



ご回覧ください。

新潟県生産性本部会報

発行:新潟県生産性本部 会長 森 邦雄

No.4 春号

2021 / 4

NPC NEWS

明日に向かって



2021 公開研修を開催します! 是非ご参加くださいますようお願いいたします!!

5月19日(水) *1日コース	若手社員ビジネス能力向上研修 ～主体性を発揮し活躍するビジネスパーソンをめざします～	ミワアシスタンス 人財育成アドバイザー 近藤 美和 氏
6月15日(火) 7月 8日(木) *連続しない2日	主任・係長基礎コース ～フォロワーとして上を支え、リーダーとして下を引っ張れる中核人材へ!～	日本生産性本部 人材開発アドバイザー 栗林 裕也 氏
6月23日(水) *1日コース	メンタルヘルス&ハラスメント講座 ～コロナ禍のメンタルヘルス対策:早期対処と未然防止～	日本生産性本部メンタル・ヘルス研究所 主席アドバイザー 飯田進一郎氏
7月14日(水) *1日コース	コーチング・メンタリング・OJT 実践コース ～部下の能力を最大に育み引き出す～	㈱総合教育研究所 取締役会長 幸援家 石橋 正利 氏
7月29日(木) *1日コース	女性の活躍が会社成長のカギ「女性活躍促進」セミナー ～保有能力を発揮能力に変え、組織の成果に結びつける～	㈱エム・エスオフィス 石丸 歩 氏
8月25日(水) *1日コース	自分が起こしたエラーから学ぶ _ ヒューマンエラー対策 ～それって本当にヒューマンエラーですか?～	バリュー・プロダクツ 代表 三宮 直人 氏
9月16日(木) 10月14日(木) *連続しない2日	管理職基礎コース ～持続的に職場の目標を達成するためのマインド力強化へ!～	日本生産性本部 人材開発アドバイザー 栗林 裕也 氏
10月6日(水) *1日コース	接遇の心得とマナー ～人の心に処する力を磨く～	㈱マナーズ 代表取締役 山田 節子 氏
10月21日(水) *1日コース	簿記経験のない方でも理解できる決算書の読み方・活かし方 ～取引金融機関は決算書をどう見ているのかを元銀行マンが伝授～	パートナーズコンサルティング 代表 江部 誠一 氏
11月2日(火) *1日コース	わかりやすい! 説得力がある! 表現力向上セミナー ～社内文書の作成や説明をするチカラを段違いに向上させる1DAY 特訓!! ～	日本生産性本部 人材開発アドバイザー 栗林 裕也 氏
11月11日(木) *半日コース	無駄を省くスマートコミュニケーション術 ～スッキリ & 明快な会話で職場を活性化～	(元 NST 新潟総合テレビ アナウンサー) 菊野 麻子 氏
11月18日(木) *半日コース	With コロナ時代のサバイバーになる! ～コンプライアンスとデジタルトランスフォーメーション～	IPS コンサルティング 代表 赤塚 浩一 氏

★1日以上以上のコースは選べるランチ付(希望制)、全コースペットボトルお茶1本付! 受講料金割引制度有! 駐車場サービス有!
※詳しくはホームページをご覧ください。

contents

P2-P3 第4回 リレーエッセイ

『地域産業にこそ「やる気」を高めるしくみがある』

大手前大学総合文学部 准教授 森元 伸枝

P4 会員企業紹介 株式会社タカヨシ

(表紙写真:胎内市のチューリップー 関谷撮影)

新潟市中央区新光町7番地2 新潟県商工会館4階 ※新潟県庁近く



電話 025-290-7127 FAX 025-290-7821

NIIGATA-KEN PRODUCTIVITY CENTER

ホームページ QRコード

<https://www.n-seisanseihonbu.com>



■ 第 4 回 エッセイ

『地域産業にこそ「やる気」を高めるしくみがある』

大手前大学 総合文化学部 准教授 森元 伸枝

1 年以上続いているコロナ禍で、中小企業の経営悪化は計り知れない。

中小企業の約 70%がコロナ前の 2019 年の売上 30%減であり¹、全国の中小企業の 70%ほどが今後も売り上げ減少が続く見通しだとしている²。

とはいえ、「巣ごもり需要」で堅調だった企業も意外とある。神戸の街の洋菓子店舗³もその一つである。

神戸の洋菓子業界⁴には、2000 年代前半頃まで神戸ブランドに惹かれて、独立開業を夢見る若者たちが修行にやってきて、神戸で独立開業してきた。おかげで、神戸の洋菓子の街として、雑誌や TV に取り上げられてきた。

「洋菓子の街 神戸」の店舗密度

市	企業数(軒)	人口(人)	人口 (万人)	人口1万人 当たりの企 業数(軒)
洋菓子の街	328	2,103,424	210.3	1.56
神戸市	242	1,520,528	152	1.59
芦屋市	19	95,559	9.6	1.98
西宮市	67	487,337	48.7	1.38
名古屋市	256	2,327,440	233	1.10
横浜市	235	3,748,386	375	0.63

■神戸と同規模の人口を持つ名古屋や約 1.78 倍の人口を持つ横浜と比較した場合、神戸は人口 1 万人当たりの店舗数は、名古屋の約 1.4 倍、横浜の約 2.5 倍と、神戸の店舗密度が高いことがわかる。

しかし、神戸はご存知のように、1995 年の阪神淡路大震災の未曾有の被害にあっている。また、神戸だけの問題ではないが、2009 年はコンビニスイーツ元年といわれ、ケーキのような生洋菓子を専門店に引けを取らない高品質でありながら値ごろ価格で販売を始めた。街の洋菓子店舗とコンビニ（スイーツ）のパイの奪い合い（顧客の奪い合い）がはじまった。時を同じくして、ブラック企業問題は、昔ながらの疑似家族的 OJT ができなくなった。

今回のコロナ禍においても堅調な企業は、そうした度重なる課題にうまく対応してきた、つまり、危機管理能力を高めてきたからである。

¹ コロナ禍で経営が悪化した従業員数 100 名以下の中小企業の経営者を対象に、「コロナショックによる資金調達」に関する調査を実施した株式会社社長のきもち（本社所在地：東京都新宿区、代表取締役：大森 俊一）による調査データより
(<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/0000000003.000059919.html>)

² NHK「全国の中小企業 7 割が “今後も売り上げの減少続く”」（2020 年 10 月 9 日 18 時 36 分発信）
(<https://www3.nhk.or.jp/news/html/20201009/k10012656501000.html>)

³ 神戸の洋菓子産業は、メディアや TV にしばしば取り上げられ、神戸は「洋菓子の街」といわれている。この神戸であるが、駅名や行政区画名ではない。洋菓子店舗が集積している阪神間を指すが、あえて、良く知られている「神戸」を用いている。

⁴ 神戸の洋菓子業界は、明治の開港を端とした 150 年以上の歴史を持っている。歴史的背景や地理的背景により、神戸には多くの洋菓子企業がある。戦後の高度経済成長期以降、百貨店を販路にしたことで、ユーハイムやゴンチャロフ、神戸風月堂をはじめ、エーデルワイス、アンリ・シャルパンティエ（現シュゼット）は全国的に知られるようになった。一方、地域密着型の店舗が集積している。

例えば、神戸の洋菓子店舗のあるオーナーパティシエ（店舗経営を行っている洋菓子職人）は、時代の変化に合わせて 2000 年以降、洋生菓子のアイテム数を 30 近くあったものからデータ収集し、商品開発し、完売できる定番商品 7 アイテムに絞った。代わりに日持ちのするネット通販の割合を増やし、パッケージなど見た目勝負ができるものを増やした。また、弟子には、希望があれば自分が持っている異業種ネットワークを利用し、パッケージデザイン、ネット通販運営、原材料となる農産物関連などの人たちに積極的に関わらせ、本当に自分はオーナーパティシエが適職なのかを確認させるチャンスを与えている。

こうした、危機対応は、日々の活動の中で危機管理能力を高める積み重ねによるものである。

2021 年のラグビー大学選手権で優勝した天理大学の小松節夫監督は、約 20 年かけて「天理ラグビー」を導いてきた。小さなチームを強い勝てるチームにするために、彼が選手たちに求めてきたのは、危機管理能力である。セオリーを無視しても危ない場所を埋められるチームになるよう、リアクションスピードを『クセ』づけることが必要だと言っている。そのためには、たくさんの約束事を守り、無駄のない動きをし、ミスを最小限にするといった、きめ細かいところにこだわらなければならない。普段の練習から、そのことをうるさく言い続け、何がチャンスなのか、何かミスなのか、そのミスはどう対処するのか、その都度言い、指摘しなければ身につかないという。

そうした危機対応によって成果を得たという成功体験が、モチベーションを高めたり、内発的動機づけとなる。

企業においても同様である。

企業が生産性（成果）を上げるには、組織メンバー（個人）のもつ技能を伸ばす必要がある。一般には、企業が給与や待遇といったインセンティブを与え、それに対して、個人はモチベーションを高めたり、内発的動機づけによりやりがい高めるといわれている。しかし、そうしたことは個人の努力だけでは困難である。

つまり、人に教え、教えられ、見守り、見守られる、こうしたことがスムーズにできる仕組みづくりが、危機対応技能を持つ人材を育成し、働くことへのモチベーションを高め、働くことの満足につながる。また、自身や周りの人の危機管理能力が高まると、組織全体の能力が高まる。それは組織の生産性にもつながる。

そしてお分かりのようにこの危機管理能力を高め、危機対応の技能を習得することができるのは、大きな組織ではなく、人の目が届く小さな規模の組織が適している。

今回のコロナ禍で一層進んだ情報化社会において、力強く進んでいくことができるのは、小さな規模の組織であり、その組織が集積している地域産業だと期待している。

個人の能力と組織の生産性

・個人の能力: 危機管理能力UP

①「型」の習得: 相互評価で能力を高める

②危機対応 = 成功体験

・個人の能力向上と組織の生産性

①モチベーションUP、内発的動機づけ

→ 働くことへの満足

②個人の能力向上

→ 組織全体の能力向上 = 組織の生産性UP

NPC Member Introduction No.4

株式会社 タカヨシ



株式会社 タカヨシ

代表取締役 高橋 佑

創業 1920 年(大正 9 年)

設立 1960 年 4 月 20 日

本社・工場 新潟市江南区亀田工業団地 1 丁目 3-21

電話 025-381-2000 (代)

HP <https://www.takayoshi.co.jp>

タカヨシさまに

Q&A

Q1 御社の事業内容について教えてください!

A 自社印刷工場を持っているため、一般的には総合印刷会社としての印象が強いかもしれませんが、創業以来変わっていないのは、常に「地域企業のビジネスを支援する製品やサービス」を提供しているということです。

現在は事業として、「販売促進」と「パッケージングマテリアル」を柱にしています。販売促進はパンフレットや POP などの印刷物はもちろん、各種 WEB サービス、オンラインも含めたイベント運営、消費者キャンペーン企画運営など幅広いプロモーション策を提供可能です。

またパッケージングマテリアルはラベル、包装紙、箱などのパッケージ、そして世界屈指のブランドであるシールドエアー社の梱包資材などが主力製品です。



新潟の誰もが知るブランド「加島屋」のパッケージを製造

Q3 御社の企業理念や行動指針について教えてください!

A 社是である「至誠通天」は、目の前のお客様や課題に誠意をもって向き合って努力することが、結局は成果となって自らに帰ってくるという言葉。その言葉の通り、真面目な社員が多いのも当社の長特ではないでしょうか。

またお客様の課題解決という視点では、単に「モノ」としての製品ではなく、成果を出す「コト」を提供するという考え方を持っています。そのためにお客様や市場を理解し、常に最適なサービスを生み出す柔軟性やスピードも大切にしています。

Q2 社社が一番力を入れていることについて教えてください!

A 国連の定めた 2030 年までの達成目標、SDGs (持続可能な開発目標) を大きなテーマとしています。事業を通じて社会課題の解決に取り組むことで、企業として業績を上げ、社員はやりがいを持って働き、そしてあらゆるステークホルダーに好影響を与える企業となるべく活動しています。具体的には、プロモーションで地域経済を活性化させるゴール 8、環境負荷を最小限に抑えて印刷製造するゴール 12 などに取り組んでいます。

また、SDGs は自社だけで取り組んでもインパクトは小さいので、他の企業の SDGs 導入支援や社内研修などの支援策により、新潟を中心に SDGs に取り組む仲間を増やす活動も行っています。



SDGs 導入研修の様子

Q4 代表者様からメッセージをお願いします!

A タカヨシは今年、創業 101 年目を迎えます。時代の流れや、新型コロナウイルスで生活や消費のスタイルが変わっても、「売りたい、伝えたい」という企業のニーズは変わりません。創業以来大切にしてきた、顧客のため、地域のためという精神と SDGs を融合させ、新しいビジネス、仕組み、体制づくりに挑戦し変革することで、新しいタカヨシスタイルを構築していきます。

この会報を通して、会員の皆様をご紹介させていただきます。企業団体様の PR の場としてご活用いただけると幸いです。このたび、ご協力いただきました㈱タカヨシ様ありがとうございました。

新潟県生産性本部では、会員を募集しています。お気軽にお問い合わせください。

制作・発行 新潟県生産性本部 会長 森 邦雄

編集等担当 関谷・長谷川 mail : info@n-seisanseihonbu.com