

特集

新たな組合事業への挑戦

～平成27年度組合資料収集加工事業報告書から～

昭和57年から全国中小企業団体中央会を中心として、全国の先進組合事例をテーマ毎に収集し、その共同事業等の手法が他の組合の参考となることを目的に、「組合資料収集加工事業」が実施されています。

平成27年度は、「A. 地域の魅力発信によるグローバル需要開拓」「B. 地域産業を担う人材の確保・育成」「C. 組合事業による新たな展開」の3つのテーマについて、調査結果をまとめました。本誌では、その中から福岡県における先進事例2件、他県の先進事例1件について紹介します。

組合紹介

小石原ポタリー協同組合、博多人形商工業協同組合、鹿児島県旅行業協同組合

A. 地域の魅力発信によるグローバル需要開拓

デフレ不況や人口減少等が進展する国内市場にあって、独自のアイデア・技術力を駆使して海外展開を行うことは今や重要な経営戦略の一つです。他方、近年急増しているインバウンド需要への対応も喫緊の課題となっています。

広く世界にアクセス可能な時代だからこそ、地域ローカルにおける人的・物的魅力が新たな視座から「再発見」され得るだけでなく、自覚的（再帰的）なローカル性の探求と発信こそがグローバルにも比較優位を保つ可能性を秘めています。

そこで、本テーマでは、組合員による海外への新たな製品販路の開拓や海外顧客誘致への支援などに鋭意取り組み、成果をあげている組織活動事例を収集し、そのノウハウの移転・普及を図るものです。

B. 地域産業を担う人材の確保・育成

企業にとって「人材」は最大の経営資源であり、組織の持続的発展には技能・技術の継承をはじめとする労働における質（＝生産性）の向上が最重要課題です。

また、郷土固有の伝統文化や景観、衣食住等は地域生活の要であると同時に経済・産業の基盤

でもあり、地域に根ざした組合活動における人材育成は、「郷土」と「人」を結ぶ架け橋とその振興を担っています。

そこで、本テーマでは、地域産業を担う人材の確保・育成について、地域の特性を活かした事業活動を行い、組織ならび地域産業の活性化等に繋がっている事例を収集し、そのノウハウの移転・普及を図るものです。

C. 組合事業による新たな展開

中小企業が変化の激しい経営環境を乗り越えて、持続的に成長・存続していくためには経営基盤の充実を図ることが必須ながら、新たな経営資源の調達や事業体制の改善を個社単独で行い続けることは容易ではありません。

中小企業が持てる力を如何なく発揮するためには、連携・組織化の強みを活かしつつ、組合が組合員企業の経済活動を様々な側面から支援し、率先してリーダーシップを発揮していくことが従来以上に求められています。

そこで、本テーマでは、組合の持つ「組織力」を活かし、既存事業の改善や新規ビジネスモデルの構築等で新たな展開を図っている事例を収集するものです。

A. 地域の魅力発信によるグローバル需要開拓

日本全国そして世界へはばたく「小石原ポタリー」

小石原ポタリー協同組合

「小石原ポタリー」のトーン&マナーの統一や品質保持のために、組合員が一丸となって真摯に取り組んできた姿勢と地道な努力が成果につながっている。

- 住所 〒838-1601 福岡県朝倉郡東峰村大字小石原868番地16
- 電話番号 0946-74-2121 ●URL <https://www.facebook.com/koiwarapotari/>
- 設立 平成25年3月 ●出資金 1,000千円
- 主な業種 小石原ポタリーの販売 ●組合員 10人

背景と目的

小石原焼は300年以上の伝統を持つ九州を代表する民陶であり、「用の美」と称された窯元たちの丁寧な手しごとは伝統技法とともに受け継がれている。この確かな「手しごと」を世界に発信していくため、伝統技法を取り入れながら現在の食のライフスタイルにフィットする「新しい器の形」を創造した。それが「小石原ポタリー」である。

事業・活動の内容と手法

「小石原ポタリー」は、平成19年度に実施した福岡県の地場産業新展開支援事業においてフードコーディネーター長尾智子氏のプロデュースのもと、ブランドコンセプトを「料理をおいしくする器」として「和」でも「洋」でもなく「用」であることを追求するデザインコンセプトを確立した。

続く平成20年度地域資源∞全国展開プロジェクト、平成21年度から平成23年度までのJAPANブランド事業（平成21年度小規模事業海外市場進出支援事業、平成22・23年度中小企業海外展開支援事業）で国内の展示会やデパートでのイベント出展をきっかけに、雑誌通販や総合卸売店との取引に成功し、全国で50以上の店舗で販売されるようになった。

海外では、パリで開催される「メゾン・エ・オブジェ」に出展し、パリの老舗百貨店ボンマルシェ



小石原ポタリー

との取引に成功し、国内のみならず、フランスを中心とした海外市場の開拓に成果をあげた。フランスでの出展をきっかけに欧州の店舗のバイヤーからの問い合わせも寄せられている。

このように国・県からの支援のもと、「小石原ポタリー」ブランドを確立したところで、次の「自立化」のステップへ進むため、平成25年3月に事業協同組合として法人化した。これまで「小石原ポタリー」の製造販売のための共同受注事業、共同販売事業および市場開拓・販売促進事業を行ってきたところである。

法人化後の第3期には新商品の開発に取り組み、5回の試作を経て「片口すり鉢」と「片口水差し」の2つの新アイテムが完成した。道具としての使い勝手の良さをもつ片口すり鉢と、デカンタや花入れとしても使うことができる片口水差しは、新たな食卓の風景を生み出し、さらなるポタリーファンの獲得が期待されている。

成果

国・県の支援事業を活用して国内及び海外展開を同時に行っていることが顧客の支持を得るきっかけとなり事業展開のうえでブランド構築の成功

につながっている。その要因は、伝統技法を取り入れながら現代の食のライフスタイルにフィットしたモダンデザインのコンセプトであり、積極的な販路開拓への取り組みや、品質保持の努力の結果であると思われる。



食事を盛り付けた小石原ポタリー

B. 地域産業を担う人材の確保・育成

伝統の技を未来につなぐ、博多人形師育成塾の取組み

博多人形商工業協同組合

博多人形師の仕事に触れられる間口を広げて、この世界を目指す人が気軽に自分の力を試すチャンスのある場をつくるという組合員の熱い思いがあった。

- 住所 〒812-0023 福岡県福岡市博多区奈良屋町4番16号
- 電話番号 092-291-4114 ●URL [http:// www.hakataningyo.or.jp/](http://www.hakataningyo.or.jp/)
- 設立 昭和22年3月 ●出資金 262千円
- 主な業種 博多人形の製造および販売 ●組合員 67人

背景と目的

当組合は、博多人形師の直接指導により、博多人形づくりの面白さ・難しさを肌で感じながら受講生の感性や能力による博多人形づくりを体験してもらうことで、将来の博多人形師を育成する目的で「博多人形師育成塾」を開講している。

事業・活動の内容と手法

「博多人形師育成塾」は、当組合と福岡市が主催して実施している事業であるが、ほぼ1年かけてオリジナルの博多人形を制作して3月に展示会へ出品するまでの講座となっている。

講座内容は、博多人形の説明、原型づくり、焼成、彩色、作品完成、発表会、他の人形展の見学を行う。6月から翌年3月までの期間で約40回のカリキュラムで、講師は組合員（博多人形師）が務める。原則、毎週水曜日の18時30分から20時30分の時間で、福岡商工会議所ビルの2階研修室を借りて実施している。受講募集の広報は市政だよりや組合のホームページ等を通じて行っているが、例年、定員より多くの応募があり、書類審査のうえ、面談にて受講者を決定している。面接は理事が中心に対応しているが、応募者との面接時間の調整や準備には苦労する面もある。

講座は40回という長丁場であるため、講師役である組合員（人形師）の時間の確保や体調管理面のフォローなどには気を遣うことも出てくる。受講者がやむを得ず欠席した際は、作業を挽回するための個別の指導や完成までの励ましなどを通じて、できるだけ多くの受講者が完成、修了まで進むことができるように心がけてきた。1年間の体験講座を修了した塾生向けにステップアップとして専修講座を設けており入門、研修生、独立の道へつながる工夫も行っている。

成果

平成13年から開講し、当塾をこれまで修了した受講者は1年目の体験講座で293名、2年目の専修講座で119名となっている。受講者の中には、人形づくりをゼロから始めて26年に伝統工芸士の資格取得者も出てきた。当事業を通じて人形づくりを身近に感じてもらい、伝統の技を未来につなぐ人材がより多く発掘されることを期待している。



授業風景



受講生の作品

C. 組合事業による新たな展開

かごしまの魅力をおもてなしの心で提案する着地型観光

鹿児島県旅行業協同組合

国内外の観光客および地域のニーズを最大限に取り込んだ魅力ある着地型観光ツアーを企画・販売することで、組合員の経営の安定化・持続化ひいては鹿児島県観光産業の浮揚につながっている。

- 住所 〒892-0816 鹿児島県鹿児島市山下町17-5
- 電話番号 099-225-8901 ●URL <http://www.mitabi.net/index.htm>
- 設立 平成18年8月 ●出資金 2,280千円
- 主な業種 旅行業 ●組合員 74人

背景と目的

桜島や指宿、霧島などの温泉の魅力だけでは国内およびインバウンド観光の誘客は頭打ちとなり、今後も減少の歯止めがかからないとの危機感があった。鹿児島県地域の観光を通じて、その土地の文化も含めて交流したいという観光客に対して魅力ある商品を提供し、繰り返し足を運んでいただくことを目的に、組合として着地型観光ツアーに着目・企画に取り組んだものである。

事業・活動の内容と手法

観光旅行と着地型観光の違いがまだ明確でなかった時期に取組みを始めた。しかし、社会に認知されておらず商流に乗っていなかったことと受入先となる客層がわからなかったことから、当初3年間は組合員に旅行業は着地型観光の重要性を認識してもらうことになり苦労した。

「儲からないから取り組まない」との一言で片づけられる状況が相当期間続いたが、理事長が根気強く提案を続けるなど地道な取組みが実を結び、着地型観光の認知度は高まってきている。

組合員の大半は、自社での募集型企画旅行を実施できない第3種旅行業登録（営業所所在地市町村および隣接市町村での催行は可）であるため、組合が組合員のニーズに沿って開発した商品

を取り扱えることが大きなメリットである。「ロケット打ち上げ体感ツアー」は東京・有楽町のかごしま遊楽館（鹿児島県アンテナショップ）で先行発売を行ったところ、徹夜組が出るほどで、組合商品としては高価格帯であったにもかかわらず、「低価格で満足度の高い商品である」との反響が得られた。

そうしたことが、組合が誘致した「第2回地旅博覧会 in かごしま」「第11回国内観光活性化フォーラム in かごしま」の開催（平成28年3月）への全組合員の参画・参加にもつながっている。

今後は、着地型観光に熱心な市町村に絞って働きかけると同時に、着地型観光でなければオプションとして成立しない、お客様をリピーターとして呼べないとの先見性のあるインバウンド事業者との関係構築を重視していく計画である。

成果

現在は様々な地域の振興にも寄与していることで組合員に誇りが芽生え、意識の高揚や組合員間相互の連携が強化され、新たな地域観光資源の発掘にもつながった。理事長の強力なリーダーシップのもと、全員参画型の取組みへと移転した好事例であり、他の地域で着地型観光を導入する際のモデル事業と言える。



ロケット打ち上げ体感ツアー



観光客のお出迎え（アテンド事業）