

深谷の農業を盛り上げる新商品開発プロジェクト

六次産業協同組合

[テーマ：積極的な情報発信]

住 所	〒369-0212 埼玉県深谷市櫛挽82番地1		
U R L			
設 立	平成29年7月	主 な 業 種	野菜漬物製造業、耕種農業
組 合 員 数	10人	出 資 金	1,000千円

■背景・目的

任意団体であった深谷漬物協会青年部が中心となり、共同事業を通して深谷地域の農業の活性化を図ることを目的に深谷市内の農業者や野菜漬物製造業者により組合が設立された。

新たな取組みとして「B品の深谷ネギの活用」、「深谷ネギに代わる新たな地域ブランドの創出」を目的に漬物新商品の開発と深谷リーキの生産を開始した。

■取組みの手法と内容

組合では平成30年度に、組合員農業者の収穫するB品の深谷ネギ(曲がりや傷のついたもの)を活用し、組合ブランドの新商品「つの?」、「葱しば居」を誕生させた。新商品の開発にあたっては「深谷産の野菜のみを使用」、「無添加」という特徴にこだわり、競合商品との差別化を図った。

実施体制については、本組合は播種苗業者・農業者・野菜漬物製造業者・梱包資材業者を構成員としており、種苗から商品化までを全て組合内で行い組合にて販売を行っているため、組合内で六次産業化を達成している。

また、この漬物新商品の開発と販売については、埼玉県知事より経営革新計画の承認を得て実行しており、併せて展示会へ出展して販路の拡大を進めている。

令和元年度は、新規事業として「深谷リーキ」の組合ブランド化事業に取り組んでいる。これは深谷ネギの産地である深谷地域で、長年深谷ネギを育ててきた組合員農業者のノウハウを西洋ネギであるリーキに注ぎ込み、「深谷リーキ」として組合ブランド化を目指すものである。深谷地域でリーキを育てることは初の試みであり、深谷ネギに代わる新たな特産品として生産を拡大し、販売していく予定である。

なお、埼玉県中央会が支援し開催した「新商品・新サービス合同記者発表会」において本取組みについてマスコミに対しPRし、これからの深谷の新たな地域ブランドとして育てていくことを宣言した。

■成果とその要因

漬物商品は引き続き販路開拓していく。新酒鑑評会の感謝状贈呈式試飲会において「つの?」、「葱しば居」が酒肴として採用され、埼玉県知事など関係者にふるまわれるなどの成果があった。

また「深谷リーキ」の販売も開始し、大手企業の協力も得ることができた。今後は、青果物としての販売だけではなく、食べ方の提案や加工食品化を進めていく。



新商品漬物「つの?」



新商品漬物「葱しば居」



合同記者発表会の様子



Point

異業種連携組合ではあるが、「深谷地域の農業の活性化」という共通の目標へ向けて、組合員一丸となって次々と新たな事業が実施されていることが成功要因である。

病児保育施設の利用支援による子育てと仕事の両立

富山市第二機械工業センター協同組合

[テーマ：外部との連携]

住 所	〒939-8093 富山県富山市大泉東町1丁目4番1号		
U R L	http://www.kenseimitsu.or.jp/kikai_c/toyama/index.html		
設 立	昭和42年9月	主 な 業 種	機械金属製品製造
組 合 員 数	12人	出 資 金	5,170千円

■背景・目的

働きながら子育てをする母親は、子供が病気になったときには欠勤を余儀なくされることが多い。そのことは企業にとっての不利益もさることながら、母親にとっても自己の職責を全うできないことへの葛藤がある。子供の緊急事態時にも安心して勤務できる環境づくりを目指すことを目的として本事業を開始した。

■取組みの手法と内容

仕事を持つ母親として、子供が病気になった時でも安心して勤務できるようにしたいと勤務先に相談したキーパーソンの発案を端緒として、組合事務局と協力して病児保育に関する実態調査を開始。実際のニーズを調べるために組合員企業へアンケートによる全数調査を実施。回収、集計、分析を進めつつ、既存の病児保育施設を有する事業所の視察や公的助成制度の調査も並行して実施した。

その中で浮き彫りになってきたのは、施設を設置する場合の資金負担や場所の確保、開設までの所要時間等の問題であった。一方、既存の専門施設との提携も選択肢に入れることが考えられたが、その提携の内容に加えてそもそもどのような施設があるのかも不明であった。さらに、保育の実績や経験を持たないものが運営することに対する懸念も重なったが、組合事務局と粘り強く情報を収集していく中でようやく連携可能な保育施設（わかさ保育園）を見つけることができた。幸い、組合員の従業員の大半が居住するエリアに所在し、富山市の補助金も利用できることから、早速従業員を対象に説明会を開催し、施設の利用登録を促した。

父親からの登録が予想を超えて3分の2にも及び、その数の多さは組合内の意識の高さを裏付けることとなった。事業開始後4か月での利用日数は延べ25日となり、従業員の安心感を保証しているといつてよい。

■成果とその要因

令和元年6月の事業開始以降、9月末までの4か月間で利用者は10名、利用延べ日数では25日に及んでいる。利用登録者の3分の2が男性（父親）であることは、想定を超えた認知度と活用度合いである。また、子育て中の母親を主な対象としていたが、実際は祖父母も利用することから、幅広い利用者が見込まれている。



病児保育の申し込み用パンフレット



病児保育を実施する前の説明会風景



Point

アンケート調査でニーズの把握に努め、病児保育施設の実態調査によって資金負担の少ない連携を模索したこと、さらに、事業実施に際して予め説明会を開催したことである。

差別化戦略の障がい者雇用「ワンセルフプロジェクト」

横浜建物管理協同組合

[テーマ：社会貢献・SDGs]

住 所	〒231-0048 神奈川県横浜市中区蓬莱町二丁目4番1 横浜大通り公園ビル5F		
U R L	http://www.hamakankyo.or.jp/		
設 立	昭和58年8月	主 な 業 種	建物サービス業
組 合 員 数	29人	出 資 金	1,450千円

■背景・目的

当組合は共同受注事業として官公需物件の入札に参加しているが、入札は価格競争が激しく、価格以外で提案するための差別化が求められていた。提案型共同事業を模索する中で、障がい者の雇用に着目。行政課題の解決を図ると同時に、業界課題である人材不足解消にもつながる取組みとして、平成24年に「ワンセルフプロジェクト」を立ち上げた。

■取組みの手法と内容

全国団体で取り組んでいた背景と中央会からの提案もあり、中央会職員もメンバーになりプロジェクトを立ち上げたところ、養護学校の協力により、生徒たちへ業務を教える機会が早々に得られた。メンバーはこれまで障がい者と接した経験はゼロであったが、自分たちで業務手順をビデオ撮影して説明するなど、慣れない事ながらも熱量をもって試行錯誤を重ねていった。

取組みの中では、誰でも作業のやり方がわかるよう、モップに目印を取り付ける治具の開発や、動作を理解できるように「スー、トン」といった言葉のリズムでモップの使い方を教えるなどの工夫が生まれ、大学の協力(ユニバーサルデザイン分野)を得ながら冊子にもまとめた。こうしたノウハウが蓄積され、現在までにのべ53校で出前講座を開催している。

また、養護学校の協力を得るにあたっては、自分たちの目的は単に福祉ではなく、共同受注であることを説明している。受注があつてこそその障がい者雇用であることに理解が得られており、築き上げた信頼関係に基づき、平成30年に組合として初めて1名の障がい者を雇用することができた。受注獲得を目指すうえでブランディングにも取り組み、デザイナーの力を借りて組合と障がい者のつながりをイメージしたロゴを制作。平成31年1月には更に差別化を進めるため、特定事業主特例(障がい者雇用算定特例)の認定を受けた。

■成果とその要因

本プロジェクトを通じて行政に対し様々な障がい者雇用の取組みをアピールしてきた結果、組合として実際に障がい者雇用をすることが出来た。受注獲得のためのブランディング化も進み、特定事業主特例(障がい者雇用算定特例)の認定を受けるところまでくることが出来た。今後は受注に対する評価の対象になっていくことを期待している。



清掃の出前講座の様子



中央会と共同で作成したプロジェクトロゴ



Point

障がい者雇用はSDGsに合致すると同時に、差別化戦略でもある。本件は中央会職員が積極的に関与し、長期にわたり熱量を維持しながら取組みを進めたことが奏功の要因と言える。