

7 No.470
2025年
月号

もりやま商工ジャーナル

守山商工会議所

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

得する街の
ゼミナール
(まちゼミ)

2025 出店者募集中!

特集
P2~5

開催期間 令和7年
11/01(土) ~ 12/14(日)

今年は開催期間を**延長!**



詳しくは、同封の案内チラシまたは当会議所HPをご確認ください。
<https://moriyama-cci.or.jp/2025/06/23/machizemi2025entry/>

中小企業のためのRESAS活用方法

〜地域経済の環境を知る〜

後編



相談無料です。お気軽にご利用ください。

●相談無料 ●予約制

法律相談

日 時：7月25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：7月15日(火) 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：7月9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

topic

- 8 アノ人に聞く! ココだけの話
株式会社三陽
ソフトバンク守山 北村和成さん
- 9 もーりーの守山商工会議所
サービス案内
〜新たなチャレンジ応援事業〜
- 10 自社で行うWeb活用の
基本知識(前編)
代表 森田英一氏

上記相談のお申し込みお問い合わせは指導課まで TEL 077-582-2425



特集

中小企業のためのRESAS活用方法

～事業計画への活用事例～

後編

前編では、RESASの概要と、地域経済の状況について説明しました。後編では、引き続きRESAS「地域経済分析システム」を利用して個別企業の経営計画策定のための基礎資料作りに役立ててみましょう。

今回は、具体的な事例をもとに地域の産業の特徴やマーケティングへの応用について詳しくみていくことにします。前編とともに、RESASの使い方がわかるようにマニュアル形式で説明していきますので、ぜひRESASの画面を開けながら一緒に操作してみてください。RESASは検索エンジンから簡単にアクセスできます (<https://resas.go.jp/>)。



右のQRコードからもリンクしています。

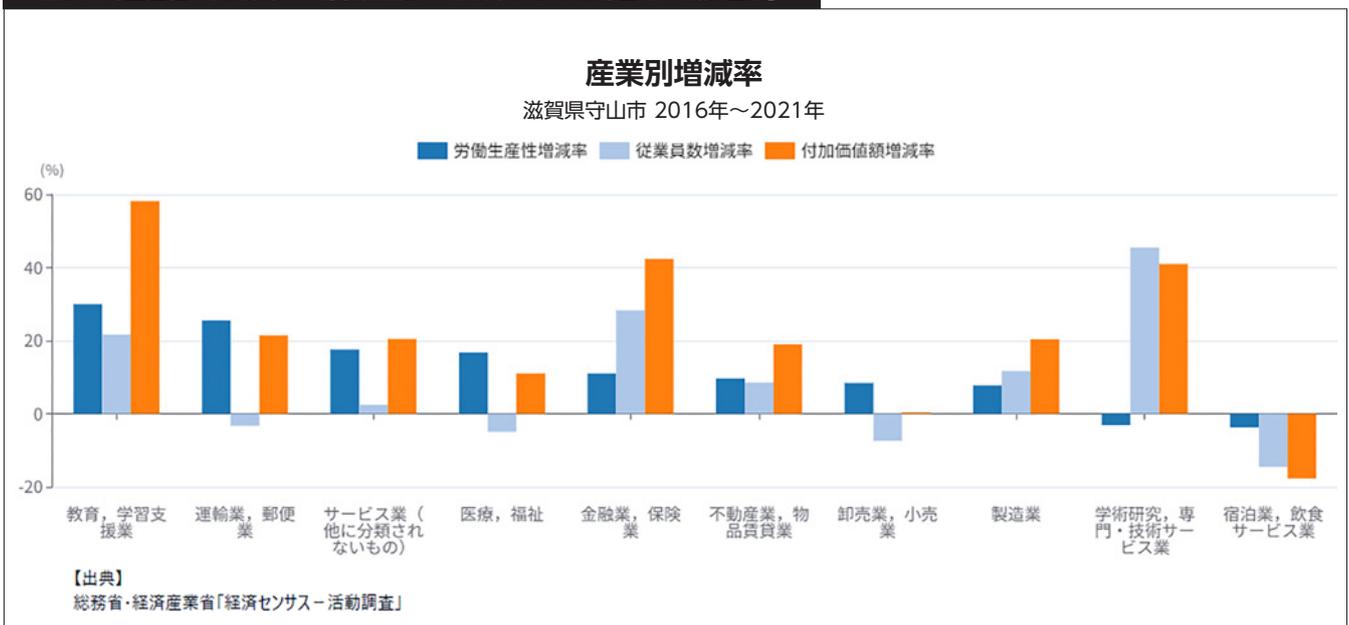
RESASを活用した事業計画作成事例

後編では、RESASを使って個別企業の経営計画作成に役立てられるように解説をしていきます。事例として守山市の成長産業を用いたいと思いますので、最初に成長している産業を特定することから始めていきます。

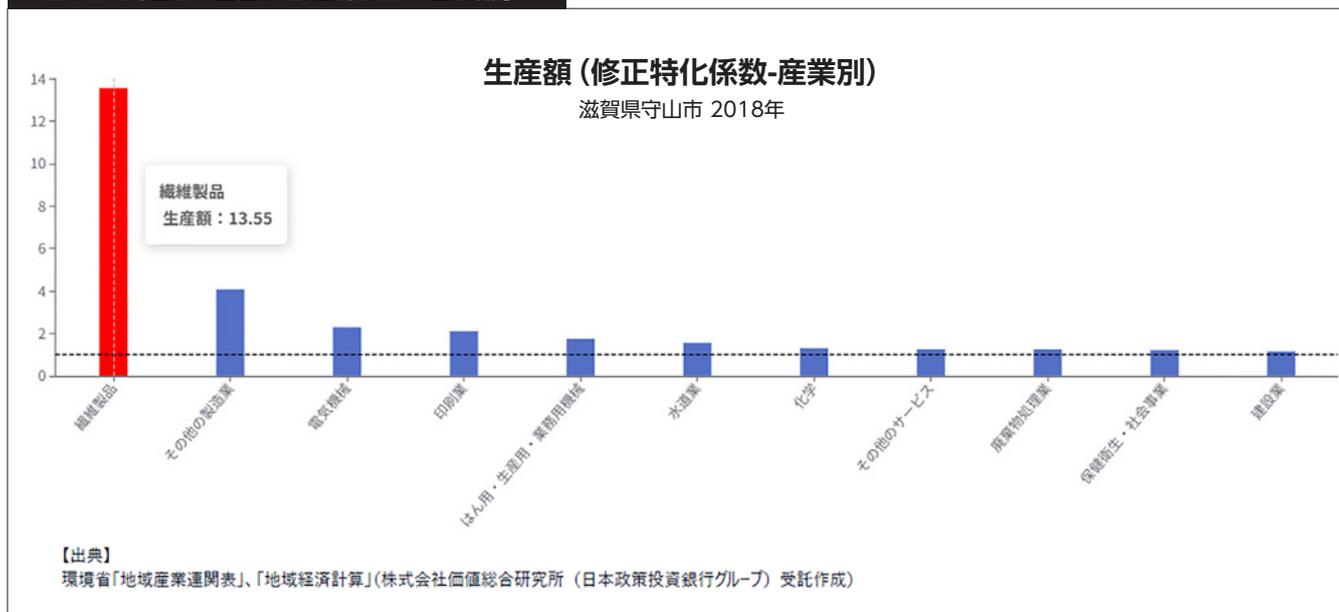
① RESASによる分析「産業構造マップ」

「産業構造マップ」では、産業別にどの分野の産業が近年成長しているのかを生産性や従業員数、付加価値額の増減率によって確認することができます。RESASを操作しながらみていきます。トップページの

図表1. 「生産性・従業員数・付加価値額の増減率からみた守山市の成長産業」



図表2. 「守山市の生産額 (修正特化係数-産業別)」



産業構造のアイコンから「産業構造分析」をクリックしてください。ページ上部の「付加価値額の構造分析」を選び「表示する地域を指定する」は「市区町村単位」「守山市」を選択します。グラフの画面を下へスクロールすると図表1が表示されます。

このグラフは、2016年から2021年にかけてのデータで、左から生産性の増減率が高いものの順に表示されています。最も高い産業は教育、学習支援業ということがわかります。教育、学習支援業には学習塾が含まれています。守山市では、前編の「人口マップ」でみたように年少人口の数は少ないながらも今後20年程度は横ばいを維持する見通しです。これは、子育てするファミリー世帯が今後も一定数増加していくと推定できます。このことから、これから進学を予定している中高生向けの学習塾産業が伸びていると窺えます。学習塾は守山市の産業全体に占めるボリューム(付加価値額や従業員数)からみると、さほど大きいものではありませんが、みなさんに身近で馴染みのある業態としてクローズアップしてみることにしましょう。

ちなみに、RESASで守山市の中核となる産業を調べると「繊維製品」が上位に出てきます。RESASでは修正特化係数という地域の産業の特徴を示す指標が用いられますが、守山市では「繊維製品」が他の産業を圧倒する断トツの1位になっています(図表2)。グラフにはありませんが、製造業は守山市で最も付加価値額を産出している産業であり、また従業者数は医療・

福祉産業に次ぐ2番目となっていることから、相対的に製造業主体の地域であることがわかります。

さて、話を学習塾に戻します。今回の分析は学習塾に絞った見方をしています。なぜ学習塾なのか、という理由は、実は馴染みがあるからだけではありません。というのも、RESASでは産業があまり細かく分類されてはいませんので、自分の属する産業が見当たらない、あるいは大きくりにされていてよくわからない、といったことが起こりがちです。みなさんの業種に当てはまる産業分類がない場合は、似たような需要があるもの、同じように連動するものに当てはめてみることもRESASを利用する上で大切になります。つまり、学習塾を取り上げたもう1つの理由は、店舗形態でのサービス産業全体を捉えるためです。学習塾は、いわばその代表としてピックアップしたのです。よって、特に店舗を展開している業態のみみなさんにとっては関連が高いと思われますので、学習塾とは関係がない方も参考までに一通り読んでみてください。

RESASを使っていく上で大切なことがもう1点あります。図表1のデータの年代にはコロナ禍が含まれています。運輸、医療、福祉、金融などのいわゆるエッセンシャルワークといわれる産業の生産性は上位にある一方、宿泊、飲食サービス(図表1 グラフ右端)は生産性、従業員数、付加価値額とも全てマイナスを示しています。前者はコロナ禍に生活インフラとして需要が高まった業種、後者は休業を余儀なくされた業種です。これはみなさんの肌感覚と合っていると感じ

取ることができるのではないのでしょうか。前編でも触れたようにRESASのデータは、マクロな視点から地域の状況を捉えることが得意な反面、ミクロな細かいローカル情報までは把握しきれないため、私たちの肌感覚との照合が欠かせません。特に「産業構造マップ」については、データを鵜呑みにするのではなく、実際の人の動き、街の様子などをリアルに観察することと並行してRESASを利用することが肝要です。

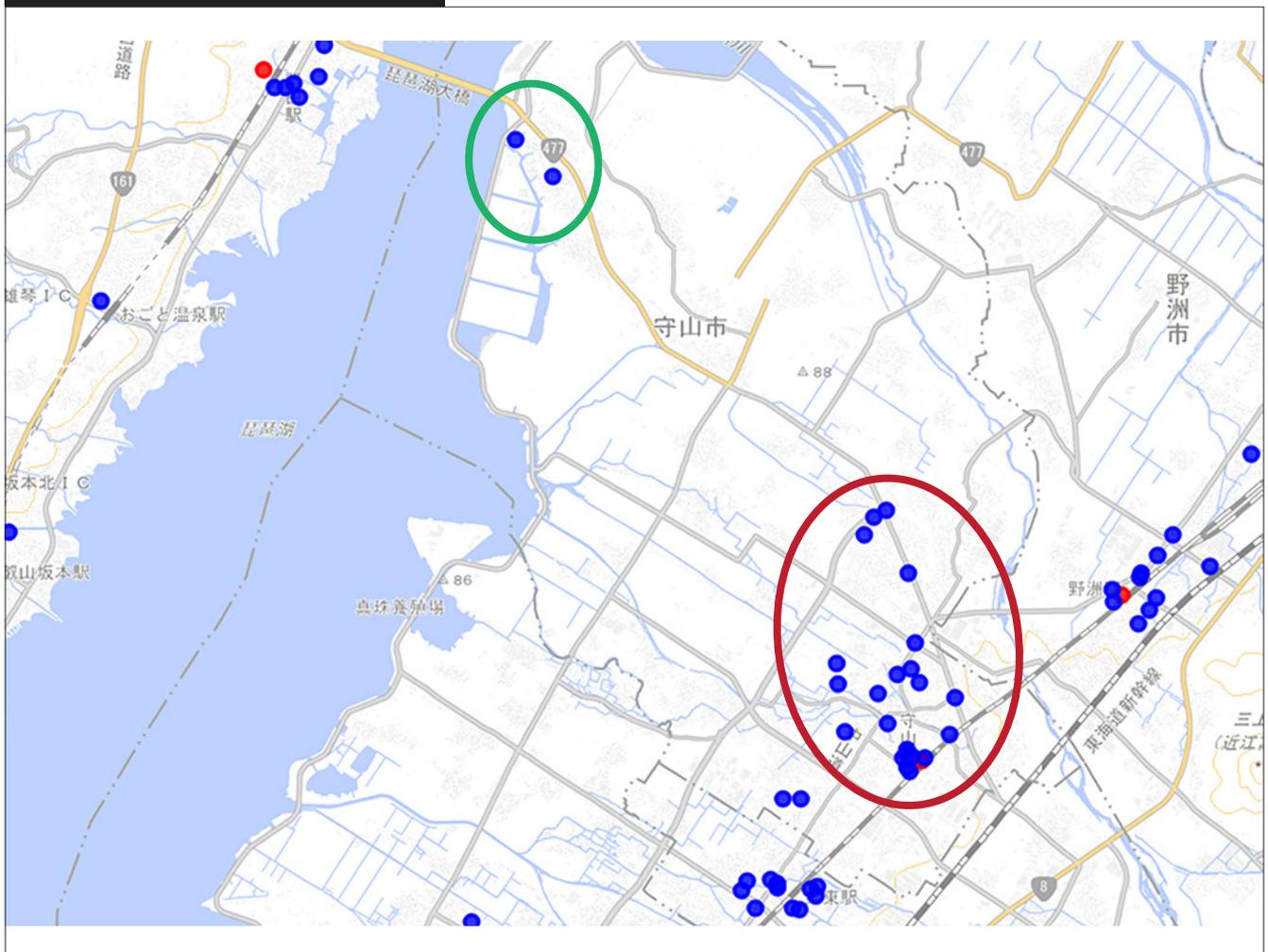
② RESASによる分析「マーケティングマップ」

「マーケティングマップ」は、特に店舗を出店する際に「事業所立地分析」を活用するケースがよくあります。それでは事例として、先ほどの学習塾が守山市内のどこに立地しているのかをみてみましょう。トップページのマーケティングのアイコンから「事業所立地分析」を選んでください。表示地域は先ほどと同じように守山市に設定します。表示年は最新の2024年とします。「表示産業を指定する」は「スクール&カルチャー（学校・趣味教室・図書館）」とし、

「中分類」は「塾・予備校」を「小分類」は「学習・進学塾」を選択し、「事業所を表示する」をオンにします。そうすると図表3が表示されます。

この地図の青い点が学習塾の位置を示しています。青い点にマウスのポインタを合わせてみてください。すると、学習塾の屋号が表示されます。どこにどのブランドの塾があるのが瞬時に把握できます。地図上に赤い丸で囲った部分が守山駅前周辺になります。駅の西側にのみ青い点が集中し、線路を挟んで東側には1か所も学習塾は存在しないことがわかります。線路が商圈を分割する1つの条件になっていると読み取れます。なぜ、線路をまたいで学習塾がないのか、という疑問に答えるためには、やはり実地調査しかありません。RESASは事実を示してくれますが、理由は教えてくれません。よって、守山駅の東側を実際に探索して理由を探す他ありません。商圈分析は実地へ出向くことが基本ですので、出店計画がある方は、道路や線路、川などの自然条件や、通行量や導線などを自ら調査して最適な場所を選択してください。

図表3. 「守山市の学習塾の事業所立地」



続いて、図表3と前編の図表3を重ねてみてください。人口の増加が見込まれるエリアと学習塾の出店エリアとがちょうど似たような分布を示していることがわかります。緑の丸で囲った部分は守山駅から離れた琵琶湖大橋付近ですが、こちらも前編の図表3の人口増加エリアとなっていますので、学習塾が展開していると読み取れます。しかし、先述の守山駅の東側は人口増加が予測されているものの、学習塾はないエリアであることから、ここは空白を埋めることでシェアをとることができるポテンシャルがあるかもしれません。

また、先に触れましたが、学習塾の立地場所と店舗型のサービス業態(例えば、理美容業やエステサロン、クリーニング業など)とを重ね合わせて立地環境を分析することができる可能性があります。このように、RESASは地図から特定の産業の競争環境を把握することができるとともに、商圈分析の仮説設定もできますので、出店計画や競合状況を調べる際には大いに活用の余地があります。

グラフにはありませんが、「マーケティングマップ」の「滞留人口メッシュ分析」を使えば、もう少し詳しい人の動きまで掴むことができます。この分析では、性別、年代、推定居住地の3つの属性に分類して、守山市のどこにどんな人が滞在しているのかが地図上でわかります。また、年や月、平日と休日、1時間ごとの時間帯をそれぞれ選択できるため、例えば、市内に居住する60代以上の女性の平日の13時の滞在が多い場所が概ね特定できます。これにより、自社のターゲットとなる消費者の行動の特徴を把握するのに役立ちます。具体的には、特定の年代層に対するタイムサービスを実施したり、商品の陳列をその時々消費者の嗜好に合わせて変更したりすることで新たな需要を喚起することができるかもしれません。

さらに「マーケティングマップ」では、滞人口の分析だけでなく「通過人口メッシュ分析」を活用することで、市内の人流の量や導線を把握することが可能です。

まとめ

RESASは細かいエリアの分析にはあまり向いていませんが、エリア全体の市場の動向などを検討する際には有益な情報が得られます。また、1つのマップだけで分析を完結させるのではなく、前編からみてきたように複数のマップから1つの産業に焦点を当ててみることや、RESASにはない産業を分析するときには、別の類似産業を当てはめてみるなどして使い方を工夫することが大切です。

RESAS利用に際しての注意点をいくつかまとめておきます。まず、地理的な範囲が全国のものや都道府県単位のもの、市町村単位のものが含まれていますので、統計の取り方に違いがある場合があります。また、産業分類の粒度にも気を付ける必要があります。加えて、調査された年が古いものがあるため、こちらも留意が必要です。出力されるデータが異常に高い、低いという場合は、何らかの特定の要素に大きく引っ張られている可能性がありますので、ご自身の肌感覚や現実と合っているか検証されることが重要です。

前編と後編の2回にわたり、RESASの基本的な使い方を見てきました。自社の経営計画策定のための基礎資料作りにRESASの利用価値があることをおわかりいただけたのではないかと思います。ただし、RESASに格納されているデータには限りがありますので、RESASだけで全てが完結できるわけではありません。より地域を細分化したデータが必要であれば、滋賀県産業支援プラザが提供している「商圈マップ」や守山市が毎年発行している「守山市統計書」などの別の統計情報を併用されるとよいでしょう。

RESASは、みなさんがこれまで培ってきた経験や勘を実際のデータをもとに補強し、ぼんやりしたイメージから具体的なアクションへと後押ししてくれることでしょう。より実現可能性を高めるために、ぜひデータを経営判断の材料の1つに加えていただくことを強くお勧めします。みなさんの「仮説の根拠に」なるように、使い方を工夫しながら役立ててください。

兵庫県立大学大学院 社会科学研究所

准教授 **矢嶋 聡氏** (中小企業診断士)

商工会議所勤務を経て、2020年より現職。

実務面では経営革新認定支援機関として個別企業のサポートや、行政や商工会の事業評価委員を務めている。



7月のスケジュール



お知らせ

MORIYAMA

1 火	正副会頭会議
2 水	
3 木	
4 金	
5 土	
6 日	もりやま創業セミナー
7 月	
8 火	
9 水	知的財産等相談
10 木	
11 金	
12 土	もりやま創業塾①
13 日	もりやま創業塾②
14 月	
15 火	常議員会 事業承継等相談
16 水	
17 木	
18 金	
19 土	もりやま創業塾オプションイベント①
20 日	
21 月・祝	海の日 もりやま創業塾③
22 火	
23 水	
24 木	
25 金	法律相談
26 土	もりやま夏まつり
27 日	
28 月	タイミー活用セミナー
29 火	
30 水	
31 木	

青年部 商家門塾

知らなきゃ損する！ 補助金・助成金の基本と 活用の第一歩

～ゼロから始める事業計画書～



講師

中小企業診断士
内藤 朗人

補助金・助成金は活用すれば、事業の拡大や設備投資、人材確保の強い味方になります。しかし、「難しそう」「自分に関係ない」と諦めていませんか？本講座では、中小企業診断士が実例を交えて、初心者にも分かりやすく解説！まずは“キッカケ”を掴んで、制度を使いこなす第一歩を踏み出しましょう！

日時 2025年8月21日(木)
19:00～21:00

場所 守山商工会議所
大ホール

申込 <https://forms.gle/4e1TRigwXUR8ApbD7>



守山市駅前総合案内所からのお知らせ

Moriyama 花と団子スタンプラリーの 見どころについて

日時 7月14日(月)～25日(金)

初日午前10時から 最終日午後3時まで

会場 守山市駅前総合案内所 2Fフロア

内容 7月から12月まで開催する「Moriyama花と団子スタンプラリー」のスポット案内と見どころをパネルで展示し、同時に守山の良いもの良いとこ、美味しいものを紹介します。

詳細は守山市駅前総合案内所
Tel:077-514-3765 へお問合せください。



夏季臨時休館 実施について

当所では、**8月12日(火)～15日(金)**を臨時休館とします。

実施期間中は、業務・貸会議室は行わず完全閉館となりますので、ご理解とご協力の程、宜しくお願い致します。

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 工業部会 経営講演会 6/5(木)

テーマ：イノベーションを生み出す組織作りとリーダーシップ

講師：一般社団法人SVリーグ
代表理事チェアマン 大河正明 氏
場所：琵琶湖マリオットホテル

Jリーグ(サッカー)・Bリーグ(バスケットボール)・SVリーグ(バレーボール)と3つの異なるスポーツの産業化をどのように推進してきたかお話しいただきました。

イノベーションを生み出す強い組織を作るためには、理念・ビジョンやミッションを明確にして、それを示していくリーダーシップと、それらを組織で共有して全員が同じ方向を向いて進んでいくことが大切であるとお話されました。



▲スポーツの産業化について話す大河氏

多数のパビリオンを見学しました。様々な未来への取り組みや、異国の文化に触れることができ、大変貴重な経験となりました。



▲パビリオンを見学する参加者ら

女 大阪・関西万博視察研修 6/20(金)

女性会会員外の女性経営者の皆さまにもご参加いただき、総勢19名での和やかかつ有意義な視察研修となりました。



▲大屋根リングを背に記念撮影する参加者ら

部 令和7年度 各部会主要事業

6月に各部会で通常総会が開催され、令和7年度事業計画(案)並びに収支予算(案)が承認されました。各部会の主な事業は下記の通りです。

商業部会

- ・講演会「たねやグループのブランド戦略」6/17
- ・得する街のゼミナール「まちゼミ」11/1～12/14

サービス部会

- ・動画マーケティング推進事業 講習会 6/23・7/22・7/29・8/26 (仮称)ショート動画コンテスト2025 9/1～10/31
- ・マップ事業「THEもりやま」増刷

観光理財部会

- ・守山商工会議所「あすのたね」への情報掲載事業 (Business COMPASS)
- ・DX推進事業 ウェブとSNSを活用する！人材確保セミナー

工業部会

- ・善ちゃんのサイエンスショー 並びに守山の企業・学校展示会 8/20
- ・生成AI業務改善セミナー 10月

建設部会

- ・集中豪雨水害防止奉仕作業 7月・12月
- ・親子ものづくり教室 8月

部 商業部会 講演会 6/17(火)

テーマ：たねやグループのブランド戦略
講師：たねやグループ CEO 山本昌仁 氏

ラコリーナ近江八幡に続きLAGO大津をオープンされるなど、新たな体験価値を生み出し続けるたねやグループのブランド戦略についてお話しいただきました。過去や伝統にとらわれ過ぎず、時代に合わせて、必要とされていることを見出し、提供することが大切であると話されました。



▲熱心に聴講される参加者ら

部 工業部会 大阪・関西万博視察研修 6/20(金)

日本ガス協会が出展のガスパビリオンと飯田グループ×大阪公立大学共同出展館をはじめとし、

新入会員紹介コーナー 新しい会員さんです。共に、がんばりましょう!(敬称略)



事業所名	代表者名	所在地	営業内容
エルカミーノリアル	三浦 一太	栗東市林 503-1	イベント、自動車板金、飲食店
ととや平鳶	平島 昭人	荒見町 201-6	鮮魚小売業
Rinks	水野 新吾	笠原町 734-10	施工管理業務
大下電機	大下 凌	守山6丁目 5-19	工作機器配線、計装関係電気工事
かき氷 Ricca	小島 富美子	勝部 1-8-34	かき氷販売
(株)山田建材	山田 隆広	矢島町 1416-4	解体業
Hi jumps (株)	大八木 大介	今浜町 2620-5 ピエリ守山 2F	球団運営

ココだけの話

— アノ人に聞く! —

vol.4

今月の
アノ人



守山商工会議所 副会頭
株式会社 三陽 代表取締役
きたむらかずしげ
北村和成さん

趣味：学生時代はソフトテニスに打ち込む。
現在の趣味はサボテン集め。

今年度からスタートした「アノ人に聞く! ココだけの話」。当コーナーでは守山商工会議所に所属する会員の中から話題のアノ人をピックアップ。事業所紹介だけでなく、その人物像まで掘り下げて企業の魅力に迫ります。

第4回のアノ人は、守山商工会議所 副会頭の北村和成さんです。

最初のスタートは呉服業界

守山高校を卒業後、京都の糸へんで働きました。いわゆる呉服の会社です。先輩について回って商品を運んだり、展示会を手伝ったり、接客したり…。勤めて6年ほど経ったある日、お世話になった先輩から「一緒に独立しないか」と声を掛けられ、京都の汚いビルの一室で呉服の卸しを始めました。

それなりに儲かっていましたが、当時の呉服業界は約束手形による支払いが慣例。中には不渡りを出す取引先もあり、支払期日の翌朝に銀行から電話が掛かると胃がキリキリと痛みました。僕はそれが本当にイヤで、「自分は現金払いで小売りがしたい」と先輩に申し出たんです。こうして僕は31歳の時、個人事業主として独立することになりました。

昔は“かつぎ”といいまして、大風呂敷に反物を詰め込んで、お客さんの自宅で広げる売り方が主流でした。商売相手はその家の娘さん。呉服の小売りは娘さんが在宅している夜間か土日が勝負です。ですから案内外間はヒマで、お得意さんへの挨拶回りや新規開拓に精を出しました。

機を見て携帯電話に参入

すると、京都の信販会社に勤めていた知り合いから、「お客さんを紹介してほしい」と頼まれるようになりました。当時、彼は世に出たばかりの携帯電話事業の担当で、携帯電話を欲する自営業者を中心に何人か紹介しました。そんな彼がある時、「もうすぐ面白いことになる」と言うんです。昔、携帯電話の端末はレンタル制だったのですが、「これからは買い取り制の時代になる」と。ちょうど携帯電話の基本料金も下がり始めた頃でしたから、一般ユーザーへの需要拡大は火を見るよりも明らかでした。

そこで僕は平成6年10月に5坪ほどの小さなショップを守山市内に開店。当時はまだ携帯電話の端末ショップが珍しく、遠方からも続々とお客さんがやって来ました。「このまま年が明けてもお客さんが来るといいな」と呑気に構えていた矢先、平成7年1月17日に阪神淡路大震災が発生。水道もガスも電気もダメになり、すべての通信手段が絶たれる中、神戸の路上で携帯電話を高額で販売する業者が現れました。

守山市にも多くの被災者が避難していましたが、当店へ足を運んでは、「こんなに安くていいの?」と何台も買っていくのです。まさに目の回るような忙しさで、わずか半年で驚くような売り上げになりました。思えばそれが当社のターニングポイントであり、インフラとしての携帯電話の重要性を痛感した出来事でした。



▲現在はソフトバンク代理店として、滋賀県内5店舗展開

インタビューのこぼれ話 裏話はnoteをチェック!

この場で紹介できなかったお話は、インターネット上のコンテンツ共有サービス「note」に掲載しております。こぼれ話や裏話、インタビューの雑感など、ユニークな話題が盛りだくさん! ぜひフォローして、ご高覧くださいませ。



インタビュー・執筆
tetra-Dune 中尾潤子

守山市在住のフリーランスライター。地元TV局の制作部を経て独立。守山市内の某珈琲店の「ダンディブレンド」を愛飲中。 [ホームページ](#)





もーりーの

守山商工会議所 サービス案内

新たなチャレンジ応援事業



技能講習等受講支援事業

事業を経営する上で必要な、また、事業の発展につながる技能講習会などに積極的に取り組む事業所に対し、受講にかかる費用を一部助成



支援内容

1 講習の助成上限額 **5,000円**

※ 1 事業所における限度額2万円 (年間)

支援対象受講期間

令和7年6月2日(月) から令和8年1月30日(金) まで

支援対象となる講習

- (1) 事業を経営する上で必要とする技能講習であること
- (2) 受講取得により該当事業所に有意義であると認められる技能講習であること
- (3) その他自己啓発と自主学習意欲を喚起し事業所の発展に貢献すると認められる技能講習であること。なお、当所で審査し該当事業所の発展に貢献すると認められれば助成対象とします。

展示会・見本市等出展支援事業

自社の製品・技術を業界専門の展示会や見本市等へ出展することにより「新市場開拓」「販路開拓」「幅広くPR」を求めようとする事業所に対し、出展に要する経費の一部を助成



支援内容

対象経費のうち **50,000円** を上限に助成

支援対象期間

令和7年6月2日(月) から令和8年2月6日(金) まで

対象経費

出展料、パンフ等印刷費、パネル等製作費、ディスプレイ用品等レンタル料、展示物等の運送費、資料作成等に係る消耗品費



📞 お申込み・お問合せ・詳細はこちら

守山商工会議所 指導課 TEL:077-582-2425 FAX:077-582-1551



自社で行うWeb活用の基本知識

前編

～なるべく費用をかけずにWeb集客を改善～

1 はじめに

Webの苦手意識も仕組みが解れば

「人は何かをしたい時、誰もがスマートフォンなどですぐ検索する」

Googleが今から10年前に提唱した“マイクロモーメント”という言葉は今、私たちの毎日の暮らしで現実となりました。

日々繰り返される「知りたい」「行きたい」「したい」「買いたい」という消費者の動機。まだ見ぬ顧客と会社や店舗との出会いは、昼夜問わず私たちの目に触れない「Web上」で行われています。

しかし、多くの中小事業者においてWebの活用が十分とは言えない状況です。

以下は実際の現場でよく聞かれる声です。

- 商品・サービスの多様化で以前より集客が難しい
- 高齢化で常連客が減少、新規顧客と接点が欲しい
- Webサイトはあるものの社内に運用の知見とノウハウがない
- 広告にあまり費用をかけられなくなった
- 日々取り組むSNSに成果を感じないが他にできることがないか

特に経営、幹部層の方々は年代的にもWebに対する苦手意識を持たれるケースが多く、自社サイトの運用もせいぜいお知らせ欄の更新とSNSの投稿を社員が成果も見えないままに行う程度に止まっています。

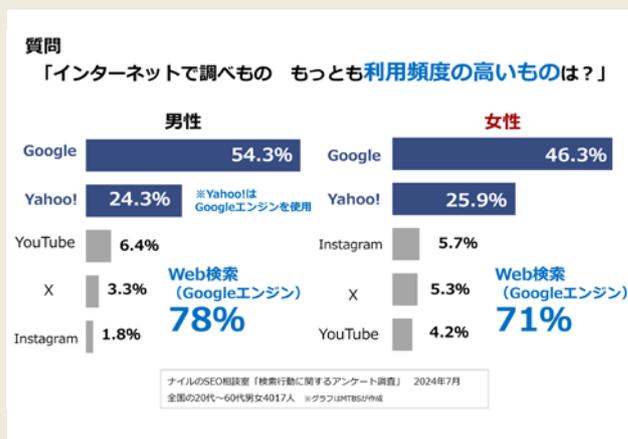
しかし、Web全体の基本的な仕組みを知ることによって毎日の作業が明確な目的を持って行えるようになります。

今回、事業者の方に向けて実施している「Web活用の実務研修」の中で基本的な部分にポイントを絞り2回に分けお届けします。今後のWeb活用の取り組みのヒントになればうれしく思います。

2 総デジタルネイティブ時代

時代の流れは速く、ビジネスを取りまくWeb環境も刻々と変化しています。皆さんのターゲット顧客も人口減少や高齢化で、顧客ニーズが目まぐるしく変化していると思います。そうした中、Web上で潜在顧客と出会うためには先ず今の顧客の姿を知る必要があるでしょう。

民間の専門会社が行う調査では、インターネットで何かを調べる際にGoogleとYahoo!で検索を行う人が7割を超えています。これは当たり前のように思えますが「今時はSNSで検索するのですよ」という声もよく聞くようになった今、多くの顧客がWeb検索をしていることを再認識する必要があるでしょう。

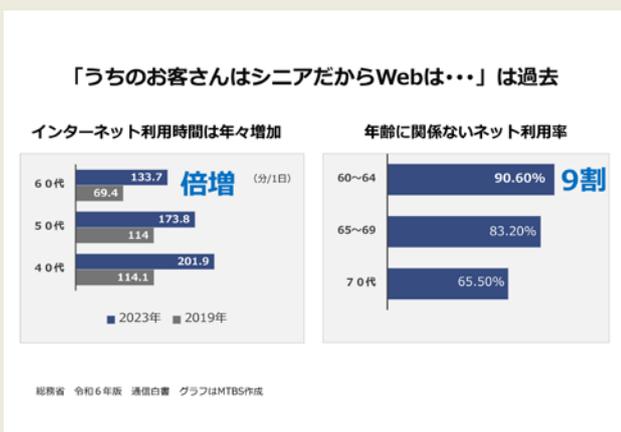


森田観光ビジネスサポート Web活用セミナー 研修資料より



総務省の令和6年度「通信白書」では既にシニアの多くがWebでモノやコトを探していることが解ります。

「うちのお客さんはシニアが多いからWebじゃないんだよね…」という認識はもはや古いかもしれません。



森田観光ビジネスサポート Web活用セミナー 研修資料より

一方、最近TVなどでも若い人の象徴として言われるミレニアル世代、Z世代も30代～40代へと差し掛かっています。何となく中高生ぐらいを想像しがちなZ世代の上の層は実は30歳を超えます。

もはやWebが消費の入り口となる「日本、総デジタルネイティブ時代」に突入していると考えてよいでしょう。

3 顧客がリアル店舗に行き着くまでの2つのハードル

実店舗の来店までにWeb上で何が起きているか?これを想像することがWeb活用の第一歩です。

例えば守山で飲食店を探す人は「守山市 ランチ〇〇」とジャンルなどを絞って検索することも多いでしょう。

〇〇には「人気」や「おすすめ」「和食」などが入ります。

それらの検索結果ページには以下の情報が出現しているでしょう。

- ①Googleマップに連動した店舗情報(Googleビジネスプロフィール)
- ②グルメサイトや情報まとめサイト
- ③飲食店の公式Webサイト

さて、これをお読みになられている飲食店さんはその上位にある情報の中に自社が出ているのでしょうか?

③の自社サイトは上位に出現していなくても外部サイトの中の情報にあるかもしれませんね。

まず、この上位の結果にお店の情報が有る無しが「第一ハードル」となります。検索結果ページも2ページとなればかなりクリック率が低下しますから1ページ目にあって欲しいものです。

そして、第一ハードルを越えた先には第二ハードルが待ち構えているのが今の時代です。

そこでは以下のような確認がはじまります。

- ①Googleビジネスプロフィールの「口コミ」と「写真」のチェック
- ②他店との比較検討
- ③Webサイト(公式サイト)のチェック

その行程で「ちょっと違うかなあ?」と思った瞬間に儚くもユーザーは離脱してしまいます。

全ての顧客がそうとは限りませんが、他店にはないその店舗だけの何か特別なものでもない限り代替えがいくらでもあり、それらをすぐに調べることができます。

店舗の商品・サービスがもちろん大切ですが、来店がなければ売上げはゼロです。

4 Google検索の教科書 「Google検索セントラル」

顧客との出会いに影響を及ぼす様々な検索とその検索結果。ユーザーの7割以上がGoogle検索を使用していることから、その結果を決めているGoogleへの対策がWebマーケティングにおいて重要とされています。

例えば「滋賀県 ランチ おすすめ」などの広範囲な検索クエリ(検索窓に打ち込む実際の文章)で自社サイトがランキング上位に出現することは簡単なことではありません(もちろんその努力が可能ですが。)しかし、守山市や守山駅など地域をある程度限定した場合などであれば十分に可能性があります。

Web広告を出稿して検索結果ページのトップ表示は可能ですが、まずは、費用をかけずにできるだけGoogleのランキング要件にかなう施策を行ってみましょう。

それを進めるためには「Google検索の仕組み」を知ることが必要であり、それがWeb活用の根幹となります。

この仕組みはGoogleの中でも進化を遂げており、また、以前は一般にはその原理が解りにくいものでしたが、今ではGoogle自らがそれを公表し積極活用を促しています。その情報が書かれているのがGoogleの公式ページ「Google検索セントラル」です。

ここには検索エンジンや結果表示の仕組みが日本語で書かれ、その内容は正に世界中のWebマーケティング担当者の教科書とも言え、Web運用の基礎となるものです。

5 Google検索の仕組み

Google検索の仕組みは次の3つの手順でインターネット回路を通じてGoogleが定期的に行っています。



森田観光ビジネスサポート Web活用セミナー 研修資料より

① クロール

WebクローラーというソフトがWebサイトを自動で定期的に巡回し、テキストや画像、動画などの情報を収集。

② インデックス登録

収集したサイト情報を解析してGoogleのデータベースに保存。この時にサイトに書かれている内容や品質を分析。

③ 検索結果の表示

ユーザーの検索クエリに対して役立つとGoogleが判断したサイトのページを選び検索結果ページに表示。

特に検索結果はページ品質に加えて検索者の位置情報も加味されますから、例えば「カレーパンの人気店」と守山で検索すれば守山市内や滋賀県のパン屋さんの情報がある程度優先的に出ることになります。

知らない間にGoogleにより情報収集と評価が行われているサイト情報。日々のWebサイトの整備やコンテンツづくりが大切であることが解ります。

今回はGoogleがどのような基準でサイトの品質を見ているのかを見ていきましょう。



森田英一

森田観光ビジネスサポート 代表

「集客できる人材と現場づくり」実務アドバイザー

京都市生まれ、滋賀県育ち、大津市在住。

ホテル、メディア、体験アクティビティと長年に亘り国内外のマーケティング、セールス活動を経験。2018年、森田観光ビジネスサポートを設立し旅行・レジャービジネスの支援を開始する。

専門は欧米豪インバウンド市場誘致と国内顧客誘致のためのWeb活用。

ホテル等民間事業者の他、商工会議所、DMO、観光行政等の事業においてマーケティングに携わる人材育成を行う。

著書：「京都、奈良、琵琶湖」自転車散歩(山と溪谷社) 共著(滋賀県コースとコラム担当)

受賞：第10回観光に関する学術論文「東アジア訪日旅客誘致における実務レベルのマーケティング」

入選(アジア太平洋観光交流センター)

URL 観光ビジネスインサイト <https://moritakankobiz.com/>

進むアルコール離れと『ソバーキュリアス』と『モクテル』の可能性



九州で早々と梅雨入りしたように、今年も夏が長く暑くなりそうです。気温の上昇度合いによって、飲料やアイスクリーム、シャーベットなどの氷菓子、そうめんやそばなどの売り上げは大きな影響を受けます。先日、観光と食と地域活性化を研究している日本フードツーリズム学会のセミナーで、ツーリズムとソバーキュリアスをテーマにしたセミナーを聴きました。ちょっと耳慣れない言葉ですが、「ソバーキュリアス」とは、しらふを意味する「ソバー (s o b e r)」と強い関心を意味する「キュリアス (c u r i o u s)」を合わせた造語で、お酒を飲まない、あるいは酔わないライフスタイルを指しています。健康上の理由や味覚の問題でお酒を飲めない、飲まない、あるいは禁酒している、というよりも、「飲めるけれど今日はやめておこう」というように、意識的に自分自身をコントロールするといったニュアンスが強いようです。

セミナーでは、文教大学の青木洋高先生が、旅行者と飲酒の関係に関する意識調査結果などを含めて考察を発表していました。興味を引いたのは、若者のビール離れに象徴されるように、国内外を問わずお酒をあえて飲まない、飲めない層が拡大していて、観光業や飲食業にとっても変化を迫られている点です。中でも、旅行先などでご当地のグルメを楽しむ際、居酒屋やレストランなどを利用するのに余分な気遣いをしてしまう人がいることでした。お酒を頼まないと居心地が悪く、「店を早く出てしまった」「不要なのに飲み物を頼んだ」という人もいます。また、「アルコールのっていないおいしい飲み物があれば、お酒と同じような値段でも注文する」と答えた人が多くいるそうです。

大手ビールメーカーを中心に、ノンアルコールのビールやチューハイ、日本酒、梅酒などが多く発売されているほか、通常のビールよりもアルコール度数を抑えて酔い心地を軽くするビールも発売される

ようになりました。しかし、まだ飲食店では、ノンアルコール飲料はメニューの後ろの方に少ないスペースで掲載されることが多いようです。セミナーでの発表によれば、フランスの高級ホテルのバーでは、ノンアルコールのカクテルがメニューの目立つ場所に大きく掲載されるようになりつつあるとのことでした。

見た目も華やかでさまざまな工夫ができるカクテルが、単に既存ジャンルの飲料のノンアルコール版よりも、高く価格設定できる可能性があるということで、飲食業界では開発や創意工夫に熱意が注がれているそうです。こうしたノンアルコールのカクテルは、「モック (模型)」のカクテルという意味合いを含めて「モクテル」と呼ばれています。

健康意識の高まりや飲酒に対する若者のコスパ意識の変化から、ノンアルコール市場は広がり、さまざまな商品やサービスが登場すると予想されます。こうした市場に対応するには、「とりあえずビール」といった習慣で培われた市場を画一的に捉える"昭和なマインドセット"から脱却し、個々の人生観を尊重する考え方へ切り替えることが大切なのだと思います。



地域経済アナリスト
コンサルタント

渡辺 和博

わたなべ かずひろ



合同会社ヒナニモ代表。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の編集を担当。その後、日経BP 総合研究所 上席研究員を経て、2025年4月から現職。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)。

中小企業経営者の
みなさまへ

国が準備したセーフティネット

安心の材料をご提供します。

小規模企業共済制度

●制度の特長

- 1 経営者のための**退職金制度**
- 2 掛金は**全額所得控除**
- 3 受取時も**税制メリット**

他にもこんな特徴があります。

- 月々の掛金は1,000円から
- 契約者貸し付けの利用が可能
- 共済金の受給権は差押禁止

経営セーフティ共済

●中小企業倒産防止共済制度の特長

- 1 掛金の10倍の範囲内で
最高8,000万円まで貸付け
- 2 貸付条件は
無担保・無保証人
- 3 掛金は税法上**損金(法人)**または
必要経費(個人事業)に

共済相談室 TEL. 050-5541-7171 【受付時間】平日 9:00~17:00



オンラインで
加入申込み
受付中

加入後の一部手続きも**オンライン**で可能。
制度の詳細内容は**2次元コード**又は**ホームページ**からご確認ください。

小規模企業共済

小規模共済

検索

経営セーフティ共済

経営セーフティ共済

検索



2024.

7月は「滋賀県ちいさな企業応援月間」です！



滋賀県では関係者が連携し一体となって、小規模企業をはじめとする中小企業（“ちいさな企業”）にかかる情報発信や支援策、諸活動等に積極的に取り組みます。ホームページに関連情報を掲載しておりますので、ぜひご覧ください。

【担当】滋賀県商工観光労働部中小企業支援課 【連絡先】077-528-3733

【ホームページ】<https://www.pref.shiga.lg.jp/ippan/shigotosangyou/kigyuu/343392.html>



リスクリング

AI時代の スキルを 身につけよう

助成金を活用して、社員のITスキルを高めませんか？



▲詳しくはこちら▲

Advanceffort
株式会社アドバンスフォート
Mail: info@advanceffort.jp Tel: 050-7103-5108

守山商工会議所
LINE公式アカウント

皆様の経営に役立つ情報や守山商工会議所の事業についてご案内！

お友達登録はこちら！



【ID検索】 @514dcdxd



健康推進アプリ「BIWA-TEKU」

協賛事業所 募集

BIWA-TEKU
ホームページ



気軽に身近に楽しみながら自らの健康づくりに取り組むことができる健康推進アプリ「BIWA-TEKU」。

滋賀県内を中心に、約56,000人がアプリユーザーとして既に登録しており、守山市においても3,300人を超える方が登録しています。

BIWA-TEKUの魅力を高めるため、商品提供の協賛をいただける事業所を募集します。

協賛内容

商品の提供 (1,000円以上/個)

募集締切

令和7年11月28日(金)

「BIWA-TEKU」とは？

- ①滋賀県内市町、全国健康保険協会滋賀県支部が共同開発したスマートフォン向けアプリ
- ②アプリユーザー数 約56,000人(県内17市町が加入、その他14団体が加入)
- ③ウォーキングや健(検)診、イベント参加などの健康活動を行うことにより、ポイントが付与され、たまったポイントでアプリユーザーは賞品の抽選応募ができる。

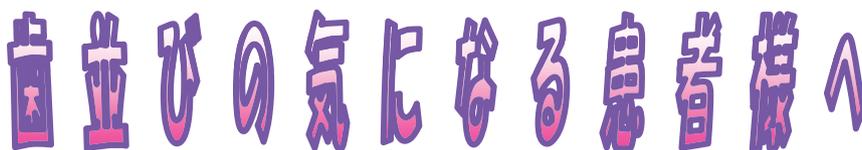
★★★協賛事業所のメリットは？★★★

協賛品の宣伝 「BIWA-TEKU」ホームページでPR

※賞品は基本的に店舗での引き換えです。
原則当選者が直接お店に足を運ばれます。

健康づくり推進事業所 として イメージアップ

守山市 すこやか生活課 電話：077-581-0201 Email：sukoyaka@city.moriyama.lg.jp



「子どもの成長に合わせて顎や歯の成長が遅れているので小児矯正をしてあげたい」



という方のために、

米国式の小児矯正治療を行っております。



医療法人 **こんき(金亀)会**
守山駅前 **岡村歯科診療所**
TEL 0120-583-808

受付までお気軽にご相談ください



放置すれば永久歯4本
抜歯して歯にブラケットを貼る矯正かマウスピースによる矯正しかなくなります。



本のがんこ堂がオススメ！ビジネススキルアップ本
ビジネスに役立つ書籍を月替わりで紹介！



書名 ゆるスティック

著者名：佐藤航陽
ISBN：9784478120729 出版社：ダイヤモンド社
版型：四六判・288ページ 発売日：2025/2/17

内容紹介：
大谷翔平、井上尚弥、藤井聡太…優秀な人は淡々と黙々と自分のやりたいことができる。毎日の世間からノイズに振り回されず、自分で決めた努力を淡々と積み上げることができる人が結局一番強い。「スティック」かつ「ゆるく」自分に向き合い続けるコツをこの本で学んでみませんか？



発見はいつもここから
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
営業 9:00～21:00
TEL 077-582-7560 FAX 077-581-2723

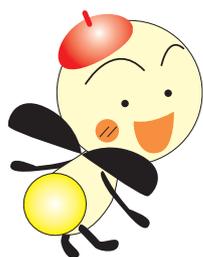
年中無休

本のがんこ堂 守山駅前店
守山市勝部一丁目1-21-101
営業 10:00～21:00 (日曜祝日10:00～18:00)
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
営業 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



7月は「企業内公正採用・
人権啓発推進月間」です

なくそう就職差別 7.1-7.31