組合活性化情報

中小企業しが3

2021

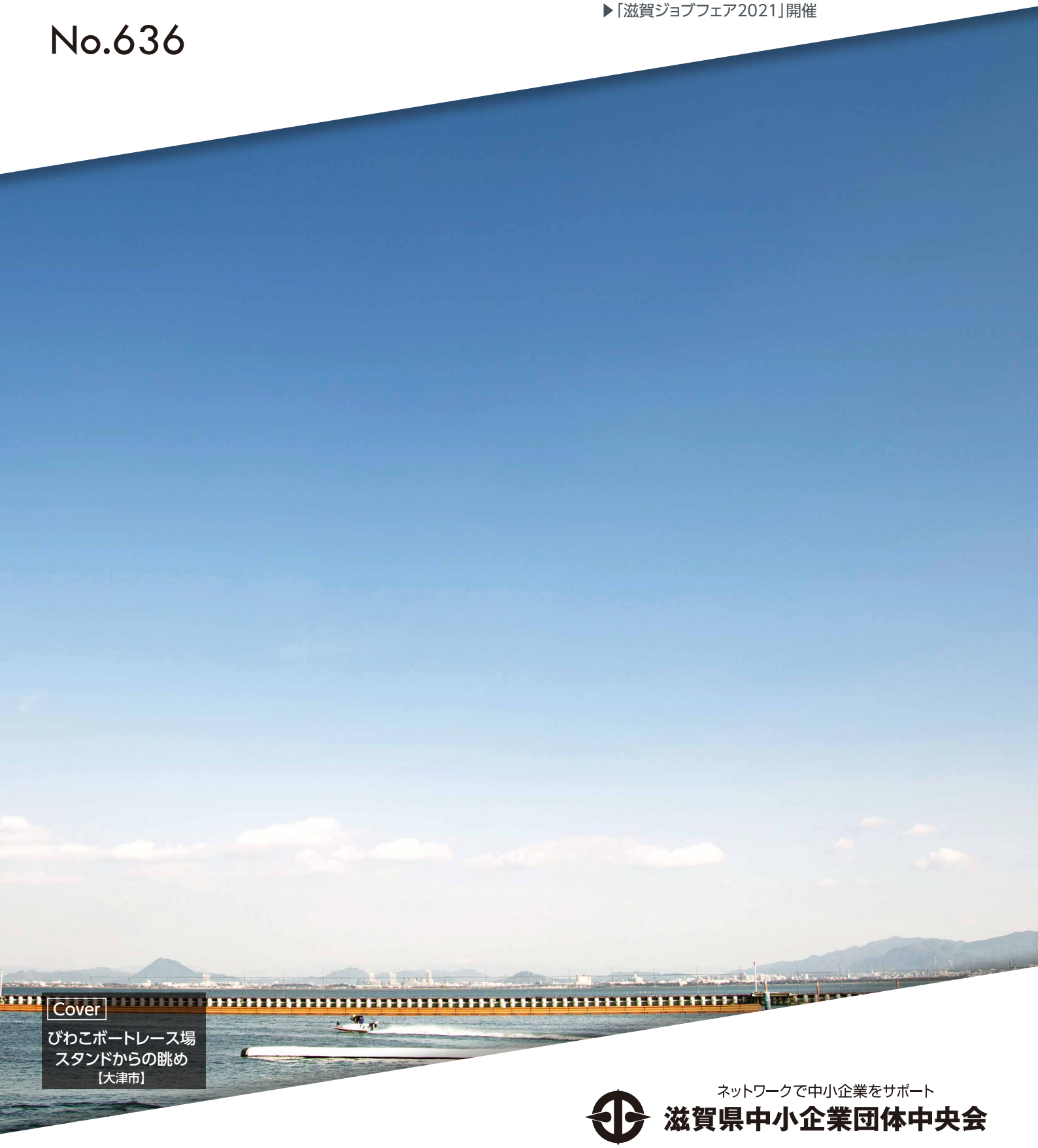
No.636

組合訪問レポート

▶滋賀県書店商業組合

中央会つうしん

▶令和2年度　近江の地場産業および
　近江の地場産品の振興功労者 知事表彰
▶中央会トップセミナー
▶ものづくり中小企業緊急オンラインセミナー
▶「滋賀ジョブフェア2021」開催



Cover
びわこボートレース場
スタンドからの眺め
【大津市】

ネットワークで中小企業をサポート
滋賀県中小企業団体中央会

http://www.chuokai-shiga.or.jp/

組合訪問レポート

巻頭連載企画「組合訪問レポート」では、組合の理事長や事務局の方に対してインタビューを実施し、さまざまな業種業界の組合の「今」をお伝えするコーナーです。

第102回目は、滋賀県書店商業組合（56組合員）の理事長 吉田徳一郎氏にお話をお聞きしました。

理事長　吉田徳一郎 氏

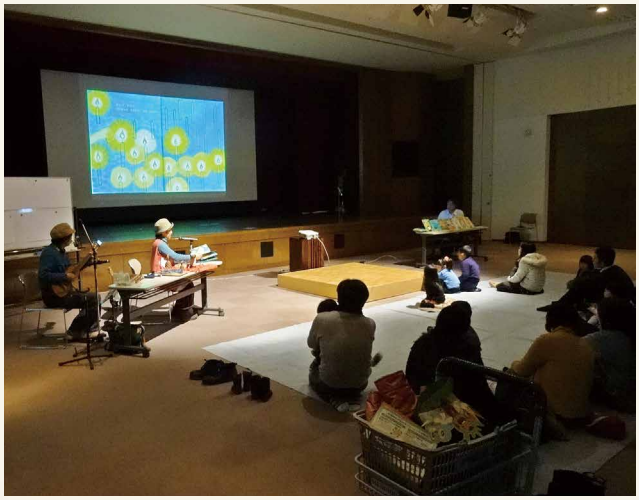
組合概要

滋賀県書店商業組合

所 在 地／大津市におの浜3丁目5番10号
電　　話／077-523-0421
代表理事／吉田　徳一郎
業　　種／書籍･小売業
組合員数／56名
出 資 金／1,740,000円
H　　P／http://www.shigashoten.sakura.ne.jp

他府県の図書館への視察研修

組合員の皆さま（視察研修より）



読み聞かせライブ

書店活性化に向けた講習会

書店ごとに設けられた推薦図書コーナー

Q 現在、組合が直面する現状と課題について教えてください。

A 私たちの組合は、滋賀県下の書店業界の代表組織として組合員の資質の向上と経済的地位の確立を目指し昭和55年に滋賀県書店協同組合として設立されました。その後、各府県における業界団体としての特性を強めるために昭和59年に商業組合(*1)に組織変更して今日に至っています。

組合が設立された昭和55年当時には、地域の商店街などに書店が点在しており、書籍を購入するのは地域の書店が当たり前の時代でした。ところが、近年はインターネットやコンビニエンスストアで書籍を購入することが一般化したことに加え、中古書籍市場拡大の影響を受けて街の書店を取り巻く経営環境は大変厳しい状況となっています。加えて、スマートフォンやタブレット端末の普及に伴い、電子書籍など新たな市場との競争にさらされ、近年、組合設立以来の大きな変革期が到来しているように感じます。

さらに、今年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響によりショッピングモールやスーパーなどに出店している書店でも、施設の意向を受けて休業、時短営業を余儀なくされました。組合としましては組合員の書店における感染防止策に役立ててもらおうと一律20,000円を支給するなどの対応を行い、微力ですが組合員の経営の一助となるよう努めています。

(＊1)商工組合の設立要件：1都道府県以上の区域を地区として地区内で資格事業を行う者の2分の1以上が加入すること

Q 組合の運営・組織体制について教えてください。

A 私たちの組合は県域の業界団体であるため、地域ごとの支部制をとって地域に根付いた組合活動の展開を図っています。併せて、各理事を長とした委員会を設置して事業分野別にも推進体制を構築しています。今年度は、新型コロナウイルスの影響により実施できませんでしたが、組合員相互の親睦を深める交流事業も実施して、業界としての横の連携作りや情報交換を促す取り組みを行っています。

流通改善委員会	日々の流通における問題の把握 取次や流通会社等、関係業者間の意思疎通を図り、早売りする小売店への是正を促す取り組みのほか、全国団体からの流通に関する情報収集と提供
広報委員会	組合員にとって有益な情報の収集と提供 組合員向けの「理事会ニュース」の発信と組合ホームページの管理運営、全国団体が発行する「全国書店新聞」への投稿
組織強化委員会	組織力強化を目指した組合への未加入事業者の加入勧奨 （地域の書店のみならず全国展開している大型書店に対しても組合への加入促進を働き掛けている）
読書推進増売委員会	小学生までの児童を対象として書籍の普及・増売を図るべく販促イベントの企画立案と実施

Q 組合の将来像や抱負を教えてください。

A 私たちが商いをしている書店業界は、急速なデジタル化の波を受けて非常に厳しい経営状況にあります。現在、政府主導で教科書のデジタル化まで検討されていますが、私たちは今こそ地域に根差した書店の役割を再構築していくことが肝要と考えます。

書店には「商い」の側面だけでなく書籍を通じて地域の文化を発信する拠点としての大きな役割があります。人が人として生きていくことのヒントや喜び、豊かな暮らしの根源が文化であり、そういった文化に対する気づきを与えてくれる「空間」こそが地域に根差した街の書店であると私たちは自負しております。コロナ禍で今までどおりの事業を行うことが難しい状況だからこそ、文字活字文化の維持・振興という社会的役割の担い手として「商い」を行っていくことが求められており、そのために街の図書館や各行政機関、関係機関と連携しながら事業を進めて参りたいと考えております。

Q 最後に組合のPRをお願いします。

A 「重々無尽」という仏教用語があります。これはあらゆることが相互に関連して物事が成り立っているという意味です。多くの本を読み解くことで知識が形成され、豊かな教養が身につく、読書の持つ優れた効果を表しているようにも思われます。

私たちは、この読書という素晴らしい文化と気づきを与える「空間」として、地域とともに文字活字文化の維持・振興に取り組んで参ります。

出版物や各種書籍のご用命は、ぜひ地域の書店にお問合せください。

CONTENTS

1 連載! 組合訪問レポート
滋賀県書店商業組合

2 Contents
目次

3 中央会つうしん
令和2年度　近江の地場産業および
近江の地場産品の振興功労者 知事表彰

4 中央会つうしん
中央会トップセミナー

5 中央会つうしん
ものづくり中小企業緊急オンラインセミナー

6 中央会つうしん
「滋賀ジョブフェア2021」開催

7 全国先進組合事例
福島県電気工事工業組合

8 景況レポート
●1月分情報連絡員報告
●全国の取りまとめ結果のトピックス

10 山本善通先生による組合税務相談室
消費税総額表示

11 森下正先生による組合活性化アドバイス
組合ブランドの構築による組合の魅力アップを

12 小峰先生によるグローバルな視点から～鳥の目・虫の目・魚の目～
鳥の目・虫の目・魚の目

13 Monthly ほっとライン
花粉症最前線

14 ご案内
大樹生命保険株式会社からのお知らせ

15 ご案内
協会けんぽ滋賀支部からのお知らせ

16 業界et cetera
●滋賀県旅館ホテル生活衛生同業組合
●草津市管工事協同組合
●滋賀県板金工業組合
●滋賀県建具協同組合

組合活性化情報
中小企業しが
NO.636
2021年
3月号

発 行　滋賀県中小企業団体中央会
〒520-0806
大津市打出浜2番1号「コラボしが21」5階
TEL.077-511-1430
FAX.077-525-5537
E-mail　info@chuokai-shiga.or.jp
皆様のご意見をお待ちしております。
印 刷　宮川印刷株式会社

・表紙写真／(公社)びわこビジターズビューロー

令和2年度　近江の地場産業および近江の地場産品の振興功労者 知事表彰

滋賀県では近江の地場産業および近江の地場産品の振興を図るため、長年にわたり近江の地場産品の振興に寄与され、その功績が特に顕著で他の模範となる個人または団体に対し、その努力と功績を讃えるため振興功労者表彰が行われました。

滋賀県商工観光労働部　モノづくり振興課では、「近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する条例」第９条に基づき2月19日㈮、大津市・滋賀県公館において振興功労者の表彰式を開催されました。

この表彰は近江の地場産業事業者および近江の地場産品製造事業者が、時代の変化に適合していくための新たな取組を促進し、地場産品及び地場産業のさらなる振興を目的として昨年度から実施されています。

第２回目となる令和２年度は、高島織物工業協同組合　前理事長　駒田勤 氏と滋賀県麻織物工業協同組合　理事　大橋富美夫 氏が受賞されました。

駒田勤 氏は、「高島ちぢみ」の地域団体商標および「颿布（はんぷ）」（高島帆布）の商標、それぞれの登録にご尽力され、商標の登録後にラベルやタグなどを作成し、ブランドの認知度向上と東南アジアを中心としたプロモーション活動の展開により、高島織物の需要拡大と販促活動に多大な貢献をされた功績が讃えられました。

大橋富美夫 氏は、平成16年に近江上布伝統工芸士となられ、地元小中学校を対象とした就業体験を通じ文化の継承に寄与されたほか、職人養成事業「おりびとプロジェクト」の発足にご尽力され、近江上布をはじめとする湖東麻織物産地の担い手人材の確保、後継者育成、技術等の伝承に多大な貢献をされた功績が讃えられました。

滋賀県では、「近江の地場産業および近江の地場産品の振興に関する条例」第９条に基づき、引き続き県内の地場産業および地場産品のブランド力向上等へ向けた取組みを推進される予定です。

表彰式の様子

高島織物工業協同組合　駒田勤 氏

滋賀県麻織物工業協同組合　大橋富美夫 氏

取材関係者も多数訪れました

中央会トップセミナー

当会では、毎年恒例となっている「中央会トップセミナー」を今年度は新型コロナウイルス感染防止の観点から録画撮影を行い、WEB配信方式にて開催しました。

今年度の「中央会トップセミナー」は、緊急事態宣言の再発令および滋賀県内においても感染者が増加している現状を鑑み、WEB配信のみによる開催に変更いたしました。

今回のセミナーでは、北村会長より開会挨拶が述べられた後、6か国語を操り国内外において企業のブランド力向上や新商品開発に実績があるハロルド・ジョージ・メイ 氏を講師にお迎えし、「百戦錬磨のプロ経営者がやさしく語るリーダーシップと育成」をテーマにご講演いただきました。

講演では冒頭、これからの日本は人口が急激に減少し、それに伴い中小企業の経営者の高齢化・後継者不足の問題がこれまで以上に顕著となる中で、社会にとって変化に対応ができない企業が存続することが厳しい時代になる可能性が高いことが述べられ、そのためには経営者が「イニシアティブ」と「熱意」を持ち、リーダーシップを発揮することが求められていると説明されました。

そして、リーダーシップを発揮し、成果をあげるためにはマーケティングにより収集した情報を適切に分析し、既成概念にとらわれない「発送の転換」を行うことが肝要だとご自身の経験に基づくエピソードを紹介するとともに、それらの取り組みの中で組織を動かすためにはリーダーがその熱意と、なぜそのように動かないといけないのか、その根拠を分かりやすく示す必要があり、そのためにもリーダーが自らの想いを自分の言葉で語ることが重要だと説明されました。

90分にわたる講演の中で、講師は演題を歩き回り身振り手振りを交えて、聞き手を飽きさせないように工夫されていたほか、人前で話しているときに「あのー」「えーと」といった無意識に出る意味のない言葉は、プレゼンテーションにおいて伝える力が弱まるため、発声しないように心がけていること、また数字は真のグローバル言語であり、数的根拠を示して説明すれば説得力が増すことなど、伝える力を高めることもリーダーにとって必要な資質であることを併せて紹介されました。

講師 ハロルド･ジョージ･メイ 氏
（新日本プロレス社長ベルトを掲げて）

北村会長による開会挨拶

講演の様子

録画撮影の様子

コロナ禍の経営課題解決を目指した ものづくり中小企業緊急オンラインセミナー

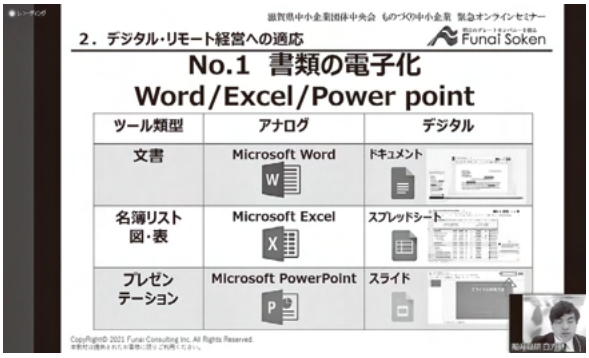
当会では、「ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金」を活用された企業を中心とした県内の中小企業・小規模事業者を対象に、ウィズコロナ時代にものづくり企業が抱える経営課題の解決を目指すセミナーをオンラインにより開催しました。

今回のセミナーは、新型コロナウイルス感染拡大により多くのものづくり中小企業にとって経営上の３大課題となっている①電子化･テレワーク､②DX（デジタルトランスフォーメーション）、③人材採用・定着について、それぞれ解決のヒントを示すことを目的に株式会社船井総合研究所から講師をお迎えし実施しました。

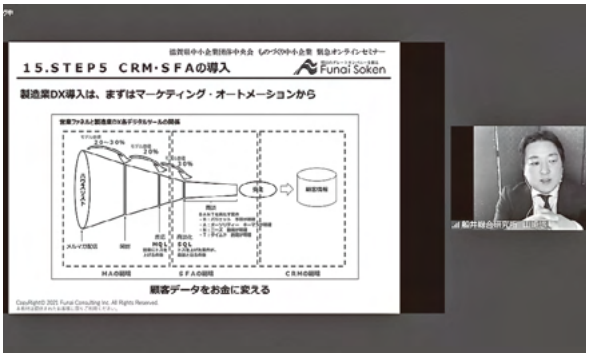
第１回目となる１月27日㈬は「ものづくり中小企業の経営層に求められる新たな適応と進化への心構え」をテーマとして講師 白方健 氏をお迎えし、今回の新型コロナウイルス感染症が経済に与えた影響についての説明と、それに伴い、テレワークを中心とした既存業務のデジタル化について種々の提案がされました。第２回目となる２月４日㈭は「ものづくり中小企業の新たなＩＴマネジメントと販路開拓」をテーマとして講師 山崎悠 氏をお迎えし、新型コロナウイルス感染症により多くの製造業が業績を悪化させている中で、業績を伸ばしている会社の共通点が紹介されるとともに、製造業がＤＸを導入する手順や製品開発におけるデザイン的思考の必要性について説明がされました。最終回となる２月17日㈬は「ものづくり企業人材の採用と定着のポイント」をテーマとして講師 外山智大 氏をお迎えし、新型コロナウイルス感染症により採用市場がどのように変化したかについての説明と、製造業ならではの自社の魅力の伝え方や採用活動のオンライン化などが提案されました。

セミナー終了後、参加者を対象として実施されたアンケートには、「今回セミナーに参加して、新型コロナウイルスに関係なくデジタル化の必要性を強く感じた。」「人材の確保や定着について製造業ならではの手法を紹介していただき大変参考になった」と前向きな声が多数寄せられました。当会では、今後も会員組合および中小企業・小規模事業者の抱える課題解決や業務効率の向上に資する研修会等を実施していく予定です。

日爪専務理事による挨拶（オンライン）



1月27日　講師 白方健 氏



2月4日　講師 山崎悠 氏

2月17日　講師 外山智大 氏

県内中小企業の人材確保支援

「滋賀ジョブフェア2021」開催

本会では、県内中小企業の人材確保と若年者の地元就職を促進する取り組みを滋賀労働局、滋賀県、滋賀経済産業協会と連携して毎年、実施しております。今年度、第2回目の取り組みとして県内中小企業と若年求職者の出会いの場を創出することを目的とした合同企業説明会を2月9日㈫に草津市・クサツエストピアホテルにて開催しました。

今回の説明会は、新型コロナウイルス感染防止策の一環として1時間ごとの3部制（求職者を完全入れ替え）で開催し、会場内の人数を制限する形で実施しました。

また、開催に先立ち、説明会で効果をあげるために、参加企業を対象とした事前説明会（採用力向上セミナー）を2月9日㈫にzoomによるオンラインで開催しました。セミナーでは、Office Heart Rock代表　野間信行 氏を講師に迎え、「欲しい人材を逃がさない！求人情報の伝え方・面接の進め方」をテーマに効果的な求人情報の伝え方や自社PRの方法など、説明会で役立つ内容についてご紹介いただきました。

説明会当日は、新型コロナウイルス感染防止のため20分ごとに企業の説明時間を区切り、求職者との接点を1回につき最大2名までとし、1時間が経過するごとに30分の休憩を設けて、その間に換気と会場内の消毒が行われました。感染対策のため制限を設けた説明会となりましたが、参加企業30社のブースでは来場した新卒・既卒を含む85名の求職者が、企業担当者の話に熱心に耳を傾ける姿が見られました。

新型コロナウイルス感染拡大により、求職者との接点が減少する採用現場では、これまで以上に人材確保が難しい状況が続いています。特に、新卒者の採用はオンラインに特化する傾向が強く、県内企業を知ってもらう取り組みが不足しています。

当会では、このような合同企業説明会の開催以外にも、県内中小企業の人材確保と若年者の地元就職を促進する取り組みを引き続き実施していく予定です。適宜、案内させていただきますので、ぜひ中央会事業をご活用ください。

会場の様子

企業担当者から説明を受ける求職者

求職者向け相談コーナー

参加企業の求人票コーナー

■全国先進組合事例

THE 組合 日本列島

全国の各都道府県中央会が毎年調査テーマを設定し、実施している「組合資料収集加工事業」により、収集・加工した全国の組合事例を紹介するコーナーです。全国の先進的な組合における様々な取り組みやそのノウハウ等について、組合事業への参考としていただければ幸いです。

カテゴリー　既存事業の延長線上での社会貢献

福島県電気工事工業組合

安全･安心に電気をつかうための調査事業

所在地	〒960-8252 福島県福島市御山字稲荷田31-2	出資金	7,100千円
設立	昭和41年６月	組合員数	710人
		主な業種	電気工事業

背景と目的

規制緩和により、電力事業者が法律に基づき実施している一般用電気工作物の調査業務について民間事業者への委託範囲が広がリ、福島県電気工事工業組合が参入を行った。

取組みの手法と内容

調査事業は東北電力からの委託事業であり、低圧の電気を使用している家庭や小規模な建設物の通電調査を行う。広域な面積を持つ福島県において隅々にまで調査を実施する必要があり、効率的な調査方法の確立と第二種電気工事士または第一種電気工事士を持つ職員の確保が必要である。

当事業を実施するにあたり、事務局責任者である専務理事とは別に、調査事業部門の常勤理事を設置し権限委譲による意思決定の迅速化を図り現場の改善を進め、計画的な定期調査と突発的に入る新規通電調査を効率的にこなすことで年々増大する委託調査を確実に実施し、東北電力からの信任を得て事業を拡大してきた。

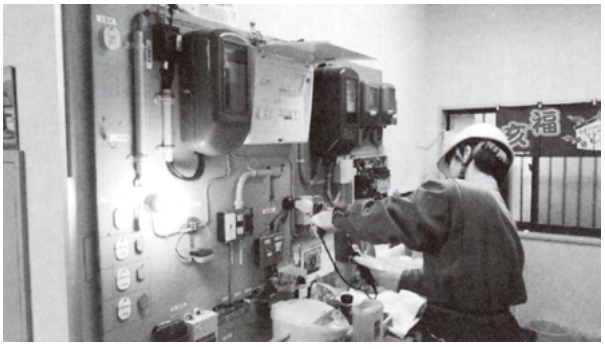
調査を実施する上での困難は、当調査が一般家庭への訪問調査であり、一般的には認知度が低い組合を認知し、当調査の内容を理解してもらうことに労力を有した。事前のアポイントと丁寧な説明を行うことにより調査に協力してもらう方法を確立してきた。

成果とその要因

委託事業である調査を実施することで得られた事業収入が組合運営の安定化につながっており、雇用も生み出している。

また、当事業は電力会社からの委託事業である以上、電力会社からの信頼を得ることが事業拡大に必要である。そのため計画された調査事業を確実に実施することと、日頃のコミュニケーションを綿密に行うことが重要視されている。

調査員研修会



調査員実務研修

POINT

現業部門の責任者として理事の配置を行い、現場での改善について権限委譲により円滑に実施することで採算ラインを確保している。

URL　http://www.chuokai-fukushima.or.jp/fkouso/

景況レポート

中小企業団体情報連絡員報告より

令和3年 1月分

前年同月比のDI値	県内 全体	県内 製造業	県内 非製造業	全国 全体	全国 製造業	全国 非製造業
業界の景況	−66.7	−66.7	−66.7	−58.0	−60.9	−55.7
売上高	−53.3	−53.3	−53.3	−55.8	−58.4	−53.6
収益状況	−56.7	−60.0	−53.3	−55.2	−58.8	−52.5

※DI（Diffusion Index）値とは、景気の動きをとらえるための指標です。（−100≦DI値≦100）
DIの計算方法…増加・好転と答えた企業の割合−減少・悪化と答えた企業の割合
【例：調査数「20」のうち好転が「4」、不変が「6」、悪化が「10」とした場合…（4−10）/20＊100＝−30】

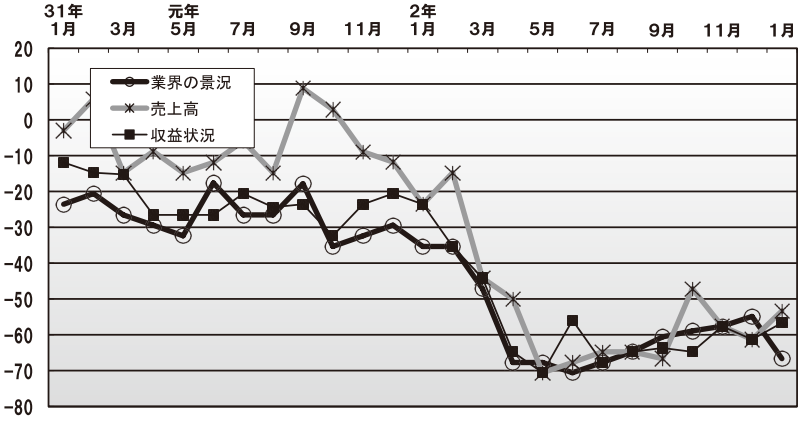
DI値が ＝30以上 ＝10以上30未満 ＝−10以上10未満 ＝−30以上−10未満 ＝−30未満

（滋賀県内の景況DI値につきましては、県内34名の情報連絡員からの回答に基づき掲載しています。）

県内の景況推移

緊急事態宣言の発出により、県内においても多くの業種で売上が伸び悩み、景況が悪化している。全国の動きに遅れて、今後3指標全てが悪化する可能性が高い。

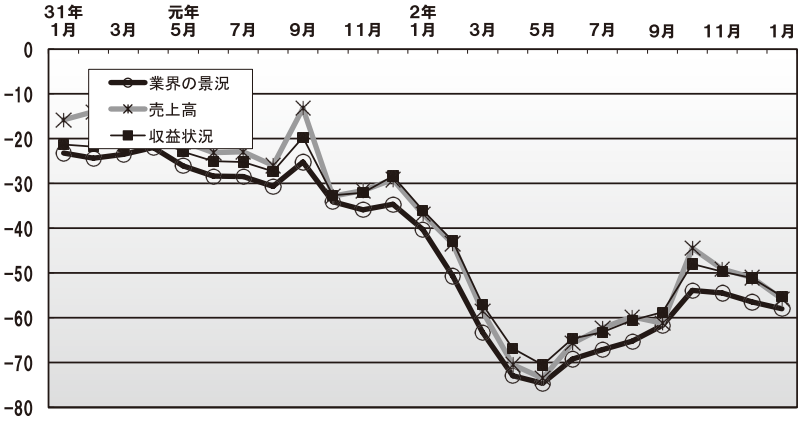
前年同月と比較した滋賀県内のDI値の推移



全国の景況推移

1月より大都市圏を中心に緊急事態宣言が発出された。発出地域に加え、それ以外の地域においても生産・消費活動が停滞することになり、3指標ともに悪化の傾向が見られる。

前年同月と比較した全国平均のDI値の推移



全国の情報連絡員からの報告のポイント

●各種Go Toキャンペーンの中断や緊急事態宣言の一部地域への再発出により、再開されつつあった経済活動が停滞し、業績の不透明感を指摘する報告も増えた。多くの業種で雇用人員の見直しや削減、給料カットについて言及する報告も見られる。

●自動車産業を中心に半導体不足の影響による減産の報告が散見され、また建設業では依然として人手不足が課題との報告も見られる。

●外出自粛等で営業活動や展示会の開催が難しく、先行きの受注を見通せないとの声も多い。一方で、ニューノーマルや業態変換への取り組みの報告も見られる。

主な報告内容

◇各種Go Toキャンペーン事業中止、緊急事態宣言再発出の影響		
●新型コロナウイルスの感染者数増加と緊急事態宣言により年始のイベント等が自粛され、厳しい状況が続いている。	福島県	食品団地
●Go Toトラベルの一時停止に続き、1月20日から県緊急事態宣言も発出され、2月末迄の延長も決まりコンビニエンスストアの利用も減り、改善の兆しはみえない。	沖縄県	パン製造業
●昨年より寒い冬のため防寒衣料が売れ、店頭在庫一掃できるはずであったが、2回目の緊急事態宣言による外出自粛のため、販売機会ロスが増えた。	愛知県	毛織物
●前回の緊急事態宣言時は受注残があったためすぐに仕事は止まらなかったが、今回は全体の着工が少ない状態で発出されたため、新規着工がほぼ止まったような感じがする。	京都府	木製品製造業
●設備投資が減少している影響がこの業界にも出てきている。	愛知県	配電盤
●展示販売会は開催されつつあるが販売につながる来客が少ない。観光はGo Toキャンペーン停止や首都圏の緊急事態宣言の影響もあり、観光需要がなく、前年比2～3割である。	石川県	漆器製造業
●1月2日恒例の振舞行事は中止、百貨店の福袋も予約制となり、例年のような賑わいの無い初売りとなった。	岩手県	商店街
●緊急事態宣言の発令をきっかけとした、外出自粛、飲食店の時短営業、テレワークにより、急激にクリーニング品が出なくなり、大変厳しい状況に追い込まれている。	東京都	クリーニング業
●緊急事態宣言の再発令が影響し、例年2月～3月の春節に伴うインバウンド需要や、国内での卒業旅行需要が見込めないため、益々厳しい状態に陥っていくことが懸念される。	岐阜県	旅館・ホテル
●Go Toトラベル一時停止の延長および11都道府県への緊急事態宣言の発表以降、1月中の旅行キャンセルが相次ぎ、例年好評の初詣プランは軒並みプラン中止となった。	岡山県	バス
◇コロナ禍における、ニューノーマル・業態変換（事業再構築）への取り組み		
●家具業界は巣ごもり需要もあってやや好調だが、製販共に二極化が進み、先行きが不透明である。ニューノーマルの生活様式における開発力・提案力が必須課題である。	香川県	家具製造業
●単に印刷を受注している事業所と、ウェブ関連部門や印刷物に企画段階から受注している事業所との格差が広がりつつある。従来から求められている業態変革への市場からの要請は、加速度的に進んでいる。	宮城県	印刷
●再度の緊急事態宣言発令により、イベントの中止、移動制約が増え、特に商業印刷系印刷会社への影響が大きい。With コロナ・ニューノーマル等の価値観の変化に備える必要がある。	兵庫県	印刷
●自動車部品関連は電気自動車化が加速する予想があり、下請け中小企業が多いので今後の業種転換が迫られる。	長野県	電子機械器具製造業
●売上は幾分回復基調にあるものの、元に戻るには相当の時間がかかりそうである。今後は経営健全化に向けたサプライチェーンの再構築が必要と思われる。	茨城県	自動車部品製造業

組合税務相談室

ちょっと教えてQ&A

税理士 山本 善通 氏

Question 消費税総額表示

消費税の総額表示義務が令和３年４月１日より始まると聞いたのですが、概要と留意点、そして具体的な表示方法について例示して教えて下さい。

Answer

【概要】

令和３年度の税制改正ではありませんが、一般消費者を対象とした消費税の価格表示について、これまで誤認防止措置を条件に税抜価格のみの表示を認めていた特例の期限が到来し、４月１日からは、原則として商品等の価格は消費税等を含んだ総額（税込価格）で表示しなければなりません。

消費税法第63条（抜粋）

事業者は、不特定かつ多数の者に課税資産の譲渡等を行う場合（専ら他の事業者に課税資産の譲渡等を行う場合を除く。）において、あらかじめ課税資産の譲渡等に係る資産又は役務の価格を表示するときは、当該資産又は役務に係る消費税額及び地方消費税額の合計額に相当する額を含めた価格を表示しなければならない。

（総額表示の意義について）

「総額表示」とは、消費者に商品の販売やサービスの提供を行う課税事業者が、値札やチラシなどにおいて、あらかじめその取引価格を表示する際に、消費税額（地方消費税額を含みます。）を含めた価格を表示することをいいます。

（総額表示の目的）

総額表示の義務付けは、それまで主流であった『税抜価格表示』はレジで請求されるまで最終的にいくら支払えばいいのか分かりにくく、また、同一の商品・サービスでありながら「税抜表示」のお店と「税込表示」のお店が混在しているため価格の比較がしづらいといったことを踏まえ、事前に、「消費税額を含む価格」を一目で分かるようにするものであります。

例えば、次に掲げるような表示が「総額表示」に該当します（例示の取引は標準税率10%が適用されるものとして記載しています。）。

11,000円
11,000円（税込）
11,000円（税抜価格10,000円）
11,000円（うち消費税額等1,000円）
11,000円（税抜価格10,000円、消費税額等1,000円）

[ポイント]

支払総額である「11,000円」さえ表示されていればよく、「消費税額等」や「税抜価格」が表示されていても構いません。

例えば、「10,000円（税込11,000円）」とされた表示も、消費税額を含んだ価格が明瞭に表示されていれば、「総額表示」に該当します。

なお、総額表示に伴い税込価格の設定を行う場合において、１円未満の端数が生じるときには、その端数を四捨五入、切捨て又は切上げのいずれの方法により処理しても差し支えありません。

【留意点】

消費者に対して、商品の販売、役務の提供などを行う場合、いわゆる小売段階の価格表示をするときには総額表示が義務付けられます。

事業者間での取引は総額表示義務の対象とはなりませんので留意して下さい。

森下 正 先生による

組合活性化アドバイス

明治大学政治経済学 教授
森下　正 氏

組合ブランドの構築による組合の魅力アップを

経済のグローバル化や高速交通網の整備、ネット社会の到来などによる市場拡大は、中小企業と組合にとって、ビジネスチャンスの増大だけを意味するものではない。逆に、競合の出現で価格競争が生じる。特に、製品・サービスの品質に大きな違いがなく、同じレベルになると価格低下圧力が高まる。いわゆる製品・サービスのコモディティ化である。さらにネット社会の到来で、同一製品・サービスの価格による比較が容易な今、価格低下圧力への対抗措置をとる必要性は高まっている。それは、差別化による販売価格の維持や値上げを実現しない限り、不毛な競争からの脱却は難しい。また、組合の組合員に対する魅力アップは、新たな組合員の加入促進にも繋がる。以上のことへの対応策として、ブランド戦略がある。そこで、ブランド戦略を成功させるための考え方と手法を理解しておく必要がある。

まず、元来ブランドとは、牧場主が自分と他者の家畜を区別するために、家畜に焼印を入れたことが発端となった。それが後に、商標や銘柄を示すようになった。しかし、今日ではブランドが製品やサービスの名前を伝達し、自社と他社の製品やサービスを区別するという単純な役割を超えた存在となっている。また、単なる販売促進とも異なる。

したがって、ブランド戦略を展開していく際、消費者（ユーザー）とブランドの提供者にとって、ブランドが有する意味、目的、方向性などの独自性を理解できるようにすることが求められる。そのためには、ブランド戦略を製品・サービスの側面と組織（企業、組合等、地域）の側面に分けて考えるとわかりやすい。

まず、製品・サービスの側面は、その分野、属性、品質・価値、用途、ターゲット顧客、産地などからなる。第１に分野は、ブランドと製品・サービスを結びつける独自性のことで、ブランド認知に限っていえば、ある製品やサービスをあげた時（マヨネーズといえばキューピューなど）、特定ブランドを思い出すことができることである。第２に属性は、製品・サービスが消費者（ユーザー）に購入され、使用される際に機能や満足感などを提供できることである。第３に品質・価値は、競争相手との差別化にとって必須の独自性で、品質が価値を生み出し、価値は価格によって明示される。第４に用途は、製品・サービスが有する特別な機能からもたらされる。第5にターゲット顧客は、消費者（ユーザー）を、そのタイプ（ターゲット）毎に絞り込み、タイプ毎にブランドを位置づけて独自性を発揮することである。

次に、組織の側面は、企業ブランド、組合ブランド、地域ブランドなど、組織やエリアが有する独自性を消費者（ユーザー）にイメージさせるものである。また、組織は人間によって構成されるため、その独自性は製品やサービスよりも模倣されにくい。したがって、組織ブランドは、製品・サービスのブランドを強化する独自性といってよい。第１に組織の属性は、①従業員（組合等は組合員や会員など）、②企業文化（企業や組合理念など）と企業価値（組合の価値や魅力）、③生産・販売活動によって創造される独自性である。第２にエリアの範囲は、①地域限定のブランド、②全国区のブランド、③グローバル・ブランドしての認知と独自性を確立するために設定する。

以上のような製品・サービスと組織の側面における諸要素の組合せで、消費者（ユーザー）に対して、長期にわたって製品やサービスが売れるようにしていく活動、いわゆるブランドロイヤリティを高める取組（ロングセラー製品やサービスの創造）が続く。と同時に、その提供者である組織に携わる人間の参画・勤労の意欲向上のみならず、組織への期待や誇りを高めることにも繋げていく。

例えば新潟県では、地元の米、魚介類、酒などの域内外に対する訴求力が乏しかった。また2004年の中越地震後の入れ込み観光客数の減少が加わって、寿司の消費が落ち込んでいた。そこでN同業組合は、首都圏の消費者をターゲットとした新潟の食材を活用し、手頃な値段で販売できる寿司商品を開発した。またN漁協と連携し、N漁協は未利用魚による魚醤油の開発を、N同業組合はその魚醤油を活用した料理と加工品を開発した。この取組は、10年に地域資源活用促進支援法の認定を受け、開発した寿司商品と魚醤油の組合せによるプロモーション活動を展開した。その結果、計画を上回る売上増を達成した。さらにN同業組合はＪＲとの連携で、開発した寿司商品をセットにしたパック旅行の販売が現在も続いている。

同組合の取組は、製品・サービスの新潟という属性に基づき、特上寿司を手頃な値段で提供することで差別化を図った。新潟の魚介にこだわった高い品質・価値で、消費者に購入しやすい料金体系としたことから独自性が生み出された。また、首都圏の消費者をターゲットとすることから、ＪＲとの連携でパック旅行を通年販売し、ビジネス客と観光客の需要に対応したことも、独自性の発揮に繋がった。しかし、全ての組合員からこの事業に対する満足の獲得や同組合のＨＰへの情報提供を得るにまでは至ってはいない。とはいえ、地域限定ブランドとしての訴求力向上が実現できた。また新型コロナ禍でも、全国すしの日に謝恩すし祭りを開催するなど、組合と組合員による積極的な活動が展開されている。組合員による組合への期待や誇りも高まったはずである。

この事例にあるように、組合外に対するブランド力、つまり消費者やユーザー向けの訴求力と認知力の向上に繋がるキラーコンテンツを保有することが、翻って組合員による組合事業の魅力増進にもなった。現在、新型コロナの影響で経済活動が規制され、消費が冷え込んでいる今こそ、自組合の魅力を改めて再確認、再発見し、それを組合内外に対してわかりやすく、記憶に留める形で再発信していくことが求められるのである。

グローバルな視点から!
―鳥の目・虫の目・魚の目―

KJグローカル経営事務所
代表・中小企業診断士
小峰　潤 氏

今回のテーマ　**鳥の目・虫の目・魚の目**

■これまでの振り返り

約２年に亘り執筆させていただきました当稿も今回が最後になります。改めてこれまでの約20回に亘る執筆テーマを振り返りたいと思います。執筆開始当初は、「人手不足」、「外国人材受け入れ」、「海外への渡航」、「インバウンド客への対応」などが世の中の関心事であったと記憶しています。その流れが少し変わり始めたのが2020年２月ぐらいではなかったでしょうか。新型コロナウイルスの感染が国内外にも広がりはじめ、多くの人々が「自分たちの問題」として少しずつ捉え始めました。しかしこの時点では、「収束時期は本当にそんなに先なのか」と専門家の意見に疑いを持っている人も多かったように思われます。米国人ジャーナリストのトーマス・フリードマン氏の「コロナ前（BC：Before Corona）とコロナ後（AC：After Corona）で世界は大きく変わる」という言葉を当稿でご紹介したのはちょうどこの頃です。この当時、私の周りの人々もピンときていないようでしたが、次第に周囲の雰囲気が変わり始め、今では「ポストコロナ」という言葉を見聞きしない日はないまでになっています。

約２年に亘る執筆テーマでは、「ビジネスモデル」、「輸出関係」、「労務関係」、「外国人観光客」などについてグローバルな視点から述べさせていただきました。今回の最終回はサブタイトルにもしていました「鳥の目・虫の目・魚の目」について書きたいと思います。

① インバウンド	⑫「現状」と「コロナ後」の世界
② 食品の海外輸出	⑬ グローバル化の新たな特性
③ 人手不足と組織	⑭ 新たなアイデアの発想法
④ AI時代の組織運営	⑮ ビジネスにおける「適切な距離」
⑤ 商品/サービス価値の向上	⑯「探索」と「深化」
⑥ 持続可能な開発目標(SDGs)	⑰ 米国大統領選挙
⑦ 多民族国家『シンガポール』	⑱「モノの流れ」の管理方法
⑧ 国・地域による嗜好の違い	⑲「東方見聞録」から視る現代
⑨ 訪日外国人対応	⑳ オンラインは万能か？
⑩ バタフライ効果	㉑ 自己開示とフィードバック
⑪ ビジネスモデル	㉒ 鳥の目・虫の目・魚の目

【図表①】「過去の執筆テーマ一覧」

■それぞれの視点について

改めて、３つの視点について説明したいと思います。まず１つ目の「鳥の目」。言うまでもなく、鳥は我々人間とは異なり、大空を自由に羽ばたきます。ドローンによる映像のように、陸上からは得られない「物事を全体から捉える視点」が鳥の目なのです。将棋棋士である羽生善治氏は、勝負に勝つには理論や理屈だけではなく、「大局観による全体像の把握が重要」だと述べています。この「大局観」も鳥の目の視点からの発想と言えるでしょう。

物事を全体から捉える視点
(鳥瞰図)

【図表②】「鳥の目」の視点

次に２つ目の視点は「虫の目」。昆虫などの節足動物の多くは、ほぼ360度の視野で動きを機敏に検知できる「複眼（ふくがん）」を持っています。その特性にちなんで「物事の詳細を様々な角度から分析する視点」として「虫の目」があります。よく「３現主義（現場・現物・現実）が大事だ」、「勝負の神は細部に宿る」などと言われますが、これらも虫の目の視点と重なる言葉です。

物事の詳細を様々な角度から分析する視点

【図表③】「虫の目」の視点

最後に３つ目の視点として「魚の目」があります。厳しい自然である海や川で生活する魚は、潮の満ち引きや激しい流れを常に感じ取らなくては生きていけません。この魚の目は「物事を『流れ』で捉える視点」であり、昨今のような外部環境やトレンドの変化が速い時代においては必須の視点であると言えます。時々、「どのようにすれば、魚の目の視点が身に付きますか」というご相談を中小企業の経営者の方からいただきますが、その際にご紹介している１つのテレビ番組があります。それは以前にもご紹介したNHK（BS・総合等）で放送されている「駅ピアノ・空港ピアノ・街角ピアノ」。世界の駅・空港などに置かれた「自由に弾けるピアノ」に立ち寄った一般人が好きな曲を演奏するシーンが定点カメラで撮影されます。興味深いのは、演奏する一般人が「自分の生い立ち」や「なぜその曲を弾けるのか」、「なぜ今この場所にいるのか」、そして「これからどこに行くつもりなのか」について演奏前後に自ら語る点です。その数分間に、演奏者の人生の流れ（過去→現在→未来）が極めてコンパクトに視聴者に伝わっているのです。参考になりますので、ご興味のある方は一度ご覧になっては如何でしょうか。

物事を流れで捉える視点

【図表④】「魚の目」の視点

■これからの時代

前述のように、この2年弱の間にも我々を取り巻く世界は大きく変わりました。この「不確実性が高い時代」は今後も続くでしょう。今回改めてご紹介しました「3つの視点（鳥の目・虫の目・魚の目）」を常に意識しながら、変化の激しい時代を乗り越えていただければと思います。皆さんの組織の更なるご発展を祈願しております。同名（「グローバルな視点から!」）の無料メルマガを毎月配信しています。ご希望の方はE-mail：management@kj-glocal.comまで。

Monthly! ほっとライン

第128回

花粉症最前線

今年も花粉症のシーズンがやってきました。花粉症の治療は新型コロナウイルス感染対策として実はとても大切なのです。そこで今回のほっとラインでは、新型コロナウイルス感染症流行中の花粉症対策についてご紹介します。

現在日本での花粉症の人数は、はっきりとは分かりませんが、国民のおおよそ20%と言われていて、この数字は年々増加しています。

花粉症とひと言で言っても、原因となる植物は日本では約50種類以上が報告されています。とはいえ日本国土の内12%もスギ林が占めていますので、やはり花粉症といえばスギ花粉、花粉症の原因の約70%がスギ花粉となっています。

「花粉症の重症度をチェック」

花粉症の治療には、主に点眼、点鼻、服薬などがあります。症状や生活習慣によって自分に合った治療方法を決定すると良いでしょう。病院で治療を受ける場合は、医師と十分に相談して決定しますが、その際、重症度を見極めるために症状について確認しますので、くしゃみ発作の回数、鼻水や鼻づまりの状態をきちんと医師に伝えられるようにしておきましょう。

また、根治療法として、アレルギーの原因となる花粉の抽出液を注射する方法がありますが、治療が数年にわたること、通院回数が多くなることなど、点眼や服薬に比べてやや負担が大きくなります。しかし、約6割の人が全く花粉症の症状がなくなります。現在舌下に含むタイプの根治療法も実用化を目指している段階ですので、今後は大きな負担なく花粉症が治癒することも可能になるかもしれません。花粉症については、民間療法も多く存在します。お茶、飴、サプリメントにジュースなどなど…「少しでも楽になりたい！」という切実な思いが表れているようです。

通常の治療に対する効果が十分に得られない患者さんが、民間療法を求める傾向があるようですが、残念ながらその有効性の確認には検討の積み重ねが必要な段階です。

●民間療法の患者さん自身の評価

	効果有	効果無	不　明
漢方	50%	35%	15%
甜茶	14%	51%	35%
鼻スチーム療法	46%	44%	10%
鼻洗浄療法	46%	54%	0%
クロレラ	8%	44%	48%
ハリ	44%	44%	11%
花粉グミ	29%	64%	7%
シソジュース	18%	36%	45%
シジュウム茶	40%	40%	20%

出典：厚生労働省　花粉症の民間療法について（千葉大学大学院医学研究院耳鼻咽喉科　岡本美孝）

「花粉症のセルフケア」

日常生活でも花粉症の症状を和らげることはできます。以下の点に気をつけて、つらい花粉症の時期を乗り切りましょう！

■毛織物などのコートは避ける（表面に花粉が付着しやすい）。
■外出時にはマスク、メガネ、つばのある帽子などを使う。

●鼻の中と眼に入る花粉数ー実験的なマスク、メガネの効果

	鼻の中の花粉数	結膜の上の花粉数
マスクなし メガネなし	1,848個	791個
通常のマスク 通常のメガネ	537個	460個
花粉症用マスク 花粉症用メガネ	304個	280個

出典：平成22年度厚生労働科学研究補助金免疫アレルギー疾患予防・治療研究事業　的確な花粉症の治療のために　P13（日本医科大学耳鼻咽喉科　大久保公裕）

「まとめ」

■飛散の多い時は外出を控え、窓や戸を閉めておく。
■外出したら、家に入る前に上着をよくはたいて花粉を落とす。
■帰宅後はうがい、手洗い、洗顔をする。
■粘膜を傷つけるため、タバコ、過度の飲酒、精神的ストレスは避ける。
■洗濯物や布団は部屋干しか、外に干す場合はとりこむ時によくはたいて花粉を落とす。
■家の中をよく掃除する。
■バランスの取れた食事を摂る。

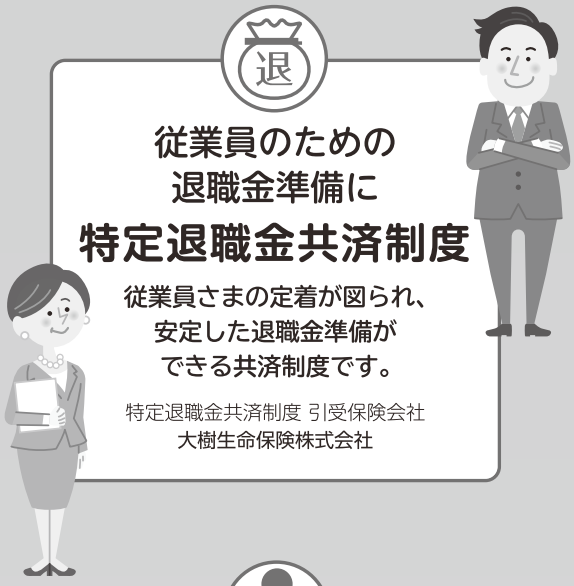
上記情報は全国健康保険協会のホームページから引用しております。

詳細に関しましては、全国健康保険協会ホームページのご確認をお願いします。

全国健康保険協会（本部）
〒102-8575 東京都千代田区九段北4-2-1　市ヶ谷東急ビル9F
TEL：03-5212-8211【全国健康保険協会ホームページ】http://www.kyoukaikenpo.or.jp/

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。

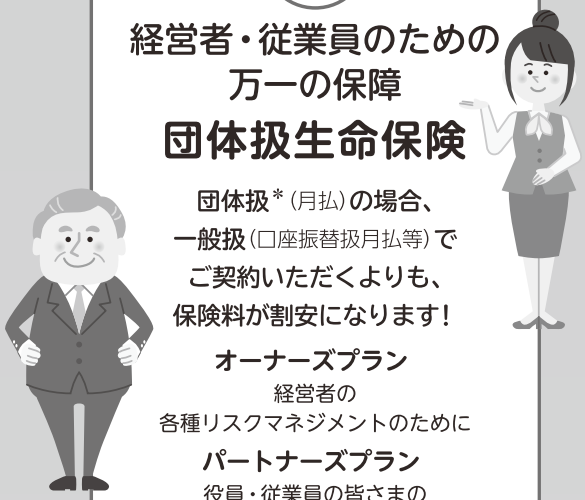
BESTパートナー
大樹生命



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
大樹生命保険株式会社



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（口座振替扱月払等）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
各種リスクマネジメントのために

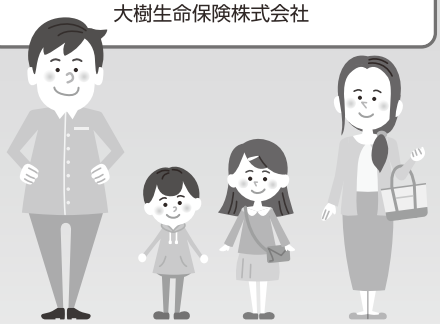
パートナーズプラン
役員・従業員の皆さまの
保障準備をサポート

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

業務災害補償保険 取扱代理店
大樹生命保険株式会社



＊ 団体扱とは、滋賀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」および滋賀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。

大樹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。

大樹生命保険株式会社　滋賀支社

〒520-0047 滋賀県大津市浜大津2-1-35 OSD浜大津ビル3F　TEL：077-524-0513
https://www.taiju-life.co.jp/

近江八幡営業部 TEL:0748-41-2712　**大津営業部** TEL:077-522-5864
草津営業部 TEL:077-562-1058　**彦根営業部** TEL:0749-22-1710

大樹 -KB-2019-1064（損保） B-2020-101（2020.4）
B-2020-1009（2020.4） 使用期限 2021.3.31

協会けんぽ滋賀支部からのお知らせ

協会けんぽの加入者・事業主の皆さまへ

協会けんぽの令和3年度 健康保険料率をお知らせします。

滋賀支部の保険料率は「引下げ」となります。

＊任意継続被保険者の方は、令和3年4月分からとなります。

＊40歳から64歳までの方（介護保険第2号被保険者）には、これに全国一律の介護保険料率(1.79%から1.80%に変更)が加わります。

給与・賞与の **9.79%** 令和3年2月分（3月納付分）まで

→

給与・賞与の **9.78%** 令和3年3月分（4月納付分）から

加入者の皆さまの医療と健康を支えるため、このようなご負担につきまして、何とぞご理解をいただきますようお願い申し上げます。

お問い合わせはこちらまで

TEL 077-522-1099

受付時間／平日8:30～17:15

全国健康保険協会 滋賀支部

〒520-8513滋賀県大津市梅林1-3-10 滋賀ビル3F

ホームページからもご覧いただけます。

協会けんぽ 滋賀 検索

https://www.kyoukaikenpo.or.jp/shibu/shiga/

※協会けんぽ以外の保険者（健康保険組合等）にご加入の方の保険料等については、それぞれの加入する保険者へお問い合わせください。

インセンティブ制度

皆様の取り組みで保険料率が変わる！

詳しくはこちら

平成30年度から「インセンティブ（報奨金）制度」がスタートしました。この制度は、47都道府県ごとの加入者および事業主の皆様の取り組みを健康保険料率に反映させる制度です。

5つの指標と皆様にお願いしたいこと

滋賀支部は総合4位！

1 特定健診等の実施率　全国順位 11位

加入者の皆様⇒協会けんぽの健診を毎年必ず受診してください。

○お勤めの方は→**「生活習慣病予防健診」**

○ご家族の方は→**「特定健診」**

事業主様⇒協会けんぽの健診以外（事業者健診）を実施の事業所は**健診結果データを協会けんぽへ提供してください。**（40歳以上の協会けんぽ加入者分に限る）

2 特定保健指導の実施率　全国順位 13位

特定保健指導は主に保健師等が事業所訪問し実施します。事業所で特定保健指導を受けられるよう環境整備にご協力ください。

3 特定保健指導対象者の減少率　全国順位 1位

特定保健指導の対象にならないように、日頃から健康づくりを心がけましょう。

4 要治療者の医療機関受診率　全国順位 31位

事業主様は、従業員の健診結果を把握し、血圧又は血糖値の項目で「要治療者(再検査含む)」の判定を受けた方に対し、医療機関への受診を促してください。

5 ジェネリック医薬品の使用割合　全国順位 20位

ジェネリック医薬品を希望する旨を医師や薬剤師に伝えましょう。

※全国順位は令和元年度実績に基づいた滋賀支部の全国順位です。

全国健康保険協会 滋賀支部
協会けんぽ

コロナ禍での宿泊業の在り方を学ぶ組合研修会　開催

滋賀県旅館ホテル生活衛生同業組合

滋賀県旅館ホテル生活衛生同業組合（理事長 前川為夫 氏）では、2月4日㈭、草津市・クサツエストピアホテルにおいて、コロナ禍で厳しい経営環境にある宿泊業が新たな活路を見いだすための研修会を開催されました。

この研修会では、株式会社南紀白浜エアポート 代表取締役社長 岡田信一郎 氏を講師にお迎えし、「空港型地方創生」をコンセプトに掲げ、地域の活性化と空港事業再生に取り組む同社の活動が紹介されました。和歌山県では、災害用のWi-Fiを観光用に使用し、使用されていない保養所を県がワーケーション施設として買い上げるなど、官民一体となった取り組みがビジネス客の誘致につながっており、観光産業の活性化が人口減少や所得水準の低さといった地域の課題にも良い影響を与えていることが説明されました。研修会終了後は、多くの参加者から質問が寄せられるなど組合員の興味の高さが伺い知れる研修となりました。

理事長 前川為夫 氏

研修会の様子

経営基盤の安定に向けて『事業継続力強化計画認定制度研修会』開催

草津市管工事協同組合

草津市管工事協同組合（理事長 武元港 氏）では、2月5日㈮、草津市・組合会議室において、事業継続力強化計画認定制度に関する研修会を開催しました。

事業継続力強化計画認定制度とは、災害時における中小企業の事業継続やサプライチェーンの維持強化を目指して国が設けた認定制度であり、認定企業については、低利融資や信用保証枠の拡大等金融支援、ものづくり補助金等の加点項目などの優遇策が設けられています。

組合では、中小企業診断士　北村信之 氏を講師にお迎えし、今回を含めて合計3回の研修会を開催し、事業継続力強化計画認定制度の概要と組合員事業における認定の必要性について理解を深めました。最終的に組合員2社が先行して申請を行い、他の組合員についても社内の体制を整えて申請を行いたいと意向が示されました。組合では今後も引き続き、組合員の経営力の向上に資する研修会等を開催される予定です。

研修会の様子

講師 北村信之 氏

オンライン環境の推進に向けて 組合主催リモート研修会 開催

滋賀県板金工業組合

滋賀県板金工業組合（理事長　山極義廣 氏）では、２月24日㈬、大津市・組合事務所において、「アフターコロナを生き抜く３つの思考・職場の環境整備」をテーマに、参加者数を制限した会場参加とzoomによるオンライン参加のハイブリッド形式で研修会を開催されました。

研修では、株式会社HONKI　久保田暁 氏を講師にお迎えし、セミナーテーマである３つの思考（論理的思考・デザイン思考・仮説思考）を理解し、問題に対して状況に合わせた解決方法が選択できるようになることを目指したほか、安全で事故や怪我のない職場を実現するため整理・整頓・清掃の３Ｓ定義の再確認を行い、組合員業務の安全性向上に努めました。

組合では、新型コロナウイルスの影響により、事業の自粛や役員会の開催数の減少を余儀なくされています。今回の取り組みを機に組合全体のオンラインスキル向上と感染症に影響されない組合運営の実現を目指されます。

講師 久保田暁 氏

研修会の様子

オーダーメイド建具の魅力について デザイン集･PRチラシを活用した営業活動

滋賀県建具協同組合

滋賀県建具協同組合（理事長　頓宮正也 氏）では、職人の技によって生み出されるオーダーメイド建具の良さを知ってもらおうと組合員が手掛けた門や戸、障子などの作品を集めたデザイン集（おうみ第二集）に引き続き、販売促進を目的としたＰＲチラシを作成されました。

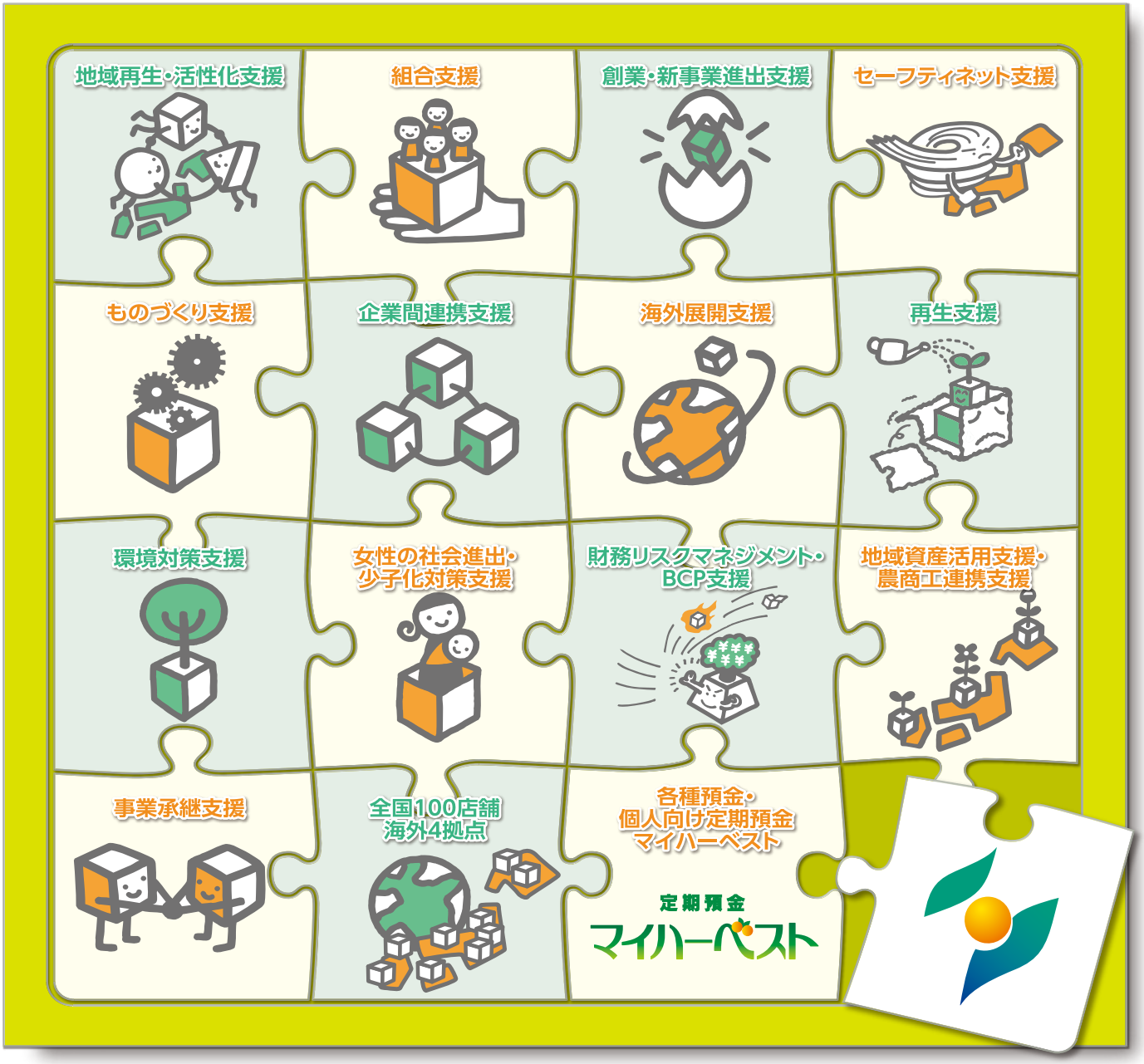
この取り組みは、新型コロナウィルス感染拡大の影響を受けて、在宅勤務などにより自宅で過ごす時間が増えつつある中、オーダーメイド建具で住まいを快適な空間にしてもらおうと消費者に向けて提案するもので、デザイン性の高い建具をインテリアとして使用してもらうだけでなく、「無双窓」など戸を開けたままで通風できる建具や抗菌仕様のドアノブなど新しい生活様式を機能性の高いオーダーメイド建具で実現させるものです。

組合では、作成したデザイン集やＰＲチラシを活用して住まいの感染症対策を含め、消費者の視覚に訴える営業活動を展開していく予定です。

デザイン集にも収録されている美しい建具

PRチラシ（左）・デザイン集（右）

商工中金は、幅広いサービスで
中小企業と地域の未来を支えます。



商工中金は、国とともに、中小企業をサポートする公的金融機関です。
お客さまとともに、地域活性化に全国で取り組んでいます。

大津支店 077(522)6791
〒520-0047 大津市浜大津1-2-22

彦根支店 0749(24)3831
〒522-0073 彦根市旭町9-3

人を思う。未来を思う。
商工中金