



特徴ある活動事例(21事例)

カテゴリー

- ①循環型社会の形成
- ②事業継続力強化計画・BCP 策定
- ③組織の魅力創出・技の伝承
- ④商品開発・販路開拓

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 (3)	② (4)	③ (10)	④ (4)	
C-1	青森県	八戸市魚菜商業協同組合	市場リニューアルを契機とした 新たな魅力の創出			○		66
C-2	秋田県	乳頭温泉郷協同組合	組織力のある活動で迅速に地域団体商標を 取得			○		67
C-3	千葉県	協同組合千葉電設協会	BCP で築く防災連携と意識醸成		○			68
C-4	東京都	協同組合国立旭通り商店会	お金と手間をかけずに街を元気に！			○		69
C-5	山梨県	富士吉田織物協同組合	子どもたちと織りなす、まちの未来			○		70
C-6	静岡県	伊豆長岡温泉旅館協同組合	大規模災害時の観光地の財産を守る BCP への取組み		○			71
C-7	静岡県	TEA SEVEN 協同組合	苦境の茶産地で“楽しいことをやろう”と 集まった若手経営者たちの挑戦				○	72
C-8	石川県	金沢仏壇商工業協同組合	再生と復活。廃棄仏壇を家具・装飾品等に 生き返らせる				○	73
C-9	滋賀県	滋賀県印刷工業組合	未来に伝える「淡海（おうみ）のいろ」			○		74
C-10	京都府	協同組合日新電機協力会	発注企業と受注企業がパートナーとして 共に未来を拓く			○		75
C-11	奈良県	橿原市上下水道協同組合	奈良県の水道協同組合初の連携事業継続力 強化計画		○			76
C-12	大阪府	協同組合関西ファッション連合	GHG（温室効果ガス）削減の見える化に 向けて！	○				77
C-13	兵庫県	神戸市管工事業協同組合	大学生が企画・運営するセミナーで 若者層に組合を PR			○		78
C-14	和歌山県	和歌山化成成品工業協同組合	競合関係ではなく共存関係！ 共に成長し前進する組合員			○		79
C-15	岡山県	アローハーネス協業組合	協業組合で全国初の女性部設立 女性が輝く労働環境へ			○		80
C-16	広島県	協同組合テコフォーム広島	小豆皮の資源化により、持続可能な 新素材を開発！	○				81
C-17	広島県	広島魚商協同組合	組合一丸となって、国内外へ 広島の水産物をアピール				○	82
C-18	山口県	湯野温泉事業協同組合	湯野スタイル「新・湯治」の提供による 地域活性化			○		83

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 (3)	② (4)	③ (10)	④ (4)	
C-19	徳島県	徳島県木材買方協同組合	木材産業の未来のために	○				84
C-20	愛媛県	愛媛自動車部品リサイクル協同組合	自動車部品リサイクル業界での 連携事業継続力強化計画		○			85
C-21	福岡県	芦屋青果協業組合	小さく始めて家族の力で挑む、 持続可能な経営改革				○	86

21
事例



特徴ある活動事例

1

循環型社会の形成

2

事業継続力強化計画・BCP策定

3

組織の魅力創出・技の伝承

4

商品開発・販路開拓



特徴ある活動事例

～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**

市場環境が複雑化し不透明さを増す中で、中小企業が持続的に成長を遂げるためには、社会課題の解決を経営戦略に取り込むといった抜本的な変革が喫緊の課題となっている。

カーボンニュートラルの実現や、頻発する自然災害への備え、さらには次世代への技術継承など、一朝一夕には解決できない難題が山積している。これらの課題に対し、組合というプラットフォームを通じてリソースを補完し合い、新たな価値を創造していくことが必要不可欠となっている。

地域経済の担い手である組合が、いかにして社会的責任を果たしつつ競争力を高めているかに焦点を当て、本テーマで取り上げている21の事例を「循環型社会の形成」、「事業継続力強化計画・BCP策定」、「組織の魅力創出・技の伝承」、「商品開発・販路開拓」の4つのカテゴリーに分類し、事例の紹介と活用ポイントを考察する。

1. 循環型社会の形成

循環型社会の形成は、資源枯渇や環境負荷への対応として、今や全産業が取り組むべき生存戦略である。当該カテゴリーの事例では、廃棄物削減や再資源化を通じた、持続可能な事業モデルへの転換を目指す取組みが見られる。

協同組合関西ファッション連合(大阪府、C-12)の事例では、カーボンニュートラルへの取組みが世界的に加速する中、他のアパレル、ファッション業界団体と連携しGHG (Greenhouse Gas:温室効果ガス)削減に向けた考え方と算定方法の整理、脱炭素型素材を取り入れた場合のGHG排出量の削減率の算定方法についてガイドラインとして取りまとめている。実際には何から着手すべきか分かりづらい環境負荷低減に対する行動を「見える化」した事例である。

事例ノウハウの移転活用にあたっては、GHG削減についての着目点が、業種や流通チャネルのポジションにより異なるものとなることから、削減の方向性と算定方法の整理について留意しながら検討していく必要がある。

協同組合テコフォーム広島(広島県、C-16)の事例では、近年取り組んできた「バイオプラスチック」の研究開発のノウハウを活用することで、お菓子製造の小豆の皮(副産物)を利用した新たなプラスチック素材の開発を行っている。特定業界の廃棄物(バイオマス)を工業製品の原料へ転換する「アップサイクル」の高度なモデルの事例である。

事例ノウハウの移転活用にあたっては、植物由来の副産物は、産地や時期によって水分量や成分が変動するため、原料(副産物)の安定確保と品質の均一化がポイントとなる。また、新素材は既存のプラスチックに比べコスト高になる傾向にあるため出口戦略(販路)の明確化が重要となってくる。

2. 事業継続力強化計画・BCP策定

事業継続力強化計画・BCP策定は、災害等の有事に組織を維持する重要な取組みである。特に組合による連携事業継続力強化計画は、相互扶助により地域供給網を守る強力な盾となる。当該カテゴリーの事例では、地域の災害協定との整合や連動を踏まえた計画策定の取組みが見られる。

協同組合千葉電設協会(千葉県、C-3)の事例では、過去の災害時において、千葉市との災害時応援協定に基づき活動を行ったが、情報連絡系統が十分に機能させることができなかったことが計画策定の契機となっている。組合員企業が、経済産業省の事業継続力強化計画と千葉市の災害時事業継続計画、さらには連携事業継続力強化計画の策定をしている。連携事業継続力強化計画では、組合内の連絡や相互支援、資機材融通、組織的な被害対応等を明確にしている。

事例ノウハウの移転活用にあたっては、「多層的な計画」間の整合性と優先順位の整理や資機材融通の実効性を高める「台帳」の整備が重要と考えられる。

伊豆長岡温泉旅館協同組合(静岡県、C-6)の事例では、伊豆の国市及び沼津市と締結した「災害時宿泊施設提供協定」に掲げる事業を確実に遂行するため、災害発生時の事務局の体制整備を推進すべくBCPの策定に着手している。BCPを策定したことで、災害協定を締結している市との円滑な連携が可能となった事例である。

事例ノウハウの移転活用にあたっては、自治体との協定を遂行するために、組合事務局自体が機能停止しないことが前提となることから、事務局の「参集」と「通信」の確実な確保が重要となる。また、協定内容とBCPの「整合性」の定期的な検証やアップデートが不可欠である。

3. 組織の魅力創出・技の伝承

組織の魅力創出・技の伝承は、人材不足を打破し持続的な活動をしていくための要といえる。独自の強みを磨き、若手に繋いでいく技術継承の仕組みと環境を築くことで、組織の未来を担保していくことが重要である。当該カテゴリーの事例では、アナログやデジタルの手法に係わらず双方向型の仕組みの構築が見られる。

協同組合国立旭通り商店会(東京都、C-4)の事例では、店舗を訪れた来街者に他の組合員店舗の「紹介カード」を渡し、他の組合員店舗にてその「紹介カード」を提示するとサービスが受けられる仕組みを展開し効果をあげている。個店の「点」の魅力を組み合わせて商店街という「面」の魅力を高めるリレーションマーケティングのベスト事例である。

事例ノウハウの移転活用にあたっては、紹介カードを渡す行為が単なる作業になると、来街者にその魅力は伝わらないことから、組合員同士が互いの店舗やサービスを深く理解するための交流が必要と思われる。また、直接的な値引きをしないことから「紹介する店舗」・「紹介を受ける店舗」・「来街者であるお客様」の三者がメリットを感じる設計がポイントとなってくる。

神戸市管工事業協同組合(兵庫県、C-13)の事例では、新たに業界のイメージ向上及び次世代の担い手に管工事業に興味をもってもらうための取組みをしている。専用ホームページの開設や若年層向けの情報発信手段について調査研究することを目的に、地元の神戸学院大学と連携し、大学生によるワークショップを開催している。学生側が企画から運営まで主体的に関わることで、組合の活動や業界全体のイメージを変革させながら管工事業を伝えていく事例である。

事例ノウハウの移転活用にあたっては、一方的な協力依頼ではなく、「学生のメリット」を明確にしたWin-Winの設計や次年度の学生へ引き継ぐ、あるいはインターンシップへ繋げるなど、若年層との接点を「仕組み」として定着させることが重要と考えられる。

4. 商品開発・販路開拓

商品開発・販路開拓は、組合の結束力を競争力に転換し、新たな収益源を創出する攻めの戦略であり、共同での展示会出展やブランディングを通じての市場進出が重要なマーケティング活動となる。

当該カテゴリーの事例では、リメイクを含めた商品開発や国内外への展示会出展に向けた取組みが見られる。

金沢仏壇商工業協同組合(石川県、C-8)の事例では、青年部が主体となり仏壇の一部を家具や装飾品として再生することに着目し、新商品の開発に取り組んでいる。最終商品を仏壇とすることから一時的に離れ、他の伝統工芸との交流を通じた商品開発の発想で、技術を水平展開させた優れた事例といえる。

事例ノウハウの移転活用にあたっては、既存の製品を否定するのではなく、技法を次世代へ残すための「出口の多様化」という認識を組合員全体で共有することが不可欠となる。当事例と同様に柔軟な発想を持つ青年部が主導し、親会がそれをバックアップする体制を構築することが、スムーズな事業推進の鍵となる。

広島魚商協同組合(広島県、C-17)の事例では、組合員企業により「ジャパンインターナショナルシーフードショー」に共同出展し、全国の商社や量販店などに加え、海外からのバイヤー等との商談機会を創出している。組合による支援体制により、個社では負担が大きい出展コストの軽減やノウハウの提供、共同ブースでの相乗効果などが得られた事例である。

事例ノウハウの移転活用にあたっては、組合としての統一したメインテーマを明確に打ち出しつつ、各出展企業の独自性が埋没しないようにする工夫や海外バイヤーとの商談を想定し、組合側で通訳の手配や輸出実務の基礎知識をサポートする体制を整えておくことが重要となる。

C

1

市場リニューアルを契機とした新たな魅力の創出

八戸市魚菜商業協同組合

住 所	〒031-0812 青森県八戸市大字湊町字久保38番地の1		
ホームページ	—	SNS	—
設 立	昭和37年4月	主 な 業 種	鮮魚小売
組 合 員 数	15人	出 資 金	75千円

■背景・目的

昭和28年開設の八戸市営魚菜小売市場は公設民営の施設であり、「市民の台所」として親しまれてきた。近年は組合員の高齢化や後継者不足、老朽化などが課題であったが、一方で平成14年の東北新幹線八戸駅開業や組合員のSNS発信により観光客が増加。令和2年のコロナ禍で一旦客足が減少したものの、令和4年にリニューアルし、衛生環境が整った快適な市場として再生した。これを機に世代交代や新規組合員の参入を促進し、年間を通じた集客の安定化、体験型観光の展開、官民との連携を強化。地域生活と観光を結ぶ市場として、持続的発展を目指している。

■取組みの手法と内容

当組合では老朽化した市場の再生による地域活性化を目指し、組合理事と事務局を中心とした小規模ながらも機動的な体制により、まちづくり会社「みちのく湊未来(株)」や八戸市、青森県との協働による施設改修・イベント企画・情報発信を展開。リニューアルに際しては「昭和の風情の継承」と「衛生・快適性の向上」を重視した。工事中の仮設営業や合意形成等では困難に直面したものの、理事会での丁寧な合意形成プロセスを経て組合員との信頼関係を築き、円滑な運営体制に努めた。

また、SNSやYouTubeの活用でインフルエンサーによる市場の魅力が全国に発信されている。組合員と組合直営の食堂が提供する魅力的な朝食や、県の働きかけで組合員が開発した「むつみなとふりかけ」の作成体験などは、若年層や観光客を惹きつける新たな収益の柱へと成長した。さらに冬季の閑散期対策として、まちづくり会社等と協力した季節イベントの継続により新規組合員の参入を促している。少人数ながら互いに支え合う組合員の協働に基づく結束力と、官民連携による柔軟な推進体制が相乗効果を生み、当市場は地域の観光拠点としての重要性を一層高めている。

■成果とその要因

リニューアルにより衛生面と快適性が向上し、年間来場者数は10万人を突破した。SNSやYouTubeでの発信が功を奏し、地元の若年層だけではなく県外からの観光客も増加している。組合員の協力体制と官民連携により、体験型商品「むつみなとふりかけ」といった新たな魅力を創出し、市場全体の質の底上げと地域活性化を同時に実現している。

特徴ある活動事例



思い思いの朝食を楽しむ来場者



組合直営の食堂



組合員の協力と官民連携による柔軟な推進体制を構築し、SNS発信や体験型商品の導入を展開。新たな集客や市場・地域の活性化、さらには魅力創出へとつながっている。

C 2

組織力のある活動で迅速に地域団体商標を取得

乳頭温泉郷協同組合



住 所	〒014-1201 秋田県仙北市田沢湖生保内字駒ヶ岳2番地1		
ホームページ	http://www.nyuto-onsenkyo.com/	S N S	[YouTube] 乳頭温泉郷 乳頭温泉郷協同組合
設 立	令和5年7月	主 な 業 種	サービス業
組 合 員 数	7人	出 資 金	7千円

■背景・目的

事業協同組合を設立し「乳頭温泉郷」の地域団商標の取得を目指すとともに、地域資源としてのブランド形成とさらなる認知度の向上を図る。また、組合員等が連名で所有している乳頭温泉に関する商標権を組合に移転し、当該権利の維持管理の集約と簡略化を展開する。

これにより、地域一丸となったブランド保護体制を構築するとともに、効率的な運用を通じて観光資源としての価値を最大化し、地域経済の活性化に寄与することを目指す。

■取組みの手法と内容

乳頭温泉郷は歴史ある湯治場として知られており、豊かな自然の奥深くに源泉の異なる7つの湯の宿が点在する温泉郷という特徴がある。一般的な温泉街とは一線を画す「異なる源泉」「広大な自然」「点在する宿」という強みを活かし、1979年に設立された「乳頭温泉組合」は、長年ブランディングを牽引してきた。同組合は「湯めぐり帖」の販売事業等を通じ、来郷者が多くの源泉や宿を楽しめるような回遊支援や温泉郷全体のサービス向上に尽力してきた。

今回、同組合は地域団体商標の取得およびその他商標権の移転を目的として法人化を展開した。40年以上にわたって独自の事業を構築し、現在の地位を築いてきた実績のある組織のため、法人化に際しては多様な意見が出ることで調整に時間を要することが予想された。しかし実際は、地域団体商標の認知から、その制度理解、法人化の決断そして協力体制の構築に到るまで極めて迅速に進行し、組合設立の準備開始から地域団体商標取得まで、約1年で達成している。そして、事業協同組合の設立に先立ち、弁理士を講師に招いた地域団体商標制度に関する研修会では、多様な意見を吸い上げ、専門的見解を交えた情報共有を徹底し、設立後は県や市の担当者のほか、メディアを招聘したブランディング事業検討会を開催し、活動を広く周知することで多角的な協力体制の構築を展開した。

■成果とその要因

連名の商標権を組合に移転し、2024年4月18日に「乳頭温泉郷」は地域団体商標として登録された。組合運営に対し組合員から多様な意見が提出されるものの、組合の安定した経済力は安心感をもたらし、理事長が県外資本の事業所の支配人であるという客観的な立場が、平等かつ公平な運営を展開する信頼感となり、迅速な意思決定が可能な組織体制を実現している。



黒湯温泉



湯めぐり帖



安定感のある事業展開によって、組合の求心力を維持しており、組織内の高い調整力に基づく信頼関係が、スムーズな組合運営を支えている。

特徴ある活動事例



BCPで築く防災連携と意識醸成

協同組合千葉電設協会



住 所	〒260-0016 千葉県千葉市中央区栄町24-9 川口ビル2階		
ホームページ	https://www.chiba-densetsu.or.jp/	S N S	—
設 立	昭和60年1月18日	主 な 業 種	電気工事業
組 合 員 数	42人	出 資 金	4,100千円

■背景・目的

当組合は昭和60年設立の電気工事業協同組合である。近年、自然災害の頻発と団塊世代の引退に伴う技術継承が課題となっており、電気工事業はライフラインを支える重要な役割を担うことから、当組合では社会的責任を果たすべくBCP策定に着手した。災害時の事業継続と地域貢献の両立は急務であり、組合員企業のBCP策定支援と組合全体の連携体制構築を推進している。また、講習会等を通じて防災意識の醸成を図るとともに実践的な訓練体制の確立に努めている。

■取組みの手法と内容

BCP策定の推進は組合理事長を中心とした理事会主導で進められ、推進体制としては中小企業庁の事業継続力強化計画認定制度を活用し、千葉県中小企業団体中央会の指導を受けながら体系的な取り組みを展開した。

実施内容として計6回の講習会を開催し、個社のBCP策定から着手した。各社の業務棚卸しを通じて日常オペレーションの見直しを行い、災害時の優先業務や代替手段を明確化した。この過程で組合員間における業務内容や経営課題への相互理解が深まり、連携の基盤が構築された。

次に、組合としての連携BCP策定に取り組んだ。最大の課題は災害時の情報連絡系統の確立であった。複数社を統括する指揮命令系統の整理や連絡フォーマットの標準化には苦労したが、九都県市合同防災訓練への参加を通じて実践的な検証を重ねた。訓練で表面化した伝達の遅れや混乱を改善の機会と捉え、連絡手段の多重化と文書の簡素化を図ることで実効性を高めている。

運用の工夫として、定時総会や賀詞交換会等の行事を活用して組合員や外部企業との情報交換を促進し、組合員のBCPに対する自発的な関心維持に努めた。その結果、認定取得企業の成功体験が未策定企業への刺激となり、組合全体にBCP文化形成が定着した。さらに千葉市との連携も深まり、地域防災計画への協力要請を受けるなど、組合の社会的地位向上も実現している。

■成果とその要因

令和5年度に組合員10社が事業継続力強化計画の認定を取得し、組合自体も連携事業継続力強化計画の認定を受けた。組合員数も42社に増え、加入促進目標を達成。経済産業省と千葉市の認定マークの活用で信頼性が向上し、行政との連携も強化された。長年の信頼関係を基盤に専門職能集団として社会的責任を再認識し、継続的な訓練と改善を重ね実効性の高い防災体制を構築できたことが成果である。



連携組織活性化研究会の様子 (R7)

特徴ある活動事例



組合理事の強力なリーダーシップと中央会による体系的指導のもと、定時総会などの既存行事と連携し、継続的な意識醸成と実践的訓練を積み重ねた。

C 4

お金と手間をかけずに街を元気に！

協同組合国立旭通り商店会



住 所	〒186-0002 東京都国立市東一丁目7番地の6		
ホームページ	https://kunitachi-asahi.com/	S N S	[YouTube] 国立旭通りチャンネル
設 立	平成13年12月	主 な 業 種	異業種
組 合 員 数	138人	出 資 金	2,520千円

■背景・目的

当組合では、これまで商店街の活性化を目的に様々なイベントを展開してきたが、イベントの実施には「多大な人的コストと予算の負担」に対し「効果が一時的で日常的な集客に繋がらない」という一過性の課題を抱えていた。そこで、当組合では他の商店街との差別化を図りつつ、日々の商業活動を通じて地域住民の方々に「このお店がこの街にあって良かった」と実感していただけるような組合独自の新たな企画を検討し、組合（商店街）および組合員店舗全体の持続的な魅力向上を目指す取組みを行った。

■取組みの手法と内容

新企画実施のため意欲的な組合員で「ナンバーワン会議」を構成、企画担当理事を中心に具体的な検討を重ねた結果、同会議で取りまとめた複数の企画案が理事会で承認され「補助金に頼らず手間や費用をかけないで取組める企画」が実現した。具体的な内容は次の通りで、組合自らメディア各社へ積極的にPRし、取材に応じた。

①「紹介システム」の実施

店舗を訪れた来街者に他店舗の「紹介カード」を配布、その店舗でカードを提示するとサービスが受けられる仕組み。カードの受け渡しを通じて来街者に“特別感”を体感してもらうこと、「大盛り無料・デザート進呈（飲食店）」や「サンプル提供（小売店）」といった“値引きに頼らないサービス”を提供することがポイント。

②「ナンバーワン・オンリーワン・〇〇初」の取組み

自店の個性と魅力を磨き、他の商店街との差別化を図るため「ナンバーワン・オンリーワン・〇〇初」を目指す取組みを実施。

- ・ コロナ禍で飲食店がテイクアウト営業を余儀なくされるなか、日本で最初に作成された紙媒体「テイクアウトマップ」を作成。
- ・ 組合員がタキシード風の装いでガイド役を務め、来街者に商店街の店舗を紹介する街歩きツアーを実施。
- ・ 夏の猛暑が続くなか、多摩地区で唯一組合員店舗が一斉に打ち水を行い、来街者に涼を届けた。
- ・ 各店舗の特長が一目でわかる共通フォーマットのポスターを全店舗に掲出。

■成果とその要因

本取組みを通じて、組合（商店街）および組合員店舗の魅力が向上した結果、リピーターの定着や広域からの新規来街者の獲得に成功し、全体の来街者数増加に繋がった。また、こうした成果が評価され、令和6年11月に開催された東京都主催「第19回東京商店街グランプリ」においてグランプリを受賞した。



ナンバーワン会議の様子



紹介カード



「ナンバーワン会議」が主体となって企画を推進した結果、補助金に頼らず手間や費用を抑えた「誰でも簡単にできる取組み」を実現した。

特徴ある活動事例

C5

子どもたちと織りなす、まちの未来

富士吉田織物協同組合



住 所	〒403-0004 山梨県富士吉田市上吉田2-5-1 ハタオリマチ案内所内		
ホームページ	https://fujiyoshida.yamanashi-tex.jp/	S N S	—
設 立	昭和26年6月29日	主 な 業 種	製造業(繊維工業)
組 合 員 数	106人	出 資 金	619千円

■背景・目的

富士吉田は長年、織物産地としてOEM需要を中心に発展してきたが、国際競争の激化に伴うOEM市場の縮小により事業モデルの転換を迫られていた。従来の間屋依存の取引構造では、展示会等で産地の存在感を十分に発揮できていなかったことから、オリジナル商品の開発による自立的な事業基盤の確立を目指すことになった。同時に、地元住民の産地意識の希薄化に危機感を抱き、地域一体で行動を起こす必要性を認識するようになった。

■取組みの手法と内容

OEM主体の事業展開からの転換を図るべく、2009年より東京造形大学の学生と協働し独創的な自社商品の開発に取り組んでいる。学生たちの既成概念にとらわれない色彩や素材の提案に試行錯誤を重ねた結果、この取り組みを契機に富士吉田が織物産地であるという認知度は向上し、2016年には富士吉田市主催の「ハタオリマチフェスティバル」が開催されるまでに発展した。この祭りの盛況を受け、クラウドファンディングによる資金調達にも成功し、その資金をもとに、1000年以上の歴史を持つ織物産地としての文化を次世代へ継承するための書籍『ハタオリ学』を刊行。本誌3,000部、副読本『ハタオリ学ミニブック』20,000部を発行し、県内図書館への蔵書として貸し出すほか、市内の小中高等学校における郷土学習の教材としても活用されている。こうした活動を通じて産業は徐々に活性化し、富士吉田商工会議所を始めとして、山梨県、富士吉田市、JETRO、民間制作会社など、官民が連携した地域振興体制が構築された。こうした機運は教育現場へも波及し、小中高等学校から工場見学の申込が増加するなど、子どもたちや教員の関心を喚起している。今後は、織物文化のさらなる浸透と地域への愛着醸成につながっていくことが期待される。

■成果とその要因

OEM主体からの方向転換を図る中、東京造形大学の学生との共同プロジェクトにより産地の知名度が向上した。クラウドファンディングで資金を募り刊行した『ハタオリ学』は学校教育の教材として活用され、工場見学の実施は地域文化の継承に繋がった。成功の要因は、関係者の緊密な連携と危機感の共有と変革を躊躇わなかった姿勢にある。



制作した書籍『ハタオリ学』



富士山学習の教科書として



『ハタオリ学』を使用した富士山学習の授業風景

特徴ある活動事例



織物文化の衰退に対する危機感を関係者間で共有し、美大生との協働による変革を推進。認知度向上と支援拡大を実現するとともに、書籍刊行を通じて次世代への文化継承の土台を築いた。

C6

大規模災害時の観光地の財産を守るBCPへの取組み

伊豆長岡温泉旅館協同組合



住 所	〒410-2201 静岡県伊豆の国市古奈255		
ホームページ	https://izuspa.com	SNS	—
設 立	昭和37年12月	主 業 種	宿泊業
組 員 数	27人	出 資 金	25,422千円

■背景・目的

能登半島地震発生後、大規模災害の懸念がある当組合でも組合役員から災害時の対策を求める声が相次ぎ、事務局としてその必要性を再認識していた。特に、平成27年に伊豆の国市・沼津市と締結した「災害時宿泊施設提供協定」の運用において、両市との連絡窓口である組合事務局の体制整備が急務となっていた。こうした状況を踏まえ、組合は事務局の災害対応の体制確立と組合員による対策推進を図るため、事業継続計画(BCP)の策定に着手した。

■取組みの手法と内容

能登半島地震による奥能登の観光産業への甚大な被害を受け、当組合役員の間では「他人ごとでは済まされない」という危機意識が高まり、以前から災害対策の必要性を認識していた組合事務局が旗振り役となってBCP策定の機運が醸成された。しかし、具体的な策定のノウハウが不足していたため、静岡県中央会に相談し、BCP策定の進め方や専門家の紹介、予算確保などの支援を受けながら準備を進めた。まずは理事会にて、組合理事4名と事務局による組合自体のBCP策定を提案し、承認を得て作業が開始された。推進メンバーには、危機感の強い理事と組合事務局、中央会推薦の中小企業診断士を選定した。数回の策定会議を経て、組合BCPと組合員向けの策定フォーマットを完成させた。策定したBCPに基づき実証実験を行ったところ、大規模震災で通信網が遮断されたと想定した場合「源氏山」が地形的な障壁となり、組合員や伊豆の国市等の関係先との情報伝達が困難になることが明らかになった。そこで災害時の情報網整備など、情報インフラ構築の重要性が改めて認識され、具体的な対策づくりに向けて検討が始まった。さらに、組合に加盟する各施設で活用できるBCPフォーマットを配布したことで、組合員全体でBCP策定の機運も一層高まるなど、組織的な防災力の底上げにつながった。

■成果とその要因

令和6年1月に発生した能登半島地震を受け大規模災害への危機感を抱いた複数の理事からの要望により、BCP策定を求める声が上がった。また、伊豆の国市・沼津市との災害協定を実効化すべく、事務局主導で策定を推進。こうして完成した組合BCPおよび組合員向けフォーマットは、地域全体へ大規模災害に備えた事前対策の重要性を周知する指針となった。



BCP策定に向けた会議を重ねた



古くから湯治場として親しまれる「伊豆長岡温泉」



ニュー八景園

特徴ある活動事例



伊豆長岡地区で想定される大規模災害時への危機意識を持った複数の理事と連携し、組合事務局との橋渡し役を担うことで、組合BCPの策定を実現した。

C7

苦境の茶産地で“楽しいことをやろう”と集まった若手経営者たちの挑戦

TEA SEVEN 協同組合



住 所	〒426-0023 静岡県藤枝市茶町1丁目1番11号		
ホームページ	https://tea-seven.com	S N S	[Instagram] TEA SEVEN
設 立	平成30年11月	主 な 業 種	製茶業
組 合 員 数	7人	出 資 金	210千円

■背景・目的

地域の茶産業の将来を見据え、「藤枝市の茶産業をもっと元気にしたい、楽しくて面白いことをやろう！」と思いを共有した地元産地組合に所属する若手組合員らが呼びかけた。これに茶商（製茶問屋）の6社と茶生産者1社の計7社が賛同し、若手経営者や後継者を中心とした任意グループが結成された。藤枝茶の消費量拡大と「お茶の町藤枝」の再興を目指し、台湾市場の販路開拓に向けたチャレンジを開始した。

■取組みの手法と内容

藤枝市の農産物出荷額の4割を占める茶産業は、近年の需要低迷から産地全体の衰退が懸念されている。こうした中、藤枝茶に新たな風を吹き込むべく若手経営者ら7社が任意グループを発足。お茶の町「藤枝」の再興を掲げ新たなチャレンジが始まった。平成30年には国の支援事業『JAPANブランド育成支援事業』に採択され、台湾市場への販路開拓を目指した。その際、海外進出には交渉などの信用力が重要視されるため法人化が不可欠であることを痛感。静岡県中央会の支援を受け、同年11月に共同販売を目的とした協同組合を設立、事業実施体制を整備した。

その後、コロナ禍により海外進出に向けた取組みは制限を受けたが、この期間を国内市場向けの商品開発推進に充てた。大正大学地域創生学部との産学連携により「フレーバー和紅茶」を開発し、市場に送り出した。制限緩和後は台湾市場向けの販路開拓を再開し、令和6年からは組合員の茶葉取引が本格化した。現在では藤枝産抹茶を中心に取扱量が拡大し、着実な成果を上げている。

こうした活動を通じて「TEA SEVEN」のブランド認知度は向上し、地元企業との連携による商品開発も進展。組合員考案の茶葉を使用したクラフトビールや藤枝産の超微細粉碎緑茶の粉末を使用したペットボトル飲料の開発など、共同事業が次々と結実している。7社の若手が結集した本組合は、持ち前の機動力と旺盛な探求心で前向きな挑戦を続け、「茶産地藤枝」の再興に大きく貢献している。

■成果とその要因

事務局を理事の会社に設置し、専従職員を置かず組合員が役割分担する体制は、迅速な意思決定と機動的な運営を実現している。組合員は自社業務と並行して組合運営を担うことで、折衝力や課題解決力を習得する。組合が相互研鑽の「道場」として機能することで、経営者としての資質向上と組合全体の成長にもつながっている。

特徴ある活動事例



台湾での市場調査



若手茶商・生産農家が7人集まった「TEA SEVEN」



法人化によって組合員の組合への帰属意識が高まった。それに伴い、組合運営に対する責任感が生まれ、組合員の参加意識が醸成されたことで団結力と行動力の強化が図られた。

C 8

再生と復活。廃棄仏壇を家具・装飾品等に生き返らせる

金沢仏壇商工業協同組合



住 所	〒921-8014 石川県金沢市糸田1丁目18番地8 セルーラ新神田EAST202号室		
ホームページ	https://kanazawa-butsudan.or.jp/	S N S	[Instagram] kanazawabutsudan
設 立	昭和34年4月	主 な 業 種	宗教用具製造業
組 合 員 数	18人	出 資 金	1,050千円

■背景・目的

伝統的工芸品である金沢仏壇の需要低迷、廃棄処分のため受け入れた仏壇への対応など先行きが見えない中、形を変えてでも伝統技術を残そうと新たな挑戦として青年部が主体となり取り組んだのは、仏壇の一部を家具や装飾品として再生することだった。この活動は「再生と復活」というテーマで定義され、蒔絵を施した扉を取り出し天板にはめ込んだ座卓や瓔珞(ようらく)を室内装飾用にリメイクした小物を制作し公開した。

■取組みの手法と内容

組合には顧客から預かった処分待ちの仏壇が溜り、その対応に苦慮していた。青年部の若手組合員の間では「伝統を断絶処分することが自分たちの仕事なのか」という思いが強くなっていった。これまで住居環境に合わせた小型化や金箔等加飾の簡略化など、既存の仏壇の延長線上での需要開拓のための新商品開発にも取り組んできたが、十分な需要喚起には至っていなかった。また、仏壇は宗教用具であることから、公的な伝産品の展示会では「なるべく宗教色を避けてもらいたい」といった要望や、小物がなくかさばるなど搬入性の悪さから出展点数が制限されるなど、仏壇という枠組み自体が制約となっていた。そこで、「仏壇」という固定観念を一度切り離し、他の伝統工芸との交流による新たな商品開発に発想を変えた。本事業は青年部有志による「自然発生的な連携」から始まり、厳格な組織体制や規約を設けず、話し合いを基調とするスタイルをとった。このゆるやかな開発チームに家具・クラフトデザイン、九谷焼、輪島塗など外部からの参加を得て、仏壇という発想から外れたことが今回の商品開発実現につながった。

■成果とその要因

何かを形にするということから取り組み、外部協力者の意見を得ながら廃棄仏壇の一部を用いた試作品を完成することが出来た。この取り組みにより新たな発想によるものづくりのノウハウを得ることができ、その次のステップとして青年部の職人一人ひとりが自らの技術や感性と向き合い、独自の商品開発に挑むための土台を整えることができた。



仏壇の戸板を中央に据え、九谷焼の意匠を散りばめたリメイクテーブル



箔彫り職人のオリジナル彫刻と、リサイクルした瓔珞を組み合わせたインテリアアクセサリ

特徴ある活動事例



産地消失の危機感と以前の持ち主が仏壇に対して持っていた愛着や想いを形にして残したいという気持ち。それらが交差し今回の取り組みへとつながった。



未来に伝える「淡海(おうみ)のいろ」

滋賀県印刷工業組合



住 所	〒524-0041 滋賀県守山市勝部3-11-16 アヴァンセ守山302		
ホームページ	https://www.pia-shiga.com	S N S	[Instagram] omi_color
設 立	昭和32年7月	主 な 業 種	印刷業
組 合 員 数	16人	出 資 金	2,340千円

■背景・目的

令和7年に組合設立75周年の節目を迎えることを見据え、印刷物の付加価値向上を目指す「淡海(おうみ)のいろプロジェクト」を令和3年度に始動。地元の滋賀県立大学との連携協定に基づき、学生の瑞々しい感性と写真家等の専門的な視点を融合させ、印刷業者ならではの色彩について協議を重ねた結果、令和4年度に12色を選定、翌5年度には15色を追加選定。抽出された各色には滋賀の自然や特産品、文化を象徴する名称やアイコンなどが付与され、地域の物語を紡ぐ特別な色として誕生した。

■取組みの手法と内容

滋賀県立大学人間文化学部生活デザイン学科の徐研究室と連携し、学生たちが滋賀の街を歩き回るフィールドワークを通じて「色」を収集。集められた色は、組合・大学・企業の三者で検討を重ね、最終的に滋賀にふさわしい色を選定。それぞれの色には、収集地域や名称に加え、カラーコードと独自のアイコンを付記し「淡海のいろ」の成り立ちがひと目で伝わるよう表現した。

初年度に選定した12色については、大津市の滋賀県立美術館レンタルスペースにて「淡海のいろ」成果発表会を開催。翌年に追加された15色については、彦根市のビバシティ彦根内・無印良品にて「淡海のいろ展」を開催。これにより、県内19市町を網羅する合計27色の選定すべてが完了。

「淡海(おうみ)のいろプロジェクト」の主要ミッションは、未来(次世代)に継承すべき「淡海のいろ」を収集・選定することにあるが、学生の感性を正確な色として再現する工程には高度な技術が求められ、組合および組合員企業にとって、カラーマネジメントやデザインスキルの研鑽を図る貴重な機会となった。

今後は、消費者・事業者等に滋賀のストーリーを宿した色「淡海のいろ」を発信することで、印刷物のみならず多様な商材や企画での活用を促進し、地域性を活かした独自の色彩ビジネスの創出を目指す。

■成果とその要因

滋賀の風土や文化、自然に根ざし、人々の暮らしの中で受け継がれてきた地域の色と伝統色を「淡海のいろ」として収集・選定したこと。単なる印刷技術の提供に留まらず、地域の文化的価値に深く踏み込むことで付加価値向上を図ったこと。本事業は公益性の高い取り組みだからこそ、業界組合による厳正な管理・運営が不可欠であり、まさに組合が主体となって推進すべき事業であること。



淡海(おうみ)のいろの展示



成果発表会の様子(滋賀県立美術館レンタルスペース)

特徴ある活動事例



「色」という具体的な要素に滋賀県ならではのストーリーを反映させることで、抽象的な要素を加えて「色」本来の付加価値を高めたこと。

C 10

発注企業と受注企業がパートナーとして共に未来を拓く

協同組合日新電機協力会



住 所	〒615-8686 京都府京都市右京区梅津高畝町47番地(日新電機株式会社内)		
ホームページ	https://www.nissin.or.jp/	S N S	—
設 立	昭和39年6月	主 な 業 種	一般機械機器製造業
組 合 員 数	30人	出 資 金	3,960千円

■背景・目的

少子高齢化に伴う人材不足という構造的課題は、企業の成長を阻む深刻な経営課題である。協同組合日新電機協力会は、主要取引先の日新電機株式会社とともにサプライチェーン全体でこの問題を克服し共存共栄を図るため、これまで以上に両者の緊密な連携を提唱した。その具体的な実践の場として、2019年に「スマート活動推進協議会」を設立。生産性向上や技術継承に一体となって取り組み、持続可能な発展を目指して活動を開始した。

■取組みの手法と内容

スマート活動推進協議会(以下、本協議会)は、協同組合日新電機協力会(以下、協力会)と日新電機株式会社が共催し、事務局を日新電機の調達部が担当している点が特徴である。日新電機の積極的な参画の背景には、協力が自助努力しながら良きパートナーとしての基本方針を掲げ、この方針の下で協会員と日新電機担当部門が日常的に本音で議論できる良い関係性を構築していることが大きい。

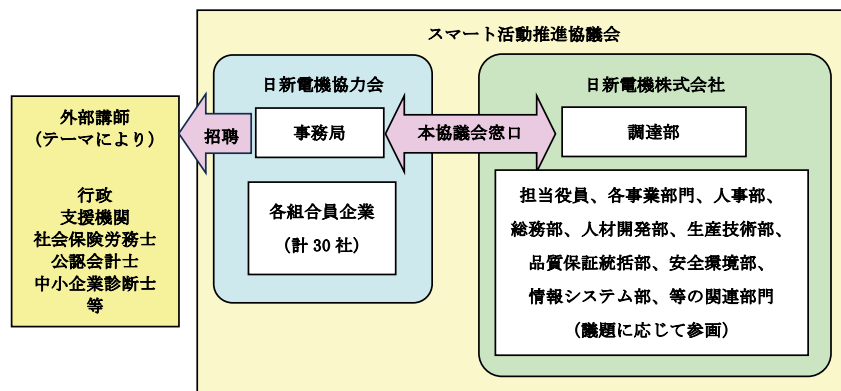
2019年の発足以来計23回開催されてきた本協議会は、人材不足を克服するための知見共有や仕組みを作る場として機能している。日新電機からは生産性向上やDX化、人材開発、健康経営の事例等が紹介される一方、協力会からは製造しやすい設計要望や作業手法等の提案がなされている。また、サプライチェーン全体のレベルアップのため、共同での品質・安全巡視や専門家を招聘した働き方改革、メンタルヘルス対策、ハラスメント防止等の合同勉強会も実施している。

こうした取り組みは、地元京都の新聞に2回掲載されるなど、企業連携の優良モデルケースとして注目されている。

今後は本協議会で培った知見やノウハウを活かし、各組員企業のDX・IT化による生産性向上をさらに加速させる。そして、相互の連携を深化させることでユニット受注によるワンストップの製品供給体制を構築し、新たなビジネスモデルの確立を目指していく。

■成果とその要因

一過性ではなく継続的かつ積極的な取り組みを促すため、単なる受発注の関係を超越、同じ技術のサプライチェーンのパートナーとして本音で意見交換するよう心掛けている。具体的には、協力会から日新電機への設計改善を提案し、工期短縮やコストダウンを実現するなど、双方に利益をもたらす関係を構築している。



本協議会の運営体制



本協議会の開催風景

特徴ある活動事例



製品価値を共に高めるサプライチェーンのパートナーとして、共存共栄の重要性を取引先企業の経営幹部から従業員までが理解し、主体的に協力し合える体制の仕組み作りを推進

C 11

奈良県の水道協同組合初の連携事業継続力強化計画

橿原市上下水道協同組合



住 所	〒634-0075 奈良県橿原市小房町8-30		
ホームページ	—	S N S	[Instagram] kashihara.830
設 立	昭和54年3月5日	主 な 業 種	管工事業
組 合 員 数	16人	出 資 金	20,580千円

■背景・目的

水道業界は水道設備の老朽化という大きな問題を抱えており、各地で水道管の損壊による陥没事故が発生している。特に大規模地震発生時には甚大な被害が予想されるが、熊本・能登両地震の復旧支援活動を通じて水道インフラの被害状況を目の当たりにし、奈良県内で同規模の災害が発生した場合、現行の体制で早期復旧できるのかという危機感を抱いた。組合への信頼度低下を回避するためにも、早期復旧体制の整備による事業継続力の強化は喫緊の課題であった。

■取組みの手法と内容

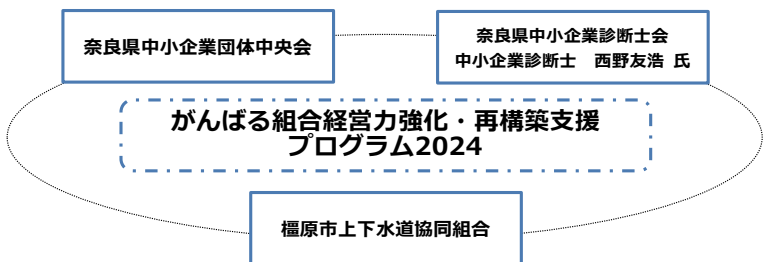
奈良県中央会事業「がんばる組合経営力強化・再構築支援プログラム2024」を活用し、キックオフセミナー・集合研修・個別支援の3段階にわたる研修を実施、災害からの早期復旧に向けた事業継続力計画の策定および計画策定後の定期的な訓練や教育実施体制の整備に取り組んだ。策定にあたっては組合役員が主体となり、災害発生時における組合員の被災状況の把握と情報共有、組合員間での相互協力体制の構築、災害対策本部の設置といったタスクマネジメントを行い、誰がどの役割を担うべきかを議論することで、組合員自身が責任をもって遂行できる計画を目指した。また、専門家からの適宜アドバイスを受けつつ、よりよい事業継続力強化計画の策定につなげていく。

2025年9月1日の「防災の日」には、本計画の一環として第1回防災訓練を実施し、当組合員に加え、橿原市下水道部、奈良県広域水道企業団橿原事務所が参加した。応急電力（発電機）を使用したポンプの試運転、市が保有する給水車および緊急貯水槽からの給水・放水手順の確認・動作テストなどを行ったが、ポンプ試運転時に過電圧・過電流による配電盤のトラブルが発生し、機械装置設置メーカーや電気工事関係者でなければ対応困難な課題が浮き彫りとなった。この結果、専門業者や異業種との連携および合同訓練の必要性を認識し、大変有意義な訓練となった。



■成果とその要因

事業継続力強化計画に基づき、第1回防災訓練（2025年9月1日）を実施した。発生した電源トラブルから異業種連携の必要性を再認識し、今後の訓練や事態想定における新たな課題を抽出できた。それに伴い、他組合との連携強化に向け、令和7年度は他地域同業組合理事長との面談を実施。次年度以降の連携に向けて関係性を構築中である。



特徴ある活動事例



奈良県中小企業団体中央会事業「がんばる組合経営力強化・再構築支援プログラム2024」の活用による中小企業診断士の訪問支援を含めた三位一体での課題・解決法の模索

C12

GHG（温室効果ガス）削減の見える化に向けて！

協同組合関西ファッション連合



住 所	〒541-0048 大阪府大阪市中央区瓦町2丁目6番9号 大織健保会館7階		
ホームページ	https://kanfa720.com/	S N S	—
設 立	平成19年4月	主 な 業 種	その他の衣服・繊維製身の回り品製造業
組 合 員 数	478人	出 資 金	3,414千円

■背景・目的

世界的にカーボンニュートラルへの取り組みが加速する中、温室効果ガス（GHG:Greenhouse Gas）の排出量削減は課題となっており、各企業には自社の排出量を的確に把握し、効果的な削減対策を講じることが強く求められる。しかし、当組合と組合員企業にとってGHG排出量の削減策や算定への着手点が見えない状況であった。そのため、環境省や大阪府中小企業団体中央会の支援を受け、算定手法の整理および具体的な算定方法を策定し、算定するに至った。

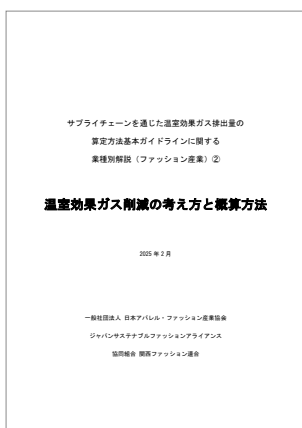
■取組みの手法と内容

協同組合関西ファッション連合は、一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会やジャパンサステナブルファッションアライアンスといった同様の課題を持つ業界団体と連携し、環境省が支援する「令和6年度バリューチェーン全体での脱炭素化推進モデル事業」に参画した。本事業では、アパレル企業が取り組める粒度でのGHG（温室効果ガス）削減に向けた考え方と算定方法を整理し、脱炭素型素材を取り入れた削減率の算定方法をガイドラインとして取りまとめている。3団体の連携にあたっては、一般社団法人日本アパレル・ファッション産業協会が中心となり、当組合からは経営改革推進委員会の品質管理部に所属する森田芳弘氏（スタイレム瀧定大阪株式会社）がリーダー的存在として様々な意見を述べ事業を牽引した。

また、当組合にはGHG排出量の算定に未着手の組合員企業も存在することから、大阪府中小企業団体中央会の支援を受けながら、「組合等事業向上支援事業」を活用し、組合自らが率先して排出量を算定し環境への影響を「見える化」するための取り組みを開始した。具体的には、国際基準であるGHGプロトコルに基づき企業や組織のGHG排出量を算定し、スコープのうち1および2の排出量について、事務局で算定作業を進めている。

■成果とその要因

ガイドライン策定により、GHG排出量の算定や削減に未着手の企業でも取り組みが促進される見込みである。脱炭素型素材の開発など、バリューチェーン全体での脱炭素化が促進されることでファッション産業全体への波及効果が期待される。また、組合事務所におけるスコープ1・2の排出量は算定中であり、今後はこれを基盤とした展開が望まれる。



作成したガイドライン表紙



令和6年度バリューチェーン全体での脱炭素化推進モデル事業」における当組合のリーダー スタイレム瀧定大阪株式会社 森田氏

特徴ある活動事例



業界や組合の活動においてGHGの算定はあくまで手段であり、削減そのものを目的とした取り組みこそが実現の鍵となる。そして活動への転換が目標達成の本質である。

C 13

大学生が企画・運営するセミナーで若者層に組合をPR

神戸市管工事業協同組合



住 所	〒652-0047 兵庫県神戸市兵庫区下沢通3丁目4番25号		
ホームページ	https://www.mizu.or.jp	S N S	[Instagram] 神戸市管工事業協同組合
設 立	昭和29年7月	主 な 業 種	管工事業
組 合 員 数	87人	出 資 金	133,980千円

■背景・目的

管工事業では技術者の高齢化が進んでおり、若年層の入職確保が喫緊の課題となっている。工業高校などで専門的な知識を学ぶ設備課が全国的に無くなり、設備を学んで貰う機会が無く、教員も設備という仕事を知らない状況となり、就職先の選択肢から外れてしまったことが要因の一つとなっている。業界のイメージを刷新し、若手人材を持続的に確保するためには長期間の継続的な事業への取り組みが不可欠であると考え、「Action for 2030」をスタートさせた。

■取組みの手法と内容

若手人材の確保を目標に掲げたものの組合にはそのノウハウが不足していた。そこで、建設業振興基金で若者人材確保の支援実績を持つ西内あゆみ氏を当組合の人材戦略アドバイザーに招聘し、「Action for 2030」の具体的事業計画を策定した。

まず、業界のイメージ向上と次世代の担い手への訴求を狙い、専用ホームページを開設した。また若年層に親しみやすさを醸成するため、オリジナルキャラクターの制作やクリアファイルなどのノベルティを作成した。

また、的確な情報発信には若年層の現状や要望、ニーズの把握が不可欠であると考え、地元の神戸学院大学と連携し大学生によるワークショップを開催した。大学生ならではの柔軟な発想による提案を反映し、二期にわたるプロジェクトを推進した。

第1期ではPR動画の制作と配管を使用した文字アートを作成、第2期では新メンバーを公募し「VR活用セミナー」を開催してVR動画を制作した。さらに、ワークショップメンバーの学生が管工事業の魅力を分かりやすく伝えるためのイベント「大学生が考えたオリジナル謎解き」を企画・開催し管工事業をPRした。これら一連の活動で大学生が制作した文字アートや動画、イベントの様子は専用ホームページに掲載し、広く発信している。

■成果とその要因

若者層向けの情報コンテンツは徐々に充実してきた。学生に企画運営を全権委任したことで、若者が若者を呼び込む好循環を構築することができた。今後も「学生広報員」を中心に、ワークショップやイベント等を通じて接点を強化しながら更なる拡充を図る。成功の要因は、長期的視点で業界イメージの刷新と人材確保に取り組んだ点にある。



オリジナルキャラクタークリアファイル



VR研修風景

特徴ある活動事例



どの組合も着手していない成果の可視化が困難な人材確保という長期事業を他の理事の納得を得て推進できたのは、アドバイザーの助言と理事長のリーダーシップが寄与したためである。

C 14

競合関係ではなく共存関係！共に成長し前進する組合員

和歌山化成品工業協同組合



住 所	〒641-0043 和歌山県和歌山市宇須四丁目3番10号		
ホームページ	http://w-kaseihin.com	S N S	—
設 立	昭和25年7月	主 な 業 種	化学工業
組 合 員 数	14組合	出 資 金	24,400千円

■背景・目的

今年で創立75周年を迎える当組合は、設立当初は5社の組合員による事業資金の貸付や組合員相互の知識取得、情報交換等を主たる活動目的として発足された。その後、組合員数は最大15社（現在14社）へと増加し、時代の変遷や環境の変化、各組合員の成長と安定に伴い、現在では組合員および会社従業員間の円滑なコミュニケーションと情報共有の場を提供することに注力している。これにより、組合と組合員の健全かつ持続的な成長を支えることを最大の目的としている。

■取組みの手法と内容

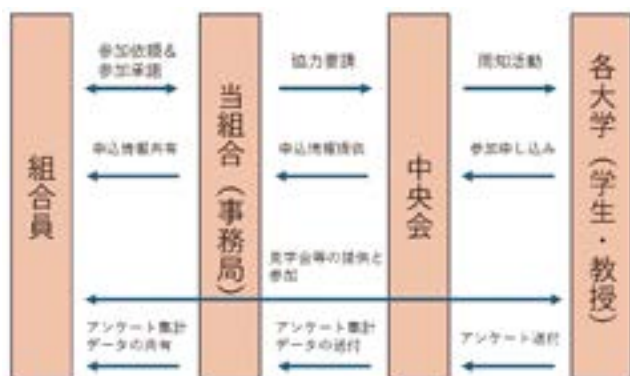
当組合の組合員は「化学産業」という大きな枠組みの中で、それぞれ異なる分野に特化した県内トップクラスの企業で構成されている。各社の事業分野が重ならないため競合関係が少なく、幅広い情報を共有できる特性がある。この特性を活かし、組合では経営層のみならず各企業の一般社員も参加する講習会や先進企業の視察を実施してきた。また定期的な情報共有の場を通じて、トラフ地震への備えといったBCP対策や熱中症対策など多角的なテーマで意見交換を行っている。こうした活動の中で共通課題として浮かび上がったのが「人手不足」である。化学系企業はB to B企業が多く一般消費者からの認知度が低いため、学生にその実態が十分に伝わっていないという背景があった。そこで組合は、業界の魅力を学生に直接伝える交流会や見学会、説明会の開催に踏み切った。当初は学生を集めることに苦慮したが、和歌山県中小企業団体中央会の支援により、複数の大学との良好な関係構築に成功した。現在では約10社の化学会社が一堂に会する形式が定評を呼び、毎回20～30名の学生が参加している。この取り組みは学生と組合員の交流を通じて化学産業への理解促進と周知を図るだけでなく、学生に対して和歌山の化学産業の魅力を発信する貴重な場として機能している。

■成果とその要因

本取組みは、学生や教授に対する和歌山県化学業界および組合員企業の認知度向上に確実に寄与している。学生アンケートでは、全員が「参加してよかった」「知人や後輩にも紹介したい」と回答しており、今後は口コミでの集客も期待される。成果の要因は、組合員の協力による工場見学の実施や学生目線での対応、中央会による支援体制にあると考える。



若林事務局長



工場見学の様子（化学企業見学会にて）

特徴ある活動事例



組合理事長のリーダーシップと各組合員の貢献意欲、事務局長による実務推進に加え、和歌山県中小企業団体中央会の協力と粘り強い働きかけが良好な関係性の醸成につながった。

C 15

協業組合で全国初の女性部設立 女性が輝く労働環境へ

アローハーネス協業組合



住 所	〒710-0026 岡山県倉敷市加須山字中野17番地4		
ホームページ	https://arrowharness.com/	S N S	—
設 立	平成19年3月	主 な 業 種	自動車・同附属品製造業
組 合 員 数	5人	出 資 金	17,000千円

■背景・目的

ワイヤーハーネスの加工・組み立ては手作業に頼らざるを得ず、生産量の不安定さから人員確保の調整が困難である。当組合は短時間勤務や在宅での内職が可能な業務形態が女性のライフスタイルに適しており、実際に従業員の9割以上を女性が占めている。これまでも女性の労働環境向上に注力してきたが、2024年5月、人員定着と若年層確保をさらに強化すべく協業組合としては全国初となる「女性部」を設立。女性従業員が主体となり、職場環境改善と魅力向上の取り組みを推進している。

■取組みの手法と内容

女性部の活動として、まず組合に役職階級制度を導入し各部門女性リーダーの役職が設けられた。同時期に工場内へ社食コンビニを誘致。昼食準備の時間を削減し、夕食の持ち帰りを可能にすることで家事負担を軽減、自分時間の創出を図った。活動の原動力は現場での雑談などから拾い上げた「従業員のニーズ」である。女性部からの提案に対し、組合専務理事が女性部部長を担当することで、理事長を含む経営層との迅速な意思決定の下、活動を推進した。具体的な施策として、4月の入社歓迎会ではクレープやりんご飴のキッチンカーを誘致。また、「置きナプ制度」として、従業員が自由に使用可能な生理用品をトイレに常備している。特に好評なのがネイルに関する施策だ。まず業務に支障のない範囲でネイルを許可したほか、特定のサロンと提携して割引制度を整備。さらに、誕生日には会社負担でジェルネイルやハンドケア等の施術を受けられる福利厚生を導入している。2024年からは障がい者支援にも注力している。高等支援学校への作業委託や現場実習の受け入れ、多機能型事業所との連携等を展開。障がいのあるお子様をもつ従業員や就労先に悩む女性が安心して働ける環境を整えるべく、基盤づくりを行っている。



入社歓迎会でクレープ・りんご飴等のキッチンカーを誘致

■成果とその要因

従業員の平均年齢は2024年5月の約55歳から2025年10月時点では約45歳と、約10歳若返った。事業所内の従業員数も2024年5月の37人から2025年10月には67人と、約81%増加した。背景には「女性が働きやすい職場」という口コミで従業員の家族や知人が多数応募してきたことがある。また、2024年2月に中央会支援事業を活用してホームページを開設していたことも功を奏した。応募時にホームページを参考にするケースが多く、情報発信の強化が採用成功の要因となった。



施術代補助制度提携先のネイルサロン

特徴ある活動事例



女性部設立後、迅速に各事業が推進された結果、女性従業員のニーズを汲み取った労働環境が口コミで拡散され、若年層女性からの応募増加につながった。

C 16

小豆皮の資源化により、持続可能な新素材を開発！

協同組合テコフォーム広島



住 所	〒739-0025 広島県東広島市西条中央3丁目38-9		
ホームページ	https://www.tecoform.com	SNS	—
設 立	平成14年5月	主 な 業 種	管工事業(さく井工事業を除く)、プラスチック成形材料製造業、産業機械器具卸売業
組 合 員 数	4人	出 資 金	8,250千円

■背景・目的

当組合は「TECO フォーム」に代わる再生プラスチック素材の開発を模索し、地球温暖化など環境問題の解決に寄与するバイオプラスチックの研究開発に取り組んできた。その過程で地元の和菓子製造会社である(株)にしき堂との連携により、副産物となっていた小豆の皮を活用した新素材の研究開発を開始。本事業は資源循環型社会における副産物の適正処理とリサイクル技術導入という課題を同時に解決するものであり、今後の当組合を支える事業の柱として期待される。

■取組みの手法と内容

本事業の実施にあたっては、佐伯亮壮理事長と小川美香副理事長が中心となり、まずは(株)にしき堂との協力関係を構築した。技術面では未経験であった小豆の皮の乾燥・粉砕工程で苦労したが、同社からの技術・設備両面にわたる支援により、小豆の皮のパウダー化を実現。これを10～15%配合したリサイクルプラスチックペレットの試作に成功した。商品化の検討を進める中、広島県中央会より「第77回中小企業団体全国大会広島大会」の産業展への出展提案を受け、両者のコラボレーションによる出展が決定。さらに来場者への効果的なPRを目的として、大会記念ノベルティの製作・配布も決定した。その後、(株)にしき堂とノベルティ製作について協議を進めていたが、金型の製作費がネックとなっていた。しかし、賛助会員である光和物産(株)の紹介で既に本事業の試作品(ヘアブラシ)の成形実績があった(株)ヴェルセから、既存金型の無償貸与の申し出を受けた。このように、賛助会員のネットワーク活用によりコスト面での課題を解決するに至った。

今後の展望としては、本取り組みを組合事業の柱へと成長させていく方針である。そのためには商品化への提案力強化に加え、量産化に向けた設備や人員の整備が不可欠である。今後は、賛助会員や外部企業との連携をさらに強化し、資源循環型社会の課題解決に寄与する持続可能な事業としての確立を目指していく。

■成果とその要因

本事業の成果は、小豆の皮を再利用した新素材の開発とヘアブラシの試作完成である。既存のバイオプラスチックの研究開発に取り組んでいたことに加え、地域企業との密な連携や組合内部での迅速な意思決定、賛助会員から金型の無償貸与といった工夫でコスト面の課題を克服した。



小豆の皮(粉砕前と粉砕後)



小豆の皮を配合したリサイクルプラスチックペレット



成形されたヘアブラシ



連携先との協力体制の構築のみならず、賛助会員のネットワークも活用できた点大きい。全国大会への出展やノベルティ製作に対する熱意やスピード感が増したことも大きな要因となった。

特徴ある活動事例

C 17

組合一丸となって、国内外へ広島の水産物をアピール

広島魚商協同組合



住 所	〒733-0832 広島県広島市西区草津港 1-8-1		
ホームページ	https://uoshou.or.jp/	S N S	—
設 立	昭和59年12月	主 な 業 種	鮮魚小売業、水産食品製造業など
組 合 員 数	304人	出 資 金	9,120千円

■背景・目的

国内の水産物需要の低下に加えコスト上昇による収益悪化や後継者不足も重なり、組合を取り巻く業況は厳しさを増している。一方で、水産物輸出額は増加傾向にあり海外需要は高まっている。こうした中、経営資源が不足する中小零細の組合員が個別に海外進出することは困難であるため、資金・人員面を補完し組合員の販路拡大を実現することを目的に、組合が主体となり大規模展示会への出展や組合員を対象にした海外進出に関する勉強会を実施した。

■取組みの手法と内容

2023年、組合員企業3社が国内最大級の水産物専門展示商談会「ジャパンインターナショナルシーフードショー」に共同出展した。国内外の商社や量販店バイヤーが多数来場する国際的な商談の場であるが、出展ノウハウが乏しく準備から当日運営に至るまで課題が生じた。事務局はこれらの反省点を整理し、2025年には出展組合員数を7社へと増やして再出展を果たした。会場ではカキ、穴子、小イワシ、しらすといった広島県を代表する海産物を前面に打ち出し、品質の高さや鮮度管理技術等をアピールした。ブースには連日多くの来場者が訪れ、高い評価を受けた。地元市場や西日本エリアを中心に事業展開してきた組合員にとって、普段の業務では接点を持ちにくい全国の商社や量販店、海外バイヤーとの商談機会を創出したことは、首都圏や海外市場への進出、今後の事業成長に大きく寄与すると考えられる。

共同出展の最大の利点は、個社では困難な大規模プロモーションが可能な点である。ブース設営から商談対応まで組合事務局と組合員が役割分担し、一体となって取り組んだ。また、組合員対象の「海外進出」をテーマとした勉強会を開催し、展示会出展組合員を中心に多くの参加があり好評を博した。

今回の共同出展や勉強会開催を契機として、今後も組合員のさらなる販路拡大につながる支援体制を強化していく方針である。

■成果とその要因

展示会への共同出展は、全国の商社や量販店、海外バイヤーとの商談を創出し、組合員の販路拡大に寄与した。組合事務局による効果的なブース運営と出展者間の協力体制などが成功要因である。また、海外進出をテーマとした勉強会で具体的な進出プロセスを提示したことで、参加組合員の心理的ハードルが低下し、海外進出への挑戦意欲が向上した。

特徴ある活動事例



ブースの様子



展示物の例



組合主導で組合員の売上拡大を図り、ひいては業界全体の活性化を目指すものである。組合員の海外進出支援のノウハウを確立し、他組合のモデル事例となることが期待される。

C 18

湯野スタイル「新・湯治」の提供による地域活性化

湯野温泉事業協同組合



住 所	〒745-1132 山口県周南市大字湯野3896番地の2		
ホームページ	https://yuno-onsen.jp/	SNS	[Instagram] @yuno.onsen2024
設 立	昭和40年5月	主 な 業 種	異業種(サービス業)
組 合 員 数	4人	出 資 金	2,300千円

■背景・目的

当組合では、共同施設で加熱した源泉を組合員施設(温泉施設・病院)へ配湯している。しかし、観光形態の変容や令和4年の国民宿舎閉館に伴い、温泉施設は2軒に減少した。減少地域の過疎化も相まって、事業継続は危機的状況にある。こうした中、元国民宿舎の民間無償譲渡と新湯浴施設としてのリニューアル計画が浮上した。当組合はこれを地域再生の起爆剤と捉え、地域共通の指針となるビジョンの策定に着手した。

■取組みの手法と内容

令和4年度中小企業組合等課題対応支援事業を活用し、地域ビジョン策定に着手した。具体的には、①統計データによる交流人口の動向分析、②利用者ニーズの把握調査、③事業者ヒアリング調査を経てビジョンを策定した。目指す姿を「湯野スタイルの『新・湯治』を提供し、温泉観光地としての活性化と地域住民の生活基盤の確保を図る」と設定した。環境的に開発されていない「どこか懐かしさを感じる地域特性」を湯野ならではの強みと捉え、湯野温泉ならではの泉質の良さと多彩なコンテンツを掛け合わせることで、新規ターゲットである20～30代の女性層に響く「新・湯治」を提供するという戦略である。

令和6年4月には、旧国民宿舎が観光拠点施設「湯や 晴ル音」としてオープンし、組合員と地元住民が設立した一般社団法人が運営を担っている。同施設では、大浴場に加え貸切温泉やサウナを完備。また、カフェでは地元食材を活かした独自メニュー(温泉×食)や縁側スペースでの足湯とカフェメニューの提供(温泉×足湯)など、多様な体験を創出している。さらに既存の組合員施設もリニューアルが進み、温泉ヨガ(温泉×美容健康)を開始するなど、地域全体でビジョンに即したサービス展開を実現している。

■成果とその要因

メディア露出の拡大(年4件から21件)やSNSの活用により来訪者が増加し、配湯料収入も10,867千円から16,770千円へと伸長した。要因は、組合員に留まらず住民や行政等の意見を広く取り入れたビジョン策定と地元大学との共同研究、ゼミ受け入れを通じ若者の視点を情報発信に反映させたことにある。また、同時期に施設整備に関する国の補助事業が充実していたことも後押しとなった。



掛け合わせによるコンテンツの造成イメージ



観光拠点施設 湯や 晴ル音

特徴ある活動事例



危機感を共有した組合員が強い意志でエリア全体のブランド化を戦略的に推進し、関係機関の多様な声をビジョン策定に反映させたことが成功に繋がった。

C 19

木材産業の未来のために

徳島県木材買方協同組合



住 所	〒770-8001 徳島県徳島市津田海岸町8番27号		
ホームページ	http://www.e-hazai.com/	S N S	—
設 立	昭和51年10月	主 な 業 種	一般製材業、木材小売・卸売業
組 合 員 数	79人	出 資 金	2,770千円

■背景・目的

現在、住宅着工数の減少に伴う柱材・梁材などの構造用木材需要の縮小や国産材の価格高騰などの影響を受け、国内における木材需要は全体として減少傾向が続いている。当組合では、森林の適正な整備推進とともに環境負荷の少ない健康的な循環型資源である木材の利活用を促進するため、移動木工教室や木とふれあうコンクール等のイベントを積極的に開催するなど、木材の魅力や重要性を広く啓発する取り組みを展開している。

■取組みの手法と内容

徳島県は全国屈指の木材産地であり、歴史ある加工業者が多数集積している地域である。当組合では、県内での木材利用の拡大と次世代を担う子どもたちへの木育活動を推進するため、多角的なPR活動を行っている。その一環として、とくしま木づかい県民会議主催の「とくしま木づかいフェア」に参画している。木材製品の展示や木工体験教室などを通じ、来場者が木の温もりや香りを体感できる場を提供して木材の魅力を伝えている。また昭和61年から継続している「移動木工教室」では、徳島県産の間伐材などを使った椅子や本立てなどの製作を指導し、高い評価を受けている。さらに、夏休み期間中に小学生対象の「木とふれあうコンクール」を開催している。徳島県や教育委員会、報道機関等による審査を経て、徳島県知事賞をはじめとする優秀作品を選出。本コンクールは子どもたちの自由な発想を形にする場であると同時に、木材が二酸化炭素削減に寄与し、地球温暖化対策に資する「再生可能な唯一の資源」であることを理解してもらう場ともなっている。

近年、当組合はこれらの取り組みを活動指針に据え「SDGs宣言」を行った。この宣言に基づき、地域の木材産業の振興と次世代への木育の推進に取り組み、具体的な活動内容や進捗状況などの情報を定期的に発信し、持続可能な社会の実現に貢献していく所存である。

■成果とその要因

昭和61年開始の移動木工教室や「とくしま木づかいフェア」等の開催を通じ、木材の魅力を発信して新規需要を創出した。SDGs宣言を経て、令和5年10月には徳島SDGsパートナー制度に登録。その後、公正取引委員会・木材流通団体との協議や取引力強化推進事業補助金の活用により、全国主要都市で経済啓発活動を展開。業界の取引力強化に向け着実な成果を上げている。

特徴ある活動事例



移動木工教室の風景



木とふれあうコンクールの風景



「木材産業の未来のために」周知用ポスター



総会や理事会、各種委員会にて諸課題等を明確に共有したうえで、役員・組合員・事務局が一丸となり、木材需要促進や木育活動推進に向けた啓発活動を展開している。



自動車部品リサイクル業界での連携事業継続力強化計画

愛媛自動車部品リサイクル協同組合



住 所	〒799-3111 愛媛県伊予市下吾川1874番地5		
ホームページ	https://recycle.bp-ehime.or.jp/index.html	S N S	—
設 立	平成11年10月	主 な 業 種	廃車処理業、鉄スクラップ加工処理業、鉄スクラップ卸売業
組 合 員 数	6社(賛助会員2社)	出 資 金	580千円

■背景・目的

当組合は、自動車部品リサイクル関連事業者によって設立された協同組合である。環境基本法制定以降、資源の有効活用や適正処理が求められる中、業界の安定化や再利用の促進に取り組んできた。東日本大震災や西日本豪雨などの大規模災害を経て、当組合は事業継続の重要性を強く認識した。そこで、被災車両の解体処理や部品供給体制を維持し、地域経済の復旧・復興に貢献することを目的として「連携事業継続力強化計画」の策定を進めた。

■取組みの手法と内容

本取組みは災害時における事業継続と地域貢献を目的とし、事業継続力強化計画(連携型)の認定取得を推進したものである。自動車部品リサイクル業界は、災害発生時に被災車両の解体処理や中古部品供給を担う重要な役割を持つことから、地域経済の早期復旧への重要度も高く、組合員が連携して復旧作業を行える体制の構築が求められていた。

「事業継続力強化計画」策定にあたっては、コスト削減や売上増に直結しないことから、当初は組合員間で温度差も見られた。しかし災害時にはリサイクルパーツの需要が急増するため、事業停止による機会損失や顧客流出のリスクを共有し、作成に着手した。

連携型の策定プロセスでは、各組合員の経営資源(ヒト・モノ・カネ・情報)が異なり、共通課題の整理や意思統一に苦慮した。

今後は計画を形骸化させず、災害時に被災地域に派遣できる人員のリストアップや工場停止時における代替処理の委託先の選定、積載車(トラック)やフォークリフトの相互融通ルールの明確化を進め、地域経済を支える役割を果たしていく。本取組みを契機に県全域を網羅すべく組合員の拡大を図るとともに、対外的な発信を強化する。行政や他業界等との連携を深めることで、地域全体の防災・減災対応に貢献していく。

■成果とその要因

組合員各社の単独型および組合としての連携型の双方で「事業継続力強化計画」の策定・認定を達成し、組合員間の事業継続と防災意識が高まるとともに災害対応体制の整備が進んだ。外部機関の支援を効果的に活用できたことが成果の要因である。今後は他組合や行政等との連携を強化し、地域の災害対応への貢献が期待される。



キャプション



キャプション

特徴ある活動事例



愛媛県中小企業団体中央会や国立大学法人徳島大学環境防災研究センターなど、外部機関との連携により専門的知見を効果的に活用できたことが、実行力のある計画策定につながった。

C 21

小さく始めて家族の力で挑む、持続可能な経営改革

芦屋青果協業組合



住 所	〒807-0141 福岡県遠賀郡芦屋町大字山鹿汐辛田377-1		
ホームページ	—	S N S	[Instagram] @ashiyaseika31
設 立	昭和63年7月	主 な 業 種	野菜・果実小売業
組 合 員 数	2人	出 資 金	2,940千円

■背景・目的

芦屋青果協業組合は、商店街の衰退および野菜価格高騰により、従来のカット野菜事業の収益性が悪化するという課題に直面していた。そこで、2023年1月より中小企業診断士の助言に基づきスムージー事業への進出を検討していたが、持続的な事業継続と利益確保を優先し、まずは独自に焼き芋事業を開始した。その後、検討していたスムージー事業や事業所での一般消費者向けの野菜販売も開始。現在は事業範囲の拡大と利益向上を推進している。

■取組みの手法と内容

本取り組みは、収益性が悪化していた従来のカット野菜事業に代わり、炭と釜のみの低コスト導入による小規模試行を経て小売事業への転換を図ったものである。運営面では家族的協同モデルを特徴とし、2022年12月より事業責任者が本格参画して店舗運営を主導。配送・仕入れを事業責任者の義父が、スムージーの商品開発を配偶者が担うなど役割分担を明確化した。これにより、現場の声を反映した柔軟な意思決定体制を構築している。当初はスムージー事業の集客に課題があり、代替策として炭火焼き芋事業を開始。機材のネット調達やDIYによる店舗改装で初期投資を最小限に抑え、飲食許可不要という利点を活かした。その結果、口コミとInstagramによる集客から想定を上回る売上を達成した。焼き芋は冬季限定のため、夏期の収益確保を目的に、焼き芋販売で得た集客ノウハウを活かしてスムージー事業を再開。無農薬バナナの使用や乳製品不使用など、アレルギーに配慮した健康志向商品として差別化を図っている。

本事業はカット野菜事業と比較して高い利益率を実現し、採算性向上に寄与した。また、組合員の主体性を喚起し、理事長が次年度の焼き芋販売に意欲を示すなど組織の活性化にもつながっている。今後は、芋加工品の見直しや商業施設出店、就労支援との連携などを視野に入れ、地域に根ざした事業拡大を推進していく。

■成果とその要因

成果要因は事業責任者の前向きな発想から始まったことに加え、「蜜芋」の高評価に伴う口コミやInstagramによる集客の成功、家族協働による分担体制、および炭と釜のみという低コスト導入が挙げられる。今後は、カット野菜事業から焼き芋・スムージー事業へと軸足を移し、新商品の開発、収益性の向上、地域貢献の拡大を図る予定である。



無農薬バナナを使用したスムージー

特徴ある活動事例



成功の鍵は、事業責任者の前向きな挑戦、低コストのスタート、家族的協働体制によりSNS集客と規格外品活用で高付加価値商品を展開し、収益性を確保したことである。