

# 2022 トップセミナー開催

群馬県中小企業団体中央会 2022トップセミナー  
**明日を切り拓く中小企業経営**  
 ～逆境のその先へ～



9月22日、前橋市・前橋商工会議所会館においてトップセミナーを開催し、74名が参加。今回は、「明日を切り拓く中小企業経営～逆境のその先へ～」と題し、2人の講師による講演を行った。

**「日本経済の展望**  
 ～コロナ禍・ウクライナ危機の先を読む～  
 株式会社第一生命経済研究所 経済調査部  
 首席エコノミスト 熊野英生 氏

熊野氏は、日本経済における目下の最たる懸念は円安で、これに伴う輸入物価の高騰が日本経済に重大な影響を及ぼしており、しばらくこの状況は続くと言った。



また、資源価格の高止まりについて、ウクライナへの侵攻を行うロシアに対する経済制裁が要因で需給バランスが崩れ、価格上昇が引き起こされていると現状を説明。今後、この動乱が収束したとしても経済制裁がいつ終わるかわからないため高値の状況は続くとの考えを示した。

そこで、長引く輸入物価高騰への対抗策として、ドル建ての資産を持つことが有効であると説明。今更という意見もあるだろうが、現状アメリカの利率が良いのでそれだけでもある程度の補填になるほか、さらに円安が進行することにより資産価値の向上が見込めると述べた。そして、企業は事業の多角化を進め、円安メリットを享受できる新たな収益源を確保することが必要不可欠であると述べた。

**「ピンチをチャンスに変える逆転発想経営**  
 ～ウィズ・アフターコロナを生き抜くために～  
 旭酒造株式会社 会長 桜井博志 氏

桜井氏は、旭酒造を継ぐ前に石材業を経営し、商売とは安ければ売れるのではなく、品質が良ければ高くても売れるものと品質の重要性を学んだと語り、質の高い純米大吟醸の開発に取り組んだと説明した。



旭酒造の主力商品である純米大吟醸『獺祭』は最高級の酒米「山田錦」のみを使用しているが、当時は生産量が減少傾向にあり、調達するため農家への生産支援を決意。そこで、政府に対して酒米を減反の対象としないよう陳情したり、より質の高い山田錦を高値で買い取る品質コンテストの開催など、その取組みを明かした。また、獺祭の製造に関しては、機械が生産の条件を決めてしまったら新しいものは生まれないという考えのもと、酒造りの工程の多くをあえて手作業で行っていると生産に関する自社の取組みを紹介した。その結果、より多くのスタッフを酒造りに従事させることによりコスト増となるが、全ては少しでも美味しい酒を造るためであると締めくくった。

# 中堅リーダー研修



本研修は中堅管理者・監督者を対象に、リーダーシップやマネジメントスキルの養成を目的に開催しています。昭和42年に1回目を開催して以来恒例となり、形式やカリキュラムに変更を加えながら、今回で55回目の開催となりました。

10月6日・7日の2日間、前橋市・前橋商工会議所会館において、中堅リーダー研修を開催し、県内中小企業の管理・監督者及び候補者28名が受講した。講師は、経営教育コンサルタントの雨宮利春氏。

雨宮氏は、「激変の時代において中堅リーダーには、環境の変化を先取りし、それに応じて組織に求められる役割を再定義し、それを部下と共有しつつ実現するマネジメント能力が求められる」と解説した。



ユーモアを交え受講生を飽きさせない雨宮氏

受講生は4人グループを編成し、実習やロールプレイといった体験を交えながら、リーダーの立場と役割、マネジメント、リーダーシップ、コミュニケーション、財務諸表、部下指導育成法などについて理解を深めた。

部下指導育成法の研修では、受講生が上司と部下の役に分かれ、部下の問題点の改善に向けて個別面談をするロールプレイを行った。部下役には、上司役に伏せられた背景や言い分が設定されており、思わぬ反論を受けた上司役が戸惑いながらも

説得を試みる場面も見られた。ロールプレイを体験した後の振り返りでは、雨宮氏の解説に興味深く耳を傾けている様子が窺えた。



事前に部下役の演技方の説明を受ける受講生



ロールプレイの気づきを振り返る受講生

## 組合等機能強化・価値向上プロジェクト支援事業

組合のイメージアップに向けたメディア戦略の立案、並びにコンテンツ策定を支援する「組合価値向上型」と、組合員の製品及び技術のPRを支援する「マーケティング支援型」に取り組む組合が、第1回の委員会を開催しました。下記の2組合が、直面する課題解決に向けて動き出します。

### 組合価値向上型

#### 猿ヶ京温泉旅館協同組合

##### ◆テーマ◆

地域団体商標を取得した「猿ヶ京温泉」のロゴマークの制作

##### ◆事業内容◆

ブランド力強化のため、WEBサイトや各種印刷物で使用できる共通ロゴマークを制作し、猿ヶ京温泉の知名度向上を目指す。

10月3日、みなかみ町・まんてん星の湯において委員会を開催。本組合は、地域の魅力を守り育てるために、「猿ヶ京温泉」の名称自体を地域団体商標として取得した。そこで、さらにブランド力を向上させるため、WEBサイトやパンフレット、ポスターなどで使用できるロゴマークを制作することとなった。



ロゴマークの制作に向けて意見を述べ合う参加者

委員会では、ロゴマークの制作をデザイナーに依頼するにあたり、猿ヶ京温泉の良いところについて意見を出し合い、「赤谷湖」「国道17号」「猿」など、猿ヶ京温泉を象徴するキーワードの抽出を行った。

また、外部委員として参加したアドバイザーの木樽信之氏から、ロゴマークは繰り返し見てもらう必要があり、印象に残るようにするため、収まりのよいデザインではなく、奇抜で目立つデザインが良いのではないかと考えを示した。

### マーケティング支援型

#### 群馬県醤油味噌工業協同組合

##### ◆テーマ◆

「発酵ランチ」プロジェクト

##### ◆事業内容◆

飲食店の協力のもと、醤油・味噌を使った「発酵定食」を開発し、イベントで披露するとともに、醤油・味噌に対する消費者の好みを把握する。

10月11日、前橋市・組合事務所において委員会を開催。本組合は、若年層の醤油・味噌離れを危惧し、醤油・味噌の新しい使い方の提案と組合員企業の認知度アップを目的に「発酵ランチ」プロジェクトを企画。県内飲食店に協力を仰ぎ、醤油や味噌が主役のメニューを開発し、一般消費者向けにお披露目会を開催する予定。



業界委員と本会職員で事業運営委員会を開催

委員会では、プロジェクトの詳細を検討した。新メニュー開発では組合員が提供する醤油や味噌の使用を条件とし、お披露目会は一般参加者を募集し、開発メニューの評価を受ける他、組合員とコミュニケーションがとれる場を設けることとした。

アドバイザーの高橋万太郎氏は、「醤油や味噌は有名企業の商品が使われやすい。しかし消費者は生産者と直接話すことで、購買意欲が湧き、そのまま普段使いされやすくなる」と、本プロジェクトの有用性を述べた。

# 中小企業の人材確保・定着支援事業 人材採用に向けたPR動画作成研修



10月14日、前橋市・群馬県中小企業会館第3会議室において、人材採用に向けたPR動画作成研修会の第1回目を実施した。講師は、昨年度に引き続き採用支援や社員の育成・定着支援を行う株式会社プロタゴワークス代表取締役の赤根正太氏と、同社取締役の野尻浩美氏。

はじめに、採用活動におけるPRの重要性を解説した。近年の学生はコロナ禍で学生生活を送ったため、人間関係が希薄となり、先輩後輩・友人同士による就職に関する情報交換を行っていないと分析。そのため企業から積極的なPRを行うことが重要であると述べた。

また、近年の若年層のYouTube利用者増加に着目し、YouTubeを利用した企業PRが増えてきていると説明。若者は視覚的情報に慣れ親しんでいるため、映像を通じて会社の雰囲気や作業内



手順を教わりながらワークを進めている様子

容を伝えることで、就職後のミスマッチによる離職も防止できるとメリットを紹介した。さらに自社で採用したい人材に響く動画を作成するためには、まず、企業が求める理想の人物像を具体的に追究する「ペルソナ分析」を十分に行う必要があると説明した。

参加者の大半が採用に係る業務を担当しており、グループワークでは採用活動でのお互いの課題を打ち明け、活発に意見交換を行った。

研修は全4回行われ、次回の研修では、自社の強みや魅力を深掘りし、テーマ設定・シナリオ作りを学び、最終的には動画撮影や編集作業を経て、PR動画を完成させる予定。

また、同研修は令和5年1月中旬スタートの日程での開催も計画している。



講師の赤根氏(左)と野尻氏(右)