

中小企業ぎふ

Vol.702

2026年5月25日 隔月25日発行

岐阜県中小企業団体中央会

岐阜市数田南5丁目14番53号
OKBふれあい会館9階

☎ 058-277-1100

HP <https://www.chuokai-gifu.or.jp>

連携の力で無限の可能性にチャレンジ!
～中央会は、組合・中小企業の変革・挑戦を応援します～



自動化されたタイル量産体制



立風製陶株式会社が開発した
「珪藻土・卵殻吸水コースター」(上)、
「エッグタイル」(下)

組合紹介 2～3

岐阜県菓子工業組合

クローズアップ企業 4～5

下石陶磁器工業協同組合 組合員
「立風製陶株式会社」

専門家コラム

「今をどう見る～生き残りツールとしての情報」 6～7

組合等の活動 8～9

- ・岐阜メンズファッション(工組)
秋冬メンズファッションのトレンドを知るセミナーを開催
- ・岐阜電気工事(協)
県立岐南工業高校にて出前授業を実施
- ・岐阜県メッキ(工組)
メッキ事業に関連する法令の講習会を開催
- ・岐阜県毛織工業(協)
就職を意識した学生と企業による就活ツアーを開催
- ・東濃の春を彩るイベントを開催

中央会の活動 10～12

- ・各団体の活動報告
- ・サイバー攻撃対策セミナーを開催
- ・県内中小企業組合・中小企業支援に関する基本協定を締結
- ・第1回理事会を開催
- ・中央会 情報連携会議(情報連絡員会議)を開催

全国の先進組合事例 13

- ・坂下商業開発(協)

景況レポート 14

インフォメーション 15

- ・中央会 専務理事交代のお知らせ
- ・令和8年経済センサス活動調査実施のお知らせ
- ・春の叙勲・褒章、県の各界功労者の表彰
- ・AIが切り拓く中小企業の業務改革

(公財)産業雇用安定センターからの お知らせ 16

組合 紹介

こんな活動をしています！

本会は、多種多様な業種・業態の組合等が会員となっており、これが本会の特徴でもあります。各組合がその特徴を活かし日々活動が続けられていますので、皆様の仲間を紹介します。



岐阜県菓子工業組合

- 理事長 澤田 誠
- 組合員数 195名
- 設立年月 1953年7月
- 住所 岐阜市吉野町3丁目15番地
M'sビル3F
- TEL 058-201-5200

～伝統の味を守り、
新たな「おやつ」の魅力を発信し続ける～

◆組合の歴史・活動

■明治から続く菓子職人



澤田理事長

当組合の歴史は古く、明治時代にまで遡ります。明治20年前後に全国規模で展開された「菓子税廃止運動」を機に、業界の先駆者たちが団結して菓子組合を結成したと記録されています。

その後、戦前・戦後の激動の時代や厳しい食品統制を経て、昭和28年に「岐阜県菓子工業協同組合」が設立

され、昭和41年には「全国菓子工業組合連合会（以下、全菓連）」の発足に伴い組織を工業組合へと改め、組合員数668名という大規模な体制のもと「岐阜県菓子工業組合」として新たな一歩を踏み出しました。

昭和から平成、そして令和へと時代が移り変わる中、食の多様化や人口減少、後継者不足といった課題により、現在の組合員数は195名となっています。それでも組合は、長年培ってきた歴史と伝統を礎に、歩みを止めることなく時代のニーズに応じた支援策を打ち出しながら、組合員の健全な発展のために活動を続けています。

現在は、地元岐阜県が誇る和菓子づくりに欠かせない良質な「高山もち（もち米）」や、全菓連を通じたふろしき・クリアバッグ等の共同購買事業をはじめ、情報提供事業・共同宣伝事業など多角的な事業活動を展開しています。あわせて、職人の技術向上と和菓子の魅力発信を目的とした講習会や資格取得支援、さらには他団体と連携したイベントにも積極的に取り組んでいます。

■組合員の技術向上と業界の未来を担う人材育成

(1) 伝統の技を磨き、次世代につなぐ「和菓子講習会」

組合員の技術向上を目的とした「和菓子講習会」は、長年にわたり実施している当組合の重要な活動のひとつです。平成2年からは、県中央会の「組合等支援事業」を活用し、新型コロナウイルス感染拡大に伴う休止期間を除いて開催を続けてきました。

かつては伝統的な製法や基礎技術の習得が中心でしたが、消費者ニーズの多様化を背景に、現在は最新技術を取り入れた実践的な内容へと進化しています。外部の専門家も交えながら「季節の和菓子の研究」や「新年にふさわしい華やかな『新年菓』の研究」などに取り組み、新素材を活用した商品開発



和菓子講習会の様子

や生産効率の向上といった、現代のトレンドに即したテーマを積極的に取り上げています。

また、「SNSを活用して若い世代に自社商品の魅力を発信したい」という組合員の声を受け、「お菓子店のSNSを活用した集客UPセミナー」なども開催しています。参加した組合員は、伝統的な和菓子の技法を守りながらも、現代の消費者が求める視覚的な美しさやSNS映えするデザイン性をいかに商品へ落とし込むかを、熱心に研究しています。

こうした取り組みは、組合員が自分の店舗で新たなヒット商品を生み出す契機となるだけでなく、組合員同士が互いに切磋琢磨する交流の場として機能しており、業界全体の活性化に大きく貢献しています。

(2) 国家資格「製菓衛生師」試験の支援

「製菓衛生師」とは、菓子製造の技術と食品の衛生・安全に関する知識を証明する国家資格です。かつては組合を通じなければ試験情報を得ることが難しい時代もありましたが、現在では情報が広く普及し、資格取得後に独立開業する職人も増えています。特に和菓子職人の間では、自らの技術を裏付ける証として重視されており、取得者が多いことも本資格の特徴のひとつです。

当組合では、業界全体の衛生水準の向上と人材育成を目指し、組合員およびその従業員に対して試験に関する情報提供を行い、資格取得を推奨しています。また、試験運営にも2名の審査員（試験監督・設営補助）を派遣するなど積極的に協力しており、令和7年度は110名が受験し、70名が合格しました。今後も、菓子業界の未来を担う若手人材の育成と、業界全体における衛生管理の徹底を力強く支援してまいります。

(3) 青年部による「全国和菓子甲子園」のサポート

当組合の青年部は、全国組織である全菓連青年部に所属し、岐阜県内の若手経営者や職人を中心に構成されています。現在約10名が活動しており、次世代の若者への啓発活動の一環として「全国和菓子甲子園」のサポートに取り組んでいます。

この大会は平成22年に始まり、今年で第17回を迎えます。和菓子文化は長い歴史と伝統を誇りながらも、国内における認知・発信の強化が期待されるとされており、そこで青年部は、次世代を担う高校生にその魅力を伝えることを目的に、大会運営のサポートに積極的に携わっています。



青年部がサポートする「全国和菓子甲子園」

第15回大会では、中部ブロックの代表として岐阜県の城南高等学校から2チームが決勝へ進出するという快挙を達成し、「全国菓子研究団体連合会会長賞」と「奨励賞」をそれぞれ受賞しました。高校生たちが情熱を傾けて考案した入賞作品は組合員の店頭で実際に販売され、和菓子文化の継承と将来を担う菓子職人の発掘に大きく貢献しています。

■新たな販路開拓プロジェクト「岐阜おやつ編集室」の多彩な活動

(1) 「岐阜おやつ編集室」の開設

近年、当組合が特に力を入れているのが、令和2年6月に事務局内へ開設した「岐阜おやつ編集室」です。和菓子市

場が縮小傾向にある中、組合員の多くが家族経営を主体としているため、来店を待つ受け身の経営スタイルに陥りがちでした。本プロジェクトは、こうした状況を打破し、組合員の販路拡大とブランド価値の向上を後押しすることを目的として立ち上げました。「おやつをテーマとした舞台で、お客様と出会う場を演出する」というコンセプトを掲げ、同編集室ではさまざまな活動を積極的に展開しています。

(2) 積極的な情報発信とブランド化

組合の事務局長自らが編集長を務め、Instagram (@gifuoyatsu) やXなどのSNSを通じて積極的に情報を発信しています。令和8年3月26日からはYouTubeチャンネル「おやつの車窓から」を開設し、映像を通じて岐阜のおやつを紹介する取り組みも新たにスタートしました。こうした多面的な情報発信により、都市部だけでなく、郊外の商品も広く消費者の目に触れる機会が広がっています。



YouTube「おやつの車窓から」を開設

さらに「GIFU OYATSU EDITING ROOM」という独自のブランドラインを立ち上げ、パッケージデザインのプロデュースも手がけています。人員が限られ催事への出店が難しい店舗の商品も、このブランドを通じた販売サポートによって新たな販路へとつなげています。

(3) 「ぎふのおやつマルシェ」の開催

情報発信と並行して、消費者に直接お菓子を届ける販売機会の創出にも積極的に取り組んでいます。JR岐阜駅に隣接するアクティブGにて年2回のマルシェを開催し、集客力の高い立地を活かして組合員自ら出向いて販売する「攻めの経営」を実践する場となっています。



「ぎふのいちごおやつマルシェ」

これまでに「岐阜おやつマルシェ」「ぎふの鮎菓子マルシェ」「ぎふの栗おやつマルシェ」「ぎふのいちごおやつマルシェ」などを開催してきました。会場では複数の組合員の和菓子を組み合わせ合わせた食べ比べBOXを数量限定で販売しており、毎回完売となる盛況ぶりです。こうした多様な販売チャネルと顧客接点の開拓に挑戦し続けています。

(4) ワークショップや異業種とのバスツアーの企画

過去には組合事務所を活用し、月1回のペースで異業種と連携したワークショップを開催しました。ネイルや占い、手作り体験などとお菓子を組み合わせることで、これまで和菓子に馴染みの薄かった若い世代や女性客との新たな接点を生み出しました。また、サンサンシティマーゴ(関市)では青年部が講師となり子ども向けの和菓子手作りワークショップを開催したところ、開店直後から行列ができるほどの人気を集めました。

さらに、岐阜出身のモデル・女優である菊池亜希子さんを招いたトークイベントの開催など、著名人との協働による情報発信にも積極的に取り組んでいます。こうした幅広いコラボレーション

を通じて、和菓子文化の魅力をより多くの人々へ届ける機会を広げています。

加えて、全国展開するツアー会社と連携し、編集長である事務局長自らが案内役を務める「組合員店舗を巡る日帰りバスツアー」も実施しています。和菓子作り体験や店主との直接交流が好評を博し、定員が一日で埋まるほどの盛況となっています。

(5) 「岐阜おやつラボ」による個店支援

販売支援にとどまらず、組合員企業の女性従業員等を対象とした勉強会「岐阜おやつラボ(業種別女子会)」も実施しています。商品の見せ方、店頭什器のレイアウト、写真撮影のコツ、SNS発信の方法などを実践的に学ぶ場として、各店舗の客単価や来店客数の向上に直結する経営改善を後押ししています。

「岐阜おやつ編集室」の活動は、徹底したお客様視点に基づき、組合員一人ひとりに「自分の店でもできるかも」という小さな成功体験を積み重ねてもらうことで、業界全体に前向きなエネルギーと好循環をもたらしています。

◆組合が目指す方向性とは

(1) 全国菓子大博覧会への展望

「全国菓子大博覧会」は、和菓子業界最大の祭典であり「お菓子のオリンピック」とも称される一大イベントです。全国の菓子職人がその腕と感性を競い合い、各地域の菓子文化を広く発信する貴重な機会として、業界内外から高い注目を集めています。

約4年ごとに開催されていた本博覧会は、平成29年の三重県開催を最後に、開催地を希望する都道府県が現れなかったことから、長らく休止を余儀なくされました。その後、規模を見直した新たな形式のもと、8年の空白を経て令和7年に北海道旭川市が立候補し、待望の復活開催が実現。大きな反響を呼び、多くの来場者を集めました。

全国の舞台で岐阜県産菓子の質の高さや伝統、そして「岐阜おやつ編集室」で培った新たな魅せ方を広くアピールできるこの博覧会は、当組合にとっても大きな可能性を秘めた機会と捉えています。開催が実現すれば、組合員が自社商品を全国レベルで客観的に見つめ直すきっかけとなり、さらなる技術向上への意欲にもつながるものと期待されます。今後は組合内での議論を重ねながら、参加の可能性を前向きに探ってまいります。

(2) 攻めの姿勢で、和菓子の未来を切り拓く

和菓子市場が縮小傾向にある中でも、当組合は決して受け身になることなく、お客様の視点に立った「攻め」の姿勢で新たな取り組みに挑戦し続けます。「岐阜おやつ編集室」を舞台に小さな成功事例を積み重ね、組合員同士で共有することで、業界全体の前向きな意識改革を促しています。今後も岐阜県のお菓子のブランド価値を高め、一人でも多くの和菓子ファンを増やしていくために尽力してまいります。

さらに、かつてのように「情報が得られないから入る」組合ではなく、「マルシェに出店できる」「SNSで宣伝してもらえる」といった具体的なメリットを組合員が実感できる組織運営へ転換を図り、時代とともに進化し続ける組合を目指してまいります。

業界豆知識

～「お菓子の神様が宿る久和司神社、飛騨高山に実在」～

皆さんご存じでしょうか？

岐阜・飛騨高山の飛騨護国神社境内にある久和司(くわし)神社。「くわし」とは、お菓子を意味する古い言葉で、その名のお菓子の神様をお祀りする神社です。

この神社は令和7年7月、69年ぶりの改修を経て「正遷座祭」が執り行われました。社殿には、お菓子の神様「田道間守命(たじまもりのみこと/兵庫県豊岡市・中嶋神社)」と、お饅頭の神様「林浄因命(りんじょういんのみこと/奈良市漢国町・林神社)」の2柱をお祀りしています。この2柱を合わせお祀りする神社は全国に4社のみで、中部地方ではこの久和司神社だけという大変貴重な存在です。

令和8年6月16日(火)に遷座70年記念大祭を盛大に開催します。飛騨高山観光の折にはぜひ一度訪れてみてはいかがでしょうか？



久和司神社

クローズアップ企業

下石陶磁器工業協同組合

立風製陶株式会社

《企業概要》所在地 岐阜県土岐市下石町141

電話 0572-57-6131

代表 代表取締役社長 林 立之

主な事業 外装用モザイクタイル、内装用インテリアタイル、戸建住宅用タイル、各種セラミック製品の開発・販売



立風製陶株式会社の外観

挑み続けることが、私たちの伝統である ～110年のモノづくりと挑戦～

Q 御社のこれまでの沿革についてご紹介ください。

◆時代の荒波を乗り越えた、しなやかな事業転換



林代表

当社の歴史は、大正3年、初代曾祖父が窯元を創業したのが始まりで、窯には風が必要ということで、「立風」という名がつけられました。当社が所在する土岐市下石町は、徳利の産地で、当社においても創業当初は、ろくろを用いた手仕事による4合徳利の製造からスタートしました。



4合徳利

時代の変化とともに事業は着実に広がり、昭和23年には2代目の祖父が立風製陶株式会社を設立。戦後の高度経済成長期には、和食器に加えて洋食器のディナーセットやマグカップの製造・輸出へと主軸を移しました。なかでもマグカップの生産においては月産250万個という世界最高水準の生産量を達成しています。この飛躍を支えたのが、先代が考案した「ねじスタックマグ」でした。カップの下部をわずかにすぼめて段差をつけることで、マトリョーシカのように上へ積み重ねられる構造を実現。コンテナ輸送の際の輸送スペースも大幅に削減され、コスト競争力の向上に大きく貢献しました。製品はアメリカ・オーストラリア・ヨーロッパなど世界各地へと届けられ、当社はグローバルな製造拠点へと成長を遂げました。

当社が食器類の輸出を中心とした事業から新たな分野への転換を考えるきっかけは、昭和60年のブラザ合意です。急激な円高の進行により輸出産業は壊滅的な打撃を受け、海外の顧客はコストの安い韓国などへと相次いで移っていきました。当社もまた、生き残りをかけた大きな決断を迫られることになります。

昭和63年、3代目である父は食器製造からタイル製造へと大胆な事業転換を断行しました。折しもバブル経済の絶頂期にあり、国内では空前の建築ラッシュが続いていました。マンションなどの外装用モザイクタイルへの需要が急増するなか、当社はこの波を的確に捉え、新たな事業の柱としてタイル製造へと舵を切ったのです。その後、株式会社INAX（現：株式会社LIXIL）との取引が始まり、一時はOEM製品の100%を同社向けに製造するほどの深い関係を築きました。この過程で積み上げた品質管理と生産技術は、今日の当社の礎となっています。

しかし、平成20年のリーマン・ショックが再び大きな試練をもたらします。特定の1社への依存が経営の脆弱性に直結することを痛感した当社は、自社オリジナルブランドの確立と販路の多角化へと方針を転換。平成22年に私が代表取締役社長に就任して以降は、長年培ってきた焼き物の技術を核に、外装タイルから内装タイル、戸建て住宅向けタイル、環境配慮型製品の開発へと領域を広げ、「変化と挑戦」を旗印に歩み続けてきました。平成26年には創業100周年という節目を迎え、現在は創業112年目を歩んでいます。

Q 御社の特徴や方針を教えてください。

◆伝統の技と自由な発想で、あなたの空間を彩る

(1) 伝統技術と現代のニーズの融合させたタイル製造・販売

当社の根幹にあるのは、美濃焼の産地・土岐市で長年の食器製

造を通じて培ってきた「焼き物の技術」をタイル製造に活かすという姿勢です。厳格な原材料検査から土練り・成形・乾燥・施釉、そして長時間の焼成に至るまで、きめ細かな生産システムを一貫して構築しています。

近年は、マンションやビルの外装タイルに加え、戸建て住宅向けや内装用タイルの比率を着実に高めています。若い世代の設計者やデザイナーの間では、昔ながらのタイルが逆に「新鮮」に映るようで、ユニットバスにはない在来工法の浴室やこだわりの内装にタイルを取り入れたいという要望が増えています。当社では、タイルという「モノ」を販売するだけにとどまらず大手住設機器メーカーなどと協業しながら洗面所やトイレ・キッチンを含めた「タイルによる新しい水回り空間の総合提案（コ売り）」に力を注いでおり、若い世代の感性に新たな刺激を届けています。開発から製造・販売までを自社で一貫して手がけるとともに、台湾・香港・アメリカ・インドネシア・シンガポールなど海外市場への輸出も積極的に展開しています。

(2) 顧客のこだわりに徹底的に応えるオーダーメイドタイル

画一的な大量生産から多品種小ロット・高付加価値な製品へのシフトも、当社の重要な方針の一つです。その象徴が「オーダーメイドタイル」です。「こんな色のタイルが欲しい」「この空間に合う特殊な形状のタイルを作れないか」といった設計者やデザイナーの細かな要望に対し、長年蓄積してきた釉薬の調合技術と焼成技術を駆使して応えています。この柔軟な対応力と高い技術力こそ、他社にはない当社の強みです。

(3) S-Sense by RIPPUP～女性デザイナーの感性とお客さま参加型の挑戦～



S-Sense by RIPPUP

近年注力しているのが、デザイン性の高い自社オリジナルブランド「S-Sense by RIPPUP」の展開です。このブランドを牽引するのは、社内の女性デザイナーたちです。「発注者の要望通りに作る」という従来の枠を越え、生活者視点と豊かな感性を活かしたデザインを積極的に提案。現代のライフスタイルやインテリアに自然と溶け込む、彩り豊かなタイルを生み出しています。

さらに新たな試みとして、一般のお客さまを対象とした「タイルリフォームの公募企画」もスタートしました。現在お住まいの住居のリビングや水回りを公募で募り、当社のタイルを実際に施工して空間をリフォームするという参加型の取り組みです。お客様と直接対話しながらタイルによって生活空間が劇的に変わるBefore/Afterの感動を体験していただくことで、タイルの新たな魅力と可能性をリアルな声として広く発信しています。こうしたBtoC（消費者向け）のファンづくりが、今後の市場開拓を大きく後押しするとともに、BtoBへの商品開発につながると考えています。

◆廃棄物をもう一度、美しく～焼き物技術が生み出す資源循環～

(1) SDGsを体現する「土の循環」リサイクルシステム

当社は「地球にクリーンでやさしい企業」であることを環境方針に掲げており、SDGsという言葉が社会に浸透する前から、ISO14001の取得をはじめとする環境負荷低減の取り組みを続けてきました。平成15年には、規格外品や不良品のタイルを粉砕して再びタイルの原料へと戻す「土の循環リサイクルシステム」を構築し、グッドデザイン賞「新領域デザイン部門」を受賞。製造工程で生じる産業廃棄物を自社内で再利用する「埋立て廃棄物ゼロエミッション」も実現してい



「土の循環」リサイクルシステム

ます。さらに、焼成燃料の都市ガスへの転換や太陽光パネルと蓄電池の設置など、CO2削減にも継続的に取り組んでいます。

(2) 廃ガラスに新たな価値を～異業種連携が拓くアップサイクルの可能性～

近年は自社廃棄物の再利用にとどまらず、他産業から排出される廃棄物を価値ある製品へと生まれ変わらせる「アップサイクル」にも力を入れています。単に基準を守るだけでなく、社会全体の課題解決に貢献したいという思いから、平成27年からは環境省が関与する『ガラス再資源化協議会』（一般社団法人ガラス再資源化協議会）に参画しています。その具体的な取り組みの一つが、大手建機メーカーとの連携です。建設機械の窓に使われる「合わせガラス」は、飛散防止フィルムを挟んだ特殊な構造を持つため、従来はリサイクルが極めて困難とされ、廃棄されてきました。当社はこの廃ガラスを独自技術で粉碎・加工したものを、環境に配慮したコースターなどの新製品として再生することに成功。異業種連携によって、新たな資源循環のモデルを築いています。

(3) 卵の殻を原料とした「エッグタイル」の開発



エッグタイル

もう一つの画期的なアップサイクル製品が、食品工場などから排出される卵の殻を再利用した製品です。食品大手のマヨネーズ工場などとの連携により、年間大量に廃棄される卵の殻を原料の一部として活用しています。

卵の殻には微細な気孔（多孔質）があり、調湿機能を持っています。しかし主成分のカルシウムは高温で焼くと溶けてしまうため、タイルへの応用は技術的に困難とされてきました。当社はこの課題に正面から向き合い、土の配合と1,250度の高温焼成技術を独自に研究開発。卵の殻の多孔質構造を保ったまま焼き固める特許技術の確立に成功しました。この技術により、高い強度を持ちながらガラスの結露を素早く吸収する吸水性を実現し、さらにインクジェットで色鮮やかな印刷を施すことも可能です。

この技術から生まれたのが「珪藻土・卵殻吸水コースター」「珪藻土・卵殻バスマット」、そして調湿機能を持つ壁材「エッグタイル」です。この壁材は関西万博における有名洋菓子店のパビリオンにも採用され、環境性と機能性を兼ね備えた製品として高い評価を受けています。また、珪藻土を原料とした製品では、沖縄美ら海水族館等の人気土産品や企業ノベルティとして、全国から引き合いが絶えません。

◆魅力を直接伝える場として～展示会・イベントへの出展～

当社は、製品を作るだけでなく、その魅力を直接お客様へ伝える場を大切にしています。国内では地元のタイル感謝祭や下石どえらあええ陶器祭などに積極的に参加し、一般の方々にタイルの良さや楽しさを知っていただく活動を続けています。海外市場の開拓に向けては、アメリカで開催されるタイル見本市「Coverings（カバリング）」への出展をはじめ、台湾・インドネシアなどの国際展示会にも商社と共同で出展しています。日本の緻密な技術が生み出すタイルの品質と美しいデザインは海外でも高く評価されており、メイドインジャパンの価値を世界へ発信し続けています。



インドネシアでの展示会の様子

◆多様性を認め合う、柔軟で温かい組織

「企業は人なり」という言葉の通り、当社は働きやすい職場環境の整備に力を入れています。現在、全従業員の3割強を女性が占めており、子育て中の社員が働きやすいよう短時間勤務制度を設けるほか、産休・育休の取得と職場復帰を当然のこととして推奨しています。急な子どもの発熱などにも「お互い様」でカバーし合える風土が、

ごく自然に根付いています。

また、年齢の壁もありません。75歳以上の熟練スタッフが現役で活躍しており、最年長では79歳のベテランも第一線に立っています。一方で20～30代の若手社員や女性を要職に積極的に登用し、新しいアイデアを自由に提案できるボトムアップの組織づくりも推進しています。多様なライフスタイルや価値観を尊重し、社員一人ひとりが自分らしく長く働ける、家族のような温かい会社を目指しています。

◎経営していく上で大切にしていることはありますか？

私が経営において最も大切にしているのは「人とのご縁」、困難を「ピンチはチャンス」と捉える前向きな姿勢、そして「まず行動する」とことです。

当社の歴史を振り返れば、円高による輸出急減、リーマン・ショック、新型コロナ禍など、幾度もの大きな危機がありました。しかしその困難な時期があったからこそ、食器からタイルへの事業転換が実現し、1社依存からの脱却と自社ブランドの立ち上げができ、現在の環境配慮型製品の開発へとつながりました。「何かがうまくいかなくとも、そこで終わりではない。必ず別の道がある」という信念のもと、失敗を恐れずにまず動くことを経営の基本としています。お客様から難しい要望をいただいても、まず「やります」と受け止めてから、どう実現するかを社員と一緒に考える。たとえうまくいかなくとも、それは「この方法では通用しない」という貴重なノウハウになります。

新しい道を開いてくれたのは、常に「人」でした。お客様や取引先、異業種の方々、そして何より社員たち。彼らの意見やアイデアに真摯に耳を傾け、ともに悩み、ともに作り上げてきたからこそ、今の当社があります。会社は家族であり、社員は宝です。常に周囲への感謝を忘れず、人を大切にする経営をこれからも貫いていきます。

◎組合に期待することは何ですか？

同業他社や関連企業が集まる組合には、何よりも「情報共有とコミュニケーションの場」としての役割を期待しています。

現在、タイル業界を取り巻く環境は、原材料費や燃料費の高騰、物流問題、後継者不足など、一企業だけでは解決が難しい課題が山積しています。そうした中で、各社が抱える悩みや成功事例を共有し、腹を割って話し合える横のつながりは非常に重要です。また、業界全体で「タイルの魅力」を再定義し、若い世代や一般社会へ向けて発信していくための共同の取り組みにも期待しています。互いに切磋琢磨しながら、時には手を取り合って業界全体の底上げを図る、オープンで風通しの良いプラットフォームであってほしいと願っています。

また、当社は全国タイル工業組合にも加盟しており、各種展示会への出展の機会をはじめ、タイルの接着技術に関する最新情報や研修の機会も得られるなど、組合活動を通じて技術力の向上に努めています。

◎御社の今後の展望、抱負をお聞かせください。

当社はこれからも、「美濃焼の伝統技術」と「環境への配慮」を掛け合わせ、さらに一歩先のモノづくりに挑み続けます。

人口減少によって変化する国内市場に対応しながら、海外展開のスピードをさらに上げていきます。価格競争に陥るのではなく、デザイン性・機能性・SDGsへの取り組みを兼ね備えたストーリーのある「メイドインジャパンのタイル」の価値を、世界中に届けることが目標です。同時に、卵の殻や廃ガラスを活用したアップサイクル製品のように、既成概念にとらわれない新素材の探究や他産業とのコラボレーションにも積極的に取り組んでいきます。

「くらしに彩りを与え、世界中の人々を笑顔にする」という使命のもと、私たちは「世界中にワクワクを届ける共創パートナー」として、「変化し、挑戦する!」ことで、「人と社会の歩みをサポートする企業になる」そのために、私たちは今日も一歩を踏み出してまいります。

【組合概要】 下石陶磁器工業協同組合

組合住所 岐阜県土岐市下石町900番地の1

代表理事 林 雅弘 （有限会社角當製陶所）

組合員数：69名

主な事業：共同購買事業、共同販売事業

※組合員企業の掲載希望がございましたら、企画振興部までお知らせください。

今をどう見る～生き残りツールとしての情報

このコーナーでは、神戸国際大学経済学部 中村智彦教授より折々に感じておられる組合・中小企業向けの有益な情報についてご執筆いただきます。組合運営、企業経営にお役立てください。

昭和の名残が組織をむしばむーワンマン経営と「売上至上主義」が日本企業を壊す

ニデックをめぐる一連の報道は、日本企業が長年抱えてきた「昭和型経営」の問題を改めて浮き彫りにした。創業者である永守重信氏の強烈なリーダーシップ、徹底した成果主義、現場への強いプレッシャー。その一方で、不適切会計や品質問題が相次ぎ、企業統治や組織文化に対する疑問が噴出している。

もちろん、創業経営者による強力な意思決定が、企業成長の原動力となるケースは少なくない。特に高度成長期からバブル期にかけて、日本企業は「猛烈経営」「24時間戦えますか」の時代を通じて拡大してきた。

しかし、現在起きている問題を単純に「ワンマン経営の弊害」と片付けてしまうと、本質を見誤る。

問題の核心は、昭和型組織文化そのものにある。

売上至上主義、過剰なノルマ、上意下達、精神論、長時間労働、そして「上司に逆らうな」という空気。それらが、強大な権限を持つ経営者と結びつくことで、組織を内部からむしばんでいくのである。

◆数字が「目的化」した組織

本来、売上や利益は企業活動の結果である。しかし、昭和型企业では、いつの間にか「数字を作ること」そのものが目的化する。

営業現場では、「達成できるか」ではなく、「達成しなければならない」が優先される。すると現場では、健全な営業活動ではなく、「どう数字を作るか」という発想が支配的になる。

そこで起きるのが、架空売上、前倒し計上、押し込み販売である。

近年でも、日本企業では類似した問題が繰り返されてきた。東芝の不適切会計、神戸製鋼所の品質データ改ざん、三菱電機の検査不正など、共通しているのは「現場に無理な要求が積み重なった結果」という点である。

今回のニデック問題でも、第三者委員会報告書や報道では、過大な業績目標や、売上の先食い計上などが指摘されている。

ここで重要なのは、「最初から不正をしたかった社員」は少数だということだ。

最初は誰もが「これはおかしい」と思っていたはずである。しかし、「未達は許されない」、「理由は聞かない」、「数字を持ってこい」という空気が続くと、人は徐々に正常な判断力を失う。

特に恐ろしいのは、それが数年、十年と続くことである。最初は異常だったものが、いつの間にか「うちの会社の文化」になる。不正が慣習化し、さらに長期間続けば、それは「伝統」に変わる。

◆本当に危険なのは「逆らわない社員」

企業にとって、本当に危険なのは反抗的な社員ではない。「こんなことはおかしい」、「この目標は現実的ではない」、「こんな営業は持続できない」

そう言って辞めていく社員は、まだ健全である。

むしろ問題なのは、上司の顔色ばかりを見る“ヒラメ社員”である。

彼らは、自分で考えない。上から命令が降りてくれば、その合理性を検証せず従う。問題が起きても、「上が決めたことです」で思考停止する。さらに厄介なのは、こうした人材ほど組織で生き残りやすいことだ。

逆に、現実を直視する社員ほど嫌われる。

「市場環境が変わっています」、「この商品は売れません」、「現場が疲弊しています」、「価格競争では限界があります」

こうした“都合の悪い情報”を上げる人間は、「空気を悪くする人」「ネガティブな人」として排除されやすい。結果として、経営陣の周囲にはイエスマンばかりが残る。

誰も本当のことを言わなくなった組織は、やがて現実認識を失う。そして、「バカ殿経営」に陥る。

◆若い世代は昭和型組織に耐えない

高度成長期には、「気合」「根性」「長時間労働」が一定の合理性を持っていた。市場全体が拡大していたからである。多少無理をしても、売上は伸びた。人口も増え、需要も増え、右肩上がりの経済だった。

しかし現在、日本は人口減少局面に入っている。総務省によれば、日本の生産年齢人口(15～64歳)は1995年をピークに減少を続けている。市場が縮小する時代に、昭和型の「量をこなせ」という経営は限界に達している。

にもかかわらず、一部企業では依然として、「もっと訪問しろ」、「気合が足りない」、「根性を見せろ」、「休むな」といった昭和型マネジメントが残る。

しかし、現在の若い世代は、その価値観に従わない。理不尽な精神論に耐えるより、静かに転職する。

つまり、「怒鳴って管理する」より、「納得して働ける組織」の方が成果を出す時代になっているのである。

◆「働きやすさ」だけでは組織は変わらない

ここで誤解してはならないのは、「優しい会社」にすれば解決するわけではないという点だ。「楽な会社」にするだけでは不十分なのである。

本当に必要なのは、「自分の仕事に意味を感じられるか」「現場の声が届くか」「理不尽な命令が修正されるか」という点だ。その意味で、日本企業に最も欠けているのは、「異論を許容する文化」かもしれない。

◆都合の悪いデータを受け入れる経営

これからの企業経営で必要なのは、耳障りの良い報告ではない。むしろ重要なのは、「都合の悪い現実」を受け入れる度量である。

- ・売れない商品は売れない。
- ・市場が縮小しているなら、それを認める。
- ・現場が疲弊しているなら、無理なノルマを見直す。

本来、経営とは現実を直視する行為のはずだ。しかし昭和型組織では、現実より「上司の意向」が優先される。数字が悪いことより、「悪い数字を報告すること」が問題視される。だから現場は、真実を隠すようになる。これは組織として極めて危険である。しかも、日本企業では「空気を読む文化」が強い。

- ・会議で異論を言わない。
- ・問題があっても黙る。
- ・「波風を立てない」ことが評価される。

結果として、組織は静かに崩壊する。

◆「昭和の成功体験」を引きずる限界

もちろん、昭和型経営のすべてを否定する必要はない。現場重視、粘り強さ、責任感など、日本企業が培ってきた強みも存在する。しかし、その成功体験を無批判に引きずれば、企業は変化できない。現在の市場環境は、高度成長期とはまったく異なる。人口減少、労働力不足、市場成熟、価値観の多様化――。

その中で、「とにかく売れ」「気合で乗り切れ」という経営は限界を迎えている。これから必要なのは、「強権的なカリスマ経営者」ではない。異論を歓迎し、現場の声を聞き、都合の悪い情報を受け入れられる経営者である。そして企業側も、「売上を作る組織」から、「現実を直視できる組織」へ変わらなければならない。

昭和の名残は、いまなお多くの組織に残っている。しかし、それを「昔は良かった」で済ませれば、日本企業は静かに競争力を失っていくだろう。

◆変革するには

では、日本企業はどう変わればよいのか。大きな問題は、トップが「働き方改革」や組織改革を掲げ、従業員向けの制度を整備しても、現場では必ずしも機能していないケースが少なくないことである。

特に問題となるのが、中間管理職の存在である。50歳代、60歳代を中心とした管理職層の中には、自らが昭和型組織の中で育ってきたため、「長時間働くことが美德」「苦勞してこそ一人前」「休む社員は甘えている」といった

価値観を無意識に持ち続けている人もいる。その結果、制度上は有給休暇取得が認められていても、「こんな忙しい時に休むのか」という空気が生まれる。育児休業制度が存在していても、「本当に取るのか」という無言の圧力がかかる。

さらに厄介なのは、トップの発言を過剰に“精神論化”してしまうケースである。経営者が「目標を高く持とう」と言えば、「未達は許されない」に変換される。経営者が「挑戦しろ」と言えば、「失敗は自己責任」に変質する。本来は前向きなメッセージであっても、中間管理職の解釈によって現場への圧力になってしまうのである。

結果として、「制度は存在するが使えない会社」が生まれる。これは、日本企業で非常によく見られる現象である。

つまり、組織改革の最大の障害は、制度不足ではなく、「古い価値観の再生産」なのである。この問題を解決するためには、若手社員向けの研修だけでは不十分だ。むしろ必要なのは、中間管理職への再教育である。単なるコンプライアンス研修では意味がない。

- ・なぜ若い世代が辞めるのか。
- ・なぜエンゲージメントが低下するのか。
- ・なぜ心理的安全性が重要なのか。
- ・なぜ「怒鳴る管理」が逆効果なのか。

こうした組織論や人材マネジメントを、管理職自身が理解しなければならない。さらに、研修や訓示だけで終わらせてはならない。各部署の有給休暇取得率、離職率、残業時間、メンタル不調者数などを可視化し、管理職の評価項目に組み込む必要がある。

営業成績だけで評価するのではなく、「部下を適切に育成しているか」「持続可能な職場を作れているか」も評価対象にしなければ、組織文化は変わらない。実際、筆者がかつて勤務していた外資系企業では、有給消化率が低い社員が多いと、直属の部長だけではなく、人事課の評価が下がる仕組みだった。今こそ、「組織を健全に維持できる管理能力」が問われる時代になっている。

そして最後に重要なのは、やはり経営者自身の覚悟である。古い組織文化を変える際には、必ず抵抗が起きる。「昔はこれで成功した」、「厳しく育てなければ人は育たない」、「甘やかすと会社が弱くなる」。そうした声は、今後も消えないだろう。

しかし、人口減少社会の中で、人材はますます貴重になる。優秀な若手ほど、古い価値観の企業から静かに離れていく。古い感覚のままでは、生き残れない時代に入っている。

だからこそ必要なのは、「変わる覚悟」を持った経営者のリーダーシップである。現場に耳を傾け、都合の悪い現実を直視し、組織文化そのものを変えていく。その積み重ねができる企業だけが、これからの時代を生き残るのではないだろうか。



中村 智彦
(なかむら ともひこ)

【ホームページ】<http://monodukuri.jp/>

【常 勤】神戸国際大学経済学部 教授

【非常勤】関西大学商学部 非常勤講師・愛知工科大学工学部 非常勤講師

【専 門】中小企業論・地域経済論

【略 歴】昭和39年 東京都生まれ

昭和63年 上智大学文学部卒業

平成12年 名古屋大学大学院国際開発研究科博士課程修了（学術博士・名古屋大学）

【活 動】総務省地域創造力アドバイザー・京都府向日市ふるさと創生計画委員会座長
東京都北区ネスト赤羽支援機能拡充検討委員会座長・山形県川西町第5次総合計画アドバイザー
ヤフー!ニュース <https://news.yahoo.co.jp/byline/nakamuratomohiko>

秋冬メンズファッションのトレンドを知るセミナーを開催

岐阜メンズファッション工業組合（常川雅通理事長）

岐阜メンズファッション工業組合は、2月9日にホテルグランヴェール岐阜で、2027年の秋冬メンズファッションのトレンドを学ぶセミナーならびに企業紹介、交流会を開催した。当日は組合員のほか、県内外のアパレル業者ら約100人が参加した。

第1部のセミナーでは、海外有名ブランドの動向に精通するファッションジャーナリストの日置千弓氏が講師を務めた。日置氏は、次季のトレンドについて、プラダ、エルメス、ロエベ、サカイ等のブランドの特徴を述べた上で、「80～90年代に流行した『アルマーニ』スタイルが多い」と解説し、長め丈のジャケットやタックの入ったワイドパンツなどをキーアイテムとして紹介した。第2部の企業紹介では、愛知県の生地メーカーなどが最新の素材や技術を披露した。その後、交流会を開催し、会員同士の情報交換を行い、交流を深めた。

参加者からは、「生地やトレンドカラー、仕様の参考になった」「是非また開催してほしい」などの声が聞かれた。



セミナーの様子

県立岐南工業高校にて出前授業を実施

岐阜電気工事協同組合（高倉善一理事長）

岐阜電気工事協同組合は、2月17日、県立岐南工業高校で出前授業を実施した。電気工学科の2年生30人を対象に、同組合青年部が指導にあたった。

組合では、業界理解促進事業の一環として毎年この出前授業を継続しており、電気工事業を生徒の職業選択の一つとしてもらうことを目的としている。

生徒たちは4つのグループに分かれ、住宅の一角を模した木造構造物を用い、照明器具・配線器具・コンセントの取り付けなど、実際の現場さながらの作業に挑戦した。組合青年部の丁寧な指導のもと、生徒たちは懸命に取り組み、体験型の学習を通じて電気工事業への理解を深めた。参加した生徒からは、「分かりやすく教えてもらえたおかげで作業に取り組むことができた。今後役に立てていきたい」との声も聞かれた。

高倉理事長は「将来、地域の若い世代の電気工事士の仲間が増えていけばありがたい。」と期待を込めた。



出前授業の様子

メッキ事業に関連する法令の講習会を開催

岐阜県メッキ工業組合（石垣彰寛理事長）

岐阜県メッキ工業組合は、2月27日に関市文化会館で「水質汚濁防止法、土壌汚染対策法、岐阜県地下水要綱、化学物質管理法について」をテーマとした講習会を開催し、組合員13名が参加した。

講師は、岐阜県環境エネルギー生活部 環境管理課の森本芳久技術課長補佐が務めた。講習では、水質汚濁防止法による届出・排出基準、土壌汚染対策法の目的と調査内容、岐阜県地下水要綱に基づく地下水・土壌汚染対策、さらに化学物質管理法のPRTR制度（有害化学物質の排出量等の届出制度）およびSDS制度（化学物質の危険有害性や取り扱い情報の伝達制度）について、わかりやすく解説。

石垣理事長は、「メッキ事業は環境負荷への配慮が不可欠であり、法令は年々改正が重ねられている。メッキ加工事業者にとって適切な法令遵守が求められている。」と述べた。

参加した組合員は、皆熱心に聴講し、業務に直結する知識を深める有意義な機会となった。



研修会の様子

就職を意識した学生と企業による就活ツアーを開催

岐阜県毛織工業協同組合（岩田考司理事長）

岐阜県毛織工業協同組合は、3月10日に毛織物産地である「尾州」の繊維関連企業3社と岐阜県内のアパレル企業2社を訪問する「就活ツアー」を開催した。

このツアーは、令和6年3月から続く取り組みで、学生が参加しやすい春と夏に実施しており、今回で6回目を迎えた。回を重ねるごとに参加者は増加し、今回は名古屋や岐阜をはじめ、東京、大阪、兵庫、京都、三重、滋賀など全国各地計49名の学生が参加した。

本ツアーは、学生が実際に会社や工場を訪問し、現場の雰囲気を感じること、インターンシップの職種選びなどに役立ててもらうことを目的としている。

同組合の山田専務理事は「今回の訪問先3社はいずれも、過去のツアーをきっかけに採用へと結びついた実績を持つ。着実に成果が表れていると感じている。」と語った。



担当者の声に耳を傾ける学生

東濃の春を彩るイベントを開催

東濃の各地域では、春を彩る陶器祭りが各所で盛大に開催された。多治見市内では、市之倉陶磁器工業協同組合などで構成される陶の里フェスティバル実行委員会が、4月11日から12日にかけて「陶の里フェスティバルin市之倉2026」を同市市之倉町で開催した。市之倉さかづき美術館周辺では、地元窯元をはじめ約35店舗が参加するイチノクラフト市や6店舗による窯元ウォッチング、組合取扱商品を安価で購入できる市工市なども催され、多くの来場者でにぎわった。

多治見陶磁器卸商業協同組合などで構成されるたじみ陶器まつり実行委員会は、4月18日から19日にかけて「第84回たじみ陶器まつり」を開催した。メイン会場の多治見市本町オリベストリート周辺では、志野・黄瀬戸などの伝統的な釉薬の器からモダンな洋食器まで、幅広い商品が並び、コロナ禍以降最多となる47社が出展し、産地の活況を示した。なお、「たじみ陶器まつり西通り2026」も同時開催され、陶芸家や窯元の作品など約200ブースが一带に立ち並んだ。

土岐市内では、土岐市陶磁器卸商業協同組合などで構成される美濃焼大陶器市実行委員会は、4月18日から19日にかけて、イオンモール土岐にて「第30回美濃焼大陶器市2026」を開催した。美濃焼作家やメーカーなど約40店舗が新作・逸品を取り揃えた。美濃焼アクセサリーへの絵付け無料体験コーナーも設けられ、子供から大人まで幅広い世代が楽しめる内容となり、県内外から多くの来場者が訪れ、大きな賑わいを見せた。

また、5月3日から4日にかけて「定林寺まつり窯元めぐり」が、土岐市泉町定林寺で盛大に開催された。さらに、協同組合土岐美濃焼卸センターが主催する日本三大陶器祭りの一つ「第50回土岐美濃焼まつり」が、5月3日から5日にかけて卸商業団地「織部ヒルズ」で開催された。組合員である陶磁器商社18社による蔵出し市のほか、商社や蔵元、作家らによる247のテント市が並び、和洋食器の低価格販売や希少品の販売も行われ、多くの来場者が訪れた。

岐阜県陶磁器工業協同組合連合会傘下の11組合は、各地区において陶祖祭（美濃焼産地の礎を築いた祖先及び中興の師祖の偉業を敬い称え、今後一層の振興発展を祈念する祭事であり、各地域の陶祖碑や墓前にて催されるもの）を開催した。



陶の里フェスティバル



美濃焼大陶器市

○陶祖祭

【高 田】4/ 4 陶祖祭 【瑞 浪】4/ 5 陶祖祭 【市之倉】4/12 陶祖祭 【妻 木】4/12 陶祖祭 【下 石】4/12 陶祖祭
【肥 田】4/12 陶祖祭 【笠 原】4/12 陶祖祭 【駄 知】4/18 陶祖祭 【滝 呂】4/18 陶祖祭 【土岐津・泉】4/18 陶祖祭

レディースクラブが企業視察を実施

— “器がつなぐ価値” と、特別な機会に触れる一日 —

県中小企業団体中央会レディースクラブ(谷田育子会長)は、3月10日、多治見市内で企業視察事業を実施し、会員14名が参加した。今回の視察は、加藤智子名誉会長のネットワークにより実現したものである。

視察先の前畑株式会社では、坂崎義雄代表取締役会長より、創業からの歩みと事業展開について説明を受けた。「器は人と人とのコミュニケーションを生み出すもの」との言葉に、参加者はそれぞれの事業にも通じる価値を見出していた。

午後には虎溪山永保寺を訪問し、通常非公開の国宝開山堂を特別に拝観。参加者からは「普段は会えない方々の話を直接伺えた」との声が聞かれ、学びと刺激に富んだ一日となった。



前畑株式会社 坂崎義雄代表取締役会長を囲み
記念撮影

「サイバー攻撃対策セミナー」を開催

中央会は、サイバー攻撃対策への意識向上を図るため、岐阜県警察、損害保険ジャパン株式会社岐阜支店(以下、「損保ジャパン」)、SOMPOリスクマネジメント株式会社の協力を得て、標記セミナーを3月11日にセラトピア土岐(土岐市)、3月16日にOKBふれあい会館(岐阜市)、4月10日に飛騨・世界生活文化センター(高山市)の計3会場で開催し、合計38名が参加した。各回とも岐阜県警察による講演とデモ機を用いたウイルス感染の体験、損保ジャパンによるワークショップの二部構成で行われた。

岐阜県警察からは、「ランサムウェア被害は多発。比較的セキュリティが手薄な中小企業が標的とされるケース(サプライチェーン攻撃)が増加している。」と説明。損保ジャパンからは、「ウイルス感染してしまった時の調査費用として、PC1台あたり約100万円、サーバー1台あたり約300万円以上になり、復旧や損害賠償を含めると多額の費用が発生する。」と紹介があった。

参加者からは、「デモ体験が良かった。ウイルス感染の初動対応として電源を切らない事は初めて聞いた。サイバー保険というものを初めて知った。」との声があった。



土岐市会場での様子

青年中央会 「青中講習会」を開催

中央会および青年中央会(古田聡会長)は3月13日、セラトピア土岐において「青中講習会」を開催し、54名が参加した。講師にはトレーナズスクエア株式会社代表取締役社長の岩崎由純氏を迎え、「言葉が変われば未来が変わる!モチベーションを高めるコミュニケーション術」をテーマに講演が行われた。岩崎氏は、短く前向きな言葉で相手のやる気を引き出す「ペップトーク」の第一人者として知られている。

講演では、スポーツ現場で活用されているペップトークをもとに、不安や緊張を受け止めつつ前向きな行動へ導く言葉がけの重要性が示された。特に、WBCで大谷翔平選手がチームメイトに呼びかけた「憧れるのをやめましょう」という言葉を例に、共感・理由・目的・行動の4要素から成る、短く力強い伝え方のポイントが紹介された。

参加者からは「日々の声かけを見直すきっかけになった」との声が聞かれ、今後の職場や組織運営に生かせる有意義な講習会となった。



講習会の様子

株式会社商工組合中央金庫岐阜支店と『県内中小企業組合・中小企業支援に関する基本協定』を締結

中央会は、4月20日に本会事務所において株式会社商工組合中央金庫岐阜支店（以下、「商工中金」）と「岐阜県内中小企業組合・中小企業支援に関する基本協定」を締結した。

本協定は、2者が相互に連携・協力を行い、県内の中小企業組合および中小企業への経営支援等を実施することで、ひいては地域経済の発展に貢献することを目的としている。

具体的には、組合等に関する情報の共有、金融支援、組織化及び企業間連携支援、多角的な経営支援（事業承継・M&A、DX、BCP（サイバーセキュリティ含む）、人手不足対応、価格転嫁、販路開拓、女性経営者の活躍など、多岐にわたり、中央会が持つ組合等の支援ノウハウと商工中金の金融機能等を活かす。

締結にあたり、傍島会長は「これまでも金融面は商工中金、運営・経営面を中央会が支えてきたが、協定締結により支援がよりスピーディーかつ強固なものになると確信している。また、中小企業は人手不足、原材料高騰などに直面し、特に国際情勢によるしわ寄せが懸念され、このタイミングでの協定締結は非常にありがたい。両者が力を合わせることで、中小企業をより元気にし、地域経済の発展に貢献したい」と述べた。また、商工中金の小坂岐阜支店長は、「両者の強みを掛け合わせ、個別支援の『点』ではなく、組合という枠組みを通じて地域全体を支える『面』での支援へと進化させる第一歩となる」と述べた。



傍島会長(右)と小坂支店長(左)

第1回理事会を開催

中央会は、令和8年度第1回理事会を4月23日にホテルグランヴェール岐山で開催した。

開会にあたり、傍島会長は「昨年11月に中央会創立70周年記念式典を開催し、多くのご来賓、会員組合の方々に参加いただき、また、記念表彰のほか、江崎岐阜県知事に素晴らしい講演をしていただいた。令和7年度の中央会事業は人材確保・定着セミナー、業種別情報交換会や企業交流会など、各種事業を滞りなく実施することができた。現下の経済情勢は、去年はトランプ関税、今年はイランとの戦争と、トランプ旋風が起こっている。イラン戦争により我々の生活の中において原油が入ってこないことの影響が非常に大きいことを改めて痛感している。中小・小規模事業者にとって、今年度も様々な課題が出てくるかと思うが、中央会としては、引き続き積極的に事業を進めていく。」とあいさつした。

その後、議案審議に入り、傍島会長が議長に就任し、第71回通常総会提出議案、通常総会の開催日等について審議が行われ、全員の賛成によりすべて原案通り可決決定した。

理事会終了後には、岐阜県商工労働政策課より中小企業等の支援施策、大樹生命保険株式会社岐阜支社より共済制度について情報提供を行った。



傍島会長のあいさつ



理事会の様子

■新規加入組合のご紹介

前回理事会（令和7年4月25日）～理事会（令和8年4月23日）

【1号会員】INC協同組合（羽島市）

アルニー協同組合（多治見市）

協同組合せき商連（関市）

中部珍味食品協同組合（羽島郡笠松町）

【賛助会員】有限会社リーディング・ライフ（名古屋市）

■第71回 岐阜県中央会

通常総会及び懇親会のご案内

【日時】 令和8年
6月16日（火）15:00～

【場所】 岐阜グランドホテル
西館2階「雪」

中央会 情報連携会議(情報連絡員会議)を開催

中央会では、県内の地区・業種を代表する中小企業組合の役職員を情報連絡員として委嘱し、連絡員からの毎月の景況報告をもとに業界の現状及び課題等について情報提供を行っている(本誌14ページにも掲載)。

3月4日には、ホテルグランヴェール岐山で「中央会情報連携会議(情報連絡員会議)」を開催し、12業種29名が出席した。

会議冒頭では、東海財務局岐阜財務事務所財務課長である青木香絵氏より「岐阜県内の経済情勢について」をテーマとした情報提供があり、続いて、県商工労働部商工労働政策課からも中小企業支援施策について情報提供が行われた。その後、出席した情報連絡員を代表して7名の方より、各業界の動向や今後の展開等について、テーマ毎に下記の通り報告があった。(所属役職等は開催当日のもの)



中央会 情報連携会議(情報連絡員会議)の様子

「元気な組合員の情報」

飛騨高山旅館ホテル協同組合 常務理事 中畑 稔 氏

観光庁の補助金を活用し、市内宿泊施設で高付加価値化事業を実施した。ある旅館では25部屋を11部屋に減らし、ゆとりあるVIPルーム等へ改修することで、富裕層向けに宿泊単価を大幅に引き上げた。収容人数を絞ることで従業員の顧客に対するおもてなしが充実し、他施設との差別化に成功している。現在、高山市内ではインバウンドの好調を背景に域外資本のホテル進出が相次いでいるが、相乗効果を狙いつつ地元旅館の強みを活かしている。一方で、国際情勢によるキャンセルや燃料費高騰への懸念もある。

「原材料・資材価格の高騰や物価高騰の影響と対応」

協同組合土岐美濃焼卸センター 専務理事 佐々木 隼人 氏

陶土や釉薬などの原料価格、エネルギー・燃料費、梱包資材費、物流費等の高騰が続く、卸売社も段階的な価格改定を余儀なくされている。陶磁器卸の販売ルートは主に4つあり、改定の方法やタイミングが異なる。一般消費者向けは改定しやすいが、ギフト市場は年1回(9月改定・翌1月反映)が多い。ホテル・飲食店等の法人向けは、2～3年に1回のカタログ改定時だけでなく、年1回お願いするケースも増えた。法人のギフトやキャンペーングッズ、ノベルティなどは案件ごとの見積もり対応のため、原価上昇分を反映した単価設定で随時対応している。

「人手不足の影響と対応」

岐阜県毛織工業協同組合 専務理事 山田 幸士 氏

組合が運営するテキスタイルマテリアルセンターという素材資料館には全国から年間約3千人の学生が訪れる。企業の人材不足と学生の就職先のミスマッチ解消のため、学校との繋がりを活かした「就活ツアー」を2年前から開催し大変好評を得ている。企業展に出展しても学生が集まらない中、本ツアーは学生が自発的に参加し、バス代程度の低コストで実施できている。北海道から就職した実績もあり、既に10名以上が就職に結びついている。きっかけ作りが重要であり、学校へ直接アプローチすることで人が集まることをこの2年で実感している。

岐阜土木協同組合 事務局長 野口 明良 氏

建設業は新卒採用で即戦力となる高校・大学の土木学科の人材を求めるが、進学等により人材確保は厳しい。高齢化が進む中、短期的な人手不足対策として、ITを使い建機にデータを送信する自動化や、工場で製造したコンクリート製品を現場で組み立てるプレキャスト工法、ロボットによる遠隔での現場確認など、工期の短縮や効率化を進めている。また、女性や外国人労働者の活用も進み、現場トイレの改善や育休取得などの支援を行っている。今後は中長期的な視点での人手不足解消策の検討も必要である。

「今年度行った新しい取り組み」

岐阜県既製服縫製工業組合 理事 平嶋 千里 氏

ポリテクセンター岐阜の支援で、トヨタ生産方式による生産性向上支援訓練を実施した。「一歩一歩の間に一秒かかると一円のコストが発生する」という『一歩一秒一円』の意識と、『2S(整理・整頓)』の徹底による無駄な動きの改善を学んだ。不要なものを置かず使いやすい配置することで、移動が短縮され作業効率が向上した。参加した10社全社で大きな成果が上がり、わずか4か月でコスト削減効果を生み出した。また、中央会の支援を受け、若手の縫製技術を高めるセミナーも毎年開催しており、非常に好評である。

岐阜県電設資材卸業協同組合 理事長 田澤 太郎 氏

年2回開催する研修会のうち、第1回はAI活用研修を座学で開催し、第2回は名古屋にオープンした国内最大級のイノベーション施設「ステーションAi」の視察を実施した。同施設にはスタートアップ企業約600社と既存企業約400社が入居しており、既存企業にとっても新技術の獲得や人材マッチングの面で非常に有益な環境が整っている。AIやロボティクス、農業、医療など多分野の企業が入居しており、今後の事業展開のヒントを得られる場所であった。東濃地域の組合員も参加しやすい立地にあり、今後こうした施設を活用した実りある研修を企画したい。

「現在直面している課題及び対応策」

岐阜県陶磁器工業協同組合連合会 事務局長 渡邊 晴彦 氏

金利上昇、中国からの原材料仕入れ、新規販路開拓、価格転嫁、後継者確保の課題に直面している。金利上昇は運転資金・設備投資の両面で負担が大きく、タイル業界では住宅着工件数の減少による需要低下も懸念される。中国からの原材料の仕入れは、日中関係の悪化による供給停止を視野に入れつつ、組合員は現状を静観している。新規販路拡大は、若手経営者や営業担当者が世界各国で粘り強く商談を重ねている。価格転嫁は、美濃焼が普段使いの陶器という性格上容易ではないが、各組合員が小幅ながらも対応を進めている。後継者不足は、職場環境の改善や作業の自動化、DX化による生産管理の可視化などを通じて人材確保と業務効率化に取り組んでいる。



全国の先進組合事例を収集した「先進組合事例抄録（令和6年度組合資料収集加工事業報告書）」より抜粋して紹介します。先進組合事例抄録は過去のものを含め全国中央会のホームページ上で「組合事例検索システム」で公開していますのでぜひご活用ください。「組合事例検索システム」<https://www.chuokai.or.jp/index.php/jireisearch/>

坂下商業開発協同組合

買い物無料送迎バスが過疎地域の生活を支え笑顔運ぶ

主な業種	異業種（小売業・サービス業）				
住 所	〒509-9232 岐阜県中津川市坂下435-28				
URL	https://sc-sala.jimdofree.com/	S N S	—		
設 立	平成10年3月	組合員	6人	出資金	12,000千円

■ 背景・目的

岐阜県中津川市の坂下地区は過疎化・高齢化が進み、交通手段の制約で高齢者の買い物が困難となっている。駅周辺商業集積も空洞化し、生活利便性の低下や交流機会の希薄化が懸念される。そのような社会環境の下、当組合が運営する「ショッピングセンターサラ」は、地域唯一のスーパーとして住民の生活基盤とコミュニティ維持に寄与する役割を担っている。移動販売の実施は法規制やコスト面で課題があるため、許可不要で運行可能な「買い物無料送迎バス」を導入して高齢者支援を行い、組合員店舗の集客と売上向上を目指している。

■ 取り組みの手法と内容

ショッピングセンターサラの「買い物無料送迎バス」の推進体制は、代表理事の明確なビジョンとリーダーシップのもと、事務局がサラポイントカードの顧客データを活用して路線を策定した。また、組合員も運転手として利用者対応に当たるなど、組織一丸となって事業を推進している。

買い物送迎バスの運行については、有料の場合は各種法規制が課題となるため、普通免許で運転可能かつ道路運送法の許可が不要な「無料送迎バス」として実施することとなった。坂下地区および隣接する過疎地域の買い物弱者支援を目的に、当初は10路線で運行を開始。乗車定員9名のワンボックスカーで店舗まで送迎し、帰路は荷物の重さに配慮して自宅近くまで送り届けるなど柔軟に対応している。現在は、利用状況に応じた路線の見直しを経て、9路線で運行中である。

バス乗車前に運転手が「サラポイントカード」の番号等を確認することで、POSシステムとの連動による利用者の購買状況が把握でき、無料送迎バスの利用が実際の購買にどの程度つながっているかという効果測定が可能となった。こうしたデータ分析に基づく事業運営が継続性を高め、地域高齢者の買い物支援と組合員の売上向上を両立させている。

■ 成果とその要因

送迎バス利用者の売上は事業を開始した平成25年から令和6年の11年間で51%増加し、令和6年の無料送迎バス利用者の平均客単価は店舗全体の約2倍に達した。全体売上は減少傾向でも、バス利用者の購買行動は売上維持・向上に大きく寄与している。

本事業は売上拡大だけではなく、高齢者の買い物機会確保と交流促進という重要な社会的役割を担っている。



組合店舗が活躍する共同店舗「ショッピングセンターサラ」



「買い物無料送迎バス」で買い物弱者支援

❗ ポイント！

ポイントカードを活用して路線の運行管理を最適化し、購買行動も分析してその効果を測定。高齢者の買い物機会等を確保しつつ、利用者の購買を促進することで組合員店舗の売上向上にも寄与。



県内中小企業主要業種の景気動向

(4月末調査)

中小企業団体情報連絡員70名の情報連絡票から

過去のものを含め、詳細のものは、中央会HP (<https://www.chuokai-gifu.or.jp/chuokai/report/report01.html>) に公開しております。

〔1〕4月の特色

- ◆景況感DI値マイナス27 前月比4ポイントの悪化
～非製造業の景況感DI値マイナス32 マイナス30を下回るのは令和4年8月以来～
- ◆販売価格DI値プラス27 前月比7ポイントの改善、収益状況DI値マイナス31 前月比4ポイントの悪化
～製造業の販売価格DI値プラス39 前月比22ポイントの改善、
収益状況DI値マイナス39 前月比11ポイントの悪化～
～販売価格は上昇しているが、資材等の価格高騰により収益は改善していないとの声がある～
- ◆中東情勢の悪化により原材料・資材・燃料価格の高騰や調達難などの影響が出ているとの声が多く寄せられており、経営への悪影響が懸念される

4月次景況	
項目	DI値
景況	-27 (-4)
売上高	-10 (-2)
販売価格	27 (7)
収益状況	-31 (-4)
資金繰り	-11 (-1)
雇用人員	-3 (7)

カッコ内は前月比増減ポイント

製造業		前年同月比					
区分	業種	売上高	販売価格	収益状況	資金繰り	雇用人員	景況感
食料品	牛乳	—	◎	▲	—	—	▲
	食肉(国産)	—	◎	▲	—	—	—
	菓子	◎	◎	—	—	—	—
	米菓	▲	—	▲	—	—	▲
	製麺	◎	—	—	—	◎	▲
繊維・同製品	燃糸	—	—	—	—	—	—
	ニット工業	—	—	—	—	—	—
	毛織物	—	◎	▲	▲	—	▲
	合成繊維織物	—	—	—	—	—	◎
	メンズアパレル	—	◎	—	—	—	—
	婦人・子供服	▲	—	—	▲	—	▲
	縫製(既製服)	◎	◎	—	—	—	—
木材・木製品	製材	—	—	—	—	—	—
	銘木	▲	◎	▲	—	—	—
	家具	▲	—	—	—	—	—
	東濃ひのき	▲	◎	▲	—	—	—
紙紙加工品	機械すき和紙	◎	◎	◎	—	—	◎
	特殊紙	▲	—	▲	—	—	▲
	紙加工品	◎	◎	—	—	—	▲
印刷	印刷	▲	—	▲	—	—	▲
化学ゴム	プラスチック	◎	◎	▲	—	—	—
窯業・土石	陶磁器(工業)	◎	◎	—	—	—	—
	タイル	▲	◎	▲	—	—	▲
	窯業原料	—	—	—	—	—	▲
	石灰	◎	◎	▲	—	▲	—
	生コンクリート	▲	—	—	—	—	—
	砂利生産	—	—	—	—	—	—
鉄鋼・金属	砕石生産	▲	—	—	—	—	—
	鋳物	—	—	—	—	—	◎
	刃物等金属製品(輸出)	◎	—	—	—	—	—
	刃物等金属製品(内需)	—	—	—	—	—	—
一般機械	メッキ	▲	—	▲	—	—	—
	県金属工業団地	—	—	▲	▲	▲	—
	可児工業団地	▲	◎	▲	—	◎	▲
輸送用機器	金型	▲	▲	▲	▲	—	—
	輸送用機器	◎	—	—	—	—	—

非製造業		前年同月比					
区分	業種	売上高	販売価格	収益状況	資金繰り	雇用人員	景況感
卸売業	電設資材卸	—	◎	—	—	—	—
	陶磁器産地卸	◎	◎	—	—	—	—
	機械・工具販売	◎	◎	◎	▲	—	▲
	青果販売	▲	▲	▲	—	—	▲
	水産物商業	—	◎	—	—	—	—
小売業	家電機器販売	—	—	—	—	—	—
	メガネ販売	▲	—	—	—	—	▲
	中古自動車販売	▲	—	—	—	—	—
	石油製品販売	▲	▲	—	—	—	▲
	共同店舗(飛騨)	—	—	—	—	—	—
	生花販売	▲	—	▲	—	▲	—
	岐阜市商店街	—	—	—	—	—	—
商店街	大垣市商店街	—	◎	—	—	—	—
	高山市商店街	—	◎	—	—	—	—
サービス業	自動車車体整備	—	—	▲	—	—	▲
	長良川畔旅館	—	—	—	—	—	—
	下呂温泉旅館	—	—	—	—	—	—
	高山旅館	◎	◎	◎	—	—	—
	クリーニング	▲	—	▲	—	—	▲
	広告美術	▲	▲	▲	—	—	—
	旅行業	▲	◎	▲	—	—	▲
建設業	理容・美容業	◎	—	—	—	—	—
	土木(岐阜地区)	▲	—	—	—	—	—
	土木(飛騨地区)	—	—	—	—	—	—
	建築設計	▲	▲	▲	▲	—	▲
	鉄構造物	—	—	▲	▲	—	▲
	電気工事	▲	◎	▲	▲	▲	▲
	管設備工事	—	—	—	—	—	—
運輸業	建築板金	◎	—	—	—	—	—
	室内装飾	—	—	—	—	—	—
	木造建築	◎	—	—	—	—	▲
	貨物運送(岐阜地区)	—	—	▲	—	—	—
運輸業	軽運送	◎	—	—	—	—	—
	貨物運送(県内)	—	—	—	—	—	—

凡 例
◎: [増加]、[上昇]、[好転]
—: [不変]
▲: [減少]、[下降]、[悪化]

中央会 専務理事交代のお知らせ

本年4月、浅井克之（あさい かつゆき）氏が参与（専務理事事務取扱）として着任しました。本会の通常総会の議決を経て専務理事に就任する予定です。浅井参与は、昭和63年に県に入庁され、可茂県事務所長等を歴任し、令和8年3月に退職されました。

なお、川本敏氏は3月31日をもって退任いたしました。川本氏は、令和3年4月より5年間、本会の発展に貢献されました。

全国すべての
事業所・企業が対象です。

経済センサス

活動調査

令和8年6月1日



経済省・経済産業省・岐阜県・
市町村からのお知らせです。

春の叙勲・褒章、県の各界功労者の表彰 おめでとろございます！

令和8年『春の叙勲』『春の褒章』の受章者、『県の各界功労者』の受賞者が発表されました。中央会関係者は以下のとおりです。

【旭日中綬章】	岡田 賛三 氏 (飛騨杉研究開発協同組合・理事長)
【旭日中綬章】	杉本 潤 氏 (協同組合たくみ・理事長)
【旭日小綬章】	北村 齊 氏 (協同組合飛騨木工連合会・元理事長)
【旭日双光章】	大山 龍彦 氏 (高山建設業協同組合・理事長) (中央会・理事)
【旭日双光章】	四ツ橋 英兒 氏 (岐阜県印刷工業組合・元理事長) (中央会・元理事)

【藍綬褒章】	澤田 栄一 氏 (マルエイグループ協同組合・副理事長)
【藍綬褒章】	平井 良樹 氏 (岐阜県料理生活衛生同業組合・理事長)
【藍綬褒章】	松岡 謙 氏 (岐阜県食肉事業協同組合連合会・会長)
【健康衛生】	竹内 秀俊 氏 (岐阜県医薬品小売商業組合・理事長)
【産業経済】	塩谷 博英 氏 (岐阜県石油商業協同組合・副理事長)

AIが切り拓く中小企業の業務改革

中央会では、中小企業・小規模事業者の皆様のDX導入推進を目的として「バックオフィス業務等DX導入支援事業」相談窓口を設置し、専門家による相談窓口対応などを通じて、バックオフィス業務に係るクラウドサービス等の導入支援を実施しています。

このコーナーでは、本事業の専門家である石井克成DXアドバイザーに毎号、DXに取り組んだ支援事例やツールの活用方法についてご執筆いただきます。【お問合せ窓口】TEL:058-277-1104

「白紙」を前に悩む時間はもういない:生成AIによる文書・企画作成の劇的効率化

多くのビジネスマンにとって、最もストレスを感じる瞬間の一つは「真っ白なWord画面」を前にしたときではないでしょうか。

顧客への提案書、社内向けの報告書、あるいはSNSの投稿文など、新しく何かを書き始める際の「ゼロから考える時間」は、業務の中で最も大きなタイムロスの原因となっています。

●AIを「下書き担当」に任命する

生成AIを導入することで、文章作成のプロセスは「執筆」から「編集・判断」へと劇的に変化します。

具体的には、以下のようなメソッドを実務に組み込みます。

パターンの継承

「前回の資料と同じ構成で作成してほしい」という指示をAIに与えることで、過去の成功フォーマットを瞬時に再現させます。

情報の集約と要約

「指定したフォルダーの中にある資料を活用して作成してほしい」といった指示により、散らばった情報を一つの文書に統合・整理させることが可能です。

デザインと構成の自動構築

自分が思い描くイメージを伝えるだけで、AIが論理的な構成案やデザインの土台を提示してくれるため、操作方法に悩む時間がなくなります。

●顧客の心理を推測する「企画のパートナー」

文書作成だけでなく、新しいサービスの告知や販促の「企画」段階でもAIは力を発揮します。効果的な情報発信には、以下のプロセスをAIと共同で行うことが有効です。

課題の推測

顧客候補が抱えている課題をAIと共に整理・推測します。

行動の予測

その課題を解決するために顧客がとるであろう検索キーワードや行動をAIにシミュレーションさせます。

コンテンツの最適化

顧客が望むであろう解決策を具体化し、それに沿った質の高いコンテンツ案を生成させます。



◆クリエイティブな仕事に時間を振り向けるために

AIの活用により、格闘する時間が格段に減ることで、人間はよりクリエイティブな判断や、顧客との対面コミュニケーションといった「人にしかできない付加価値」に時間を割けるようになります。

成功のポイントは、いきなり全てを任せるのではなく、まずはAIの現状を正しく理解し、身近な下書き作業から「触ってみる」ことです。

数年後にはAIが日常の一部となる時代が必ず来ます。その前に、まずは「最初の1分」をAIに任せることから、貴社のDXを始めてみてはいかがでしょうか。



Office DROPS代表
石井 克成 氏

きっとみつかる いい人、いい仕事



相談・支援
無料

全国ネットで再就職と出向を支援します

産業雇用安定センター（愛称：ジョブ産雇）は、厚生労働省と経済・産業団体が協力して設立した公的機関なので、安心してご利用いただけます。

6つの取り組みで働くと雇用をサポート

1 離職する従業員の再就職をサポート

4 雇用を維持するための在籍型出向をサポート

2 人材を確保したい企業に対するサポート

5 社員の人材育成やキャリアアップの出向をサポート

3 「キャリア人材バンク」で高齢者の再就職をサポート

6 従業員のスキルアップや研修を目的とするセミナー

60~70歳 シニアの『もっと働きたい』を応援します



公式キャラクター
サイジョブさん

求人提供や履歴書作成のお手伝い、求人票の見方などをアドバイスいたします。

専任担当が再就職までマンツーマンで支援します。

ハローワークなど他の職業相談機関との併用が可能です。

60歳以上70歳以下で
在職中もしくは退職して
1年以内の方が対象です！

ジョブ産雇（公益財団法人産業雇用安定センター）岐阜事務所

〒500-8163 岐阜市鶴舞町2-6-7 ワークプラザ岐阜 3階

TEL：058-246-7060

ご利用時間 9:00~17:00（土・日・祝日を除く）

<https://www.sangyokoyo.or.jp>

ジョブ産雇

検索



この広報誌は岐阜県からの助成を受けています。