀友禅染色団地の奥田勝将理事長は「伝統工芸の価値観を理解してもらい、全国の販売促進につなげたい」と期待を込めた。



(21ページから続く)

示するには、認証を受ける必要がある。金沢市などによると、同組合が取得した認証は、日本農林規格（JAS）の有機JASと、米国への輸出に必要な米・農務省の全米有機プログラム（NOP）。有機JASは欧州連合（EU）の有機制度と同等と認められるため、EUへもオーガニック商品として輸出できる。

組合では認証を受けるにあたって、オーガニック専用の新たなタンクを据えるとともに、生産工程管理の人材育成のため、市の支援でJASの研修などを実施した。

輸出先の確保に向けては、米国・アナハイムでオーガニックの展示会を視察したほか、現地のスーパ-

マーケットも調査した。

今後、オーガニック専用の設備で仕込みを始め、来年夏ごろに商品が完成する。山本晴一理事長は「伝

統の製造方法で作った味が海外で評価されるのは痛快。品質の差別化を図って世界に発信したい」と話した。

平成24年11月27日（火）／北國新聞夕刊掲載

## 加賀友禅の 名刺入れ人気

使い手がデザインや色指定、  
手軽におしゃれ演出し

協同組合加賀染振興協会

金沢市の加賀染振興協会が受注、製作する加賀友禅の名刺入れがサラリーマンや観光客らの人気を集めている。オーダーメイドで

使い手がデザインや色を指定することができ、自分だけのおしゃれを演出できる。同協会は「身近な小物

として加賀友禅をアピールしたい」と新たな需要開拓に手応えを感じている。

名刺入れは縦7.3センチ、横10.7センチの大きさ。伝統的な友禅の模様だけでなく、動植物や兼六園の風景、新幹線の図柄など客の要望に応じて加賀友禅

の森田耕三さん（56）＝金沢市＝が製作に当たっている。1個4,830円で受注してから完成まで約3カ月かかるという。

2009年に販売を始め、当初は2カ月に1個程度の売り上げだった。その後、昨秋にJR東日本、JR西日本の主要駅や新幹線車内に置かれる観光冊子で紹介されたところ注文が相次ぎ、今年に入ってから10個ほどまで制作する

ようになった。

加賀染振興協会によると、名刺入れは観光客に金沢らしい手軽な商品として引き合いがあるだけでなく、地元の若者やサラリーマンも購入しており、商談の際などさりげなく伝統工芸品をアピールできる点が人気を集めているという。

同協会は加賀友禅の魅力を発信するため、これまでに加賀友禅の技法を取り入れたシャツやタペストリーも制作しており、現在は森田さんら友禅作家有志も新たな商品としてコースターづくりを計画している。同協会の中川聖士事務局長は「顧客のニーズに合わせた商品を豊富に用意し、伝統の技を幅広い世代に伝えたい」と話している。



平成24年11月13日(火)／北國新聞朝刊掲載

## “現代の名工”の技 若手に伝授

～金沢建築工・中野さん 日曜教室で実演、指導～

石川県板金工業組合

金沢市戸水1丁目の建築板金工、中野悠二さん(71)が毎週、文化財修復などに必要な建築板金の技術を若手職員に伝えようと日曜教室を開いている。今年度の「現代の名工」に選ばれた中野さんは、日曜教室で金属板の打ち出しや切断作業を実演し、図面の書き方も指導。職人が減少の一途をたどる中、名工の技を残そうと奮闘している。

中野さんは職人歴50年で金沢城菱櫓や五十間長屋の復元に職長として携わってきたほか、神社仏閣などの修復を多数手掛けてきた。鉛板をたたいて曲げ、木板をくるんで鉛瓦を仕上げる伝統の技などが評価され、今年8日には厚生労働省が選ぶ現代の名工として表彰を受けた。

かつては手仕事主流だった建築板金だが、近年

は機械による加工が主流となった。加えて板金工の高齢化も進み、技術をもった職人が減少。石川県板金工業組合によると、今年度の組合員数は約200人で、昭和前半のピーク時から半減した。組合員の中で熟練した板金技術を持つのは約1割という。

機械作業が大半となった今では、かつてのように先輩職人から技を学ぶことが少なくなった。このため中野さんは、ものづくりの喜びを実感してもらい、一人をでも多くの職人に技術を教えようと、日曜教室を始めることにした。

教室は中野さんが経営する自宅近くの工場で開かれ、現在は30～50代の5人が参加。拍子木や金づちを使って銅板を打ち出す作業などの基本を教わっている。中野さんの助言のもと、

亀甲や七宝文様を施した銅板の化粧張りの製作にも取り組んでいる。

金沢職人大学校で板金科講師を務める中野さんは、敷居が高いと思って職

人大学校に通えない若手もいるとし「まずは銅板に触ることから始めてほしい。続けていけば技術は必ず身につく。自らの技を伝えていきたい」と話している。

平成24年11月29日(木)／北國新聞朝刊掲載

## 大野醤油に国際認証

「オーガニック」表示

大野醤油醸造協業組合

目指す。

大野醤油醸造協業組合は28日までに、原料などに化学肥料や農薬を使わず、「オーガニック」表示の製品の有機加工設備を整備し、欧米に輸出できる国際認証を取得した。海外に向けて付加価値の高い商品を生産し、「大野醤油」の販路拡大やブランド力向上を狙う。来年夏ごろの輸出を狙う。

大野醤油は約400年の歴史を持ち、まちづくりと連携してブランド化などに取り組んできた。日本食の普及で醤油の消費量が伸びている海外市場に商品を出し出すため、2011年に設備投資を行った。

商品にオーガニック表示

(20ページへ続く)

平成24年12月4日（火）／毎日新聞朝刊掲載

地方発

## 地方は

## 観光客取組み込みに力を

外国人向けガイドブック金沢は産官学連携で制作

協同組合アドビビジネスセンター

（理事長 田中尚人）

こんな統計がある。観光庁のホームページにある、政府観光局のまとめた各国別の「出入国旅行者数」ランキングだ。09年に日本から出国した人は約1,540万人で世界10位だが、入国した人の数は、10年の統計では約860万人で世界30位。日本は出入国の格差が大きく、ほぼ同じ傾向が続いている。

京都や奈良といった都市部の観光地のほか東京、大阪、名古屋

の大都市圏だけではなく、地方にも多くの観光資源がある。例えば、私の住む金沢には兼六園や古い街並み、金箔に代表される伝統工芸もある。昨年は東日本大震災の影響で減少したが、兼六園には台湾などアジアを中心に例年十数万人の外国人が訪れる。ベトナムやインドネシアなど東南アジアは経済成長が見込め、外国人観光客はもっと増やせるだろう。

しかし、大都市圏以外では、海外からの観光客を受け入れる姿勢が十分では

ない。ハワイやタイなどでは、現地に着いてからでも観光地巡りや食事など、好みに応じたオプショナルツアーを地元の旅行社などで利用できる。沖縄や北海道などは例外として、一般的に地方では、こうしたサービスが弱い。海外から前もって行程が決まったツアー以外で訪れた場合、例えば金沢では兼六園の後、どこに行ったらいいか迷う。観光スポットが「点」で存在しているためだ。

私が理事長の事業協同組合は国の「外客受入地方拠点整備事業を請け負い、金沢市内の飲食店ガイドブックを制作している。内容は県と市、金沢大やホテル、観光協会の関係者などで検討した。「点」と「線」や「面」にするには、産官学で取り組むのが早い。ガイドブックは日本人の文章

の翻訳ではなく、在住外国人モニターらの協力で各国別にし、その国の人の食べ物の好みも反映した。「食」は観光の主要テーマ。食べ歩きや観光スポットとの連携につなげれば、選択肢が広がる。

実は金沢に5、6年在住する外国人でも、本当は日本の幸を楽しみたいのに、すし店や小料理屋などにはあまり行かずファーストフードなどで済ませがちだ。訳を聞くと「日本語が分からないので、店の人が困った顔をされるのがつらい」という。一方、店側も「英語すら満足に話せず、お客さんに失礼」と恐縮するらしい。

そこで、ガイド掲載店には講習を開き、「片言でもいい。物おじせず笑顔で接してほしい」と呼びかけている。

観光振興は地域の雇用増や活性化、国際交流につながる。地方にこそ観光客を呼び込む取り組みを強めるべきだ。

### 協同組合 アドビビジネスセンター

04年に設立。デザイナーや広告・企画、看板制作、印刷業に携わる12の個人や中小業者が組合員。自治体の発注事業など、中小業者が単独では受注しにくい広告宣伝関係の仕事を手がけている。これまでに金沢大学の機関誌や、地元食材の宣伝ポスター制作などを受注した。一方、海外観光客の誘致促進や在日外国人の意識調査など外国人関連の事業も手がける。過去には兼六園の海外観光向けのPR広告に、中国人留学生ら外国人の意見を取り入れる事業を石川県から受注した。



平成24年12月2日（日）／北陸中日新聞朝刊掲載

## 武家屋敷跡の

## 土塀も冬支度

造園業者ら薦掛け作業

石川県造園業協同組合

本格的な雪のシーズン  
を前に、金沢市長町の武家  
屋敷跡で1日、土塀を雪や  
凍結から守る薦（こも）掛  
けが始まった。3日間で総  
延長900メートルの土塀  
に取り付ける。

時折小雨が降る曇り空の  
下、市から委託を受けた造  
園業者ら35人が、黄金色の



わらを編んだ幅3・6メー  
トル、高さ95センチの薦を

平成24年12月19日（水）／北國新聞朝刊掲載

## 片町の今昔写真展

ラブロで展示会

片町商店街振興組合（金沢市主催）

金沢市片町の変遷を伝  
える写真展が18日、同市の  
ラブロ片町1階で始まった。  
香林坊ルネッサンス実  
行委員会が制作した香林  
坊・片町界隈のジオラマに  
触発され、市が北陸を代表

次々と土塀につるしていつ  
た。静岡県から夫と初めて  
訪れた女性は「いいときに  
来られた。壮観です」と感  
慨深げに見とれていた。

薦掛けは、土塀に付着  
した雪が解ける際に土がは  
がれるのを防ぐため、  
1986年（昭和61年）か  
ら市が毎年実施している。

する歓楽街の今昔を伝えよ  
うと企画した。初日は主婦  
や高校生らが足を止め、ま  
ちの歩みに思いをはせた。  
片町商店街振興組合が  
提供した1962年（昭和  
37年）と、2004年（平

成16年）の写真が対比する  
ように並んだ。香林坊  
109から犀川大橋手前ま  
での両側の新旧風景が紹介  
されており、幅広い世代の  
関心を誘った。

片町地区の再整備に関  
する基本構想のパブリック  
コメント（意見募集）に合  
わせて計画された。写真展

平成24年10月29日（月）／北國新聞朝刊掲載

## 真野さん加賀友禅語る

きものファンのつどい

協同組合加賀染振興協会

協同組合加賀染振興協  
会などが運営する加賀友禅  
ファンクラブの「きもの  
ファンのつどい」は28日、  
ホテル日航金沢で開かれ、  
和服姿の約400人が女優  
の真野響子さんによるトー  
クショーなどを楽しんだ。  
真野さんは、雑誌の連

載企画で東北や京都、沖縄  
など各産地取材した裏話  
を紹介。連載で近く加賀友  
禅を取り上げるとし「加賀  
友禅は着られてしまうおっ  
かなさがある。着るのに覚  
悟がいる」と語った。「お  
しゃれメッセ」の協賛事業  
として開かれた。



示や意見募集は来年1月16  
日までとなる。

## 組合運営 Q&amp;A

## 加入金の性格について

**Q** 事業協同組合の模範定款例によると、脱退者の持分の払い戻しについて各組合員の出資額を限度とする場合は、加入金についての項目を削除することとされている。このことにより加入金は徴収できないと考えられるが、どうしてなのか？

**A** 組合の財産は、組合員全員の共有のものであるが、各組合員が持っている組合財産上の分け前としての持分は、通常、組合の正味財産（一括譲渡価額＝時価によって算定しなければならない。）を組合保有の全出資口数で除して計算し算定する（改算式持分算定方式）。

このようにして計算された持分額が定款で規定されている出資1口金額より多い場合は、加入を希望する者から持分調整金として加入金（その差額）を負担させないと新旧組合員間に不利益を生ずることになるので、このような場合には加入金を徴収することができる。とされている。

しかしながら、この加入金は、脱退の際に払戻す額によって算定するよう指導されているので、脱退者に対する持分払い戻しが「各組合員の出資額を限度とする」組合にあっては、加入金を徴収しないこととしているのである。

なお、この取扱いは、出資を伴う他の組合、連合会にも適用できるとされている。

また、加入に当たって徴する諸雑費等の事務手数料は、定款上加入金徴収の規定がなくても、徴収し得るものと解する。

## 員外利用の制限の内容について

**Q** 次のような場合、組合の共同事業や施設を組合員以外の者が利用することとなるが、員外利用に該当するか。

1. 組合が組合員のために共同受発注・配送・決済等の事業をコンピュータ・オンラインシステムを利用して行う場合において、組合員の取引先等が当該システムを利用すること。
2. 商店街等商業集積を形成する組合が、顧客吸引力の増大のために、例えば、アーケード、駐車場、物品預り所、休憩所、公園、公衆便所、コミュニティホール、展示場、研修室、カルチャー教室等の一般公衆の利便を図るための施設を設置してこれをその利用に供すること。

**A** ご質問の員外者が組合事業に関与する場合であっても、組合員のための員外者からの物品購入事業における場合のように、その関与が組合員の利用と競合せず、むしろ組合員への奉仕という組合の本来の目的の達成に必要なときには、員外利用に該当しないと考えられる。なお、組合事業は営利を目的として運営されることのないよう留意されたい。

1. 組合が組合員のために外部との取引又はその仲立ちを行う場合における。取引の相手方等の当組合事業への関与であり、員外利用に該当しない。
2. 組合が、組合員の事業を支援するために行う、組合員の取引先、顧客等に対する施設・サービス等の提供であり、員外利用に該当しない。

# Pick up !

## 全国の先進組合事例

=組合資料収集加工事業  
報告書より=

### 新販路の開拓

## 四国タオル工業組合

世界を見据えた「今治タオル」ブランドの確立

安価な中国製タオルに国内シェアを奪われるなか、産地が一体となって「今治タオル」のブランドを確立し、国内のみならず海外への販路開拓を図る。

住所 〒794-0033 愛媛県今治市東門町5丁目14番3号

URL <http://www.stia.jp/>

TEL 0898-32-7000

FAX 0898-32-3842

設立 昭和27年11月 出資金 138,451千円

組織形態 産地組合

地区 今治市

主な業種 タオル製造業

組合員 129人

組合専従者 6人

専従理事 1人

### 背景と目的

今治地域は日本一のタオル生産地であるが、1990年代以降安価な輸入品の流入により生産・売上高の減少が続いている。当組合および組合員は輸入品や他の産地との差別化を図るため様々な取り組みを行ってきた。

しかし、今治タオルの消費者の認知度は低く、消費者のなかでは差別化されていなかった。こうした状況の中、国内販売の回復のみならず海外展開まで見据えた「今治タオル」のブランド化プロジェクトがスタートした。

### 事業・活動の内容

当組合、今治市、今治商工会議所が連携し、国のJAPANブランド育成支援事業を活用してブランド構築に取り組んだ。プロジェクトのクリエイティブデザイナー佐藤可士和氏のもと、ブランドコンセプトの立案、ブランドマーク・ロゴの作成、新商品開発、品質基準検討などブランド確立の準備が行われた。その後、各種メディアでのプロモーション、「タオルメッセ」と題した見本市の開催、東京の有名百貨店での常設販売などによりブランド認知度の向上を図った。また、「タオルソムリエ」資格試験制度の実施や「タオルマイスター」制度の導入などによりブランドの強化を図った。そして2009年度にはフィンランドの国際家具インテリア見本市「Habitare09」に出展し、欧州への情報発信も果たした。

### 成果

今回の事業により、国内においては「今治タオル」の認知度が向上した。ブランド認知度の向上は「今治タオル」や組合員企業の製品を指名買いする消費者が増加しているという成果をもたらしている。今後は「今治タオル」ブランドを守りつつ各組合員がそれぞれの強みを生かした独自製品を開発・販売し、売上を伸ばしていくことが期待される。

また、フィンランドの見本市出展では現地のバイヤーなどから高い評価を得た。今年度はイタリアの見本市に出展するなどさらに欧州展開を強化する予定である。さらには購買力を高めている中国をはじめとしたアジアへの展開に取り組んでいき、世界に通用する「Imabari towel」ブランドの確立を目指していく。



今治タオル ロゴマーク



## 県内の情報連絡員報告

平成24年

10月

○平成24年10月期において、D I 値で見ると、昨年同月比をもとに前月との増減を比べた場合、全業種では「在庫数量」と「販売価格」、「取引条件」のみ若干の改善を示したものの、低調な動きであった。業種別でみると、製造業では主要3項目（売上高・収益状況・業界の景況）が悪化しており、好転している項目はなく、多くの業界が悪化要因として、“中国”を挙げている。日中関係悪化、中国経済失速が製造業の景況に大きな影響を与えている。非製造業の主要3項目では、売上高は若干の改善を示したものの、収益状況は不変、業界の景況は悪化していた。悪化していた項目は資金繰りと業界の景況のみであったが、その他の項目の改善傾向は小幅であり、回復傾向にあるとは言い難い。低水準である主要因は、観光客の減少のようであった。

○製造業においては、改善項目は見られなかった。低調な水準が続いている要因は、日中関係悪化と中国経済失速で、輸出に関わる全ての業種で悪化傾向であった。中国向けの繊維・織機・建機・産機の落ち込みが相変わらず大きく、数少ない好調分野であった工作機械と自動車の受注減にも繋がっているようである。ただ、工作機械は自動車向けと米国向けのみ堅調なようである。国内需要については、エコカー補助金の終了で自動車関連の需要が落ち込んだことや、観光客の減少と購買意欲の低下から、10月のシーズン期に入っても菓子・漆器の売行きが悪いとのことであった。

○非製造業においては、悪化は「資金繰り」と「業界の景況」のみに留まったが、他の項目も不変と若干の改善に留まるなど、依然として低調であると言える。低調の主要因は、観光客の減少であり、それが米小売、商店街、土産物、旅館・ホテル業と幅広く影響を受けていたようである。なお、観光客減少の要因は東北、首都圏、九州に観光客が流れているとのことであった。また、これまで長期間好調であった自動車整備・販売業は、エコカー補助金の終了により、悪化した。衣料品小売は10月半ばから気温が下がったことで、厳しい残暑で伸び悩んだ9月の売上を補ったようである。全般的に低調ながらも、改善していたのは、個人住宅が堅調であることやデパート・ショッピングセンターなどの店舗改装等があった建設業界とイベントを行った商店街であった。また、冬の到来間近で水産物卸売業・小売業は力二の解禁による盛り上がりを期待しているようである。

○中国経済の失速とその長期化への対応について、「対応を検討しない（対応方法がない）」（以下「対応を検討しない」との回答が64.7%と1番多く、影響は受けながらも、具体的な対応に苦慮していると考えられる。なお、「対応を検討している」との回答は2.9%に留まった。製造業については、「対応を検討しない」73.3%と最も多かった。輸出に関わっている事業者が多い為、影響を受ける割合（「対応を検討している」「対応を検討しない」の合計）が80.0%と、非製造業より多いのが特徴であったが、影響は受けるものの対応のしようがないとの意見が多かった。「対応を検討している」との回答が1件あったが、その内容は「輸出品の検査・荷揚が行われないため、輸出方法を検討」というものであり、日中関係の悪化が、現在も影響を及ぼしている模様である。非製造業についても「対応を検討しない」が57.9%と最も多かった。輸出に関わる事業者が比較的少ない為、「影響は受けない」とする回答が42.1%と製造業と比べて多く、「対応を検討している」との回答は見られなかった。回答は見られなかったものの、中国経済の失速は日本の景気低迷につながり、物量の移動が減少することを懸念している卸売業や運輸業、観光客の減少を懸念する旅館・ホテル業からそのような声が聞かれた。

平成24年

10月期

# 景況天気図

前年同月比

|           | 全 体             | 製造業              | 非製造業            |
|-----------|-----------------|------------------|-----------------|
| 売 上 高     | -46.6<br>(0.0)  | -58.1<br>(-3.3)  | -33.3<br>(3.7)  |
| 在 庫 数 量   | 2.1<br>(6.4)    | 6.5<br>(0.0)     | -6.3<br>(18.7)  |
| 販 売 価 格   | -24.1<br>(1.8)  | -29.0<br>(-6.4)  | -18.5<br>(11.1) |
| 取 引 条 件   | -22.4<br>(1.7)  | -29.0<br>(0.0)   | -14.8<br>(3.7)  |
| 収 益 状 況   | -58.6<br>(-3.4) | -67.7<br>(-6.4)  | -48.1<br>(0.0)  |
| 資 金 繰 り   | -36.2<br>(-8.6) | -41.9<br>(-12.9) | -29.6<br>(-3.7) |
| 設 備 操 業 度 | -51.6<br>(0.0)  | -51.6<br>(0.0)   | —               |
| 雇 用 人 員   | -25.9<br>(-8.7) | -38.7<br>(-9.7)  | -3.4<br>(0.3)   |
| 業界の景況     | -60.3<br>(-5.1) | -64.5<br>(-6.4)  | -55.6<br>(-3.7) |

※ ( ) 内の数字は前月とのポイント差

## 全体の景況感

※主要3項目（売上高・収益状況・業界の景況）の平均値



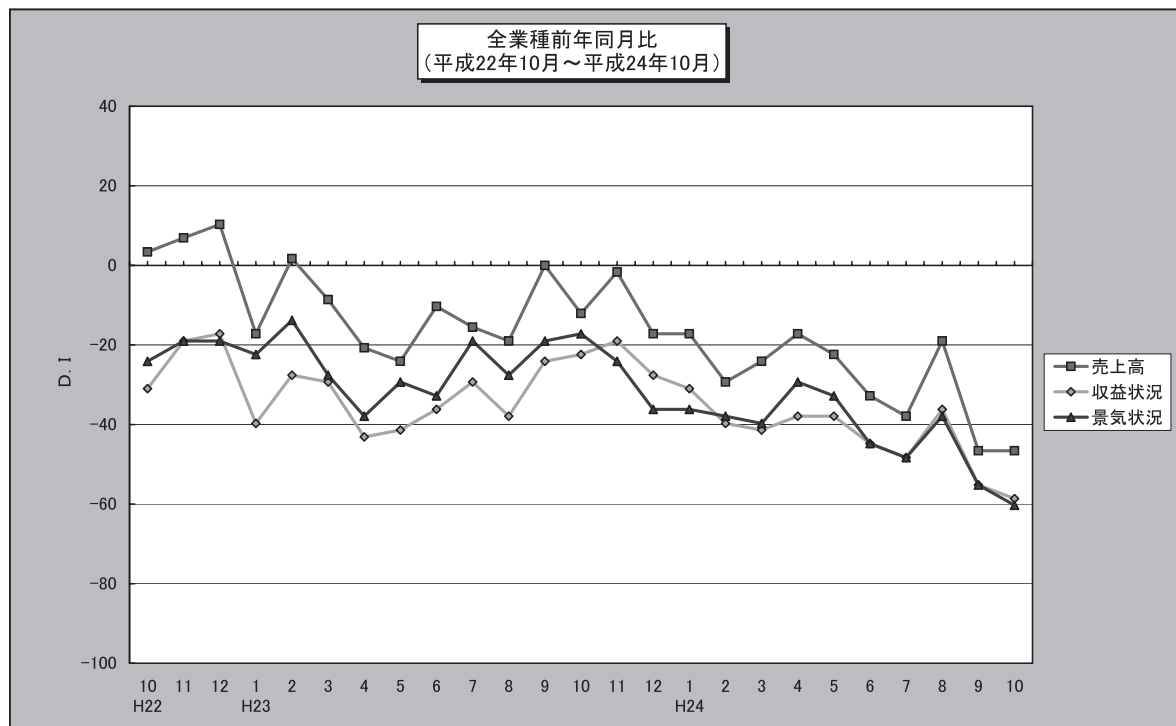
大雨  
-55.2

## 天気図の見方

各景況項目について「増加」（又は「好転」）との回答を頂いた業種割合から「減少」（又は「悪化」）との回答を頂いた業種割合を引いた値をもとに作成しました。その基準は次の通りです。

|            |                   |                      |                    |             |
|------------|-------------------|----------------------|--------------------|-------------|
|            |                   |                      |                    |             |
| 快晴<br>25以上 | 晴れ<br>10～25<br>未満 | 曇り<br>10未満～<br>-10未満 | 雨<br>-10～<br>-25未満 | 大雨<br>-25以下 |

## 景況の推移（前年同月比）石川県分（主要3項目）





# 平成25年度石川県中央会会長表彰並びに 石川県知事表彰に係る被表彰候補者の推薦について

本会では毎年通常総会において、永年にわたり組合運営に携わってこられた功績顕著な役職員の方々を表彰いたしております。また、石川県知事表彰につきましても本会を通じて推薦することといたしております。

会員組合に対しましては11月29日付けの文書でご案内いたしております。

表彰基準に該当される方につきまして、**1月21日(月)まで**にご推薦いただきますようお願いいたします。

## 〔表彰基準（簡略版）〕

|             | 石川県知事表彰                                          | 中央会会長表彰         |
|-------------|--------------------------------------------------|-----------------|
| 組 合 功 労 者   | ・ 組合役員歴が通算15年以上<br>（現職理事長は10年以上）<br>・ 中央会会長表彰を受賞 | ・ 組合役員歴が通算10年以上 |
| 優 良 専 従 職 員 | ・ 組合の勤務歴が満20年以上<br>・ 中央会会長表彰を受賞                  | ・ 組合の勤務歴が満10年以上 |

※ 詳細につきましては、先にお送りしてあります表彰基準及び留意事項でご確認下さい。

また、お問い合わせは本会 **総務課（代表）076-267-7711** までお願いします。

# 個別専門相談室開催のご案内

本会では、中小企業が正確な経営情報を獲得し、適切な経営判断を支援するため、組合、中小企業任意グループ及び公益法人等を対象とし、専門家を招聘し、事業運営等の相談に応ずることを目的とした個別専門相談室（無料）を設けておりますのでお気軽にご相談下さい。

相談は予約制（30分ごと）のため、希望の方は当日までに本会へご連絡願います。また、予約多数の場合は、相談時間の短縮をお願いする場合がありますので予めご了承下さい。

**\* 連絡先 総務課 TEL 076-267-7711**

## 《日 程》

| 開 催 日    | 時 間         | 内 容           | 専門相談員         |
|----------|-------------|---------------|---------------|
| 1月17日(木) | 10:00～12:00 | 税 務 ・ 経 営 相 談 | 税 理 士 坂 井 昭 衛 |
| 2月15日(金) | 13:00～15:00 | 法 律 相 談       | 弁 護 士 久 保 雅 史 |
| 3月22日(金) |             |               |               |

## 《場 所》

金沢市鞍月2丁目20番地

石川県地場産業振興センター新館5階 石川県中小企業団体中央会 会議室



## くみWai広場

こんにちは

## 事務局さん

能田 克代さん(左)  
塚本 俊江さん(右)



## 石川県電器商業組合

### 仕事の内容を教えてください

能田さん：経理とその他事務全般です。  
塚本さん：事務全般です。

### 「座右の銘」「好きな言葉」は何ですか？

能田さん：「あきらめたら そこで試合終了」  
塚本さん：「辛いという字がある。もう少しで幸せになれるかな字である」

### 最近、「1番うれしかったこと」又は「感動したこと」は何ですか？

能田さん：娘と2人で東京ドームへAKBのライブを見に行ったことです。

塚本さん：嫁いだ娘が、新しい家族の中で幸せに暮らしていることです。

### 組合のPRをお願いします

「町の電気屋さん」で作っている組合です。  
組合員は、石川県環境部地球温暖化対策室の推進する「省エネ家電製品等普及指導アドバイザー」認定資格を取得し、省エネ家電製品の普及による地球温暖化対策に取り組んだり、高齢化・お一人暮らしの方への訪問活動を行い、家電品に関する困りごと相談に応じる活動などを通して、社会に貢献しています。

当コーナーに登場していただける事務局さんを募集中です！  
自薦、他薦は問いませんので、中央会事務局まで連絡をお待ちしています！

## From 編集室

KAZUこと横浜FC三浦知良選手、45歳。昨年は、フットサル日本代表に選ばれ、「ワールドカップ」へ出場し、日本チーム初の予選突破に貢献しました。

日本サッカーのカリスマであるカズの代表入りは、多くのファンから期待と応援を集めた一方、同じサッカーでも戦術・技術面の求められるものが違うことから、「客寄せ」と言った批判もありました。また、新聞は「カズ悲願のW杯出場！」と煽りました。

でも、カズは自身を決して見失うことはありませんでした。チームが勝ち進むためには何をすべきかを考え、大会では「縁の下の力持ち」的な役割に徹しました。そして、「あくまでも夢はサッカーのW杯に出場することであり、現役である限り日本代表を目指している」とコメントしました。

大いに心を打たれました。戦友ゴン中山は引退となりましたが、カズの夢はまだ続きます。応援していきたいと思います。

今年は、カズ選手のように何事にも「前向きに」いきたいものです。そして皆さんにとって「希望」の多い1年となりますよう、心よりお祈りいたします。

編集者E

## Q プレゼントクイズ

〇〇にあてはまる漢字2字は何でしょう？正解者の中から抽選で5名の方に粗品を差し上げます！

石川県電器商業組合さんは、  
「町の〇〇屋さん」336社で構成されています。

今後、よりよい誌面づくりを行うために読者の皆さんからのご意見、ご要望をお伺いしたいと思いますので、同封のプレゼント付き読者アンケート回答へのご協力をお願いします。少しでも多くの「声」をお待ちしています。

回答は中央会 FAX：076-267-7720 までお送り下さい。

この一言、あの名言「カズ（三浦知良選手）  
「道がないわけではないから、挫折感はないよ。（仏W杯本戦で日本代表から落選時）  
「1センチでもいいから前に出る。前に出ようとする心を持つ。  
「俺ももう44歳だし、まあ仕方ないや」なんて思ったことは1度もない。  
「若いヤツらというより、自分自身に負けないで、感じてのほうがいい。  
「栄光は自信につながり、挫折は踏ん張る力を与えてくれました。何があっても夢だけは見てきました。夢を捨てたら、すべてが終わります。  
「常に何かに挑戦していれば輝きは失わない。」

# 石川県中小企業団体中央会 Facebookページ

facebook

メールアドレス

ログインしたままに

石川県中央会 facebook

で 検索

アカウント登録

Facebookを使うと、友達や同僚、同級生、仲間たちとつながりを深められ、いつでも、どこからでも、スマートフォンからもアクセスできます。

石川県中小企業団体中央会

団体・金沢市

いいね!



いいね!

**ファン登録をお願いします。**

- ★より身近な情報提供を行います。
- ★アンケートなどを行って、より充実した情報を発信します。
- ※なお、ファン登録を行うためには、Facebookアカウントを取得(無料)することが必要です。

石川県中央会  
フェイスブック  
ページ  
掲載事例の  
ご紹介

