

あらためて実感！組合のチカラ

横浜中華街
発展会協同組合の
動画はコチラ！



動画制作▶P.8
事例掲載▶P.24

先進組合事例抄録

令和2年度組合資料収集加工事業報告書

77
選



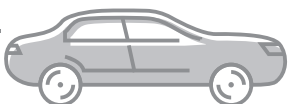
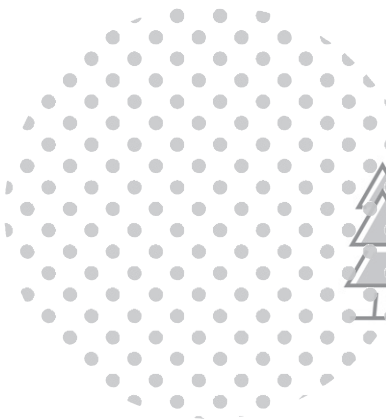
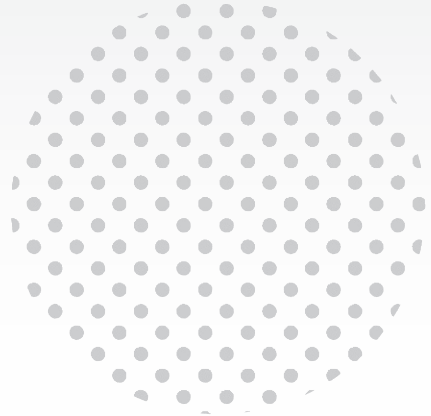
A 事業継続力



B IT・デジタル変革



C 特徴ある活動



はじめに

我が国経済は、雇用・所得環境の改善が続くなかで、各種政策の効果もあって、緩やかに回復していると言われていますが、中小企業者の多くは、それを実感できない状況にあります。さらに、2019年末より世界的に流行している新型コロナウイルス感染症の拡大により、多くの業界が打撃を受け、先行きの不透明感が一層強まっています。

こうした中で、個別企業では対応困難な課題に対して、様々な手法でアプローチができる中小企業組合をはじめとした連携組織を積極的かつ効果的に活用し、経営基盤を確立させることが有効な手段の一つとなっています。

本会では、中小企業・小規模事業者や組合等連携組織が、新たな事業活動への挑戦や組織体制の見直し等を行う際の参考となるよう、知識や経験、ノウハウの移転・活用につなげることを目的に掲げ、都道府県中小企業団体中央会と連携し、課題解決等に先進的に取り組む組合活動事例について調査・分析、収集・普及を行っており、これまでに収録した組合活動事例は、延べ6,400組合を超えています。

令和2年度は、「事業継続力」「IT、デジタル変革」「特徴ある活動」の3テーマを取り上げ、専門家の協力も得ながら、組合活動事例のエッセンスを「先進組合事例抄録」としてとりまとめました。

また、今年度は報告書に加え、組合の取組み事例を移転・普及する新たな手法として、本書に掲載されている事例について試験的に動画を制作いたしました。近年では動画メディアの多様性・拡散性が取り上げられることも多く、中小企業活性化へのアクションとしても有効に働くことが期待されます。取組み事例を紹介する動画を制作される際は是非ご参考ください。

本書の内容は、これまで収集した事例とともに、本会ホームページ(組合事例検索システム)でも公開しております。本書と併せてご活用いただき、これから『連携』を通じて様々な課題に取り組もうとする中小企業・小規模事業者や組合等連携組織・団体の関係者の方々、また個人の方々の参考となれば幸甚です。

最後に、調査にご対応いただいた組合関係者の皆様をはじめ、都道府県中央会のご担当者、委員会委員の方々、動画制作に携わってくださった皆様に深く感謝申し上げます。

令和3年3月

全国中小企業団体中央会

委員名簿

令和2年度組合資料収集加工事業調査研究委員会

全国中小企業国体中央会(順不同・敬称略)

遠山 恭司 立教大学 経済学部 経済政策学科 教授

吉原 元子 山形大学 人文社会科学部 准教授

首藤 聡一郎 長野県立大学 グローバルマネジメント学部
グローバルマネジメント学科 准教授

増野 雅之 マスノコンサルティング 代表/中小企業診断士・IT コーディネータ

本橋 正則 日本工業大学 大学院技術経営研究科 客員教授/中小企業診断士

大信 拓 福島県中小企業団体中央会 企画情報課 主任主査

内田 進 神奈川県中小企業団体中央会 企画情報部長代理

目次

はじめに

委員名簿

本書の活用にあたって 2

1. テーマ別索引
2. 令和2年度資料収集加工事業動画制作プロジェクト
3. 収集事例の詳細、過去の収集事例等のお問い合わせ先

活動事例

- A. 事業継続力13
特徴分析とノウハウ活用のポイント・36事例
- B. IT、デジタル変革55
特徴分析とノウハウ活用のポイント・12事例
- C. その他の特徴ある活動71
特徴分析とノウハウ活用のポイント・29事例

資料

- これまでの収集・蓄積テーマ一覧 103

本書の活用にあたって

本書を活用される皆様へ（委員長メッセージ）

立教大学 経済学部 経済政策学科 教授 遠山 恭司

未曾有の惨禍に見舞われて、すでに1年が過ぎていきました。人類史に残る新型コロナウイルス感染症（COVID-19）パンデミックは、わたしたちの社会経済システムを大混乱に陥れました。本執筆時点で、二度目の非常事態宣言が10都府県に発令中です。近年多発する自然災害に加えて、今回のような「見えない災害」にも対応できる知恵と備えが家庭や地域、企業や組合に求められます。

令和二年度の資料収集加工事業のテーマは、「事業継続力」「IT・デジタル革命」「特徴ある活動」の3本立てとなりました。コロナ禍を想定していなかったとはいえ、日頃の組合事業・活動・組織の見直しや再定義による事業継続力強化の各種取り組みは多くの示唆に富んでいるはずで、IT・デジタルの活用例は時代性を反映していますし、特徴的な活動には「目から鱗が落ちる」視点と切り口に満ちています。

一陽来復。組合のチカラを信じれば、理想的な新常态がみえてくるはずで。

本書の特徴

■カテゴリ分類

本書では、テーマごとに、成果要因や取組み手法による視点からカテゴリ別に分類を行っています（複数のカテゴリに該当する事例については、主なカテゴリに分類を行っています）。テーマ別の分類は、「1. テーマ別索引」の一覧表をご参照ください。

■テーマごとに特徴を分析し、ノウハウ活用のポイントを提示

本事業の委員3名により、A、B、Cそれぞれのテーマを総括し、取組み手法に特徴のある事例を抽出・分析しながら、ノウハウ活用のポイントを示しています。ぜひ参考としてください。

■ホームページで事例の検索ができます

本書の収録事例は、過去のものを含め、全国中小企業団体中央会のホームページ上で「組合事例検索システム」(<http://jirei.chuokai.or.jp/newjirei/SearchPage.aspx>)として公開しています。

※キーワード検索をはじめ、組織種別・業種等で絞り込むことが可能です。

※業種、規模、地域など様々な視点から、参考となる事例をお探しいただけます。

組合事例検索

検索

1. テーマ別索引

A

事業継続力(36事例)

カテゴリー

- ① 将来ビジョンの策定と事業推進
- ② 人材の確保・育成、雇用の場の維持等への取り組み
- ③ 災害多発化に対応する BCP や災害協定等の策定、締結、方策の展開
- ④ コロナ禍で疲弊する組合員支援事業の実施
- ⑤ 事業継続力向上を背景とした特徴的活動の展開

No.	都道府県	組合名	事例テーマ	カテゴリー (カッコ内は事例数)					ページ数
				① (2)	② (4)	③ (16)	④ (2)	⑤ (12)	
A-1	青森県	協同組合八戸総合卸センター	新たなニーズに対応した共同施設の整備運営事業					○	18
A-2	青森県	協同組合湊日曜朝市会	新型コロナウイルスに対応した大規模イベント事業運営モデルの確立					○	19
A-3	宮城県	宮城県豊業商工組合	東北 6 県の豊組合や宮城県との災害時応援体制の構築			○			20
A-4	秋田県	企業組合ほっと	施設の運営継続を目指した事業承継と収支改善の取り組み					○	21
A-5	山形県	協同組合山形流通団地	ビジョン委員会で組合の存在意義を再確認、交流を深化	○					22
A-6	東京都	東京都印刷工業組合	組合独自の個人情報保護体制認定制度					○	23
A-7	神奈川県	横浜中華街発展会協同組合	#がんばれ中華街に繋がる「ドライブスルーサービス」					○	24
A-8	神奈川県	協同組合横浜 マーチャンダイジングセンター	組合全域を襲った台風 15 号へのリアルな BCP 活動			○			25
A-9	長野県	第一精密工業協同組合	連携事業継続力強化計画の策定及び市との災害協定締結			○			26
A-10	山梨県	甲斐市管工事協同組合	事業継続計画策定を契機とした組合の体制強化			○			27
A-11	静岡県	磐田さざさか工業団地協同組合	組合員総意による災害に強い工業団地づくりを目指す			○			28
A-12	静岡県	水見色きらく市企業組合	経営理念と経営計画による組合運営で里山に賑わいを創出					○	29
A-13	愛知県	愛知県テント・シート工業組合	新型コロナウイルスと戦う医療現場へ防護ガウンの供給を通じたエールを!					○	30

No.	都道府県	組合名	事例テーマ	カテゴリー (カッコ内は事例数)					ページ数
				① (2)	② (4)	③ (16)	④ (2)	⑤ (12)	
A-14	岐阜県	美濃和紙ブランド協同組合	「守り」から「攻め」へ、 ブランド戦略の転換					○	31
A-15	岐阜県	たかやま林業・建設業協同組合	建設業と林業の“二律共生”で 林建協働の推進					○	32
A-16	石川県	石川県板金工業組合	建築板金業のイメージアップに向けた 組合活動の活性化					○	33
A-17	福井県	協同組合福井ショッピングモール	企業主導型保育所開設による 人手不足解消への取組み		○				34
A-18	滋賀県	滋賀県産業振興協同組合	滋賀県内組合で初の取組み・SDGs 行動 宣言					○	35
A-19	滋賀県	滋賀県旅館ホテル生活衛生 同業組合	WITH コロナ時代を乗り切る 組合組織力による社会貢献活動					○	36
A-20	奈良県	奈良県プラスチック成型協同組合	記念事業「人材確保元年」の為に 雇用環境改善計画		○				37
A-21	奈良県	奈良県葬祭業協同組合	葬祭用品支援供給の為に「災害協定」締結			○			38
A-22	大阪府	大阪管工機材商業協同組合	採用ポータルサイトの構築、運営による 組合員企業の人材確保の強化		○				39
A-23	大阪府	日本敷物団地協同組合	BCP 策定に向けての防災・減災対策への 取組み			○			40
A-24	和歌山県	御坊自動車整備協同組合	先進安全自動車の普及を見据えて 車検・点検の共同事業を構築する					○	41
A-25	鳥取県	協同組合鳥取鉄工センター	自然災害等に対応できる組合 BCP 策定を 組合青年部会が実施			○			42
A-26	島根県	島根県石油協同組合	業界における災害時を想定した 対応マニュアルの策定			○			43
A-27	山口県	山口県環境整備事業協同組合	被災地公衆衛生環境保全活動の 迅速な応援体制の構築			○			44
A-28	徳島県	協同組合徳島総合流通センター	地域における団地の価値向上を図り、 将来にわたって組合の活力を維持する	○					45
A-29	香川県	香川県うちわ協同組合連合会	丸亀うちわの継承・発展のために ニュー・マイスター制度を制定					○	46
A-30	愛媛県	愛媛新聞販売所協同組合	新聞の使命と人命を守るため 事業継続力強化計画策定			○			47
A-31	高知県	宿毛建設資源利用協同組合	自然災害に備えて 地域との協同			○			48
A-32	熊本県	熊本南工業団地協同組合	連携事業継続力強化計画の策定で 危機意識の向上と連携の高度化につながる			○			49
A-33	大分県	大分中央生コンクリート協同組合	組合及び組合員企業全社が取り組む 事業継続計画			○			50
A-34	宮崎県	宮崎県エルピーガス商業組合	組合員特性を考慮した BCP 策定による 経営の安定・向上			○			51
A-35	鹿児島県	熊毛グループ協同組合	企業存続への想いで 「連携事業継続力強化計画」を策定			○			52
A-36	沖縄県	沖縄県ホテル旅館生活衛生 同業組合	求職者が重視する 「勤務時間・休暇」を明確に PR		○				53

B

IT、デジタル変革(12事例)

カテゴリー

- ①情報の集積・共有による業務効率化・価値向上
- ② IT を活用したコロナ禍への対応
- ③ IT によるマーケティングや情報発信

No.	都道府県	組合名	事例テーマ	カテゴリー (カッコ内は 事例数)			ページ 数
				① (5)	② (3)	③ (5)	
B-1	山形県	企業組合リンクシップ	IT 営業ツールや広告宣伝媒体、 自分史で想いを伝える			○	58
B-2	福島県	安達収運業協同組合	IT を活用した収集運搬業務管理で地域とつながる	○			59
B-3	茨城県	茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合	クラウドファンディング実施で コロナ禍の組合員を支援		○		60
B-4	茨城県	笠間焼協同組合	イベント中止の危機をインターネット販売で 組合員救済		○		61
B-5	埼玉県	埼玉県鍍金工業組合	営業力強化とめっき業界の発展のため IoT に取り組む	○		○	62
B-6	千葉県	ナチュラルボディ企業組合	お家で楽しく健康に スタジオ体験をオンラインでお届け		○		63
B-7	石川県	山代温泉通り商店街振興組合	組合員情報共有ネットワークによる 顧客満足度向上実現	○			64
B-8	鳥取県	協同組合鳥取県鉄構工業会	若手労働者の雇用ツールに動画作成し、 YouTube 配信で閲覧数大幅アップ			○	65
B-9	島根県	島根県中古自動車販売商工組合	インターネットを活用した組合員の取扱う 中古自動車オークション事業	○			66
B-10	佐賀県	佐賀県貨物自動車事業協同組合	IT 導入サポート 利便性高い低コストクラウドシステム	○			67
B-11	大分県	大分もやし協業組合	もやしの受注予測並びに歩留まり評価システムの 開発			○	68
B-12	宮崎県	延岡日向宅建協同組合	組合 Web サイトの物件掲載効率化及び 情報発信強化			○	69



その他の特徴ある活動(29事例)

カテゴリー

- ①高齢者・障がい者へのサービス展開
- ②地域資源の活用
- ③研修事業の強化
- ④その他

No.	都道府県	組合名	事例テーマ	カテゴリー (カッコ内は事例数)				ページ 数
				① (5)	② (16)	③ (9)	④ (6)	
C-1	北海道	小樽倉庫事業協同組合	共同施設の通年稼働に向けた 寒冷期燻蒸業務の確立				○	74
C-2	岩手県	協同組合 GROW 夢	生乳の系統外出荷を行う酪農家が 組織化し販路を確立				○	75
C-3	秋田県	秋田シニアライフ協同組合	異業種連携による「終活」の ワンストップ総合サービスの提供	○				76
C-4	福島県	会津山塩企業組合	伝統的な製塩の復活と ブランド化による地域貢献		○			77
C-5	栃木県	足利市上下水道設備事業協同組合	ボランティア精神で取り組む公共事業と 地域貢献				○	78
C-6	栃木県	大谷石材協同組合	宝石とのコラボレーションで 海外進出へ一歩踏み出す		○			79
C-7	群馬県	企業組合群馬中高年雇用福祉事業団	社会的弱者の雇用を通じて地域社会に貢献	○				80
C-8	千葉県	企業組合房州の家	全ての人々が共に生き、生きる喜びを共感する 場所の提供	○				81
C-9	東京都	東京都洋傘協同組合	クラウドファンディングを活用しての 最高級洋傘「東京洋傘ゼロワン」の製造		○			82
C-10	神奈川県	神奈川県医療福祉施設協同組合	地域医療連携を担う人材育成事業の開発			○		83
C-11	新潟県	新潟まんが事業協同組合	漫画と英語を活用した、外国人への 妙高アピール		○			84
C-12	新潟県	魚沼木材協同組合	魚沼杉ブランドイメージ拡大事業		○			85
C-13	山梨県	山梨県印刷工業組合	共同研修事業で 「新時代の営業知識とノウハウ」を普及			○		86
C-14	三重県	的矢湾あだこ岩がき協同組合	養殖・殺菌・発信等独自の方法で 岩がきをブランド化		○			87
C-15	富山県	伝統工芸高岡銅器振興協同組合	産業集積地の強みと誇りをかけた 国宝修復への挑戦		○			88
C-16	富山県	協同組合富山のれん会	全組合員参加、課題対応型委員会方式による 組合運営				○	89
C-17	京都府	京都瓦工事協同組合	瓦の魅力を発信 『京の瓦ブランド育成プロジェクト』		○			90
C-18	兵庫県	兵庫フード協同組合	新販路開拓のため 「山田錦主食促進プロジェクト」発足		○			91

No.	都道府県	組合名	事例テーマ	カテゴリー (カッコ内は事例数)				ページ 数
				① (5)	② (16)	③ (9)	④ (6)	
C-19	兵庫県	播州皮革工業協同組合	有名地産ブランドと連携して 「たつの皮革」認知度UP!		○			92
C-20	和歌山県	和歌山県木炭協同組合	持続可能な備長炭づくりのため 新人に伝統技術を提供		○			93
C-21	岡山県	井原被服協同組合	井原デニムのブランド力向上の活動		○			94
C-22	広島県	協同組合甲山いきいき村	経営戦略の徹底で独自の市場創造! 組合制度を最大限に活かす				○	95
C-23	香川県	小豆島手延素麺協同組合	地元原料等を使用した手延べ素麺の新商品を 開発し、販路を拡大		○			96
C-24	愛媛県	企業組合森の風	地域とともに成長する組織づくり	○				97
C-25	福岡県	福岡県菓子工業組合	福岡県産いちじく「とよみつひめ」を使った 新たな菓子づくり		○			98
C-26	長崎県	ながさき福祉事業協同組合	介護付き旅行サービスの創出による 介護業界の地位向上	○				99
C-27	長崎県	もりのめぐみ協同組合	共同製材で省力化・効率化やコスト減、 雇用創出を実現		○			100
C-28	熊本県	黒川温泉観光旅館協同組合	湯めぐり風呂敷で 環境保全と日本の湯めぐり文化を推奨		○			101
C-29	鹿児島県	事業協同組合薩摩川内市 企業連携協議会	「薩摩川内にいてよかった、来て良かった」を カタチにする				○	102

令和2年度資料収集加工事業 動画制作プロジェクト

～中華街発展会協同組合ドライブスルー事業～



目的

本会では、毎年全国の中小企業団体約3万の中から77事例程度を取り上げ、中小企業団体の活性化を目的に報告書を配付しています。しかし、近年動画メディアの多様化などもあり、活性化のきっかけづくりとして、紙面による周知のみでは厳しい状況にあるとの声が多数ありました。

そこで今年度、中小企業の活性化へのアクションを促すことを狙いとして、取組み内容を簡単に把握でき、かつ従来の紙面による手法よりも活性化への意欲が高まるよう、報告書に掲載される事例の動画を試験的に制作することとしました。



対象

A-7 横浜中華街発展会協同組合

対象とした理由

本会の委員会において先進的な取組みとして選定されたことに加え、今年度はコロナ禍でも撮影が可能であり、本会が撮影現場に立ち会える関東近郊という条件により決定。



概要

● 動画制作および対象を本会の委員会で決定

● 動画制作委託先事業者を選定
神奈川県の実業者を選定

● 委託先事業者・神奈川県中央会と企画検討
動画の趣旨、方向性を検討

● 対象組合からヒアリング
事業(事業のきっかけ・事業に対する思い等)についてヒアリング

● 委託先事業者・神奈川県中央会と企画検討
構成、シナリオ、インタビュー対象者・内容、撮影場所を検討

● 撮影
計3日間(機材設営、事前打ち合わせ、インタビュー、機材撤収で計2時間程度×インタビュー出演者3名) + インサート動画の撮影(天候等条件の合致する日に委託先事業者が撮影)

● 編集
委託先事業者に委任し、最終段階で組合・神奈川県中央会・本会が確認し調整

● 納品



企画・撮影・編集期間

令和2年9月～令和3年1月



動画構成で留意したこと

- ①「動画で伝えたいことは何か」を絞り込み、しっかりと動画に盛り込む
- ②わかりやすさ（理解しやすい、見やすい、聞きやすい）
- ③3～6分程度に収める（最後まで見てもらいやすい長さ）
- ④インタビューの出演者の選定（当組合では事業を提案した理事長・実際に事業の運営を担当した理事・事業に参加された組合員の方の計3名）



インタビュー時に留意したこと

- ・出演者が回答しやすいように質問する。
- ・おおまかな回答の方向性を決めた上でインタビューし、出演者がその方向で回答できるように質問のワーディングに気を付ける（方向性が同じであれば自由に回答いただく）。
- ・背景や雑音等に配慮する。



インタビューでは取り組まれた事業についてだけでなく、組合に対する思い、コロナ禍だからこそ再認識した組合の意義についてもお話いただきました。

本事業では今年度試験的に1事例を動画にしました。次年度以降は、組合事例の動画を各県中央会で制作していただく際に、この取組みを参考にしていただければ幸いです。



事例の掲載ページは24ページです。

← QRコードから制作した動画をご覧ください。

～インタビューのワンシーン～



収集事例の詳細、過去の収集事例等 (お問い合わせ先)

本書に収録した事例の詳細や過去の収集事例については、各都道府県に所在する中小企業団体中央会の窓口においても情報提供を行っています。

「これまでの収集・蓄積テーマ一覧」をご覧のうえ、ご関心のある事例がありましたら、お気軽にお問い合わせください。

中央会名	〒	所在地	電話番号
北海道中小企業団体中央会	060-0001	札幌市中央区北1条西7丁目1番地 プレスト1・7 3階	011(231)1919
青森県中小企業団体中央会	030-0802	青森市本町 2-9-17 青森県中小企業会館内	017(777)2325
岩手県中小企業団体中央会	020-0878	岩手県盛岡市肴町 4番5号 カガヤ肴町ビル 2階	019(624)1363
宮城県中小企業団体中央会	980-0011	仙台市青葉区上杉 1-14-2 宮城県商工振興センター 1階	022(222)5560
秋田県中小企業団体中央会	010-0923	秋田市旭北錦町 1-47 秋田県商工会館 5階	018(863)8701
山形県中小企業団体中央会	990-8580	山形市城南町 1-1-1 霞城セントラル 14階	023(647)0360
福島県中小企業団体中央会	960-8053	福島市三河南町 1-20 コラッセふくしま会館 10階	024(536)1261
茨城県中小企業団体中央会	310-0801	水戸市桜川 2-2-35 茨城県産業会館 8階	029(224)8030
栃木県中小企業団体中央会	320-0806	宇都宮市中央 3-1-4 栃木県産業会館 3階	028(635)2300
群馬県中小企業団体中央会	371-0026	前橋市大手町 3-3-1 群馬県中小企業会館 3階	027(232)4123
埼玉県中小企業団体中央会	330-8669	さいたま市大宮区桜木町 1-7-5 大宮ソニックシティ 9階	048(641)1315
千葉県中小企業団体中央会	260-0015	千葉市中央区富士見 2-22-2 千葉中央駅前ビル 3階	043(306)3281
東京都中小企業団体中央会	104-0061	中央区銀座 2-10-18 東京都中小企業会館	03(3542)0386
神奈川県中小企業団体中央会	231-0015	横浜市中区尾上町 5-80 神奈川中小企業センター 9階	045(633)5131
新潟県中小企業団体中央会	951-8131	新潟市中央区白山浦 1-636-30 新潟県中小企業会館 2階	025(267)1100
長野県中小企業団体中央会	380-0936	長野市大字中御所字岡田 131-10 長野県中小企業会館 4階	026(228)1171
山梨県中小企業団体中央会	400-0035	甲府市飯田 2-2-1 山梨県中小企業会館 4階	055(237)3215
静岡県中小企業団体中央会	420-0853	静岡市葵区追手町 44-1 静岡県産業経済会館 5階	054(254)1511
愛知県中小企業団体中央会	450-0002	名古屋市中村区名駅 4-4-38 愛知県産業労働センター 16階	052(485)6811
岐阜県中小企業団体中央会	500-8384	岐阜市藪田南 5-14-53 OK Bふれあい会館 9階	058(277)1100
三重県中小企業団体中央会	514-0004	津市栄町 1-891 三重県合同ビル 6階	059(228)5195
富山県中小企業団体中央会	930-0083	富山市総曲輪 2-1-3 富山商工会議所ビル 6階	076(424)3686
石川県中小企業団体中央会	920-8203	金沢市靱月 2-20 石川県地場産業振興センター新館 5階	076(267)7711
福井県中小企業団体中央会	910-0005	福井市大手 3-12-20 富田第一生命ビル 3階	0776(23)3042

中央会名	〒	所在地	電話番号
滋賀県中小企業団体中央会	520-0806	大津市打出浜 2-1 コラボしが 21 5 階	077(511)1430
京都府中小企業団体中央会	600-8009	京都市下京区四条通室町東入函谷鉾町 78 京都経済センター 3 階	075(708)3701
奈良県中小企業団体中央会	630-8213	奈良市登大路町 38-1 奈良県中小企業会館内	0742(22)3200
大阪府中小企業団体中央会	540-0029	大阪市中央区本町橋 2-5 マイドームおおさか	06(6947)4370
兵庫県中小企業団体中央会	650-0011	神戸市中央区下山手通 4-16-3 兵庫県民会館 3 階	078(331)2045
和歌山県中小企業団体中央会	640-8152	和歌山市十番丁 19 Wajima 十番丁 4 階	073(431)0852
鳥取県中小企業団体中央会	680-0845	鳥取市富安 1-96 中央会会館	0857(26)6671
島根県中小企業団体中央会	690-0886	松江市母衣町 55-4 島根県商工会館	0852(21)4809
岡山県中小企業団体中央会	700-0817	岡山市北区弓之町 4-19-202 岡山県中小企業会館 2 階	086(224)2245
広島県中小企業団体中央会	730-0011	広島市中区基町 5-44 広島商工会議所ビル 6 階	082(228)0926
山口県中小企業団体中央会	753-0074	山口市中央 4-5-16 山口県商工会館	083(922)2606
徳島県中小企業団体中央会	770-8550	徳島県徳島市南末広町 5-8-8 徳島経済産業会館 3 階	088(654)4431
香川県中小企業団体中央会	760-8562	高松市福岡町 2-2-2-401 香川県産業会館 4 階	087(851)8311
愛媛県中小企業団体中央会	791-1101	松山市久米窪田町 337 番地 1 テクノプラザ愛媛 3 階	089(955)7150
高知県中小企業団体中央会	781-5101	高知市布師田字四郎右衛門 3992-2 高知県中小企業会館 4 階	088(845)8870
福岡県中小企業団体中央会	812-0046	福岡市博多区吉塚本町 9-15 福岡県中小企業振興センター 9 階	092(622)8780
佐賀県中小企業団体中央会	840-0826	佐賀市白山 2-1-12 佐賀商工ビル 6 階	0952(23)4598
長崎県中小企業団体中央会	850-0031	長崎市桜町 4-1 長崎商工会館 9 階	095(826)3201
熊本県中小企業団体中央会	860-0801	熊本市中央区安政町 3-13 熊本県商工会館 6 階	096(325)3255
大分県中小企業団体中央会	870-0026	大分市金池町 3-1-64 大分県中小企業会館 4 階	097(536)6331
宮崎県中小企業団体中央会	880-0013	宮崎市松橋 2-4-31 宮崎県中小企業会館 3 階	0985(24)4278
鹿児島県中小企業団体中央会	892-0821	鹿児島市名山町 9-1 鹿児島県産業会館 5 階	099(222)9258
沖縄県中小企業団体中央会	900-0011	那覇市字上之屋 303-8	098(860)2525
全国中小企業団体中央会	104-0033	東京都中央区新川 1-26-19 全中・全味ビル	03(3523)4901

各中央会のホームページをご覧いただく場合は、

都道府県名 中央会

検索



事業継続力

A

36事例

- ① 将来ビジョンの策定と事業推進
- ② 人材の確保・育成、雇用の場維持等への取り組み
- ③ 災害多発化に対応するBCPや災害協定等の策定、締結、方策の展開
- ④ コロナ禍で疲弊する組合員支援事業の実施
- ⑤ 事業継続力向上を背景とした特徴的活動の展開





事業継続力 ～特徴分析とノウハウ活用のポイント～

日本工業大学 大学院技術経営研究科 客員教授／中小企業診断士 **本橋 正則**

近年、甚大な被害を与える自然災害が多発化している。加えて、COVID-19によるパンデミックも人間の生活、経済活動、社会システム等に混乱と疲弊をもたらしている。事業者にとっては、外出自粛やインバウンド激減により、飲食業や宿泊・観光サービス業などを中心に、政府・自治体の資金的支援が追いつかず倒産、廃業、解散に至る者、あるいはその瀬戸際に立っている者も少なくない。このような事業継続に関わる様々な要因の発現・拡大に対応する方策への取り組みには、中小零細の事業所個々では限界もある。しかしながら組合という組織力を有効に生かした活動を展開し、効果を上げつつある動きも見られる。

ここではテーマである「事業継続力」の活動実践に該当する35件の事例を5つのカテゴリー（①将来ビジョンの策定と事業推進、②人材の確保・育成、雇用の場維持等への取り組み、③災害多発化に対応するBCPや災害協定等の策定、締結、方策の展開、④コロナ禍で疲弊する組合員支援事業の実施、⑤事業継続力向上を背景とした特徴的な活動の展開）に分類し、それぞれの項で特徴的な内容と思われる事例を示しつつ、他組合への参考となるポイントについても考えたい。

1. 将来ビジョンの策定と事業推進

組合の将来ありたい姿や推進すべき事業を議論し設定することは、属する組合員間のベクトルを合わせていくうえで極めて重要な動機となる。**協同組合山形流通団地(山形県、A-5)**では、取り巻く経済・社会環境が急速に変化する中で、組合ビジョンを策定している。検討にあたっては、中長期的な観点から理事の中で特に次世代を担う若手を抜擢して、組合と自社の関係も改めて考える機会とした。これをきっかけに迅速な意志決定による活動が進み、後継者同士や異業種間の交流も活発化するなどの波及効果も現れているという。

この事例から、若手を中心に組合の将来を見据えた戦略を描き、また行動実践することが、傘下組合員企業での人材資質の向上や人的ネットワークづくりにも大きく寄与していることが理解できる。

2. 人材の確保・育成、雇用の場維持等への取り組み

企業として有用な人材を保持することは、最重要の経営課題といっても過言ではない。しかしながら、中小の事業者では自らの打てる努力にも限界がある。このことを踏まえると組合という組織で対応することの意義は大きい。**大阪管工機材商業協同組合(大阪府、A-22)**は、人材採用に特化したオリジナル・ポータルサイトを立ち上げ、これを新卒者確保のために大学を通じた誘導を可能としたり、中途者には有力な民間サイトの対応形式で構築するなど外部との親和性も考慮して、利用されやすい工夫もなされている。本サイトが大阪で定着すれば、展開として上部組織である(一社)全国管工機材商業連合会を通じた各地域の傘下組合への開放も視野に入れており、その活用期待は大きい。

また、宿泊需要が高く慢性的な人手不足が続く沖縄の宿泊業界にあって、従業員として採用後、就労イメージの違いから退職してしまうケースも少なくなく、採用側・求職側双方のマッチングに資する情報の提供が急務となっていた。**沖縄県ホテル旅館生活衛生同業組合(沖縄県、A-36)**は平成28年度より「ホテルの仕事」ガイドブッ

クを定期的に発行し県内の各学校はもとより、首都圏、関西圏の専門学校等に配布して、就職後に起こる不安を少しでも解消しようとする地道な努力を重ねている。

これらの事例から、総花的な情報提供ではなく、相手が知りたい・欲しい情報に焦点を絞って的確に提供、かつ継続的に行っていくことの必要性は参考となるポイントと言える。

3. 災害多発化に対応するBCPや災害協定等の策定、締結、方策の展開

近年、多発化する災害からの被害を最小限に食い止め、その後の経済活動を早期に再開するための対応策を平時から保持しておくことが昨今、強く求められてきている。**第一精密工業協同組合(長野県、A-9)**は、全組合員を計画の構成員とする連携事業継続力強化計画を策定している。当該計画では、地元自治体、商工会議所や金融機関等、外部との連携・協力体制も盛り込まれている。これにより自治体との災害協定締結も円滑に行われている。また、本取り組みと同時に“長野県SDGs推進企業登録制度”への申請・登録も行うなど、積極的に地域に根ざす活動を進めている。

他方、**協同組合鳥取鉄工センター(鳥取県、A-25)**では、組合や組合員企業の明日を担う青年部が主体となり組合のBCPを策定したことから、若手経営者や経営後継者への強い動機付けがなされた。加えて各組合員企業のBCP策定にあっては、現場の声を十分に反映したものでないとその実効性が揺らぐことから、各社の現場リーダー格、責任者等の意見を積極的に拾い上げ、これを反映した計画策定がなされている。これは現場の意識改革という波及効果も派生させているという。

これら事例より、近隣との助け合いで被害を最小限に食い止めるためにも、組合としての地元連携が重要であると認識を強く持つことが肝要である。また、計画の策定にあっては、若手に主体性を持たせたり現場を尊重する姿勢が効果をもたらすことにも留意しておきたい。

4. コロナ禍で疲弊する組合員支援事業の実施

コロナ禍の影響を甚大に受けている業種の筆頭に挙げられるのは飲食業であろう。**横浜中華街発展会協同組合(神奈川県、A-7)**は400事業所を超える大きな組合組織で、その構成員のうち土地柄、飲食店舗の割合が高い。コロナ起源が中国武漢であったことや春先当初の緊急事態宣言発出による営業自粛もあり、深刻な打撃を受けることとなる。このような状況下、強い危機感を持った組合幹部の一人がドライブスルーによる料理提供のアイデアを出し、苦肉の策ではあったが“先ずは行動する”という信念から、これを実践する。本来の当年度事業計画にはない活動のため、理事長の迅速な判断と理事幹部たちの努力によって実行され、結果として利用客や参加組合員からは好評価の声があがっている。これを契機に、これまで受け身的な経営形態から、テイクアウトや弁当販売、配達など能動的な取り組みを始めた組合員も現れるなど、新たな生活様式を見据えた動きも出てきている。

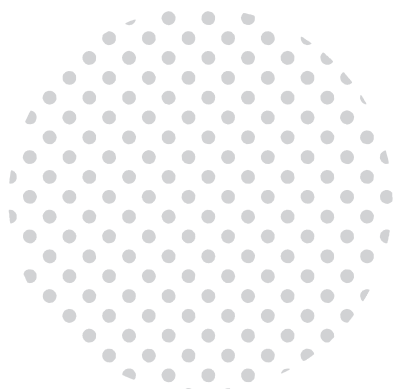
この事例から、組合は組合員のためにあるという原点を再確認し、そのために何が出来るか、素早く決断して行動実践する組合体制がこれまで以上に求心性を高める要素になっていることを示唆している。

5. 事業継続力向上を背景とした特徴的活動の展開

中小企業個々では対応しきれない制度的要素や資金的要素などを、組合という組織メリットを十分に生かして課題をクリアしているところも少なくない。業務上、個人情報を取り扱う機会の多い印刷業においては、その適切な保護が強く求められてきているが、Pマーク(プライバシーマーク)や情報セキュリティマネジメントシステム(ISMS)等の取り組みは、中小事業者にとってコスト面のハードルが高く、取得が難しいものであった。このような課題解決の必要性を背景に、**東京都印刷工業組合(東京都、A-6)**は、組合としての認定制度“日本印刷個人情報保護体制認定制度(JPPS)”の普及を推進する。その結果、本制度を取得した組合員からは、新規顧客の獲得や公的機関からの信用力向上等の成果もあげられており、今日では全国の印刷工業組合が取り組む事業へと広がっている。

一方、御坊自動車整備協同組合(和歌山県、A-24)は、自動車の先進化が加速する中で、車検、修理、整備点検等業務範疇の高度化対応、精度向上が急務となっている。個々の中小事業者ではなかなか確保できない高額な最新エイミング(センサー修正作業等)機器を組合として補助金を有効に活用して導入、技術習得のための講習会なども行い、有効活用化を戦略的に進めている。これにより組合員企業では作業の内製化率向上による利益の確保、組合としては新規企業の加盟を促すなどの効果も現れてきている。

これらの事例から学ぶポイントとしては、組合員企業の事業継続力を高める方策を組合という組織力を生かして推進することが、組合員の負担軽減、また横展開力を活用した全国組織経由での浸透など、組合であるからこそのメリットを改めて認識することができる。





新たなニーズに対応した共同施設の整備運営事業

協同組合八戸総合卸センター

住 所	〒039-1121 青森県八戸市卸センター一丁目12番10号		
U R L	http://www.hoc-net.jp/		
設 立	昭和44年1月	主 な 業 種	卸・小売業、運輸業、製造業
組 合 員 数	72人	出 資 金	931,090千円

■背景・目的

組合員を取り巻く経営環境の変化にあわせた多様な要望・意見が提案される中で、組合員の利便性向上や従業員労働環境整備のニーズに対応し、組合員の繁栄につながる共同施設の整備運営が求められていた。このため、創立50周年を契機に、組合員に対するアンケート調査等による意見徴集を行い、ニーズの把握と対応策を検討し、新たな機能を付加・保有する共同施設の整備を行うことで、将来にわたる組合員及び組合の発展に資する必要性が生じていた。

■取組みの手法と内容

創立50周年を契機に、組合員の新たなニーズに対応する共同施設を整備・運営するため、理事会・事務局を中心に準備活動を実施した。併せて専門的かつ幅広い知見を反映させるための検討組織を設置し、調査・研究を実施した結果を理事会・事務局による準備作業に反映させながら、周到的準備を進めてきたことが、施設の整備完了につながっている。中でも、副理事長のリーダーシップに基づく強固な事務局体制が基盤となり、施設整備に係る様々な準備作業を着実に実行する源泉として、組合員のニーズにマッチした新たな機能を付加した施設整備の実現に寄与したものと考えられる。

今後の展開としては、HOCコネクトに関しては新型コロナウイルスの感染拡大により展示会や研修会などの利用が低い状態が続いているものの、新しい生活様式に対応した設備の追加整備を実施し、感染予防に万全の態勢を整えたことで、利用者が安心・安全な環境で利用できる状況となっている。さらに、新型コロナウイルス終息後は八戸地域内でも立地、機能、価格、環境等の他施設と比較し優位性のある施設であることから、高い利用率が見込まれており、組合員の経営面に対する貢献はもとより、地域社会・地域経済の活性化に対する貢献も見込まれる。

また、HOCこどもの森保育園に関しては今後も継続的に保育サービスを提供することで、組合員企業の従業員が安心して勤務できる環境が整備され、人材の流失防止、優秀な人材の獲得・確保につながることが期待される。

■成果とその要因

副理事長を中心とする長年にわたり整備されてきた強固な組織体制(理事会・委員会・事務局等)が、組合員のニーズに対応した様々な事業活動の基盤となっており、この組合活動の充実化がさらなる組合員の誘致にもつながるといった、組合の経営基盤にとって理想的な好循環を生み出す要因となっている。



新設した展示・研修スペース「コネクトホール」



新設した半屋外展示会等スペース「コネクトベース」



Point

組合員のニーズの把握及び的確な対応力と、強固な組織体制に基づく事業実施体制の保持により、新たな価値を有する共同施設の整備運営を実現。



新型コロナウイルスに対応した大規模イベント事業運営モデルの確立

協同組合湊日曜朝市会

住 所	〒031-0072 青森県八戸市城下4丁目1番4号		
U R L	http://minatonichiyousaichikai.com/		
設 立	平成22年3月	主 な 業 種	農業・製造業・小売業・卸売業
組 合 員 数	287人	出 資 金	1,435千円

■背景・目的

日本一とまで言われるほどの集客力を誇り、300以上の店が立ち並び、開催時には2万人を超える来場者を有する当組合が運営する「館鼻岸壁朝市」は、新型コロナウイルス感染症拡大により多大な影響を受け、組合員及び組合の事業継続にとって危機的な状況となっていた。このため、新型コロナウイルスに対応した新しい生活様式を取り入れた「新たな朝市」開催を実現し、組合員及び組合の事業継続を図ることが目的であった。

■取組みの手法と内容

新型コロナウイルスに対応した新しい生活様式を取り入れた「新たな朝市」開催を模索している中で、青森市のITベンチャー企業が開発した体温計やマスク着用の有無を自動検知できるカメラの設置、朝市出入口の制限に加え、コロナ対策看板の設置をはじめとした各種新しい生活様式への対応を行うことで、来場者が安心して朝市を散策・購買できる環境の整備を実施した。

具体的には、身体的距離の確保：各店舗の配置間隔を通常の1.5倍ほど広げる、清掃・消毒：消毒液を入りに設置、接触感染・飛沫感染の防止：出店者は必ずフェイスシールドを着用、混雑の緩和：会場内が混雑した場合はアナウンスによりキャパシティを制限、入店時の対応：会場入口内に自動検温システムを3台導入、顧客への周知徹底や3密を避けることなどの案内をチラシにして配布、看板の設置などの新しい生活様式への対応を着実に実施した。

■成果とその要因

理事長のリーダーシップによる迅速かつ的確な対応、組合員の繁栄を第一に考えた事業活動、お客様の視点に加えて地域への貢献を意識した事業活動を重視したことで、来場者における安心感を醸成し、安定的に朝市を開催し、来場者数や出店者の回復につながったことにより、組合員及び組合の事業継続を図ることが可能となった。



日本最大規模を誇る「館鼻岸壁朝市」



新しい生活様式を取り入れ、入場制限を実施



コロナ禍における組合員及びお客様目線での新しい生活様式の迅速かつ的確な導入による大規模イベント事業運営モデルの確立を図る組合活動。



東北6県の畳組合や宮城県との災害時応援体制の構築

宮城県畳業商工組合

住 所	〒984-0051 宮城県仙台市若林区新寺五丁目9番25号		
U R L	https://miyagi-tatami.com/		
設 立	平成11年2月	主 な 業 種	畳製造業
組 合 員 数	84人	出 資 金	570千円

■背景・目的

東日本大震災からの復旧復興過程において、組合では東北の各畳組合の協力を得て、応急仮設住宅や災害公営住宅への畳供給を請け負った。このことから平時においても近隣各県が備えを行い、災害時等には速やかに相互の協力体制がとれるよう、東北6県の各畳組合が災害時の相互供給協定を結び、さらには各組合がそれぞれの県と災害時応援協定を締結する取組みをスタートさせた。

■取組みの手法と内容

大規模な自然災害等に備え、令和元年6月、東北6県の各畳組合は「災害時における畳の相互供給協定書」を締結し、避難所等への畳の調達・供給を行う際、被災県の組合だけでは必要枚数に対応できない場合等、互いに協力し合うネットワークを構築した。さらに当組合では、令和2年5月、宮城県と「災害時における畳の供給に関する協定書」を締結し、避難所における生活環境の改善に貢献することとしている。

東北6県の各組合と取り交わした協定では、畳表や畳床、大きさや厚さ等、畳の仕様があらかじめ細かく定められており、対応する組合員が多数に分かれても、規格の統一が図られている。また、災害発生により避難所等が設置され、それに伴い地方自治体等から当該県の組合に畳設置の要請が行われた場合、その枚数等に応じ、他県組合の理事長と連絡を取り合い、遅くとも3~5日に対応することとした。

本事業はこれまで培ってきた共同受注事業のノウハウを活かすとともに、その実績を新たな需要開拓に訴求できる取組みでもある。また、近年当業界は建築様式や生活スタイルの変化から、需要が激減している状況にある。安価な広告で消費者を誘い込み、高額な畳を売りつける業者が後を絶たず、畳と共に安心感そして信頼感を届けたいとの使命感から、信頼できる「あなたの街の畳屋さん」としての社会貢献をひとつの形にしたいという思いの表れでもあった。

■成果とその要因

東北の各組合は昭和39年から「東北畳業連合会」を組織し、半世紀以上前から相互の交流を図ってきた。普段から絶えずコミュニケーションのとれる関係にあったことが、東日本大震災後の仮設住宅・災害公営住宅の共同受注や今回の相互供給協定の締結に活かされた。



東北6県との協定調印式



東北6県(左)、宮城県との各協定書



Point

東日本大震災での教訓をいかし、近県の同業者組合や行政との応援体制を構築。他業種・他地域での横展開も可能な取組み。今後の共同受注事業活性化にも期待。



施設の運営継続を目指した事業承継と収支改善の取り組み

企業組合ほっと

住 所	〒015-0012 秋田県由利本荘市石脇字田尻28番地802		
U R L	https://www.hot-akita.com/		
設 立	平成12年10月	主 な 業 種	通所介護、居宅介護支援事業
組 合 員 数	13人	出 資 金	400千円

■背景・目的

老人福祉施設で看護業務をしていた前理事長ら4人は、大規模な施設ではできない一人ひとりに合わせた心のこもったキメ細かいサービスを提供し、生きがいのある老後を自宅で送れるよう支援するデイサービスを実現するため、平成12年10月に企業組合を設立した。

組合設立から約20年が経過し、組合役員の高齢化と近年の収支状況の悪化が課題となっていた。

■取組みの手法と内容

秋田県中央会の補助事業を活用し、毎年度の最終利益の黒字化を目指し、問題点の洗い出しと解決策の検討・実行・検証を繰り返し行うために、専門家からのアドバイスを受けた。また、役員の人脈により、他の居宅介護支援事業所でケアマネージャーを務めていた現理事長を後継者候補として迎え入れ、事業承継に向けた準備に着手した。

専門家からのアドバイス等を踏まえ、①チラシの作成と配布により新規利用者を確保すること、②居宅介護支援事業の再開や介護保険制度の加算の確保により保険収入を確保すること、③職員人数を適正化しコスト削減を図ること、④将来的な財源確保のための介護保険外サービスの検討を行うこと、⑤円滑な事業承継を行うこと、以上の対策が掲げられた。

介護事業の運営に関しては、現理事長は運営経験ノウハウを有していることから円滑に行われた。経営権の引き継ぎに関しては、役員借入返済と役員退職金の資金確保が課題であったが、本会指導員と税理士のアドバイスのもと金融機関と交渉し、必要な資金を確保することができた。前理事長が築いてきたものを核に、「困ったことがあれば、ほっとに相談すれば何とかなる」と地域からも信頼され必要とされるような施設を目指し、組合員や従業員とのコミュニケーションを図りながら運営している。

■成果とその要因

専門家アドバイスにより収支や集客における課題が明確になった。その課題解決のための施策と並行して事業承継の準備を進めた。後継者である現理事長が中心となり、課題解決のための施策を、スピード感を持って実施したことが成功要因であり、単月収支の黒字化という成果を示すことができた。

今後は、取引力強化推進事業を活用して作成したHPやSNS等による情報発信を行い、更なる利用者確保に向け取り組んでいく。



通所介護施設外観



介護保険外新サービス「訪問美容サービス」チラシ



Point 若い後継者が中心となり、円滑な事業承継とスピード感のある課題解決施策の実施、若い視点での新規事業の実行により急速に財務状況が改善された。



ビジョン委員会で組合の存在意義を再確認、交流を深化

協同組合山形流通団地

住 所	〒990-8681 山形県山形市流通センター 2-3		
U R L	http://www.yrd.or.jp/		
設 立	昭和48年8月	主 な 業 種	卸売業
組 合 員 数	95人	出 資 金	516,000千円

■背景・目的

流通構造の激変と組合員の世代交代の時期を迎えたことで、組合の意義を再確認し、流通団地という組合の役割を見直すことを目標に、中長期的な方向性を明確化することが求められていた。そこで若手からなるビジョン委員会を組織し、定期的な検討を通じて、明文化されたビジョンと具体的な取り組みテーマを選定することとなった。

■取組みの手法と内容

ビジョン委員会については、10名で構成され(組合員6名、事務局2名、外部コンサル1名、中央会1名)、当組合副理事長が中心となって進めた。委員は40~50代の若手後継者等が中心で、委員会開催や運営に関わる事務連絡などは、組合事務局が担当している。ビジョン委員会は理事会の下で提言を行う機関という位置づけで、取り組むべき事業テーマについて定期的(年4~5回)に委員会を開催した。

流通経済環境の変化に対応した組合事業のあり方を中心に検討し、山形流通団地の「ミッション」「ビジョン」「モットー」「バリュー」などを策定、また具体的な取り組みテーマを、若手経営者交流、組合員ビジネス支援、レクリエーション事業、資源回収、駐車場、託児所事業等に絞り込んだ。委員会での活動結果や提言等は組合の総会で報告し、報告書を全組合員に配付している。

委員会活動の一環として組合員アンケートを実施し、組合員の経営状況や建物・駐車場活用などの課題を把握した結果、一番要望の多かった防犯カメラ設置事業から具体的に着手することとなった(流通団地の敷地周辺の道路出入口付近に設置する)。年に1回流通団地まつりを開催し、地域生活者との交流をはかっていることもあり、防犯カメラ設置事業は地域全体の防犯強化への貢献という意味合いもある。

■成果とその要因

若手後継者等を中心に委員会を組織したことにより、前向きで明確なビジョンと具体的なテーマを策定できた。具体的な取り組みテーマのなかから、防犯カメラ設置事業という成果がわかりやすい事業を選定したことも大きい。委員会活動を中央会が支援したことにより、円滑な運営や専門家の助言を受けられたことも成果の要因といえる。



組合建物



流通団地まつりの様子



Point

流通団地の役割について若手を中心に協議、戦略的ビジョンと取り組みテーマを選定、防犯カメラ設置事業への着手と、組合員同士の交流が深まるという成果につながっている。



組合独自の個人情報保護体制認定制度

東京都印刷工業組合

住 所	〒104-0041 東京都中央区新富一丁目16番8号 日本印刷会館4階		
U R L	http://www.tokyo-printing.or.jp		
設 立	昭和24年4月	主 な 業 種	印刷業、印刷業を行う事業協同組合、小組合、連合会、企業組合、協業組合
組 合 員 数	1,086人	出 資 金	13,329千円

■背景・目的

2005年4月1日から個人情報保護法が施行され、印刷業界においても取引先等から個人情報について適切な保護体制をとっていることが求められるようになった。代表的な制度であるPマーク（プライバシーマーク）等の認定は中小印刷業者が取得することが簡単ではなかったため、比較的取得しやすく、対外的に評価が得られる個人情報保護の認定制度制定を組合で検討することとなった。

■取組みの手法と内容

個人情報保護法施行に合わせ、組合員にPマークの取得推奨を試みたが、従業員規模20人以下の小規模企業が80%を占める当組合においては、Pマークの取得は難しいのではないかと危惧する声があった。その一方で、名簿の印刷等、個人情報を扱う機会が多い印刷業者は、個人情報保護法に対応する必要があるため、組合では個人情報取扱事業者義務等の法的要件を満たすことのできる認定制度の研究を進めていた。その最中、当組合三多摩支部において地域独自の認定制度である「東京印刷個人情報保護体制認定制度」を運用していたことから、2006年より同制度を当組合の事業として取り入れた。

その後、認定企業の拡大に伴い、東京都以外の印刷業者から同制度の認定取得希望があり、2014年からは全日本印刷工業組合連合会に事業実施主体を移行し、「日本印刷個人情報保護体制認定制度（JPPS）」として拡大している。全日本印刷工業組合連合会では現在、教育研修委員会にてJPPSの推進・拡充を図り、運営委託を受けている当組合が新規取得講習会・中間講習会・更新講習会を実施している。

■成果とその要因

JPPSを取得した組合員企業からは「大手化粧品会社の印刷物を新規に受注した」、「官公庁から個人情報に係る印刷物の受注が継続された」、「大手都市銀行からPマークに準じた仕組みと認められ、業務委託が継続された」等の声があり、新規顧客の獲得等、取得企業の業績拡大に貢献し、組合員の積極的な組合事業利用に結びつく成果をあげている。



認定企業許諾証



200社認定達成記念・認定企業交流会セミナー



Point

組合事業の実施主体を上部団体に移行したことにより全国規模での取り組みとなった結果、新規取得企業が増加し、制度の一層の普及に繋がった。



#がんばれ中華街に繋がる「ドライブスルーサービス」

横浜中華街発展会協同組合

住 所	〒231-0023 神奈川県横浜市中区山下町118-2 留日廣東會館ビル5F		
U R L	https://www.chinatown.or.jp/		
設 立	昭和46年2月	主 な 業 種	商業・サービス業
組 合 員 数	384人	出 資 金	5,075千円

事業継続力

■背景・目的

令和元年の年末から発生した“新型コロナウイルス”が、これほどの長期間となりかつ甚大な被害と影響を与えるとは誰も想定をしていなかっただろう。特に、移動や飛沫が伴うと思われる観光業や飲食店にとっては、直接的な打撃が大きく現在も続いている。そうした中、当組合は“組合員が発展する事業を行うことが当会のミッションである”ということを中心に、#がんばれ中華街をテーマとして「ドライブスルーサービス」を実施した。

■取組みの手法と内容

令和2年4月7日に国より緊急事態宣言が発令され、翌月25日に解除されるまで、特に首都圏においては国民の外出が抑制され、飲食店の営業時間の短縮も行われた。そうした中で、もともと当組合の一部の組合員により設立されている共同駐車場事業を運営している横浜中華街パーキング協同組合も、観光バスの利用がまったくなくなっていたこともあり、お互いに連携した事業として「ドライブスルーサービス」のアイデアが執行部の中で立ち上がった。

緊急事態宣言中であり、いかに“密”を避けリスクを減らしつつ組合員の売上に寄与するか、と欲していたところに“大きな駐車場の入口スペースの活用”、“お店での飲食を伴わない利用”ということが上手く噛み合った。

運営に関しては、出来る限りコストをかけない仕掛けにするため役員が自らスタッフとして動き、6月末までの期間限定で試みた。店舗によっては、利用されるお客様と組合員店舗の料理人の通訳の必要もあり、担当理事が徹底してフォローすることで、お客様からのクレームは抑えられた。当時、こうした組織一体となった活動は珍しかったこともあり、メディア各局に取り上げられ利用者数もかなりの数となった。参加店舗も、立ち上げ当初の19店舗から39店舗まで増加した。参加組合員店舗の中には、当事業後も独自でドライブスルーを展開したところもあった。

■成果とその要因

「普段のランチタイム売上よりも良かった」と言ってもらえた組合員もいるほど好評だった。「ドライブスルーで数店舗分も買えるので、この機会にはじめて食べるお店の料理の味比べなどが出来て良かった。」という声もお客様からいただいた。担当役員はこの事業を実施することで、今までなかった店舗同士や他の組織との横の繋がりが増えたと言う。理事長は、このコロナ禍を機に“店舗の顔の見える中華街”を目指したいと語る。



動画は
コチラ！



組合HPでもドライブスルー事業を告知



ドライブスルーの拠点となった中華街パーキング

コロナ対応事例



Point

理事長を中心としたしっかりとした組織体制と、リーダーである理事長がぶれない目標を持ち、かつ、執行部間で常に情報共有をしていることが迅速な行動に繋がっている。



組合全域を襲った台風15号へのリアルなBCP活動

協同組合横浜マーチャングライジングセンター

住 所	〒236-0003 神奈川県横浜市金沢区幸浦2丁目26番1号		
U R L	http://www.mdc.or.jp		
設 立	昭和52年2月	主 な 業 種	卸商業
組 合 員 数	90人	出 資 金	590,220千円

■背景・目的

令和元年9月9日早朝、台風15号が横浜市金沢地区を直撃し、10m級の高波により幸浦・福浦地区の護岸が決壊、当組合を含めた一帯に海水が流入し、ほぼ全域の事業者が被災した。想定外の状況であったことから、組合員企業の事業復旧にあたっては組合事務局を含めた総力とスピード感のある対応が求められ、同時に行政支援への要望活動も進めなければならない状況にあった。

■取組みの手法と内容

災害当日、組合事務局が出勤したときの被災状況と周囲(組合員だけではなく行政も)からの問い合わせを受け、“操業環境の復旧に寄与する組合活動”という理念のもと活動を始めることになった。被災当初から、復旧資金確保対策及び復旧その他支援策を念頭に、時々刻々と変わる状況に対応しながら活動していた。

組合員の多くが相当の被害を受けたことから、組合員を集めた定例会を随時行える環境や状況になく、組合員の総意を集約することが難しかった。そこで、決定・判断に関しては組合役員と事務局のホットラインを基本とし、組合員への情報共有や意見の集約については、臨時的に三役三委員長会議を開催すること、複数回のアンケート調査をファックスで行うことでカバーした。

そもそも当組合として10年程前に“BCP”を構築していたものの、今回の被災経験をさらにブラッシュアップし、今年度(令和2年度)に“BCP”の再構築に取り組んだ。結果として、現場目線での“横浜MDC災害対応まとめシート”を含めたマニュアルが再整備され、組合員各社で使いやすいものとなった。

■成果とその要因

当初目指した激甚災害指定にはならなかったが、当組合をはじめとした各方面からの活動により横浜市及び神奈川県からの補助金が確定した。これは、組合役員を含む組合執行部の意識が高かったこと、後継者育成に向けた組織づくりなど組合の「共同事業は組合員の経営に寄与するもの」という共有感があったからこそその成果だろう。今後、この経験をもとに再構築した当団地の“新・BCP”に期待は高まる。



再構築した横浜MDC災害対応まとめシート



台風15号により決壊した護岸



組合事業に対する執行部と事務局の一体感、現場目線で考え行動すること、そのための日頃の組合事業の実施が行政からの支援を引き出すに至った原動力となっている。



連携事業継続力強化計画の策定及び市との災害協定締結

第一精密工業協同組合

住 所	〒392-0015 長野県諏訪市大字中洲4771番地		
U R L	http://www.alps.or.jp/daiichi/index.html		
設 立	昭和33年11月	主 な 業 種	製造業等
組 合 員 数	21人	出 資 金	86,390千円

■背景・目的

令和元年10月、台風19号の日本列島上陸による記録的な大雨により、長野県長野市では千曲川の堤防が決壊、5千世帯以上が浸水する等、甚大な被害を受けた。事務局長は報道等を通じ災害の凄惨な被害を目の当たりにしたことで、「諏訪地域も他人事ではない」と感じ、災害対策の具体的な方法について日々模索していた。

■取組みの手法と内容

中央会の事業継続力強化計画に関する情報提供をきっかけとし、事務局長主導で組合内全体会議にて同制度の概要・認定取得のメリット等をプレゼン。組合員より承諾を得て、計画策定作業に入った。

計画策定にあたっては、全組合員を計画の構成員とする「連携」型を採用した。計画の内容には組合内だけでなく、外部との連携も盛り込まれており、中央会、諏訪市、商工会議所、各金融機関等に出向き、主に金融面の協力を依頼した。実際に地震・台風・風水害・液状化現象等の被害が発生した場合、各組合員企業において資金需要の発生が見込まれるためである。

また、令和2年6月には新型コロナウイルスの蔓延の状況を鑑みて、組合員企業内における感染症クラスター発生の可能性と対策等を盛り込んだ計画内容への変更申請を行った。認定後は、組合員、協力機関全てに計画変更の書類の写しを配布し、情報共有と連携を図った。

さらに、令和2年10月7日には、計画の中で諏訪市との相互協力体制を構築していたことがきっかけとなり、諏訪市と災害時における協力協定を締結した。この協定により、当組合は災害時に市と連携し、近隣住民の避難場所として組合員の建物屋内や駐車場等を提供することとなった。市との連携強化という点において、大変重要な協定締結となった。

■成果とその要因

組合内外を巻き込んだ計画の策定を行ったことで、組合内のみならず計画に参画する外部組織の災害対策の意識醸成につながった。

同計画の策定がきっかけとなり、市との災害協力協定の締結にまで至り、協定調印式の様子が報道機関等に取り上げられたことで、他組合が同計画を認知、策定を検討する機会を提供できたのではと思う。



連携事業継続力強化計画の認定書の写し



市との協定調印式の様子



Point

事務局長の熱意によって組合内の合意形成、外部との協力体制の構築がなされた。移転活用のためには組合の計画策定に関するハードルを下げられる支援を行うことが重要。



事業継続計画策定を契機とした組合の体制強化

甲斐市管工事協同組合

住 所	〒400-0115 山梨県甲斐市篠原2180番地		
U R L	—		
設 立	平成18年3月	主 な 業 種	管工事業
組 合 員 数	21人	出 資 金	6,200千円

■背景・目的

組合は、甲斐市から上水道の維持に係る修繕をメインとした共同受注を行っており、市との間で「災害時応急対策業務協定」を締結しているため、大規模災害時等に適切な対応が求められる。そこで、①災害時に迅速な対応を可能とすること、②地域の安全・安心に寄与することで存在意義を示し受注促進に結び付けることを主な目的として組合員の中からモデル企業（以下代表組合員）となる2社を選出し、事業継続計画策定推進を進めた。

■取組みの手法と内容

推進方法としては、まず外部講師を招聘しての研修会を実施し、事業承継・継続に必要な経営資源や業務の洗い出し等の基礎知識を習得した後に、代表組合員の事業継続計画を策定した。

当該事業の陣頭指揮は理事長が、そのサポートを副理事長・専務理事が担っている。毎月の定例会にて組合及び組合員の事業活動、事業継続に必要な情報交換の場として各委員会を設けたことで、共同受注事業に関する最新動向や品質管理状況等の報告、活発な意見交換による情報共有や協力体制が築かれた。また、組合員から事業遂行上の課題などの情報を吸い上げることで課題解決をはかっている。

事業継続計画策定について、活動当初は理事会が中心となり講習会の開催や資料の収集を行っていたが、現在は策定済み企業2社が、各組合員に対し継続的な勉強会を開催している。中央会としては、定期的なアドバイザーとして関与している。

活動当初は情報共有不足により、組合員間の経営資源や業務を把握できていなかったが、協力体制構築に向け、情報共有の場を意識的に取り入れたことで、災害時における協力体制や役割の認識と共に、共同受注活動においてもプラスに作用することとなった。

今後については、計画策定企業数増を目指すと共に隣接都市及び甲府市管工事協同組合等と、大規模災害時による広域連携を視野に入れた情報交換会や研修会開催を目指している。

■成果とその要因

事業継続計画策定の組合員数は現在のところ2社に留まっているが、組合員の平時からの事業継続に対する高い意識醸成、組合員の協力体制構築、共同受注の増加、事業承継の促進などが成果として挙げられる。成功要因としては、情報共有のための場や、役員企業が主導となったボトムアップ型の組合員参画体制を構築できたといった要因が挙げられる。



企業での策定時の様子



組合での普及講習会



風通しを良くする場づくり、ボトムアップ型による体制づくり、将来のあるべき姿を意識した事業参加意欲の醸成、互いの資源を補完し合う組合員同士の連携。



組合員総意による災害に強い工業団地づくりを目指す

磐田さぎさか工業団地協同組合

住 所	〒438-0004 静岡県磐田市匂坂中1600-1		
U R L	http://www.iwata-sagisaka.jp		
設 立	昭和58年12月	主 な 業 種	異業種(輸送用機械器具製造業等)
組 合 員 数	21人	出 資 金	96,000千円

■背景・目的

2018年の台風23号の強烈な風雨により組合員の約半数に被害が発生し、復旧に多額の費用を要した。さらに翌年発生した台風19号では、一級河川の決壊等により全国各所で甚大な被害が発生。当組合も一級河川天竜川沿いに立地するため危機感を強め、組合及び組合員の災害からの早期復旧、資金の調達等の対策構築とBCP策定が急務となった。

■取組みの手法と内容

2019年に組合専務理事の提案により策定した「地震等大規模事前災害対策基本方針」に基づいた事業継続力強化計画作りは、まずは組合から開始した。河川氾濫による水害からの早期復旧を目指し、建屋工事を請負った地元建設会社2社と災害復旧協定を締結。被害が生じた上下水道施設や組合会館などの共同施設と組合員建屋の早期復旧ができるよう優先的に施工協力を行うこととした。また、これら復旧費用のための資金調達については商工中金浜松支店及び地元信用金庫に支援・協力を取り付けた。さらに、水害に対する補償は、保険料が高額な割に保険金額が低く抑えられているため、損害保険会社と協議し組合独自の水害保障に特化したオリジナル保険商品を開発して成約した。

組合の計画づくりに合わせて、組合員の計画策定支援も開始し、BCP策定支援の専門機関である静岡県BCPコンサルタント協同組合の協力を得て説明会を開催。BCP策定の必要性とメリット、計画書の策定方法を習得し、計画書策定を開始した。さらに策定した計画書のブラッシュアップのための個別相談会を同組合の協力を得て実施するなど手厚い支援を行ってきた。しかし、総論は賛成だが各論になると躊躇する組合員も存在し、組合員の半数の計画策定という目標に達することができていない。引き続き計画策定の必要性を粘り強く啓発していくこととしている。

■成果とその要因

組合及び組合員7社が事業継続力強化計画の認定を得て、地元建設業者2社と災害復旧協定を締結した。また、商工中金及び地元信用金庫と協力体制を確認。損害保険会社との組合独自の水害保険商品を開発し保険契約を締結するなど、組合事務局が主導して行ってきた「地震等大規模事前災害対策基本方針」に基づく災害に強い工業団地づくりは大きく前進した。



専門家支援による事業継続力強化計画の策定



一級河川天竜川沿いに位置する工業団地全景



Point

組合不要論がある中で、組合員のニーズを的確に、迅速に対応した実績が組合員の信頼につながり、組合事務局主導による災害に強い工業団地づくりが実現した。



経営理念と経営計画による組合運営で里山に賑わいを創出

水見色きらく市企業組合

住 所	〒421-1313 静岡県静岡市葵区水見色808-1		
U R L	http://mizumiro-kirakuichi.com/		
設 立	平成27年1月	主 な 業 種	各種食品小売業、食料品製造業
組 合 員 数	5人	出 資 金	400千円

■背景・目的

中山間地に位置する水見色地域では、地域活性化を目指すべく、農家のお母さんたち16名が立ち上がり物販所兼食事処「水見色きらく市」を開業。地元農産物とその加工品の販売を開始した。しかし施設維持のためには若い人材の参加が不可欠であり、若い人が働きたいと思えるような魅力ある地域づくり並びに財政基盤の確立を目的に企業組合を設立した。

■取組みの手法と内容

組合員に共通しているのは、「大切な補助金を活用して設置した施設を継続して運営し、水見色地域の玄関口として地域と域外の住民をつなぐ交流拠点となる」という強い信念である。この想いを実現するため、組合運営にマネジメントの考え方を取り入れ、売上や利益、来場者数など定量的な目標を設定し経営計画を策定し、計画と実績を毎月検証している。また、5Sや顧客目線でのサービスの提供など組合運営において取り組むべき課題を明確にして事業に取り組んでいる。さらに「水見色きらく市3カ年計画」を作成することで、3年後のあるべき姿を組合員全員で共有し、「山里の価値を守り伝え、心豊かな暮らしが続けられるよう礎を築く」という発足時に作成した活動理念に基づく組合運営を実行している。

新商品開発では、名産である手作りこんにやくを使用した食品開発に取り組むほか、地域資源を活用したホタルツアーや、茶摘み、川遊びなど、山里を体験できる「田舎時間」等のイベントを開催するなど、域外の人たちを呼び込む仕掛けづくりを実施している。

高齢化や親族の介護を背景に組合員数は減少しており、事業を承継する若い世代の登用が最大の課題であることから、2021年からは地元行政の支援を受け「地域おこし協力隊」を受け入れる。共同して地域活性化のための事業を進め、若い人が集まる仕掛けづくりを行い、後継者問題に活路を見出す。

■成果とその要因

「水見色きらく市」が完成し、企業組合を立上げたこと。そして、理念に基づき、組合員が懸命に努力を尽くしてきたことが、地域からの理解・協力につながり、水見色地域の拠り所（地域の玄関口の交流拠点）としての役割を発揮するに至った。近隣に移住者が現れるとともに、カレーハウスや茶農家の古民家カフェ等がオープンするなど、組合の地道な活動が地域に良い流れを呼び込んでいる。



物販所兼食事処「水見色きらく市」



水見色きらく市パンフレット



Point

組合理念と経営計画に基づくブレない組合運営により、域外の人たちの玄関口として地域の課題である交流人口の増加に貢献することで、地域の活力の源泉となっている。



新型コロナウイルスと戦う医療現場へ防護ガウンの供給を通じたエールを!

愛知県テント・シート工業組合

住 所	〒468-0008 愛知県名古屋市中区栄五丁目7番29号		
U R L	http://www.aichi-tent.com/		
設 立	昭和56年3月	主 な 業 種	帆布製品製造業
組 合 員 数	57人	出 資 金	5,700千円

事業継続力

■背景・目的

2020年初頭から、新型コロナウイルス感染症により、世界全体が未曾有の危機に見舞われた。死亡者数が増加し、医療崩壊寸前の状況で、患者を救うため自らの感染の危険を顧みず、未知のウイルスと必死に戦う医療従事者の姿が連日報道されていた。

■取組みの手法と内容

懸命に患者を治療する医療現場の状況が報道される中、不足する医療用防護ガウンの代用品として、医療従事者がゴミ袋をはさみで切って加工し、テープでつなぎ合わせて使用している凄惨な状況を知った組合員の中から、医療従事者のために組合として何か出来ないかと声があがった。話し合いの末、テント・シートの製造技術を転用して医療用防護ガウンの試作を企画した。

緊急事態宣言が発令され、サプライチェーンが停止状態にある中で、日頃から社会貢献意識の高い組合員数社が、地域医療の崩壊防止と地域社会への貢献、SDGs17の目標のうち「貧困をなくそう」「全ての人に健康と福祉」を目的に結集し、協力体制を構築した。

日々深刻化する医療現場へいち早く届けるため、組合員企業で受け入れている学生インターンを通じ、医療機関に対して希望する医療用防護ガウンの素材や品質、仕様等の聞き取り調査を行った。その後、外部の協力企業から原材料の供給を受けつつ、生産設備を導入し、既存設備及び技術転用による改良を行った。品質・生産量・納期等の厳しい制約がある中、試行錯誤しながら製品化に成功し、4月下旬には量産体制の準備に入ることができた。

また、防災協定を締結した愛知県の協力の下、取り壊し予定の閉鎖施設を特別に借り受け、量産現場とした。営業自粛の影響でアルバイト・パート収入が減少又は断たれた学生や主婦を中心とした有償ボランティアと、組合員の協力の中、感染防止策を徹底した上で、5月1日より量産を開始した。

■成果とその要因

取り壊し予定の閉鎖施設の貸与期限が迫る6月下旬までに月間の生産量10万枚以上を目標に設定し、集中的に生産工程を合理化するなどの改善を繰り返し、量産を行った結果、5月下旬には10万枚の生産を達成した。6月中旬には合計12万枚の生産が完了し、既に防災協定を締結していた愛知県及び名古屋市を通じて県内の医療機関への納入することができた。



医療用防護ガウンの生産風景



医療用防護ガウンの生産風景



医療用防護ガウンのマネキン見本



医療用防護ガウンの人物着用正面画

コロナ対応事例



医療従事者とコロナ患者の命を守る使命感と社会貢献意識の高さに加え、組合執行部と組合員が一致団結して、事業を遂行する体制が相乗効果を生みだしたことにより成功した。



「守り」から「攻め」へ、ブランド戦略の転換

美濃和紙ブランド協同組合

住 所	〒501-3788 岐阜県美濃市蔵生 1851-3 美濃和紙の里会館内		
U R L	http://minowashi-japan.com		
設 立	平成19年8月	主 な 業 種	機械すき和紙製造業 手すき和紙製造業
組 合 員 数	40人	出 資 金	1,380千円

■背景・目的

近年美濃和紙は、国内において重要無形文化財や伝統工芸品に指定され、国際的にもユネスコの世界無形文化遺産登録に認定されるなど、高いブランド力を持つようになってきた。一方で、その技法や品質を維持・向上していくためには、ブランドを維持していくだけではなく、新たな戦略が求められるようになった。

■取組みの手法と内容

新たな戦略として、岐阜県・美濃市・本組合が連携して立ち上げた「美濃和紙ブランド価値向上研究会」において、主に①新しい商標登録、②ブランドPRへ取り組むこととし、独自に③組合員向け事業の充実へ取り組んだ。

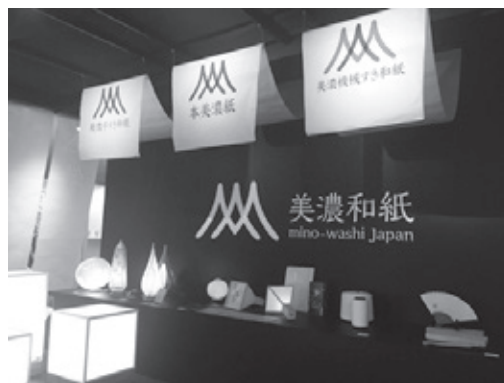
①新しい商標登録では、ブランド総称を「美濃和紙」とし、新たに「本美濃紙」「美濃手すき和紙」「美濃機械すき和紙」の3つのブランドとして整理した。それぞれに設定した厳しい認定基準をクリアする製品にのみ認定マークを付与することでブランド価値の保護に取り組むこととした。②ブランドPRでは、新規開拓先として国内だけでなく海外を想定し、展示会等へ積極的に出展していった。国内外を問わず、多くの人々が美濃和紙に触れる機会を増やすことで美濃和紙ブランドの認知度向上を目指した。③組合員向け事業については、地元の電力会社の掲げるSDGsの「持続可能」という理念に共感し、共同受電事業を開始。組合員は安価に電気を利用することができ、組合は代理店手数料を受け取る仕組みを導入した。

これらの取り組みを通じて「美濃和紙ブランド」の発展の道筋をつけることにより、当該組合の組合員の経営基盤強化を可能とし、ひいては業界全体に好影響を生じさせると共に、組合員に対し展望・指針を示すことにもつながった。

今後の新たな取り組みとして、組合員と協力して新しいブランド商品を開発し、販売につなげていくことを予定している。

■成果とその要因

美濃和紙のブランドを保護するだけでなく、外部へ積極的に手を伸ばしていったことが成果要因と考える。展示会では国内に留まることなく、海外へも積極的に進出していった。組合員だけでなく、地元の活性化にも取り組んだ。現状の改善に留まることなく、将来に渡る技術伝承を見据えた行動を起こした。これらの事が、発展的な流れを生むことにつながっていったと考える。



展示会での新ブランド並びに美濃和紙製品展示ブース



自組合に留まらず、外部との連携・協力を意識することができていた。また、海外へのPRといったように、広い視点や時間軸で考えることで、発展的な活動につながった。



建設業と林業の“二律共生”で林建協働の推進

たかやま林業・建設業協同組合

住 所	〒506-0052 岐阜県高山市下岡本町2344-6 高山建設産業会館内		
U R L	http://www.takayama-rinken.com/		
設 立	平成22年2月24日	主 な 業 種	異業種連携 土木工事業、林業
組 合 員 数	19人	出 資 金	9,500千円

■背景・目的

飛騨高山地域は、岐阜県の約2割を占める地域であるがその林野率は93%、実に235,000haの森林面積を誇り、その内57.4%の135,000haが民有林となっている。その広い森林地域において、十分に森林管理が行き届かない状況を、林業と建設業の協働で、少しでも改善することが、当組合の設立の目的である。

■取組みの手法と内容

事業の内容として、(a) 森林管理に伴う補助金制度の活用で作業道整備を進め、効率的な森林管理を可能にする、(b) 建設業に応用のできる現場対応力を、作業道整備で体験・育成する機会として活用する、という林業・山林保有者側のメリットと、建設業側のメリットを両立させることを目指した。ビジネスのサイクルが短期か長期かというだけで、“二律背反”してしまいがちな建設業と林業の協働であるが、互いの課題を解決する現場として、作業道の整備をきっかけとした林建協働モデルで、“二律共生”を目指したのである。

この目指す姿を実現するために、組合員である建設業者と森林組合の経営層が相互に理解を進めると共に、現場で円滑な協働の仕組みを回すために、現場作業での新工法の開発を可能にする体制や、リスク回避にもつながるオリジナルユニフォームの利用、林野庁長官を始めとした視察の受入れを進めるとともに、それらの事業の基本となる森林経営計画の策定ノウハウを修得し、横展開することにも努めた。さらに、国有林以外の官有林の所有者である自治体や、私有林の所有者などに対して、森林経営計画の提案を実施することで、毎年事業対象領域を拡大していった。

この“二律共生”での林建協働の活動は、全国的にもモデル的な事業として各地で導入が検討され始めている。

■成果とその要因

設立以来、建設業の組合員数も増加しており、事業対象領域面積の拡大や作業道の延長につながっている。この成功の背景には、林建協働という互いのビジネスモデルの違いを超えて、地域の林産資源の付加価値化を目標に、相互の業界の“二律共生”を、トップから現場まで浸透させ、理事長の強いリーダーシップの下で実現したことが大きい。



独自の新工法で整備された作業道



オリジナルのユニフォームで作業



Point

異業種連携においては、互いの違いを受け入れ、相互に成長する仕組みを、トップから現場にまで浸透させることで、持続的に目標を実現することができる体制が構築できる。



建築板金業のイメージアップに向けた組合活動の活性化

石川県板金工業組合

住 所	〒921-8036 石川県金沢市弥生2丁目1番23号		
U R L	http://bankin.ishikawa.jp		
設 立	昭和46年4月	主 な 業 種	建設業
組 合 員 数	184人	出 資 金	2,945千円

■背景・目的

①建築板金業が一般消費者に十分認知されていないこと、②当組合が提供する責任施工保証がハウスメーカーや工務店等の元請に十分認知されていないことを背景として、それぞれに対してのアンケート調査を行い、実情を把握したうえで、業界発展のためのヒントを探り、組合活動に反映させることを目的とした。

■取組みの手法と内容

①については一般消費者322名に対し、建築板金に対する認知度やリフォームを検討する際の相談先等についての調査を、②については元請け業者100社に対し、作業面や技術面等の改善点や今後の連携の可否について調査を行った。

調査分析結果をふまえ、理事会にて課題を共有したうえで、取り組むべきテーマの絞り込みと担当する委員会を決定した。各委員会では、具体的なアクションの検討を行い、年間計画に反映させ実行準備を行った。また、委員会が決定したアクションをふまえ、理事会と委員会が協議したうえで、各テーマ別に数値目標の設定を行っている。

理事長がリーダーシップを発揮し、組合内の利益だけを追求するのではなく、「業界全体の発展が組合を成長させる」というビジョンを打ち出したことが、一貫性のある意思決定につながった。そのビジョンを基に、各委員会が主体的に取り組んだことで、多くの組合員を巻き込んだ活動を進めることができた。

今後もこれらの取り組みを継続させるための仕組みづくりを検討しているほか、非組合員の組合加入促進、組合全体での技術レベルの向上などの課題に対して、チャレンジを続けていく方針である。

業界の発展を念頭においた取組みを継続することが、人手不足や後継者不足等の中長期の課題解決への好循環を生むことを期待している。

■成果とその要因

①組合WEBサイトを經由した組合員の受注件数、②理事会、委員会等への出席率、③組合による責任施工保証件数、のいずれにおいても、設定した目標を上回る実績となった。業界の発展なく、組合の成長はないという考え方を理事会が示し、共有したことで、これまで以上に組合内での仲間意識が高まり、組合活動の活性化につながった。



組合員共通のステッカー



組合活動の様子



Point

単なる調査事業とせず、業界全体を発展させるためのヒントを見つけ出すことを目的に、理事会と各委員会が連動しながら、組合活動を活性化させた点がポイントである。



企業主導型保育所開設による人手不足解消への取り組み

協同組合福井ショッピングモール

住 所	〒910-0836 福井県福井市大和田2丁目1212番地		
U R L	https://lp-lpa.co.jp		
設 立	平成10年4月	主 な 業 種	異業種(小売業、サービス業)
組 合 員 数	54人	出 資 金	161,950千円

■背景・目的

近年、小売業界においては人手不足による労働力不足は顕著で、本組合においても組合員店舗が従業員の確保に苦慮しており、店舗の維持・運営の面からも早急に課題を解決する必要があった。本事業では、「企業主導型保育事業(内閣府助成制度)」を活用し、ショッピングセンターの営業時間に対応した保育園を組合内に設置することで、就労意欲を持ちながらも環境面から働くことができない子育て世代の労働力の確保、組合員店舗における労働環境の整備に取り組んだ。

■取り組みの手法と内容

企業が従業員のために設置・運営する認可外保育施設の費用を国が助成する制度である企業主導型保育事業の申請に取り組んだ。本事業採択実績を持つK・Lait株式会社と連携して書類作成を行うことにより、円滑に事業申請を行うことができた。平成30年7月に事業申請し、同年10月に採択され、平成31年4月に「えるぱっこ保育園」を開設した。保育園の運営もK・Lait株式会社に外部委託をしており、組合への負担は大幅に軽減されている。

本保育園は組合員店舗従業員が優先的に利用でき、保育園開設当初から9名の入園申込があり、数か月後には定員の12名の入園が決定した。本保育園では基準値を満たす保育士に加え、子育て支援員1名という保育体制をとっている。また、ショッピングセンターの営業時間に合わせて保育時間を7時30分~20時30分に設定していることから、シフト勤務に対応できる従業員が増え、有給休暇の取得や時間外労働の削減に柔軟に対応することができるようになり、組合員店舗の働き方改革にも良い影響が出ている。本組合の特徴的な取り組みとして、保育児童による組合員店舗見学を行っている。協同組合内の保育園だからこそできる組合員店舗見学は従業員の意識向上や組合、組合員店舗、及び保育園との良好な関係の構築につながっている。

■成果とその要因

保育園を開設する以前は、既に預けている保育園の時間内でしか勤務できないため、店舗が必要とするシフト勤務と合致しないケースが多く存在していたが、保育園開設後はそれらも解消し、且つ求職者も選択肢が増える事で、まず保育園の空き状況を確認した上で勤務店舗を選択するといった流れができ組合員の従業員雇用につながっている。



保育園の外観



組合の外観



保育の風景



Point

ショッピングセンターの営業時間に対応した保育園を設置することで、組合員店舗従業員の多様な働き方に対応でき、安定した雇用や求職者への魅力につながっている。



滋賀県内組合で初の取組み・SDGs 行動宣言

滋賀県産業振興協同組合

住 所	〒520-0806 滋賀県大津市打出浜3-7		
U R L	http://shiga-ipc.jp/		
設 立	昭和24年9月	主 な 業 種	製造業
組 合 員 数	7人	出 資 金	56,000千円

■背景・目的

当組合は電算機の共同利用など先駆的な取組みを重ねてきたが、時代の変遷とともに核となる共同事業を失いつつある。そこでこれまで培ってきた組合運営ノウハウや強み・弱みを洗い出し、今後の新規事業創出の判断材料にするため知的資産経営報告書を作成。その活動の延長として今後の活動目標の指針となるSDGs宣言を組合として滋賀県で初めて行った。

■取組みの手法と内容

コンピューターの共同利用が廃止となり、金融事業の利用度が低下するなど停滞を招いていることを背景に新たな事業展開を模索。そこでまず当組合の強みを改めて見つめ直し、再構築するために知的資産の掘り起こしを行い、知的資産経営報告書の取りまとめを行った。その後組合創立70周年を節目に、世界的に注目されている持続可能な開発を目指すSDGsへの取組みを組合事業の方向性として共有し、その活動を推進することとした。

具体的には、「人の育成・労働環境の充実」「ものづくり企業としての技術革新や環境に優しい生産活動の推進」「社会貢献も含めた地域・社会との関わりへの深化」の3つの柱を新たな共同事業のコンセプトとし、SDGs宣言の形で組合内外に基本姿勢を訴求することを目指した。

「人の育成・労働環境の充実」に関しては、パンフレット「SDGs行動宣言」を発行し、展示会等での活用など具体的な組合活動に展開している。

推進体制は、中央会における全体的な支援のもと知的資産経営報告書策定に関して専門家の支援を受けて推進、SDGs活動は理事長のリーダーシップのもとで組合員の協働による展開を図った。

今後の展望として、理念的な概念であるSDGsに対する各組合員事業所内部での理解促進及び具体的な改善活動につなげられるようにダウンサイジングしていくことが重要と認識されている。

■成果とその要因

本組合は、理念「強存彊栄」を軸に結びついた異業種組合である。そのために組合員の結束力が高く、本事業に際しても①基本理念の共有、②新規共同事業開発の必然性、③個別組合員のビジネス上の要請という3つの要因が共有された。

特に③、大手取引先からのSDGsへの取組み要請に応えることは、現実のビジネスに貢献することが期待される。



啓発パンフレット作成の様子



完成した啓発パンフレット



Point

本事業取組み動機となったのは、個別組合員の大手取引先がSDGsへの取組みを進めていること、および組合事業の停滞という2つの側面があり、実現のエンジンである。



WITH コロナ時代を乗り切る組合組織力による社会貢献活動

滋賀県旅館ホテル生活衛生同業組合

住 所	〒520-0806 滋賀県大津市打出浜 13-22-202		
U R L	http://www.shiga-ryokan-kumiai.jp/		
設 立	昭和34年7月	主 な 業 種	旅館ホテル営業を営む事業者
組 合 員 数	176人	出 資 金	非出資

事業継続力

■背景・目的

コロナ禍の影響により、大手組合員が倒産したが、同ホテルの高いスキルを持つ従業員の受け入れを各組合員に呼びかけた。また並行して同感染症の影響は滋賀県において自然災害等の避難先のコロナ対応問題も引き起こしており、宿泊業と言う強みを生かした社会貢献の一環として、災害時の宿泊施設等の提供という協定締結に取り組んだ。

■取組みの手法と内容

本取組みは、組合事務局：情報収集・各機関への陳情活動、組合役員：組織としての決断、中央会職員：情報提供・活動のPR支援という体制で推進した。具体的には、組合事務局が活動の軸となり、組合内部問題では倒産企業従業員の受け入れ先募集等の活動、地域社会関連では滋賀県との情報交換等を進めた。倒産企業の従業員受け入れは、高頻度に発信している情報（ファックスやレター）において具体的な募集要項を提示し、求人を募る方法を取った。

県との取組みとして、滋賀県が本年6月に策定した「新型コロナウイルスの感染防止対策を盛り込んだ避難所運営のガイドライン」における基準を満たす避難所として、当組合の組合員が受け入れるための協定を締結した。具体的内容は1) 宿泊場所や入浴施設の提供、2) 食事、食事場所の提供、3) 避難者の名簿管理、4) 県や市町の連絡窓口となる責任者の設置、5) 市長が避難者を移送できない場合の送迎、などである。

コロナ禍の影響は甚大で、観光産業の一翼を担う宿泊業において大幅の稼働率低下による採算性悪化が顕在化し、組合内での危機感の高まりを背景に、組合役員のリダーシップや組織力が十分に発揮されたことが事業推進のエンジンとなった。また数年をかけて組合員の参画意欲を助成してきた組合の活動が基盤にあることも大きい。

■成果とその要因

上記の取組みにより、解雇された250人の従業員に対し約40件の求人が集まり、地域社会との関わりとして、滋賀県と本年10月5日に「新型コロナウイルス対策として『災害時における宿泊施設等の提供に関する協定』」を締結することができた。

また、数年をかけて組合員の参画意欲を助成してきた、情報発信や異業種体験、専門業者との連携といった組合の活動が基盤にあることも背景にある。今後発生が危惧される台風や地震等の災害時における組合としての迅速な対応が期待されている。



集まった求人票



滋賀県庁において、「災害時における宿泊施設などの提供に関する協定」締結

コロナ対応事例



Point

コロナ禍というパンデミックが観光業に与える影響は甚大で、宿泊業という本組合の各組合員の危機感が非常に高まっていたことが実現の背景にある。



記念事業「人材確保元年」の為の雇用環境改善計画

奈良県プラスチック成型協同組合

住 所	〒639-2102 奈良県葛城市東室165-6		
U R L	http://www.narapla.org/		
設 立	昭和35年12月	主 な 業 種	プラスチック製品製造業
組 合 員 数	72人	出 資 金	34,265千円

■背景・目的

プラスチック製造現場のイメージは非常にネガティブなものであり、就職希望者は少なく、就職したとしても定着せず離職してしまう。企業の存続・技術継承を考えるためにも、人材の確保・定着を実現させる体制構築が急務であった。そこで組合設立60周年記念事業の一環として、組合主導のもと、ネガティブイメージを払拭し、人材確保と定着を図る。

■取組みの手法と内容

本事業は「長期的目標」として「募集・採用の改善」と「その他の雇用管理の改善」、「短期的目標」として改善計画における全15ステップ(現状把握調査～勉強会・合同説明会等)の実施と企業PR用DVD作成の目標を設けた。推進体制は組合理事会を「改善計画推進委員会」とし、組合事務局と外部シンクタンクの三者による合同協議とした。外部シンクタンクは各計画における相談役、勉強会・セミナーの講師を担当するなど、コンサルティング的な要素もあり、業界外からの意見も取り入れる事が出来た。

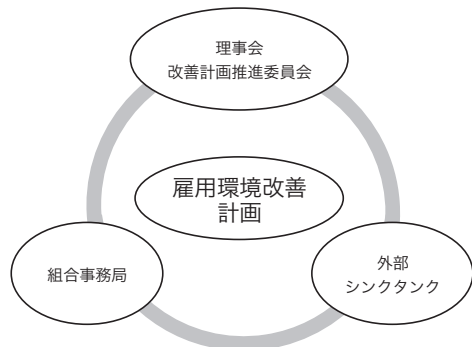
人材確保のための改善は全組合員企業が希望すると考えていたが、意識調査の結果、企業規模などによって、PR活動やDVD作成にあまり積極的ではない組合員企業がいたり、機密上の問題で撮影や情報公開を拒否されたりするケースがあったが、希望企業全21社、1社あたり約2分のPR用DVDが完成した。

今年度はコロナ禍の影響で、勉強会・合同説明会がそれぞれ単独で実施できず、「プラスチックフェスタ」として同日の開催となった。「プラスチックフェスタ」の開催時期は外出自粛期間から外れていたが、自粛期間の影響で各学校のカリキュラムに変更があり、夏季休暇期間ではなくなってしまったため、参加者数・属性が想定を下回ったので、今後継続して機会を設けたい。

■成果とその要因

短期的目標の活動計画ステップの実施完了と企業PR用DVDの完成に至った。PR用DVDは自社の強みなどを理解し視覚的に説明しやすくなり、就職希望者を確保する等、早速一定の成果を出している企業もある。

勉強会・合同説明会の「プラスチックフェスタ」ではコロナ禍の影響で参加者数が想定を下回ってしまったため、継続して実施機会を設けていきたい。



DVD作成募集

初めの方も、既に活用されている方も、すべておまかせ！

DVD作成募集

※DVD作成費は無料です。制作費は別途お見積りいたします。

●制作費 30,000円程度 (制作費は別途お見積りいたします)

●制作期間 平成30年12月1日～平成31年1月31日

●制作内容 平成31年12月～令和2年1月1日(制作費は別途お見積りいたします)

●制作費 30万円程度

●その他 このDVDは、奈良県「人材確保元年事業」の一環です。企業名、業種、プラスチック成型協同組合が記載されます。最新型スマートフォンでも見ることが出来ます。

奈良県プラスチック成型協同組合 (人材確保元年プログラム)

〒639-2102 奈良県葛城市東室165-6 TEL 0745-69-1125 FAX 0745-69-5711

http://www.narapla.org

PR用DVD作成企業の募集

プラスチックフェスタ

2020 Summer 大きく変わる夏!

会場：THE KASHIHARA 2階 (富雄・天宮)
(橋本久米町652-2・橋本駅前バス駅西口下車すぐ)

プラスチックに興味のある方
夏の日、プラスチックに関わってみませんか!!

▽プラスチックの製品はよく使っているが、
普段使っているのと同じものか?

▽食料品にはどんな企業があるのかわかる?

▽こんな工場でインターンシップしたいな!

全日程が、11月、12月、1月(計3日間)です。

✓こんなに取り組んでいます!
(セミナー同時開催)

1 DVD動画 講習セミナー (\$3:00~)	2 新資料 講習セミナー (\$4:00~)	3 IT+IoT 講習セミナー (\$5:00~)
--------------------------------	------------------------------	---------------------------------

奈良県プラスチック成型協同組合

〒639-2102 奈良県葛城市東室165-6
TEL 0745-69-1125 FAX 0745-69-5711

〒639-2102 奈良県葛城市東室165-6
TEL 0745-69-1125 FAX 0745-69-5711

プラスチックフェスタのチラシ



奈良県中小企業中央会による必要な時に必要な助成事業の紹介と、外部シンクタンクによるコンサルティングのアドバイスによる活動の円滑化。



葬祭用品支援供給の為の「災害協定」締結

奈良県葬祭業協同組合

住 所	〒635-0014 奈良県大和高田市三和町5-37 (株)有宏社内		
U R L	http://nara-sosaikumiai.jp/		
設 立	平成8年6月	主 な 業 種	葬祭業
組 合 員 数	16人	出 資 金	1,890千円

事業継続力

■背景・目的

災害時における葬祭品供給の為の「災害協定」締結は昭和52年頃から順次進められていた。奈良県は災害被害が少なく喫緊の課題という認識ではなかったが、東日本大震災を機に危機意識が高まり協定締結に至った。しかし県との締結だけでは対応が後手になる可能性を感じ、県内39市町村との災害協定の締結を行うこととした。

■取組みの手法と内容

協定締結活動は、副理事長を災害協定委員長とし、3名の委員と事務局担当者の計5名で「災害協定委員」を構成し、各市町村に訪問・協定締結の説明等を行った。

奈良県内においては、南部は台風や豪雨災害の発生もあり災害協定への関心も高いが、反面、北部は災害発生が少ないため協定への関心が薄く、行政における関心度・危機意識の低さから、窓口部署で協定に関する要望書等が止まっており、行政の長まで届いていなかった市町村があった。また、組合未加入の葬祭業者が所在する市町村では未加入の地元事業者への確認・調整を要請されたり、県と締結している事で十分対応可能と考えられ、組合との協定を見送る市町村があった。

いずれのケースにおいても継続した説明と関係者や関係機関等より災害協定締結について説明を実施。地元業者を含めた協議などにより、協定への疑問、生じていた誤解や確認不足による連絡不備などを解消。相互に理解を得る事ができ、協定を見送られた一部の市町村では改めて協定を締結する事ができた。

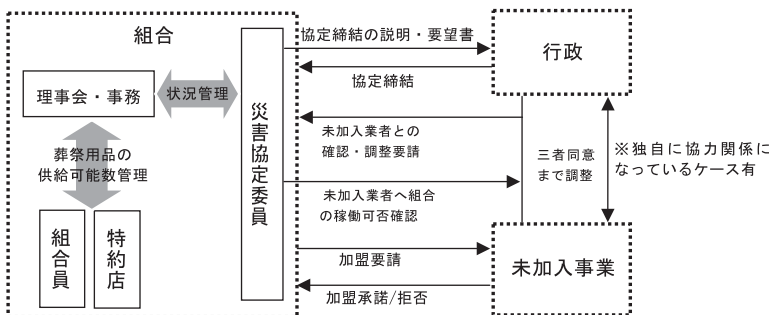
合わせて、緊急災害時応援連絡組織を構築し、組合員各社および協力店・契約店などにおける在庫数・供出可能数など県としての支援物資に転用・供出可能な数を年1回確認し把握するようにしている。

■成果とその要因

県内39市町村中、24市町村とは締結完了し、4市町村とは締結合意に至り日程調整中である。残り11市町村については、締結見送りを回答されるも説得・再説明により前向きに検討される事になった市町村が半数あり、組合加盟事業者が存在しないので見送り、という回答もあるため、今後も行政への説得と交渉、組合加盟促進を進め、残り11市町村との締結を目指す。



災害協定締結式の様子



Point

実体験を元にした「説得力」と、事業者の使命を念頭に置いた「諦めない交渉と調整」。



採用ポータルサイトの構築、運営による組合員企業の人材確保の強化

大阪管工機材商業協同組合

住 所	〒550-0012 大阪府大阪市西区立売堀4丁目5番1号		
U R L	http://www.pst-osaka.or.jp/		
設 立	昭和22年5月	主 な 業 種	管工機材卸
組 合 員 数	110人	出 資 金	9,498千円

■背景・目的

直近の組合員の採用活動において、毎年採用を計画している組合員企業でも人員の確保が困難となり、極端に苦戦を強いられるようになっていた。また、数年間隔で採用を行っている企業にとっては、採用期に人材が確保できないことで事業継続が難しくなる恐れもある。そのような中、組合としても危機感が高まり、採用環境の改善に向けて採用に直結し、自社HPや採用ページ等を持たない小規模の事業者でも簡単に参加できる仕組みを検討するに至った。

■取組みの手法と内容

組合のオリジナル採用ポータルサイト(配管資材専門商社ジョブナビ:略称カンナビ)を構築。求職者は会社名、地域、職種等の条件で企業の求人情報を検索できる。また、求人検索サイトであるIndeed(インディード)やGoogle for jobs(グーグルフォージョブズ)に対応する形式とし、組合HPを介さずとも広く求職者にアピールできる仕組みとした。

推進体制としては理事会の中に人材確保委員会が設置され、すべての委員(6名)がポータルサイト作成に携わり、事業を推進している。また、大阪府中小企業団体中央会、一般財団法人大阪労働協会が側面支援として施策活用やサイト制作に係っている。

リーダーは人材確保委員会の委員長であり、当事業以外にも大学への特別講義やパンフレット作成になどにも積極的に取組み組織を牽引している。人材確保委員会のメンバーは、各組合員企業の中で採用活動に注力し、情報発信にも長けた人材を結集させており、ポータルサイトの構築の検討においても自らの経験や実務を踏まえた意見交換が可能な体制となっている。

■成果とその要因

コロナ感染症の拡大により採用計画に影響がみられる中、ポータルサイトへのページ立ち上げは組合員企業20社の目標に対し12社となった。また、組合が組合員に直接的に役に立つ仕組みを選択肢として提供することで組合価値の増幅につながっている。



採用ポータルサイト「カンナビ」



管工機材設備総合展の様子



管工機材・設備総合展(組合主催の展示会)で7年前より取組んでいる採用応援活動による組合の結束力が、今回の採用ポータルサイトの構築事業につながった原動力となっている。



BCP策定に向けての防災・減災対策への取り組み

日本敷物団地協同組合

住 所	〒590-0132 大阪府堺市南区原山台5-12-3		
U R L	http://uni-land.or.jp/jci/		
設 立	昭和37年6月	主 な 業 種	製織業、紡績業、染色業
組 合 員 数	9人	出 資 金	41,160千円

■背景・目的

一昨年の大阪北部地震や大型台風の発生、加えて当組合員企業の浸水被害の遭遇などにより組合内での防災意識の高まりがあった。当組合では平成20年に「BCP」普及事業に取組み、BCPマニュアルを策定していたが、策定当初からは想定できなかった自然災害が発生しており、また、各組合員企業に対して周知徹底することができていないのが現状であった。BCPの目的である事業の継続や企業の存続といった取り組み以前に、被害の防止や軽減といった防災・減災に対応することが急務であり、防災・減災意識の醸成を組合としてどのように行うのかを検討し実行することが必要とされていた。

■取組みの手法と内容

まず、BCP対策の実態調査から組合員ヒアリング及び組合の現状把握を行い、課題を抽出した。課題解決に向けた今後の取組みを「設備・備品」「情報提供」「BCP更新」の3つの項目で設定。また、これらの取組みの実行計画を作成し、組合の実質的な活動につなげている。

推進体制は、労務委員会を中心に事業を推進し委員長、副委員長、各組合員1名の参画による11名体制とした。労務委員会は随時開催され、検討された事項は毎月の理事会で諮っている。労務委員会の前委員長は実際に水害の被害に遭遇した組合員であり、災害発生時の初動対応の重要性について組合内で共有したことも組合の防災・減災に対する意識向上のきっかけになっている。また、現労務委員長もこの流れを引き継ぎ災害対策に対する機動力の高い推進体制が構築されている。

■成果とその要因

コロナの影響により、情報提供やBCP更新については停留を余儀なくされている状況である。当組合では備蓄品の購入予算を確保し、期限のあるものとなないものとの必要なものをリストアップしており、来年3月までに購入を予定している。また、BCPの更新についてはコロナ感染症への対応も踏まえつつ、今年度の事業で組合全体の事業計画を検討しながら進捗させる予定である。

10年前にBCPマニュアルを策定していたことで、今回の防災・減災対策の事業計画やBCPマニュアルの更新にあたって比較検討が可能であることが、策定意識の向上に間接的に寄与している。



災害時の備蓄品の貯蔵に活用する倉庫



委員会の様子



Point

理事会、労務委員会、事務局の意思疎通や情報共有に加え、中央会による長期視点での的確な事業支援が一過性の取組みではない持続的な活動に寄与しているものと考えられる。



先進安全自動車の普及を見据えて車検・点検の共同事業を構築する

御坊自動車整備協同組合

住 所	〒649-1342 和歌山県御坊市藤田町吉田422		
U R L	http://waspa.or.jp/gobo/		
設 立	昭和45年3月	主 な 業 種	自動車特定整備事業を行う事業者
組 合 員 数	72人	出 資 金	64,800千円

■背景・目的

自動車技術の電子化・高度化(自動ブレーキ等)に伴い、先進技術搭載車が急速に普及してきた。従来の整備にはなかったセンサーやカメラ類を検査し、脱着交換した場合は調整や再設定を行う必要があるため、中小モータースはディーラーに外注せざるを得ない状況にあった。これを組合で内製化しモータースの信頼性向上を目指した。

■取組みの手法と内容

先進安全自動車(ASV)のエイミング作業はメーカー毎に全て異なるため、個々の組合員事業所では投資は難しい。組合の共同事業として内製化に取り組んだが、機械装置の取得に多額の資金が必要となること、メーカー毎に異なる専用設備が必要となることなど懸念事項もあった。

日頃の共同事業で、設備の更新や新規投資を加味した運営採算を管理していることから、今回の取り組みも「ものづくり・商業・サービス経営力向上支援補助金」を活用して自己負担を抑えて資金調達を行い、戦略企画委員会、運営経営委員会及びニューリーダー会の各委員会で事業の進捗管理と財務健全性の精査を行いながら進めることとした。

最初に、組合の整備士2名から主要メーカーのエイミング作業の教育・訓練を開始し、約2年かけてほぼ全てのメーカーのエイミング作業を行えるようになったため、現在は組合員事業所の整備士に対して技術移転を始めており、年に数回持ち込まれるマイナーメーカーを含めて全メーカー対応を目指している。

事業開始時には特定整備は義務化されていなかったが、いずれ義務化される事を見据えての推進が、結果として令和2年4月の道路運送車両法改正に先行して準備を行うことが出来た。既に電子制御装置整備認証も取得しており、改正道路運送車両法対応への組合員のバックアップ体制も整っている。

■成果とその要因

エイミングの組合内製化が、組合員外事業所の組合加入を促す結果となった。今後も変化に対応した事業を構築し、組合員がいずれかの組合事業を活用する事によって、組合員事業に資するような組合事業を構築していく。



エイミング作業を行うため、アライメント調整機を導入



組合の整備場が電子制御装置整備認証を取得



Point

理事全員が組合運営に携わることにより、その実効性や進捗を確認しながら推進することによって、環境変化に対応する事業の構築が可能となっている。



自然災害等に対応できる組合BCP策定を組合青年部会が実施

協同組合鳥取鉄工センター

住 所	〒689-1121 鳥取県鳥取市南栄町35番地3		
U R L	http://www.tottori-tekkou.com/		
設 立	昭和49年10月	主 な 業 種	機械金属製品製造業
組 合 員 数	10人	出 資 金	60,660千円

事業継続力

■背景・目的

平成27年に当組合と徳島県鉄鋼協同組合、協同組合米子鉄工センターが『災害時組合間連携協定』を締結した。前理事長が自然災害は現実的に起こり得る課題として捉え、地域の中核組合として組合BCPを策定、また組合員のBCPの策定が組合の存続・事業継続に重要な課題であると提案し、BCP策定に着手した。

■取組みの手法と内容

組合員企業において、世代交代が進む中、組合BCPの策定を次世代経営者等が組織する組合青年部会の主力メンバーがリーダーとなり着手した。

鳥取県中央会と徳島県中央会の「災害時中央会間連携協定」がBCP策定のきっかけとなっており、災害時に組合や組合員が如何にして事業継続するか、また他地域との連携には何が必要なのかなど、専門家にセコム山陰を加え、ワークショップを実施。緊急時、スマートフォンアプリ「LINE」による連絡網の整備、避難場所の選考、誘導体制の確立等、多岐にわたり検討を重ねた。また組合を構成する組合員も自社独自のBCP策定を重要な課題と考え、現場責任者やBCP責任者等を交えた組合員BCP策定のワークショップも同時に開催した。

計画作成の過程で、組合を客観的に見た協力意識、組合員間の連携意識が高まった。組合、また組合員も含めて災害想定訓練を行い、改善点の抽出によりBCP計画書のブラッシュアップを計画している。また特筆すべきは、組合や組合員だけでなく、周辺の自治体との連携・協力体制を見据えた計画の再構築も検討しており、地域と連携し、協力し合える組合のあり方を模索する機会となったことである。

■成果とその要因

BCP策定は、緒に就いたばかりで災害想定訓練等により改善が必要な状況であるが、組合青年部会の次世代経営者・管理者が、事業継続について組合・組合員間、また地域との連携を考える機会となったことの成果は大きい。ほぼ全組合員がBCPを策定し、災害時の取引先との関係や同業他社との業務連携等の構築に役立っている。



BCP策定ワークショップ



組合青年部会のメンバーが着手



Point

次世代経営者で組織する組合青年部会が組合及び自社の事業継続について、BCP策定を討議、研究を重ねた。



業界における災害時を想定した対応マニュアルの策定

島根県石油協同組合

住 所	〒690-0048 島根県松江市西嫁島三丁目5番25号		
U R L	http://www2.crosstalk.or.jp/simaseki/		
設 立	昭和27年12月	主 な 業 種	石油小売業
組 合 員 数	173人	出 資 金	20,280千円

■背景・目的

近年、頻繁に大規模自然災害が発生し、日本各地に甚大な被害をもたらす中で、系列供給網全体を包括するマニュアル等の策定が求められるようになった。島根県内においては、組合員がライフラインを支えるエネルギー供給の最後の砦として社会的役割を果たすべく、独自の災害時対応マニュアルを策定し、緊急時に適切な対応ができる為の体制構築が課題であった。

■取組みの手法と内容

常々災害発生時に組合員のサービスステーション（以下、SS）が的確に対応するためのマニュアル作成は必要と考えていたが、予算的な制約から事業着手ができなかったところ、島根県中小企業団体中央会より災害発生時等における広域的な連携構築を検討する為の事業の紹介を受け、それを活用して事業を実施した。

マニュアル作成にあたっては、全国に先駆けて作成された神奈川県石油業協同組合を訪問し、実際の災害時の経験やマニュアルの内容・注意事項など、極めて有益な情報を提供いただくとともに、防災コンサルタントを専門家として招聘し、作成原案に対しての指導を仰いだことで、災害時対応マニュアルの完成度が飛躍的に向上した。

今後は各SSが、災害時対応マニュアルの内容を熟知し、災害時において国や県など関係機関と連携を図ることで、エネルギー供給拠点としての社会的役割を果たすとともに、被害を最小限に抑え、企業の存続と事業の継続を進める力を持つことが期待できる。

■成果とその要因

本事業を通じて島根県独自のマニュアルを作成して全組合員に配付できたことで、系列供給網全体における災害対応の共通認識を構築することができた。

本マニュアルの配付を受け、組合員の中でも災害対応に関する機運が高まりつつあり、独自の災害対応を検討する動きも出てきたことから、今後の波及効果も期待ができる。



防災訓練①



防災訓練②



防災訓練③



Point

組合自身が災害時に業界団体として果たすべき役割と責任を切実に感じ、積極的に取り組んだ結果、内容の充実したマニュアルが完成した。



被災地公衆衛生環境保全活動の迅速な応援体制の構築

山口県環境整備事業協同組合

住 所	〒753-0814 山口県山口市吉敷下東二丁目14番22号		
U R L	—		
設 立	平成3年3月	主 な 業 種	一般廃棄物処理業・浄化槽清掃業
組 合 員 数	46人	出 資 金	690千円

■背景・目的

昨今多発する自然災害を受け、当組合でも災害への備えに対する意識が高まっていた中、平成28年の熊本県地震発生時に、災害時支援協定に基づいて行った災害支援についての講演を熊本県環境整備事業協同組合からいただいた。これをきっかけに、災害時に現地の公衆衛生環境を保全するために、組合主導で災害支援ができる体制を構築しておかなければならないと認識し、当組合においても派遣要請を受けた場合、即日で派遣できる体制の構築に取り組むこととした。

■取組みの手法と内容

災害派遣ができる体制の構築にあたっては、事務局長を中心に進めていき、まず災害時の協力承諾書を組合と組合員の間で締結した。そして、災害が発生した際に災害派遣計画を短時間で作成できるようにするため、組合員の災害対応資源（車両や機材、人員）のデータベース化、派遣要請者に対して派遣に係る費用や補償について定めた規約の作成、災害派遣決議のための緊急理事会の運用方法の整備を行った。

また、災害派遣時や被災地活動時に情報共有を迅速に行うため、組合と組合メンバーでSNSのグループを作成した。災害対応資源のデータベース化時には、災害派遣計画を立案する上でどのような情報が必要かを議論し、項目に落とし込む点を工夫した。その結果、被災地からの派遣要請があった時に、即日で災害対応資源を派遣でき、現地でのオペレーションも円滑に連携して行えるようになった。

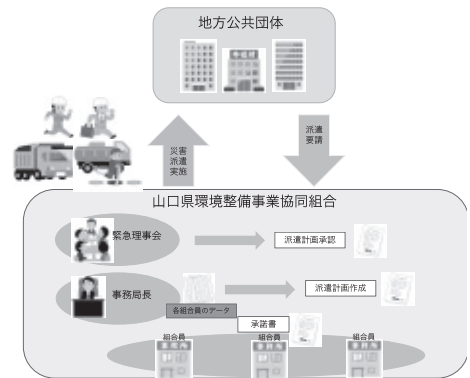
現在、山口県と組合の間で、来年度中を目処に災害時の協定の締結を進めており、被災地域の組合員が出勤できない場合でも組合が主導となり、他の地域の組合員による応援態勢を、要請があればすぐに整えられる予定である。

■成果とその要因

災害派遣実績は、平成30年7月の西日本豪雨災害時に岡山県倉敷市、令和元年10月の台風19号時に長野県佐久市に延べ282人を派遣した。これらの派遣先は県外であったため、要請日から4日目に被災地入りしてほしいとの派遣要請を受けたが、災害派遣計画の作成と承認決議が早くできたため、派遣メンバーを集めての事前状況把握ミーティングを開催し、入念に準備して被災地入りすることが可能であった。

なお、災害派遣計画の整備に取り組む中で、組合事務局が被災した場合でも事業を継続できる体制について考えていく必要性を感じるようになり、組合の活動に必要な体制とその体制に必要な人員がない場合の臨時体制について事務局内で議論し、実効性の高い「事業継続力強化計画」を作成して、山口県の組合で第一号の認定を受けるに至った。

災害派遣時の業務フロー図



岡山県倉敷市真備町での災害支援風景



事業継続力強化計画の認定証を手に持つ志賀事務局長



組合と組合員が災害時に被災地の公衆衛生環境を保持するために組合主導で災害派遣ができる体制を構築しなければならぬと認識し、災害派遣時に想定されるリスクを十分に検討して制度として承諾書の締結やコミュニケーションツールの運用を進めたため、派遣要請を受けたら即日で派遣できる体制が構築できた。



地域における団地の価値向上を図り、将来にわたって組合の活力を維持する

協同組合徳島総合流通センター

住 所	〒771-0138 徳島県徳島市川内町平石流通団地51番地		
U R L	http://www.trc.or.jp		
設 立	昭和51年3月	主 な 業 種	異業種
組 合 員 数	38人	出 資 金	940,320千円

■背景・目的

協同組合設立から44年が経過し、建物の老朽化に対する維持補修費用の増大化や大規模な建て替え需要がある中で、団地の価値向上を図り、将来にわたって組合の活力を維持していくためのビジョンを検討していくことが必要となってきた。そこで、地域とともに発展する新事業を開発し、全く新しい団地をイメージする再整備事業に着手した。

■取組みの手法と内容

これまで当組合は団地の活力維持と地域社会への貢献のために各種事業を地道に実施してきた。

地域社会に貢献し、地域における団地の価値向上を図ることを目的として1990年から毎年「リオデ徳島音楽祭」を開催している。この音楽祭は、日本音楽コンクールの上位入賞者を演奏者として招き演奏会を開催するもので、出演者・観客ともに好評で、徳島になくてはならない音楽祭として定着している。また、2013年からは参加型の防災訓練にも取り組み、毎年10月に組合員、近隣住民を交えて合同緊急避難訓練を実施している。

さらに、組合の継続した発展のため、人材の確保と定着率の向上が必須と考え、2018年には徳島県中央会実施の「人材定着事業」に組合で取り組んだ。組合員企業14社が出席し、徳島県下の5教育機関の就職担当者と組合員企業の間で就職支援活動内容等について意見交換を行ったことにより、各大学就職担当者とのつながりを作ることに成功した。

さらに、今後は団地の価値を向上し、活力を維持するためのビジョンが必要であるとの考えから、2016年からは若手組合員と専務理事で特別委員会「ビジョン委員会」を編成し、先進団地の視察などを行ってきた。生まれた時には整備されていた団地で事業をしてきた若手経営者は、これまで団地のメリット・デメリットについて深く考えることもなかったと言う。先進団地の視察を行うことで、自分たちの団地のことについて改めて考え、組合員でいることのメリットを感じることもできた。その結果「自分たちの団地」をよりよくしたいという思いを強く持つようになった。2020年7月からは、団地再整備事業委員会を開始し、市場調査や老朽化した建物の調査などを本格的にスタートした。

今後は、その調査結果をもとに、地元住民と協調した活動を展開し、地域の人たちにとっても、組合員にとっても「価値のある団地」を目指して議論を進めていく。

■成果とその要因

成果としては、団地の新たなビジョンにむけて団地再整備事業委員会を開始し、市場調査等を本格的にスタートさせたことで、団地の魅力を追求し改革を実施できる体制を確立したことが挙げられる。成功の要因は、これまでの地道な活動を地盤として組合が一体となって取り組んでいることである。



合同緊急避難訓練



合同入社式



リオデ徳島音楽祭



Point

共通したビジョンを持つことで、組合員、役員、各委員会、青年部、事務局がそれぞれ主体的に事業を進めていくことができている。



丸亀うちわの継承・発展のためにニュー・マイスター制度を制定

香川県うちわ協同組合連合会

住 所	〒763-0042 香川県丸亀市港町307番地15		
U R L	https://marugameuchiwa.jp/		
設 立	昭和41年12月	主 な 業 種	団扇の製造又は販売を行う事業者
組 合 員 数	3会員(所属員25人)	出 資 金	750千円

■背景・目的

香川県うちわ協同組合連合会では、国の伝統的工芸品に指定されている「丸亀うちわ」の基本的な技術・技法を2週間程度で習得する「丸亀うちわ技術・技法講座」を平成10（1998）年度より実施しており、令和2（2020）年10月末までに244名の修了生を輩出している。同講座修了後には、「職業」としてうちわ作りに関わりを持ちたい人もおり、活躍の場を多く与えることが課題であると感じていた。そこで、「丸亀うちわニュー・マイスター制度」を平成25（2013）年度より制定することとなった。

■取組みの手法と内容

「丸亀うちわニュー・マイスター」は、骨加工や貼加工などの各工程を完全分業制で行っている従来の（組合員企業内の）職人を対象とするものではなく、同講座により丸亀市の特産品である丸亀（竹）うちわの全製作工程の技術・技法を身に付け、その修了後3年以上の実務経験がある者が対象となる。同連合会事務局が同講座修了生より適格候補者の選定を行い、「丸亀うちわニュー・マイスター登録審査会」の意見聴取を経た後に同連合会会長が認定している。

令和2（2020）年10月末現在、30名のニュー・マイスターがおり、伝統工芸士とともに、丸亀うちわの伝統と技術の継承・発展を支えている。最近では、瀬戸内国際芸術祭会場での土産販売や近隣の学校への出前講座など、イベント時に活躍の機会が見いだされているが、この推進には丸亀市役所の助力がある。

■成果とその要因

認定されたニュー・マイスターは、同連合会のHPに氏名、顔写真入りで掲載されている。組合員企業での安価な商品としてのうちわ生産は大量生産方式であるが、もともとうちわには「工芸品」としての側面があり、このことを同制度の制定をきっかけとして多くの組合員が再認識している。丸亀市役所としても、同制度が整備されたことで、一定の技術水準にあるうちわ職人を確保しやすくなり、イベント等への派遣要請が容易になった。

うちわにはなによりも実用性が重視されるが、我が国の伝統的工芸品として、またはクールジャパンの一環として諸外国にPRしていくべきであり、その際には、ニュー・マイスターの派遣が期待される。



ニュー・マイスター認定式



丸亀うちわ技術・技法講座ではニュー・マイスターが講師を務める



Point

ニュー・マイスター制度が整備されたことで、一定の技術水準が担保され、香川県うちわ協同組合連合会や丸亀市役所はイベント等への派遣要請が容易になった。



新聞の使命と人命を守るため事業継続力強化計画策定

愛媛新聞販売所協同組合

住 所	〒790-8511 愛媛県松山市大手町1丁目12番地1		
U R L	—		
設 立	昭和55年12月	主 な 業 種	新聞販売・配達業
組 合 員 数	117人	出 資 金	6,800千円

■背景・目的

平成30年7月の西日本豪雨では、組合員7店が被災し、うち3店で1日分の配達中止を余儀なくされた。自然災害が事業継続に深刻な影響を及ぼすことを体験したことで、かねてより台風の大型化や南海トラフ地震への対策として協議されていた事業継続力強化計画(BCP)策定の機運が盛り上がった。

■取組みの手法と内容

事業実施以前は、災害対策については個々の販売所に任せている状態であったが、西日本豪雨を機に、統一的な災害マニュアル作りの必要性が組合内及び愛媛新聞本社において議論されるようになった。最終的に、事業継続力強化計画=BCP策定を進めることについては、関係者間に意見の相違はなかったものの、どのような方向性で計画を策定するかについて、組合と本社との間で協議を重ねた。

本社からの「新聞を配らなかった場合、読者の問い合わせなど丁寧な対応が必要だ」といった懸念事項に対し、組合は「電話を受けられる従業員を確保することで対応は可能だ」など説明。協議の結果、「配達員の人命の尊重が最優先」との認識で一致した。実施主体としては、組織横断的なプロジェクトチームを作るより、既存委員会を活用した方がスムーズに実施できると判断し、労務委員会を担当とした。

具体的な策定手法は、愛媛県中小企業団体中央会の「ものづくり企業等災害時対応事業」でBCP専門家の派遣を受け、計4回の講習会を開催して学んだ。

新聞販売所は、日々社会の情勢を伝え、国民の知る権利に奉仕する社会インフラの一部を担っている。その使命を果たしながら、災害発生時には新聞配達員の安全を確保するために、体系的な計画は不可欠である。この「新聞の使命と人命の確保」を目的として、本事業は展開されている。

■成果とその要因

令和2年9月末時点で計画策定を終えた販売所は60店(組合員117店)である。他業種ではなかなか作成が進まないBCPであるが、短期間でここまでの成果を上げられたのは、西日本豪雨後すぐに行動したことと、適切な専門家の指導が受けられたことが大きい。今後は、できるだけ早期、遅くとも令和3年の台風シーズン前までには全販売所でのBCP策定を達成したい。



BCP作成講習会の様子



Point

実体験からBCPの必要性を痛感しすぐに行動したこと、適切な専門家に出会えたこと、「新聞の使命と人命を守る」という理念に基づいて推進できたことが大きな成功要因である。



自然災害に備えて 地域との協同

宿毛建設資源利用協同組合

住 所	〒788-0046 高知県宿毛市橋上町橋上2300-1		
U R L	http://www.gallery.ne.jp/~sigen/		
設 立	平成4年6月23日	主 な 業 種	建設工事業又はコンクリート製品製造業
組 合 員 数	48人	出 資 金	83,000千円

■背景・目的

本県で30年以内に70%以上の確率で発生するといわれている南海トラフ地震に備え、地震が発生するまでに組合として準備しなければならないこと、また発生後に組合としてできることを明確にし、被災地を訪問して学んだことを多くの方へ伝えると共に、地元で組合並びに組合員事業の継続性を高めることを目的に本活動に取り組んだ。

■取組みの手法と内容

元々台風などの自然災害が多い本県で、被災時においてなすべきことなどの基本的な意思統一は図れていたため、総会による意思決定後、理事会で取組みの内容について検討。目標としては、①地域住民及び行政に対して自然災害の恐ろしさを知って頂くこと、②防災工事によって被害を少しでも食い止めることができること、③その上で、一人一人がどのような行動をとるべきかを考えて頂くと共に、地域の建設業が果たす役割や必要性を認識して頂き、組合並びに組合員の事業の継続性を高める、以上の3つを掲げることとした。

当組合では豪雨災害にみまわれた岡山県真備町や愛媛県宇和島市はもとより南海トラフ地震に備え、東日本大震災の被災地を訪問。被害・復興状況の確認や被災者へのインタビューを通して、実際に被災した地域を視察することにより、地域に対して当組合が果たせる役割を検討すると共に地域住民への啓蒙普及のためのDVDを作成した。併せて組合員が、被災が想定される箇所に建設廃材を利用した大型土嚢を積み上げ、被害を最低限に食い止める活動の準備をしたり、避難経路の確保・整備に努めている。

また、作成したDVDを行政や学校に配布すると共に、地域住民にも見て頂くことで、防災に対する意識を改められ、地域内の組合員や当組合の活動の意義への理解が深まった。

■成果とその要因

以前は宿毛市の片島港で実施する岸壁工事の計画について、岸壁が高くなると景観が悪くなるという声が多くあったが、DVD配布後は岸壁工事に賛成する声が増えてきたなど、津波災害に備える意識の変化がみられるようになった。

行政に対しても、予算の使い方や人員と合わせた確保、被災時の優先順位、自然災害に想定内はないことなどを訴えており、地域内のある町では庁舎を高台に移転するなど実効を上げている。



制作したDVD



建設廃材を活用した大型土嚢



Point

地域共通の課題に対して、組合並びに組合員の事業が如何に対応し、その活動にどれだけの賛同が得られるかが成功の鍵となる。



連携事業継続力強化計画の策定で危機意識の向上と連携の高度化につながる

熊本南工業団地協同組合

住 所	〒861-3103 熊本県上益城郡嘉島町大字井寺431-1		
U R L	http://minamid.jp/		
設 立	昭和49年9月	主 な 業 種	装置メーカーや鉄工所、鋳造所など
組 合 員 数	24人	出 資 金	18,000千円

■背景・目的

鋳造業を中心とした10社で1974年に組合設立。高度化事業を活用し、その後施設再整備事業等を活用した団地拡張を経て現在は24社で運営している。2016年の熊本地震で団地や道路等のインフラが甚大な被害を受けたことで、「他社と協力して対応すること」の大切さを痛感し、組合として連携事業継続力強化計画を策定する運びとなった。

■取組みの手法と内容

熊本地震での甚大な被害により、団地インフラはほぼ寸断され、事業活動が停止。そのため組合では中小企業等グループ施設等復旧整備補助金(グループ補助金)の申請を行った。その際、BCPの必要性を痛切に感じ、他社と組合がそれぞれBCP等災害対策に取り組んだが、地域や各社を巻き込んだ組合団地全体のBCPは難しく感じていた。また組合員24社という大きな組織で、団地内に本社を置く組合員は約6割であるが、月に1回の理事会・定例会には全組合員の参加ができていないなど、組合組織間の結束力は強かったが、意思決定権を持つ経営者全員を集めることが難しく、計画に関する連携参加事業者間の合意形成に時間を要すると思われた。

しかし、認定制度への取り組みを行うことで、認定事業者向けのインセンティブが制度活用を後押しし、組合員の賛同が得られやすくなったこと。また、取り組みにあたっては、中小企業基盤整備機構のアドバイザー派遣事業を活用した勉強会を実施したことで「連携事業継続力強化計画」の策定が可能となった。

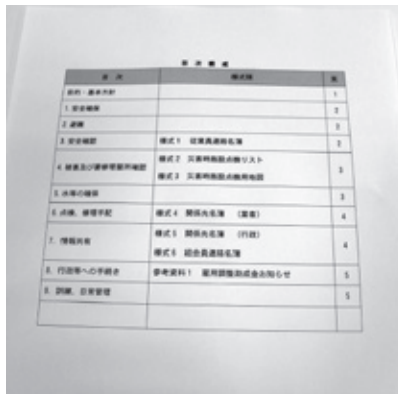
今後は、パンデミックも対象にした計画を想定し、近隣の団地組合や大企業者、地域自治体との広域連携による、より効果的・実践的な取り組みを行っていくことが課題となる。

■成果とその要因

被災事業者としての連携型の計画策定を行ったことにより、組合員の危機意識の向上と、事業者単独で行う対応の限界を団地内で連携して補い合うことの重要性を相互に理解できた。



連携事業継続力強化計画書



事業計画項目



熊本南工業団地協同組合 管理センター



組合員企業の限界を組合内の他企業との間で補うことにより、災害リスクに強い企業経営、組合運営を行う先進事例のモデルへ。



組合の経営力強化と行政への逆提案となる事業継続計画

大分中央生コンクリート協同組合

住 所	〒870-0245 大分県大分市大在北三丁目356番地		
U R L	—		
設 立	平成21年7月	主 な 業 種	生コンクリート製造業
組 合 員 数	14人	出 資 金	14,000千円

■背景・目的

地震や豪雨災害等、自然災害が頻発している中で、当組合では、事業継続計画策定の必要性を感じていたことから、全組合員・全工場（組合含む）が参加し、事業継続計画を策定することを理事会で決定。組合及びすべての組合員（15工場）が緊急時に事業を継続できる体制と仕組みをつくるため、事業継続計画の策定に取り組んだ。

■取組みの手法と内容

事業継続計画策定にあたり、事継舎代表佐藤雅信氏を講師に招聘し、全6回にわたり新型コロナウイルス感染対策でリモートによるセミナーも活用しながら集合研修方式で実施した。内容の薄い書類だけの資料作成が目的ではなく、策定活動を通じて日々の業務改善、人材育成などの「気づき」につながるよう、組合員企業からは経験豊かな工場長レベルに参加を要請して行った。

全6回の内容は、第1回BCP策定の意義と概要の座学に始まり、本取組の取組目的・狙いや利害関係者洗い出し（第2回）、業務フロー作成や継続策の目安となるBCPマイルストーン作成（第3回）、時系列に全社の事業継続を俯瞰するBCP Time Table作成（第4回）、まとめの事業継続計画書作成（第5回）、作成内容を自ら確認する机上演習及びBCPを業務で実践するための活動計画を作成（第6回）し、BCPからBCMへ着実な取組みを進めた。

事前準備として業務の棚卸しを参加企業に要請し、全従業員の現状業務把握による課題の洗い出しを実施してもらったことで、災害を切り口とした日常業務に潜む課題の洗い出しと対策を講じることができ、「働き方改革」のヒントを参加者自身が体得することができた。さらに一部従業員に属人化している問題点も明らかになり、個人のノウハウを職場として承継する重要性も認識できた。

事務局長の熱心なフォローにより、最後まで脱落者を出さず全員で取組みを完遂することができた。大分市との災害支援協定を遂行できる具体的な対応策を事業継続計画に織り込み、洗い出された問題点を、大分市に逆提案することで組合活動の評価を高めることにつながった。

■成果とその要因

災害は切り口であったが、業務の棚卸しを行ったことにより潜在化していた課題を顕在化でき、全体の取組みを通して災害対策だけではなく自社の業務改善にも効果があることを参加者が理解したことで参加意欲は大きく向上した。

また、大分県庁職員が毎回参加し、本取組の意義を理解していただくことに加え、組合事務局と組合員の事業継続力強化により、災害協定の実行性向上にも寄与でき、組合の信頼向上につながる取組みとなった。



専門家派遣 全体1



専門家派遣 全体2



Point

事務局長と本会が連携し、組合員企業への連絡や提出物の確認等を行ったことにより、組合員企業全社がBCP策定へ主体的に取り組んだことが成功要因である。



組合員特性を考慮したBCP策定による経営の安定・向上

宮崎県エルピーガス商業組合

住 所	〒880-0912 宮崎県宮崎市大字赤江字飛江田774番地		
U R L	http://www.miyazakilpg.or.jp/page/8		
設 立	昭和37年1月	主 な 業 種	エルピーガス販売業
組 合 員 数	205人	出 資 金	44,220千円

■背景・目的

昨今、地震や台風等の自然災害が多発する中、理事会において理事よりBCP策定について提案(問題提起)がなされたため、「災害時の組合員の事業継続による経営の安定、向上」を目的に「各組合員が地域の特性や事業内容、規模等に応じてカスタマイズ可能なBCP策定」について研究会を立ち上げ、内容を詰めていくこととなった。

■取組みの手法と内容

BCP研究会を新たに設置の上、理事長が自身を含む役員の中から6名のメンバーをリストアップし、そのうち1名(理事)をプロジェクト責任者として選定した。以降、プロジェクト責任者と事務局が中心となり、中央会の補助事業(BCP専門家の派遣)も活用しながら複数回の研究会を重ね、BCP策定に取り組んだ。

当初は、組合(業界全体)のBCP策定を想定していたが、組合員の規模や地域性などそれぞれ事情が違っていたため、カスタマイズ可能なBCPを策定することで解決を図った。また、研究会を重ねる中で、地域ごとにデータの管理方法や想定される被害内容が大きく異なることが改めて確認されたため、組合員へアンケートを実施することにより、地域性や個別事情をなるべくカスタマイズできるBCP策定を目指した。

BCP策定後、地域毎に説明会を開催して説明したものの、実際の策定につながったケースは少ないため、今後は組合が各地域への定期点検等で巡回する際に引き続きBCPを話題としてとりあげて意識付けをしていくことや勉強会の開催、専門家派遣等による策定サポートの実施を予定しているほか、研究会委員の会社に先行して策定していただき、モデルケースとして横展開をしていくなど新たな仕掛けも検討している。

■成果とその要因

各組合員で自社の実情に合わせて選択、穴埋めをすればBCPが策定できるフォーマットを作成することができた。研究会の委員については理事から選び、適切な専門家を活用して助言及び研究会の進行のサポートを受けることにより、闊達な議論と円滑な議事進行につながったことが成果の要因と思われるが、今後は組合による定期的な啓蒙活動や策定のサポートが課題である。



組合のBCP



BCP策定委員会の様子



BCP説明会会場



Point

役員を中心とした研究会を立ち上げ、BCPの専門家の助言及び進行のサポート(中央会の補助事業活用)を受けることにより、闊達な議論と円滑な議事進行につながったこと。



企業存続への想いで「連携事業継続力強化計画」を策定

熊毛グループ協同組合

住 所	〒891-4207 鹿児島県熊毛郡屋久島町小瀬田826番地18		
U R L	https://kumage-group.jimdofree.com/		
設 立	平成30年9月	主 な 業 種	一般土木建築工事業、燃料小売業他
組 合 員 数	5人	出 資 金	7,500千円

■背景・目的

東日本大震災以降、防災への意識が高まった。屋久島でも津波被害が想定されており、組合員は被害の影響を危惧していたが、具体的対策を講じるまでには至っていなかった。組合設立を機に、組合員間で危機感が共有され、「連携事業継続力強化計画」の策定による防災・減災対策に取り組むこととなった。

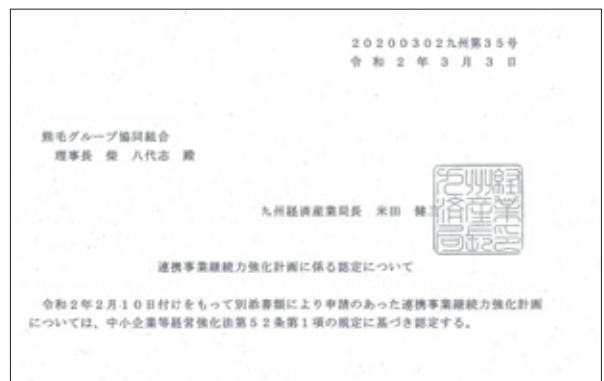
■取組みの手法と内容

本組合は平成30年9月、同族会社5社の業務・資産を共有化し、経営効率を上げることを目的に設立した。設立以降、毎月役員会を開催し、運営の円滑化等に努めていたが、津波被害の影響について話題に上り、組合でも防災に関する検討を行うこととなった。そこで中央会に相談したところ、「連携事業継続力強化計画」の取組みを提案され、早速研究会を実施した。

本研究会をきっかけに、組合員の防災への意識がさらに高まり、地域における『面的な連携の効果が高い』ことの気付きを得た。さらに、組合員は建設、運送、燃料販売など地域インフラを支える企業であり、原状回復への遅れが島内経済や島民の生活に多大な影響を与えることから、社会的存在としての重要性も再認識した。「ヒト」「モノ」「カネ」「情報」毎に影響を予想し、それぞれの対応策について協議を重ねる中で、組合員所有のバスで危険エリアの人員を組合事務所に緊急搬送できることや燃料等の確保など、組合及び組合員が連携できる具体的対策を挙げるに至った。また、非常用電源の確保を各組合員に求め、立地的に被害を免れない事業所では、避難場所や代替地の確保など具体的検討を進めることとした。「連携事業継続力強化計画」の策定は、中央会の支援を受けながら組合役員と事務局が協力して行った。

■成果とその要因

「連携事業継続力強化計画」は令和2年2月に申請し、同年3月に県内初の認定を受けた。研究会開催から2ヶ月の早期認定であった。もともと津波被害の影響を危惧していたことに加え、研究会による防災意識の高まりから組合員間の意思統一が図り易かったのが要因と考えられる。現在は、計画を基に具体的な対策に着手している。



Point

組合員の津波被害による影響が表面化した、組合と組合員が一体となって「連携事業継続力計画」の策定に取り組んだことで、具体的な防災・減災対策に着手できた。



求職者が重視する「勤務時間・休暇」を明確にPR

沖縄県ホテル旅館生活衛生同業組合

住 所	〒900-0035 沖縄県那覇市通堂町2番1号		
U R L	http://www.oah-net.or.jp/		
設 立	昭和49年9月	主 な 業 種	旅館・ホテル業
組 合 員 数	296人	出 資 金	8,550千円

■背景・目的

若い人は「働いてみるとイメージとちがった」と退職するケースが多く、令和元年までホテル観光業界は慢性的な人手不足、高齢就業者の割合が増加していた。そこで求職者に魅力を伝えるため、入社10年未満の従業員の働く姿を収集してガイドブックを作成、ホテル業界のイメージアップと求職者の増加、人員確保を目指すこととした。

■取組みの手法と内容

「ホテルのしごと」ガイドブック作成にあたっては、ホテルで働く従業員のなかでも、入社10年未満の従業員に仕事の内容やホテル業界の魅力・裏話を語ってもらい、生き生きと働く姿を見せたことで仕事の魅力を伝えることができた。中でも若い世代、学生が就職先を選ぶ重視条件1位が「勤務時間・休暇」であることから、ガイドブックでは勤務時間と仕事の流れがイメージできる記事としたことで、求職者や若い学生の求める情報を提供できた。

体制としては、制作会社(地元印刷会社)と3年契約し、協賛ホテルから推薦された従業員に対して、勤務シフトに合わせた取材をしている。制作費用は協賛ホテルの協賛金と組合予算で調達していたが、5年目(5冊目)となる令和元年度(令和2年版)には中央会指導員が厚生労働省の助成金を紹介し、申請及び受給を支援した。助成金によって組合(組合員)の費用負担が大きく軽減されている。令和2年度は新型コロナウイルス感染症の影響でホテルの経営状況は急激に悪化しているため、協賛金は募らず(組合の負担と)助成金で作成する。

ガイドブックは、新規採用活動としてハローワークでの求職者への提供、合同企業説明会で学生への説明資料として活用しているほか、将来的な人材確保のため青年部員による小中学校での講話(人材育成事業)で活用し、県内外の専門学校、高校、大学にも配布している。

■成果とその要因

若い世代が重視する「勤務時間・休暇」は、ホテル観光業界はシフト制で一般的な職種とは異なるものの、実際には自由に使える時間が多い点は訴求ポイントであった。

ガイドブックの影響による応募人数や採用人数は把握できていないが、積極的な採用活動を始めた組合員もあり、人材不足解消につながっていくと思われる。



若い世代が手にとりやすい表紙



勤務スケジュールで仕事をイメージしやすくした



中学生への職業人講話でガイドブックを活用



若い世代、学生が就職先を選ぶ重視条件1位が「勤務時間・休暇」であることから、ガイドブックでは勤務時間と仕事の流れがイメージできる記事としたこと。

IT、デジタル変革

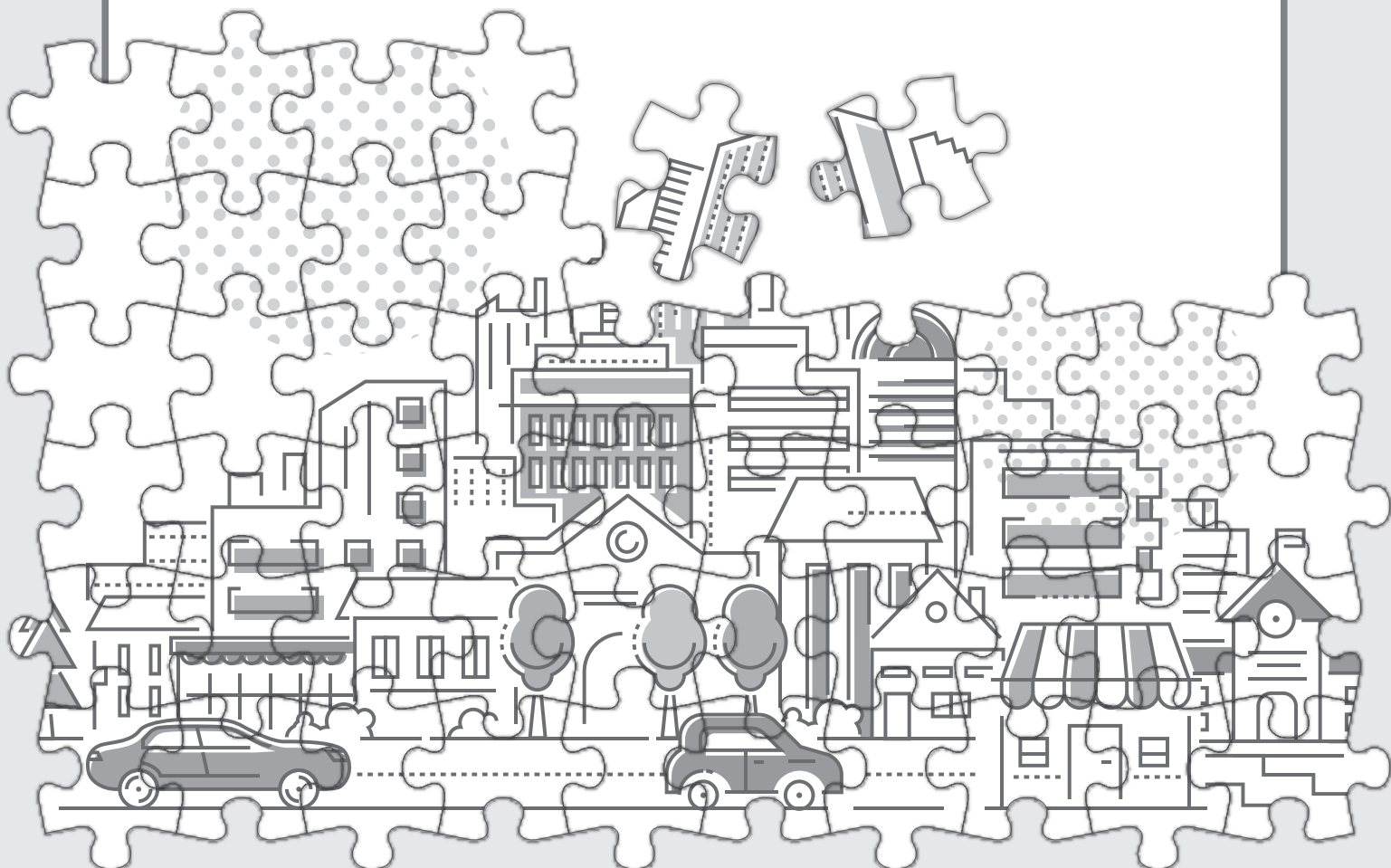
B

12事例

① 情報の集積・共有による業務効率化・価値向上

② ITを活用したコロナ禍への対応

③ ITによるマーケティングや情報発信





IT・デジタル変革 ～特徴分析とノウハウ活用のポイント～

山形大学 人文社会科学部 准教授 吉原 元子

人口減少や少子高齢化、技術進歩、グローバル化といった長期的な環境変化に加え、コロナ禍による「新しい生活様式」の広がりという急激な市場変化に対して、中小企業は今までにない困難に直面している。これを乗り越えるための方策として本テーマでは、ITを高度に活用する運営や経営の形態、いわゆるIT経営（運営）に取り組み、組合及び組合員の事業が活性化している事例12件について分析する。

経済産業省によると、デジタルトランスフォーメーション(DX)は、「企業がビジネス環境の激しい変化に対応し、データとデジタル技術を活用して、顧客や社会のニーズを基に、製品やサービス、ビジネスモデルを変革するとともに、業務そのものや、組織、プロセス、企業文化・風土を変革し、競争上の優位性を確立すること」とされる。単なるIT機器の導入にとどまらず、組織の活性化や事業価値を高めることが期待されている。

IT・デジタル変革を取り入れている先進事例に共通するポイントは、①初期投資や維持コスト、専門技術者の確保等の問題を、組合の規模の経済によって乗り越えていること、②資金やノウハウの不足を支援機関との連携によって補完していることである。IT・デジタル変革に組合単独で取り掛かることは難しく、ITベンダーや専門家等とのマッチング、他業界の導入事例の収集、および補助金情報の提供等において、支援機関が大きな役割を果たすことが期待される。

1. 情報の集積・共有による業務効率化・価値向上

組合員にとっての情報共有プラットフォームを構築して、集積した情報を活用することで業務効率化や付加価値向上を図っている事例である。組合で取り組むことによって、一社単独では困難なIT投資やシステム運用が可能になるだけでなく、多くの情報を集積することで事業に付加価値を生み出し、組合の魅力を高めている。

安達収運業協同組合(福島県、B-2)はごみ収集運搬における遅延等の問題を解決するため、業務車両管理システムを導入し、車両の現在位置やごみステーションの位置を可視化する等の機能を備えた。組合員従業員の負担軽減や業務効率化を実現するとともに、顧客である行政からの信頼獲得につながっている。また、**島根県中古自動車販売商工組合(島根県、B-9)**は、中古車のセリであるオートオークションを、インターネットを通じて出品・落札できるシステムを構築した。参加者の利便性が高まるだけでなく、作業効率化や販売機会の増加につながっている。

ポイントは、組合員のニーズに応じたシステム開発である。同時に、システムに合わせた組合・組合員の業務プロセスの見直しも必要であり、システム構築時には問題意識の共有や各組合員の課題把握を丁寧に行うことが大切である。

2. ITを活用したコロナ禍への対応

2020年はコロナ禍によりインバウンド激減や各種イベント中止等に見舞われ、想定外の大打撃を受けた業界も多い。そのような制約下であっても、事業継続に向けてITを利用した販売促進を行っている事例である。

茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合(茨城県、B-3)は、青年部の発案でクラウドファンディング「茨城の宿

応援プロジェクト」を立ち上げ、組合員の支援を行った。寄付のリターンとして宿泊前売りチケットを提供して茨城の魅力を伝えるようにし、結果として獲得金額目標を上回ることができた。また、**笠間焼協同組合(茨城県、B-4)**では例年行っていた「笠間の陶炎祭」が中止となったが、この代替としてインターネット販売を開始し、青年部を中心に販売サイトから運営、発送までを担った。目標金額を達成したことで、今後もインターネット販売を随時行うことも検討している。

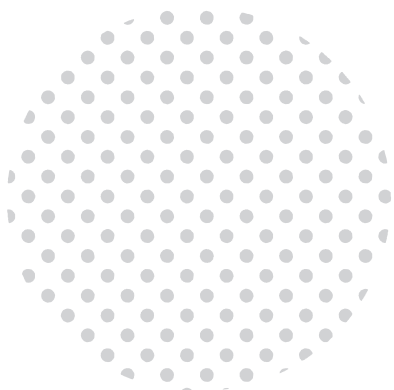
ポイントは、組合のスピード感のある意思決定と、支援機関との連携である。ITに抵抗感の少ない若手を中心に「走りながら考える」を実践し、伴走する支援機関が資金やノウハウ不足をそのつど補完している。組合の団結が周りの支援を呼び起こしており、危機対応のあり方として大いに参考になる。

3. ITによるマーケティングや情報発信

従来行われてきたIT機器の導入による単一業務処理やホームページ運用等を超えて、ITをマーケティングに活用したり、新たなサービスの付加や新たな形式での情報発信を行ったりしている事例である。

大分県もやし協業組合(大分県、B-11)は、もやしの受注予測システム導入により、熟練者以外にも受注予測が可能になった。また、従来から栽培データ等の蓄積は進めていたものの活用までは至っていなかったが、歩留まり評価システム導入をしたことでデータ活用の道が拓け、品質の安定化につなげている。

ポイントは、市場環境に合わせて、組合がもつ強みを伸ばすための手段としてITを活用したことである。IT導入ありきで進めるのではなく、市場環境の分析に加え、組合運営における強みや課題を分析することから導入検討を始めることが望ましい。





IT 営業ツールや広告宣伝媒体、自分史で想いを伝える 企業組合リンクシップ

住 所	〒990-2473 山形県山形市松栄1-3-8 山形県産業創造センター 205		
U R L	http://linkship.jp/		
設 立	平成24年6月	主 な 業 種	広告・出版業
組 合 員 数	4人	出 資 金	200千円

■背景・目的

印刷・出版物の需要減少が進むなか、東日本大震災が発生。「ひとの想い」を伝えることの重要性和、新たな企業広告と宣伝のあり方を模索するなか、Web・SNS、ITツールの活用と自分史への興味の高まりに事業機会を見だし、独立開業した。顧客の信頼性を高めるために企業組合を設立し、山形県のインキュベーション施設に入居して事業を開始した。

■取組みの手法と内容

代表理事を中心に事業を推進しており、営業・受注からヒアリング、コンテンツ制作などを組合員が分担して実施し、印刷データまで内製化している。

経営へのIT活用の拡大という環境変化に対応し、タブレット(iPad)を活用した新たな営業ツール「だれでも営業ジョーズ」を開発。このツールはWebサイトでは公開できない社外秘(特許製品など)情報を営業現場で見せながら活用することができる。また、広告宣伝媒体でも印刷物からITツールへの移行が進むなか、WebサイトやSNSの制作を積極的に展開し、各ツールの導入から活用相談まで、トータルなコンサルティングを実施している。

既存の紙媒体においては、会社案内などに加え、企業理念やブランドにかける想いや社会的活動などの内容で構成したブランドブックを制作。企業の製品・サービスの特徴やSDGsへの取り組みなどを紹介することで、企業のブランド価値のPR、地域雇用の拡大などにつながっている。

また、代表理事が自分史活用マスターを取得しており、主に企業経営者からの相談を受けて、社史的内容の書物を制作している。以上の各種媒体の制作にあたっては、ヒアリングに十分な時間をかけ、企業などの困りごとや課題を聞き出しながら、コンサルティングも含めたトータルなサービス提供を心がけている。

■成果とその要因

IT営業ツールは、印刷物やWebサイトでは公開できない内容を込めることができ、新たな営業スタイルにつながるものとして注目されている。ブランドブックや自分史(社史)は、企業の製品や経営者の人柄、社会貢献活動をわかりやすく伝える媒体として評価されており、雇用拡大につながることも期待されている。顧客の立場から「ひとの想い」を伝えることを基本に、十分な時間をかけて制作していることが成果の大きな要因といえる。



タブレット「だれでも営業ジョーズ」、ブランドブック、自分史

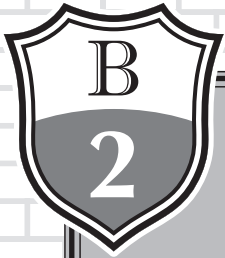


SNSツール YouTube公式チャンネル、公式ライン



Point

印刷・広告業界のIT化という環境変化に対応し、新たな営業ツールやWeb・SNSなどの活用、企業のブランド価値を高め、経営者の想いを伝える媒体を制作していること。



ITを活用した収集運搬業務管理で地域とつながる

安達収運業協同組合

住 所	〒 969-1301 福島県安達郡大玉村大山字北新田 28 番地 1		
U R L	—		
設 立	令和元年6月	主 な 業 種	一般廃棄物収集運搬業
組 合 員 数	7人	出 資 金	3,500千円

■背景・目的

組合が収集運搬業務を行う地域では近年、人口や世帯数の増加に伴いゴミの量が増え、収集時間の遅延や収集漏れが課題となっていた。また、受注の可否が不安定な入札制度により委託先を決定しているこの地域において、組合員企業がより安定的に仕事を受託できるような付加価値を生み出す必要があった。

このような課題を解決すべく、地域の同業者が集まって組合を設立し、業界では全国的に先進的な取り組みである業務車両管理システムを導入した。

■取組みの手法と内容

理事長がリーダーシップを取りつつ、組合員企業7社が共通の目標に向かって団結し、連携を取りながら組合を設立、業界において先進的な業務車両管理システムを導入した。

このシステムにより、地域の約1,500か所のゴミ収集ステーションの位置やGPSを搭載した各業務車両の現在位置と移動・収集履歴を可視化した。ブラウザベースのクラウドシステムであることから、組合員企業はもちろん、組合と委託元の行政もパソコン上からリアルタイムに閲覧することができる。

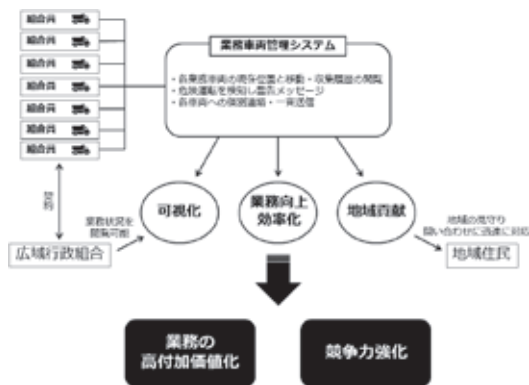
このシステムは運転中に速度超過や急加速・急減速等を検知すると警告メッセージが流れ、ドライバーに安全運転を促すことができるだけでなく、組合員企業は各車両の運転の傾向や危険挙動発生場所を集約したヒヤリハットマップを確認することができるため、事故の発生率も抑えることができる。さらに、行政からの要望があれば、出発時間等のデータからそのまま日報を作成することもできるため、従業員の負担軽減や業務効率化にもつながっている。

また、このシステムを利用したメールでの連絡も可能なため、リアルタイムで業務状況の把握ができるだけでなく、例えば行政と連携して行方不明者の捜索や道路の異常報告等、地域に根差した支援を行うこともできる。

■成果とその要因

このシステムの導入により、行政は地域住民からの問い合わせに対し迅速に回答・対応でき、組合員企業は各ゴミ収集ステーションでの確実な業務状況を確認することができるようになった。

また、大玉村とは令和元年10月、業界では珍しい地域安全連携協定を締結。他の地域についても協定締結に向け準備を進めている。



車両毎の収集済ステーションの位置と走行履歴のデータ



組合員企業が共通の目標に向かって団結・連携し、業界において先進的な業務車両管理システムを全国に先駆けて運用することで、目標達成のための大きな原動力となった。



クラウドファンディング実施でコロナ禍の組合員を支援

茨城県ホテル旅館生活衛生同業組合

住 所	〒310-0021 茨城県水戸市南町二丁目5番24号 榎澤本店ビル4階C号室		
U R L	http://www.ibaraki-yado.jp/		
設 立	昭和40年1月	主 な 業 種	旅館業・ホテル業
組 合 員 数	381人	出 資 金	1,676千円

■背景・目的

インバウンド需要で好調に推移してきたホテル旅館業界であったが、コロナ禍により休館を余儀なくされる組合員も出るなど危機的状況に陥っていた。この状況に危機感を持った青年部は、行政の支援を待つだけでなく自らで打開しようと決意した。そこで、青年部は組合でクラウドファンディングを実施して組合員を支援することを提案し、理事会の決議を経て実施を決定。また、支援者には県内の宿泊施設利用を通じて茨城の魅力を多くの人に伝えることとした。

■取組みの手法と内容

まず、青年部でクラウドファンディングのスキームを固めたうえで、全組合員に希望調査を行ったところ、手数料を負担することに抵抗を感じる組合員がいた。そのため、クラウドファンディングの支援方法として支援者が希望する宿泊施設を選択して、購入(支援)金額の10%を上乗せした宿泊旅行券をリターンする購入型のほかに、リターンなしの寄付型を導入した。寄付型の支援金から運営費用を賄い、賄えなかった分は青年部の予算から支出することとして、組合員は実質参加費用無料の仕組みを構築したことで参加組合員が増加していった。

クラウドファンディングは、令和2年5月18日から6月30日の期間で募集し、コロナ禍での旅館業・ホテル業の救済だけでなく、「宿泊施設の利用を通じて茨城県の魅力を多くの人に伝えたい」という想いを込めた。また、茨城県のサポートを受けてプレスリリースを行ったことでメディアに多数取り上げられた。結果として、県内外からの支援の動きが広がり目標金額を上回る支援を得ることができた。最終的に運営費用は寄付分で賄うことができ、残金は参加組合員すべてに均等割りして配分した。

支援者の多くは県内在住で組合員企業を利用した経験があり、参加組合員は足元のお客様を大切にすることの重要性に改めて気づくことができた。

■成果とその要因

獲得目標金額を上回ることであった要因としては、組合員の想いに支援者が共感し、青年部が実行部隊としてスピード感をもってすべての業務を遂行したことがあげられる。また、個々のホテル・旅館での取り組みではなく組合全体で実施したことで、組合員が組合の意義を再度確認することができ、今後の組合活動に向けて大きな経験となった。



クラウドファンディングサイト



応募(支援)方法



Point

行政の対応を待たずに自ら苦境を打開すべく、クラウドファンディングに挑戦した青年部の情熱とスピード感が、キーファクターといえる。



イベント中止の危機をインターネット販売で組合員救済

笠間焼協同組合

住 所	〒309-1611 茨城県笠間市笠間2481-5		
U R L	http://www.kasamayaki.or.jp		
設 立	平成3年7月	主 な 業 種	陶磁器製品製造及び販売
組 合 員 数	157人	出 資 金	33,400千円

■背景・目的

笠間の陶炎祭(ひまつり。以下「陶炎祭」という)は、当組合主催で毎年ゴールデンウィーク期間中に開催し、県内外から50万人以上が訪れる茨城県を代表するイベントである。200人以上の組合員らが作品の販売を行い、出店者にとっては大きな収入源となっている。しかし、令和2年は新型コロナウイルスの感染拡大により開催が延期(後に中止)となったため、出店予定であった組合員らの収入の確保を図るためにも、インターネット版陶炎祭としてインターネット販売を行うことで組合員を救済するとともに、笠間焼の魅力を全国に発信することとした。

■取組みの手法と内容

陶炎祭の開催延期に伴い、出店予定者とその他の組合員全員に新型コロナウイルスと陶炎祭延期に伴う影響についてアンケートを実施したところ、組合に販売機会の確保等の救済を求める声が多く寄せられた。そこで、インターネット版陶炎祭として「笠間うつわ商店」と名付けたインターネット販売を行うことを理事会の決議を経て、実施を決定した。

理事長が責任者となり、青年部を中心にインターネット販売サイトの構築から運営、商品発送まで一貫して担当。インターネット販売には、123名の組合員らが出店し、5,800点(1,400種類)を取り扱ったほか、笠間焼並びに作家の魅力発信のため出店者の略歴等の紹介ページも作成した。

また、運営資金の確保が大きな課題であったが、長年の信頼・協力関係により笠間市から補助金を受けることができた。プレスリリースを駆使して多くの取材を受け周知されたこともあり、県内外に笠間焼の現状を発信し同取組みをPRし続けた。

売上高は目標金額を上回り、購入者分析では茨城県内が3割で県外が7割に上るなど、笠間焼が県外にも広く浸透されたことが確認できた。新型コロナウイルスの収束の見通しが立たないなかでインターネット販売の随時開設を検討しており、今後も笠間焼の魅力発信と組合員らの販売機会の確保に取り組んでいく。

■成果とその要因

青年部と理事のスピード感ある対応が大きな成功要因となった。また、笠間焼の魅力を全国に発信するために、単に商品を陳列するサイトではなく、芸術の観点からインターネット販売サイトのビジュアルにこだわった。プロの写真家に陶器を撮影してもらい、サイト画像はもちろん、オリジナルリーフレットを作成して購入者に同封するなどして笠間焼の魅力発信に努めた。



笠間うつわ商店 イメージ



笠間焼



Point

これまでの陶炎祭を通じての顧客構築、市との良好な関係に加え、組合の使命感とスピード感ある対応が、インターネット販売の成功につながったと言える。



営業力強化とめっき業界の発展のためIoTに取り組む

埼玉県鍍金工業組合

住 所	〒331-0811 埼玉県さいたま市北区吉野町二丁目222番地7		
U R L	http://saitamamekki.com/		
設 立	昭和41年4月	主 な 業 種	電気めっき業及びその他の金属表面処理業
組 合 員 数	70人	出 資 金	15,000千円

■背景・目的

- A. 「埼玉めっきサーチサイト SMSS」…組合員が問合せ内容に対応できず断ってしまうケースがあり、営業力強化・新規開拓を目的として顧客・組合員企業間でマッチングを行える検索サイトを立ち上げることとした。
- B. 最新型の工場排水分析装置の導入…分析装置の老朽化や専従の分析員が1人で対応しているため、工場排水受け入れ～分析の計量証明書の発行に時間を要しており、排水の分析時間やフィードバックの迅速化を目指している。

■取組みの手法と内容

- A. 顧客が求めるめっき技術など条件に合致する組合員企業との高精度なマッチングを行うため、総務委員会が中心となって検索サイトを立ち上げ、①「埼玉めっきサーチサイト SMSS」の利用方法 めっきに関する情報提供、②めっきの用途紹介(機能・工業用めっき、防錆めっき、装飾めっきの説明)、③検索機能(a.めっき約100種類 b.素材約30種類 c.形状約10種類から選択)の3項目を盛り込んだ。

この取組みは、上部団体の全国鍍金工業組合連合会において事例紹介として取り上げられ、業界初の取組みということもあり反響があった。更に利便性の高い検索サイトにするために検討を重ねて、組合員がメリットを感じられるサイトを目指す。

- B. 工場排水の分析時間・フィードバックの迅速化や分析員の負担軽減及び組合員の利用促進を図るため、環境委員会が中心となって検討を重ねて最新型の分析装置を導入した。また、スマートフォン等と連動した管理(IoTによる分析自動受付や分析結果の即時フィードバック)及びAI化によるデータ集積、分析加工(分析結果の経年管理や各分析項目の最適化情報の見える化・提供)等を可能としたシステム開発も併せて行った。

組合員が必要とする全ての分析項目に対応できるよう、本格稼働に向けて最終調整中である。

■成果とその要因

- A. 各社の企業情報や特長を掲載して顧客が条件を指定して検索できるようにしたことで、条件に合致する組合員企業との高精度なマッチングが可能となった。アクセス数や問合せ件数も増えており、受注に結びついた実績も出ている。より見やすい検索サイトにするために、試行錯誤を繰り返して情報を更新したことが功を奏した。
- B. 最新型装置の導入により、スマートフォンやタブレットと連動した管理及びAI化によるデータ集積、分析加工等を可能としたシステム開発も併せて行うことで、分析時間・フィードバックの迅速化や分析員の負担軽減及び組合員の利用促進が図れた。



埼玉めっきサーチサイトSMSS



原子吸光光度計



紫外可視分光光度計



Point

営業力強化に繋がる検索サイトの構築や最新型の分析装置導入に併せて、IoTを活用したシステム開発を行い、付加価値のある先進的な取組となった。



お家で楽しく健康に スタジオ体験をオンラインでお届け

ナチュラルボディ企業組合

住 所	〒262-0033 千葉県千葉市花見川区幕張本郷1丁目4番33号 ウィステリアビル202号		
U R L	https://aluce-body.com/71296/		
設 立	平成27年5月	主 な 業 種	スポーツ・健康教授業
組 合 員 数	5人	出 資 金	600千円

■背景・目的

コロナ禍の影響で退会や休会が相次いで発生。インストラクター業は休業要請の対象業種となり、ひと月の売上が完全に蒸発した。事業継続が危ぶまれる中、理事長は感染拡大防止と事業再開への意思を組合員に明言。非対面型のオンラインレッスンの実現に向け、休業期間中にZoomによる配信テストを行い、無料配信を通じて退会者の増加に歯止めをかけた。

■取組みの手法と内容

オンラインレッスンの実現に向けて、緊急事態宣言が発せられた4月の早い段階から、インストラクター同士による配信テストを行った。スタジオの休業で5月の売上はゼロにもかかわらず、当月中は無料で配信し、スタッフ・顧客ともにオンライン環境に慣れるための助走期間を設けた。

対面の教授経験しかないインストラクターにとっては、画面越しに行うレッスンには戸惑いがあり、サービス品質の確保など不安は尽きなかったが、まずはインストラクター同士で相互に確認しながら、プログラムを練り上げていった。さらに、顧客側でもZoomを使ったレッスンに抵抗なく移行できるよう、実演による「Zoomの使い方動画」を作成・配信し、事業基盤の下地づくりを行った。この効果は殊の外大きく、顧客同士の口コミで「簡単にできる」という評判が広がり、配信スタートから程なくして会員の約7割に浸透させることができた。

事業化に向けては、理事長を中心にスタジオ運営と集客・宣伝活動で担当理事を分け、全体の意思決定と情報共有を迅速にしたことが奏功した。オンライン化の恩恵としては、スタジオの場所や定員等の制約がなくなり、顧客の間口と裾野の拡大につながったことである。現在は、オンライン会員の増加を図るとともに、スタジオもソーシャルディスタンスを保てるように改装するなど、withコロナを見据えた動きへとシフトしている。

■成果とその要因

無料配信によるお試し期間を設け、既存顧客へのフォローを行うと同時に、教授スキルの向上やプログラムの磨き上げを行った。また、エルダー層の顧客を念頭に「Zoomの使い方動画」を作成し、顧客側でのエンタリーの敷居を下げたことで、早期の事業化が図られた。さらに、千葉市習い事キャンペーンなどの公的施策を積極的に活用することで、新たな顧客との接点も生まれ始めている。



改装後のラルーチェボディスタジオ
(ソーシャルディスタンス対策で運動スペースを
拡張リニューアル)



スクールママピラティスのレッスン風景
(産後ママの不安定な心身の健康をサポート)



オンライン中継のーコマ
(ピラティスのレッスン中)



Point

事業継続の決意を梃子にメンバーの熱意と創意が結実。オンラインに合った教授スキルの向上、配信ノウハウの蓄積、顧客側の敷居を下げるひと工夫で早期の事業化を実現した。



組合員情報共有ネットワークによる顧客満足度向上実現

山代温泉通り商店街振興組合

住 所	〒922-0254 石川県加賀市山代温泉温泉通31番地4		
U R L	https://www.yamashiro-spa.com/		
設 立	平成元年1月	主 な 業 種	小売業・サービス業
組 合 員 数	41人	出 資 金	890千円

■背景・目的

北陸新幹線開業以来、観光客は増加傾向だが、各組合員の取扱商品、営業時間や販促情報等が共有されておらず、顧客利便性や満足度向上が課題だった。無料Wi-Fiによる観光アプリで、商店街全体及び各組合員の情報提供を行っていることから、各組合員の情報を共有・提供するためのネットワークを構築し、顧客利便性や満足度向上を実現することを目的とした。

■取組みの手法と内容

事業委員会を立ち上げ、調査内容や方法等についての検討を行った。組合員間ネットワーク構築に向け組合員調査、来街者調査を内容とするフィージビリティ・スタディ事業を実施した。この事業の成果を活用し、組合員間ネットワークの試作開発、テスト及び評価を行った。事業成果を周知し、成果獲得に向け組合と組合員が一体となって取り組むことを目的として、成果普及報告会を開催後、開発したネットワークシステムの運用を開始した。組合員が個々の情報を入力するシステムは完成しているが、新型コロナウイルス感染症拡大への対応を優先しており、情報共有は今後順次進める予定である。

事業準備期において、組合員の一部は高齢で、ITに関する知識や経験が乏しいため、当該事業による組合員間ネットワーク活用に不安を持っていたが、組合執行部を中心に、ネットワーク活用に関する説明会や個別サポートを十分に行う旨を説明し、理解・協力を得た。業界側委員かつ事業委員長であり、商店街におけるIT活用を推進してきた理事長がキーパーソンであり、商店街情報ネットワーク開発のきっかけとなった、観光アプリ開発者である専門家委員と緊密に連絡を取り、二人三脚で事業を推進した点に最大の特徴がある。

■成果とその要因

本格的な運用は今後の課題だが、観光客と組合員のニーズに合致した情報提供ネットワークシステムが開発できたことで組合業務は効率化された。

前理事長、理事長をはじめ、アイデアマンが多く、実現が難しいと思われるアイデアでも、「できない理由を考える」のではなく「できる方法を考える」という組織風土が、当該事業の成果獲得に大きく寄与している。



事業委員会の開催



ネットワークシステムの組合員情報入力画面



Point

先取の組織風土を活かして組合員間ネットワークシステムを構築。各組合員の取扱い商品、販促情報等をタイムリーに提供することで、来街者の利便性と満足度向上を実現する。



若手労働者の雇用ツールに動画を作成し、YouTube 配信で閲覧数大幅アップ

協同組合鳥取県鉄構工業会

住 所	〒682-0017 鳥取県倉吉市清谷2丁目68 パレットハウスI 105号		
U R L	https://tekkou-kogyoukai.com/		
設 立	平成4年10月	主 な 業 種	機械金属製品製造業
組 合 員 数	15人	出 資 金	3,000千円

■背景・目的

令和2年当時は、組合員各社とも事業が活発化していたにも関わらず、高齢化が進み、若手人材の不足が大きな課題となっていた。また雇用を期待するターゲットの若年者には鉄構業界の認知度も低く、新たな手法でイメージアップを図り、雇用に繋がる活動が課題となった。そのため組合全体の人材確保事業として取組みを考えた。

■取組みの手法と内容

動画作成について理事会等で検討を進める中で、鳥取県中央会より「人材確保PR支援事業」の活用アドバイスがあり、検討委員会を立ち上げた。

動画の構成には、映像の専門家からインパクトのある映像で分かり易い内容、従業員等が出演することが受け入れやすいというアドバイスを受けながら、人材募集と企業紹介の二面性をもってドローンによる組合員工場の全景紹介、従業員のインタビューによる職場環境や仕事の内容紹介等を行った。またハローワーク等の求人掲載にも若年者が気軽に企業の動画が見えるようにHPのURLを掲載したことが「求人企業の可視化」にも役立った。若者の利用度が高く話題性のあるYouTubeを活用して配信したことにより、従前に比較して格段にHPの閲覧件数が増え、月間200件以上となった。

従来、ハローワークや求人誌に求人広告等を出しても反応が薄く応募に至らなかったため、若手の求人者に向けた求職内容や職場環境、従業員の生の声を掲載するなどの作成の工夫が閲覧数増加につながり、動画が若者に受け入れられている確信が得られた。地域の工業高校にも作成した動画をDVDにして配付し、学校から好評を得ている。これらの取組みにより組合員各社の従業員は、見たことがなかった同業他社と自社を比較することが出来、自社の職場改善意識と業界の重要性の理解につながった。

■成果とその要因

現在の若年労働者を確保するには、紙ベースではなく、動画や映像をみて理解、納得してもらう手法が受け入れられやすいことを確信した。YouTubeの閲覧件数の大幅増加が物語っているが、昨今のコロナ禍により職を失った人たちの求職時に今回の動画が受け入れられ、多くの応募につながることを期待している。



業界PR動画YouTube発信



検討委員会を立ち上げ映像内容協議



Point

若年者の人材確保に動画を利用し、YouTubeによる配信を行ったことである。動画に抵抗がなく、閲覧することに興味を持っている若者層に受け入れられている。



インターネットを活用した組合員の取扱う中古自動車オークション事業

島根県中古自動車販売商工組合

住 所	〒699-0822 島根県出雲市神西沖町800番地1		
U R L	http://www.ju-shimane.com/		
設 立	昭和53年12月	主 な 業 種	自動車卸売業
組 合 員 数	93人	出 資 金	33,870千円

■背景・目的

当組合では、中古自動車のセリ市場「オートオークション」の会場に会場に来場した人のみが参加できる直接参加方式を行っていたが、出品側から見ると落札価格が全国相場より廉価であるとの不満があった。一方で落札側からはネットを利用した効率的なセリ参加による仕入れをしたいとの要望があり、双方の要請に応えるシステムの構築が喫緊の課題であった。

■取組みの手法と内容

従来の方は非常に閉鎖的であり、このような事業展開は将来的に必ず限界が来ると予想していた。その打開策として、全国各地の中古自動車販売業者がセリに参加できる様なシステムの構築を目指すこととなったが、システム構築の経費負担が多額になることが懸念事項であった。しかし、島根県中小企業団体中央会より中小企業組合等課題対応支援事業（組合等情報ネットワークシステム等開発事業）補助金の紹介を受けたことを切っ掛けに事業の実施を決定した。

本事業の基本計画の根幹をなすものとしては、第1に組合員が出品した中古自動車が全国からのセリ応札で全国相場として販売されることにより、出品店側の利益確保を考慮すること、第2に組合員は小規模経営者が多く、自店を留守にしてオークション会場まで足を運ぶ事が非効率であり、会場に赴かずとも自動車オークションのセリに参加・落札ができる様に、落札店側の利便性の向上を考慮したシステムを構築した。

また、オークションに出品される車両や参加する会員情報のメンテナンス、オークションにて落札された車両の出品店と落札店などの取引管理を全てシステム内で対応可能とし、落札に至らなかった車両については内部の出品データを用いてそのまま外部サービスにて使用・出品できるようになったため、作業工数の低下や販売機会の増加にもつながった。

■成果とその要因

出品側は中古自動車が全国相場で取引されることで利益確保につながり、落札側の組合員にとってはインターネット回線を通じて参加することが可能となったために利便性の向上につながった。その結果として売買成約比率が向上し、事業実施当初は出品台数の6割弱の購入だったが、現在では約8割を占める様になった。



オークション風景



オークション画面



Point

組合員の利益確保・利便性の向上に向けて取り組んだ結果、組合事業としての付加価値が向上し、加入促進に取り組む上での大きな魅力が生まれた。



IT導入サポート 利便性高い低コストクラウドシステム

佐賀県貨物自動車事業協同組合

住 所	〒840-0034 佐賀県佐賀市西与賀町厘外1592-4		
U R L	http://www.sagakakyo.jp/		
設 立	昭和57年5月	主 な 業 種	道路貨物運送業
組 合 員 数	71人	出 資 金	98,080千円

■背景・目的

当時のOSのサポート期間終了により、基幹システムの切り替えが迫られる中、組合員においては情報システムへの対応に多額の費用がかかり、導入や移行ができない状況にあった。また、専門の人材がおらず、日常の運用に不安もあるなどシステムを十分に活用できていないことに対応すべく、利便性の高い低コストクラウドシステムを開発することとした。

■取組みの手法と内容

売上管理や備車管理をはじめ、経営分析やデジタコとの連動、スマートフォンを利用した作業状況の報告と荷主への荷物お問い合わせサービスの提供等、運送業に必要とされる機能をクラウドで提供する統合管理システム「そらうど」の開発と運用を開始した。まず、情報事業化委員会を設置し、基本方針、事業内容、実施スケジュール、組合員のニーズや問題点にマッチしたシステムを開発することを決定。開発、運用開始は、専務理事をリーダーとして、IT知識を持つ参与を中心に4名の事務局職員で対応し、利用者にはリモートで迅速丁寧に対応している。委託先と連携し、利用者からの要望を受けて、システムの改善に役立てる。

開発段階では、多様な組合員ニーズをアンケートや説明会を通して汲み取り、運用開始後も委託先と連携し、システムをバージョンアップ。重装備のシステムが多い中、運送業者の90%を占める小規模事業者をターゲットに、低コストで使い勝手の良いシステムを提供しており、多額の設備投資ができず、働く人も少ないという小規模事業者にとって力になっている。結果として組合事業の中でも、高速、燃料に次いで、情報が3番目の重要な事業の柱になった。

労働時間管理も厳しくなり、周囲の技術も発展、デジタルタコグラフやIT点呼等、業務関連のツールも進化した現在、無駄な機能を持たない、無駄なサービスは提供しない「そらうど」自体の機能、サービスの範囲を見直す余地もある。

■成果とその要因

「そらうど」運用開始で、組合員の業務効率化・コスト削減・収入増加が実現できた。クラウドシステムにより、使い続けられ、データの有効活用も実現。小規模事業者向けに使い勝手の良いシステムと迅速丁寧なサポートで、利用者も増加している。さらに周囲の技術を利用し易くすることで、必要な機能やサービスに特化したシステムへの進化を目指す。

IT、デジタル変革



そらうど導入企業…OSの切り替えと共にシステム導入。機能、組合のサポートで期待に応える。



そらうどホームページ…利便性高く低コストのシステム「そらうど」のPRのためのホームページ。



低コストで導入運用、使い続けられ、安心バックアップのクラウドシステム。組合員ニーズを捉えた開発と迅速丁寧なリモートサービスを、組合員の協力、支援者との連携で実現。



もやしの受注予測並びに歩留まり評価システムの開発

大分もやし協業組合

住 所	〒879-7763 大分県大分市大字下戸次1534番地の1		
U R L	http://www.omk.or.jp/		
設 立	平成2年10月	主 な 業 種	もやしの製造・販売
組 合 員 数	4人	出 資 金	55,000千円

■背景・目的

もやしの生産計画における受注予測の算出は、熟練職員の経験則に依存していたが、熟練職員の高齢化によりそのノウハウの承継が大きな課題となっていた。また、もやしの評価と栽培環境に関するデータを蓄積していたが、相互にリンクしておらず、分析をするためITの活用を検討していた。

■取組みの手法と内容

当組合は、以前より理事長を中心に生産性向上のため、積極的にITを活用し、継続的に生産現場の改善に取り組んできた。そのような中、課題となっていた①もやしの受注予測のIT化、②栽培環境のデータと栽培されたもやしの評価データの分析について、2019年度中小企業組合等課題対応支援事業(組合等情報ネットワークシステム等開発事業)を活用し解決することとなった。

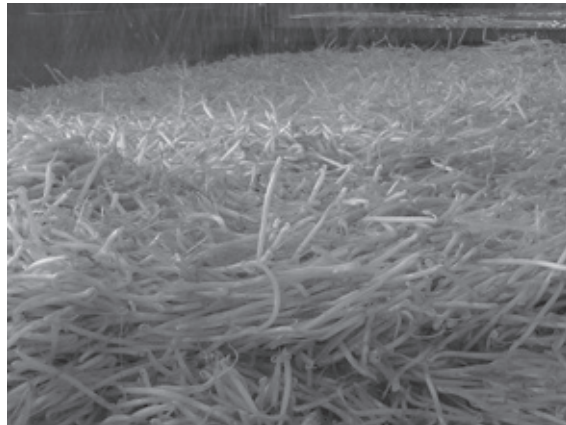
それぞれのシステムの開発について組織内外より意見を出してもらうため、外部からは食品製造やIT活用に詳しい専門家、内部からは組合の役員、製造部門の責任者を加え、委員会の組成を行った。この委員会は、事業期間中4回開催され、システム開発の各段階での進捗状況について確認すると共にシステムの内容を精査し、システムベンダー側に要望を伝えるという点で重要な役割を果たしている。

今回のシステムを組合員や組合職員一丸となって取り組んだことで、生産性向上に向けた取組みに関心を持ってもらうことができ、現場の改善活動に対する意識を育むことができたと考えている。また、各データをリンクさせ様々な視点から分析できるようになったことから、最適な栽培環境の確立に向け、データの蓄積・分析を随時行っていく。

■成果とその要因

受注予測システムの導入により、熟練者だけではなく誰でも受注予測が可能となった。また、歩留まり評価システムの導入により、もやしの品質評価と栽培環境を関連付けた栽培データを蓄積できるようになり、周年にわたる製品の安定化等徐々に成果が出てきている。

成功要因としては、以前より各種分析データを蓄積していたこと、内部・外部専門家による委員会とシステムベンダー側が相互に事業の内容を理解し、システム開発を進めてきた点である。



もやしの製造ライン



包装されたもやし



Point

IT化を進めるにあたり日ごろのデータの蓄積管理と、開発にあたっては内外の専門家等を活用し十分な協議を行うことで、現場に即したシステムの構築を行うことができる。



組合 Web サイトの物件掲載効率化及び情報発信強化

延岡日向宅建協同組合

住 所	〒882-0035 宮崎県延岡市日の出町2丁目1番地1		
U R L	https://www.n-takken.jp		
設 立	平成20年11月	主 な 業 種	不動産業
組 合 員 数	155人	出 資 金	9,300千円

■背景・目的

当組合は、組合で運営する不動産賃貸・売買のWebサイト「延岡日向いい住まい.com」を有しているが、「自社のWebサイトと組合運営Webサイトのそれぞれに物件を掲載するのは手間がかかる」という組合員の声が多く、そもそも自社のWebサイトを保有していない組合員も多数いたことから、物件掲載の効率化と情報発信強化を目的として事業に取り組んだ。

■取組みの手法と内容

当該取組みの大枠については、情報流通委員会より理事会に説明し、システム構築の詳細検討については、情報流通委員会(担当理事2名所属)へ一任することについて理事会の承認を得て実施した。

また、システム構築に係る設計や要件定義等は、情報流通委員会で検討した上でシステム会社へ業務委託を行い、試作・改良を重ねながら構築した。

なお、補助事業の活用については、中央会が積極的に組合(事務局)とシステム会社との間に入り、企画及び実施に関するサポートを行った。

実際のシステム構築にあたっては、システム会社より「予算内で当該システムを構築するためには、自社Webサイトを保有しない組合員の参加(システム会社を通じたWebサイトの新規作成)が10者程度は必要」との説明を受けたため、組合員への周知(FAX、説明会開催等)及び募集に苦労した。

構築したシステム等について、現在のところ組合員から特に不満等は出ていないが、組合として参加事業者の声を積極的に拾っている訳ではないため、今後は使い勝手や意見・要望等について定期的にヒアリングし、当該事業の改善に繋げていく必要がある。また、自社オリジナルのWebサイトを有する組合員についても、組合Webサイトへの物件掲載効率化の実現に向けた検討をしていくことが課題である。

■成果とその要因

当該事業の一環で新たにWebサイトを作成した企業については、統一入力フォームの活用による物件掲載の効率化及び情報発信強化が可能となった。

情報流通委員会、システム会社、組合事務局が役割を分担して当該事業に取り組むとともに、中央会が補助事業活用のサポートを行うことで、円滑な事業推進につながったと思われる。



延岡日向いい住まい.com



組合員専用サイト



組合員のニーズに基づき、情報流通委員会、システム会社、組合事務局が役割を分担して当該事業に取り組むとともに、中央会が積極的に事業推進のサポートを行ったこと。

その他の特徴ある活動

C

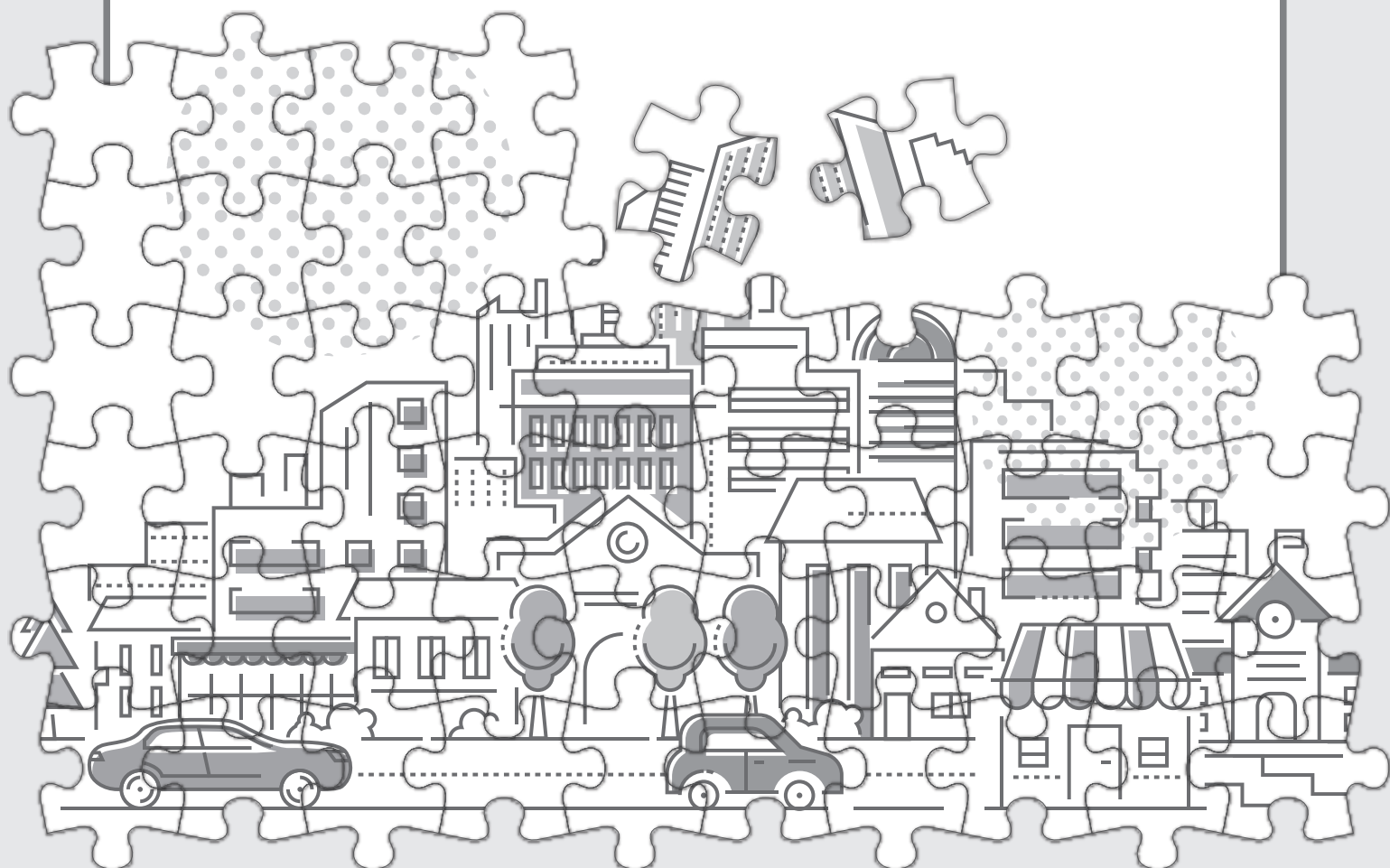
29事例

①高齢者・障がい者へのサービス展開

②地域資源の活用

③研修事業の強化

④その他





特徴ある活動 ～特徴分析とノウハウ活用のポイント～

マスノコンサルティング 代表/中小企業診断士・ITコーディネータ **増野 雅之**

近年、企業を取り巻く目まぐるしい環境変化により、顧客満足の向上、競合対策、自社資源の充実・活用等、様々な対応が迫られている。そのような中、組合に求められるニーズも多様化しており、活動内容や活動段階に応じた柔軟な取組みが必要とされている。

このことを踏まえ、本テーマで取り上げている29の事例を「高齢者・障がい者へのサービス展開」、「地域資源の活用」、「研修事業の強化」、「その他」の4つの視点で分類し、事例の紹介と活用ポイントを考察したい。

1. 高齢者・障がい者へのサービス展開

社会の成熟化が進展する中で、社会的弱者である高齢者や障がい者へのサービスを展開し、社会的課題への解決に取り組むケースが見られる。

秋田県シニアライフ協同組合(秋田県、C-3)の事例は、高齢化率が全国1位である秋田県における「終活」をテーマとした異業種連携組合の活動である。ワンストップ無料相談窓口の開設やセミナー開催により、県民の終活に対する不安の解消に繋げている。秋田県長寿福祉課や地域包括センターと連携し、各所で対応できない案件の受け皿的機関となっており、行政からの信頼を得て一定の受注に繋げていることは評価される点である。

ながさき福祉事業協同組合(長崎県、C-26)の事例では、介護が必要で個人旅行が難しい高齢者や障がい者を対象に県内の介護付き旅行サービス「ユニバーサルツーリズム」を展開している。組合員が医療関連、介護関連、福祉関連の事業者で組織され経営資源を相互補完しながら、それぞれの専門性を発揮している点は参考にした点である。

高齢者・障がい者へのサービスはQOL（生活の質）の向上に対する支援といった側面が大きいため、サービス拡張性は高く事例のノウハウの移転にあたっては、あらゆる分野の事業者の参画を探りつつ、他の組織とも連携しながらサービス展開を検討することが望ましい。

2. 地域資源の活用

地域やその組合の保有する資源を活用し、業界の活性化や地域貢献、さらには組合収益の向上に取り組むケースが見られる。

東京都洋傘組合(東京都、C-9)、**黒川温泉観光旅館協同組合(熊本県、C-28)**は製品・サービスの展開にあたり、クラウドファンディングを活用した商品開発、販売促進の資金調達を行っている。組合や組合の商品・サービスについては既に一定の認知はされているものの、新たな顧客の獲得や地域社会への貢献、環境への配慮等に向けて果敢に取り組んでいることは注目すべき点といえる。

和歌山県木炭協同組合(和歌山県、C-20)、**井原被服協同組合(岡山県、C-21)**の事例では、「紀州備長炭」のブランドイメージアップや「井原デニム」のブランド力向上のため、地域団体商標を取得し、地域の名産として国からお墨付きをもらうことで取引の際の信用力の向上や商品・サービスのブランド力の増大に繋げている。また、**会津山塩企業組合(福島県、C-4)**では、組合の開発製品である山塩を基準通りに使用している事業者認定シ

ルを発行するなど、自らが認定制度を設けブランド浸透に努めている。

また、この他の事例にも事業の広告塔となる大使の委嘱による販売促進や製品・サービス開発にあたって異業種の事業者とのコラボレーションによる取組み等、地域資源を活用した様々な手法による展開が見られる。

事例ノウハウの移転にあたっては商品開発や販売促進の個別の手法の活用ありきではなく、マーケティングにおける全体の戦略を事前に構築しておくことが必要と思われる。

3. 研修事業の強化

組合員単独では困難な業界発展に必要な人材育成を、共同研修を企画、遂行することで取組むケースが見られる。

神奈川県医療福祉施設協同組合(神奈川県、C-10)の事例では、組合内に委員会を設置し研修の企画段階から委員会で作くり込みを行い、研修内容やスケジュール、講師選定までを手掛けている。また、現場で働く全員の認識共有からの長期的な期間を前提とした研修であり、研修を実施する中で運営メンバーも育成していく点は参考にしたい。

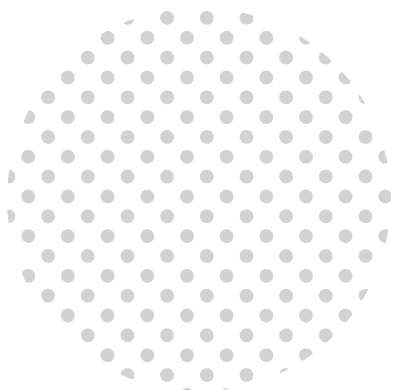
山梨県印刷工業組合(山梨県、C-13)の事例では、研修終了後に成果を図るべく公的資格の認定試験の受験を実施している。研修結果の見える化と参加への意欲や緊張感を与える仕組みは、研修成果を高めるポイントと考えられる。

事例ノウハウの移転にあたっては、研修の内容や手法のみならず、中・長期的な視点で事業を構築、浸透させることが必要と思われる。

4. その他

その他として共同施設の環境改善、PRによる取扱高の確保や酪農の組合が主体となり系統外出荷による独自の販路開拓へ取り組むケース等が見られる。

事例のノウハウの移転にあたっては、自らの組合の事業環境を踏まえつつ、客観的な視点を担保すべく外部の支援やノウハウ取り入れながら事業を展開することが重要と考えられる。





共同施設の通年稼働に向けた寒冷期燻蒸業務の確立

小樽倉庫事業協同組合

住 所	〒047-0008 北海道小樽市築港5番4号		
U R L	—		
設 立	昭和46年12月	主 な 業 種	倉庫業
組 合 員 数	8人	出 資 金	165,000千円

■背景・目的

我が国の食糧政策の変化による、政府所有米麦の備蓄方法の変更や米販売業務の包括的民間委託の開始に伴い、米の保管料金単価が大幅に下落するなど様々な問題に直面していた同組合は、平成30年に組合所管の低温倉庫が北海道唯一の燻蒸倉庫に認定されたことを受け、今後大幅な需要の増加が見込まれる中国向け輸出精米に通年対応することで、共同倉庫事業の活性化に取り組むこととした。

■取組みの手法と内容

燻蒸倉庫の稼働は、中国でもっとも米の需要が高まる春節(旧正月)に向け10月から翌年2月にかけてピークをむかえる。しかし、北海道はその時期寒冷期にあたり、既存施設では燻蒸温度の要件である庫内温度を12度以上に保つことが難しく、安定した燻蒸作業の実施に苦慮していた。そこで、中央会の独自事業である課題解決型組合集中支援事業を活用して新たに電気式暖房機1台を導入し、倉庫の通年稼働を可能にする体制を整えた。

この施設環境の改善がきっかけとなり、情報交換を始めとした行政や受託先との連携の緊密化が進み、「複数の荷主の荷物を一括燻蒸する」ことによる助成制度の活用が可能になった。燻蒸倉庫のより効率的な運用が図られるようになったことで、低温倉庫事業の収益構造にも変化をもたらしている。

事業推進に当たっては、組合の低温倉庫事業を統括する事業部長が導入計画の策定から受託先との折衝まで一元対応。倉庫事業に精通した組合担当者が窓口となり、組合員の稼働状況に応じて逐次燻蒸業務を割り当て、進捗管理を徹底しているため、燻蒸米出入庫の回転率も大幅に向上した。

今後は、燻蒸作業の安定性と効率性を高めるとともに、「北海道で唯一の中国向け輸出精米燻蒸倉庫」として北海道内外に広く優位性をアピールし、取扱数量の安定確保を目指していく。

■成果とその要因

低温倉庫事業全般を組合が統括したことで、迅速かつスムーズな取組みの展開につながり、現在は、毎月50トン前後の安定した取扱量を確保している。一方、中国への輸出を巡る状況は、国の施策方針や国際情勢の変化に大きく左右されるため、関係する行政機関や受託先とのさらなる連携強化を図り、安定した事業継続につなげていくことが期待される。

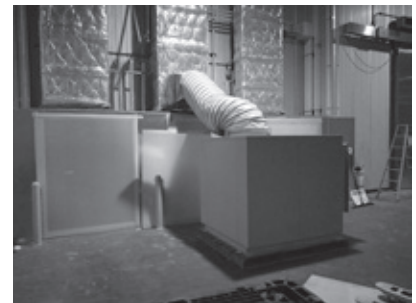
特徴ある活動



サイロ外観



燻蒸倉庫内部



導入した電気式暖房機



Point

組合執行部のリーダーシップの下、先細り傾向にある倉庫業界への危機意識を共有し、事業計画と将来の展望を明確化したことがスピーディーな事業推進につながった。



生乳の系統外出荷を行う酪農家が組織化し販路を確立

協同組合GROW夢

住 所	〒028-4423 岩手県岩手郡岩手町大字土川第4地割91番地6		
U R L	—		
設 立	平成30年6月	主 な 業 種	酪農業
組 合 員 数	9人	出 資 金	3,500千円

■背景・目的

岩手町を中心とした地域は、全国有数の酪農県である本県の中でも特に生乳の生産が盛んな地域である。昭和40年代以降、酪農家のもとで生産された生乳の多くが指定生乳生産者団体(系統)を通じて販売されてきたが、その中でも独自の販路を開拓し、平成24年頃から系統外出荷を行ってきた酪農家のグループが、安定的な生乳供給と交渉力や信用力の向上を図るため、協同組合を設立した。

■取組みの手法と内容

平成28年にグループ内で組合設立の構想が持ち上がり、平成29年4月には中央会に相談し、本格的な検討を開始。発起人会では、組合設立の目的や設立後の目標等について時間をかけて議論を重ねた。また、系統外出荷を行う酪農家による組織化として北海道に同様の事例があったため、この取組みを参考に、事業の実現可能性等について検討。生乳の販売は、組合が組合員の酪農家から買い取り一括して販売する方法とし、これまで外注していた出荷作業については組合にて実施することとした。

こうした方針を踏まえ、卸売事業者や乳業メーカーと事前に交渉。設立後は、個別の酪農家に代わって組合が卸売事業者と販売契約を締結。生乳の集乳及び乳業メーカーへの輸送に必要となるミルクローリー車やドライバーの確保など、出荷体制の整備を進め、設立から間もなくして乳業メーカーへの供給を開始した。2年度目には輸送の効率化を図るため大型のミルクローリー車を導入し、ドライバーも増員。販売先の卸売事業者や乳業メーカーとは、定期的に情報交換を行い、市場の動向や製品の販売状況、生産見通し等について把握することで円滑な生乳供給に努めている。飼料価格の高騰に伴う生産コストの増加や産地間競争の激化など、酪農家を取り巻く環境が厳しさを増す中、今後は、オリジナル商品の開発やブランド化を進め、生乳の高付加価値化により、差別化を図るとともに競争力を高めていく計画である。

■成果とその要因

設立段階では、組合の立ち上げを急がず、目標の共有やビジネスモデルの構築など、先行事例を参考にしつつ、本質的な部分の検討に時間をかけた。設立後は、出荷と販売を一元化するとともに、組合が対外的な窓口となり卸売事業者や乳業メーカーと密接に連携。需要を先読みし安定供給を実現。交渉力や信用力が強化されたことにより出荷量の増加、販売価格等の取引条件の改善にもつながっている。



組合から出荷された生乳を使用した製品



組合が導入したミルクローリー車



組織化により生乳の出荷と販売の機能を一元化。
需要を先読みし迅速かつ安定的な供給を実現することで販売ルートを確立。



異業種連携による「終活」のワンストップ総合サービスの提供

秋田シニアライフ協同組合

住 所	〒010-0001 秋田県秋田市中通二丁目5番1号 クロッセ秋田		
U R L	http://www.shukatsu-akita.com/		
設 立	平成28年1月	主 な 業 種	異業種(終活に関連する業種)
組 合 員 数	17人	出 資 金	6,850千円

■背景・目的

「終活」とは、人生の終焉を考えることを通じて、自分を見つめ、今をよりよく自分らしく生きることである。秋田県は高齢化率全国1位であり、「孤独死」や「おひとりさま」、「相続」や「お墓」等の様々な社会問題が起こっている中で、異業種の事業者が「終活」というテーマのもとに一つとなり、生きることの楽しさや後悔のない準備に向けての相談・支援をしながら、秋田県の発展にも寄与していくことを目的に平成28年1月に組合を設立した。県民の終活への不安に対してワンストップ窓口相談やセミナーを開催し、「終活を文化」として根付かせるべく活動している。

■取組みの手法と内容

秋田駅前に「あきた終活支援センター」を開設し、終活に関する相談をワンストップで受け付けている他、終活セミナーや終活ツアー、終活カフェ等を開催している。窓口では相談員3名が終活に関する相談を受け、問題解決のための専門家や専門業者(組合員)を紹介している。

組合設立当初から、秋田市長寿福祉課や地域包括支援センター等と連携し、終活に関する相談のうち各所で対応できない案件を当組合にて受け付け対応するという流れが確立しているため、行政等からの信頼も厚く、一定の受注量を確保している。秋田市から依頼を受け開催したセミナーの受講者を通じて、町内会や各種団体からのセミナー開催依頼を受ける等、波及効果も大きい。

■成果とその要因

宣伝広告や各種イベントの開催により認知度が向上し、相談件数も設立初年度205件から2019年度827件と増加したことで、設立2年目まで赤字であった組合の収支も3年目以降黒字に改善された。組合員企業の受注増加にもつながっている。

今後、窓口相談対応能力と満足度向上を図るため、電話での事前相談にてヒアリングを詳しく行い、初めての窓口相談ですぐにお悩みの専門家が同席し、スピーディーな解決を目指せるよう、工夫を図っていく。

また、令和3年1月に秋田駅前の秋田版CCRC※クロッセ秋田へ移転。同年2月のプレオープンを経て秋田駅前での本格的な無料相談を展開し、相談件数の増加と更なるサービス向上を目指している。

※CCRCとは「Continuing Care Retirement Community」の略称で、高齢者が健康な段階で入居し、継続的なケアを受けながら終身で暮らすことができる生活共同体のことを指している。

特徴ある活動



対応できるサービス事例



セミナー開催の様子



「終活」というテーマのもと異業種が連携して組合を設立し、窓口での丁寧なワンストップ支援を実現したことで、相談者のお悩み解決と組合員の業務受注を確保している。



伝統的な製塩の復活とブランド化による地域貢献

会津山塩企業組合

住 所	〒 966-0402 福島県北塩原村大字大塩字太田2番地		
U R L	http://aizu-yamajio.com		
設 立	平成19年6月	主 な 業 種	塩の製造及び販売
組 合 員 数	10人	出 資 金	6,900千円

■背景・目的

平成17年、北塩原村や商工会のメンバーが中心となり、地域活性化のために商工会の村おこし事業によって、かつて地元で生業として行われていた製塩を復活させる事で事業を創出できないかと考えた。本来の製造方法である薪で炊き上げる製法を取り入れ、約2年間の試験製造実施を経て平成19年に地元の有志12名によって当組合を設立した。

■取組みの手法と内容

組合設立から暫くは製塩方法が定まらず、ほとんど利益の見込めない価格設定となったが、販売価格を変えずに製造効率を上げることにこだわり、少しずつ利益が出るようになった。それでも山塩製造の手間と時間は、他の製塩に比べ決して効率が良いとは言えないが、品質へのこだわりと販売価格の維持のため薪を使って炊き上げ、手作りにこだわった製法を取っている。

会津山塩の販売数は決して多くなかったが、こうした努力から全国でも珍しい山塩として、多くのメディアから取材を受けた。これにより人気に火が付き、多くの食品メーカーより会津山塩を使用した食品の開発及び販売を行いたいとの要望があった。

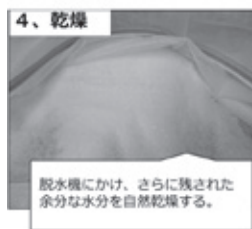
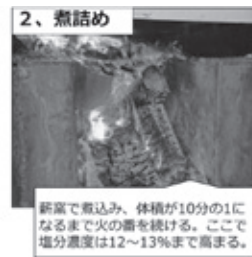
そこで、会津山塩を間違いなく使用している商品を、消費者から見分かりやすく区別するべく認定制度を設けた。正式に「会津山塩の使用と販売」を確認しあった事業所とは「覚書」を取り交わし、基準どおりに「会津山塩」が使われている商品には「認定シール」が貼られている。認定制度実施後、現在までに80件以上の認定数となり、会津山塩のブランド化によって数々のヒット商品が生まれた。認定商品の販売による経済効果も大きくなってきており、域内ばかりではなく県外への会津山塩の認知度アップにつながっている。

今後は新しい製塩システムを導入して製造量の増加と直売所の導入を目標とし、更なる知名度の向上と地域貢献を図っていく。

■成果とその要因

事業創成期から製塩方法の試行錯誤や手作りの作業場等組合員が共に歩んできた結果が、会津山塩が北塩原村に留まらず福島県を代表する特産品へ成長したことに繋がった。

現在、年間6tの製造を目標としているが今年度の達成が見込めるため、今後は錆びによる釜の劣化等の問題を解消した新しい製塩方法を導入し、製造量の増加を期待している。



組合設立当初から歴代理事長を中心に、お客様を第一として製造効率の向上や様々な商品開発等に取り組んできたことが、会津山塩を通じた地域貢献につながった。



ボランティア精神で取り組む公共事業と地域貢献

足利市上下水道設備事業協同組合

住 所	〒326-0843 栃木県足利市五十部町1224-3 (株衛生管理センター内)		
U R L	—		
設 立	昭和52年5月	主 な 業 種	給排水・衛生設備工事業
組 合 員 数	64人	出 資 金	2,700千円

■背景・目的

令和元年10月に発生した台風19号により、本県でも県南地域を中心に大雨・洪水による浸水被害等の甚大な被害を受けた。この情勢の中、当組合は足利市からの要請を受け、台風により発生した災害廃棄物の収集運搬に係る支援活動に取り組んだ。

■取組みの手法と内容

当組合は設立以来、足利市上下水道部からの水道修繕業務委託を主な事業として活動しており、厚い信頼のもと互いに協力関係を構築してきた。今回の災害支援活動にあたっては、市の災害復旧支援要請に組合員が一丸となって応えるべきという強い意志の下、一致団結して災害支援に臨んだ。

当組合は日頃より「ワンチーム」というフレーズをモットーとし、組合員一人一人が「水道業務を通じて地域貢献」という共通の目標を掲げながら組合活動及び業務運営に取り組んでいる。そして、行政や組合員同士の横のつながりを大切に、必要があればこまめに相談の場を設ける等、円滑な意思疎通を図っており、今回の災害支援においてもその信念と組織としての一体感が大きく反映された。

折しも、今回の台風によって本県が激甚災害の指定を受けたことに伴い、組合と足利市との委託契約を通じ、災害廃棄物収集運搬に係る業務委託金として1,642,300円の支払いを受けたが、当組合はこれを全額、同年に新しく創設された「市子ども夢基金」へ率先して寄付した。後日、市長よりその功績がたたえられ、感謝状が贈呈された。

当組合が災害廃棄物収集運搬業務の委託を受け、同時に業務委託金の全額寄付を行った背景には、市の人口減少と高齢化による「地域力」の低下が社会問題として重視されてきた実情があり、「足利市の未来を担う子供たちが安心して生活できるよう、少しでも役に立ちたい」という切実な想いが込められている。

■成果とその要因

市の将来を見据えた地域貢献活動に対し、水道事業を生業とする組合員が一丸となって取り組んだことにより、行政や市民との信頼関係をより強固なものにし、組合の社会的存在意義を更に高めることができた。その要因として、組合員一人一人が「ワンチーム」という自覚と「地域貢献」という共通の目標を持って活動したことが深く関係している。



足利市長より寄付の目録を渡す組合員

特徴ある活動



Point

日頃から組合員間の横の繋がりを密にしてきたことで、組合員全員が「地域貢献」という共通目標を掲げながら、迅速な意思決定の下、円滑に業務を実現することができた。



宝石とのコラボレーションで海外進出へ一歩踏み出す

大谷石材協同組合

住 所	〒321-0345 栃木県宇都宮市大谷町1075番地		
U R L	http://ooya-stone.jp/		
設 立	昭和22年10月3日	主 な 業 種	大谷石の採掘販売
組 合 員 数	18人	出 資 金	4,604千円

■背景・目的

大谷石は「和」の風雅を持ちつつ、「洋」にも整合する独特の素材感があることから、旧帝国ホテル本館の装飾に多用されるなど、県外の建築にも使用された実績を持つ。そこで当組合では、国内のみならず海外の建築でも大谷石を使用してほしいと考え、大谷石の海外進出を目指すこととなった。

■取組みの手法と内容

海外進出のためには、まず国外の方に大谷石を知ってもらうことが第一の手段と考え、国際石材展示会への視察研修や、文化友好都市提携国と交流を図る等、積極的にPR活動を行ってきた。この努力が報われ、国立新美術館でのカルティエの展覧会で、大谷石を宝石の宝飾台として展示する機会を得た。

展示に必要な大谷石を調達するために、組合では組合員企業の専門分野に合わせ、大谷石を採掘及び切断する企業、表面の加工及び施工を担う企業とで役割分担をし、約15×30×90cmの大谷石を550本用意した。また、大谷石の採掘場で、理事長立会いの下、モックアップを何度も検証し、石の組み方や光の当て方等様々な視点から検討を重ねた。

展覧会では、大谷石の切り出したままの粗面を生かしながら、大迫力の空間を創りだすと共に、奇跡の石とも言われるカルティエの宝石と、大谷石という素朴な石肌を対比的に見せることで、どちらもの石の良さ、美しさを際立たせた。この反響は大きく、大谷石の自然美と素材を生かした新しい使い方について、国内外の建築家、美術家から注目を集めた。これまでの“建材”ではなく“芸術品”としての大谷石の才能を開花させることで、海外へ大谷石の存在と魅力を知らしめる絶好の機会となった。

■成果とその要因

国立新美術館でのカルティエの展覧会の反響が大きく、海外で開催される同様の展覧会にも大谷石を展示してほしいとの要望を受けた。

現段階では、海外の建築物で大谷石は使われていないが、この展覧会を通して国外に大谷石の魅力を発信できたことは海外進出に向けて一歩前進したといえる。



カルティエ展覧会の様子



外国語に対応した組合のパンフレット



Point

「大谷石を海外に広めたい」という情熱と、石材=建材という固定観念に捉われない発想により、宝石に引けを取らない大谷石の魅力を国外にPRすることができた。



社会的弱者の雇用を通じて地域社会に貢献

企業組合群馬中高年雇用福祉事業団

住 所	〒370-1104 群馬県佐波郡玉村町大字上福島525番地		
U R L	—		
設 立	平成元年2月	主 な 業 種	個人
組 合 員 数	54人	出 資 金	18,300千円

■背景・目的

「社会的弱者に仕事を」の考えのもと、中高年齢者・障がい者を組合員として設立した当企業組合は、地元玉村町のクリーンセンターに関わる業務を受託して事業を開始し、現在までの35年間で自治体や地元民間事業者を対象に、事業の範囲を広げてきた。継続的な組織活動が認められて公園運営の指定管理者となり、現在は地元を応援する企業組合にまで成長した。

■取組みの手法と内容

平成18年より指定管理者として玉村町の公園等の維持管理事業を行っている。もともと当組合は町のクリーンセンターに関わる仕事や草刈りなどの緑化事業を受託していた。町が公園の管理運営を指定管理で行うとのことから当組合も応募したのが経緯である。事業実績や地元雇用の促進等で当組合への信頼度や認知度は高まってきたこともあり、指定管理者を任された。

「社会的弱者に仕事を」との考えのもとで設立した当組合の現在の組合員数は54名。年齢構成は60歳以上が5割であり、70歳代も11名と多い。障がい者は5名である。各人の生活スタイルは多様であるため、新たな事業を開始するにはメンバーの合意形成を図るまでに時間が掛かり、まとめるのに苦労するところである。体力的な面や障がいの悪化によりやむを得ず脱会される方もいるので、業務に携わるメンバー構成は柔軟に対応している。

組合員個人が中心となって活動し、ともに働くという企業組合の特色は当組合員のニーズに適合していることに加え、働き甲斐をもって仕事に臨んでいただけるよう現場責任者を7名配置するなど、きめ細かなマネージメントを心掛けている。その結果、本年のコロナ禍においても生産性は維持できた。

組合員満足度向上および地元行政、地元住民等の顧客満足度向上の両輪を回しながら、責任ある組織としての運営が求められている。

■成果とその要因

企業組合として組合員個人を中心としながらも、組織的に取り組んできた日頃の活動が評価され、玉村町の公園維持管理等の指定管理事業を長年任されてきた。社会的弱者とされる中高年齢者・障がい者の組合員が、それぞれの生活事情に応じて仕事に関われることで満足度が増し、町や住民などの顧客からの信頼度が高まる好循環となっている。

特徴ある活動



組合事務所棟(右)と併設されている廃棄物処理工場(左)



公園テニスコートを整備する組合員



Point

社会的弱者として仕事の機会を得るのが比較的難しい中高年齢者・障がい者個人を企業組合として組織化し、地元自治体から指定管理の仕事を任される仕組みを構築した。



全ての人と共に生き、生きる喜びを共感する場所の提供

企業組合房州の家

住 所	〒294-0015 千葉県館山市古茂口68番地		
U R L	https://komoguchinoie.wixsite.com/home		
設 立	平成23年8月	主 な 業 種	老人福祉・介護事業
組 合 員 数	15人	出 資 金	17,500千円

■背景・目的

当組合は、社会福祉法人に勤務していた代表理事が、地域貢献に志を同じくする地元実業家3人と出会い、自助努力で事業継続が可能な地域密着型社会福祉サービスを実現すべく、最適と判断した企業組合形式で設立したものである。現在は、介護保険事業と障害者総合支援事業の両輪というユニークな事業展開となっている。

■取組みの手法と内容

基盤事業として、認知症に特化したグループホームとデイサービス、ケアプランセンターを運営している。事業活動前では、事業化の3要素(用地、資金、人材)の確保に奔走した。用地は有力地権者や近隣住民を熱心に説得し、資金は不足分を補助金と公的融資で補強、人材は代表のネットワークを最大限利用した。

事業活動期では、施設の運営推進会議に市や包括支援センターの職員の参加など行政との連携を強化しつつ、地域住民とは散歩時の挨拶は勿論のこと、納涼祭など施設催事へのお誘い、近隣小中学生との勉強会での交流などで、施設自体が地域の一員となることに努めている。

事業活動後は、継続事業を見据えた人材育成の必要性から人事制度を一新し、能力レベルと評価基準、それに呼応した処遇の明確化、職員のキャリアパスとその積極支援策など、各種補助金も活用しつつ働きながらトレーニングしていく環境を整えてきた。なお、施設長を中心にした3つの会議体(管理者会議、職員全体会議、運営推進会議)が事業運営を遂行してく上で必要な、情報発信と収集・課題発見と解決案策定、各アクションプランのPDCAなど、組織運営の原動力となっている。また、行政連携・地域交流を進める中で新たな地域ニーズを発掘し、2020年4月には障害者向け施設サービスを隣接地にオープンした。

■成果とその要因

地元初となる介護保険事業と障害者総合支援事業の両輪で展開するユニークな存在となり、地域の高齢者・障害者が安心して暮らせる共生社会の実現に向けて一歩前進させた。また、これを可能としたのが設立当初からのDNA(継続企業へのこだわり)で、先行した介護保険事業の早期黒字化と新規事業への鋭い触覚にあったと言える。



右側奥：高齢者介護保険事業所(グループホーム古茂口の家、デイサービスセンター古茂口の家、ケアプランセンター古茂口の家)
左側手前：障害者総合支援サービス事業所(グループホーム輝邦)



職員と障害者の方と一緒に車の清掃作業をしています。



菜園の野菜(ブロッコリー)の育ちが気になります。毎日の観察が日課(デイサービスの利用日)になりました。



介護福祉事業に留まらず、社会変化に応じた地域生活の創生に積極的に関わろうと、利用者満足度は勿論、行政連携や地元交流、人材育成を積極的に進めてきた努力が結実した。



クラウドファンディングを活用しての最高級洋傘「東京洋傘ゼロワン」の製造

東京都洋傘協同組合

住 所	〒111-0053 東京都台東区浅草橋五丁目8番1号 洋傘会館2階		
U R L	http://tokyo-umbrella.or.jp/		
設 立	昭和24年10月	主 な 業 種	洋傘製造業
組 合 員 数	30人	出 資 金	1,240千円

■背景・目的

当組合には、東京都伝統工芸士に認定されている方を含めた、高い技術を持った職人が集まっている。以前から、その職人達が協力して最高級・最先端素材を用いた洋傘を製造したいという構想があったが、コスト面等が課題となり実現できなかった。

そのような中、当組合の理事長が自社でクラウドファンディングを活用して折りたたみビニール傘を製造したところ、想定以上の実績をあげる等、大成功を収めることができた。この成功事例を参考に、クラウドファンディングを活用して、最高級の洋傘「東京洋傘ゼロワン」を製造することになった。

■取組みの手法と内容

理事長が中心となり、クラウドファンディングの手続を行った。まず、運営会社の選定については理事長が以前利用した株式会社マクアケに決定した。その後、運営会社から出資者の性別、年齢層、過去のクラウドファンディングの成功率といった情報を元に、マーケットリサーチを効果的に展開するためのアドバイスを受けた。これにより、ターゲットとする顧客層、アピールする製品の特徴、クラウドファンディングを開始するタイミングを明確にイメージすることが出来た。

クラウドファンディングサイトへの掲載に際しては、洋傘の特徴をわかりやすく伝えることを考え、写真や動画を用いて説明する等、内容を工夫した。2019年11月下旬から50万円を目標にクラウドファンディングを開始した結果、97万円が集まり、この資金をもとに洋傘を製造した。

製造は、日本の傘業界でレジェンドと称される伝統工芸士を中心に、6人のプロジェクトチームを結成し、最高級・最先端素材を用いた洋傘の企画・設計について検討を重ねた。その結果、生地は光沢のある最高級正絹の使用や骨を全てカーボン製にすること等が決定した。製造後、出資者8人全員に洋傘を送付し、出資者分以外にも14本の洋傘を受注した。

■成果とその要因

目標を超える額の資金調達に成功するとともに、最高品質の傘を製造することが出来た。結果として資金調達やIT活用の新たな手法、高級傘製造における分業体制を確立できた他、組合員間の連携意識の醸成にもつながった。なお、今回の取組はインターネットの商品紹介サイト等でも取り上げられており、東京洋傘のPRにも寄与している。



東京洋傘ゼロワン①



東京洋傘ゼロワン②



Point

当組合の活動に理事長会社でのクラウドファンディングの成功体験をフィードバックすることで効果的な展開が可能となった。



地域医療連携を担う人材育成事業の開発

神奈川県医療福祉施設協同組合

住 所	〒221-0844 神奈川県横浜市神奈川区沢渡4番地の2		
U R L	http://www.iryokyou.or.jp/index.html		
設 立	昭和36年12月	主 な 業 種	医療福祉施設、医療保護施設、日本赤十字社神奈川県支部
組 合 員 数	19人	出 資 金	27,220千円

■背景・目的

当組合は、遡ること60年前、組合員である「医療福祉施設」の安定的な経営に向け協同組合組織として産声を上げた。近年、生活困窮者支援が喫緊の国家課題となる中で、医療・福祉一体型の当業界には大きな期待が寄せられている。一方で、生活困窮者に対する支援においては「包括的支援人材の不足」が課題となり、人材育成及びそのための基盤構築が求められていた。

■取組みの手法と内容

組合内部組織として、組合員である医療福祉施設の実務経験者を主体とした“人材開発・育成事業検討委員会”を立ち上げるとともに、プログラム作成にあたってはワーキンググループを構成し、研修内容を検討した。

今回の取組みにあたっては、現場目線での包括的な相談に対応できる人材育成を目指したことから、ワーキンググループは経験の豊富な実務者を選定することに力を置いた。また、受講者である医療・福祉従事者は、現状では多岐にわたる業務に対してそれぞれの垣根があることから、現場従事者同士が研修を通じて連携をすることで“目線合わせ”が出来ることも狙いとしていた。

講師側も受講者側も現場実務者であり、かつ、複数の医療福祉施設から参加されることから、研修プログラムの時間設定や受講者を増加させるための工夫に苦慮している。

新型コロナウイルスの影響によってリアルな研修が難しい状況となっているが、オンラインも活用しつつ“三密対策”をとった研修が出来るよう検討を続けている。本事業を継続する先には、「地域共生社会の実現」に向け、本来的に医療と福祉の垣根を超えた機関として、組合員がそれぞれの地域で“なくてはならない存在”となることを目指している。

■成果とその要因

令和2年度末現在では、69名が修了した。研修プログラムもまだまだ改善・強化が必要ではあるが、垣根を超えた受講者設定やグループワークなどが功を奏し、受講者アンケートで内容・理解度・参考度合いなどについて、ほぼ100%満足の回答を得ているほどである。今後のさらなる発展に期待が高まる。



受講者同士のディスカッション風景



共同人材募集としての合同就職説明会を開催



Point

“実務に活かす”という視点を常に意識したことと、複数の事業者で構成する組合だからこそ垣根を超えることへと繋がった。



漫画と英語を活用した、外国人への妙高アピール

新潟まんが事業協同組合

住 所	〒950-0072 新潟県新潟市中央区竜が島1丁目5番2号		
U R L	http://gataman.com/		
設 立	平成28年2月	主 な 業 種	漫画家及びデザイナー
組 合 員 数	18人	出 資 金	540千円

■背景・目的

花角新潟県知事が発した「本県観光の魅力をいかに外国人旅行者に伝えるか」(平成31年2月18日 知事説明要旨から)との言葉を受け、新潟県中小企業団体中央会が進めている組合間連携事業としてスタートした。中央会からの提案を受け、新潟まんが事業協同組合、新潟県旅館ホテル組合青年部、(一社)新潟県通訳翻訳協会が、外国人旅行者に本県の魅力を伝える研究として、漫画と英語による妙高観光リーフレット作成に着手した。

■取組みの手法と内容

今回の取り組みを進めるにあたり、令和元年7月から令和2年2月に渡り、新潟県中小企業団体中央会、新潟まんが事業協同組合、新潟県旅館ホテル組合青年部、(一社)新潟県通訳翻訳協会の4者の代表が、計3回会合を持った。

令和元年7月18日に行われた第一回目の会合では、新潟県中小企業団体中央会から今回の取り組みの趣旨の説明、各組合・団体の紹介、新潟県旅館ホテル組合青年部から妙高地区の外国人観光客の動向の説明があった後、テーマについての討議が行われた。その結果、妙高山にゆかりのある忍者「自来也」をキャラクターとして使用する方向性が打ち出された。各組合・団体の役割については、それぞれの専門分野を活かす運びとなった。また、この取り組みでは、プロジェクトリーダーを設置することをせず、合議制で進めることにした。

第二回目の会合は、令和元年12月10日に行われ、リーフレットのイメージについて話し合われた。最終成果物や今後のスケジュールについて確認することができた。

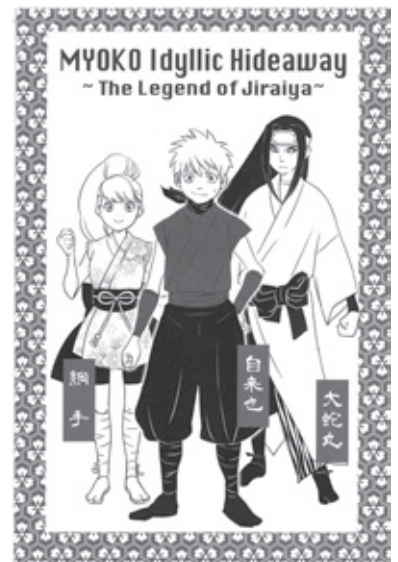
第三回目の会合は、令和2年2月25日に行われた。できあがったサンプルを基に、最終的な修正点等についての話し合いを行い、納品や知事懇談会等のスケジュールが確認された。

令和2年7月28日、花角新潟県知事に対して、新潟県中小企業団体中央会が今回の事業について報告し、取り組みの成果物である「妙高観光リーフレット」の説明を新潟県旅館ホテル組合青年部が行った。

■成果とその要因

成果物であるリーフレットだけではなく、リーフレットを生み出すまでのプロセスで得たものも大きな成果だろう。新たな営業ツール、知識やノウハウの獲得、モチベーションの向上等である。

今回の成功要因は、それぞれの組合・団体がそれぞれの専門性を発揮し、他の組合・団体と尊重し合えたことである。



「妙高観光リーフレット 自来也伝説」の表紙



花角新潟県知事への報告後の記念撮影

特徴ある活動



Point

組合や団体との連携において、それぞれの組合や団体が専門性を発揮し尊重し合えたことが、成功の要因である。



魚沼杉ブランドイメージ拡大事業

魚沼木材協同組合

住 所	〒948-0056 新潟県十日町市高田町6丁目657番地9		
U R L	https://www.uonumamokuzai.com/		
設 立	昭和42年1月	主 な 業 種	木材卸売業、土木工事業、建築工事業、一般製材業、家具製造業、建具製造業
組 合 員 数	56人	出 資 金	112,900千円

■背景・目的

当組合は、組合員である地元工務店への建材販売等を既存事業として行っているが、人口減少や大手企業の進出などにより、今後の地元工務店への建材需要減少が見込まれる。従来とは異なる販路に焦点を当て、新たな売上基盤の確立を目指すべく、地元で採取できる「魚沼杉」をブランド化し、販売していく。

■取組みの手法と内容

当組合の主力商品である「魚沼杉」は、豪雪の影響で年輪が細かく色が濃くなる特徴があり、他地域の木材とは差別化が可能である。今までは色の濃い木材や雪の重みで根が曲がった木は敬遠され、活用が進んでいなかったが、現在は魚沼杉の個性的な色や形が注目され、地元工務店だけではなく魚沼地域以外からも注文が入っている。建材需要減少が見込まれる当組合にとって、ブランド化した魚沼杉の販売が今後の要となるため、組合員をはじめ魚沼杉を取り扱う企業へ受注が入るよう、魚沼杉のPR活動を行っている。

具体的には、魚沼杉製品を扱う工房の紹介や展示会への出展、地元観光イベントを目標としたソロキャンプセットの販売、地域団体商標の獲得である。2019年には東京ビッグサイトで開催された「モクコレ」に出展し魚沼杉のPRを行った。ソロキャンプセットの販売では、魚沼地域で「大地の芸術祭」というイベントに毎年多くの観光客が訪れているが、観光客向けの宿泊施設が少ないという課題と、現在ソロキャンプが流行していることを掛け合わせ、軽トラックの荷台で作成できる「stack-UC」を製作。観光客に魚沼杉を用いた軽トラハウスで宿泊してもらい、観光イベントに合わせたブランドPRを行う。

■成果とその要因

本事業の背景に大手ハウスメーカーの地方進出があるが、価格の安さで勝負するのではなく「魚沼杉」のブランド化戦略で、品質の面から差別化を図る方向へ舵を切ることができたのが最大の成果である。デザインと品質を兼ね備えた現在のニーズをうまく読み取りブランド戦略に活かしたことで、今後もさらなる需要獲得が見込まれる。



魚沼木材青年部のメンバー写真



魚沼杉を使った住宅



当事業の成功要因は、地域課題を逆手に取った地域資源の活用、またデザインと品質を兼ね備えた現在のニーズをとらえていることである。



共同研修事業で「新時代の営業知識とノウハウ」を普及

山梨県印刷工業組合

住 所	〒400-0032 山梨県甲府市中央一丁目12番29号 入戸野中央ビル2階		
U R L	http://print-yamanashi.or.jp/		
設 立	昭和33年4月	主 な 業 種	印刷業
組 合 員 数	38人	出 資 金	532千円

■背景・目的

インターネットによる情報通信革命を背景に、デジタル媒体が情報伝達手法として台頭する中で紙媒体需要の減少を招いていることから、印刷業はこれまでの経営方法の見直し、中でも受注型営業から提案型営業への転換が求められる状況にあった。提案型営業への転換のポイントとなる「人材育成」は、費用とカリキュラムの両面を組合員各社のみで対応することは難しく、その解決の一助として当組合での共同研修事業の実施に至った。

■取組みの手法と内容

印刷営業における厚生労働大臣認定制度「印刷営業士」のカリキュラムの刷新は、組合員が課題としていた提案型営業の推進、ソリューション型営業、利益確保を重視した受注価格設定に大きく資する内容で、組合での検討を経てこのカリキュラムを軸とした共同研修会の開催を進めることとなった。

総会での事業計画の決定を受け、教育研修委員会と理事が主体となって事業の企画・立案・運営を行い、事務局はその活動をサポートした。企画にあたっては隣県の研修会開催状況などを調査するとともに全日本印刷工業組合連合会からの支援・アドバイスを受けながら具体的な事業立案にあたった。また、助成施策(生産性向上支援訓練事業ほか)も活用することで費用負担の軽減も図っている。

2019年、共同研修事業は「印刷営業講座」として6月から7月にわたり計4回開催され、研修時間を平日の日中とすることで、受講生は組合員事業所の業務時間内に受講することが可能となった。研修カリキュラムは一時的な座学だけではなく、グループワークによるチーム作業も組み込まれており、その中で受講生ごとの会社事情を踏まえた発表も行われた。研修会終了後、研修の成果を測るべく有資格者を除く受講生全員が「印刷営業士認定制度試験」を受験、全員合格とはならなかったが一定の成果を上げることができた。

■成果とその要因

共同研修事業が一定の成果をみるに至った要因は、時代に即したカリキュラムと組合員が所在する山梨県内で事業を実施したことによる。受講生の費用負担の軽減(助成施策の活用)と移動による時間及び身体にかかる負担の低減は、受講のハードルを低くした。また、認定試験受験は“研修成果の見える化”になり受講生に対し研修参加への緊張感を与える要素となっている。

特徴ある活動



研修負担の軽減を図ることで、多くの受講生を集めることができた。



グループワークにより、組合員の従業員同士の交流も図ることができた。



Point

時代に即したカリキュラム(会員事業所の課題解決)による共同研修事業を受講生の負担低減を図りながら実施。認定試験を受験することで“研修成果の見える化”を実現。



養殖・殺菌・発信等独自の方法で岩がきをブランド化

的矢湾あだこ岩がき協同組合

住 所	〒517-0033 三重県鳥羽市畔蛸町164番地1		
U R L	http://www.za.ztv.ne.jp/iwagaki-ofadako/		
設 立	平成19年3月	主 な 業 種	貝類養殖業
組 合 員 数	4人	出 資 金	800千円

■背景・目的

的矢湾岸の鳥羽市畔蛸町^{あだこ}周辺では元来真がきの養殖が盛んであった。そこで岩がきを養殖して、1年中かきを出荷することができる、養殖事業の経営安定と畔蛸町の新たな特産品として地域活性化にも寄与できると考え、研究会を発足。養殖技術を確認した本格的な養殖や商標取得、販売に取り組み、信用力向上や取引先の拡大を目指し、協同組合を設立した。

■取組みの手法と内容

岩がきの養殖について研究を始めた当時、他地域では巨大な施設を利用した人口種苗が一般的であったが、メンバー5人で情報を共有し、1人が5つの方法で養殖に挑戦することで、最善の方法や条件等を導き出し、天然採苗による養殖技術を確立した。

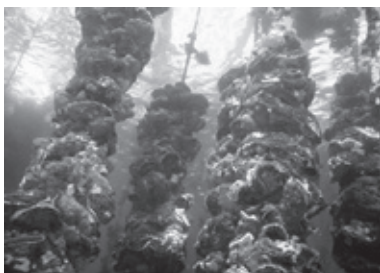
全国販売に向けて「あだこ産岩がき」として商標登録を行うとともに、従来の殺菌処理に加えて真水浸透圧処理を併用する独自の浄化方法を確立した。浄化したかきは研究機関に分析を依頼しており、その分析結果を取引先に送付することで、岩がきの安心・安全さのアピールにつながっている。また、組合員ごとに色分けしたタグをつけて、他地域との差別化やトレーサビリティの信頼性も確保した。

その後、東京を中心に試食会を開催し、料理人等に「あだこ産岩がき」の実入りや味の良さなど、天然物との違いを認識してもらい、取引先を徐々に開拓。地元の料理専門学校に岩がきを提供するとともに、組合員が講師となって調理方法等を伝授することで、若い料理人に岩がきの調理方法、味などの魅力を発信している。

シーズン前に採れた岩がきは、伊勢神宮に奉納する様子をマスコミで取り上げてもらうことで、岩がきのシーズン到来及びあだこ産の岩がきの存在を周知している。また、三重県が推進する「三重ブランド」の認定を取得し、展示会・商談会等に参加することで、知名度の向上や取引の拡大に努めた。取引先である全国の市場等にも組合員全員で訪問し、営業活動と情報収集を実施している。

■成果とその要因

協同組合設立初年度の共同販売事業の目標額は11,020千円、次年度は13,758千円だったが、平成30年度には23,966千円を達成している。殺菌処理、分析など安心・安全の徹底、伊勢神宮奉納など継続的な情報発信、組合員全員参画の営業活動等による情報・意識の共有化等を実践し、あだこ産岩がきのブランド化に成功している。



養殖された岩がき



養殖いかだ

特徴ある活動



Point

生産者、販売者の視点では無く、市場関係者、料理人、さらには消費者の視点で安心・安全の徹底、情報発信に努めている。営業活動など組合員全員が参画し、情報・意識を共有している。



産業集積地の強みと誇りをかけた国宝修復への挑戦

伝統工芸高岡銅器振興協同組合

住 所	〒933-0029 富山県高岡市御旅屋町101番地(御旅屋セリオ2階)		
U R L	https://douki-takaoka.jp/		
設 立	昭和49年12月	主 業 種	銅合金製造、銑鉄製造、金属彫刻、銅・鉄器製造卸
組 員 数	181人	出 資 金	2,065千円

■背景・目的

当組合は、国指定の伝統工芸品である高岡銅器の普及・振興を図ることを目的に設立された。高岡銅器は元来贈答品や記念品などで多くの需要があったものだが、近年市場規模が縮小し、技術の伝承や後継者の育成が課題となっており、ブランド力向上のため地域団体商標の登録や児童等への教育・啓発活動に取り組んでいた。

■取組みの手法と内容

2017年当時、当組合は新しいことにチャレンジすることで技術の伝承をはかろうと、東京藝術大学他との共同事業に取り組み、奈良・法隆寺の釈迦三尊像(国宝)の完全再現を終えたところであったが、同時期に解体修理を行っていた奈良・薬師寺においても東塔(国宝)の塔頂の金属部分を修復できる事業者を探しているとの情報もたらされた。

日本の国宝は大半が木造のため、修復事業はあっても金属の修復が求められることは極めてまれである。高岡は全国的にも珍しい鋳造から加工、着色までの一連の工程すべてを担うことのできる産業集積地であり、当時の理事長がこのチャンスを生かすことで、高岡銅器の名前・技術力を世にアピールし、産地の追い風にしようとして挑戦を決意した。

実際に取り組んでみると、地金の配合や肉厚にばらつきのある鋳物作成、オリジナルの風合いを損ねない着色など、工程全てが想像を絶する困難の連続であったが、総勢15社・数十名の職人の力を結集し、外部専門家の助言も得て品質要求を満たした作品を完成することができた。現在は再建された薬師寺東塔の上に元の通り設置され、違和感なく奈良の風景に溶け込んでいる。

■成果とその要因

極めて例の少ない国宝の金属部分の復元という事業を初めて元請として受注した。現存する1300年前の鋳物と同じ形状・重量・寸法で再現するという極めてレベルの高い作業で、経年で劣化・変形した部分も再現することが求められたが、リーダーの強い意志と専門性の高い組合員の総力を結集し成し遂げることができた。

特徴ある活動



最上部水煙部



作業風景



Point

国指定伝統工芸品としての高岡銅器の普及・振興を図るとい組合の設立目的に沿い、理事長が先導し組合員とともに新たなチャレンジに果敢に取り組み、成果を得た。



全組合員参加、課題対応型委員会方式による組合運営

協同組合富山のれん会

住 所	〒930-0835 富山県富山市上富居一丁目8番33号		
U R L	http://toyamameika.com/index.html		
設 立	平成15年10月	主 な 業 種	パン・菓子製造業
組 合 員 数	19人	出 資 金	1,900千円

■背景・目的

当組合は、JR富山駅構内の土産物売場である「きとときと市場・とやマルシェ」の一角で地元菓子店19者が「富山のれん会」として共同で販売事業等を営んでいる。約3年前に組合運営がわかりにくいという組合員からの声があり、透明性と参画性を高めることを目的に運営方法の見直しを図ることとなった。

■取組みの手法と内容

具体的には、理事を増員する案など様々なやり方を検討した結果、その時の課題に対応するため4つの委員会を設置し全組合員がそれぞれの委員会に参画してもらうことで、運営の透明性を高め、参加意識も向上させられるような仕組みとした。

委員会の構成は、販売促進委員会(年間イベントの企画・実施後の集計と報告等)、インターネット活用委員会(富山のれん会としてのHPの立ち上げ、EC機能の追加等)、生産性向上委員会(受発注・納品・検品・情報共有等)、組織改革委員会(組織運営に関する事項)の4つである。理事長と専務理事はすべてに対応することとし、各委員会は委員長が委員と相談して開催日時や場所などを決めて運営した。

このような組合運営の体制とした結果、理事会中心の運営だけでは得られなかったであろう成果もあった。売場面積縮小に伴い、店舗スタッフの減員を余儀なくされたため、従来よりも効率的に売場運営を行う必要があり、委員会からの提案によって自動釣銭機を導入した。この結果、売場販売員が接客や在庫補充などに専念しやすい環境を整えることができ、一時減少した売上も売場面積縮小前の水準に戻すことにつながった。

■成果とその要因

組織の内部に新たな組織を作ることによって活性化が図れる反面、各自が所属する委員会の利害だけを考える、部分最適に陥りがちであるが、当組合の場合、理事長と専務理事がすべてに対応する方法を採ったことで、各委員会が全体的な視点に立ち戻りながら事業に取り組むことができたのではないかとと思われる。

特徴ある活動



きとときと市場・とやマルシェ内の店舗全景



左写真の19店舗の名札



Point

組合員全員が参画し、かつトップマネジメントがそれぞれに関わることで、全体感を保ちながら組合運営に様々なアイデアを取り入れ成果に結びつけることができた。



瓦の魅力を発信『京の瓦ブランド育成プロジェクト』

京都府瓦工事協同組合

住 所	〒601-8448 京都府京都市南区西九条豊田町12		
U R L	http://kyoto-kawara.jp/		
設 立	昭和32年4月	主 な 業 種	屋根工事業(金属製屋根工事業を除く)
組 合 員 数	76人	出 資 金	28,720千円

■背景・目的

京都の景観を支えてきた一つが瓦であるが、瓦葺き屋根が年々減少してきている。瓦に対する誤解や理解不足を解消し、瓦の本来の価値を訴求していくことが、瓦の需要創造にもつながってくると考えた。そこで、京都の長い歴史・伝統文化の中にあり続けた「瓦産業」を「京の瓦ブランド」として確立することを目的に本事業に取り組んだ。

■取組みの手法と内容

京の瓦ブランド育成プロジェクトとして様々な事業に取り組んだ。まず、地域の工務店や設計士、一般の生活者に対して、Instagram瓦フォトコンテストを開催し、「瓦の美」というテーマで美しい瓦の写真の投稿を募った。また、瓦を身近に感じてもらう為に、子供たちや外国人を対象にした瓦葺き体験教室を開催した。そして、ガイドライン工法の普及と瓦の安全性をPRする為に、YouTubeでの動画配信や組合施設内にショールームを設置し、工務店や設計士など取引先への工法の周知や勉強会の開催、一般ユーザーへの仕様説明を行った。

実施体制としては理事長がリーダーとして事業全体を統括し、組合理事や青年部、組合員を巻き込んで本事業に取り組んだのが特徴である。事業実施前は、組合員が手伝ってくれるのかという不安があったが、皆に自分事として取り組んでもらうことができた。特に瓦葺き体験会は青年部を中心に企画・実施し、組合員の結束力を高めることにもつながった。

本事業を単発のイベントで終わらせるのではなく、瓦の価値や魅力の発信を伝える継続事業にしていけるかが今後の課題である。Instagramフォトコンテストは3年連続開催となり、体験会も継続的に実施することができており、今後の瓦の需要創出にもつなげていきたい。

■成果とその要因

フォトコンテスト、体験会ともに目標の応募・集客数を達成することができ、瓦の魅力発信につながった。成功要因としては、本事業の取り組み前に組合理事に加えて青年部や組合員有志の方々が集まって議論し、組合の現状や課題認識を共有して将来のあるべき姿を検討したことが大きかった。組合員の当事者意識の醸成につながり、実行力が高まったものと考えられる。



フォトコンテスト告知チラシ



瓦葺き体験会の様子

特徴ある活動



Point

将来ビジョンを考えることは組合青年部の参画を促しやすい。組合の将来を担っていく青年部がアイデア創出に関わることで、事業への参画意識と実行力の向上につながった。



新販路開拓のため「山田錦主食促進プロジェクト」発足

兵庫フード協同組合

住 所	〒675-1111 兵庫県加古郡稲美町印南829番地		
U R L	https://www.hyogo-f.or.jp/pjt_yamadanishiki/staple.html		
設 立	昭和48年5月8日	主 な 業 種	卸売業
組 合 員 数	9人	出 資 金	500千円

■背景・目的

山田錦は兵庫県で誕生、産出され「キングオブ酒米」と呼ばれている。しかし数年前から種子が流出、他県での生産量が増加したことで、醸造メーカーの廃業が続くなど需要が減少し、余剰米が発生していた。そこで「山田錦＝酒米」だけではなく「山田錦＝食べる＝おいしい」というイメージを築き、新たな販路を開拓するため、中央会の支援のもと「山田錦主食促進プロジェクト」が発足した。

■取組みの手法と内容

山田錦は精米された食用の米として流通していないため、通常口にすることはできないにも関わらず「まずい」と言われている。それならば実際においしく食べてもらえない。まず、山田錦のもつ可能性を最大限に引き出す食べ方を試作開発する必要があった。

メニュー開発は「ミシュランガイド」にて、「最上級の快適さ」を3年連続受賞した神戸を代表するホテル ラ・スイート神戸が担当した。酒米の雄「山田錦」を食べるといふ意外性と、ラ・スイート神戸がプロデュースしたメニューを食べられるという話題性で興味を引き、おいしくないという風評を覆す狙いで試食会が開催された。

また主食としての山田錦の認識力アップのために、ホームページとPR動画を作成した。企画制作会社と意見交換を重ねながら内容を検討し、山田錦がどれほどの手間と情熱をかけて生産されているかを知ってもらうため、田植え～刈り取りまでを伝える動画を作成。そしてラ・スイート神戸とコラボレーションしたメニュー開発現場の様子や試食会の様子も動画やホームページに網羅し、山田錦のもつ特徴と魅力を発信した。

■成果とその要因

メニューはトータル5種開発された。ホテルシェフからは、「味の浸透力が高く無味無臭なので他の食材と掛け合わせるとおいしさがプラスされていく」というコメントがあり、主食としての大きな可能性が発見できた。

試食会は多くのメディア取材を受け大盛況。ホームページに掲載された動画を見た人からも多くの問い合わせがあった。今事業の成功要因は中央会の支援のもと生産者（農家）、流通業者（組合）、販売業者（ホテル）が連携協力して山田錦の新販路開拓のためにメニュー開発やホームページ・動画制作がなされたことである。



メニュー開発風景



共同開発メニュー



試食会風景



Point

「山田錦を主食米に！」という新販路を開拓するため、生産・流通・販売業者が連携し、専門家の知識・ノウハウを活用しながら事業を推進した。



有名地産ブランドと連携して「たつの皮革」認知度UP!

播州皮革工業協同組合

住 所	〒679-4134 兵庫県たつの市誉田町広山64		
U R L	http://www.ban-lc.com/		
設 立	昭和35年11月	主 な 業 種	なめし革・同製品・ゼラチン製造
組 合 員 数	75人	出 資 金	52,120千円

■背景・目的

一般消費者への知名度をアップするため国内唯一の革産地の展示直売場をオープンし、様々な手触りや色合いの皮革素材を市価の約半額で販売している。ホームページには英語版のページを設け、デザインもオシャレでスタイリッシュにリニューアル。「たつの皮革」ブランドを構築する体制を整えた。これを活用して「たつの皮革」をもっとアピールしていきたい。

■取組みの手法と内容

直売所の開設により、エンドユーザーの生の声・評価を聞ける場ができた。手芸教室の仲間で直売所に訪れたという女性グループも多数あり、皮革細工を趣味としているエンドユーザーが予想以上にいるということも分かった。

ホームページ開設の効果もあり、兵庫県外からの問い合わせ、来場者も増加している。しかし「たつの皮革」ブランドを認知してもらうためには、エンドユーザーに届く商品を持つ必要性を感じた。そこで皮革と相性の良いジーンズに着目。桃太郎ジーンズで有名な(株)ジャパンプルーと商品の共同開発を行った。

企画・製作は(株)ジャパンプルーが担当、当組合は要望に適う皮革素材を開発・製作した。ジーンズに限定した商品開発では革を使用する面積が少量になってしまう懸念があったが、ジャパンプルーがインテリア市場への進出を検討していた「SHIN DENIM」ブランドの商品を共同開発することになった。

連携により2種類のジーンズと、インテリア用の「敷き畳」が完成し、東京レザーフェアやひょうごじばさんフェアなど、革に興味を持つユーザーにPRできる機会に積極的に参加した。展示ブースではコラボレーション商品を前面に押し出し「たつの皮革」の品質の高さをアピールした。

■成果とその要因

ホームページ開設以来直売所への来場は途絶えることはなく、売上は140万円以上を計上できた。共同開発したジーンズは今後のPR用サンプル数本を残すのみで完売、「敷き畳」も来場者に好評で本製品化が検討されている。多くのマスメディアにも取り上げられ、「たつの皮革」ブランドを高める体制が強化された。

今事業の成功要因は認知度の高い「児島ジーンズ」と連携できたことであるが、その仲介役を担った中央会の助言と手厚い支援は欠かせないものだった。



コラボレーション商品
敷き畳



コラボレーション商品
ジーンズ2種類

特徴ある活動



素材産業がブランド力を高めるには、既に認知度の高い最終消費財ブランドと連携・共同開発しエンドユーザーに興味・関心を抱かせるキラーアイテムを持つことが有効である。



持続可能な備長炭づくりのため新人に伝統技術を提供

和歌山県木炭協同組合

住 所	〒649-1441 和歌山県日高川町山野577-3		
U R L	—		
設 立	平成18年3月	主 な 業 種	木炭製造業者及び卸売業者
組 合 員 数	150人	出 資 金	1,670千円

■背景・目的

炭窯の大型化により製炭者と林業者の分業制が明確化された結果、山の資源の乱伐が進み、組合員全体として持続可能な原材料確保が困難になってきたこと、さらに紀州備長炭ブランドの品質が落ちてきてしまったことから、新人組合員向けに教育及び技術指導を行う「やまづくり塾」を開講した。

■取組みの手法と内容

理事長、副理事長が中心となって、少人数で意思決定した結果を組合全体に伝播していく形で事業を実施している。ベテラン組合員には講師役として技術指導をお願いし、新人組合員には受講を通じて択伐を始めとする技術の意義を理解し、身に付け、実践者となってもらっている。実施にあたっては県、市町村などの行政からの全面協力により様々なサポートを受けている。

当初、事業の実施にあたってあまり乗り気ではないベテラン技術者もいれば、無関心な新人組合員もいたが、このままでは山が荒廃し事業が続けられなくなるといった危機意識が執行部を中心に組合員を団結させていく推進力となった。しかしいざ開講してみると、ベテラン組合員同士でもお互いに知らなかった技術が共有でき、その子息も塾に通うことで、自社だけではなく幅広い知識、技術を身に付けられる機会の提供につながった。新人生産者も聞きたいことが何でも教えてもらえ、同じような立場の組合員も多いことから切磋琢磨し合う雰囲気も生まれていった。

今後は、教えを受けた組合員が教える側の組合員になり事業の継続性を高めていく、そして増えてくる移住組合員も加わり組合として市場への供給能力を向上させていくこと、さらに和歌山の伝統技術を他の産地にも教え、和歌山のみならず日本全体の森林の再生に貢献していきたい。

■成果とその要因

やまづくり塾開講によって、生産者の7割を占める新人生産者のほぼ100%が受講してくれるようになり、択伐の技術普及によって原材料調達の持続可能性が飛躍的に向上した。また、地域ブランドとして最高級品質備長炭である紀州備長炭の炭焼き技術も塾の中でオープンに伝授され、組合全体としてブランドの維持向上につながっている。



炭窯



やまづくり塾

特徴ある活動



Point

組合員全員が全体のことを考えて役割分担し、自分たちの立場や個人的な想いを超えて教え合い、学び合い、助け合っていくことで、組合全体の成果が最大化する。



井原デニムのブランド力向上の活動

井原被服協同組合

住 所	〒715-0014 岡山県井原市七日市町13番地 商工会議所内		
U R L	https://www.ibara-denim.com/		
設 立	昭和49年8月26日	主 な 業 種	被服の縫製を行なう事業者
組 合 員 数	15人	出 資 金	2,100千円

■背景・目的

井原市は江戸時代から綿花と藍の栽培が盛んであった。戦後の欧米文化の流入からジーンズの生産が始まり、1970年頃には年間1,500万本、国内生産量の75%を誇る一大産地となっている。

現在でも、欧米のトップブランドにも採用される等、井原デニムの品質はアパレル業界では有名である。一方で一般消費者への認知度は高いとは言えない。そこで関係機関と協力し、より多くの方に井原デニムを知ってもらおう活動を始めることとした。

■取組みの手法と内容

活動の一つ「綿いっぱい運動」では、市内で栽培された綿花を使用してデニムバックを作成。小学1年生の入学祝いとして贈呈している。岡山県立井原高等学校の園芸課・家政科の授業の一環として栽培・縫製体験を行う側面もあり、市民に地場産品として、より身近に感じてもらうことを狙いの1つとしている。

また、初心者から上級者コースを設けたデニムの縫製講座を複数回実施。東京等の遠方も含め、市外からの参加者も多い。受講後に井原デニムへの興味が高まり、井原デニム関連企業に就職したケースもみられる。

また、井原鉄道井原駅構内に情報発信拠点として「井原デニムストア」を設置運営しており、井原デニムの歴史や魅力を再発見できる展示やワークショップ等を実施する他、組合員等の井原デニム製品の展示販売を行っている。展示販売では、ジーンズやジャケット、小物等を数百点取り揃えており、デニム生地やスーツ等のオーダーメイドにも対応している。また東京にある鳥取県と岡山県のアンテナショップ「とっとり・おかやま新橋館」では不定期に「井原デニムフェア」を開催、ジーンズ等の展示販売のほか、バッグや帽子を仕立てる実演販売も行っている。

■成果とその要因

2019年に、地域団体商標として井原デニムが認証された。デニム製品が認証を受けることは全国でも初めてのことが、これをゴールと捉えてはいない。地域団体商標申請と同時に、井原商工会議所と備中織物構造改善工業組合と当組合の3者で、「井原デニム審議会」を設立し、品質条件をクリアする井原デニム製品を認定している。地域団体商標を活用し、一層のブランド力向上につなげていくべく、活動を広げている。

特徴ある活動



井原鉄道井原駅構内にある井原デニムストア



井原デニム審議会に認定された製品は専用タグを付けて販売することが可能



Point

井原デニムのブランド力向上は地域産品のPRである。地域振興に直結する取組であることもあり、市や商工会議所をはじめとした関係機関と協力体制を構築できている。



経営戦略の徹底で独自の市場創造！組合制度を最大限に活かす

協同組合甲山いきいき村

住 所	〒722-1122 広島県世羅郡世羅町大字小世良341番地1		
U R L	http://www.kohzan.jp/		
設 立	平成17年4月	主 な 業 種	耕種農業、その他食品製造業
組 合 員 数	352人	出 資 金	5,970千円

■背景・目的

世羅高原産の農産物を生産する事業者による、生産地近接地での販売を主事業として設立。観光客への売上げを伸ばしてきた。しかし、平成27年尾道松江線自動車専用道の開通により商環境が一変。高速交通網の完成を逆にとり、地産地消体制の「地消」の範囲を拡大することで、県内都市部の大手量販店内のインショップという新市場を次々に開設した。組合として独自の販路を確保することで、「地産地消」と組合員の生産拡大とそれを支える市場創造を共に実現している。

■取組みの手法と内容

販路の中心を県内都市部に移したことで、売上げは大きく拡大。販売先が確保されたことで、組合員の生産計画を立てやすくするなど、生産意欲の向上にも寄与しており、さらには消費者の声などから品質向上を図るという好循環を生んでいる。組合で市場を確保する際には、往々にして、組合と組合員間で市場の取り合いという軋轢を生むケースが多くみられるものの、当事例では利害関係の発生しにくい新市場として大手量販店へのインショップをターゲットにすることで、問題の発生を未然に防いでいる。

こうした戦略を支えているのが、大手量販店のバイヤー経験のある現理事長であり、優れた経営手腕の一つとなっている。「鮮度と品揃え」「売り場提案力」をストロングポイントとして、主力インショップには組合職員を配置し、「地産地消」のコンセプトの下、独自の品揃えや販売体制を敷くことで大手量販店にとっても魅力的な売り場づくりを実現し差別化を図っている。こうした経営を徹底すると同時に、組合員を単なる納品者としてではなく、利益還元にも配慮し、工夫している。

組合として「インショップ拡大で年商10億円」という目標を毎年通常総会で打ち出し、組合全員の目標として共有化している。目標達成に向け、高額出荷者への奨励金や生産奨励金を強化、さらに生産技術講習会や売れ筋商品情報を提供するなど、生産意欲を高める取組みを徹底している。また、組合員も他の市場に独自に納品するよりも、組合の利益還元による厚い恩恵を受けることで、この仕組みに対する信頼性を持続している。

■成果とその要因

「甲山いきいき村＝美味しい広島県産農産物」というイメージは、都市部の消費者にも浸透し、ブランド化が確立しつつあるとともに、売上10億円は達成間近である。さらに、他の市場とは競合しない独自の都市部インショップの拡大により、組合として生産から販売までの経営戦略を積極的に展開するとともに、組合員の生産意欲、生産計画の見通しを明るくし、ひいては組合で利益をあげ、これを組合員たる生産者に還元するという好循環を生み出している。



広島市内に令和2年7月に新規開店した直営店の様子



世羅町施設内に常設販売所

特徴ある活動



Point

主事業である共同販売の明確な目標設定と組合員への周知とその理解、達成に向けた課題整理とその解決へチャレンジが出来る組合運営体制とそれを進めたリーダーの存在。



地元原料等を使用した手延べ素麺の新商品を開発し、販路を拡大

小豆島手延素麺協同組合

住 所	〒761-4301 香川県小豆郡小豆島町池田1031 番地		
U R L	http://www.shimanohikari.or.jp/		
設 立	昭和26年10月	主 な 業 種	手延素麺製造業
組 合 員 数	84人	出 資 金	24,526千円

■背景・目的

零細業者が個々で販売することによる不利益を解消するため、昭和26（1951）年に組合ブランドの素麺「島の光」を商標登録し、このブランド名にて組合を窓口として一括販売している。長い間、新商品を出していなかったが、他の産地との差別化を図るため、地元の原料を使ったものや健康訴求のできるものが必要であると考え、新製品の開発に取り組んだ。

■取組みの手法と内容

平成28（2016）年より、生産者が集まっての試食会や製粉会社の研究スタッフに来てもらう勉強会を開催しており、試行錯誤の末、平成30（2018）年によろやく「島の風」、「島のへんろ道」、「島の雪」の3商品を製品化することができた。

①「島の風」：香川県産の小麦「さぬきの夢2009」と北海道産小麦をブレンド。さぬきの夢はもともと、うどん向けに作られた小麦だが、中心部だけを使い“黄金比率”でブレンドすることで、もちもちとした食感の素麺になっている。

②「島のへんろ道」：香川県善通寺の名産「ダイシモチ麦」を使用。健康志向からもち麦が注目されているが、ダイシモチ麦は精白米の約30倍の食物繊維を含むと言われる。

③「島の雪」：北海道産小麦を100%使用。粘りと弾力ある食感が特徴で、小麦の豊かな風味が感じられる。

各250gで、「島の風」、「島のへんろ道」は税別450円、「島の雪」は税別400円である。生産を引き受ける組合員探しは難航したが、チャレンジ精神のある比較的若い経営者に生産を依頼した。主力商品である「島の光」に対して約2倍の価格であるため、販路開拓が難しかったが、関東方面の高級品を扱うスーパーや生協に売り込みをかけた。

■成果とその要因

平成30（2018）年に開店した、東京都内にある素麺専門店「そそそ」では、本組合の「島の光」を基本としているが、最近、これに「島の雪」も加わった。また、今シーズン、新たに2生協も取り扱うことを予定しており、販路は徐々に拡大していくことが期待できる。「営業は組合、生産は組合員」という機能分化が徹底しているのが本組合の特徴であり、コロナ禍の状況下、組合主体で新商品のネット通販にも注力していきたい。

特徴ある活動



今回、開発された3種類の新商品



Point

「営業は組合、生産は組合員」という機能分化が徹底しており、組合が主体的に販路開拓を行っている。



地域とともに成長する組織づくり

企業組合森の風

住 所	〒798-1311 愛媛県北宇和郡鬼北町大字小松 1393 番地		
U R L	http://wwwb.pikara.ne.jp/morinokaze/		
設 立	平成28年6月	主 な 業 種	農業
組 合 員 数	24人	出 資 金	650千円

■背景・目的

愛媛県内でも特に少子高齢化が進行する地域において、農業者、製造業者、会社員等の地域の活性化を願う人々が集まり、話し合う中で生まれた組織である。共通項は、地域の課題である耕作放棄地を活用し、えごま油の製造・販売を通して、地域を何とかしたい、楽しく暮らしたいとする熱意から設立した。

■取組みの手法と内容

当組合は設立5年目を迎え、緩やかに粘り強く成長している。近年、えごまは健康食品として注目されており、無農薬で安心・安全なえごまを生産し、えごま油を製造・販売している。組合員は生産(作付・刈取)や製造(搾油)、販売営業等、各々の特徴を生かし組合活動に貢献している。

当初はそれなりの目標を設定していたが、実際に事業を展開するうちに、成果を上げるには初めての農作物であることに加え、慢性的な人手不足のために失敗が相次ぎ、緩やかな発展を志向せざるをえなかった。えごまは一般の農作物と違い、肥料をやり過ぎると成長しすぎてしまうため、背丈や葉っぱは大きくなるが肝心の種子が思うほど取れず、刈取時には多大な労力を要する。労力を最小限に抑え、種子の収穫量を多くするには、一定の高さで横広がりによることであり、芽摘みなどの試行錯誤を繰り返した。これらの作業経験を活かしたマニュアルを作成し、組合員と情報交換を行う必要があると理解できた。

現在は人手不足のため生産量が少なく、地域を限定した販売しか行っていないが、生産量の拡大とともに販路も拡大していきたい。人手不足の解消においてはグリーンツーリズムを通じて、空家を利用した宿泊型の農業体験や地域の高齢者や障害者と連携を行い、人手不足解消とともに地域活性化につなげていきたい。

■成果とその要因

地域住民にもえごま油が健康に有効であることが知れ渡り、一定の評価を得て、急速に販売量を伸ばしている。地域と連携を図り、町のイベントなどにも積極的に参加した。耕作放棄地再生を望む依頼も増加しており、より一層、地域の賑わいへの貢献が期待できる。成果を上げられた要因は地域住民や町との連携を図れたことが大きい。



えごまの乾燥風景



無農薬栽培した安心・安全なえごま油



農作物の特性を理解することである。組合員の意向を十分に把握する必要があり、ゆっくりと地域事情を理解し事業活動に立ち向かうこと。無理は禁物である。



福岡県産いちじく「とよみつひめ」を使った新たな菓子づくり

福岡県菓子工業組合

住 所	〒810-0003 福岡県福岡市中央区春吉3丁目15番30号		
U R L	http://fukkaren.jp/		
設 立	昭和38年1月	主 な 業 種	菓子製造業
組 合 員 数	177人	出 資 金	11,811千円

■背景・目的

福岡県菓子工業組合では、昭和15年設立以来、菓子業界発展と食文化の向上に寄与する活動に取り組んできたが、福岡県の顔となるような菓子づくりは大きな課題となっていた。そこで「JA全農ふくれん」と連携し、県の支援も得て、県産いちじく「とよみつひめ」を使用した商品開発と新しいブランドづくりに挑戦した。

■取組みの手法と内容

取組みのきっかけとなったのは、福岡県食品産業協議会の事務局長との会話からだった。県産の素材を使った県を代表するお菓子づくりの構想に賛同され、県庁の園芸課やJA全農ふくれんとのつながりができたことから、翌年にJA全農ふくれん、福岡県農林水産部園芸振興課、当組合員である菓子店から約二十名が集まり、初めての会議が開催された。同時に、新商品実行委員会を立ち上げ、毎月一回程度の会議を重ねて、県がブランド化を進めていた県産いちじく「とよみつひめ」に素材を絞り、試行錯誤の末、5種類の新しいお菓子が完成した。イメージキャラクターの「とよみつ姫」も生まれ、現在、認知度を上げるためのPR活動を推進している。

開発にあたっては、いちじく本来の甘さや香りを生かすための水分調整や低コスト化に苦労があった。これからも技術的な課題を解決して、県の顔となる「とよみつ姫」のお菓子づくりに挑んでいく。今回の取組みは、組合員にとっても新しい商品づくりを考えるきっかけとなり貴重な経験であった。また、廃棄されていたいちじくを利用することで、生産者から喜んでもらえたことは大きな励みとなった。今後は、協力関係を大事にしながら県産いちじく「とよみつひめ」と同様、お菓子のブランドとして「とよみつ姫」も定着するよう事業を進めていきたいと考えている。

■成果とその要因

成果としては、生産者との連携をもとに組合員チームを編成して商品開発に挑戦し、企業ブランドではなく、県の顔となる「とよみつ姫」ブランドを確立できたことである。その要因は、理事長はじめ組合員の開発に向けた強い思いと、水分調整や低コスト化など技術的な困難に対して粘り強く取り組んだ結果といえる。



様々な種類のお菓子が開発されています



とよみつひめを使用した絶品のひとつ・イチジク羊羹

特徴ある活動



Point

県の顔となるお菓子ブランドを確立するため、生産者との連携という新しい発想で行動を起こしたことや、組合員が一丸となって取り組んだことが成功の大きな要因。



介護付き旅行サービスの創出による介護業界の地位向上

ながさき福祉事業協同組合

住 所	〒852-8133 長崎県長崎市本原町1-27 井手口ビル301		
U R L	https://nagasaki-union.com/		
設 立	平成28年6月	主 な 業 種	異業種連携組合
組 合 員 数	28人	出 資 金	2,090千円

■背景・目的

旅行に関する調査によると、体力的な要因等から60歳代以上の国内旅行回数が明確に減少傾向にあることが分かっている。当組合では、旅行に行くにはサポートが必要な高齢者が多い実情に着目し、県内でも楽しめる介護付き旅行サービスを行うことで、介護業界が抱える環境と処遇改善に資する目的で本事業を開始した。

■取組みの手法と内容

介護が必要で個人旅行が難しい高齢者や障がい者を対象とした県内の旅を提供する介護付き旅行サービス「ユニバーサルツーリズム」の取組みは、当組合の大黒柱となる活動である。介助の必要な方が、安心・安全に宿泊や観光を楽しめるようにするため、介護ヘルパーが同行する新たな旅行サービスを提供している。

当初、受入れ施設等との協力体制の構築、実施計画の策定、モニターツアーの開催等に取り組んだ後、現在は周知活動と募集・予約受付、事業運営を行っている。

特徴的な点としては、医療関連、介護関連、福祉関連の3分野の事業者を組合員とすることで、活動に必要な経営資源を確保・蓄積でき、組合のイメージ統一の確立にも貢献している点があげられる。その他にも、月例会や交流会・研修会の実施など、組合員同士の意思疎通強化を図る活動を行っており、組合員の経験と知識の共有は貴重な財産となっている。

また、注力すべき事業が明確となり、潜在的なニーズを引き出したことで、長崎市からの受託事業でも大きく評価され、介護報酬の引き下げなどの厳しい経営環境にある小規模介護事業者が行える新サービスとして定着しつつある。今年度は長崎県の『長崎ユニバーサルツーリズム受入体制整備計画(5年計画)』に採択されるなど、組合活動を通して組合員の経済的地位の改善向上に貢献している。

■成果とその要因

介護事業者を取り巻く経営環境は厳しさを増す現状にあって、代表理事ら役員が前例のない新たなサービスに対して率先垂範し成功事例を示したことで、組合員が共同事業に参画しやすくなったこと、実績を積んだことが社会的な評価となり、個々の事業者が組合に加入する大きなメリットになった。今後も主体的な組合活動が期待される。



介護付き旅行サービスで「出島」の観光を楽しむ様子



外国人観光客とのツアー打ち合わせの様子



組合員が互いの立場を超えて相談しやすい環境が整っている。情報を共有し合うことで組合活動が活性化し、共通の課題である人材の確保と育成に関わる改善に貢献している。



共同製材で省力化・効率化やコスト減、雇用創出を実現

もりのめぐみ協同組合

住 所	〒817-1321 長崎県対馬市美津島町洲藻820番地7		
U R L	—		
設 立	平成25年8月	主 な 業 種	一般製材業、素材販売業
組 合 員 数	5人	出 資 金	1,000千円

■背景・目的

森林の面積が約89%を占める長崎県対馬市では、林業が長年基幹産業として住民生活を支えてきた。ところが、木材価格の低迷や就業者の高齢化などを背景に、林業を生業とする人が減少。このような厳しい業界の現状を打破しようと、地元の製材業者らが平成25年、共同製材工場の設置を目的とした協同組合を設立し「対馬最大規模」の工場を完成させた。

■取組みの手法と内容

組合は、強いリーダーシップを有する地元の製材業者で、もりのめぐみ協同組合の代表理事も務める「(有)石井興産」代表が音頭を取る形で平成25年8月に設立。山から木を伐り出す「素材生産業者」や運送業者ら5事業者が手を組んだ。

設立から2年後には総事業費3.5億円を投じて共同製材工場を完成させ、最大歩留まりを自動解析できる製材機を導入したほか、加工機と搬送装置をオートメーション化することなどにより省力化・効率化の実現に成功。伐り出したスギやヒノキは、原木のまま出荷するのではなく角材や板に加工され、輸送コストを削減することも可能となった。さらに、地域経済活性化の観点では、工場新設に伴って新たな雇用も創出している。

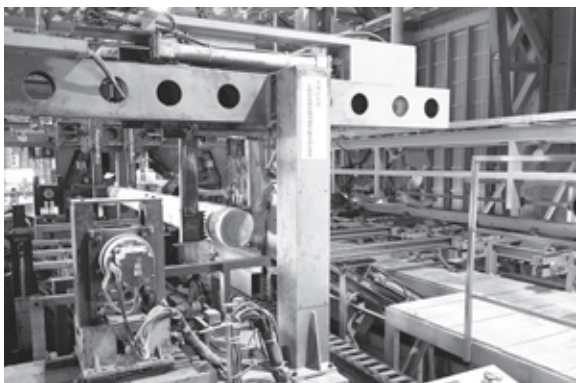
工場新設に際しては、投資に必要な資金の調達が課題となったが、長崎県が国の補助金を活用して設けている基金をベースとする「平成25年度長崎県森林整備加速化・林業再生事業」を活用することで原資を確保した。

経営面では、新工場に導入した高性能設備の性能だけに頼るのではなく、価格競争とは一線を画し高品質にこだわる代表理事の戦略が「選ばれる製材所」として顧客の信頼を勝ち取っている。

■成果とその要因

共同製材工場の生産量は、稼働初年度以降、毎年目標を5~10%程度上回る実績を上げ続けており、2019年度ベースでも当初計画を5%上回る1万6,500立方メートルを出荷。伐採期を迎えながらも放置される傾向にあった木の伐採・活用に寄与している。工場での雇用もおおむね10人近くを維持しており、今後も、水産業と並び対馬地域を代表する基幹産業である林業の活性化に寄与していくことが期待される。

特徴ある活動



高性能設備が並ぶ共同製材工場



対馬で伐採された加工前の原木



Point

「対馬の林業を守る」という強固な信念により大規模投資を断行し生産効率アップやコスト削減を実現したことに加え、価格競争とは一線を画した高品質にこだわる戦略が奏功。



湯めぐり風呂敷で環境保全と日本の湯めぐり文化を推奨

黒川温泉観光旅館協同組合

住 所	〒869-2402 熊本県阿蘇郡南小国町満願寺6594-3		
U R L	https://www.kurokawaonsen.or.jp		
設 立	昭和36年2月	主 な 業 種	旅館業
組 合 員 数	25人	出 資 金	12,500千円

■背景・目的

交通が不便な小さな温泉街の再興のため、またその制約を強みに転換し、他の温泉地と差別化するため、1961年に組合を設立。その後地域全体で黒川温泉を盛り上げるなかで「黒川温泉一旅館」の理念が生まれ、様々な取り組みを行ってきた。しかし平成28年に熊本地震を経験したことで、黒川温泉の地域SDGs取組の必要性が共通認識となり、その一つの環境保全の象徴として「湯めぐり風呂敷」の商品開発・販売プロジェクトの取り組みを行った。

■取組みの手法と内容

平成28年に熊本地震を経験したことで、これからの黒川温泉はどうあるべきか、どのような地域づくりをしていくのかなど、未来を話し合う機会として「黒川みらい会議」を発足。黒川温泉三者協議会(黒川温泉自治会、黒川温泉観光協会、黒川温泉観光旅館協同組合)を中心に、行政・各機関・有識者・地域住民と連携を図りながら黒川温泉のグランドデザインからアクションまでの協議において、黒川SDGsの取組の一つである環境保全の取り組みを検討した。

具体的な内容としては、廃棄物となってしまう売店のレジ袋の利用削減などによる「プラスチックごみ削減活動」の取り組みを加速したいとの考えから、「湯めぐり風呂敷」の商品開発・販売プロジェクトを決定した。また、環境に配慮した持続可能な日本の湯めぐり文化を黒川温泉から発信し、さらに推奨していきたいとの考えからクラウドファンディングに挑戦することにした。

クラウドファンディング活用にあたっては、黒川温泉観光旅館協同組合の現事務局長の人脈や成功事例を探るなど、スタート前の準備に注力したことで、最適なプラットフォームの選択と親近感のある募集画像コンテンツを作成し、成果獲得に結びついた。

■成果とその要因

クラウドファンディングに対するコンセプトが明確であり、知名度からくる積極的なメディア露出、日常的に温泉を利用する年齢層に的を絞った位置づけで若年層をターゲットにしていたものが幅広い年代にヒットし、資金調達目的額を大幅に超えたうえ、湯めぐり風呂敷を片手に湯めぐりする客が散見されるようになった。



湯めぐり風呂敷



黒川温泉に自生する野草をモチーフにしたデザイン



肩にかけて使用した場合



風呂敷のように使用した場合

特徴ある活動



Point

クラウドファンディングを活用し、地域資源の活用・循環に取り組む魅力ある温泉街へ。



「薩摩川内にいてよかった、来て良かった」をカタチにする

事業協同組合薩摩川内市企業連携協議会

住 所	〒895-0011 鹿児島県薩摩川内市天辰町2211番地1		
U R L	http://renkei-satsumasendai.jp		
設 立	平成30年10月	主 な 業 種	製造業・小売業・サービス業等
組 合 員 数	134人	出 資 金	665千円

■背景・目的

事業協同組合薩摩川内市企業連携協議会は、大手誘致企業の撤退による地域経済の衰退を防ぐために、企業の経営力向上及び地域経済の発展、雇用拡大を目的として設立された異業種連携の事業協同組合である。地元企業がそれぞれの強みを活かし、企業間交流や情報交換、提携、産学官連携により、地域に共通した課題の解決に取り組んでいる。

■取組みの手法と内容

独立電源型ソーラーLED灯「スマコミライト」にみられるように、設計を川内職業能力開発短期大学、デザインを県立川内商工高等学校、製造を株式会社岡野エレクトロニクスが担当するという地元の産学連携により様々な製品開発が可能であることが分かった。

また、地元企業と高校・大学・専門学校との情報交換や企業見学会を通じて、地元企業への就職率向上を図っている。その一環として、働きやすい職場づくりを目指そうと「雇用労務改善部会」を設置し、その中で社会保険労務士監修のもと「採用・入社・退職マニュアル」を作成した。組合員企業がこのマニュアルを導入して雇用に関するトラブルを極力なくし、人材確保につなげている。

このように組合員の共通課題を取り上げてそのテーマごとに部会を設置、現在「雇用労務改善部会」のほか、「人材育成部会」、「現場改善部会」等、計7部会で活動している。各部会には組合理事が1~2名ずつ配置され、部会長と協力しながら部会運営に関わっており、この活発な部会活動が本組合の大きな強みである。

また、FMさつませんだい「企業のチカラ“メイドインさつませんだい”」という番組を通じて延べ100社以上が情報発信を行っており、地域住民と組合との接点になっている。

■成果とその要因

組合員の抱えている経営課題を7つのテーマに絞り込んだ部会設置、担当理事と部会長のリーダーシップによる活発な活動、産学官連携、企業と学校との連携、販路開拓、人材育成、広報活動、地域貢献活動等、可能な限りありとあらゆる事業を実施し、地域を良くしたいというモチベーションの高さが成功要因と思われる。

特徴ある活動



組合で作成した「採用・入社・退職マニュアル」



地元のFMラジオに出演する役員



理事長を中心とした強いリーダーシップにより組合員企業のきめ細やかな現状把握から必要な課題解決策を提案したもので、何より地域を良くしたいという熱い想いが鍵である。

これまでの収集・蓄積テーマ一覧

年度	収集テーマ	事例数	年度計
57	A. 研究開発	81	356
	B. 市場開拓	94	
	C. エレクトロニクス化への対応	82	
	D. 人材養成	66	
	E. 組合青年部	33	
58	A. 地域経済社会振興への寄与	89	365
	B. 共同購買	101	
	C. 情報提供	82	
	D. 資金の貸与	93	
59	A. 共同生産・加工	131	311
	B. 新サービス業の組織化	71	
	C. 異業種連携組合	58	
	D. ボランティア・チェーン組合	51	
60	A. 共同受注・販売	93	369
	B. 組合のコンピュータ活用	93	
	C. サービス業組合	90	
	D. 組合青年部	93	
61	A. 研究開発	84	357
	B. 新規事業等への取組み	54	
	C. 共同店舗	83	
	D. 国際化への対応	41	
	E. 組合事務局	95	
62	A. 人材養成	88	349
	B. 共同購買	96	
	C. 市場開拓	88	
	D. 産学官交流活動（外部機関等との交流・連携）	77	
63	A. 共通商品券・サービス券の発行	88	256
	B. 債務保証関連事業	52	
	C. コンピュータ・ネットワーク	64	
	D. 地域産業おこしの組織化	52	

年度	収集テーマ	事例数	年度計
元	A. 団地組合	88	312
	B. 共同生産・加工	92	
	C. 商店街のイベント事業	86	
	D. ニュービジネスの組織化	46	
2	A. 共同受注・販売	92	294
	B. 共同労務管理	68	
	C. 融合化組合	44	
	D. 新たな企業組合	21	
	E. 組織再編成	20	
	F. 商業集積の最適化活動	49	
3	A. マーケティング事業	84	262
	B. 新分野進出等への取り組み	54	
	C. 外部経営資源の活用による事業の高度化	64	
	D. 共同物流への取り組み	60	
4	A. ユニークな組合活性化ノウハウ	80	167
	B. 青年部による組合活性化（特色ある青年部活動）	87	
5	A. 環境・資源問題への取組み	69	156
	B. 労働環境改善・人材養成への取組み	87	
6	A. 下請組合	26	145
	B. 共同購買	85	
	C. 国際化への対応	34	
7	A. 協業組合	53	166
	B. 産業別先進組合	113	
	(食料品製造業)	(30)	
	(機械器具・金属製品製造業)	(16)	
	(卸売業)	(18)	
	(サービス業)	(29)	
	(ニューサービス業)	(20)	
8	A. 商工組合	37	177
	B. 商店街の活性化	47	
	C. 情報（ネットワーク）化への取り組み	37	
	D. 産業別先進組合	56	
	(製造業)	(19)	
	(建設業)	(19)	
	(運輸業)	(18)	

年度	収集テーマ	事例数	年度計
9	A. 産地組合	49	168
	B. 共同店舗	48	
	C. 新分野進出のための活動	32	
	D. 共同生産・加工事業	39	
10	A. 資源・環境・リサイクルに対する取り組み	47	174
	B. 女性の活動による組合活性化（女性部・婦人部）	31	
	C. 人材養成	52	
	D. 団地組合	44	
11	A. 融合化・異業種連携	45	163
	B. 新たな販路・市場開拓	47	
	C. 青年部による組合活性化	56	
	D. 高齢者・障害者の福祉の向上	15	
12	A. 新たな企業組合	25	171
	B. 広域業種別組合の新たな取り組み	25	
	C. IT革命への対応	45	
	D. 外国人研修生共同受入事業	38	
	E. 小売業組合の共同事業	38	
13	A. 新たなサービス機能の協創	36	164
	B. コラボレーションによる経営革新	33	
	C. 循環型社会への対応	54	
	D. 受注・販売の共同化	41	
14	A. 創業・新事業の展開	44	127
	B. 共同物流	9	
	C. 商店街・中心市街地の活性化	48	
	D. 地場産業・地域産業集積の活性化	26	
15	A. 共同事業の新展開—既存事業の再生	26	109
	B. 共同事業の新展開—新規事業の実施	42	
	C. 団地組合	16	
	D. 商工組合	25	
16	A. 企業組合	26	95
	B. IT（情報技術）による事業革新	21	
	C. 産学官との連携による新事業展開	19	
	D. 地域活性化への貢献	29	

年度	収集テーマ	事例数	年度計
17	A. 環境対応型事業	29	96
	B. 商業・サービス業組合	25	
	C. 地場産業組合	25	
	D. 人材の確保・養成と労務管理	17	
18	A. 新たな販路・市場開拓	29	89
	B. 企業組合による創業・再チャレンジ	27	
	C. 青年部による組合活性化	20	
	D. 卸・小売業組合	13	
19	A. 地域資源を活用した事業展開	51	94
	B. 共同事業を通じた生産性向上	43	
	(建設業)	(7)	
	(製造業)	(21)	
	(運輸業)	(8)	
	(サービス業)	(7)	
20	A. 環境重視社会への対応	35	90
	B. 連携による事業展開	17	
	C. 指定管理者制度の活用	21	
	D. 組織・機能を活かした事業展開	17	
21	A. 新製品・新技術・新サービスの開発	32	86
	B. 地域商業の活性化	31	
	C. ITを活用した事業推進	14	
	D. 事業の国際的展開	9	
22	A. 販路・市場の開拓	39	89
	B. 多彩な企業組合	25	
	C. 人材確保・人材育成	16	
	D. 外部支援による事業の活性化	9	
23	A. 災害対策	20	89
	B. 共同受注	26	
	C. 地場産業	30	
	D. 共同仕入・共同購入	13	
24	A. ソーシャルビジネス	21	84
	B. 地域資源の活用	39	
	C. ものづくり	12	
	D. エネルギー対策	12	

年度	収集テーマ	事例数	年度計
25	A. IT経営（運営）	15	81
	B. 商店街・共同店舗	32	
	C. 農商工連携・6次産業化	21	
	D. 組合間連携	13	
26	A. 地域連携による新たな事業展開	35	84
	B. 「成長分野」への挑戦	16	
	C. 特色ある組合のホームページ活用	19	
	D. 女性の登用（活躍）による事業・活動の展開	14	
27	A. 地域の魅力発信によるグローバル需要の開拓	28	80
	B. 地域産業を担う人材の確保・育成	38	
	C. 組合事業による新たな展開	14	
28	A. 地域活性化・地域社会への貢献	39	80
	B. 災害への対策・対応	24	
	C. 組合組織による生産性向上・取引力強化	17	
29	A. 後継者の育成1 / 技術・技能の継承 / 人材確保・育成	29	82
	B. 新たな販路開拓・市場開拓	39	
	C. 特徴ある活動による組織課題への対応	14	
30	A. 共同事業の新展開—既存事業の再生	13	81
	B. 共同事業の新展開—新規事業の実施	11	
	C. 青年部・女性部による活性化	22	
	D. 特徴ある活動	35	
元	A. 積極的な情報発信による活性化	18	80
	B. 外部との連携	15	
	C. 社会貢献・SDGs	19	
	D. その他の特徴ある活動	28	
2	A. 事業継続力	36	77
	B. IT、デジタル変革	12	
	C. その他の特徴ある活動	29	
テーマ数：延べ 148 テーマ			6,575

先進組合事例抄録

令和2年度 組合資料収集加工事業報告書

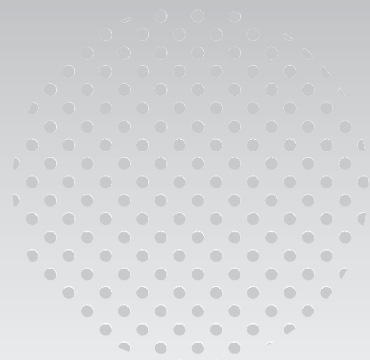
令和3年3月

全国中小企業団体中央会

〒104-0033 東京都中央区新川1-26-19 全中・全味ビル

☎03-3523-4901

URL <https://www.chuokai.or.jp/>



本書の特徴

- ✿ 連帯組織ならではの課題解決の取組手法や仕組みを「見える化」
- ✿ 本年度のテーマに沿った77の事例を収録し、カテゴリーに分類
- ✿ 専門家の知見によるノウハウ活用のヒント、キーファクターを提示

組合、一般社団法人、事業型NPO法人など、各種団体による組織活性化術の参考に



全国中小企業団体中央会