

石川県 中央会会報

2013 No.

2

巻頭
ゼミナール

- ▶ 買い負ける日本
～発想の転換が今こそ必要～
- ▶ 発信しよう石川のブランド、地域の魅力
～北陸新幹線開業に向けた情報戦略①～



小松イ草

小松イ草は、昭和30年の最盛期約1,400戸だった生産農家が、現在では1戸となっており、こうした状況の中、当会では、「小松イ草拡大プロジェクト」を立ち上げ、小松イ草の普及拡大につながる多様な分野のクリエイターらによるプロジェクトを組織・支援した。【詳細は11ページ記事。】

石川県中央会会報

2013

No.2

石川中央会報

題字
故 安田隆明 名誉会長

巻頭ゼミナール

- 2 買い負ける日本
～発想の転換が今こそ必要～
神戸国際大学経済学部 教授 中村智彦氏
- 5 発信しよう石川のブランド、地域の魅力
～北陸新幹線開業に向けた情報戦略①～
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

- 9 春の叙勲・褒章受章の方々(会員関係)

中央会事業だより

- 10 「野々市キウイフルーツビネガー」完成お披露目式を開催
～うまいんじゃねーが!!“野々市市民”が育てる新しい調味料～
- 11 「2013小松イ草コレクション」完成お披露目式を開催
～小松イ草をアートに!『小松イ草拡大プロジェクト』始動～
- 12 県内4会場で開催～中小企業制度融資説明会を開催
技で魅せる いしかわの伝統工芸実演会がスタート!
～匠の技を ころろゆくまで～
- 13 ものづくり中小企業・小規模事業試作開発等支援補助金説明会を開催
- 14 ～無料で専門家を派遣します。お気軽にご活用ください!～企業ドック事業

News

- 15 新聞掲載記事より
協同組合加賀染振興協会/白山一里野温泉観光協会おかみの会
レミット・グループ協同組合/石川県豊事業協同組合

組合情報Pick up!

- 17 =組合運営Q&A=
- 18 Pick up! 全国の先進組合事例 =平成24年度組合資料収集加工事業報告書より=
①ソーシャルビジネス:富来町商業近代化協同組合
②地域資源の活用:長野県時計宝飾眼鏡商業協同組合
- 20 決算関係書類等の提出をお忘れなく
- 21 長寿企業への道 ～どうやって事業を伝承してきたか～
(第1回)長寿企業にはどのような特徴があるか

お知らせ

- 23 平成25年度 中央会事務局体制
- 24 県内の情報連絡員報告(4月)
- 26 個別専門相談室開催のご案内
- 26 こちら中小企業関連情報室
- 27 設備資金貸付制度・設備貸与制度のご案内
- 32 くみWai広場(金沢建設業協同組合)

買い負ける日本

～発想の転換が今こそ必要～

中村智彦氏／神戸国際大学経済学部 教授

「買い負けている。」こういう言葉を頻繁に聞くようになってきた。TPPや様々な規制緩和で、海外製品が国内市場に参入してくるという見方が多いが、実際に輸出入に携わる経営者や関係者に話をすると、少し違った面が見えてくる。さらにそこから発想を広げれば、今後、日本国内でのビジネスへのアイデアとつながるのではないか。

日本人が特別扱いされる時代は終わった

「日本が良いお客だったというのは過去の話です。」そう話すのは、関西で防災機器などの輸入を手がける会社の経営者である。「10年ほど前までは、韓国や台湾の業者が新製品を開発、販売する時には、必ず日本の我々に最初に声がかかった。」日本の市場でなにが求められているのか、なにが売れているのかという情報を製造業者は欲しがっていたし、日本の展示会や商談会にも積極的に参加していたという。「最近では、うっかりすると新製品の情報も入ってこない。欧米に出張して、市場調査に行き、これは日本でも売れるのではと製造元を調べると、韓国や台湾の取引先だったりして、がっかりする。」

なにがそんなに変わったのだろうか。「かつては、日本の市場では多少高くても売れたし、日本で販売してから、欧米へという発想だった。しかし、日本の市場の低価格は激しいし、日本人は品質などにもうるさいと、敬遠されるようになってきた。要は、日本市場にこだわらなくても他の海外市場で売れるようになったのだ。」

この経営者は、他にも例えば防災関係の弱電製品も、他国市場向けなら英語表記だけで良いものを、日本市場向けには日本語表記もしなくてはいけないなどの問題もあるという。

「日本人は製品そのものは問題なくても、パッケージが汚れているだけで文句を付ける。欧米

向けだと、多少欠陥品があっても大騒ぎしない。そういうところも、敬遠されつつある理由かも知れない。」価格にはうるさく、面倒な客というイメージをもたれつつあるのだとこの経営者は苦笑いしながら、話してくれた。さらに続けて、次のように指摘した。「中国や東南アジアの所得水準が向上し、価格的にも高い物が売れ始めている。日本人だけが、高い商品を買うと、特別扱いされた時代はすでに終わっている。」

世界の消費が拡大する中で

「国内の低価格米市場はすでに不足気味。我が社でも米の卸業だけではなく、生産も手がけることにした。」そう話すのは関西のある米穀卸企業の経営者である。今春から、中部地方の農業者と連携し、休耕田を借り上げることで米の生産に本格参入するという。「今後、米の市場は二極化する。個人消費者向けのブランド、高級米。こちらは個人の農業者ががんばっている。一方で外食産業など向けの低価格米。これから後者の方が不足してくる。そう見込んだの参入だ。」



個人の農家は規模の拡大よりもブランド米の生産に今後、取り組むことが中心になるだろう。



弁当市場も二極化が進み、低価格米の需要も堅調である。

TPPや規制緩和で、アメリカなどから低価格米が大量に輸入されてくるのではないのだろうか。「北京オリンピックの頃から、中国の内陸部、従来は小麦粉を主食としていた地方部でも米を主食とする人が急増し、消費が拡大している。そのため、アメリカからの米の輸入が急増している。中国が求めているのは、大量生産に向いている長粒米。日本が求める短粒米は、販売価格が高いが生産に手間がかかり大量生産向きではない。」世界で流通している米のうち、長粒米は約8割を占めるといふ。実質、日本市場向けだけとなる短粒米を手間をかけて生産するより、中国市場をはじめとする世界市場に販売可能な長粒米を生産する方が、アメリカの農家にとっては経営上も良いという訳である。「すでにそう傾向は現れていると私は見ている。今後、国内の農業者の多くは、個人消費者向けの高級米の生産に取り組んでいこう。その中で、外食産業など向けの低価格国内産米の需要も存在する。」と言い、さらに「アメリカを視察しても、アメリカの農家は中国市場に向いている。日本がいつまでも良いお客様として扱われると思っていると大きな間違いだ」とも指摘した。

映画の中で象徴的に描かれている日本

20年ほど前は、日本は世界の良い顧客だった。金払いもよく、高い商品も買ってくれる。多少、

品質などにうるさくても有り難いお客様だったのだ。しかし、この20年で世界の経済地図は大きく変動した。

先日、日本で公開されたイギリス映画「天使の分け前」という映画を見た。イギリスのウイスキー醸造所がストーリー上、重要な役割を果たしている。映画の中で、ビンテージウイスキーのオークションの場面がクライマックスシーンで登場する。超高級ビンテージウイスキーのオークションで、競り合うのは、アメリカ人、ロシア人、中国人である。オークション前日のレセプションでも、画面に多く映り込んでいるのは、中国人の金持ちたちである。少し前の映画によく登場した、めがねをかけて金払いの良い慇懃無礼な日本人の姿はそこにはない。

しかし、映画の中で主人公の義理の父親の金持ちとしての象徴は、トヨタのランドクルーザーであり、醸造所見学ツアーのウイスキー教室で熱心に講義を受けているのは、日本人の中高年の団体旅行客である。

残念ながら、かつてのようにオークションで競り合うほどのお金持ちではなくなったかも知れないが、みんなが欲しが的高级品を作るものづくりの国であり、勉強熱心で礼儀正しい観光客を送り出す文化の国であると、まだまだ見られているのである。



東南アジア諸国でも所得水準が向上し、コンビニに出かけても日本の商品とほぼ同じものが売られるようになってきている。

楽観視は禁物だが、 悲観的過ぎる必要もない

食品や各種資源などの調達事情に関する新聞記事を読んでも、新しい供給が始まるために価格が低下する見込みもあるが、しかし、その一方で「中国をはじめとする新興国に買い負ける可能性もある」と指摘する論調が増えている。その傾向は先に紹介したように輸出入に携わっている経営者のみなさんの話からも伺える。

円安によって輸出が増加し、景気が好転するというのは理想的であるが、物事はそう単純でないだろう。「さあこれからがんばって輸出していこうと、自社の下請け企業を回ったら、廃業するというのが数社出てきて驚いた。しかし、理由を聞いてみると、原材料のほとんどを輸入に依存している。なので、輸出が増加して値上げ分を価格に反映するまでに、原材料費の高騰が先に起こっており、経営を継続できないというのだ。」これは関西のある機械製造企業の経営者の話である。円安が輸出を増加させ、利益を拡大させるというのは、そう単純ではなさそうである。

国内の中小企業経営者としては、為替水準の変化にも対応する必要があると同時に、変化していく情勢の中で、いかに自らが変化していくかが求められる重要な局面に差し掛かっている。

。「厳しい円高状況の中で、血を吐くような思いをして改善してきた努力が、円安傾向によって一段落という雰囲気になっている。円安による一時的な改善は非常に助かるが、やっと色々と改善されようとしていたことが先送りになっている傾向があり、ひょっとするとこの円安がせっかく努力してきた日本企業の経営改善を遅れさせる危機感すら感じている。」そう述べるのは中部地方の中堅機械メーカーの経営者である。

我々が期待されている部分はどこか

先に述べた映画の事例を引くまでもなく、メイドインジャパンは根強い人気を誇っている。一方で、海外から日本国内の企業や人が見えず、購入するにもどこに相談すれば良いのかわからないという声をよく耳にする。今回、紹介した経営者のみなさんは、「海外で買い負けているかも知れないが、振り返ってみれば我々の日本国内で製造している物は、評価も高く、十分需要がある」と指摘していた。

我々は、いったいどう言った製品、サービスを世界から求められているのであるか。もういちど、見直してみるとところに大きなチャンスが隠れているといえるだろう。

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

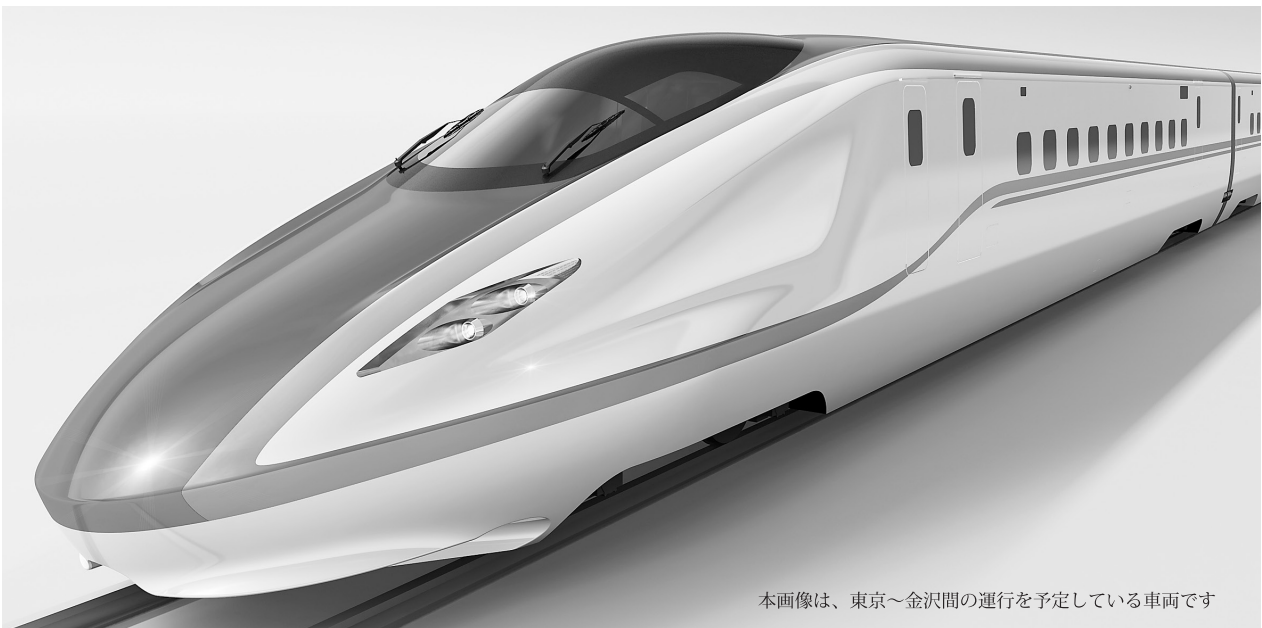
【参考】
筆者のホームページ → <http://monodukuri.jp/>
神戸から山形へ行って考えた～神戸国際大学中村ゼミ
→ <http://samidare.jp/tomsemi/>

発信しよう石川のブランド、地域の魅力

北陸新幹線開業に向けた情報戦略 ①

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

北陸新幹線の金沢開業まで1年余となりました。石川県内の中小企業や商店、地域は、この歴史的ともいえる節目に、何を旗印に掲げ、どのようにその魅力を発信していけばいいのでしょうか。連載の中では、「石川のブランド」「地域の魅力」を掘り起し、創り出す方法を考え、どのように発信していくかを考えていきます。



本画像は、東京～金沢間の運行を予定している車両です

新幹線が金沢まで。そして・・・ 東京・丸の内。

2015年春。桜前線が北上するニュースも目につき、春に向けて誰もが心弾む季節。創建当時の姿に復元された東京駅近くのオフィスで働く女性たちが、ランチを食べながら、楽しげに語り合います。

「金沢まで新幹線が開通したんだって」
「2時間半で行けるそうよ。」

果たして彼女たちの会話はどのように続くのでしょうか。
「食べ物もおいしい。まちにも風情があるよね」。
「能登の景色も魅力的。加賀温泉でゆっくりしたいな」。
そんな風に展開するのでしょうか。

「兼六園は前に行ったことがあるしね」。
「和倉温泉に泊まったよね」。
「それよりも、こっちの海外ツアーは・・・」。
彼女たちの視線の先はどこにいくのでしょうか。

歴史的な節目に、旗印を掲げる

北陸新幹線は、1965（昭和40）年に建設促進運動が始まり、1972（同47）年に基本計画、翌年に整備計画が策定されました。およそ半世紀にわたる歴史を経て、東京・金沢間が一本の新幹線で結ばれることとなります。石川県内の中小企業や商店、地域は、歴史的な節目をどのように、自分たちのモノとして取り込んでいけるのでしょうか。企業や店舗、地域をどうやって表現していくべきか。そのキーワードが「石川のブランド」なのです。

ブランドとは何か

「ブランドを発信する」。地域に、企業にお客様を呼び込もうとする時、こんな言葉が繰り返されます。ブランドとは何でしょう。ブランドと聞いてすぐに思い浮かぶのは、ルイ・ヴィトンやシャネルといったヨーロッパの高級装飾品でしょうか。ブランドは高級品という意味ではありません。ブランドの語源は、古代ノルウェー語にまでさかのぼります。ブランドは元来、「焼き印をつける」という意味で、放牧し

ている牛や羊が他の農場のものと同様に焼き印をつけたことが言葉の由来です。

それでは、ブランドを構築することで何が起きるのでしょうか。語源に照らせば、牧場主であるあなたは、飼料に工夫を凝らし、飼育環境に気を配り、丹精して肉牛を育てました。一方、隣の牧場は、安くて栄養価の低い飼料を使い、狭い飼育場に押し込んで肉牛を育てています。

その結果、肉牛の品質は全く異なってきます。この時、手塩にかけたあなたの牛も、手間ひまかけずに育てられた隣の牧場の牛も、同じ一頭として取り引きされると、あなたがかけた労力はまったく評価されないことになってしまいます。

消費者にとっても、おいしい肉とそうでないものを選ぶ際に、区別できなくては困りものです。そして、本当においしいものであれば、消費者はほかのものよりも価格が高くて買い求めるでしょうし、遠方にあっても時間をかけて買いにきてくれるのです。これが、ブランド構築ということなのです。

ブランドが築かれたことで、付加価値が増し、他の商品やサービスとの「差別化」が図られることになります。ブランドを受け止める側、「受け手」が、そのブランドに価値を見だし、商品やサービスを買う理由を選択できるようにすることで、「差別化」は進みます。つまり受け手は、商品やサービスの価格が「高いから」買わないのではないのです。「高い」理由を見いだせないために、選ばないのです。

ブランドをつくる要素

ブランドをつくり上げる“要素”、ブランドの“価値”を生み出す材料はどんなものがあるのでしょうか。列举してみましょう。送り手が意識して築き上げる要素もあれば、無意識のうちに築かれる要素もあります。受け手は自分が持つ感性やイメージの中で、要素や価値を探し出すのです。

1 品質

ブランドを作り、広げていくためには、モノやサービスの質が高く、受け手側に安心や信頼を与えることができません。

2 素材・資源

他のブランドにはない素材や資源は、ブランドの資産です。受け手側の共感を呼ぶための根幹ともなります。どんなPRやデザインよりも、ブランドが持っている素材・資源

の優位性は大きな原動力となります。

3 特徴

ブランドとして、受け手側に価値を認めてもらうためには、特徴を備え、独自性を持っていることが欠かせません。他のモノやサービスが持たない強みを兼ね備える必要があります。

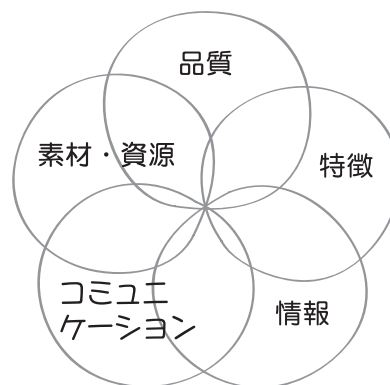
4 コミュニケーション

モノやサービスの優れた部分を、受け手に伝えなければなりません。モノの作り手や売り手、サービスの担い手が、受け手にブランドのよさを伝えるためのコミュニケーションが求められます。

5 情熱

ブランドをつくり、発信、維持、発展させるためには、時間と労力がかかります。真によりブランドと信じて、磨きをかけ、受け手との間に“つながり”を築いていく情熱がブランドを動かしていきます。

ブランドをつくる5つの要素



まちのイメージと結びつく

これらの要素でつくり上げるブランドを、地域ブランドとして発信していくにはどんな領域で展開していくことが考えられるのでしょうか。

「金沢」というまちからどんなイメージが連想されるのでしょうか。「加賀百万石」「城下町」「兼六園」・・・。「地域ブランド」には、そのまちが持つ資産や魅力が付加されるのです。「能登」は2011年、「能登の里山里海」として世界農業遺産に認定されました。「加賀」には白山があり、温泉郷があります。こうした地域やまちの名前から生み出されるイメージが地域ブランドの一つであり、受け手にその土地を訪れてみたいと感じてもらうことが、観光資源としての地域ブランドなのです。まち自体が地域ブランドとなっていくのです。こうした事例は、観光キャンペーンと結びついて、分かりやすく発信されていく地域ブランドを形成します。

ただし、こうしたイメージは必ずしもプラスのイメージに

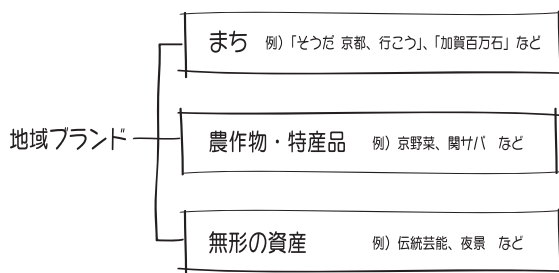
なるとは限りません。まちの名前をつけたところで、誰もそのまちをイメージできなければ、付加価値は生じないのです。イメージは受け手にとって先入観となってしまう、新しいモノを生み出したり、作り出すにはかえって妨げになることも考えなくてはなりません。

その地で生まれたモノを発信

地域ブランドとして考えられる要素には、その土地で生み出されたモノやサービス、その土地独自の文化があります。土地で収穫される農産物や、土地の原材料や素材を用いた製品は、土地のイメージと相まって、地域ブランドとなる分かりやすい事例でしょう。さらに、他所で採れた素材を用いながらも、その土地独自の手法で加工された製品、土地の文化に根付いたモノなども、暮らしと結びつき、地域ブランドとなります。地域が抱える資源から、地域ブランドが生まれるのです。

一方で、地名を冠のようにつけただけでは、地域ブランドと認められることにはなりません。先に挙げた、まちのイメージとの違和感がないか、品質は保たれているか、独自のモノやその地に限られたサービスなのか。こうした点が確保されずに、地域ブランドを誇張しても受け手の心には届きません。

地域ブランドの領域

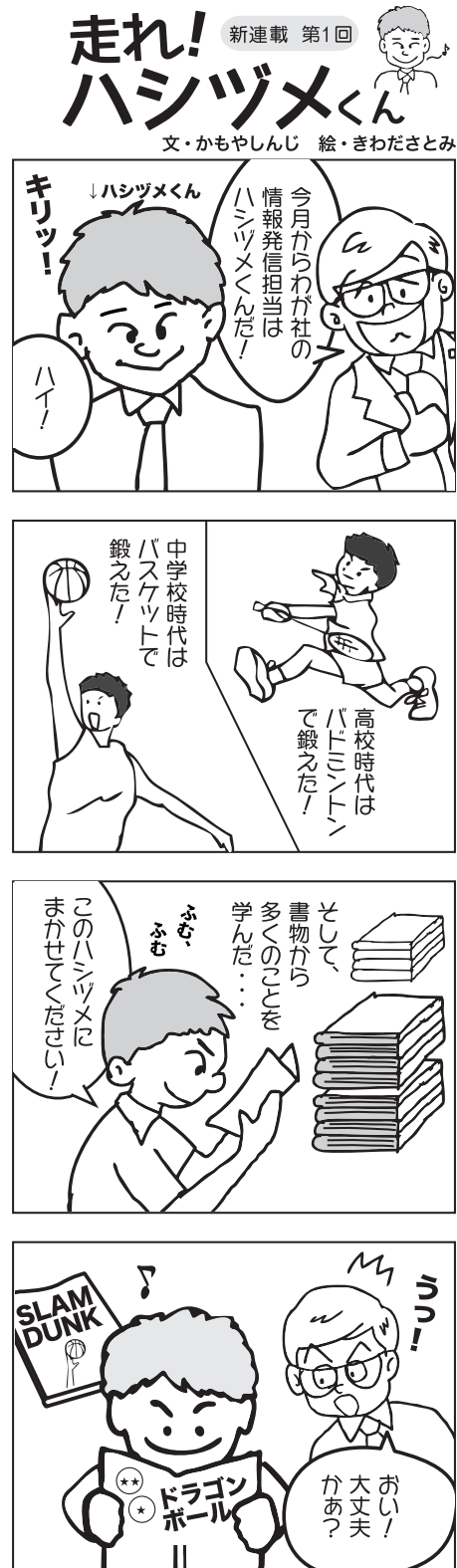


無形の地域ブランドも

農産物や伝統工芸品といった形あるモノだけが、地域ブランドとなりうるわけではありません。提供されるサービス、人、組織、芸能、景観。こうした無形の資産もその地の暮らしと結びつくことで、地域ブランドに育っていく可能性を秘めています。こうした無形の資産は、その地に住んでいる人には見えにくいケースがあります。生まれた時から毎日のように眺めている景色は、その地で暮らす人にとっては当たり前の日常である一方、他所から訪れた人から見ると、極めて贅沢な景色となることもあるのです。

景色だけで、地域ブランドは広がってはいくことはありま

せんが、少なくともその地に住む人たちが、抱えている資産や資源を認識しなくては、地域ブランドは生まれてこないのです。



地域ブランド事例紹介「加賀の紅茶」

石川県内では、加賀市で栽培された茶葉を原材料に、日本茶の小売専門店で組織する「石川県茶商工業協同組合」と緑茶を生産する「打越製茶農業協同組合」のメンバーがスクラムを組み、「加賀の紅茶」プロジェクトを展開しています。

紅茶には産地名をつけることが習慣となっていることもあって、「加賀の紅茶」と名づけられた石川県産の紅茶は、プロジェクトがスタートしてから5年目を迎えて、生産量の増加、販路の拡大と、地域ブランド商品としての着実な歩みを見せています。

石川県茶商工業協同組合理事長の織田勉さん = 写真 = は、日本茶の販売が落ち込み、組合員数も減る状況に頭を悩ませていました。何とか日本茶専門店の存在感を高めた



いと考えていた織田さんのもとに、2009（平成21）年、石川県中小企業団体中央会から、加賀市にある打越製茶農業協同組合の茶畑で収穫された茶葉を使った紅茶づくりに取り組みませんかとの提案がもたらされます。

織田さんが組合メンバーに相談すると、メンバーからは、「なぜ日本茶専門店が紅茶を販売するのか」という反対の声があがる一方、若手を中心に「おもしろそう。挑戦しよう」と取り組みに意欲を見せるメンバーが集まり、前例の少ない日本茶専門店と生産者による紅茶づくりプロジェクトが始まったのです。

「加賀の紅茶」が初めて商品化された2009年10月には、摘み取った230キログラムが収穫され、約40キログラムの紅茶が販売されました。その後は、紅茶専用の圃場整備にも取り組み、生産拡大が図られてきました。天候不良による収量減や茶葉を乾燥させる過程での失敗も経験しながら、今年は6月12日に初夏の紅茶、9月から10月にかけて秋の紅茶が販売されることになります。

組合加盟店以外にも和倉温泉の「加賀屋」や百貨店「めいてつエムザ」など販売店が年々、広がりました。織田さんは「先行きが見えなかった中で、紅茶の生産、販売を通して、さまざまな方々と出会い、メンバーに明るさが出たことが何よりの収穫です」と笑顔で語ります。2014（平成26）年度には、国産紅茶の生産者や愛好家らの交流を中心とする「全国地紅茶サミット」が石川県で開催されることになり、ますます「加賀の紅茶」が地域ブランドとして発信されることに期待が高まっています。



2013年は夏秋合わせて約500キログラムの茶葉の収穫が見込まれている = 加賀市打越地区

[参考文献 / ホームページ]

■田中章雄著「地域ブランド進化論」織研新聞社、2012年 ■加藤正明著「成功する『地域ブランド戦略』」PHP研究所、2010年 ■博報堂地ブランドプロジェクト編著『地ブランド』弘文堂、2006年 ■加賀の紅茶ポータルサイト <http://kaganokocha.oruue.net/> ■和紅茶ホームページ <http://wakocha.cafe.coocan.jp/>



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。

1964年生まれ。関西学院大学卒。企業で企画、法務、広報、秘書の業務を担当。2008年、デザイン総合プロデュース会社、株式会社エイチツーオー設立。情報誌の記事執筆、書籍の編集、企業・団体の情報発信などを手がける。石川県男女共同参画審議会委員、共同通信社全国政経懇話会講師、石川地域づくりコーディネーター、いしかわ観光特使を務める。農商工と消費者がつながるにぎわいの場づくり「じわもんマルシェプロジェクト」が進行中。

おめでとうございます

春の叙勲・褒章受章の方々（会員関係）



平成25年春の叙勲・褒章受章者が決定され、本会関係では、次の方々は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)

旭日中綬章

西 紀幸

現 小松織物工業協同組合 理事長

現 石川県中小企業団体中央会 副会長

旭日双光章

中谷 幸夫

元 石川県板金工業組合 副理事長

能村 明文

現 石川県保険薬局協同組合 理事長

黒木 輝久

元 社団法人石川県測量設計業協会 副会長

現 株式会社日本海コンサルタント

代表取締役会長

瑞宝双光章

中野 悠二

元 石川県板金工業組合 副理事長

黄綬褒章

明翫 章宏

現 石川県総合建設業協同組合 副理事長

藍綬褒章

菊池 寛治

現 協同組合石川県中小企業経営者同友会

専務理事

「野々市キウイフルーツビネガー」完成お披露目式を開催 ～うまいんじゃねーが!! “野々市市民” が育てる新しい調味料～

本会では、平成24年7月に、JAののいちを中心に、野々市市、野々市商工会をメンバーにした、「野々市キウイフルーツ普及推進プロジェクト」を立ち上げ、付加価値の高い野々市市の特産品であるキウイフルーツの加工品を「開発・ブランド化」することで、栽培農家の経営向上と農業振興はもとより、地域経済の活性化を目指した、地域協働での特産品づくりを本格的にスタートさせました。

そして、各団体等の協力により、地元産のキウイフルーツを原材料としたさわやかな酸味とフルーティな香りが特徴の商品「野々市キウイフルーツビネガー」が誕生し、そのお披露目式を平成25年3月15日に野々市市情報交流館カメラア「ホール椿」にて開催致しました。

お披露目式では、来賓の栗 貴章 野々市市長からご祝辞を頂き、関係者によるお披露目の後「野々市キウイフルーツビネガー」を使用した料理並びにカクテルの試食・試飲等を行いました。また、料理研究家の堀江ひろ子氏をお迎えし、「女性の視点から見る『野々市キウイフルーツビネガー』の活用と期待について」をテーマに、トークセッションも行われました。

野々市市で栽培されている「キウイフルーツ」は市を代表する特産品の一つであり、県内生産量第一位を誇っていますが、高齢化による生産農家の減少などにより、年々消費量が減少しています。このような厳しい業界の現状から、新商品開発が始まりました。

今回開発された商品は、野々市産のキウイフルーツを果実酒にし、酢酸発酵させてビネガーにしたものです。色は「明るくて透明なサンシャインイエロー」。香りは、酢の香りとともに、キウイフルーツのグリニッシュな香り（青い香り）を感じます。味は、キウイフルーツの甘みが酢の酸味を和らげ、旨みも感じるものになっており、キウイフルーツの特徴を引き出したフレッシュでマイルドな味わいが特徴で、野々市市を象徴する若い世代、特に女性をターゲットとした、家庭で料理を楽しんでもらえる地物調味料となっています。

「野々市キウイフルーツビネガー」はJAののいち営農センター及び野々市市内スーパー等にて初回限定300本が販売され、完売となりました。

今年度は、6月に2,000本の増産販売と業務用の大容量商品を発売予定です。また、お中元・お歳暮などのギフト商戦に向けて野々市市特産品である「キウイワイン」と合わせたギフトセット商品などの販売促進に力を入れ、販路の拡大を目指して事業を行う予定としています。販売等の詳細につきましては下記記載のホームページからご覧下さい。

○野々市キウイフルーツ普及推進プロジェクト ホームページ <http://www.nonoichi-kiwi.jp/>



野々市キウイフルーツビネガー



お披露目式の様子



野々市キウイフルーツビネガー

「2013小松イ草コレクション」完成お披露目式を開催 ～小松イ草をアートに！『小松イ草拡大プロジェクト』始動～

本会では、小松イ草栽培農家を中心に、畳製造業、家具製造業、フラワーコーディネーター、デザイナーなどの多様な分野のクリエイターらによるプロジェクトチーム「小松イ草拡大プロジェクト」を立ち上げ、小松イ草のブランド化と普及拡大に取り組んできました。



小松イ草の脚付きたたみ

各分野のクリエイターが協働し、小松イ草の可能性を拓くものとして「小松イ草アート」の創造を行い、今回、「2013小松イ草コレクション」が誕生し、そのお披露目式を平成25年3月29日に香林坊アトリオにて開催しました。

お披露目式では、来賓である和田慎司小松市長からご祝辞を頂き、関係者によるお披露目が行われました。

小松イ草は550年の歴史があり、加賀藩3代当主前田利常が栽培を奨励したことで広く普及し、最盛期である昭和30年代には1,400戸の農家が栽培していましたが、高齢化による生産者

の減少と近年の畳需要の減少により、現在では生産農家は1戸のみとなっています。小松イ草は「北限のイ草」であり、北陸の厳しい自然環境で栽培されることから、硬くて丈夫で光沢が良いことが特徴です。また、九州産、中国産のイ草との比較実験の結果、畳の清々しい香りが高い上に、小松畳表は耐光性が高く日焼けしにくいという結果が得られました。

その特徴を活かし、今回、「2013小松イ草コレクション」として、「小松イ草の置きたたみ」、「小松イ草の脚付きたたみ」、「小松イ草のたたみスツール」の三点の商品が開発されました。各分野のクリエイターのコラボレーションにより、機能性とデザイン性を兼ね備えた商品となっており、現代の洋風家屋にも合うものに仕上がっています。

販売先は、メンバーである、島内たたみ店と有限会社生活アート工房で販売を行っており、5月30日からは株式会社世界文化社の『家庭画報』においても通信販売を行っております。

今後は、本プロジェクトの賛同者を募り、新しい「小松イ草アート」を開発すること、そして「小松イ草」の存在を知ってもらうためのPRイベントを行うことにより、小松イ草の地域ブランド化と普及拡大を目指しています。

販売や活動内容等の詳細については、下記記載のホームページからご覧下さい。

○小松イ草拡大プロジェクト ホームページ

<http://www.komatsuigsa.jp/>



お披露目式の様子

県内4会場で開催～中小企業制度融資説明会を開催～

本会では、中小企業の資金の円滑化を支援するため、制度融資説明会を下記のとおり開催しました。石川県の制度融資、県信用保証協会の信用保証制度や政府系金融機関の制度概要のほか、県産業創出支援機構及び県鉄工機電協会等の設備・機械関連の貸与制度や設備資金貸付制度などがそれぞれの実施機関より説明されました。県内中小企業を取り巻く経営環境は総じて厳しく、引き続き運転資金等の確保のための資金需要が求められており、参加者は真剣に説明を聴いていました。

開催日	会場
4月11日(木)	石川県地場産業センター
4月12日(金)	小松商工会議所
4月15日(月)	七尾商工会議所
4月16日(火)	能登空港ターミナル内 生涯学習センター能登分室



金沢会場の様子

※石川県制度金融一覧につきましては石川県商工労働部経営支援課ホームページに掲載されております。
(<http://www.pref.ishikawa.lg.jp/kinyuu/kinyuu/youkou.html>)

技で魅せる いしかわの伝統工芸実演会がスタート! ～匠の技を ころろゆくまで～

本会が石川県からの委託を受けて実施する伝統的工芸品PR事業として、石川の伝統工芸36産地による製作実演をJR金沢駅構内の金沢ステーションギャラリーにて実施しています。

3年目となるこの実演会は、伝統工芸士等の方々が優れた技を披露することで、広く石川の伝統工芸の魅力伝えることを目的に5月3日からスタートしました。普段、間近でなかなか見ることができない、匠達の技をころろゆくまでご堪能ください。

＝実施概要＝

1. 実施形態 実施期間中は、原則として2つの実演台を設置し、輪島塗・加賀友禅・九谷焼・山中漆器を中心に県内36産地から2産地ずつ実演会を行います。
2. 実施期間 平成25年5月3日(金)～平成26年3月末(予定)までの主に土曜日・日曜日・祝日
3. 実施時間 実施日の午前11時～午後4時
4. 実施会場 JR金沢駅 金沢ステーションギャラリー(みどりの窓口奥)

※実施スケジュールは中央会ホームページにてご確認ください。



実演の様子(九谷焼)



当事業を担当する佐名木です。
お近くにお越しの際は、
是非、お気軽に
お立ち寄りください。

ものづくり中小企業・小規模事業者試作開発等支援補助金説明会を開催

本会では、去る3月27日（水）石川県地場産業振興センターにおいて、ものづくり中小企業・小規模事業者試作開発等支援補助金の説明会を開催しました。

当日は、中部経済産業局 産業部 製造産業課 菌部課長補佐より、事業の概要のご説明をいただき、また本会 梶川情報企画課課長補佐より、事業の応募の手続きについて公募要領に基づき説明を行いました。300名を超える中小企業等関係者にお集まりいただき、同補助金に対する関心の高さがうかがわれました。

※二次公募を6月10日（月）より公募開始しております。（公募締切7月10日（水））

<ものづくり中小企業・小規模事業者試作開発等支援事業>

概要

きめ細かく顧客ニーズをとらえる創意工夫に取り組むために、中小企業経営力強化支援法の認定経営革新等支援機関（認定支援機関）等と連携しつつ、ものづくり中小企業・小規模事業者が実施する試作開発や設備投資等を支援する。

○お客さまニーズに対応した試作品の開発・設備投資に使えます。

- ・「中小ものづくり高度化法」22分野の技術を活用した事業であり、競争力強化を行う事業に対する補助です。

○最大で、1,500万円の事業に1,000万円の補助（補助率：2/3）が出ます。

- ・対象経費～原材料費、機械装置費、試作品の開発に係る経費（人件費を含む）等に使えます。数百万円単位の小口の補助も可能です。

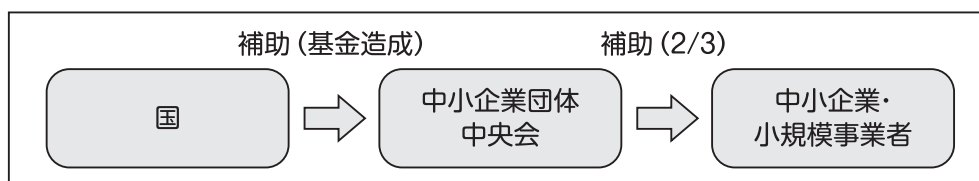
○「認定支援機関」が、事業計画づくりをサポートします。

- ・認定支援機関に事業計画の実効性等が確認されている必要があります。

対象者

以下の要件を満たすものづくり中小企業・小規模事業者。

- (1) 顧客ニーズにきめ細かく対応した競争力強化を行う事業であること
- (2) 認定支援機関に事業計画の実行性等が確認されていること
- (3) 「中小ものづくり高度化法」22分野の技術を活用した事業であること



詳しくは、下記石川県地域事務局まで、お問い合わせ下さい。

<石川県地域事務局> 石川県中小企業団体中央会「いしかわものづくりセンター」

石川県金沢市鞍月2-2 繊維会館1階

TEL 076-255-6280 / FAX 076-255-6279

石川県中小企業団体中央会ホームページ <http://www.icnet.or.jp/>

無料で専門家を派遣します。

お気軽にご活用ください！

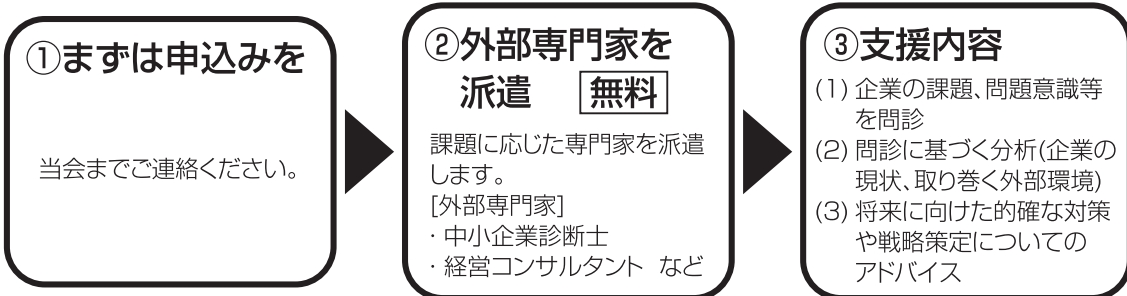
企業ドック事業 企業の様々な課題解決に【無料】で専門家を派遣します！

石川県では、企業を取り巻く経営環境が変化する中、県内中小企業の経営悪化を未然に防ぐため、希望する企業に外部専門家を無料で派遣する「企業ドック制度」が創設されました。

本会でも昨年度に引き続き、「企業ドック事業」を実施します。自社の事業等を客観的に分析し、経営環境の変化に対応するため、「企業ドック制度」をご活用ください。

(※1事業者あたり各4回程度、無料で必要な専門家を派遣する事業です。組合や組合員企業における様々な課題解決のために、是非、ご活用ください！)

企業ドック制度の流れ



企業ドック制度を利用して、
さまざまな課題を解消！！

・商工会議所、商工会議所連合会、中央会、ISICOを窓口として、各分野の専門家(県内外)を県内中小企業に派遣し、様々な課題解消のため、オーダーメイドの支援を実施！！
・専門家派遣の費用は、全額県負担。相談内容は、秘密厳守。

〈活用例〉

・自社の「強み」と「将来的課題」を明確にしたい。
・社内に経営理念の浸透を図りたい。

・提案型下請企業への転換を図りたい。
・スムーズな事業承継を行いたい。

・新分野進出を視野に、M&Aについて学びたい。
・労務管理に関する諸規程等を整備したい。

・just in timeに対応した生産体制を構築したい。
・原価計算・料金体系等の整理を行いたい。

・市場動向を踏まえた設備導入計画を立案したい。
・OEM事業から自社事業へシフトを図りたい。

・製造現場の現場改善を行いたい。
・売れる店舗づくりと販売員教育を行いたい。

・「売れる仕組み」を構築するため、意識変革を図りたい。
・商品情報の効果的な発信方法を勉強したい。

・市場動向や消費者ニーズ等を踏まえた商品開発の手法を学びたい。
・新市場を創造するような自社HPIにしたい。

・地域資源を活用した商品づくりを行いたい。
・温泉旅館にコンセプト経営を取り入れたい。

○開設期間 平成25年4月～平成26年3月
○開設場所 本会事務所内
○開設時間 平日 9:00～17:00
※事前にお問い合わせください

平成25年4月10日(水) / 北國新聞朝刊掲載

加賀友禅と ガラスコースター

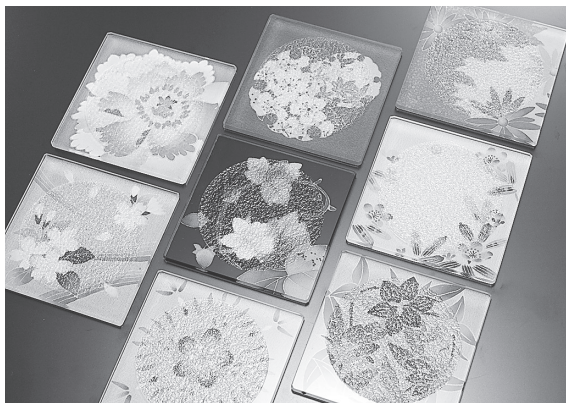
観光客に人気

協同組合加賀染振興協会

小將町の加賀友禅伝統産業会館が販売する加賀友禅とガラスを組み合わせたコースターが、観光客

の人気を集めている。友禅作家4人が商品化したもので、ツバキやボタンの草花模様だけでなく、楽器や果物など作家の趣味を反映したデザインも好評で、制作された50枚は販売から2カ月でほぼ完売し、追加制作が決定している。

コースターは10セン



チ四方のガラスに、加賀友禅で模様を描いたちりめんを張り合わせた。幅広い年

齢層に楽しんでもらうため、友禅らしい桜やツバキのほか、ホタルイカやタコ、エレキギター、フルーツの盛り合わせなどの柄をとりそろえた。

県中小企業団体中央会が開発し、友禅作家の森田耕三さん(56) 山の上町 Ⅱら有志4人が独自に商品化。2月から同館で1枚4,935円で販売している。

観光客を中心に「きれい」「種類が多い」「金沢ならではの」と売れ行きは好調

で、森田さんは新作の制作を決めた。インテリアとして飾れるよう改良を加えるほか、作家の人数を4人増やし、デザインの幅を広げる。価格も抑える予定。北陸新幹線金沢開業を見据え、森田さんは「商品を通じて伝統工芸の魅力を全国に発信したい」と話した。

平成25年5月9日(木) / 中日新聞朝刊掲載

「まんぷくりん祭り」 19日に開催

白山一里野温泉観光協会おかみの会

白山麓の初夏の爽りを味わえる「まんぷくりん祭り」が十九日に開かれるのを前に、主催の白山一里野

温泉観光協会おかみの会のメンバーが八日、白山市役所の作野広昭市長を訪れ祭りの魅力を紹介した。

林恵子会長をはじめ、ピントのそろいの法被を着た五人が訪問。当日に振る舞うウドやワラビ、タラの芽、アザミなどの山菜と草餅を持参し、「今の季節は、野草や野花もきれいです」などと祭りをPRした。

昨年初めて開催し、好評だった新緑ウォークをことしも行うことを報告。親子で楽しめる新企画の木工工作体験も紹介した。作野市長は草餅を頬張りながら、おかみの会のメンバーの話に耳を傾けた。

ことしの祭りは午前九時半から、同市尾添の白山一里野公園で開かれる。名物の草餅の振る舞いは午後一時から。散策道を歩く新緑ウォークは、午前十時から開始(雨天決行)。問い合わせは、おかみの会 Ⅱ 電話076(256)7444へ。

平成25年5月14日(火)／北陸中日新聞朝刊掲載

対象物件契約で 家具プレゼント

「住まいル」企画

レミット・グループ協同組合



キャンペーンポスター

無料の不動産情報誌「住まいル」を月一万三千部発行しているレミット・グループ協同組合（金沢市）は十三日、物件情報を提供している業者八十社と連携し、対象物件を契約すると家具一点をプレゼントするキャンペーンを始めた。契約時の費用負担を軽くするのが目的。ソファ、センターテーブル、スリムストッカー、ハイチェスト、レンジボードの五点から選べる。各社一件以上のキャンペーン対象物件を用意

武道が必修化された全国の中学校や国際大会で使ってもらおうと、加賀と能登の畳事業者でつくる県畳事業協同組合が、独自の柔道畳「トキ」の普及に乗り出した。七尾市鵜浦町の畳店で十八日、県内の職人二十人が講習会に参加し、トキの品質向上と統一に向けて畳を制作した。

石川県畳事業協同組合

組合は国内有数の畳の生産地だった能登で、これまでスポーツメーカーに頼っていた柔道畳を新しく制作しようと、武道必修化を翌年に控えた二〇一一年に開発を進めた。耐久性や、技を掛けたときに響く音にこだわり、能登で保護活動が進められている希少なトキになぞられて商標登

柔道畳を国内外へ

武道必修化で普及の好機

平成25年5月19日(日)／北陸中日新聞朝刊掲載

し、それぞれの店頭で確認できる。八月三十一日まで。家賃が一〜二カ月分無料になるキャンペーンを二〜四月末に実施したのに続く第二弾。代表理事の山田

外志雄コーワ商事社長は「入居者、オーナーに喜んでもらえるように切れ間なく情報発信したい」と話している。

録した。昨年度に金沢市内の中学校十校に計八百六十六枚を納入したのを実績に、全日本柔道連盟から承認を受けた。今年も県柔道連盟から四百枚の注文があり、七月に納める。羽咋市や珠洲市、富山県など県外からも注文や問い合わせが増えている。特徴は糸の縫合で、床部分の表の横縫いと裏の縦縫いを交差させて強度を持たせた。柔道畳の表面はゴム製の繊維を使う。講習会では、細部の糸の縫い方や表面の張り具合を、参加者たちが手の感覚を研ぎ澄ませて何度も確認していた。三原久次理事長は「トキの製品と技術をもっと多くのの人に広めていきたい。柔道畳の普及が業界の活性化につながれば」と話していた。

組合運営 Q&A

法廷脱退した組合員の持分譲受加入の是非

Q 組合員Aは、平成〇年12月2日組合員資格喪失により法廷脱退したが、その未払持分を譲受けることによりBの加入を、翌年の3月15日の理事会で承諾した。このような資格喪失者の未払持分で譲受加入ができるか。

A 脱退した組合員の持分は、脱退と同時に持分の持つ身分権的なものが喪失しており、持分払戻請求権という債権として残っているだけである。したがって、既に法定脱退した者の組合員としての権利義務を承継することとなる譲受加入ということはありません。当該譲受人の加入は新規加入の手続によらなければならない。

組合の政治的中立の解釈について

Q 中協法第5条第3項において規定する「組合は、特定の政党のために利用してはならない」とは、政治活動を一切禁止しているものと解釈すべきか否か。

A 中協法第5条は、中協法に基づいて設立される組合が備えていなければならない基準と運営上守るべき原則を規定したものであり、第1項で基準を、第2項及び第3項で原則を示している。

設問の中協法第5条第3項「組合は、特定の政党のために利用してはならない」の規定は、通称政治的中立の原則と称されるもので、中小企業者等が共同して事業を行う組織である組合は、経済団体という基本的性格を逸脱して政治団体化し、特定の政党の党利党略に利用されることは、組合の本来の目的からみて当然のこととして禁止している訳である。

しかし、本規定は、組合の外部勢力により、あるいは組合内部の少数者によって、組合が政治目的のために悪用されることを防止する趣旨であり、したがって、総会等で特定候補者の支持を決議し、その者への投票を組合員に強制すること等を禁じているものと解されるので、組合の健全な発達を図るための例えば国会等への建議、陳情等までも禁止する意味をもつものではない。

Pick up!

全国の先進組合事例

ソーシャル
ビジネス

富来町商業近代化協同組合

バス停留所が繋ぐ地域住民への買物支援に取り組む!

人口減少と高齢化が進む地区の買物弱者に対して、行政の協力によりショッピングモールへの公共バスのルート変更とバス停留所の新設により買物の利便性を向上させる。

住所 〒925-0447 石川県羽咋郡志賀町富来領家町甲の26番地 1

URL -

TEL 0767-42-2000

FAX 0767-42-2666

設立 平成5年7月

出資金 23,400千円

組織形態 共同店舗組合

地区 石川県羽咋郡志賀町

主な業種 小売業

組合員 14人

組合専従者 2人

専従理事 -

背景と目的

当組合は石川県羽咋郡志賀町富来地区にあるショッピングモール「アスク」に出店する14の店舗により構成されている。富来地区は能登半島の北西部に位置する、人口約8,300人、70才以上の割合が約31%と過疎化と高齢化が進む地域である。

この地区では、私有車を持たない、または免許証を返上した高齢者にとって、買物時の移動は公共バスに頼らざるを得なかったが、当ショッピングモールは直近のバス停留所から直線距離で約300m離れ、高齢者にとってアクセスは良くなかった。一方、当ショッピングモールは、地域の人口減少や商圏内の企業の撤退などにより売上高の減少に悩んでいた。

そのようななか、富来地区を中心とした来店者の利便性を向上させるため、石川県中央会より平成22年度地域商業活性化事業（買物弱者対策支援事業）の応募を勧められ、地元志賀町との協議を重ねた後に申請し、採択を契機に本事業への取組みを開始した。

事業・活動の内容

経済産業省や志賀町の指導や全面的な協力のもと、公共バスの6路線すべてのルートを変更し、当ショッピングモール内にバス停留所を新設することで、高齢者のアクセスを改善し買物の利便性向上を図った。平成23年3月、バス停留所「アスク」は高齢者に配慮した待合所や雨や雪をしのご屋根付通路とともに完成した。また、バスの待ち時間が快適になるよう店舗の一部のスペースを高齢者のサロンとして提供する組合員も現れるなどソフト面での支援も進んでいる。

成果

バス停留所が新設された平成23年3月には122人だった利用者が24年10月には371人に増加し、地域に浸透していることがわかる。23年、24年に行った当バス停留所利用者に対するアンケートによれば、利用者は全員50才以上でうち70才以上が約6割を占め、そのうち約8割が女性だった。バス停留所「アスク」に対しては「大変便利になった」の評価が23年には72%、24年には100%となり、来店頻度は「ほぼ毎日」が11%から18%、「週2～3回」が55%から59%と向上し、買物の利便性は確実に向上している。当組合は今後も買物弱者に優しいショッピングモールを目指し、地域の買物拠点としてさらなる貢献に努めることとしている。

=組合資料収集加工事業報告書より=

地域資源の
活用

長野県時計宝飾眼鏡商業協同組合

技能伝承とオリジナル時計の企画・販売で「東洋のスイス」復活

安価な海外製のクォーツ時計におされて衰退した機械式腕時計の修理技能の伝承とスイスを中心とする高級機械式腕時計に負けない国産機械式腕時計の企画・販売。

住所 〒391-0001 長野県茅野市ちの7017 (有)鐘の鳴る店中沢内

URL <http://www17.ocn.ne.jp/~naganoji>

TEL 0266-72-3677

FAX 0266-72-3620

設立 昭和53年10月

出資金 410千円

組織形態 同業種網羅型組合

地区 長野県

主な業種 小売業

組合員 88人

組合専従者 -

専従理事 -

背景と目的

諏訪地域は戦中に東京の会社が疎開工場を開いたのを機に時計産業が栄え、「東洋のスイス」と呼ばれる地域産業としての地位を築いた。しかしながら、1970年代（昭和45年）以降、精度が高いクォーツ時計が量産され、消費者に安価で供給されるようになり、機械式時計からクォーツ式時計に市場が占められるようになった。組合員の業務である機械式時計の修理仕事は激減した。

高級機械式腕時計に関わる専門的技術をビジネスチャンスとして取り組むよう、資格制度の創設による修理技能の伝承、オリジナル腕時計の企画・販売により業界の活性化のために様々な活動に取り組んだ。

事業・活動の内容

「信州匠の時計修理士」資格の創設

平成16年（2004年）に業界団体などの資格制度を県が認定する県技能評価認定制度を利用し「信州匠に時計修理士」資格を創設。時計専門店で長年培われた修理技能を絶やさず受け継ぐことを目的に、時計製造メーカーなどの協力を得ながら技能者を育成している。

「高級機械式腕時計」の企画・販売

数量的に安価なクォーツに押されているとはいえ、高級機械式腕時計の売上げも一定の金額を維持し、国内の販売額は年間約4,000億円に達する。その90%はスイス製で日本製の機械式腕時計の国内シェアは小さい。そこで、国産機械式腕時計の復権と技能伝承の一環として組合の独自企画による機械式腕時計「TAKUMiSM Sinshu（タクミズムシンシュウ）」を販売している。

成果

資格制度創設による技能伝承、技術力向上及び業界外からの受験者などによる関心の高さは、クォーツ時計の販売が中心であった時計店の業務をもう一度見直し、時計修理及びメンテナンスがビジネスチャンスであるということを認識させることになり、組合員の減少に一定の歯止めをかけることとなった。

また、組合オリジナル高級機械式腕時計を投入し完売したことにより、地域資源である時計製造の可能性を見ることができた。

決算関係書類等の届出をお忘れなく!

組合には、法律により認可・届出を要する事項が定められています。定款変更には認可が必要で、決算関係書類や役員変更には届出が必要です。

決算関係書類の提出

通常総会終了後2週間以内に、決算関係書類（事業報告書・財産目録・貸借対照表・損益計算書・剰余金処分案又は損失金処理案とそれらを承認した総会議事録）に届出書を添えて各所管行政庁へ提出しなければなりません。

※決算関係書類の提出を怠った場合、行政庁による検査等の対象になります。

役員変更の届出

役員の変更（氏名・自宅の住所の変更、選挙・選任による変更）があった場合には、その変更のあった日から2週間以内に、役員変更届（変更のあった事項を記載した書面並びに変更の年月日及び理由を記載した書面、その他の議事録等必要書類）に届出書を添えて各所管行政庁へ提出しなければなりません。

なお、前役員全員が再選された場合のみ、各所管行政庁への役員変更の届出が省略可能となります。

代表理事の変更登記申請

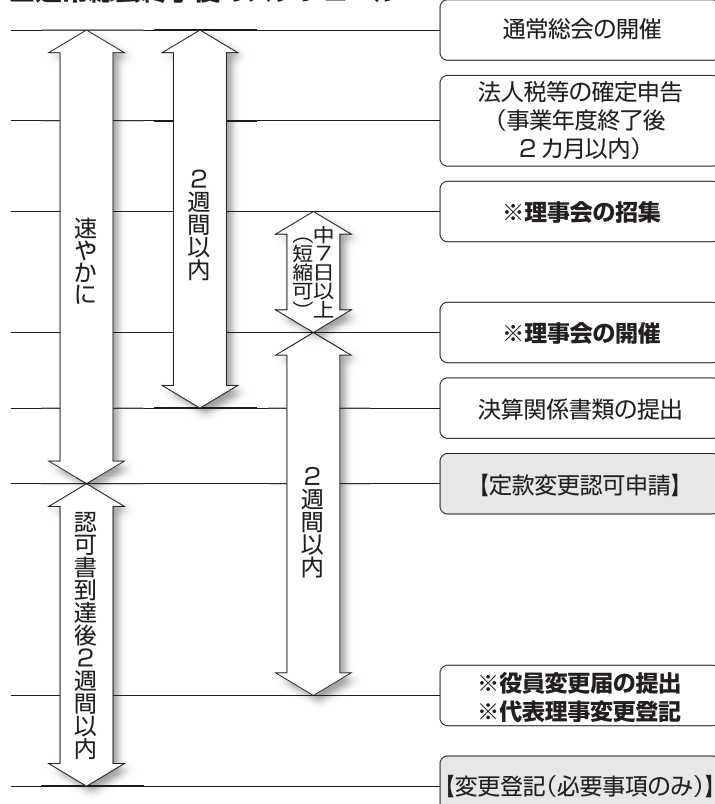
代表理事の変更（同一人物が代表理事に再選任された場合を含む）があった場合、代表理事が就任した日から2週間以内に登記事項を管轄の法務局に登記しなければなりません。

定款変更の認可申請

定款変更を総会で決議した場合には、所管行政庁の認可を必要とします。また、その内容によっては総会決議前に所管行政庁との協議が必要となる場合もありますので、事前にご相談下さい。

各提出書類につきまして、ご不明な点がございましたらお気軽に中央会までお問合せ下さい。

■通常総会終了後のスケジュール



- 上記※に関しては、役付役員の選任があった場合のみ
- 上記の【】記載は定款変更があった場合のみ

TEL 076-267-7711 URL <http://www.icnet.or.jp>

組合運営

検索

※各様式等は中央会ホームページよりダウンロードいただけます。

3回連載 長寿企業への道～どうやって事業を伝承してきたか～

第1回

長寿企業にはどのような特徴があるか

企業の平均寿命と長寿企業

皆さんは、4月に発表された今年度の本屋大賞受賞作、百田直樹著「海賊と呼ばれた男」（講談社刊）をお読みになられたであろうか。石油販売で有名な出光興産の創業者である出光佐三をモデルに描かれた企業小説である。出光興産といえばもっと歴史の古い企業かと思っていたが、1911年の創業から一昨年でちょうど100年を迎える企業である。倒産の恐れも乗り越えた創業者の経営上の苦悩や成功、創業者を取り巻く経営幹部の働きや二代目、三代目への経営の伝承など、事業経営のダイナミズムを経営者の目線を通じて描かれている。ご一読をおすすめしたい。

こうした、創業100年以上の企業は全国で大小取り混ぜて10万社以上あるという。そのほとんどが中小企業であり、こうした企業の平均寿命は30年から50年といわれる。多くの企業が二代目または三代目でその歴史を閉じている中で、100年以上続いている企業にはいったいどのような特徴があるのだろうか。創業者から二代目、三代目、それ以上と事業をつないでこられた理由はどこにあるのか。本連載を通じて企業事例を紹介するとともに、事業承継のポイントについて考察してみたい。

国内の長寿企業とその特徴

日本で一番長寿な企業は、大阪の金剛組と言われている。同社は、聖徳太子の命を受けて西暦578年に百済の国から招かれた3人の工匠のうちの1人である金剛重光により創業された。以来、宮大工として1400年の歴史を刻んでいる。宮大工をルーツとする竹中工務店も400年の歴史を誇っている。このように、「匠の技」を伝承するような事業を行っている企業には長寿企業が多い。その他、酒蔵や和菓子店などの小規模店舗も味や製法など同業他社には真似のできない技術やコツを持った企業が長寿企業となっている例が見受けられる。京都の「月桂冠（酒造）」、東京の「虎屋（和菓子）」、伊勢の「赤福（和菓子）」などである。これら長寿企業の特徴は、なんとといってもその「ブランド」であろう。すなわち、「誰が」経営することが大事なのではなく、「商品」「のれん」を後世につないでいくことが重視されている。経営者は、「駆伝ランナー」であり、「たすき」を後世に「つなぐ」ことが最大のミッションとなっているのである。

海外の長寿企業とその特徴

海外にも、特に欧州には歴史のある企業が数多くある。高級服飾のエルメスやフェラガモ、タイヤのミシュランなどは「ファミリービジネス」として知られている。「ファミリービジネス」の定義についてはほぼ日本の同族企業に近いので省略する。ここで、デニス・ケニヨン・ルヴィネ+ジョン・L・ウォード著「ファミリービジネス永続の戦略（ダイヤモンド社刊）」から、ファミリービジネスが長く経営を続けていられるポイントを引用してみたい。

「ファミリービジネスの成功モデルの中では、「教育」が大変重要視されている」

「ビジネスで業績を上げることが最もファミリーの利益に貢献する方法だ」

「事業承継はファミリービジネスにとって戦略的な好機であると同時に試練の時でもある」

「ファミリービジネスの要は価値観の伝承」

「オーナーシップの承継はファミリービジネスの生命線」

「承継は突然起こるのではない、プロセスでとらえる」

お気づきであろうか。海外のファミリー企業においても、日本の老舗企業にみられる長寿のコツと変わらぬことを。すなわち、後継者教育、企業業績の重視、事業承継の重要性とプロセスの重視など、企業経営の本質に立脚しているのである。

事業をつなぐということ

これまで長寿企業の特徴について考察してきたが、ではどのようにしたら長寿企業になれるのだろうか。

① 知的資産（事業のDNA）の承継

右図は中小機構「事業承継ガイド」より抜粋したものである。長寿企業になるためには、後世につなごうたい「駅伝のたすき」や「リレーのバトン」に相当する自社の強みを把握しておくことが必要である。それは有形の資産だけでなく、財務諸表には表れない「自社の人材・伝統・技術・技能・知財・経営理念・顧客との信頼・人脈」など目に見えにくい無形の資産（知的資産）から構成されている。ポイントは、つないでいく「バトン」の認識を後継者としっかり共有しておくことである。



② 事業をつなぐ時期・タイミング

筆者は、事業承継を陸上競技のリレーのバトンパスに例えて話をすることがある。リレー競技において、走者は必ず「バトン・ゾーン（正式にはテイク・オーバー・ゾーン）」と呼ばれる区間でバトンを渡さなければ失格になってしまう。もちろん、バトンを落とすことは大きなタイムロスになり致命傷となる。バトンを渡す走者とバトンを受け取る走者のスピードがほぼ同じになる瞬間にバトンを渡せば最高のバトンパスとなり走力に劣るチームでも勝てるチャンスが出てくる。何が言いたいのか、というと、事業をつなぐ（＝事業承継）には、「タイミング」が重要だということである。現経営者がスピードを維持できる時期に、助走を開始しスピードに乗っている「後継者」にバトンパスすることが勝利の方程式となるのである。



③ 承継がイノベーションの好機

事業は必ず成熟化し、さらには陳腐化していく。成長は鈍化するため新たな戦略を求めて経営の革新を図っていかねば、企業の存続は危ぶまれる。先ほど、「事業承継はファミリービジネスにとって戦略的な好機・・・」と紹介したが、事業承継にあたって後継者が「経営革新」「新事業展開」の推進役となる例がよくみられる。結果として後継者の起業家精神が高まり、強力なエネルギーが生まれ、事業承継はもとより事業経営そのものが成功裡に進むことが多い。

私ども事業承継コーディネーターは、「事業承継が円滑に行われる」ことにより、「地域経済が活性化される」ことを大きな目標としている。長寿企業になるには、当然「事業承継」が大きなポイントであることは言うまでもないことである。第2回・第3回の連載を通じて「事業をつなぐ」大切さとポイントについて読者の皆さんと一緒に考えたい。

最後に、「事業承継、いつやるか？ 今でしょ!」

(筆者プロフィール)

竹川 充 (たけがわ みつる) ——— 独立行政法人中小企業基盤整備機構北陸本部 事業承継コーディネーター

【中小機構の事業承継円滑化支援について】

地域経済を支える中小企業にとって、事業の承継はライフステージの一つを構成しているが、近年中小企業経営者の平均年齢は上昇傾向が続いており、経営者から後継者への事業の承継を、より円滑にしていける必要がある。

事業承継コーディネーターは、事業承継（親族内承継・従業員承継・第三者承継）支援に取り組む支援機関の『支援体制構築・定着』を目指し、地域経済の活性化に寄与することを目的として活動している。

【個人プロフィール】

1967年 福井県福井市生まれ
 2005年 中小企業診断士登録
 2008年 MITコンサルティング株式会社設立 代表取締役就任
 2007年～現在 (公財)ふくい産業支援センター新事業コーディネーター
 2008年～2013年 福井県中小企業再生支援協議会サブマネージャー

平成25年度 中央会事務局体制

～今年度もよろしくお願ひします～

専務理事	中村 明
事務局長	橋本 光正
次長（事業総括）	広沢 昇一
次長（総務総括）	中村 吉孝

組織振興課	
担当次長兼課長	吉田 貴
課長補佐	元木 康博
主事	本多 雄規
主事	北井 達也
プロジェクトリーダー	稲場 宏
プロジェクト推進員	須藤佳代子
プロジェクト推進員	小野口和美

主な支援業務

- ・かが能登かなざわ中小企業応援センター
- ・地域中小企業の人材確保・定着支援事業
- ・労働支援
- ・高度化支援
- ・下請ガイドライン普及啓発
- ・研修会開催支援
- ・石川県中小企業団体中央会女性部
- ・石川県中小企業団体事務局協議会 など

担当業種

金融・保険・不動産
サービス
小売・卸売
商店街振興組合・同連合会
生活衛生同業組合

連携支援室<新設>	
室長	高邑 俊生
兼)室長補佐	元木 康博
	兼) 本多 雄規
	兼) 北井 達也

主な支援業務

- ・農工商等連携、六次産業化支援
- ・創業、ブランディング支援
- ・中小企業・小規模事業者ビジネス創造等支援事業 など

情報企画課	
担当次長兼課長	岩倉 和博
課長補佐	梶川 嘉彦
係長	植松 信也
主事	藤田祥一朗
主事	橋爪 雄一
専門コーディネーター	佐名木栄枝

主な支援業務

- ・伝統産業振興
- ・企業ドック事業
- ・環境対策支援
- ・情報連絡員、景況調査
- ・中小企業団体全国大会
- ・会報誌
- ・官公需対策
- ・金融支援
- ・マッチング商談会
- ・建設業複業化支援
- ・研修会開催支援
- ・HP・facebook 管理等
- ・石川県中小企業青年中央会 など

担当業種

農林水産、食料品
建設、繊維
木材・木製品、家具・装備品
出版・印刷、運輸・通信
鉄鋼機械、窯業・土石
その他製造、異業種

総務課	
担当次長兼課長	深見 正裕
担当課長	見谷 貴夫
係長	遠藤 正樹
主事	二山めぐみ
職員	北川あずさ

主な支援業務

- ・個別専門相談室
- ・表彰
- ・ゴルフ大会
- ・共済推進
- ・陳情、要望 など

ものづくりセンター

兼)センター長	広沢 昇一
兼)副センター長	岩倉 和博
	兼) 梶川 嘉彦
	兼) 植松 信也
	兼) 藤田祥一朗
	兼) 橋爪 雄一
アドバイザー	山田 正彦
アドバイザー	鷹栖 孝夫
アドバイザー	植野 英夫
アドバイザー	指江 宏
スタッフ	藤田 織江
スタッフ	石藏 裕香
スタッフ	長田 美希
スタッフ	荒川真希子

主な支援業務

- ・ものづくり中小企業小規模事業者試作開発等支援事業

県内の情報連絡員報告

平成24年

4月

- 平成25年4月期において、DI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、全業種において「売上高」「販売価格」「取引条件」以外の6項目で改善を示したものの、「売上高」はわずかに悪化し、各項目の上昇幅は小幅に留まる結果となった。ただ、これは昨年4月は東日本大震災後の政策効果により、製造業とサービス業が改善傾向にあったため、今回の伸びが鈍ったことも考えられることから、今後の動きに注視したいところである。
- 製造業においては、「収益状況」「設備操業度」「雇用人員」等の5項目において上昇を示した。これは一般機器製造業において繊維機械関連の需要が伸びたことや生コンクリート製造業で公共工事のみならず民間の物件も増えたことなどが要因と考えられる。
- その一方で、改善した項目が先月の8項目から5項目に減少し、今回上昇した項目も上昇幅は小幅に留まる結果であった。これは繊維工業において受注が減少していることや鉄鋼・金属製造業において回復が見られないことなどが影響した模様である。また、これまで取引が活発であった製材・木製品製造業の動きが鈍化したことや伝統工芸の売上が落ち込んでいることも影響している模様である。
- 非製造業においては、「資金繰り」「雇用人員」「業界の景況」等の5項目で上昇を示した。この要因としては、電器小売業において春の新生活需要により白物家電が伸びたこと、建設業（管工事業、室内装飾工事業、一般土木建築業等）において住宅の新築が増えていることや人事異動や引っ越しで改修も盛んであったことなどが考えられる。
- ただ、こちらも各項目の上昇幅を見ると製造業と同様に改善傾向に力強さはなく、先月は春休みで好調であったサービス業と商店街などにおいて、今月は一段落したことに加えて、GWが前後に分散されたことが影響した模様である。
- 2013年の所得の見通しについては、全業種では「変わらない」が圧倒的に多かった。製造業では、全業種と同様、「変わらない」の割合が最も多かったが、一部で（鉄鋼・金属、一般機器の業界）「所得を引き上げる動きがある」との回答が得られた。「所得を引き上げる動きがある」の理由は、“景気が上向きそうだから”というものであり、その対応については、“給与と一時金を共に引き上げる”と“一時金のみ引き上げる”であった。なお、「変わらない」との理由について、売上は増えても円安によるコストUPで収益は変わらない、仕事は増えても価格引下げ要求が厳しい、多少収益が上がっても賃金を引き上げる程の余裕はない、というものが多かった。非製造業では、全ての回答が、「変わらない」であり、その理由としては、円安によるコストUP、消費が回復しているとは言えない、というものが多く見られた。「所得を引き上げる動きがある」との回答はなかったが、業績が回復すればあるかもしれないという回答が1業種（一般機械器具卸売業）で見られた。

平成25年

4月期

景況天気図

前年同月比

	全 体	製造業	非製造業
売上高	-12.1 (-6.9)	-16.1 (-9.6)	-7.4 (-3.7)
在庫数量	-10.6 (12.8)	-9.7 (12.9)	-12.5 (12.5)
販売価格	-17.2 (0.0)	-9.7 (-3.2)	-25.9 (3.7)
取引条件	-19.0 (-10.4)	-19.4 (-9.7)	-18.5 (-11.1)
収益状況	-31.0 (2.9)	-38.7 (5.1)	-22.2 (0.0)
資金繰り	-8.6 (5.2)	-6.5 (6.4)	-11.1 (3.7)
設備操業度	-12.9 (0.4)	-12.9 (0.4)	-
雇用人員	-5.2 (5.1)	-3.2 (6.5)	-7.4 (3.7)
業界の景況	-15.5 (5.2)	-25.8 (0.0)	-3.7 (11.1)

※ () 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



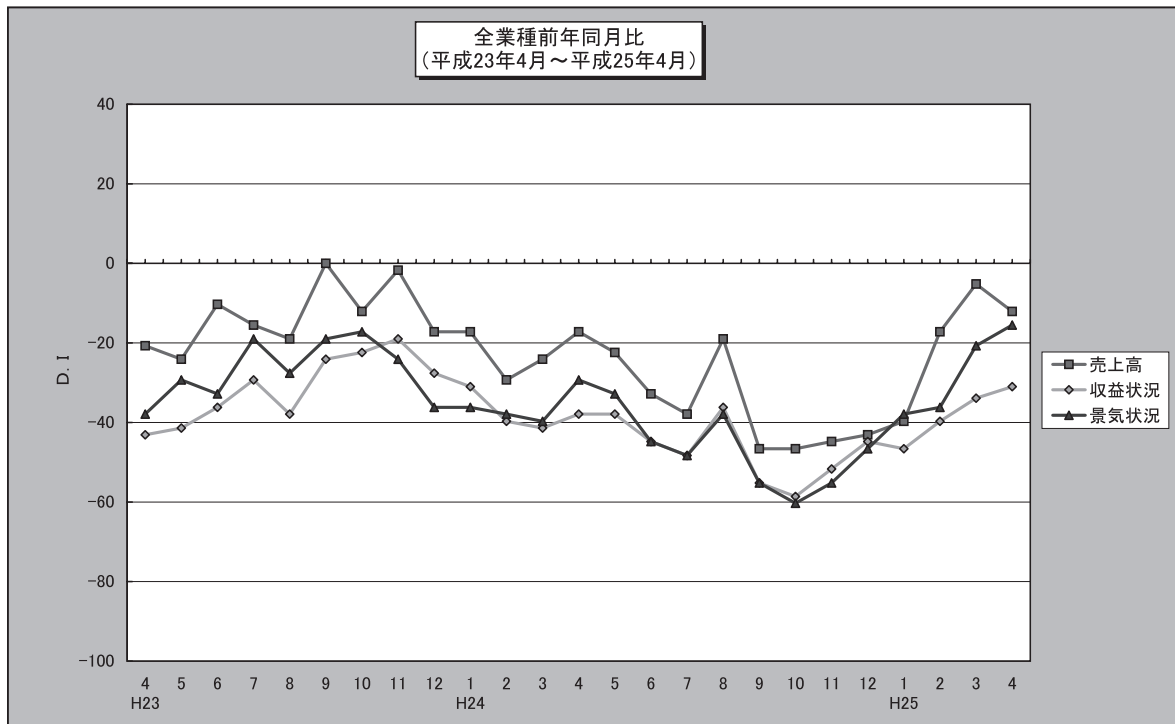
大雨
-19.5

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 25以上	晴れ 10~25 未満	くもり 10未満~ -10未満	雨 -10~ -25未満	大雨 -25以下

景況の推移（前年同月比）石川県分（主要3項目）



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
6月20日(木)	10:00～12:00	税 務・経 営 相 談	税 理 士 坂井 昭衛
	13:00～15:00	法 律 相 談	弁 護 士 久保 雅史
	15:00～17:00	登 記 相 談	司 法 書 士 久保 均
7月24日(水)	10:00～12:00	税 務・経 営 相 談	税 理 士 坂井 昭衛
	13:00～15:00	法 律 相 談	弁 護 士 久保 雅史

《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

〈こちら中小企業関連情報室〉

雇用調整助成金の制度改正について

平成25年4月1日

掲 載 URL http://www.mhlw.go.jp/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/kyufukin/pageL07.html

厚生労働省ホームページ

【主なポイント】

平成25年4月1日から、次のような制度変更が行われました
 ・「中小企業緊急雇用安定助成金」は「雇用調整助成金」に統合
 ・助成率の変更 中小企業：4/5→2/3 大企業：2/3→1/2
 ・教育訓練の助成額の変更（事業所外訓練について）
 中小企業：6,000円→3,000円 大企業：4,000円→2,000円

※詳しくは厚生労働省ホームページでご確認下さい。

平成25年度中小企業が活用できる主な助成制度ガイド

掲 載 URL <http://www.pref.ishikawa.lg.jp/syoko/index.html>

石川県商工労働部ホームページ

【主なポイント】

石川県内の中小企業者の方が活用できる主な助成制度（補助金、委託費）の概要をご紹介します。

高年齢者雇用安定法の改正

～「継続雇用制度」の対象者を労使協定で限定できる仕組みの廃止～

平成25年4月1日

掲 載 URL http://www.mhlw.go.jp/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/koureisha/topics/tp120903-1.html

厚生労働省ホームページ

【主なポイント】

定年に達した人を引き続き雇用する「継続雇用制度」の対象者を労使協定で限定できる仕組みの廃止などを内容としています。

設備資金貸付制度・設備貸与制度のご案内 (ISICO)

設備資金貸付制度の概要

この制度は、小規模企業等や未創業者・創業後1年未満の皆様方が創業ならびに経営基盤の強化を図ろうとするために必要な設備資金を長期・無利子で貸付するものです。

設備資金貸付制度 (国の制度)	
対象企業	従業員数が50人以下の中小企業 (性風俗関連特殊営業に該当する業種や公序良俗等の観点から対象とすることが適当でないと認められる業種は対象外)
対象設備	・石川県内に設置し、自己の企業で使用する設備(中古も可) ※中古設備の申込に関する詳細は、お問い合わせください ・土地・建物・物品賃貸業の賃貸用物品等は対象外
貸付限度額	<ul style="list-style-type: none"> 一般の企業 50万円～4,000万円 次の①～⑥の法認定計画等の場合 66万円～6,000万円 ①「産業活力の再生及び産業活動の革新に関する特別措置法」による経営資源活用新事業計画、又は「中小企業の新たな事業活動の促進に関する法律」による経営革新計画の認定を受けた設備導入 ②中小企業技術革新制度(SBIR制度)において指定された特定補助金等の交付を受けて実施した研究開発の成果を事業化する際の設備導入 ③「中小企業者と農林漁業者等の連携による事業活動の促進に関する法律」による認定農工商等連携事業計画に従った設備導入 ④「企業立地の促進等による地域における産業集積の形成及び活性化に関する法律」による承認企業立地計画又は承認事業高度化計画に従った設備導入 ⑤「商店街の活性化のための地域住民の需要に応じた事業活動の促進に関する法律」による商店街活性化事業計画に従った設備導入
貸付割合	設備購入代金の1/2以内 ※但し、上記の①～⑥の法認定計画等による場合は2/3以内
貸付利息	無利子
貸付期間	7年以内(うち据置期間半年または1年) ※購入設備の耐用年数により、3～7年 ただし、公害防止設備等は6～12年
償還方法	「年賦」「半年賦」「月賦」のいずれかにより、均等償還(返済)

設備貸与制度の概要

設備貸与制度には、国による『設備貸与制度(割賦・リース)』と石川県による『産学・産業間連携等設備貸与制度(割賦)』があります。

この制度は、中小企業等や未創業者・創業後1年未満の皆様方が希望される設備を当機構が現金一括払いで購入し、長期・低利で割賦(完済後に所有権を移転)またはリースするものです。

割 賦

	設備貸与制度(国の制度)	産学・産業間連携等設備貸与制度(県の制度)
対象企業	・性風俗関連特殊営業に該当する業種や公序良俗等の観点から対象とすることが適当でないと認められる業種は対象外	
対象設備	・石川県内に設置し、自己の企業で使用する設備(中古も可) ※中古設備の申込に関する詳細は、お問い合わせください ・土地・建物・物品賃貸業の賃貸用物品等は対象外	
従業員数	50人以下	中小企業(中小企業基本法に定義されたもの) ・製造業は300人以下 ・卸売業・サービス業は100人以下 ・小売業は50人以下
企業要件		・産学・産業間連携事業の対象企業 ・経営革新支援法等承認企業 ・地域貢献型企業
割賦限度額(消費税込み)	100万円～8,000万円以下	
保証金	設備価格の10%	
割賦損料(利率)	年2.75%(実質金利…年1.80～2.25%)	※ 利子助成あり
貸与期間	7年以内(うち据置期間半年または1年)	※ 購入設備の耐用年数により、3～7年 ただし、公害防止設備等は6～12年
償還方法	「年賦」「半年賦」「月賦」のいずれかにより、均等償還(返済)	

●お問い合わせ先● (財)石川県産業創出支援機構 経営支援部 設備資金課
〒920-8203 石川県金沢市鞍月2丁目20番地 石川県地場産業振興センター 新館1階
TEL:076-267-1174(直通) 076-267-1001(代表) FAX:076-267-3622
URL <http://www.isico.or.jp/soshiki/setsubi> E-mail: info@isico.or.jp

ご利用下さい「信用保証制度」



ご負担は保証料のみ
—相談料・用紙代金など一切不要—

- ◎経営状況に応じたきめ細かい保証料率で資金調達を応援
- ◎法人代表者以外の保証人は原則不要
- ◎資金ニーズにあった保証制度をご用意
- ◎流動資産を担保に資金運用を効率化
- ◎セーフティネット保証も充実
- ◎長期借入れや反復継続の信用保証も可能
- ◎団体信用生命保険制度によるプラスワンサービス

活用しやすい7つの特長

 石川県信用保証協会

◇保証部◇

〒920-0918 金沢市尾山町9番25号

TEL (076) 222-1522 (代) FAX (076) 222-1514

ホームページアドレス <http://www.cgc-ishikawa.or.jp/>

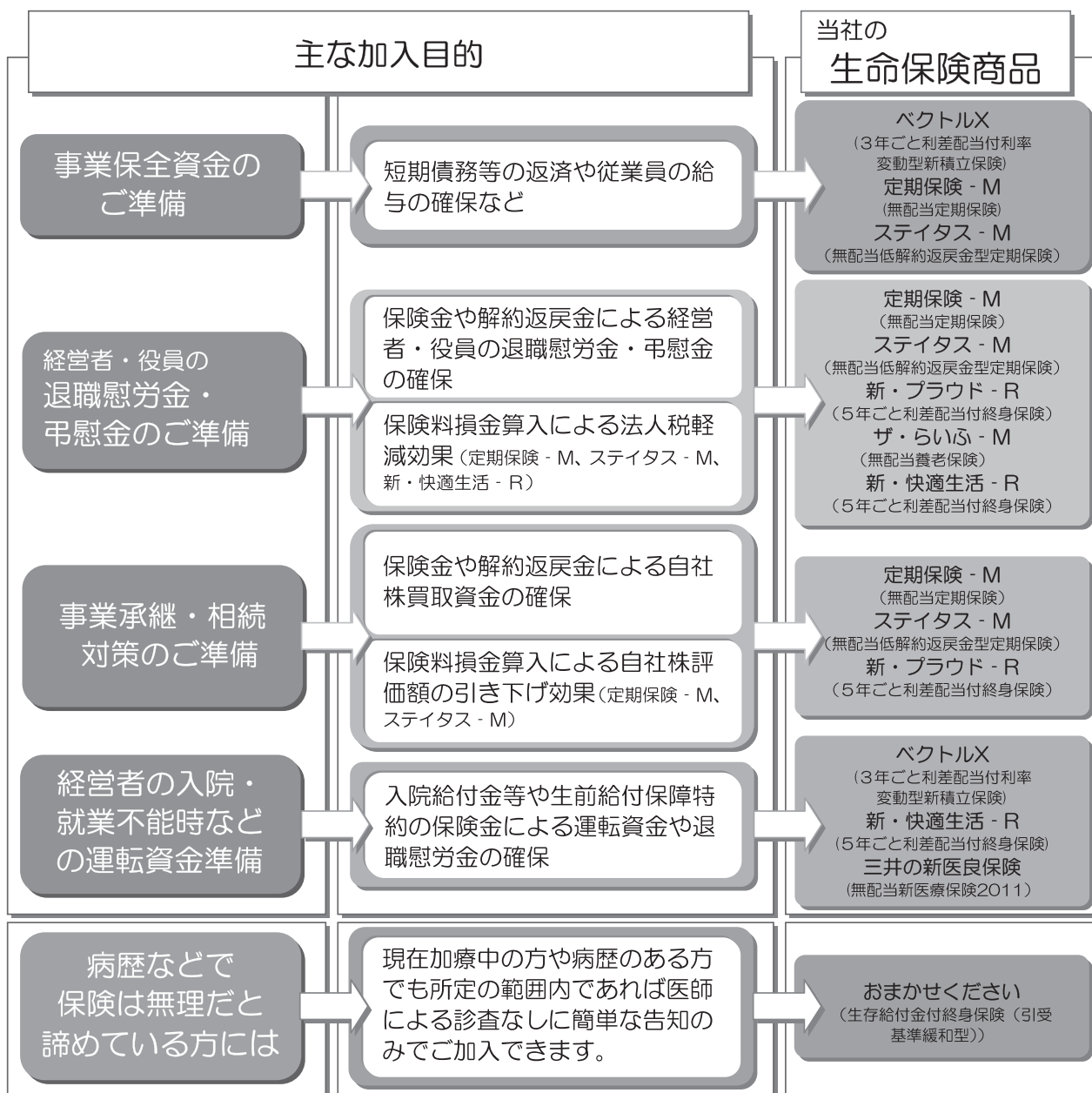
石川県中央会会員組合に所属する組合員の皆さまへ



法人向け生命保険のご案内

企業を取り巻くさまざまなリスクに対しては、目的に合った生命保険で準備することが必要です。

生命保険でのご準備は十分でしょうか？



*解約された場合、以後の保障はなくなります。

*詳しくは、「各商品パンフレット」をご覧ください。
ご検討にあたっては、「設計書 (契約概要)」「特に重要な事項のご説明 (注意喚起情報)」「ご契約のしおり-約款」を必ずご覧ください。

【お問い合わせ】

三井生命保険株式会社 北陸支社

〒920-0853 金沢市本町 2-15-1 ボルテ金沢 8F
TEL: 076-263-3256

<http://www.mitsui-seimei.co.jp/>

Ishikawa
IT
Human Resource Development
Center

「持続的なイノベーション」を支える中核的人材の育成を目指す

株式会社 石川県IT総合人材育成センター



「いしかわビジネススクール」、「いしかわ技術経営(MOT)スクール」、情報技術に関連する研修講座を開講。研修講座の総合化と中核人材の育成に力点をおいた研修サービス、受託研修サービスなどをご提供します。

〒920-8203 石川県金沢市鞍月2丁目1番地

TEL:076-267-8000 FAX:076-268-8570

<http://www.ishikawa-sc.co.jp>

情包通心。

社会を包み支え、心通うソリューションを。

ライフラインや行政・教育などあらゆるシーンで唯一無二の存在となった情報通信。卓越したノウハウと技術が自慢のICCは、今日も皆様の心に寄り添い、暮らしを包み支えるIT情報サービスを提供しています。

自治体
ソリューション

医療
ソリューション

民間
ソリューション

セキュリティ
ソリューション

アウトソーシング
サービス

ネットワーク
サービス

icc 株式会社
石川コンピュータ・センター

〒920-0398 金沢市無量寺町ハ6番地1号
TEL(076)268-8311(大代) FAX(076)268-5442
<http://www.icc.co.jp>

損害保険集団扱制度のご案内

★【自動車保険・火災保険】

石川県中小企業団体中央会では、組合員の企業経営並びに従業員の福利厚生を充実するため、会員の皆様に中央会損害保険集団扱制度(自動車保険・火災保険)のご加入をお勧めしております。つきましては、本制度について引受損害保険会社の取扱代理店が説明させて頂きたく、訪問した際にはよろしくお願いたします。

《損害保険集団扱制度の概要》

特 徴

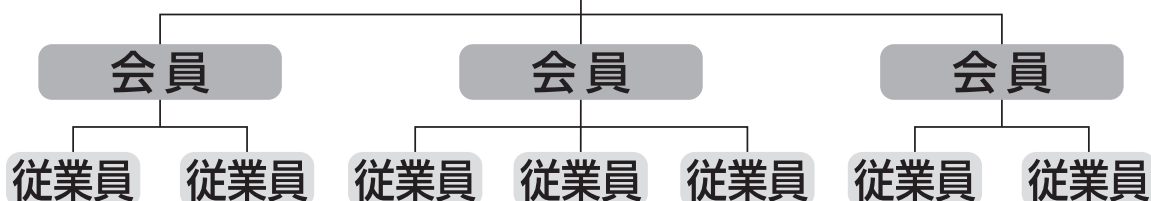
- ◎保険料は、一般契約より5%割安です。(保険料一時払の場合)
- ◎手続きは、年1回払い、口座引落しです。
- ◎下記損害保険会社と契約を行っている方は、現在契約している取扱代理店で制度利用が出来ます。
- ◎自動車保険
 - ・既加入自動車保険は、無事故割引などをそのまま継承できます。
 - ・業務用車両も対象になります。
- ◎火災保険
 - ・普通火災、住宅火災、住宅総合、店舗総合、団地保険が対象となります。

対 象

(中央会指定の確認票を提出願います。)

- ◎中央会の会員(組合・企業・団体) ◎会員の傘下企業、事業主及び従業員

県中央会



お問合せ先

石川県中小企業団体中央会 TEL.076-267-7711

〈本制度引受損害保険会社〉

三井住友海上火災保険株式会社……………TEL.076-223-9912
金沢支店 〒920-0918 金沢市尾山町6番25号

あいおいニッセイ同和損害保険株式会社……………TEL.076-264-7811
金沢支店 〒920-0906 金沢市十間町5番地

日本興亜損害保険株式会社……………TEL.076-222-8610
北陸支店営業第1課 〒920-0869 金沢市上堤町2番28号

富士火災海上保険株式会社……………TEL.076-222-0005
金沢支店 〒920-0962 金沢市広坂1丁目2番24号

(2013年6月作成)

くみWai広場

こんにちは

事務局さん

清水 志海 さん
 本屋 利江 さん
 本橋まゆみ さん
 ※左から



金沢建設業協同組合

- **仕事の内容を教えてください**
 改良土の受付や手数料の徴収及び会計・経理全般です。
- **「座右の銘」「好きな言葉」は何ですか?**
 本屋さん：すべては自分の心次第
 本橋さん：明日やろうはバカヤロウ
 清水さん：とりあえず微笑み返し
- **最近、「一番うれしかったこと」又は「感動したこと」は何ですか?**
 本屋さん：子供が自分からお手伝いしてくれたこと
 本橋さん：高校の同級生とかなり久しぶりに会うこと
 清水さん：最近、メダカとエビを飼ったこと

- **組合のPRをお願いします**
 当組合は、金沢市から建設発生土処理施設の管理運営及び手数料徴収事務の委託業務と公共工事により発生する建設発生土を、良質な土に改良して再利用するための土質改良プラントを開設しています。
建設発生土処理施設は、残土処分場の遠隔地化や不法投棄等による自然破壊防止にも必要な施設であり、また改良土は浜砂や山砂を使用しないことにより自然環境の保全の上からも大切な事業です。循環型社会経済システムの一翼を担うためにも改良土事業の利用拡大を図っていきたくと思っています。

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

今年度より新しく会報担当となりました。早速、今号を発刊するにあたり、石川県茶商工業(協)の織田理事長、そして金沢建設業(協)事務局の皆様にお忙しい中、取材のご協力をいただきました。取材を通して、織田理事長からは紙面には載せきれないお茶にまつわる様々な裏話をお聞きすることができ、また金沢建設業(協)事務局の皆様からは写真からも伝わるような元気を分けていただきました。前会報担当のE先輩の協力もいただき、なんとか発刊することができました。わかりやすく、見やすい情報誌として会員の皆様に読んでいただけるように努めたいと思います。



編集者H

Q プレゼントクイズ

残土処分場の遠隔地化や不法投棄等による自然破壊防止にも必要な施設は?

○にあてはまる漢字2字をお答えください。

「○○発生土処理施設」

○○にあてはまる、漢字二文字は何でしょう?

正解者の中から抽選で3名の方に、**金沢21世紀美術館招待券**を差し上げます。

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
 「いつやるの? 今でしょう! 林修 編」
 一、誰がやるの? 君でしょ!
 一、過去に点数つけて何か意味はありますか?
 一、人生というのは、一つ勝てる事があれば、後は全部負けてもいい。
 一、二度と抜かない刀(学歴)を自慢して生きる人生は送らないでください。
 一、ストレス太りは言い訳です。ストレスはノーカロリー。

石川県中小企業団体中央会

Facebookページ

facebook

メールアドレス

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

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)する必要があります。

石川県中央会
フェイスブック
ページ
掲載事例の
ご紹介

