

中央会 おかやま

組合活性化情報

岡山県中央会 web site <http://www.okachu.or.jp>

E-mail chuokai@okachu.or.jp

10

2016
October
Vol.660

今月のFOCUS

中国地方まちゼミ事例発表会
開催される ④

特集 Leader's  リーダース「アイ」

トスティーノコーヒー

こだわりの抜いた特別な商品で、
お客様の生活を豊かにする



代表
脇山 賢一 氏

リーダーズ「アイ」

トスティーンコーヒー
代表 脇山賢一氏

こだわりの抜いた特別な商品で、 お客様の生活を豊かにする

トスティーンコーヒーは自家焙煎したコーヒー豆をカフェ併設の自社店舗並びにネット販売、雑貨店等への卸販売を行う他、特徴あるコーヒー加工品の企画開発及び販売を行っています。

■御社のこだわりを教えてください

大学時代、それまで苦手と感じていたコーヒーが美味しいと思える瞬間に出会いました。高品質なスペシャルティコーヒーが流通し始めた時期です。会話の場でも人との繋がりを作り、日々の生活に必ず存在するコーヒーに魅力を感じ、全国からコーヒー豆を取り寄せる程好きになり、自分で作って売ってみたいと思った事がこのビジネスを始めるきっかけです。そのような背景から、「コーヒーのある豊かな暮らし」をテーマに、何気なく飲む毎日のコーヒーをより美味しく感じて頂く事で、日々の生活を豊かにするという想いを込め、コーヒーが苦手な人でも飲める味作りを行っています。

コーヒーは農作物なので、毎年豆の出来が違います。そのため、トスティーンコーヒーの味として、どの豆が一番ふさわしいかスタッフ全員で毎年吟味しています。厳選した豆を弊社で焙煎し、ドリップパック等の商品を作っています。商品の袋詰めは全て手作業です。機械で作るより何倍も風味が良く、1パックあたりに多くの容量を詰める事が出来ます。大きな注文でも受注してから焙煎し、新鮮な豆を手作業で封入します。そのため、どの商品も店と同じクオリティを再現する事が可能となります。店頭でコーヒーを購入される際には、簡単な力ウンセリングも行います。砂糖やミルクの好みを伺い、甘みと相性の良い豆やストレートで深みのある味を楽しむ豆などを提案し、お客様に合ったコーヒーを提供します。そのようなこだわり

を持ち、最高品質のコーヒーを提供する努力を、日々重ねています。

■初の全国流通商品「カフェコディアール」とは

牛乳と混ぜるだけでカフェインレスのカフェオレが作れる、弊社の看板商品です。妻の妊娠をきっかけに、カフェインレスコーヒーの供給の少なさに気付き、開発に至りました。出産前後の女性は、カフェインの摂取を避けたい。コーヒーを淹れて飲む余裕も無くなるため、コーヒーから離れてしまいがちです。そのため、簡単に作れて飲みやすいカフェインレス商品の需要は多いのです。しかし、当時はそのような商品が見られませんでした。

店舗を構えて信頼と取引量が増えてきた頃、弊社は首都圏へ進出するようになり、そのタイミングで、岡山県中央会との関わりを持ち、「スーパーマーケット・トレードショー」に、岡山県中央会ブース出展企業の1つとして参加することになります。このイベントは、東京にて流通業界に最新情報を発信する商品展示会です。まだ認知のないカフェコディアールを多くの方に認知して頂け、首都圏にカフェインレス商品を先駆けて広めることに見事成功しました。

また、開発時には商品イメージからアカチャンホンポ様に置いて頂く事を目標としていました。手頃な商品サイズへと改良を行って先方へのアプローチを続けた結果、この度、全国98店舗に置いて頂く事となり、弊社初の全国流通商品となりました。カフェインレスコーヒーの代表として、これから大きく注目される事が期待できます。

■今後の展望について教えてください

信頼のおける社外のデザイナー・イラストレーター・ライ



コーヒー焙煎機と脇山夫人



カフェコディアール

ターさんとの繋がりがから、他には真似できないスピード感をもって商品を開発する事が出来ます。カフェコディアールを基軸に、第二のカフェコディアールも産み出して行きたいと考えています。

また、元々は焙煎士という「作り手」の立場でしたが、現在はブランドینگやマーケティングに注力する「売り手」として動いています。原材料に弊社の商品を使用して、和菓子業者と連携し新商品開発を行っている他、養蜂場やパン屋と連携してコーヒーの周りにある商品の良さを最大限引き出し、お客様へ提供していくお手伝いをしています。そうした企業間連携により、生活をもっと豊かにする様々な商品をお客様へ届けていきたいと思っています。

次代を担う若手社員

スタッフ 古閑美久氏

トスティアーノコーヒーの魅力を伝え、 お客様にコーヒーを好きになってもらいたい

業務内容を教えてください

店舗スタッフとして接客をしている他、販売ブース出店等のイベント会場でもトスティアーノコーヒーの魅力をお客様へ伝えていきます。今年で入店2年目となります。

コーヒーは、淹れる人によって味が変わり、豆の種類に合わせた挽き方や湯加減によっても微妙な違いが出てきます。始めは不慣れのため味にブレがありました。店舗での接客やイベントを通して経験を積み重ねて行き、ようやく自分らしい味を出す事が出来るようになってきました。

仕事に対する想い、やりがいを教えてください

コミュニケーションを通してお客様を知り、お客様に合ったものを提供していく接客を心掛けています。様々な人と会い、声を出し、商品を売るという事が好きで、前職では接客業の経験もあるため、イベントでは自分の力を最大限に発揮する事が出来ています。自分が淹れたコーヒーを飲んだお客様から、「美味しかったよ」の一言を頂けると大変嬉しく、大きなやりがいを感じます。

また職場環境は大変良く、ミスやトラブルが発生しても先輩方のフォローにより一人で抱え込む事はありません。対応力も徐々に身につく、失敗を恐れずに堂々と仕事に取り組み事が出来ます。先輩方のような接客を目指しており、いかに丁寧に手早い接客が出来るかを目標に、口頭で教わるだけでなく、動きを見て真似して日々学んでいます。働きやすい職場環境、お客様との関わりの画面により、楽しくやりがいを持って働く事が出来ています。

今後の目標を教えてください

イベントでの活躍です。イベントはお店の広告なので、自



焙煎されたコーヒー豆が並ぶ店内



イベントで接客中の古閑氏

分の頑張り次第でお客様の集客率が向上します。接客力を磨き、トスティアーノコーヒーの顔として活躍していきたいです。お客様からの「また買いにいくね」という声を実現させていくため、ネット通販への案内や、購買欲アップに繋がるネット通販ページの編集も行っています。

元々はコーヒー嫌いだっただけですが、トスティアーノコーヒーのコーヒーを飲んで初めて美味しいと思えるようになりました。そのような想いを少しでも多くの方に感じて頂くため、これからもお客様へトスティアーノコーヒーの魅力を伝えていきたいと思っています。

企業プロフィール



企業名：トスティアーノコーヒー
 創業：平成23年12月20日
 住所：〒703-8232
 岡山市中区関485-22
 TEL：086-897-5574
 URL：http://tostinocoffee.com



トスティアーノコーヒースタッフの皆さん

「ゼロイチ」マーケティング セミナー開催される

去る9月10日(土)、岡山市北区のピュアリティまきびにて、これから起業を考えられている方や最近起業された方向けの創業・起業応援セミナー事業が開催されました。

第一部では、「ゼロイチマーケティング」と題して、リベラルマーケティング(株)代表取締役の繁田薫氏よりご講演を頂きました。繁田氏は、自身が資本金10万円、パソコン、携帯電話1台で始めたビジネスを2年後に年商4億円までに成長させた体験を元に、「ゼロイチ」に成長させるマーケティング活用法を紹介され、マーケティングとはそもそも何かという内容から始まり、マーケティングにおいて重要な市場分析を分かり易くまとめ説明されました。また、ビジネスを成功へ導く思考パターンや手順を、参加者とのコミュニ

ケーションを交えながら事例を用いて説明され、失敗した人へのメッセージやアドバイスを求められた際には、「下手く行かないことはあるが、全ては失敗ではなく経験と捉え、改善を重ねて様々な事にチャレンジしていくべき」と語られていました。第二部では岡山県中央会より、創業形態の一つである企業組合制度について、設立方法や特徴について説明しました。

セミナー終了後は、講師の繁田氏に個別に質問を交わす様子が見られ、当会実施による個別相談会では参加者からビジネスプランについての相談等がありました。当会では今後も継続して企業組合制度での創業・起業を応援してまいります。

(組織支援課 吉尾)



講演する
繁田薫氏



セミナーの様子



セミナー終了後の個別相談会

中国地方まちゼミ事例発表会開催される

去る、9月16日(金)、17日(土)の2日間に行われ、中国地方としては初めての開催となる「中国地方まちゼミ事例発表会」が行われました。

事例発表に先立ち、岡崎まちゼミの会代表の松井洋一郎氏より、まちゼミを進化・継続していくための仕組みとして、「買い手・売り手・世間よし、この三方よしの絶妙なバランスが重要」とあり、全国255カ所で展開される「得する街のゼミナール」まちゼミの成果を強調されるなど、全国事例から考える集客の検証など「まちゼミ」の持つ可能性について講演されました。



基調講演を行う松井氏



プレ体験会の様子

また、山口県では、まちゼミ参加者の年齢層が高いといった商店街来客者固有の問題に対し、夏休みに子ども対象の講座を実施してみたところ、親子で作る料理講座や英語講座など大変好評であり、地元小学校との連携に成功した事例などが紹介されました。

また2日目は、表町商店街に場所を移し、実際にまちゼミを体験していただき、まちゼミの持つ魅力を実感して頂きました。

なお、表町商店街では、第5回目となるまちゼミ表町を10月16日(日)まで開催されています。詳しくは(協連)表町商店街連盟のホームページ <http://omotecho.or.jp/> をご参照ください。

(組織支援課 板谷)

一例では、広島県で行われた、すぐに満員になる人気の講座について「出張まちゼミ」として回数を増やし、お客様との出会いの機会を逃さない取り組みを実施したそうです。

新分野への進出を支援

自動車関連中小企業新分野進出 支援補助金採択者決定

岡山県と岡山県中央会は、三菱自動車工業(株)の生産・販売停止により影響を受けている県内中小企業者が、新分野への事業進出に向けた取組みを支援するため、専門家派遣及び補助金による支援を実施しております。

この度、補助金による支援先を決定すべく、去る9月6日(火)に審査会を開催、県内中小企業10社を採択事業者として決定しました。採択事業者は建設機械や農機具、精密機械等いずれも自動車分野以外への進出計画を有しており、審査会では各事業計画の妥当性が評価されました。また、専門家派遣事業については随時受け付けており(詳しい条件等はホームページをご覧ください)、やる気のある企業の後押しを目的として支援事業が展開されます。

(連携支援課 村上)

●問い合わせ

岡山県中央会 連携支援課

TEL(086)224・2245

ホームページ <http://www.okachu.or.jp/?p=4149>

事業者名 (五十音順)
川上電工協業組合
株式会社共立精機
有限会社中山鉄工所
株式会社ニシキ金属
有限会社西山歯車製作所
有限会社早島金型
ヒルタ工業株式会社
丸五ゴム工業株式会社
株式会社三浦製作所
水島機工株式会社

熊本地震義援金のお礼とご報告

4月14日(木)に熊本・大分で発生した「熊本地震」の義援金をお願いしたところ、組合・企業から25件、797,580円(中央会・中央会事務局役職員を含む)の義援金を頂戴いたしました。皆様からのお心のこもったご協力、本当にありがとうございました。6月末までにお預かりした義援金724,000円は全国中央会を通じ熊本県中央会、大分県中央会へ渡して地域の復興に役立てていただきました。それ以降新たに預かりした73,580円については日本赤十字社を通じて寄付させて頂きました。改めてご協力いただきました皆様にお礼申し上げますとともに「ここに」ご報告申し上げます。

義援金提供組合・企業 (順不同)

岡山県酒造協同組合	岡山青果食品商業協同組合
井原機械工業協同組合	岡山県鑄造工業協同組合
協同組合岡山鉄工センター	岡山市管工設備協同組合
岡山県防水工事業協同組合	岡山県量商工業協同組合
備前トラック事業協同組合	協同組合津山卸センター
協同組合岡山機工センター	協同組合岡山県管事業協会
備中織物構造改善工業組合	笠岡信用組合
協業組合笠岡車検センター	岡山県味噌醸造協同組合
企業組合備前運輸事業団	協同組合成田家
テックス国際交流協同組合	協同組合倉敷環境システム
岡山産業技術協同組合	テクノメイト協同組合
企業組合岡山県中高年事業団	岡山県産業廃棄物処理業協同組合
株式会社研美社	

新設組合紹介

●岡山家電事業協同組合

地上デジタル放送の本格開始以降、家電業界を支えてきた薄型デジタルテレビのような業界を牽引する特筆すべき主力商品も無く、家電販売店は厳しい状況にあります。また、高度経済成長期以降順調に増加に転じたメーカー系列の地域家電販売店舗数も、ピーク時の3分の1程度にまで減少し、店主の高齢化や後継者不足等により更に廃業する販売店が発生する可能性があります。その一方で、家電量販店に行けない、地域家電販売店へ家のことを丸ごと頼みたいという高齢者のニーズが高まっています。

そこで、地域家電販売店主や顧客の高齢化に対応し、売上及び顧客を維持・拡大し、経営力を強化するため、東芝系列の地域家電販売店38社による協同組合が設立されました。

家電製品及び住宅設備機器の共同購買、年4回の共同販促等の共同事業がメインとなりますが、東芝系列店ならではのメリットとして、組合が推奨する顧客管理ソフトにて、各組合員の自店が保有する顧客情報をデータ化する事により、故障等の緊急時や、なじみの販売店が廃業の際には、他の組合員企業を紹介することで、従来どおり細やかなサービスがスピーディに継続可能となります。

現在、当組合と同様の東芝系列の小売店組合が全国的に設立されており、今後はそのスケールメリットを生かした事業展開が期待されます。

組合データ

岡山家電事業協同組合

組合名：岡山家電事業協同組合

住所：岡山市中区雄町163番地の1

理事長：西本真敏氏

設立日：平成28年7月15日

TEL：086・279・4151

(組織支援課 林)

「ちいさな企業」

おかやま経済活性化会議の開催

去る7月、8月に、岡山県と岡山県経済団体青年部連絡協議会（岡山県商工会議所青年部連合会、岡山県中小企業団体青年部連合会、岡山県中小企業団体青年部連合会）の3団体で構成の主催により、「ちいさな企業」おかやま経済活性化会議が開催されました。今年で4年目の実施となり、倉敷、津山、備北、東備、井笠、岡山の地区毎に全6回開催され、各会議にそれぞれの地域の青年経済人約40人が集いました。

この会議は、岡山県と岡山県経済団体青年部連絡協議会を中核とした青年経済人の対話を通じて、地域の中小・小規模企業、協同組合等の抱える経営課題や必要としている支援施策等の方向性を共有し、その結果をこれからの岡山県の施策に活かすことを目的としております。

各会議では、「人材確保に対する支援をはじめとして」、「支援施策に係わる書類・手続きの簡素化」、「行政の担当部署や支援機関毎に実施している支援施策の連携実施」、「小規模な事業者の受注を可能にする公共工事の発注の分割」、「経営革新計画を申請する事への実利としてのメリットの創出」、「現状設備の修理に対する支援」、「デスティネーションキャンペーン後も継続的に観光



客が増えていくような取組みの実施」、「商店街等が実施する、まちのにぎわいにつながるイベント等への支援等、様々なテーマの提言が行われました。

岡山県はこうした意見を受け、「地域の経済の活性化のために県内の経済循環を促進する事のできる事業を実施していきたい。また、より地域の中小企業・小規模事業者のニーズに合った事業を展開していくため、今後とも皆様にはごんごん声を上げて頂きたい。」と話されました。

（組織支援課 藤田）

売れる商品づくりに向けた

福祉作業所マインドアップ事業

今年度、岡山県中央会は美作県民局と連携し、美作地域の福祉作業所（就労継続支援B型事業所）の「売れる商品づくり」を支援するための取り組みとして、「売れる商品づくりに向けた福祉作業所マインドアップ事業」を実施します。

当事業は、美作県民局の福祉作業所職員に対して商品づくりのプロとしての意識と技術の向上を図ることを目的としており、今回13の福祉作業所からエントリーがありました。当事業にエントリーした作業所は、菓子やパンなどの食品の他、木工製品や手芸雑貨など、取り扱い品目が多岐にわたっています。商品づくりに必要な知識を学ぶセミナー（全3回開催）に参加したのち、パッケージの改良やPR手法などを見直すことによる商品ポテンシャルの向上といった、それぞれが抱える課題に応じた助言指導を受けます。

去る9月15日（木）に開催した第1回目のセミナーでは、当事業のコーディネーターより、過去の事例を紹介しながら商品開発時のポイントについて説明がありました。参加者からは「すぐに



帰って職員に伝えようと思った」といった声もあるなど、満足度の高いセミナーとなりました。

今後、残り2回のセミナーが終了したのち、2月末までコーディネーターがそれぞれの作業所を訪問し、作業所ごとの課題解決に向けて助言指導にあたります。

（連携支援課 鈴木）

岡山県印刷工業組合

プリンテックフェア2016 岡山

8月26日(金)・27日(土)の2日間、コンベックス岡山にて「プリンテックフェア2016」岡山が開催されました。

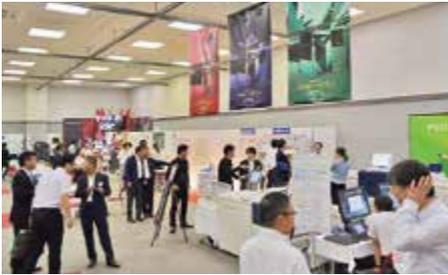
このイベントは、情報・メディア産業の多様化における印刷関連業界等のPR、業者同士の相互交流などを目的に、岡山県印刷工業組合と合同印刷機材株式会社が共同開催したもので、今年は2年ぶり2回目の開催となります。

フェアには、コラボレーション参加企業として県内外の印刷関連事業者17社、協賛企業35社が集結。全日本印刷工業組合連合会の浅野元会長による「地方に於ける中小印刷業の課題と展望」と題するセミナーのほか、大阪府印刷工業組合の浦久保副理事長や、学日本プリンティングアカデミーの濱名善教授によるセミナーが開催され、業界関係者をはじめ多数の来場者で賑わいました。

岡山県印刷工業組合の大塚理事長は、「これほどの規模のセミナーや展示会はなかなか無い。この機会を通じて、企業や一般の方々に業界の事を知っていただきたい。」とコメントされ、合同印刷機材株式会社の畑井社長は「オリンピック男子リ



大塚理事長挨拶



会場内の様子

レーでは、巧みなバトンパス等の団結により個人では成し得ない偉業を成し遂げた。私共も大企業に対抗すべく、バトンパスが出来る仲間を見つけて行きたい」とコメントされました。参加メーカー代表として富士フイルムグローバルグラフィックシステムズ株式会社の藤嶋常務からは、組合や業界の発展を記念してお祝いの言葉が語られました。

本組合では、業界のイメージアップを目的とした当会主催の「企業見学バスツアー」にも企画するなど、PRを強化しています。

当会では組合活動への支援や紹介、コラボレーション企画、組合・企業間連携など幅広く取り組んでおりますので、お気軽にご相談下さい。

(組織支援課 吉尾)

中小企業庁、全国中央会担当者が

岡山県中央会、外国人技能実習生受入組合を視察

去る8月30日(火)、中小企業庁経営支援課 松田課長補佐、全国中小企業団体中央会 労働政策部 西津部長、加島主事が、岡山県中央会(以下、当会)及び県内の外国人技能実習生受入組合を訪問されました。

今回の訪問は、外国人技能実習制度適正化事業の一環として実施されたもので、当会の事業実施状況や外国人技能実習生受入組合の事業運営等について、ヒアリングを行われました。

最初に、当会が締結しているベトナム、フィリピンとの包括協定の具体的な内容や締結に至った経緯を説明、担当者からは、包括協定締結の効果や利点等について質問がありました。

午後からは、岡山市のテックス国際交流協同組合及び組合員企業の現地視察を行い、受入事業の実態や実習後のフォローアップ等について伺いました(写真)。担当者からは、技能実習生受入事業を始めた経緯やこれまでの受入実績や各国の実習生の特徴などの質問があり、山下理事長や西山事務局長が丁寧にお答えされていました。

続いて、岡山市の日本企業振興協同組合の大供教育センターを訪問、妹尾理事長、影山専務理事、石川センター長より組合及び教育センターの概要、



実習生の教育方針等を伺い、集合研修の様子も見学させていただきました。

当会では平成27年度より、外国人技能実習制度の適正化を図るため、「外国人技能実習制度適正化事業」として、外国人技能実習生受入組合及び組合員企業への巡回訪問や技能実習の制度趣旨や適正な事業運営について周知するため、講習会等を実施しています。今後、技能実習制度が大幅に見直される方向にあることから、当会では技能実習制度の更なる適正化を目指し、行政や関連団体と連携を重ねつつ、巡回訪問や講習会にて情報提供や助言指導を行ってまいります。(組織支援課 形山)

「適マーク」による生コンクリートの品質強化 岡山県生コンクリート工業組合

当組合は、岡山県内の生コンクリート製造業者の内、9割以上の事業者が参加し、組織・運営している同業者団体です。主な事業は、生コンクリート製造業に関する指導及び教育、並びに情報または資料の収集及び提供があります。

生コンクリートは、製造工場で練り混ぜを開始してから、90分以内に納入現場に配達することがJIS等で定められている。「まだ固まらないコンクリート」を示す商品の名称です。取り扱う商品が、インフラ整備に不可欠の土木・建築資材であるため、消費者のみならず、社会全般の要請として、良質な製品の供給が求められています。

業界をあげての取り組みとしては、品質管理監査制度があります。これは、全国47都道府県の産官学参画のもと策定された全国統一品質管理監査基準に基づき、毎年実施される監査に合格した工場に対して、◎マークを付与し、合格工場の作成書類等に、その貼付を認めるものです。当組合では40年前から独自の品質管理監査制度に取り組んでいました。その後、全国統一品質管理監査基準に基づいた◎マーク付与が全国で始まり、その制度に移行して20年が経ちます。監査にあつ

ては、大学・各自治体・建設会社等の、外部監査員が主体となり、130項目にわたって、審査されます。昨年も、1ヶ月を超える期間で、57工場が対象となり、審査現場では、国交省、岡山県、各市町村の担当者で、合計131名の方が立会されました。

生コンクリートの品質を定めたものとして、JIS規格というものがあつますが、JISが、生コンクリートという商品に必要な基準(品質、材料、設備、車両等)を定めている一方で、◎マークはそれに加えて、製造工場の管理体制が品質に大きく影響するとの観点から、国際基準であるISO9001に適合することを要求しています。監査制度の公平性及び透明性を確保するため、当組合の外部に岡山県生コンクリート品質管理監査会議



9月7日の山陽新聞に掲載された◎マーク

資格であるコンクリート主任技士資格取得のための研修会を、岡山大学教授をはじめとする講師を招き実施しています。これらの事業は、組合員の扱う商品の品質向上により、発注官庁、施工業者の要請に応えることが可能となり、より良い品質の供給につながっています。

また、当組合は、業界内の組織率からしても、行政官庁からの連絡窓口及び報告団体としての性格も有しています。これらは、生コンクリート製造業者の改善発達を図る活動の一環として行っているものです。今後も当組合は業界発展のため、岡山県の建築物や構造物の品質を高めて安心を提供し続けていきます。

組合データ

岡山県生コンクリート工業組合
 理事長：中村 堯夫氏
 住所：〒700-0943
 岡山市南区新福1丁目21番36号
 大松ビル5F
 TEL: 086-264-6375

(組織支援課 吉尾)

の技術者研修として、毎年、経済産業省の工業標準審査官による講演会や、専門

がんばるものづくり企業 ドレンシー株式会社

鮮度品質保持の見える化で安心・安全を示すために

浅口市に本社工場のあるドレンシー株式会社は昭和61年に創業し、平成14年以降には中国大連や平湖に工場を置き、脱酸素剤や酸素検知剤等の食品鮮度保持剤製造販売、大麦若葉等の食品加工や原料販売、使い捨てカイロの製造販売を行なっています。近年、食品の安全を保障するために様々な取り組みが行われ、食品・医療業界において製品の鮮度品質保持のために脱酸素包装が一般的になってきました。この度、包装された製品の無酸素状態の確認が出来るように、脱酸素剤と酸素検知剤を一体化させた製品が必要とされており、平成26年度補正のものづくり補助金を活用し、従来品と比べてより小さなサイズにも対応出来る酸素検知剤の開発を行いました。取締役工場長の田中氏にお話を伺いました。

■鮮度品質保持のニーズが高まる 業界の期待に応えるために

元々、弊社の酸素検知剤は脱酸素剤を保証するものとして納品していました。脱酸素剤は、水分の多い食品の腐食防止や医薬品・油脂を含む食品の酸化防止に利用されています。酸素が無くなるとピンク色へ変わる酸素検知剤は、密閉している容器から酸素が無くなっているかの確認・保証が可能です。創業当時はお客様から「納品は脱酸素剤だけでいい」と言われていましたが、食中毒等の問題が騒



新開発した幅5mmの酸素検知剤(左端ピンク色のテープ部分)



取締役工場長の田中氏



脱酸素剤用酸素検知テープ貼付装置

がれていた十数年前から食の安全意識が全国的に強化され始め、お客様からの要望で脱酸素材と酸素検知剤を一体化させるようになりました。

近年、大家族が少なくなっている等の影響から食品の包装形態が個別包装化し、小さいサイズの脱酸素剤と酸素検知剤が必要とされています。脱酸素剤は小さいサイズにも対応出来ましたが、従来品の酸素検知剤はサイズが決まっているため、小さい脱酸素材への貼り付けに対応出来ません。昨今の食の安全意識の高まりやお客様からの需要により、すべての脱酸素剤サイズに対応出来る酸素検知剤の開発に至りました。

弊社の新しい酸素検知剤は含浸処理で作ります。他社では印刷して作るものが大半ですが、印刷した製品よりも脱酸素

検知の反応が強く速いため、お客様に喜んで頂けます。また、従来品の製造方法と比べると、製造工程を簡略化してコストが削減出来ることも、製造時間も十分に短縮可能となりました。

酸素検知剤は目に見えるという観点から、商品を出荷する際に、脱酸素状態かどうかの検品材料としても使われます。従来品の脱酸素剤よりも検知速度は少し落ちますが、それでも包装後20時間以内で検知が可能なので、包装後検品までに掛かる時間が短くなります。各企業は在庫を抱えない形態となってきましたので、包装後検品までの時間を短縮することが求められています。

■今後の課題

今後想定される需要増加に備えて、大量に生産する技術が必要と考えており、

酸素検知剤を脱酸素剤へ貼り付けるスピードが課題となっています。現在一分間で200個が限界です。個別包装化している食品業界からの脱酸素剤への受注数は多く、酸素検知剤についても同様に一日20万個のような大量受注を受けた場合追い付かなくなってしまいます。貼り付けに利用するテープが切れると発生する補充の頻度や、酸素検知剤切断に利用する刃物の劣化等も課題としてあります。これらを解決していかなければなりません。

脱酸素検知がより速くなるよう製品の強化も目指します。安心・安全の見える化により、今後の鮮度品質保持の需要に対応出来るよう邁進してまいります。

企業データ

ドレンシー株式会社
 代表取締役社長 高田 雅夫 氏
 所在地：岡山県浅口市鴨方町六条院西2-20番地
 資本金：3,450万円
 業 種：化学工業製品製造業
 TEL：0865・44・6655
 FAX：0865・44・7634

(組織支援課 吉尾)

情報連絡員レポート

8月分

岡山県業界天気図



	業界の景況	DI	売上高	DI	収益状況	DI
全体		-28.6		-44.6		-33.9
製造業		-25.9		-33.3		-29.6
非製造業		-31.0		-55.2		-37.9



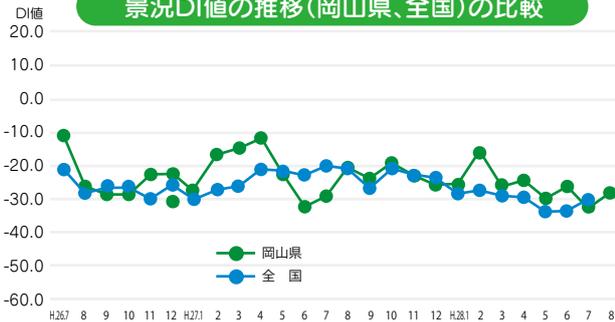
増加・上昇・好転
 変らず
 減少・下落・悪化

(注)DIとは、デフュージョン・インデックス(Diffusion Index)の略で、「増加」「好転」したとする企業割合から、「減少」「悪化」したとする企業割合を差し引いた値です。

業種	業種の景況	前年同月比					
		売上高	在庫数量	販売価格	取引条件	収益状況	資金繰り
食料品	味噌						
	米菓						
	豆腐						
	醤油						
	酒造						
繊維工業	繊維業・井原						
	繊維業・県						
	アパレル・県						
	アパレル・津山						
木材・木製品	製材・県						
	合板						
印刷	出版・印刷						
	製本						
化学・ゴム	ゴム						
	プラスチック製品						
窯業・土石製品	生コンクリート						
	石灰						
	ブロック						
鉄鋼・金属	鋳物						
	鉄鋼						
一般機器	機械器具・東岡山						
	鉄工・津山						
	鉄工・岡山						
	工作機械・総社						
	工作機械・井笠						
	工作機械・英田						
輸送機器	造船・関連						
	自動車						
その他	畳						

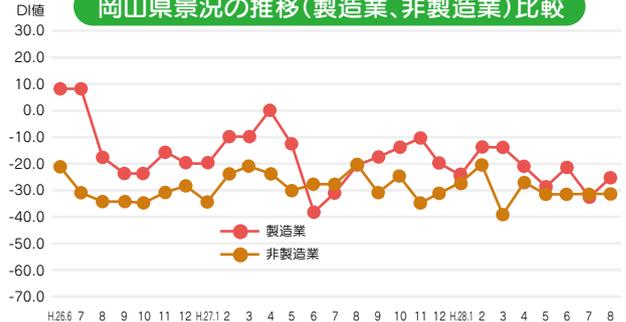
業種	業種の景況	前年同月比					
		売上高	在庫数量	販売価格	取引条件	収益状況	資金繰り
卸売業	機械・工具						
	電設資材						
	青果						
	木材						
	雑貨						
小売業	石油						
	青果食品						
	中古自動車						
	自動二輪						
	家具						
商店街	商店街・岡山						
	商店街・津山						
	商店街・倉敷						
	自動車整備						
サービス業	建築設計						
	旅館・ホテル						
	電飾・看板業						
	クリーニング						
	リサイクル						
	住宅リフォーム						
建設業	左官						
	土木工事						
	管工事						
	防水工事						
	バス						
運輸業	タクシー						
	トラック						
	倉庫業						
その他	信用組合						

景況DI値の推移(岡山県、全国)の比較



- 全国の7月の景況は、前月対比+2.5ポイントDI値が改善し-30.5ポイントとなった。景況に持ち直しの動きが見られる。8月の家計動向は、猛暑の影響で来店者数が少なく、また、景況の先行き不安から消費に対し節約傾向にある。企業動向は、補正予算の進捗等による公共投資の増加に期待する一方で、建設業の人手不足が再び顕著化。先行きとしては、定着した感のある円高や海外経済などの影響に引き続き注視が必要。
- 県内の景況DI値は、前月対比+3.0ポイント改善し-28.6ポイントとなった。製造業は前月比+6.2ポイント改善し-25.9ポイント、非製造業は前月比変動なく-31.0ポイントであった。前年比で見ると、県内景況が-7.9ポイント、製造業が-5.2ポイント、非製造業が-10.3ポイントといずれも昨年を下回っている。景況感に大きな動きはなく足踏み状態と見られ、円高・海外経済の動向等に懸念があり、先行きは不透明である。

岡山県景況の推移(製造業、非製造業)比較



- 製造業の景況は、前月比+6.2好転し-25.9ポイントとなった。DI値内容をみると、売上高が+16.7の-33.3ポイント、在庫数量が+7.0の-3.7ポイント、設備操業度が+6.6の-14.8ポイントと好転した。一方で雇用人員は-7.1の0.0ポイント、収益状況が-4.6の-29.6ポイント、資金繰り-4.1の-14.8ポイント、販売価格-4.0の-11.1ポイントと悪化した。円高や人手不足等が懸念され、先行きは依然として不透明感が強い。
- 非製造業の景況は、前月と同じく-31.0ポイントと変動が無かった。DI値内容は、全ての項目で前月を下回った。中でも、売上高が-27.6の-55.2ポイント、在庫数が-30.8の-38.5ポイント、雇用人員が-13.8の-13.8ポイントと二桁の悪化となった。商店街は、猛暑による人通りの減少やアパレル製品の販売低下、リフォームの見積依頼の減少、建築設計では大型物件の発注が減少しているなど足踏み状態と感じられる。

製造業

食料品

- 米菓業界の生産状況は5月末時点で前年比100.2%とほぼ前年並みに推移しているが、岡山県米菓組合の主力製品であるもち米原料のあられについては前年比98.5% (うるち米原料のせんべい: 101.4%) と前年を下回っている。8月末に倉敷アリオのイートヨーカドーが撤退したため、売上の減少が危惧される。 《米菓》

繊維・同製品

- 国内販売についてはあまり変化がないが、輸出に関しては円高、EUの混乱による影響が次第に出始めている模様である。 《繊維業・井原》

木材・木製品

- 好天続きもあり、原木の出材料が増加傾向で、品薄感が緩和され、相場も落ち着いてきた。なお、小径木は引き続きバイオマス発電等の燃料用の引き合いが高い。製材品は、8月に入って徐々に地場の需要が出ている一方で、住宅着工は堅調に推移しているものの、消費税増税の延期、円高の進行で外材との競合に先安感が強まるなど、先行き不透明感が強い。 《製材・県》

- 木材加工製品販売は公共事業を中心として、やや増加傾向であった。一般部材の発注が増加し、木材製品売上前年対比97% (4~8月末)、木材製品売上前年対比158% (8月)。仕入れ原木価格は、市場素材価格低迷から出材が減少傾向であり、小径木の出材は少なく、値上げ傾向となっている。小径木仕入れ価格 (和10~14cm/3m) 8,500~9,000円/㎡、柱口 (和16~18cm/3m) 22,000~25,000円/㎡ 《合板》

印刷

- 印刷需要が低迷する中で、大手印刷会社、他県の印刷会社の岡山県内への参入が激しくなり、地元中小印刷会社への影響がかなり出てきている。 《出版・印刷》

化学・ゴム

- 9月・10月と、受注が前年比5%から10%ダウンの見通しである。その後の回復を期待している。原材料価格に関しては、低水準で推移している。 《ゴム》

窯業・土石製品

- 月別前年対比は約1.8%の減少。通年では前年比約3.5%増。市場としてはほぼ横ばいで推移。 《ブロック》

一般機器

- 前月との比較では、企業間にばらつきはあるものの、低下傾向にあり、先が見通せない状況である。 《鉄工・岡山》
- 組合員間の多少のばらつきはあるものの、対前年・同月とも大きな変化は見られず。 《工作機械・総社》
- 受注量は安定的に確保出来ており、売上増加傾向である。 《工作機械・井笠》
- 単月で見れば好転した。但し先行きは不透明。 《工作機械・英田》

その他製造業

- 猛暑だからか、不景気だからか、例年の盆前需要も低調な様子。盆明けはなお悪いようだ。 《畳》

非製造業

卸売業

- 金融機関の新規貸出金利について、政府系金融機関は引き下げているのに対し、地域金融機関は引き下げに消極的である。 《雑貨》

商店街

- 商店街の集客力低下。空き店舗の増加がかなり激しい。猛暑天候不順でアパレル製品の販売低下。 《商店街・岡山》

サービス業

- 空き店舗に新しいお店の入居あり。こうして新たな明かりが灯されるだけで商店街全体に明かりがついたように感じられる。 《商店街・津山》
- 暑い日が多く、人通りが減少。お盆の頃は特に少なかった。 《商店街・倉敷》
- このところ、大型物件の発注が無く、特に組合への発注数も激減している。価格に至っても、競争が激しくなり低価格での受注となるため、経営的にも大変困難となっている。 《建築設計》
- ホームクリーニングは閑散期、業務用は前年より増加傾向にある。 《クリーニング》

建設業

- 今年は特に暑い夏の為、見積もり依頼が少なかった。あっても小さい物件が多かった。 《リフォーム》

運輸業

- 鉄・非鉄では、国内のスクラップ価格は、市中のスクラップ発生量が少ないことと、海外相場が堅調に推移したことなどにより、不需要期にも関わらず底堅く推移した。関東では1,000~1,500円UPしたが、中国地区は価格変動なし。中国国内の鋼材価格、鉄鉱石価格も上昇傾向にあり、先行き国内相場は底堅く推移するとの見方が多い。古紙では、国内古紙発生量は減少傾向にあり、中国への古紙輸出も低調なことから、新聞・雑誌・段ボールとも横ばいで推移。 《リサイクル》
- 集客状況は前年比97%、客単価は114%となった。お祭りや花火など夏イベント関連は好調であったが、通常のレギュラープランは伸び悩んだ。 《バス》

- 8月に入っても荷動きは芳しくない。生産はあるものの、出庫が減少しており、相変わらずスペース不足は続いている。盆も土日が絡み大きな影響はなかったが、食品関係の荷動きもあまり良くない状況。酷暑により飲料関係は28年度前半のマイナスを7月で戻したが、特に大きな混乱もなく推移している (気温が高すぎて販売状況は良くない模様)。岡山での物流案件も数千坪規模の話もあるが、スペース不足により各社分散での提案を行っている状況。総社に建設された外資系企業の物件ではコストが合わず、県内企業では厳しい状況。 《倉庫業》

その他

- 地場の中小企業の業況・動向などに大きな変化はないものと思われる。景況感については、好転も悪化もしていない足踏み状態と思われる。人手不足と円高が地場の中小零細企業には悪影響となっている模様。 《信用組合》

情報連絡員に聞く

倉敷豊商工協同組合
専務理事 石原正明氏

倉敷豊商工協同組合は倉敷市豊業者26社で構成される組合です。昭和33年に設立し、共同販売事業として畳製造販売及び畳関連商品販売を行っています。今回は専務理事の石原氏に、畳業界についてお話を伺いました。

■畳業界の現状を教えてください

畳業界全体の縮小が進んでいます。和室が当たり前だった日本住宅の洋風化によって、家を建てる際に業者から「和室を作りますか」と問いかけられる程、昔に比べて和室の需要は格段に減ってきてきました。そのため、畳の表面である畳表の原材料「い草」を扱う農家も、環境の変化や後継者不足などの影響も重なって減ってきています。若手を中心とした畳業者が集って、い草農家を支援するため直接手伝いに出向くなどして日本のい草農家を支えつつ、そうした農家の生の声を、消費者や営業先である業界に発信し、畳の危機を訴えています。現在、日本にあるい草の多くは中国から輸入していますが、畳を扱う国は世界でも唯一日本だけですから、中国も大変に縮小が進んでいます。



■現在力を入れている取り組みはありますか

3年前前から業界を挙げた取り組みとして「5日で5000枚の約束」と呼ばれるプロジェクトが始まりました。このプロジェクトは、災害時に全国の加盟畳店から避難所へ新しい畳を無償で届けるといった内容です。災害発生後、畳製作の発令から2日以内に畳を収集し、5日以内に自治体の指示する各避難所に畳を提供します。避難所の体育館半分に敷き詰めるには、約200枚が必要と想定されており、畳店が団結して提供すること



で、避難所の冷たい床での生活の辛さを少しでも和らげることを目指しています。災害の多い昨今、災害発生時の対処をスムーズにするため、全国各地で自治体との協定を結び、畳が届く事を周知するための防災訓練やイベントへの参加を行っています。今年4月に発生した熊本地震の際には、各地の避難所に計6,680枚の畳をお届けさせていただきました。厳しい業界ではありますが、だからこそ畳店として出来る事を全うし、誠意を持って被災した方々を支える事で、

「良かった、助かった」「やっぱり畳っていいな」といった多くの声をいただきながら、畳の良さを再認識していただいています。

■業界の今後を教えてください

時代の変化に合わせて、代替材料が登場してきました。い草本来の調湿・芳香・抗菌性は無いものの、クッション性や撥水性に長けた樹脂表、色褪せ難い和紙表などが登場して、畳も変化をしています。い草に代わる新素材以外にも、カラーバリエーション豊富な畳、配置やデザイン性を重視した「モダン乱敷き畳」も登場しています。伝統のあるい草の畳を大切にしていくなかで、住宅の洋風化などによる時代の変化に合わせた畳の存在も必要視されてきています。

使った方々が「やっぱり畳っていいな」と感じていただくように、やはり日本人に和の空間は無くしてはならないものだと考えています。い草の畳でも、新素材の畳でも、日本から畳が消えてしまわないよう魅力を発信していくことが、業界の今後の課題だと考えています。

(組織支援課 吉尾)

就実大学
経営学部
課外講義

岡山の地域の中小企業のブランド化のために

第2回

マーケティングとは何か？



就実大学経営学部講師
加賀美 太記 氏

【プロフィール】

1981年山梨県生まれ。就実大学経営学部講師。専門は国際マーケティング論、協同組合論。京都大学大学院経済学研究所博士後期課程修了。京都大学博士(経済学)。2014年4月より現職。共著に『経営革新から地域経済活性化へ(東アジアと地域経済)』(上總康行・中沢孝夫編、京都大学学術出版会)などがある。

マーケティングの端緒と顧客志向

企業規模や事業範囲に関わらず、現代の企業にとってマーケティングの重要性が高まっている。しかし、「マーケティングとは何か？」と尋ねると、テレビCMなどの広告をイメージする人もいれば、革新的な新製品の開発を思い浮かべる人もいるように、そのイメージは多岐にわたる。結局のところ、マーケティングとはどのような活動なのだろうか。

マーケティングが生まれたのは今から100年以上前、19世紀末から20世紀初頭のアメリカだと言われている。アメリカでは当時、大量生産技術が急速に発展し、企業は効率的かつ大規模になった供給能力に対応するための、体系的で効率的な販売活動が必要としていた。マーケティングは、こうした大量生産に呼応した販売活動を支援するために誕生した。そうして生まれたマーケティングは、当初「作ったものをどうやって売るか」という考え方が主流であった。しかし、1929年からの大恐慌のもとで、買い

手の購買力が急速に低下し、売り手同士の競争がより激しくなる中で、「売れるものをいかに作るか」へとシフトしていった。すなわち、生産を起点にして「どうやって売るか」を考えるのではなく、市場・顧客を起点に「顧客が買ってくれるものを作る」という方向へと発想が転換したのである。こうした考え方は「顧客志向」と呼ばれ、現代にいたるまでマーケティングの基本的な考え方となっており、そのために必要とされる様々な活動全体がマーケティング活動である。

市場・顧客の理解

顧客志向のマーケティングには、「顧客とは誰か」「顧客は何を求めているのか」という問いかけへの答え、言い換えれば顧客の理解が必要不可欠である。とりわけ、顧客が有する欲求(ニーズ)の理解がマーケティングの出発点となる。

しかし、顧客ニーズは多様であり、顧客全員が同じニーズを持っているとは限らない。また一方で経営資源は有限で

あり、すべての顧客ニーズに応じることが現実には不可能である。そこで可能な限り多くの顧客に対応するために、似通ったニーズを持つグループ単位へと市場を細分化し、収益性や将来性など様々な観点から対象とする顧客を決定する必要がある。こうした市場のグループ化をSegmentation(市場細分化)と呼び、マーケティングの対象とする顧客を決定することをTargeting(対象市場決定)と呼ぶ。

さらに同じように顧客ニーズに対応しようとする競合他社と自らを差別化するために、顧客に対する「自らの特徴あるいは立ち位置を定めるPositioning(ポジショニング)」を行わなければならない。これら一連の活動は、それぞれの頭文字をとってSTPと呼ばれる。STPによって初めて、自分たちがマーケティングの対象とする顧客は「誰」で、自分たちは「何を」顧客に提供するのかが明確になる。

マーケティングの諸手段としての4P

STPによってマーケティングの方向性が決まれば、次にそれをより具体化する必要がある。マーケティングの具体化にあたっては、様々な手段や要素が用いられるが、それらは伝統的に4つに分類され、「4P」と呼ばれてきた。4PとはProduct(製品)、Price(価格)、Place(流通/チャネル)、Promotion(販売促進)の頭文字をとった言葉である。4Pは「マーケティング・ミックス」や「マーケティング・プログラム」とも呼ばれ、具体的なマーケティング活動を現す。

多くの場合、マーケティングから想起されるイメージはこの4Pのいずれかである。しかし、4PはSTPに基づいて実施される活動であり、ユニークなマーケティングの原点には顧客の理解があることに注意しなければならない。「自分たちは『誰に』『何を』提供できるのか」を考え抜くこと、そのために顧客を理解しようとする努力することが、マーケティングの成功を左右するのである。

掲示板

■第68回中小企業団体全国大会

日時 平成28年10月19日(水) 13時~16時
場所 いしかわ総合スポーツセンター
(石川県金沢市)

■ものづくり補助金事業

成果事例発表会・講演会・交流会
日時 平成28年11月2日(水) 14時~19時
場所 ホテルメルパルク岡山

■中小企業組合検定試験

日時 平成28年12月4日(日)
場所 岡山県中小企業団体中央会会議室

共済業務委託制度活用のおすすめ

組合自己財源確保のため

当会が実施している「共済制度」の普及・促進等のご協力をいただける組合様を募集しています。又、業務委託契約を結び、組合・組合員の役職員の方がご成約いただければ紹介料をお支払いします。当会HPをご覧ください。問い合わせは総務企画課まで。



中小企業組合士

になろう！

中小企業組合士制度は、昭和49年度から中小企業庁の後援を得て実施しているものです。中小企業組合の役員等を対象として、全国中小企業団体中央会が組合の職務の遂行及び指導に必要な知識に関する試験を行い、試験に合格した者に対し中小企業組合士の称号を与えることで、組合の役員等の資質の向上を図り、もって組合の健全な発展に資することを目的としているものです。

平成28年度中小企業組合検定試験概要

■試験科目

組合会計・組合制度・組合運営

■試験日

平成28年12月4日(日)

■試験地

岡山市北区弓之町4・19・202

岡山県中小企業団体中央会会議室

■受験料

5,000円(一部科目免除者は3,000円)

■受験申込

願書に受験料を添えて、中央会へお申し込みください。

■願書受付期間

平成28年9月1日(木)~10月14日(金)

■合格発表

平成29年3月1日(水)



中国横断自動車道

岡山米子線4車線化促進

総決起大会開催される

去る9月2日(金)、中国横断自動車道岡山米子線4車線化総決起大会が東京都の議員会館で開催されました。大会は4車線化を願う県関係の国会議員による議員連盟と県議有志による議員連盟が昨年発足したことに伴い、早期実現を国に求めるため、緊急決議を採択しました。

当日は伊原木知事、沿線の市町村長、国会議員、岡山県中央会の晝田会長を含む経済団体代表ら、140名が参加しました。開会の挨拶で、伊原木知事は「4車線化されることで安全性が高まり、地域の交流が深まり、産業振興にも役に立つ」と述べられました。緊急決議では、賀陽インターから北房ジャンクションの間と蒜山から米子間インターの間に2車線区間が残るため、高速道路の機能が十分発揮されているとは言い難く、企業活動や物流、観光にも影響を及ぼしている」と指摘。4車線化の早期実現と、効果検証のため設置される付加車線の早期工事着手が緊急決議され、伊原木知事から国土交通省石川道路局長に手交されました。最後は参加者一同で「ガンバロー」を三唱して大いに氣勢を上げました。



経営者・役員・従業員とそのご家族の 安心の保障を準備するために 中央会の共済制度をご活用ください。



従業員のための退職金準備に 特定退職金共済制度

従業員さまの定着が図られ、安定した退職金準備ができる共済制度です。

- 特定退職金共済制度 引受保険会社
三井生命保険株式会社



経営者・従業員のための万一の保障 団体扱生命保険

団体扱* (月払)の場合、一般扱(口座振替月払等)で
ご契約いただくよりも、保険料が割安になります!

オーナーズプラン

経営者の事業承継対策とリスクマネジメントのために。

パートナーズプラン

従業員の皆さまの保障準備をサポートします。



業務上の災害への備えに 業務災害補償保険

事業活動にかかわる従業員さまのケガなどの
リスクをカバーする保険です。

- 業務災害補償保険
引受保険会社 三井住友海上火災保険株式会社
取扱代理店 三井生命保険株式会社

* 団体扱とは、岡山県中小企業団体中央会が団体扱としてお申し込みいただいた各保険契約の保険料を取りまとめ、一括して当社へ払い込む取り扱いのことです。

※ 一部対象とならない商品・契約がございますので、詳細は下記までお問い合わせください。

※ 詳しくは、該当の「商品パンフレット」をご覧ください。ご検討にあたっては、「設計書(契約概要)」「特に重要な事項のご説明(注意喚起情報)」「ご契約のしおり-約款」および岡山県中小企業団体中央会の「退職金共済規程(規約・規則)」等を必ずご覧ください。

三井生命保険株式会社は三井住友海上火災保険株式会社の取扱代理店として損害保険代理店委託契約を締結しています。

お取り扱いの詳細は、下記までお問い合わせください。

三井生命保険株式会社 岡山支社

〒700-8521 岡山県岡山市北区幸町8-29 三井生命岡山ビル6F TEL:086-232-2011

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