

儲かる 使える 損しない ビジネスに役立つ情報をお届け！

# あすのたね

9

September 2023  
No.448

守山商工会議所 もりやま商工ジャーナル

## 8/20(日)もりやま卑弥呼コンテスト開催 第12代 もりやま卑弥呼が決定!!

(詳細は6頁)



第12代もりやま卑弥呼  
山本美智子さん

特集

02~05

### 「中小企業・小規模企業白書」の捉え方・読み方(後編)

～「イノベーション」・「生産性の向上」を中心に～

相談無料です。お気軽にご利用ください。

●予約制

法律相談

日時：9月29日(金) 10:00～(30分単位)  
相談員：平柿法律事務所

事業承継  
等相談

日時：9月7日(木) 10:00・11:30・13:00・14:30  
相談員：滋賀県事業承継・引継ぎ支援センター

知的財産  
等相談

日時：9月13日(水) 13:30・14:30・15:30  
相談員：INPIT滋賀県知財総合支援窓口

時間外労働の削減や各種助成金など働き方改革に関する相談は、滋賀働き方改革推進支援センターへ。社会保険労務士等の専門家が無料でサポート  
フリーダイヤル 0120-100-227

上記相談のお申込みお問い合わせは

指導課まで TEL 077-582-2425

### TOPIC

08

もりやま景況調査報告  
令和5年4月～令和5年6月期

09

オリジナルブランドの立ち上げ  
開発費から商標登録までワンストップで支援  
有限会社ノリアキ工房 × 柴田経営指導員

10

中小企業こそ、リスクリング(再教育)を活用しよう！  
株式会社ビット契約講師 森田 淳氏

14

トマト農家によるジム経営！  
女性専用パーソナルトレーニングジム  
ファディー守山



# 「中小企業・小規模企業白書」の捉え方・読み方 ～「イノベーション」・「生産性の向上」を中心に～

後編

「中小企業・小規模企業白書 2023 年版」について、今回は、なぜ、何のために「中小企業・小規模企業白書」が公表されているのか、という視点を中心に、その存在意義と概要について解説しました。

今回は、「中小企業・小規模企業白書 2023 年版」の内容から「イノベーション」や「生産性の向上」を中心にしていって見ます。

## 前回のおさらい

今回は、「中小企業・小規模企業白書」の存在意義や、根底にある中小企業観を共有しました。簡単に前回のおさらいをします。

①中小企業・小規模企業は、企業の数、雇用者の数、GDPをはじめ、どの指標から見ても国内の経済を支える重要な存在であり、特に地方での役割は大きいものがある、②近年、中小企業・小規模企業は、減少傾向にあり、国をあげて中小企業・小規模企業への政策的な支援を行おうとしている、③中小企業・小規模企業に対する国の政策は、「イノベーション」を通じた「生産性の向上」を柱としている、という3点をお伝えしました。

今回は、「中小企業・小規模企業白書 2023 年版」の内容について、「イノベーション」や「生産性の向上」を中心にしていって見ます。以降の説明で使う「中小企業・小規模企業白書」のページ数をお示ししますので、電子版を参照しながら読んでいただければわかりやすいと思います。

## 「中小企業によるイノベーション」

「中小企業・小規模企業白書」の上巻 I - 110 ページから「中小企業によるイノベーション」の章が始まります。

ここで主に取り上げられる「イノベーション」は、「プロダクト・イノベーション」と「ビジネス・プロセス・イノベーション」の2つです。前者は「新しい（または改善された）製品やサービスを社内で初めて市場投入したもの」を指します。後者は「新たな（または改善された）製造の方法や販売の方法へと変更し社内で活用されているもの」を指しています。直感的にもわかると思いますが、やはり従業員の規模が大きい企業ほど、これら2つの「イノベーション」活動が実行され、なおかつ実現している割合が大きいと報告されています。

「プロダクト・イノベーション」と「ビジネス・プロセス・イノベーション」を比較すると、「ビジネス・プロセス・イノベーション」の方が実現されている割合が高くなっ

ています。このことから、会社の内側の「やり方」や「オペレーション」の改革に取り組んでいる企業が多いといえます。その背景には、本当に売れるか不透明な新製品や新サービスを開発するよりは、コストダウンや労働環境の改善などの効果が見えやすい「製造や提供方法の変更」の方が、着手が容易であるといえそうです。

「ビジネス・プロセス・イノベーション」に取り組む上で重要なポイントは2つあります。1つは、日ごろからムダ・ムリ・ムラを探して改善する意識を常に持ち、社内でも共有されることが仕組みとして根付いているか、という点です。もう1つは、具体的なアクションプランが明文化されているか、という点です。アクションプランとは、「どこの、何を、誰が、いつまでに、いくらで、どのように実行するのか」をはっきりさせることです。これが「ビジネス・プロセス・イノベーション」実現の条件だと思います。言い換えると「業務の棚卸」が日常的にできているかどうかで成否を分けるカギになるといえます。

しかし、2つのポイントを押さえたとしても、それで十分だとはいえません。では、どうすれば「イノベーション」の実現につなげることが可能になるのでしょうか？これは、「プロダクト・イノベーション」と「ビジネス・プロセス・イノベーション」の両方にいえることですが、従業員の協力的な姿勢が必要だ、ということです。組織が大きくなればなるほど社長が現場から遠ざかってしまいがちです。社長の目に見える範囲だけで仕事をしていけば見えていたことが、だんだん見えなくなります。そうすると、現場に近い、あるいは顧客と接する従業員から得る情報が非常に貴重で有益になります。

それから、社長は全知全能ではありません。自分で見たものと、他の人の視点を介して見えるものとは感じ方を含めて異なることがよくあります。アイデアや閃きも同じです。従業員の視点、感覚、これは「イノベーション」を起こす上でもとても大切な経営資源になるのです。ここからいえることは、従業員との良好な関係作りによる協働と共創が、会社の経営基盤をより強固なものにする、ということです。

## 「イノベーション」活動によって得られる効果

図表1は、「中小企業・小規模企業白書」の上巻I－113ページからの出典になります。これは、「イノベーション活動によって得られた効果」を示しています。中身を見てみます。青い棒グラフは、①「競合他社が導入していない革新的なイノベーション活動」によって得られた効果を、オレンジの棒グラフは、②「競合他社も取組んでおり革新的とまではいえないイノベーション活動」によって得られた効果を表しており、それら2つを比較したものです。

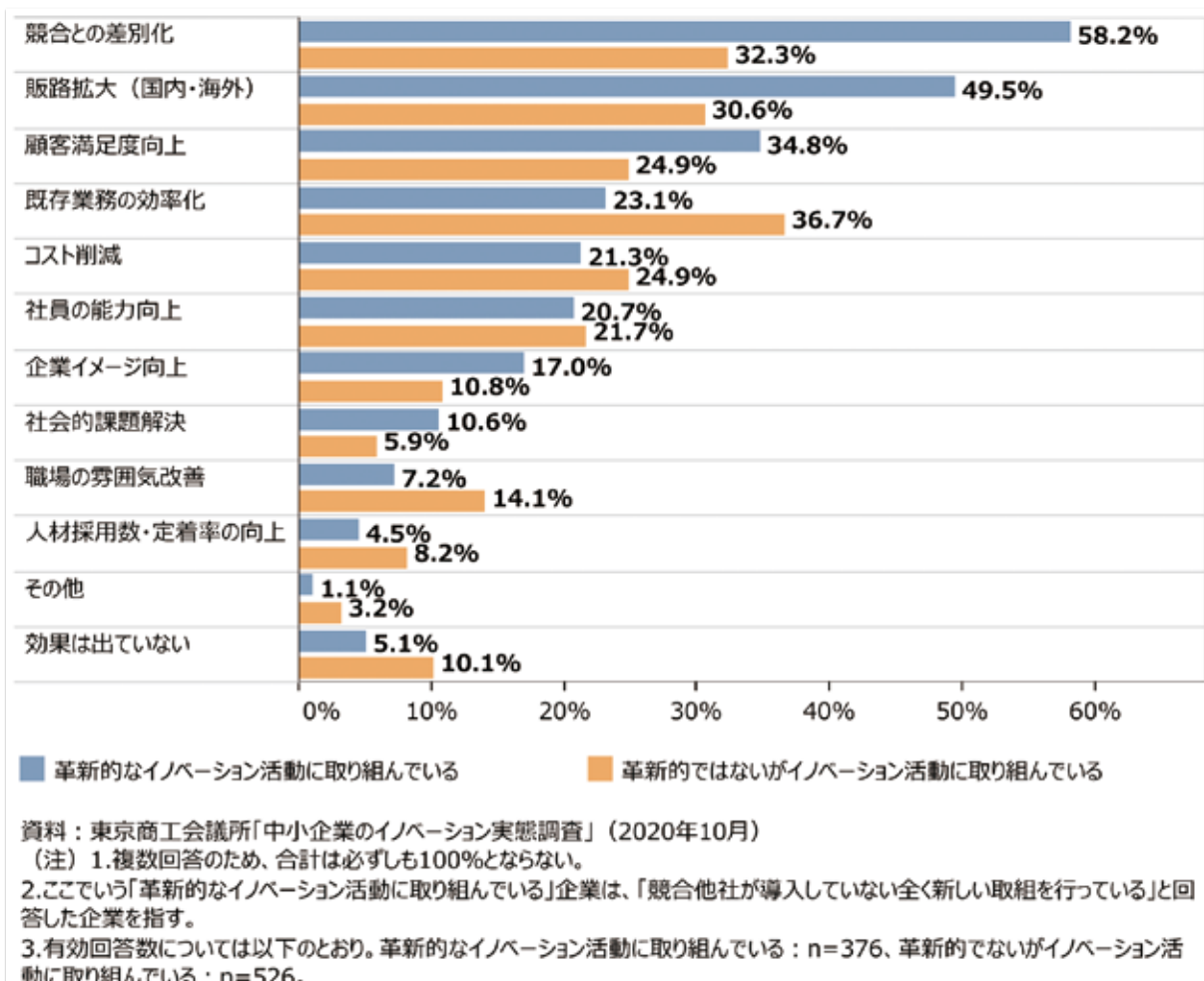
まず目につくのは、①の効果として「競合との差別化」は58.2%、「販路拡大」は49.5%の会社が実感しているところでしょう。特に、「販路拡大」は、これまでの他の多くの調査結果からも中小企業にとっての経営課題の上位に挙げられる項目になりますので、「販路拡大」へのアプローチとして①の活動は有力であるといえそうです。

加えて、①は「顧客満足度向上」も34.8%の企業が効果を得ていますが、これは「販路拡大」と密接に関わる効果であるといえます。なぜなら、「顧客満足度向上」

は買い手のニーズを満たすことで上がりますので、必然的に欲しいと思ってくれる人へ積極的に届けてくれる人が現れる、ということにつながるからです。また、これまで卸や販社を介する、いわゆるBtoBと呼ばれる取引形態からBtoCと呼ばれる消費者との直接取引へと広がっていくことも「販路拡大」の効果として現れるものになります。

次に、②の効果に目を向けると、「既存業務の効率化」や「コスト削減」が①を抜いて上位になっています。②は、製造や販売のプロセスを新しい方法に変化させる取組みを行っていますので、今までとは異なる、よりよいやり方によってこれらの効果が得られるのは当然といえるかもしれません。

では、どうすれば「既存業務の効率化」を実現できるのでしょうか？一般的には、優先度順に「なくせることはないか、一緒にできるものはないか、順番を入れ替えた方がいいものはないか、簡単にできることはないか」という4つの視点で改善を行うこととされています。先に述べた「業務の棚卸」は、まさにこの4つの視点から実施することが望ましいといえます。



図表1 「イノベーション活動によって得られた効果」



## 人材こそが「イノベーション」実現の要

さらに②で特筆すべき点は、「社員の能力向上」が21.7%、「職場の雰囲気改善」が14.1%、「人材採用数・定着率の向上」が8.2%となっており、割合にすると少ない印象ではありますが、①を上回る項目として注目したいと思います。ここからいえることは、「既存業務の効率化」と密接に関わる効果として、従業員の創意工夫が、従業員自身の能力を高め、職場の雰囲気がよくなったり、人材の流失が抑制されることにつながっているのではないかと考えられます。もう少し踏み込んだ見方をすれば、「コスト削減」によって従業員の賃金に反映されているかもしれないこと、あるいは賃金の上昇を伴わなくとも、従業員は職場の働きやすさや環境がよくなることで、長く仕事を続けようという気持ちを高めている、といえるかもしれません。

従業員の定着は、人手不足といわれる昨今、企業の存続や成長に大きな正のインパクトを与えるといえます。反対に従業員の離職は、これまでかけてきた採用コストや教育コストを埋没させることになり、人材投資によって培われてきた従業員の持つ経験やノウハウ、ネットワークといった目に見えない資産を失ってしまうことにもなります。また、「生産性の向上」の視点から見ると、有能な人材の流失は、会社の利益を生み出しにくくなりますので、マイナスの影響を及ぼすこととなります。繰り返しになりますが、従業員が満足して働き、会社に協力的であることは、顧客の満足度を高めるだけでなく、会社の「イノベーション」実現と「生産性の向上」に不可欠な要素であるといえます。

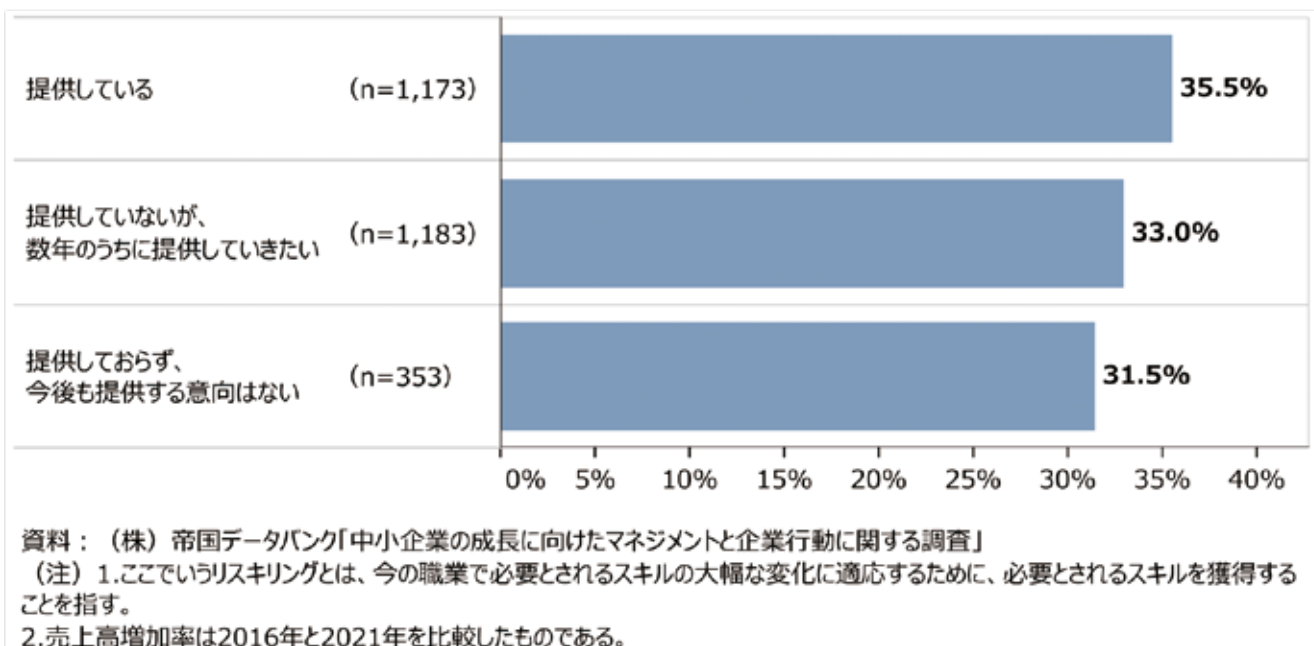
## 組織的な「イノベーション」創出の実現に向けて

前回の記事でも少し紹介しましたが、近年の国の政策では、「リスキリング（新たな技能を身に付ける学び直し）」という観点でフォーカスされています。「中小企業・小規模企業白書」では、上巻Ⅱ-31ページから「成長に向けた戦略実行を牽引する経営者」をテーマに、リスキリングについて触れています。

まずは経営者のリスキリングの現状を見てみましょう。ずばり、リスキリングに取り組んでいる経営者と、そうでない経営者を比べると会社の売上高増加率に差が生じています。具体的には、2016年と2021年を比較した売上高増加率の水準が、経営者がリスキリングに取り組んでいる会社は36%、そうでない会社は31%であると報告されています。この5%の差を誤差と捉えるかどうかという議論はもちろんあるでしょう。しかし、人間のスキルアップは突然変異によって成されるというよりは、ゆっくりと蓄積されると考えるのが自然です。5年で5%もの差が付いたと捉える方が無難な解釈ではないでしょうか。

では、経営者が行うリスキリングとは一体どんな内容なのでしょう？「中小企業・小規模企業白書」によると、「書籍・セミナー受講等による知識の収集」が75.2%と圧倒的に多く、「社外での勉強会への参加」が57.4%と続きます。成長意欲が高い経営者は、社外のネットワーク形成に積極的である、との指摘に合致します。

次に、従業員を含めた組織全体のリスキリングについて見ていきましょう。「中小企業・小規模企業白書」は、



図表2 「役員・社員に対するリスキリングの機会の提供状況別に見た、売上高増加率の水準（中央値）」

経営者自身が学ぶ姿勢を見せることで組織全体のリスクリングの推進力になる、と報告しています。その結果を裏付けるように、経営者自身がリスクリングに取組んでいる会社の実に73.4%が、従業員らに対してもリスクリングの機会を提供していることが明らかになっています。

図表2（本誌4ページ下部）をご覧ください。図表2は、「中小企業・小規模企業白書」の上巻Ⅱ－42ページからの出典になります。これは、従業員らに対するリスクリングの機会提供別に売上高増加率の水準を見たものです。従業員らへリスクリングの機会を提供している会社では、売上高増加率の水準が35.5%、そうでない会社では31.5%という結果が示されています。ここから、従業員へのリスクリングの推進が、会社全体の売上に対しプラスに働いている、ということがわかります。つまり、リスクリングは会社の「生産性の向上」に欠かせない、人材に対するビジョンの中核であり、長期にわたって継続が求められる具体的活動の1つである、ということがいえると思います。

上巻Ⅱ－43ページには、従業員へのリスクリング機会の提供を通じて、学び続けることを会社の組織風土にまで醸成しようと取組む実際の会社が紹介されています。この会社では、業務時間の2割を自主学習に充てられる制度を創設しているそうです。

人材の持つスキルを向上させ、会社の新規事業へ活かして成長を遂げるという考え方は「組織イノベーション」と呼ばれます。詰まるところ、「イノベーション」も「生産性の向上」も全て人の手で成し遂げられることとなりますから、高いレベルの人的資源を保有している会社は必然的に環境変化にうまく適応しやすく、足腰の強い経営体質を実現できる可能性が高まります。

## デジタル化への対応

ここからは、「中小企業・小規模企業白書」の下巻に移り、デジタル化への対応を見ていくことにしましょう。デジタル化は人手不足を補い、「生産性の向上」を達成する上で、有効な解決策の1つといわれています。「中小企業・小規模企業白書」では、下巻Ⅱ－81～144ページにかけて「中小企業のデジタル化推進に向けた取組み」をテーマに、最も多くのページ数が割かれています。

デジタル化と聞いて、アレルギー反応を示される方は少なくないと思います。ではなぜ、デジタル化が推進できないのでしょうか？理由の1つは、費用対効果が見えにくいことが挙げられます。「中小企業・小規模企業白書」は、費用対効果の検討状況について、小規模企業の73.2%が検討が十分でないことを報告しています。また、デジタル化関連の予算の確保についても、同82.3%が確保が十分でないという回答しており、小規模企

業の大多数がIT投資に二の足を踏んでいる状態であることが浮かび上がっています。

さらに、従業員規模が多くなるほど費用対効果の検討状況も予算確保も改善していることから、もう1つの理由は、デジタル化へ対応するための人材確保難が挙げられます。人手不足を補うためのデジタル化に、その分野に精通した人材を新たに確保するというのは、小規模企業にとって負担が増します。先に見たようなリスクリングによる自社での人材育成も手段の1つになり得ます。しかし、時間的な余裕が作りにくい小規模企業にとっては、そこまで手が回らないケースが多くみられます。

そこで、「中小企業・小規模企業白書」は、商工会議所をはじめとする支援機関の活用を促しています。デジタル化に関する支援機関への相談内容で最も多いのは、「ITツールの選定」で42.5%にのぼります。最初の入り口として、自社の仕事のどの部分をデジタル化できるのかという相談を支援機関が受けてくれます。そして、小規模企業の87.6%がデジタル化に関する取組みで支援機関を活用した際に成果が得られたと回答しています。商工会議所は無料で相談できますので、デジタル化を検討する際はぜひ活用してみてください。

自社で調達できない経営資源を支援機関に求めることは、「イノベーション」や「生産性の向上」にも貢献すると思います。

## おわりに

前回と2回にわたって「中小企業・小規模企業白書」を概観してきました。ご紹介した内容は、ほんの一部にすぎませんが、様々な示唆に富んだ情報を提供してくれていることがわかりいただけたのではないのでしょうか。ぜひ、自社の経営課題を見つけるヒントとして、また課題解決の手段を見つけるために「中小企業・小規模企業白書」をご利用されることをお勧めします。

兵庫県立大学大学院  
社会科学部  
准教授 矢嶋 聡 氏  
(中小企業診断士)



商工会議所に15年勤務を経て、2020年より現職。MBAと中小企業診断士資格取得を目指す社会人院生をメインに担当し、中小企業政策論、中小企業経営革新論の講義を受け持つ。

実務面では経営革新認定支援機関として補助金申請などのサポートや、中小企業支援機関の事業評価委員を務めている。

## 9月のスケジュール

1	金	
2	土	
3	日	
4	月	
5	火	正副会頭会議 ブランディング個別相談
6	水	↓
7	木	事業承継等相談
8	金	
9	土	
10	日	
11	月	
12	火	常議員会
13	水	知的財産等相談
14	木	観光理財部会 Instagram 実践講座 第3回
15	金	
16	土	
17	日	
18	月・祝	敬老の日
19	火	
20	水	
21	木	
22	金	
23	土・祝	秋分の日
24	日	
25	月	
26	火	スマホでできる動画制作講習会
27	水	
28	木	IT 導入補助金活用セミナー
29	金	法律相談
30	土	

## 五部会合同ゴルフ大会開催のご案内

部会員親睦交流の一環として、第25回五部会合同ゴルフ大会を開催致します。

奮ってご参加ください。



**期 日** 令和5年10月18日(水)

**会 場** 琵琶湖レークサイドゴルフコース  
(住所:守山市木浜町2300 TEL:077-585-1321)

**募集人員** 80名(組合せは担当幹事におまかせ願います)

**申込締切** 令和5年9月22日(金)

詳細は折込チラシをご覧ください。

## 守山商工会議所青年部(守山YEG)

第12回もりやま卑弥呼コンテスト開催!

第12代もりやま卑弥呼  
山本美智子さんに決定!



8月20日(日)第12回もりやま卑弥呼コンテストがピエリ守山にて開催されました。審査の結果、山本美智子さんが第12代もりやま卑弥呼に選ばれました。守山YEGでは、今後、第12代もりやま卑弥呼の山本美智子さんと共に邪馬台国近江説を活かした地域活性化に努めていきます。

## 案内所からのお知らせ

デジタルサイネージで  
PRしませんか?

駅前総合案内所3階エレベータ横にあるデジタルサイネージへの広告を募集します

**広告掲載期間** 令和5年9月~令和6年3月31日まで、1ヶ月単位で掲載できます

**広告掲載料** 1枠(15秒の広告)月額1000円  
※守山商工会議所会員は500円

**募集開始** 令和5年8月21日(月)~  
詳しくは守山市駅前総合案内所にお問合せください。



TEL:077-514-3765

HP <https://pc-moriyama.jp/>



## 会議・イベント 開催 報告

役 役員会・総会 部 部会 青 青年部 女 女性会 他 その他（セミナー等）

**部** 観光理財部会 Instagram 実践講座第 1 回  
7/25 (火)

講師：  
株式会社いと 代表取締役 山崎いずみ 氏

観光理財部会の DX 推進事業として Instagram 実践講座を実施しました。購買に繋がりの SNS として事業者がどう活用するのか、アカウントのコンセプトの決め方、ビジネスアカウント（プロアカウント）の設定についてご講義いただきました。参加者からは「Instagram を運用する際の目的や運用方針を考えたり、実践的な内容でよかった」との声をいただき、第 2 回以降につながる有意義な講座となりました。

**青** もりやま夏まつり出店  
7/29 (土)

4 年ぶりの夏祭りでは、青年部のブースとしてスーパーボールすくい・ナイターゲット・輪投げを行いました。多くの方にご参加いただき、賑わいました。



▲参加者と青年部メンバー

**他** インボイスセミナー  
8/3 (木)

講師：  
ミナト経営株式会社 代表取締役 田内孝宜氏

インボイスの概要だけでなく、インボイスを乗り切るための戦略的会計や考え方について講義していただきました。



▲インボイス制度について受講する参加者

**他** 「顧客視点からはじめるブランディング戦略」セミナー  
8/8 (火)

講師：  
㈱リンクコーポレーション プロデューサー 二口誠一郎 氏  
マーケティングプロデューサー 小林 亜矢子 氏

事例を交えながらブランドとは何かを説明頂き、お客様を理解するにはどうすべきか、また顧客視点に立った商品・サービスづくりについてお話し頂きました。



▲ブランディングについて学ぶ参加者

二口氏は顧客の心理や行動について細かく分析する必要性や、顧客に対して「何（どんな満足）」を提供しているのかを知る事の大切さを勉強され、赤字続きのホテル再生事業の取り組みをコンサルティングした苦労談の中で、そこに働く従業員が共通認識として自社のブランド力を理解する事が再生への鍵であった事を事例として話され、改めてマンパワーの重要性を認識しました。

**部** 建設部会 建築委員会 親子木工教室  
8/19 (土)

主催：建設部会 建築委員会

昨年に引き続き守山市内の小学校 1～3 年生と保護者の方（20 組 40 名）を対象に親子木工教室を開催し、収納ボックスを作成していただきました。



▲収納ボックス作成に取り組む親子

守山商工会議所 所報「あすのたね」8 月号お詫びと訂正につきまして

守山商工会議所 所報「あすのたね」8 月号につきまして記載内容に誤りがございました。深くお詫び申し上げますとともに、下記のとおり訂正させていただきます。

(9 ページ目右上部)  
副会頭 博善社印刷(株)  
【誤】下之郷 2 丁目 5-8 → 【正】播磨田町 38-4

(11 ページ目上部)  
議員 (株)川嶋機械  
【誤】TEL 582-3406 → 【正】TEL 583-2323

(10 ページ目左下部)  
監事 (株)三久保商会  
【誤】TEL 582-3406 → 【正】TEL 582-3850

今後、チェック体制を強化し、再発防止に努めてまいります。  
ご覧いただきました会員事業所様、ならびに関係者の方々にご迷惑をおかけいたしましたこと深くお詫び申し上げます。

# もりやま景況調査

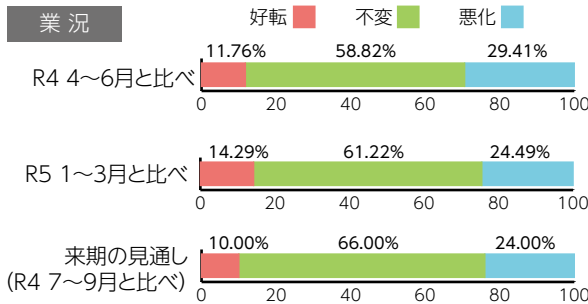
令和5年4月～6月







※ DI (Diffusion Index (景気動向指数) … 「増加」「好転」企業割合から「減少」「悪化」企業割合を差し引いた数値



## 業況

前回調査 (令和5年1月～3月期) と比べて悪化している。来季はやや改善の見通し。

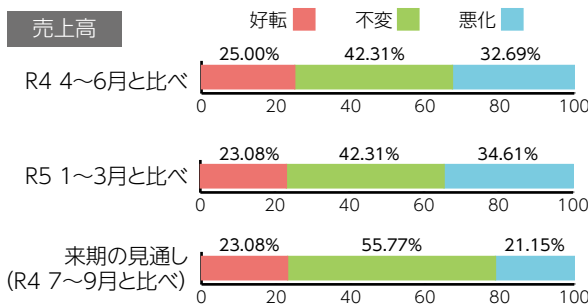








4～6月期動向 昨年同期との比較	全体	▲ 17.6	
	小売業	▲ 21.4	
	製造業	▲ 22.2	
	建設業	▲ 22.2	
	サービス業	▲ 13.3	
	卸売業	0.0	

※業況 DI (好転－悪化) は今期が▲ 17.6 で前回調査の▲ 2.3 から 15.3 ポイント悪化  
来期の見通し DI (好転見通し－悪化見通し) は▲ 14.0 で、今期より 3.6 ポイント改善の見通し

## 売上高

前回調査 (令和5年1月～3月期) と比べて悪化している。来季はやや改善の見通し。

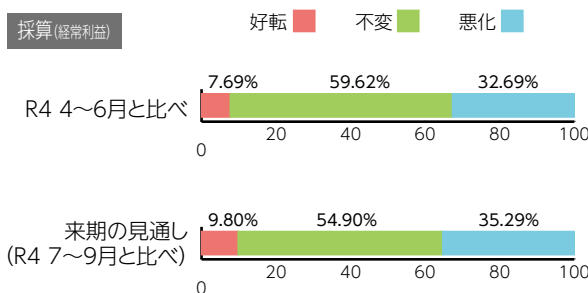








4～6月期動向 昨年同期との比較	全体	▲ 7.7	
	小売業	0.0	
	製造業	▲ 22.2	
	建設業	▲ 33.3	
	サービス業	0.0	
	卸売業	25.0	

※売上高 DI (好転－悪化) は今期が▲ 7.7 で前回調査の 17.8 から 25.5 ポイント悪化  
来期の見通し DI (好転見通し－悪化見通し) は 1.9 で、今期より 9.6 ポイント改善の見通し

## 採算 (経常利益)

前回調査 (令和5年1月～3月期) と比べて悪化している。来季もやや悪化の見通し。



4～6月期動向 昨年同期との比較	全体	▲ 25.0	
	小売業	▲ 35.7	
	製造業	▲ 22.2	
	建設業	▲ 33.3	
	サービス業	▲ 25.0	
	卸売業	25.0	

※採算 (経常利益) DI (好転－悪化) は今期が▲ 25.0 で前回調査の▲ 13.3 から 11.7 ポイント悪化  
来期の見通し DI (好転見通し－悪化見通し) は▲ 25.5 で、今期より 0.5 ポイント悪化の見通し

## コロナウイルス、物価高騰の影響などの意見

原材料、燃料、包装資材等全てのコストが上がっているが、どこまで価格転嫁して良いものか決めかねている。(小売業)

その他、調査結果の詳細については当所ホームページをご覧ください。

<https://moriyama-cci.or.jp/survey/>





守山商工会議所活用ガイド

## オリジナルブランドの立ち上げ 開発費から商標登録までワンストップで支援

大切なブランドを守る商標登録。小規模事業者持続化補助金を活用して新商品のふきんを開発し、オリジナルブランド『Bonwacco (ボンワッコ)』を立ち上げた有限会社ノリアキ工房=今宿4丁目=のコーディネーター・若山有香さん。「SNSなどで情報が自由に入手できる時代だからこそ、商標登録できたのは良いタイミングでした」と彼女は話します。詳しく聞いてみました。



### 一店内にはおしゃれな洋食器やアンティーク雑貨が並んでいます

若山さん「両親が開業して46年。家具やドア、生活雑貨や食器など国内外から時代に合わせたものをセレクトし、仕入れをして販売する小売がメインです。住空間からライフスタイルの提案まで多岐にわたる業務も展開しています」

### 一新商品を作られた経緯を聞かせてください

若山さん「コロナ禍での孤立感や先行きの不安が募った一昨年、小規模事業者持続化補助金を知り、守山商工会議所の柴田さんに相談しました。補助金を使って新しい取り組みにチャレンジできるというのはとても魅力的で、『オリジナル商品を作りたい!』と同補助金の採択を受けました。気軽に買えて毎日使う『ふきん』に着目し、琵琶湖をモチーフにしたフランス刺繍風の図案を自作し載せました。昨年4月にオリジナルのふきんとして『Bonwacco』のブランドで販売を開始しました」

柴田経営指導員「今回この補助金が、試作などの商品開発に活用された好例です。オリジナルにふさわしく、若山さんが一からデザインした楽しい絵柄の『Bonwacco』。使い心地も良いです!」

### 一オリジナルブランドの立ち上げに商標登録は大きなステップでしたね

若山さん「デザインだけでなく『Bonwacco』というネーミングにもこだわりました。ポンはフランス語で『~しましょう』、それに方言のワッコ(輪)を組み合わせた造語です。発音がピワッコに似ていませんか?『琵琶湖を通してみんなで輪

になりましょう』というコンセプトにたどり着きました。売上の一部をびわ湖の日基金に寄付しています。こんな思いを込めた名前を守りたい…。昨年10月に商標登録の申請をして、この5月ようやく登録を受けたところです。一つ安心が手に入りました」



今回開発したふきん『Bonwacco』のラインナップ=ガーゼ6枚重ねの正方形とダイヤ織りの長方形

柴田経営指導員「守山商工会議所が実施している『専門家相談』で弁理士を紹介し、商標登録申請のサポートをしました。商標登録しておけば自信をもって『うちの商品名です!』と言えます。気軽に相談ください」

### 一イベント出店が販路拡大の一步になったと伺っています

若山さん「タイミングよくこの3月に、草津近鉄のプラグスシガコレクション(滋賀をテーマにした展示会場)出店の話をいただき参加しました。出店中『Bonwacco』300枚の売上を達成!これを機に実店舗の集客も増えました。次の展望も見えてきて、楽しみが止まらないんです!守山商工会議所の支援にとっても感謝しています」

(聞き手 守山市民新聞・寺田)  
制作協力/守山市民新聞



「自宅用や贈答用にどうぞ!」。大判ふきん『Bonwacco』を手にする若山さんと柴田経営指導員(左)  
=8月4日、ノリアキ工房の店内



### (有)ノリアキ工房

住所 守山市今宿四丁目 1-30  
TEL 077-583-0634  
営業 10:00 ~ 18:00  
定休 月・第3日曜日  
HP <https://noriaki.jp/>  
ig [https://www.instagram.com/noriaki\\_kobo/](https://www.instagram.com/noriaki_kobo/)



HP



Instagram

### お問い合わせ

守山商工会議所 中小企業相談所 指導課まで  
TEL 582-2425 FAX 582-1551

## Business

## ビジネスコンパス



専門家による情報発信事業  
by 観光理財部会



## 中小企業こそ、リスキリング (再教育) を活用しよう！



### はじめに：リスキリングって？

AI 技術が身近になるなど、たった数年前の自分に話をすれば、「それ嘘ですよ？」 答えそうなくらい、急速なテクノロジー進化で、経営環境はますます複雑化してきていると感じています。

そんな状況に対して、何らかの手を打ちたいと思っている経営者様も多いのではないのでしょうか？

会員企業経営者様の多くは、従業員一人ひとりの顔や性格、家族構成まで把握され、「リスキリングにより、彼らがもっと活躍し、本人も満足し、何よりもっと利益をもたらしてくれたら」とお考えになるかと存じます。

実は、私共もリスキリングに取り組んだ結果、従業員発のアイデアや技術から、いくつもの業務改善や新規事業まで生まれてきました。

その源となったリスキリング（再教育）は自発的なものもありますが、原則、社として実施し、学費支援や学習時間の確保を行っております。

今回はそんなメリットが期待できるリスキリング（再教育）について取り上げていきたいと思ひます。

### リスキリングのメリット

まず、新たなスキルや知識の習得は従業員のモチベーションを高める効果があります。

スキルアップの機会が提供されることで、成長を実感し、仕事への取り組み方も向上します。成長の機会のある企業は人材の確保においても有利です。

さらに、新たな知識やアイデアをもった従業員は、業務改善、創造性やイノベーションの源となります。これは、AI の活用などトレンドのものだけでなく、従来からある簿記やPC のオフィスアプリでも、対象とする従業員範囲を広げることで効果を発揮することも多くあります。

コスト削減にも良い影響が期待できます。従業員の能力が向上すれば、外部サービスや専門家への依存度が低下します。業務を内製化しコストを削減することにつながります。また昨今問題となっている、外部へ





の重要情報の流出もしにくくなるでしょう。

さらに、従業員が新しい知識や技術を習得することで、より高品質なサービスを提供できる可能性も広がります。それによる顧客満足度の向上など、競争力の強化にもつながります。

## 📦 リスキングを実施するためのポイント

そんなリスキングですが、効果的に実施するためには、いくつか重要なポイントがあります。

まず、従業員の現状のスキルやキャリアニーズを正確に把握することが必要です。これにより、リスキングの対象となるスキルやトレーニングの内容を明確化することができます。そのためには、従業員とコミュニケーションを取り、

アンケートや面談を通じて意見を収集する方法が有効です。



しかし、経営者層が従業員と対話を行い、それを分析するのは一苦勞です。そこでよく用いられる手法は、専門家によるキャリアコンサルティングの実施です。

キャリアコンサルティングとは、将来の目標や興味を考慮しながら、適切なスキル習得プラン作成を補助する取り組みです。「会社から言われたから学習する」ではなく、自分自身のキャリアに対して主体的に関与することで、モチベーションが向上し、リスキングの成果を

より大きくすることができます。

そして、トレーニングプログラムの提供ですが、ここは弊社のようなトレーニング機関を用いたり公的な機関に依頼したりする方法が一般的ですが、社内でこれまでOJTで行われていた内容を、独自のトレーニングプログラムにブラッシュアップする方法もよいでしょう。

## 📦 まとめ：持続的な成長を実現するために

それぞれの企業が抱える課題は明確なもの、気づいていないものがあります。

リスキングによって、その仕事を最もよく知る従業員が、課題の解決を図ったり、新しい創造性を発揮してくれたりすることがあります。

ちなみにこの記事は、AIによる原稿作成が5分、人間の校正が1時間程度で作成されています。一から書けばこの3倍の時間は要したと思われる。

このような、リスキングと呼べないようなものでも、新しい知識は生産性向上に繋がります。

持続的な成長を実現するために、ぜひ積極的に御社におかれましてもリスキングにチャレンジしてはいかがでしょうか。

まなびとステーション 事務局長 森田 淳

守山商工会議所では簿記検定、珠算検定など各種検定試験も実施しております。リスキング（再教育）に是非お役立てください。

守山商工会議所 検定ページ  
<https://moriyama-cci.or.jp/examination/info/>



働く人が充実感を持てる企業は魅力に富み、成長も期待できます。

リスキングはその両面に効果的な手法です。外部委託だけでなく職場内研修でも可能ですが、その場合は、ぜひ経営者層が働く人からアンケートを取るなど、ニーズに合った内容を心がけるとより効果的です。ご判断に迷われる場合は、ぜひ私共にお気軽にご相談下さい。

## 成長の機会は人を育てる、組織を変える（はず）

株式会社ビット契約講師 森田 淳  
[j-morita@study-station.net](mailto:j-morita@study-station.net)





# 藤富郷のクラウドな話

## 「秘境駅で心が洗われる」



「秘境駅」という言葉をご存じでしょうか。人里離れた所にある駅のことをいい、そこは林の中だったり、広大な草原の中だったり、列車に乗っているとなぜここに駅があるのだらうと驚く所にあります。

誰が利用しているのかなと感じるのですが、元々は意味があって駅がつくられていました。時代が進むにつれて集落がなくなったり、近くに高速道路ができて鉄道を使わなくなったりするなど、利用者が極端に減り、駅周辺の雰囲気が変わったのです。今は秘境駅の周りには民家がないことが多く、アクセスする道がない駅もあり、訪れるのが困難な場合がほとんどです。鉄道で行こうにも、普通列車でも通過してしまうことが多く、本数が少なくなっています。ただ、その困難さが秘境駅に引き付けられる魅力にもなっています。



秘境駅を初めて訪れたのは大学生の時、飯田線の田本駅です。この駅は、秘境駅の多い飯田線の中でも有数の秘境感がある駅で、天竜川の渓谷の崖に沿ってへばりつくようにホームがあります。駅からは獣道のような山道が続き、20分ほど歩いてみても全く家や人の気配はありません。駅に戻っても次の列車まで3時間ほどあり、ベンチに座ってぼーっとするしかありませんでした。仕方なくしばらく景色を眺めていたら、はっと気が付いたのです。駅から見える景色は人工物が全くなく、聞こえる音も川のせせらぎと鳥の鳴き声だけだったのです。普段生活する日常がどれだけ人のつくった物や音にあふれ

ているのか、何もないからこそ気付かされました。まちの喧騒（けんそう）から解放され、身も心もリフレッシュできたのです。

そんな秘境駅ですが、利用者が少ないので、廃止になる駅が増えてきました。駅がなくなるのは寂しいものです。北海道の石北本線には、奥白滝・上白滝・白滝・旧白滝・下白滝と5駅続く区間がありましたが、次々と廃止になり、今は白滝駅のみとなっています。無人駅であっても保守・維持に経費がかかるからです。

それが、最近では秘境駅を観光に活用する所が出てきました。北海道の小幌駅は、豊浦町が管理することで存続しています。過度に手を加える必要はなく、そのままを保つだけでも個性的で、こうした観光の目的地になります。地元の皆さんがきれいにしてくれていると思うと、訪れた時にうれしく感じるものです。地域の魅力を伝える秘境駅。いつまでも大切にしたいですね。



気象予報士兼税理士

ふじとみ ごう  
藤富 郷

気象予報士、税理士。埼玉県三郷市生まれ。早稲田大学大学院理工学研究科修了。大学院在学中に気象予報士に登録。日本テレビ「スッキリ」で気象キャスター。さらに、出演しながら税理士試験に合格し、2016年に開業。21年に越谷税務署長表彰受賞。趣味の鉄道では、鉄道イベント出演や時刻表、鉄道模型雑誌にコラムを寄稿。プログラミングやダムにも造詣が深く、「複業」として得意を組み合わせる幅広く活躍中。地元の「三郷市 PR 大使」を務めるなど、地域とも関わりも深めている。

## トレンド通信

# 「お店やお客の観察はこんなに面白い」

「たかだか数万円の出費で、何百万円もかけた商品開発の失敗を防げるのですから、安いものです」。先日聴いたセミナーで、日本百貨店のバイヤー日暮学さんがこう指摘していました。数万円の出費とは、地方の事業者さんが、東京に来て、さまざまなお店を視察する際にかかる費用のことです。日暮さんは、全国各地の食品や雑貨を、東京を中心とした店舗で販売するセレクトショップのバイヤーです。地方でものづくりをしているなら、まず東京へ来て、その商品が想定する売り場を実際に見て研究してほしいというのです。

店舗を観察することで、自分がつくろうとしている商品は、どういったタイプのお店で好まれるのか、店頭でどのように陳列・展示されているのか。競争相手や競合状況はどうなのか。価格帯や差別化の争点とその付加価値がどの程度販売価格に反映されているのか。その売り場に来るお客さんは、どのような人でどのような買い方をしているのか。あらかじめ視点を決めて集中して臨めば、1日に10店舗くらいは回れます。

前述したのは商品開発の視点ですが、小売業視点や広告業などのマーケティング視点、またお店を設計・運営する視点もあります。私もかつてパソコン市場の立ち上がり期に、記者として初めてその分野の取材を担当した時、秋葉原のさまざまなタイプのお店の売り場を毎日毎日観察しました。まずはその業界のことを知るため、お店による品ぞろえの違いや価格設定、人員の派遣の様子など。さらには店ごとに違うお客さんのタイプ、店員との会話や質問の様子を観察していました。

そのうち、いくつかの店のスタッフとも顔見知りになり、あまり表に出ないさまざまな情報も得られるようになりました。今でもとても役に立ったと思うのは、商品の魅力と価格、新商品登場のタイミングでお客さんの顔つきが違ってくことや、商品ラインアップと価格設定の関係などに関する理論や実践的な裏付けを学んだことです。

実は、お店の中だけでなく、駅や空港、大きな交差点のような空間も、広告のサイネージなど、ある種のビジネスにとってはそこが売り場になっています。また、例えばスマホのアプリのように、ある種のサービスや商品にとってはそこが、まさに消費の現場であることもあります。行き交う人々が、さまざまな形で提供される商品やサービスに対して、どのような関心を示し、どのように反応し行動しているのか、観察するのはとても面白いことです。問題意識を持った視点さえあれば、こうした現場はさまざまなマーケットデータを提供してくれる情報の宝庫です。

その昔、テレビでヒット番組を連発していた頃のテレビプロデューサー、テリー伊藤さんと一緒に仕事をした時、ヒットを生む秘訣（ひけつ）を聞いたところ、「君は女子高生の生活に興味あるか？」「あまり、ありません」「だからダメなんだよ。他人の人生に興味を持たないヤツにヒット商品なんかつくれないよ」と言われたのを今も思い出します。



日経BP総合研究所  
上席研究員

わたなべ かずひろ  
渡辺 和博

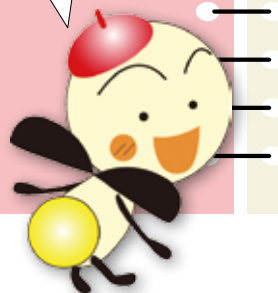
日経BP総合研究所 上席研究員。1986年筑波大学大学院理工学研究科修士課程修了。同年日本経済新聞社入社。IT分野、経営分野、コンシューマ分野の専門誌編集部を経て現職。全国の自治体・商工会議所などで地域活性化や名産品開発のコンサルティング、講演を実施。消費者起点をテーマにヒット商品育成を支援している。著書に『地方発ヒットを生む 逆算発想のものづくり』（日経BP社）。



会員事業所訪問

モーリーの

気になる  
事業所



AI搭載のフィットネスマシンで  
モーリーも楽しくトレーニング♪



## トマト農家によるジム経営！女性専用パーソナルトレーニングジム ファディー守山

AI×トレーナーによる最適なパーソナルトレーニングを

**Q** FURDI (ファディー) 守山はどんな事業所ですか

**A** スタッフ: 9月にオープンしたドイツ発の最先端フィットネスマシン「PIX formance」を活用した女性専用ジムです。マシンに搭載されたAIとトレーナーによる質の高いパーソナルトレーニングを実現します。また、代表の関澤は浅小井農園株式会社にてトマトの生産販売を行っているトマト農家でもあり、国内でも例のない「農家によるジム経営」を行っております！

「食」と「運動」を繋げる「健康づくり」に貢献したい

**Q** なぜ異業種でもあるジム経営をされることになったのですか

**A** 関澤代表: トマトを生産する農家として、「健康」を事業に取り入れたいと思ったからです。トマト農家がジム経営をすることは、意外に思われるかもしれませんが、「食」と「運動」は健康づくりには欠かせないもので、「健康」を軸に繋がっているんです。私たちは「トマト(食材)と「ジム」、その両方を提供する。そうして地域の皆様に健康になっていただきたいと考えております。

**Q** 最後にひとこと

**A** スタッフ: 9月1日にプレオープンしたばかりの新しいスポーツジムです！お得なキャンペーンも実施中ですのでホーム

トレーナーさんにも  
レクチャー  
してもらったよ～



ページにて最新情報をご確認の上、ぜひご利用ください。予約不要で通い放題、セキュリティも万全です。無料お試し体験にてトレーナーによるカウンセリングや実際のトレーニングメニューも体験できますので、少しでも興味のある方はお気軽にご予約ください。今まで運動が不安だった方や今までジムが続かなかった方にも大好評のファディーが守山にやってきました。スタッフ一同、皆様をお待ちしております！

(取材・撮影:  
守山商工会議所 川寄)



店舗外観

(取材当時はオープン前のため店内写真はファディーイオンタウン野洲のものになります)

### ファディー守山

代表 関澤 征史郎 (浅小井農園株式会社)

住所 守山市今宿4丁目1-12 今宿SDGsコミュニティガーデン103

HP <https://furdi.jp/studio/moriyama/>

ig [https://www.instagram.com/furdi\\_moriyama/](https://www.instagram.com/furdi_moriyama/)

TEL 077-599-1775

営業 5:00~23:00 (有人10:00~19:00)

定休 なし



HP



instagram





# 守山商工会議所女性会 会員募集!

当女性会では組織を拡充し、ネットワークをさらに広げるため会員を募集しています!

女性経営者としての資質を磨き、相互交流や啓発、地域貢献を目的に活動しています。



## 女性経営者の資質向上

- 講演会、視察会、セミナー等を開催しています
- 地域振興や社会福祉活動を行っています（夏まつり、もりやまいち等）

## 全国の女性会を通じて交流が図れます

全国に商工会議所女性会があり、相互に訪問・懇談することにより全国の女性経営者との交流機会が得られます。

### 所属している連合会

- ・全国商工会議所女性会連合会（S44年7月設立 加盟417女性会）
- ・関西商工会議所女性会連合会（H元年6月設立 加盟55女性会）
- ・滋賀県商工会議所女性会連合会（H11年1月設立 加盟7女性会）

- 関西や全国の女性経営者との人脈づくりにお役立てください
- 来年度の女性会全国大会は滋賀県大津市で開催されます!ぜひご参加ください。

加入資格 守山商工会議所会員事業所の経営者・ご家族・従業員で18歳以上の女性

会費 6,000円（年間）※入会金なし



▲新宮での関西大会の様子

まずはお気軽に  
お問い合わせください!



📞 お問い合わせ・申し込み先

守山商工会議所 女性会担当 tel 077-582-2425 fax 077-582-1551



ビジネスに役立つ書籍を月替わりで紹介！

本のがんこ堂がオススメ！ビジネススキルアップ本



書名：否定しない習慣

著者：林健太郎

定価：1,650円(税込) 判型：四六判 頁数：218頁

ISBN：9784866802091 出版社：フォレスト出版

内容紹介：

相手の話を聞かない、話を奪う、ミスをしたら失敗を責める、相手の意見や考えを頭から否定する、相手の相談に真剣に向き合わない。

「人間関係がうまくいかない」と悩んでいる人は、無意識のうちに「相手の事を否定している」可能性があります。

この本では、つついやってしまいがちな「相手を否定する習慣」から抜け出し、「相手を否定しない習慣」を身に着けるための方法を具体的なテクニックを交えて説明してくれます。

人間関係をよくしたい、誰かとい関係構築したい、いい関係をつくるコミュニケーションを身に着けたいという方にはオススメの一冊です。

本のがんこ堂 上記書籍のお買い求めは、「本のがんこ堂」へ！

本のがんこ堂守山店

守山市古高町福田 393-19

営 9:00 ~ 21:00 年中無休

TEL 077-582-7560 FAX 077-581-2723

本のがんこ堂守山駅前店

守山市勝部一丁目 1-21-101

営 10:00 ~ 21:00 休 日曜・祝日

TEL 077-584-5460 FAX 077-585-9855

本の森のちいさなカフェ Gankodo

守山市守山五丁目 3-17 守山市立図書館内

営 10:00 ~ 18:00 休 図書館定休日に準ずる

TEL 077-514-8225

## 守山市金融協議会

滋賀銀行

関西みらい銀行

滋賀中央信用金庫

京都信用金庫

レーク滋賀農業協同組合

京都銀行



ふれあいのまち 差別のないまち

9月は同和問題啓発強調月間です。

生まれた場所や、育った場所は関係ありません。まずはその人を知ることから。