

MONTHLY

とちぎ 中央会



ものづくり企業展示商談会出展事業者向け説明会

★ 2019 ★

9

Vol. 616

特集① P1~2 中小企業白書・小規模企業白書の概要(後編) 特集② P3~5 ものづくり白書の概要

6P 情報連絡員報告 (令和元年7月分)

▶ グラフと概況 / 業界の声

8P 組合インタビュー「この人に聞く」

▶ 第7回: 益子焼協同組合

佐久間 藤也 理事長
村澤 清 事務局長

10P FLASH

▶ ものづくり企業展示商談会出展事業者向け説明会
▶ 地域産業ブランド力向上支援事業研究会
▶ 関東甲信越静岡ブロック中央会指導員等研究会

11P 施策情報

▶ 栃木労働局「初歩からの働き方改革セミナー」
のご案内

12P 中央会からのお知らせ

▶ 地域別組合トータルサポート事業のご案内

栃木県中小企業団体中央会

◇コミュニティビジネス支援センター◇
◇官公需総合相談センター◇

栃木県宇都宮市中央3-1-4 (栃木県産業会館3階)

TEL 028-635-2300 / FAX 028-635-2302 / URL: <http://www.tck.or.jp>

栃木県中小企業団体中央会はFacebookを利用しています。「栃木県中央会Facebook」で検索してください!



2019年版の骨子

2. 経営者に期待される自己変革

① 「構造変化への対応」は前月号（8月号）をご参照ください。

② 構防災・減災対策の取組

●防災・減災対策の普及啓発

○防災・減災対策を行った企業ほど、短期間で売上の回復を達成。

○一方、規模が小さい事業者は、防災・減災対策の取組が必ずしも十分でない。「何から始めれば良いかわからない」とする事業者が多く、大企業等の関係者の協力を得て普及啓発を推進することが必要。

●災害保険の加入状況

○多くの中小企業は、損害保険や火災共済に加入。

図13 被災前における自然災害への備えの有無別に見た、下がった売上が元の水準に戻るまでに掛かった期間

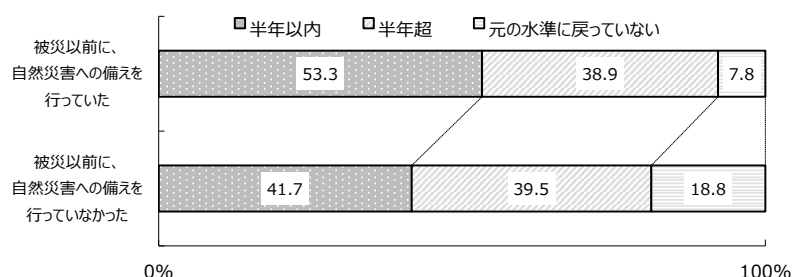
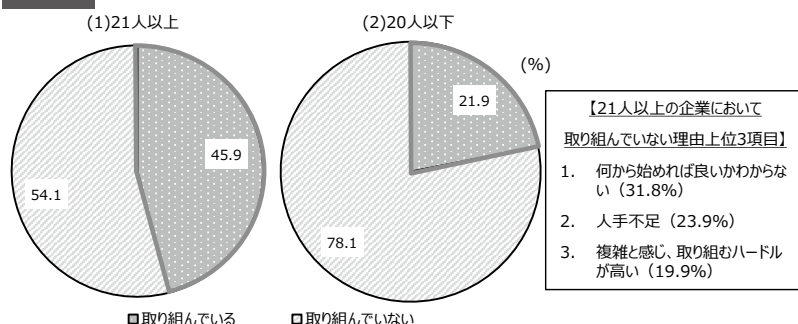
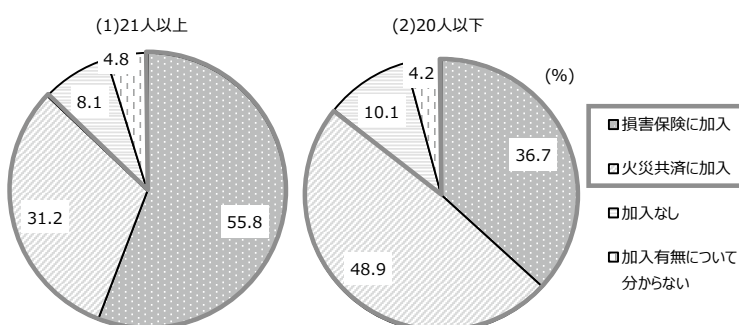


図14 自然災害への備えに具体的に取り組んでいる割合



資料：三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)「中小企業の災害対応に関する調査」、「小規模事業者の災害対応に関する調査」

図15 損害保険・火災共済への加入割合

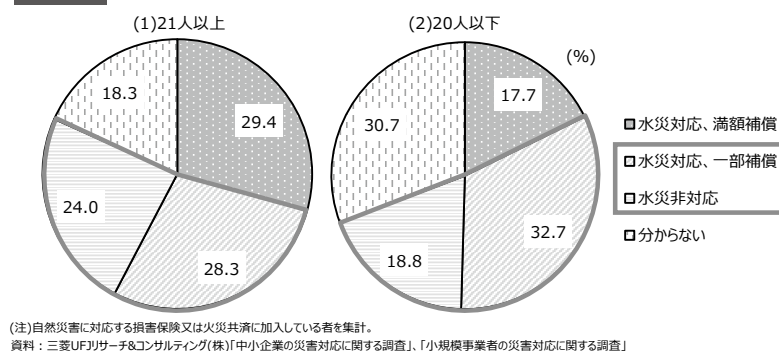


(注)「損害保険」と「火災共済」の双方に加入している場合は、補償が中心的な役割を担っている方を回答している。

○他方、水災に対応していない保険や、一部しか補償されない保険への加入が半分以上。

○リスクに見合ったカバー率の保険加入を進めることが必要。

図16 加入している損害保険・火災共済の内訳



2019年版中小企業白書・小規模企業白書の要点

【経営者の世代交代】

- 親族内承継の支援措置は大幅に前進。親族外承継により新事業の展開も期待される。
- 廃業時に経営資源を引き継ぐことは、旧経営者・起業家の双方にとって有益。
- 比較的簡単に起業できるフリーランス・副業による創業を促進することも重要。

【構造変化への対応】

- デジタル化社会では、IoT・AIを活用した、生産性向上の取組が重要。
- 中小企業は大企業にとって魅力的な連携相手。研究開発の促進も重要。
- 地方の中小企業こそ、域外・海外の需要を取り込むことが必要であり、それは多くの地域で可能。

【防災・減災の取組】

- 防災・減災対策を進めるため、関係者（サプライチェーン、自治体、金融機関、等）も巻き込みつつ普及啓発を推進することが必要。
- リスクに見合った災害保険への加入を進めることが必要。

※「中小企業白書・小規模企業白書」の概要や全文につきましては、中小企業庁HP (<https://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusho/index.html>) をご覧ください。

今月号を持ちまして、「2019年版中小企業白書・小規模企業白書」の概要紹介を終了致します。本白書には中小企業等に有益な資料や事例が数多く掲載されています。是非、本白書をご一読ください。

※中小企業庁：「2019年版中小企業白書・小規模企業白書」概要（平成31年4月）より転載

「ものづくり白書」は、「ものづくり基盤技術振興基本法」に基づく法定白書であり、経済産業省・厚生労働省・文部科学省が連携して作成しています。

今回の「ものづくり白書」では、平成の振り返りや各国比較、事例を通して、第四次産業革命の進展に加え、保護主義的な動きの高まりや世界的課題への対応など、製造業を取り巻く新たな環境変化の中での我が国製造業の競争力強化に向けた方策を示しております。

今月号では、本白書の「総論」を中心にご紹介いたします。本白書の詳細については、経済産業省のホームページをご覧ください。

総論（第四次産業革命下における我が国製造業の現状と競争力強化に向けた方策）

1. はじめに

第四次産業革命の進展に伴い、AI やロボット、IoTなどの技術を社会実装していくことが可能となった。国内製造業におけるデータ活用の取組も成熟しはじめ、具体的な展望やニーズ、課題の見えてきた第二段階を迎えつつある。我が国製造現場には、品質力、現場のカイゼン力の裏付けともなる良質なデータの蓄積があり、これをいかに戦略的に活用し、今後の変革に適応するかが重要となる。

ここではまず、前回のものづくり白書におけるメッセージを精査したうえで、今回提起する戦略を概観したい。

2. 前回ものづくり白書におけるメッセージと足下の現状

2018年版ものづくり白書においては、第四次産業革命が到来する中、我が国のものづくり企業が直面する課題はより本質的で深刻であることを指摘した。そうした大規模な環境変化の中で変革に対応するに当たり、企業経営者が下記の4つの危機感を持つことが重要であると述べている。

<4つの危機感と足下の状況>

① 「人材の量的不足に加え質的な抜本変化に対応できていないおそれ」

まず、第四次産業革命が進む中、ものづくり産業で働く人材に期待されるスキルも大きく変質しており、供給も十分でないことを指摘した。

足下においても、人材不足状況はますます深刻化しており、とりわけ技能人材が不足しているという回答が目立つ。

製造×AI・IoTの知識を習得したデジタル人材の供給に関しては、「第四次産業革命スキル習得講座認定制度」を通じて製造現場の人材が新しくデジタルスキルを習得することを省庁連携で後押ししており、実際に具体的な講座が開講されるなど、取組の輪が広がっている。また、製造×AI・IoT人材が必要とされ、流動する動きや、AI ベンチャーとの連携なども見られる。さらに、Society5.0を担う次世代の人材育成を進めるため、初等中等教育段階では、新学習指導要領において小学校におけるプログラミング教育の必修化や小・中・高等学校を通じた統計教育を充実するとともに、高等教育、社会教育も含めて、ものづくりの基盤となる実践的・体験的な教育・学習活動を一層充実させていくことを通じて新たな価値を生み出すことのできる人材育成を充実させることなどに取り組んでいる。

これらの取組を通じて、第四次産業革命の実装に向けた人材育成が進められている。

② 「従来『強み』とできてきたものが、成長や変革の足かせになるおそれ」

次に、取引先との長期的な取引関係を前提としたすり合わせを重視してきた従来の製造業の在り方が、かえって市場の要求を見えづらくし、また品質管理（検査）データ不正の遠因となった可能性があることを指摘した。

この点について、本年の白書では各国との比較を通じて検証した。その結果、部素材を中心とした製品

群が高い世界シェアを誇り、我が国の強みとなっている一方で、顧客側の目線に立ったビジネスモデルの構築は苦手としていることや、技術起点で考えるため、過剰品質・高コスト構造になりがちなことを確認した。

また、2018年、2019年にかけて再び発生した一連の品質管理に関わる不適切事案の背景に、これまで「強み」だと認識していた品質、慣行への過信や、現場の蛸壺化があったことは否定できない。部門や企業、国境を超えた連携を通じて、慣行への過信や現場の蛸壺化から脱却することが重要である。

③ 「経済社会のデジタル化等の大きな変革期の本質的なインパクトを経営者が認識できていないおそれ」

さらに、デジタル革新によって類似のモノを作り出す能力が世界各地で高まる中、ビジネスモデルの転換まで踏み込んだ価値創出が必要であるものの、国内の経営者がそうした変革の本質的なインパクトを認識できていない恐れがあることを指摘した。

現在、製造業においてはAIやロボット、IoTといった第四次産業革命の技術を活用し、製造工程の見える化やカイゼンの取組が広がりつつある。具体的には、足下でデータの収集率が減少した一方で、データを活用した取組を実際に行っている企業の割合は着実に上昇している。これは、とにかくデータを集める第一段階から、実際の活用を見据え、ターゲットを絞ったデータ収集へ、昨年度から取組が成熟していることが背景にあると考えられる。その一方、顧客や新たな市場、ニーズの開拓までを含む取組に活用できている事例はごく一部に限られ、さらなる取組が求められる第二段階を迎えている。

加えて、近年好調だったスマートフォン向けの工作機械や部材の受注には陰りが見え始めており、新たな稼ぎ頭を模索することが必要となっている。

第四次産業革命の技術普及を背景として、MaaSに代表されるようなサービスを含む付加価値提供の動きが拡大し、製造業にも重大なインパクトを与えているが、我が国製造業ではこうした現状に対応したビジネスモデルを構築し、有効に活用できているとはいえない。こうした状況を製造経営者が自覚し、危機感を持つことが必要である。

④ 「非連続的な変革が必要であることを経営者が認識できていないおそれ」

最後に、これらの変革に対しては、非連続的な取組が必要であることを指摘した。

今後の変化に対する企業の意識を前回と比較したところ、これまでよりも大きい変化が見込まれると回答した企業は着実に増加した。変化への意識が強い企業ほど、研究開発投資や設備投資に積極的で、業績も良い傾向にある。

経営者が変革を直視し、競争環境の変化を契機として非連続的な改革に取り組み、新しいビジネスチャンスをつかむことが、今後ますます重要となる。

3. 今回のものづくり白書におけるメッセージ

昨年版白書では、上記のとおり課題を指摘し、危機感を持って変革につなげていくことが不可欠と述べ、現場力の再構築や Connected Industries の推進こそが進むべき道であるという方向性を打ち出した。それでは、我が国製造業が今後も競争力を維持・強化するためには、具体的にはどういった方策をとるべきなのだろうか。今回の白書は、昨年提起した課題や方向性、足下における新たな環境変化を踏まえ、第四次産業革命下における以下の戦略をメッセージとして提起する。

<第四次産業革命下における我が国製造業の競争力強化につながる方策>

① 世界シェアの強み、良質なデータを活かしたニーズ特化型サービスの提供

AIやロボット、IoTなどの第四次産業革命下の技術の製造業への実装は、工場内の生産ライン合理化を中心に多くの企業に広がった一方で、今後は顧客や新たな市場、ニーズの開拓までを含む取組にデータを活用することが求められる第二段階を迎えている。

新技術の活用を付加価値の向上に結び付けるためには、製造現場におけるコスト圧縮だけでなく、バリューチェーン全体を見据えたデータ活用が必要不可欠である。こうした現状を受け、世界的プラットフォームに加え、製造業に関わる各社が製品にまつわる良質かつ豊富なデータを活用し、ニーズ特化型の新サービスを複数企業に同時提供する動きも現れるなど、産業界向けサービスがしのぎを削り、競争が激化し始めている。

第四次産業革命の社会実装の局面では、ものづくりの強さこそが鍵を握る。今後は、精緻なものづくりとデータの融合を進め、強みとすることが重要となる。また、特定分野での高いシェアを活かし、製品を通じて集まるビッグデータを共有知化すれば、当該分野でのデータ蓄積で他社を圧倒しうる。特定品目での高い市場シェアや、精緻なものづくりに関する良質なデータを活かし、他国に先んじて新たなニーズに対応したサービス提供型のビジネスモデルを確立することを目指していく。

② 第四次産業革命下の重要部素材における世界シェアの獲得

我が国製造業は、高度な部素材に強みを持つ。過去10年間の厳しい国際競争の中でも、部素材については60%以上のシェアを維持するものも複数確認でき、技術力、現場力に裏打ちされた品質力が世界市場に評価されているといえる。

特に、日本の部素材メーカーが好調な背景には、人々の生活のデジタル化を担ったスマートフォンの爆発的な普及による世界的な特需がある。前述のとおり、足下でのスマートフォンの成長鈍化を受けて、今後は新たな可能性が模索されることが予想される。

新興国が急激な技術キャッチアップを見せる中、「他社には作れない」製品を事実上の「標準規格」化して高く売る取組も現れ始めている。現状に慢心しない技術力・品質力の飽くなき向上だけでなく、様々な完成品の市場動向にも注目し、完成品メーカーに対しても積極的な提案を行うことが我が国製造企業に求められる。

③ 新たな時代において必要となるスキル人材の確保と組織作り

第四次産業革命において必要となる、ものづくりとAI・IoTを組み合わせることのできるスキルを持った人材の確保は引き続き課題である。足下においてはそうしたスキルを有した人材の獲得競争が始まっており、大企業の若手人材の流出も目立つ。

アンケート調査の結果、製造現場に関連したデータ活用を実現している企業では、若手の積極的登用や評価システム見直し、部門横断的組織の新設などの組織変革を行っていることが明らかになっており、製造×AI・IoTのスキル人材を育てることだけでなく、彼らが活躍できる場や組織づくりを実現できるかどうか、製造現場におけるAI・IoT活用の成否を分ける鍵となっている。

④ 技能のデジタル化と徹底的な省力化の実施

製造業の匠の技を支えてきた団塊の世代が定年を迎えた2007年と比べても「技能継承に問題がある」と感じている企業がさらに増加し、製造技能のデジタル化に「取り組んでいるが、上手くいっていない」「取り組みたいが、着手していない」と回答する企業は中小企業では合計74.9%にのぼる。我が国製造業の強みである熟練技能が現場に残っているうちに、デジタル化やAI化を進めることはまったなしである。製造技能のAI化の取組は、少しずつ進んでおり、一部実証、現実化されつつある。

さらに、従前は人でしかできなかった作業について、AI・IoTをはじめとする第四次産業革命の技術革新により、それまでより効率的に実施できる事例が拡大し、ほぼ人のいないスマートな生産工程も増えつつある。また、デジタル化によって、従来熟練の技能が必要であった製品検査工程を自動化する取組も現れている。品質管理に関わる不適切事案への対応策としては、ガバナンスの強化に加え、こうした新技術の活用も有効である。

全国的な人手不足はますます深刻化しており、今後は人手を確保することがより困難になることが見込まれる。こうした深刻な人手不足も追い風に変えて現場の徹底的な省力化を推進し、生産性の向上を図る。

4. まとめ

今回の白書では、平成の製造業、過去のものづくり白書のふりかえりや各国との比較、アンケート調査の結果や事例をそろえて現状を分析する。第四次産業革命の進展に加え、米中対立に代表される保護主義的な動きの台頭や世界的課題への対応など、製造業を取り巻く新たな環境変化を直視し、上記の方策を論じていく。

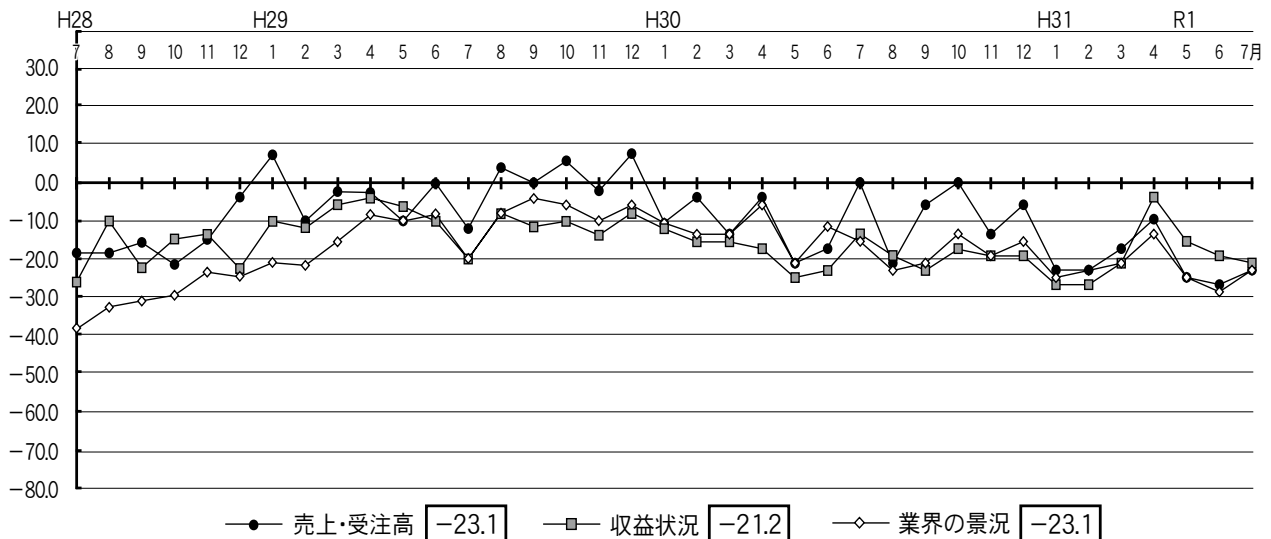
「ものづくり白書」の詳細については経済産業省HP

(https://www.meti.go.jp/report/whitepaper/mono/2019/honbun_pdf/index.html) をご覧ください。

情報連絡員報告（令和元年7月分）

この報告結果は、栃木県中央会において設置している中小企業団体情報連絡員（中小企業組合（協同組合、商工組合等）の役職員52名に委嘱）による、所属組合の組合員企業の全体的な景況です。

県内主要 3 指標の推移（前年同月比 D I 値）



概 況

7月の前年同月比D I 値は、前月の前年同月比D I 値と比べ、9指標中「売上高」「販売価格」「業界の景況」の3指標が上昇し、「取引条件」「収益状況」「資金繰り」「雇用人員」の4指標が下降した。

主要3指標では、「売上高」及び「業界の景況」が前月より上昇し、いずれも－23.1ポイント、「収益状況」が前月より下降し、－21.2ポイントであった。

業種別の状況を見ると、下表のとおり、「売上高」は製造業で7業種中2業種が上昇、2業種が下降し、非製造業で6業種中2業種が上昇、2業種が下降した。「収益状況」は製造業で7業種中2業種が上昇、2業種が下降し、非製造業で6業種中1業種が上昇した。「業界の景況」は製造業で7業種中2業種が上昇し、非製造業で6業種中1業種が上昇、1業種が下降した。

7月は例年になく長引いた天候不順や継続する原材料・燃料コスト等の上昇により全体的に業況は停滞したが、消費税増税前の駆け込み需要や梅雨明け前あたりからの急な動き出し等により好転した業種もあり、若干の売上高増加及び景況感回復に繋がった。一方、毎年10月に行われる最低賃金額の引き上げを見据え、現状でさえ高騰する人件費による経営の圧迫は厳しい状況にあり、これ以上の賃上げには耐えられないのが実情であるとの声も聞かれた。

【前月DI値差】

	売 上	在 庫	価 格	条 件	収 益	資 金	設 備	雇 用	景 況
食 料 品 製 造	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
繊維・同製品	－50.0	25.0	0.0	－25.0	－50.0	－50.0	－25.0	25.0	25.0
木材・木製品	－25.0	0.0	25.0	0.0	－50.0	0.0	0.0	0.0	25.0
印 刷	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
窯業・土石	0.0	－50.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
鉄鋼・金属	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	－25.0	0.0	0.0
一 般 機 器	25.0	0.0	0.0	0.0	25.0	25.0	50.0	0.0	0.0
製 造 業	0.0	－4.0	8.0	－4.0	－8.0	－4.0	0.0	4.0	8.0
卸 売 業	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0
小 売 業	－14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0		－14.3	0.0
サービ業	33.4		16.7	－16.7	0.0	－16.7		－16.6	－16.6
建 設 業	0.0		0.0	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0
運 輸 業	50.0		0.0	0.0	25.0	0.0		0.0	50.0
そ の 他	－50.0		0.0	0.0	0.0	0.0		0.0	0.0
非製造業	7.4	10.0	3.7	－3.7	3.7	－3.7		－7.4	3.7
全 体	3.8	0.0	5.8	－3.9	－2.0	－3.8	0.0	－2.0	5.7

【和洋菓子製造業】7月は天候不順であったが、昨年のような猛暑ではなかったため、幾分動いたように感じる。しかし、全体的に原材料が高騰し、厳しい状況である。

【縫製業】秋物商品の注文が少なく、苦戦が続いている。

【染色整理業】一部で増加又は減少の変化がみられるものの、全体的には特段の変化はない。

【網・網・レース・繊維粗製品製造業】直近の好調な動きから業績も好転することを期待していたが、天候不順・社会不安等を押され、一転して業況は停滞した。秋物の企画は縮小されているので、9月以降の動きに期待している。

【建具製造業】消費税増税前の駆け込み需要が多少あるのか、昨夏より動きや受注が良いという組合員がみられる。

【印刷業】ニーズの変化、需要の停滞、過当競争、低価格、資材等の値上げなど厳しい経営環境に変わりは無い。

【石灰製造業】鉄鋼向けは修理などの影響で減少傾向にあり、本格的な荷動きは9月近くになると予想される。建材関係は生コンが首都圏で動きが鈍くなっているほか、土質関係でも遅れている状況である。肥料関係についてはほぼ前年並みで推移している。全体的には減少傾向にあり、出荷増が見込めるのは鉄鋼・建材ともに9月近くになる模様である。

【碎石製造業】第1四半期（4～6月）の出荷量は、昨年同期比で9.3%減少しており、低調であった。

【金属製品製造業】売上低下・人件費増加・人手不足により、自動車部品関連・機械設備関連・プレス金型関連いずれも低下した。

【一般機械器具製造業】売上高がやや減少し、それに伴い収益状況がやや悪化した。しかし、企業間格差があり、業界全体で一様に収益状況悪化というわけではないが、依然として景況悪化の懸念はあるため、今後の動向を注視しながら対応していく必要がある。なお、人手不足は継続中である。

【一般機械器具製造業】6月までの状況が非常に悪かったため、急に好転したことには驚いている。想像ではあるが、在庫を最小まで減らした結果慌てて増産に踏み切ったように思う。そのため、この好転がいつまで続くか不安である。消費税増税前までは増産体制が続くと思われるが、10月以降は受注減を覚悟しないといけない状況である。

【各種商品卸売業】全体としては大きな業況変化はない。昨年、組合創立50周年を迎え、青年部組織「懇話会」において、組合の今後の事業展開等についての提言がまとめられた。これを受け、組合では役員会において「団地プライドの醸成のために」をテーマに具体的検討を開始し、組合の活性化を図っている。

【食肉小売業】商品の販売が減少しているが、仕入単価

が安くなっているため粗利は増加した。

【各種商品小売業】前月に引き続き大変厳しい月であった。中小企業・大型店ともに景況は悪化しており、早急な景気対策が求められる。

【各種商品小売業】例年に比べて雨の日が多かったため、アパレル夏物をはじめとして夏需要品の売れ行きが全体的に非常に鈍かった。お盆が最長9連休という曜日まわりであることから、8月前半が勝負になると予想される。夏の最終クリアランスセールで梅雨の影響分を巻き返したい。

【花・植木小売業】この時期は花の傷みが早いので、店頭での動きが鈍く、売上は上がらない。結婚式も7、8月はオフシーズンのため、式数も減少する。葬儀件数も例年に比べ少なく、売上、利益ともに厳しい状況が続いた。8月はお盆の忙しい時期を迎えるので、産地情報を早めに収集して仕入、販売計画を考えたい。

【理容業】組合脱退者数が少し落ち着いてきており、先月と比較しそれほど減少はなかった。このままの状態が続くことを願っている。

【自動車整備業】売掛金の回収率が悪化傾向にある。

【旅館・ホテル】宿泊の客室稼働率は大型連休後から低下している。宴会に関しては例年通りであった。お弁当やケータリングなどが前年対比で大きく減少した。飲食店利用に関しては大型連休明けからの利用控えがそのまま続き、非常に鈍い動きであった。大型連休中も客足が鈍ったが、その後の落ち込みの要因については未だ把握できていない。7月後半からは例年の動きに戻ってきたように感じる。

【ビルメンテナンス業】公園除草業務の受注が増え、収益が好転した。顧客のコスト削減要求が強まっており、ビルメンテナンス業の事業高は若干減少している。

【内装工事業】当組合の防災ラベル支給枚数からみると、カーテン用ラベルは12%減、敷物用ラベルは14%減、壁装用ラベルは16%減であった。

【一般貨物自動車運送業】消費税増税前の需要増を期待していたが、売上、収益は減少傾向であった。燃料コスト高、人件費上昇等の影響を受け、経常損益の水準は落ち込みが懸念される。

【貨物軽自動車運送業】低調なスタートであったが、梅雨明け前くらいから動きが急に出てきた。食品、自動車部品、建築資材など幅広く動きがあり、月末まで配車依頼が多くあった。組合事業内容説明会にも開業意欲のある方の来所が多数あり、2019年は6名の開業に至っている。

【一般乗用旅客自動車運送業】多少売上が伸びた。特定地域指定による台数制限等の適正化の好影響があったものと思われる。

【大谷石採石業】やや売上高が減少した。10月に美術館で大谷石の展示が予定されており、大谷石のPRになることを期待している。

第7回

組合インタビュー「この人に聞く」

佐久間藤也 さん（理 事 長）

村 澤 清 さん（事務局長）

益子焼協同組合

益子焼協同組合は、真岡市、芳賀郡益子町、茂木町及び市貝町の益子焼を製造する事業者により昭和26年に設立された組合です。

組合員の取扱品の共同生産、共同販売、及び共同購買等を中心に活動しています。

今回、佐久間藤也理事長及び村澤清事務局長に、組合設立の由来や活動状況、春と秋の「陶器市」等についてお伺いしました。



佐久間理事長（左側）、村澤事務局長（右側）

——益子焼の歴史と組合の沿革について教えてください。

益子焼は1853年、ペリー来航の次の年、笠間で焼きものづくりを勉強した大塚慶三郎が半農半陶で始めたのが歴史と言われています。基本的には食器の産地である益子焼は、当時、鉢・水甕（みずがめ）・播鉢（すりばち）など日用雑器類が主であったので、江戸時代から明治時代にかけて水運が盛んだった時代に鬼怒川から利根川・江戸川水系を利用して江戸・東京へ運ばれました。

大正13年に浜田庄司先生が益子に移住して「民藝運動」を推進、美術品や工芸品として芸術性が認められ、益子焼として全国はもちろん海外にまで名を知られるようになりました。

現在でも益子焼は、食器や雑器など私たちの生活に浸透している物を作っていることから、「焼き物の街 益子」と言ってくれる方が多いですね。

昭和初期までは主に甕や播鉢を作っていましたが、これらは多量の粘土を必要とし、食器類など（湯呑・皿）を作る粘土の何十倍という量を使います。それを一日に何個も作らなくてはならないため、原料不足、人手不足に陥りました。そこで、機械化して多量の粘土を作れるようにしようと考え、昭和26年には前身となる栃木県陶磁器製土工業組合が発足し、翌年には栃木県陶磁器協同組合に名称変更しました。なお、現在の名称の益子焼協同組合には、平成元年に変更いたしました。組合設立当時は各個人の自宅の庭などで粘土を精製しながら焼き物づくりを行っていたため負担が

大きかったのですが、協同組合ができた事で原料の確保と常に安定した粘土の供給が可能となり、焼き物づくりに集中する事ができるようになりました。

益子焼は、釉薬や原料の調合の仕方、窯の焼き方によって変わります。それがオリジナリティーであり、魅力でもあります。

「益子焼」と呼べるものは、益子町その他、真岡市、茂木町及び市貝町のエリアで焼かれている物が該当します。現在では全体で400軒ほどあり、そのうち益子町では200軒ほどあります。現在、組合員数は128名でほとんどが零細企業です。



組合倉庫（粘土、釉薬等を保管）

そのために競争が少なく全員で協力し合えているので、生き残ることができるのだと思いますね。

——組合の事業について、また「陶器市」について教えてください。

益子では春と秋に「陶器市」を開催しており、今年の秋で104回目の開催となります。

販売店約50店舗の他、500テントが並び、年々お客様も増えて賑やかになっています。しかし、それが売上につながるかと言うのは、また別の話になってしまいますね。景気なのでしょうか、見るのは楽しいが、買いはしないという方が多い気が致します。まして、10月からの消費税増税には、この業界も辛いところです。

益子町は、小売店が1kmにわたって連なっている全国的にも珍しい街並みです。益子焼を購入したくなるような施策を考えることはもちろん、観光しやすいよう街の整備をして行く必要があると思います。

今、考えていることとしては、滞在型の観光地にするためにはどうしたら良いかと言うことです。あとは益子焼の他に、何か益子に足を運びたくなる様な「コレ」と言った物があればいいなと思います検討中です。

最近では「道の駅ましこ」ができて、そこから流れて来てくれるお客様も多く見受けられる様になりました。この調子で是非道の駅だけで完結せず、小売店の方まで来ていただきたいと思います。

現在、鉱山が閉山してしまったり、道路や家ができたことにより原料の採掘が困難になり、今後原料が枯渇していくのではないかと困っています。益子焼は粘土が基本ですので、採れなくなるとするのは非常に厳しいことです。私たちが大切にしていることは、益子の伝統を守ること、人に教えること、PRをすることです。これまでの守ってきた伝統は、今後も引き継いでいかななくてはなりません。代替わりが進み若手に代わっても、どうか同じ物を作っていて欲しいと思っています。

——今後の展望と、中央会に期待することをお聞かせください。

今後の展望としては、益子焼の伝統を守って、皆さんが使いやすい原料作りはもとより、ニーズの要望にも応えられるような組合にしていきたいと思っています。相互扶助の精神のもと、組合員全員で助け合いながら益子焼を守っていききたいですね。

中央会に望むこととしては、組合としての今後の事業展開や組織体制の方向性について引き続き指導をお願いします。また、日常の事務的な作業等についても併せて指導していただきたいと思っています。



組合事務所

——本日はありがとうございました。

主たる事業	組合員の取扱品の共同生産、共同販売、共同購買、他
事務所	〒321-4217 栃木県芳賀郡益子町大字益子4352-2 TEL 0285 (72) 3107 / FAX 0285 (72) 3058
代表者	理事長 佐久間藤也
組合員数	128名
会員資格	陶磁器製造業を行う事業者
その他	HPアドレス http://www.mashikoyakikumiai.com/

「第104回 益子 秋の陶器市」 開催期間：2019年11月1日(金)～11月5日(火)

◇ ものづくり企業展示商談会出展事業者向け説明会開催

期 日：令和元年8月2日(金)

場 所：宇都宮市「宇都宮グランドホテル」

令和元年11月12日に宇都宮市のマロニエプラザにて開催予定の「2019ものづくり企業展示・商談会」の出展事業者に対する説明会が行われました。

ものづくり補助金栃木県地域事務局の加藤業務主幹を講師に迎え、「展示会出展効果UPセミナー ～新たな販路開拓を目指して～」と題し、情報提供（見込み客をどう捉えるか）、個別戦略（話法、逃げられないセリフ）、現場体験（展示会場での実践と修正）のほか、展示・商談会にあたっての注意、小間の展示方法等について説明が行われました。



説明会の様子（講師：加藤業務主幹）

◇ 地域産業ブランド力向上支援事業研究会開催

期 日：令和元年8月5日(月)

場 所：宇都宮市「Café ink Blue」

とちぎ食のブランド発掘協同組合が取り扱う商品のブランド力向上を図る「地域産業ブランド力向上支援事業」第1回研究会を開催いたしました。

(有)良品工房取締役白田典子氏をコーディネーターに迎え、組合が取り扱う第1弾の商品「大谷石室ブランド」のブランド力向上について検討が行われました。

本事業は、地場の良質な商品・サービスを顕在化させ、ビジネスチャンスにつなげるために、年4回の研究会を通じてブランド化に取り組めます。



研究会の様子（コーディネーター：白田典子氏（写真右奥））

◇ 関東甲信越静ブロック中央会指導員等研究会開催

期 日：令和元年8月8日(木)～9日(金)

場 所：宇都宮市「ホテル丸治 他」

関東甲信越静ブロック中央会の指導員を対象とした研究会を、今年度は栃木県が当番県として「地域資源」をテーマに開催いたしました。

初日は、大谷資料館の鈴木館長による「地域資源を活用した地域活性化への取り組みと魅力発信について」と題した基調講演に続き、各都県から「地域資源を活用した特長的な組織化の事例と今後の展望」に関する事例発表及び活発な意見交換が行われました。

翌日には、「道の駅うつのみや ろまんちっく村」「大谷資料館」及び「協同組合宇都宮餃子会」にて視察研修が実施されました。



研究会の様子

施策情報

栃木労働局からのお知らせ 「初歩からの働き方改革セミナー」のご案内

～労働基準法等の初歩レベルの内容と働き方改革関連法に関する講座です～

労働法について、なんとなく知ってるけどしっかり勉強したいという方、新たに労務管理担当になったので基本から勉強したいという方など、どなたでも参加可能です。この機会に勉強してみませんか。

【日 時】 令和元年10月3日(木) 13:30～16:00 (開場12:30)

【会 場】 清原工業団地総合管理協会 大会議室 (宇都宮市清原工業団地15-1)

【申込方法】 栃木労働局総務部総務課へご連絡ください。

申込用紙をお送りしますので必要事項を記入のうえ、栃木労働局あてファックス又は郵送にてご返送ください。

【受講料】 無料

【定 員】 120名 (先着順)

【講座内容】 働き方改革についての説明の後、3部構成で行います。

その1 労働時間編 その2 年次有給休暇編 その3 健康確保編

【お問い合わせ先】 栃木労働局総務部総務課 〒320-0845 宇都宮市明保野町1-4
TEL 028-634-9111 FAX 028-632-1999

中小企業経営者の皆様へ 小規模企業共済制度・経営セーフティ共済

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。

※詳しくは、ホームページまたは
パンフレットをご覧ください

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

小規模企業の個人事業主(共同経営者を含む)または会社等の役員の方が廃業や退職後の生活資金、事業再建資金をあらかじめ準備しておく共済制度です。

他にもこんな特徴があります。

2 掛金は全額所得控除

掛金は、全額が「小規模企業共済等掛金控除」として、課税対象所得から控除できます。

●契約者貸付けの利用が可能
契約者(一定の資格者)の方は、緊急時や災害時などに事業資金等の貸付けが受けられます。

3 受取時も税制メリット

共済金の受取は、一括の場合は「退職所得扱い」、分割の場合は「公的年金等の雑所得扱い」です。

●共済金の受給権は差押禁止
共済金・解約手当金の受給権は、国税等滞納の差押え以外は差押禁止債権として保護されます。

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
「回収困難となった売掛金債権等の額」と「掛金総額の10倍に相当する額(最高8,000万円)」のいずれか少ない額となります。償還期間は共済金の貸付金額に応じて5年～7年(据置期間6か月を含む)で毎月均等償還です。

2 貸付条件は無担保・無保証人

共済金の貸付けは、「無担保・無保証人」「無利子」です。ただし、共済金の貸付けを受けますと貸付額の10分の1に相当する額が積み立てた掛金総額から控除されます。

3 掛金は税法上損金(法人)または必要経費(個人事業)に

掛金月額額は、5千円～20万円の範囲内(5千円単位)で自由に選べます。

独立行政法人 中小企業基盤整備機構

共済相談室 TEL:050-5541-7171

小規模共済

検索

経営セーフティ共済

検索

後継者がいない

資金管理を効率的にしたい

実現主義。

ソリューションを求めるかたち

借入以外の資金調達を検討したい

設備投資をしたい

退職金制度を見直したい

〈あしぎん〉では、お取引いただいている事業者のみなさまのお役に立てるよう、さまざまな商品・サービスをご提案しております。



足利銀行

MEBUKI
めぶきフィナンシャルグループ

あしぎん |

検索

中央会からのお知らせ

◇地域別組合トータルサポート事業のご案内

中小企業組合・組合員企業の皆様へ 是非ご参加ください!!

「忙しいけど儲からない」「集客を増やしたい」……しかし、現状は何から手を付けたらよいか分からないという方も多いのではないのでしょうか。

このセミナーでは、そんなお悩みを抱えている事業者の皆様へ、経営課題解決のヒントを見つけていただければと思っております。ぜひこの機会に、下記のセミナーへお気軽にご参加ください。

令和元年9月24日(火) 13:30～16:30

第1回

①<<講演>>

「中小企業組合向け

実践に役立つ販売促進セミナー」

販売促進
売上アップ
価格決定

講師：中沢智之 氏(日本販売促進サポート株式会社 代表取締役)

場所：栃木県南地域地場産業振興センター（足利市田中町32番地11）

②組合及び個別企業向け相談会の実施(セミナー講師が個別企業の相談に対応します)

令和元年10月29日(火) 13:30～16:30

第2回

①<<講演>>

「集客力を高めるために今すぐできる改善策

～道の駅支配人が伝えるマーケティング戦略とは～」

集客術
情報発信
おもてなし

講師：後藤 勲 氏(株式会社道の駅しもつけ 取締役支配人)

場所：パルティ とちぎ男女共同参画センター（宇都宮市野沢町4番地1）

②組合向け個別相談会の実施

※お申込みは、栃木県中小企業団体中央会 事業推進部 担当：渡邊・石下までご連絡ください。

感謝の気持ちを込めて^{いちご}15割！

栃木県信用保証協会は、令和元年10月5日に創立70周年を迎えるにあたり、保証料率を通常から15%割引いた創立70周年記念保証「サンクスベリー15（いちご）割」の取扱いを9月1日から開始しています。

この保証制度を通じ、当協会をご利用いただく中小企業・小規模事業者のみなさまに感謝の気持ちをお伝えするとともに、地域経済の更なる発展を支援してまいります。

「サンクスベリー^{いちご}15割」の概要

■ご利用いただける方

栃木県内に事業所を有し、保証の対象となる事業を行っている方

■保証限度額 7,000万円

■対象資金 運転資金、設備資金（借換資金は除く）

■保証期間 10年以内（据置期間12か月以内）

■保証料率

0.382%～1.615%（通常の保証料率から15%割引）

■取扱開始日 令和元年9月1日

■取扱終了日 令和2年3月31日または
保証承諾額の総額が100億円に達した月の末日



明日をひらく中小企業とともに
栃木県信用保証協会



栃木県信用保証協会
facebook
情報発信中！

