

SANJO

会報

A booklet
about the events
in Sanjo.

12

2025

三条商工会議所会報

VOL.876

12/25号

毎月25日配信

三条商工会議所が発行する、
ビジネス情報誌

進化と不変の 価値を提供

渋谷(株)

専務 渋谷孝政 氏

- 02..... 常議員会
事業計画書策定セミナー
- 03..... 石垣ずいそう
工業部会ブレイクスルーセミナー
- 04..... 若手仕事人図鑑
- 06..... 青年部だより
- 07..... 推し活マーケティングセミナー
- 08..... LOBO調査

常議員会

当所は常議員会を11月27日に開催し、12月25日開催の「前副会頭への感謝の集い」、「フレッシュ社員ステップアップ研修」、「推し活・スポーツビジネス等新分野開拓事業」それぞれの実施計画をはじめとする10議案を審議し、いずれも原案通り承認した。



この日承認された「前副会頭への感謝の集い」は、10月末で退任した野崎正明前副会頭、齋藤一成前副会頭の功績を称え、慰労するもの。12月25日18時からジオ・ワールドビップで開催される。

「フレッシュ社員ステップアップ研修」は、入社5年目までの若手社員を対象に、EQ（心の知能指数）診断を使い現在の自分の状態を把握し、今後の成長につなげる研修を行う。また、近年のトレンドを捉えた「推し活セミナー」も承認された。これは「推し活」市場の現状を知り、自社のコアなファンを増やすための

手法を学ぶもの（詳細・6ページ掲載）。

報告事項では、自動車関連・運送部会（旧交通運輸部会）による大阪・関西万博視察研修などが報告された。視察では商工会議所のネットワークを活用し、混雑する土曜日の開催でもスムーズな入場やパビリオン視察が実現したことが紹介され、改めて組織のメリットが強調された。

その他事項として、ハイヤー・タクシー協会より、タクシー到着後5分以内の乗車を呼びかけるチラシの周知依頼があり、会員への協力が呼びかけられた。

兼古会頭は会議の冒頭、「11月から新しい体制になった。先日参加した日本商工会議所の臨時総会および常議員会でも小林会頭が2期目として承認され、挨拶された。当所も新体制となり、副会頭が1名増員され4名体制となった。常議員の皆様におかれても、各部会の構成等多少変わったが、この体制で一期3年間、よろしくお願ひしたい」と述べ、新体制での結束と協力を求めている

補助金採択の鍵は「物語性」 事業計画書策定セミナー

当所では、物価高騰やエネルギー価格上昇に直面する中小企業の売上拡大を支援するため、経営デザインコンサルティングオフィス代表で中小企業診断士の川居宗則氏を講師に招き、「事業計画書策定セミナー」を開催した。令和7年度に活用可能な最新補助金情報の紹介に加え、補助金の審査で選ばれるための策定ノウハウを学んだ。

川居氏によると採択されやすい計画書とは、単なる設備投資の羅列ではなく、「現状→課題→解決策→効果」という一貫した因果関係が明確なものだという。特に、競合他社との差別化要因を明確に打ち出し、専門用語を避けた「誰にでも伝わる平易な言葉」で記載することが、採択への最短距離であると強調した。売上拡大を目指す経営者が知っておきたい

情報として、小規模事業者持続化補助金やものづくり補助金など、主要5事業の採択率や特徴を網羅的に解説。IT導入補助金が令和8年度から「デジタル化・AI導入補助金」へ刷新されるといった最新動向にも触れ、早めの情報収集を呼びかけた。また、準備段階のコツとして、国の支援サイト「ミラサポプラス」の事例確認や、「AIを思考のたたき台として活用する」といった手法も提案。公募期間が数週間と短いケースも多いため、支援機関と連携した迅速な準備体制の構築をアドバイスした。

受講者からは「事例を用いた説明で具体的にイメージできた」「AIをたたき台に活用する手法など、現代的な視点が参考になった」との声が寄せられた。

石垣ずいそ

「食の先端技術視察研修」

会議所の部会再編に伴って「食品関連部会」の会員は、飲食・サービス業部会や工業部会へ編入することになった。食品関連部会最後の視察研修会は会議所の改選期をまたいで11月にズレ込んだ1泊2日の研修旅行となった。

燕三条駅集合は遅めの9時半だったが、11時半には八重洲口からタクシーで移動。途中で昼食を挟んで最初の目的地の東京海洋大学品川キャンパスへ13時半に着いた。

ここでは魚の生殖細胞の異種間移植による代理親魚養殖技術の開発研究中。この技術から将来マグロを生むサバを作り出すことを目指している。大学の先生の講義は約2時間、研究施設も1時間ほど丁寧に案内して下さった。さて、

(株)マルヨネ代表取締役
三条商工会議所 飲食・サービス業部会 常議員
田代徳太郎



マグロの養殖と言えば「近大マグロ」が思い浮かぶ。夕食は世界初の完全養殖クロマグロを始めとした近畿大学の施設で育てられた魚を提供しているJR山手線沿いの「近畿大学水産研究所銀座店」でコース料理を肴に懇親会を行った。

2日目の訪問先は日本橋小伝馬町のユニテックフーズ。食感作りに強みを持つ技術商社。大豆を使った代替肉を本物の肉と変わらない食感と満足度の高い味を実現した商品開発で大手食品メーカーに提供。昼食はそこから数分の(株)ツインバード日本橋ゲートオフィス直営のカフェで代替肉を使った料理を堪能。タクシーで東京駅に戻って解散し、それぞれ帰路に着いた。

「声」を変えればビジネスが変わる 第一印象の4割は声で決まる 工業部会ブレイクスルーセミナー

当所工業部会は11月27日、経営力および営業力の強化を目的としたブレイクスルーセミナー「年収の9割は声で決まる！



なぜ『一流の人』は、みんな『いい声』をしているのか？」を開催した。会員企業など21社から26人が参加。株式会社エデュビジョン代表の秋竹朋子氏を講師に招き、リーダーシップや商談の成否に直結する「発声法」を学んだ。

講師の秋竹氏は、数多くの著名人の個人レッスンや、大手銀行での研修などを手掛けるビジネスボイストレーニングの第一人者。秋竹氏は冒頭、「第一印象の4割は声で決まる」と指摘。「ハリのある声は商品やサービスの信頼性を高め、結果として『売れる』につながる」と述べ、声は単なる生まれつきの資質ではなく、磨き上げるべきビジネススキルであると強調した。

セミナーの前半では、自分自身が聞いている

「自分の声」と、他人が聞いている「自分の声」の違いがあるとし、絶対音感を持つ秋竹氏の鑑定などを通じて客観的な自分の声を認識し、「こもっている」、「単調に聞こえる」といった各自の弱点を把握した上でトレーニングの実践となった。

トレーニングの実践では、「呼吸・発声・共鳴・滑舌」の4要素を重点に、「声を鍛えるのは筋トレと同じ」と秋竹氏が呼び掛けた。参加者は、良い声の土台となる腹式呼吸の習得に加え、表情筋を大きく動かすトレーニングを実践した。会場は秋竹氏の熱心な指導のもと、大きく腹から声を出す熱気に包まれた。時間が経過するにつれ、参加者の声の通りが目に見えて良くなり、言葉の輪郭が明瞭になっていく様子も確認された。

参加者からは「長時間の商談で声が枯れる悩みが解消した」、「これまでで最も実用的なセミナーだった」、「体験型で即効性があり、同じ内容でも再受講したい」などの感想が聞かれた。

未来を創る、若手仕事人図鑑 INTERVIEW 100



進化と不変の価値を提供

竹ホウキやザル、籠など俗に“荒物”と呼ばれる家庭用品をはじめ、LEDライト、スコップなど生活に欠かすことのできない商品群を取り扱う輸入商社。前身の渋谷政男商店は終戦後間もない1946年（昭和21年）に創業し、地場の刃物類などを取り扱ってきたが、高度経済成長期の1960年代に手工具の輸入を開始。現在では取扱商品の90%近くが輸入品となっている。

創業者・渋谷政男氏の孫で三代目の渋谷孝政専務は、自社の取扱商品について「竹かご、ざるなど特別な商品ではありませんが、日常の生活に溶け込み、気兼ねなく使うことができる商品を提供しています」と話す。春先には山菜採りのための背負いかご、梅の時期には梅干しざると、日本の風土に根差した暮らしに欠かせない品々も取り扱う。

荒物に加えて、屋外用の吸い殻入れ、ガーデニング用品などが売れ筋。手回しラジオライトなど、LEDライト関連の商品群は防災用品としての需要も高まっている。

孝政専務は自社について「しっかりと検品を行うことで、輸入品でも安心してご利用いただくこと、また各地の海外展示会に足を運んで最新情報をキャッチ

し、いち早く新鮮な商品を届けることを心がけています。玉石混交の海外商品から、日本市場に受け入れられる商品を選定し、お届け出来ることが自社の強みです」という。特に充電式の商品群は急増している上、機能の進化も著しく、安全性に配慮し、品質にこだわった製品を取り揃えている。

竹の製品群についても、中国だけでなく他地域の製品を取り入れるなど、目に見えない変化、工夫が重ねられている。

渋谷(株)
専務
渋谷 孝政氏

〈所在地〉
三条市田島2-1-41
TEL :
0256-32-1697
H P : <https://www.rakuten.co.jp/masao-s/>



独学でECサイト構築

市内の間屋などを中心とした販売先に加え、孝政専務が入社した2009年頃からインターネット販売にも着手し、現在では楽天、Amazon、Yahoo!などでECサイトを展開している。サイトの構築、商品説明の文章作成、商品画像作成などは孝政専務が独学で進めてきたもので、「ECサイトで商品の魅力をお伝えする方法を考えることが、BtoBでもわかりやすい説明やパッケージの工夫にもつながっており相乗効果がある。創業か



ほうきや籠(かご)、ざる等、サイズの大きな家庭用品を“荒物”(あらもの)と呼びます。今でも日常生活の様々な場面で使われているシンプルな意匠は、長い歴史の中で使われ洗練され完成した形です。



ら約80年、市内のお客様と培ってきた信頼関係を大切にしていきたい」とする。

何気ないがなくてはならない会社に

2026年には創業80周年を迎えるが「粛々と年を重ねていくだけ」という。その一方で孝政専務は「会社が人の役に立ち続けること。時代の変化に沿って取り扱う商品を変えてきてはいるが、お客様にとって『なくてはならない』ものを提供し続けることは、会社として変わることがない存在価値と考えています。商品同様に、派手さはなくても、人の暮らしを下支えし、なくてはならない存在であり続けたいですね」と話していた。



青年部だより

三条YEG「今年の正月はこれで決まり！親子で作る料亭のっぺ教室」

当所青年部（YEG）スキルアップ委員会は12月14日、市内の割烹「魚兵」の協力を得て、食育事業「今年の正月はこれで決まり！親子で作る料亭のっぺ教室」を開催した。市内の小中学生とその保護者が参加し、郷土料理「のっぺ」づくりを通じて、地域の歴史と食文化への理解を深めた。

「食べる」から「作る」へ、郷土愛を醸成

この事業は、地域の郷土料理を学び、地域への関心を高め、ひいては郷土愛を育むことが目的。調理前には、三条の食文化に関する講義が行われ、参加者は熱心に耳を傾けた。調理実習では、プロの料理人から直接指導を



受けながら、親子で里芋やレンコンなどの具材の下ごしらえに挑戦。青年部のメンバーが各テーブルをアシストし、調理のサポートや参加者との積極的なコミュニケーションを図った。実習後には参加者が作った「のっぺ」に加え、魚兵が用意した炊き込みご飯や鮭の焼き漬けも振る舞われた。

「正月も作りたい」家庭への広まりも

午前・午後の2部制で行われた教室は、事前のSNS発信や小学校へのチラシ配布により、多くの親子連れで賑わった。参加者の多くが「正月は家でも、のっぺを作りたい」と回答。郷土の味が各家庭へと引き継がれる機会となった。



青年部だより

お取り越しに往時の賑わいを「集え！甘味の陣」

当所青年部まちの活性化委員会は11月7日、真宗大谷派三条別院で、食のイベント「集え！甘味の陣」を開催した。三条別院の「お取り越し報恩講」にかつての賑わいを取り戻そうと企画したもので、「真宗大谷派の開祖 親鸞聖人があんこ好きだった」と言われることから、和菓子店・洋菓子店を境内に約30店舗を集め色々な甘味をその場で食べたり、お持ち帰りできる



飲食事業として実施したもの。

かつてのお取り越しでは、本寺小路周辺に多数の露店が立ち並び三条市の風物詩の1つとなっていた。まちの活性化委員会では三条別院と協力、県内のスイーツ店だけでなく地元・本寺小路界隈の店舗も加わり、甘味の陣には1,100人ほどが来場した。



推し活市場3.5兆円に商機 三条のものづくり・サービス参入も

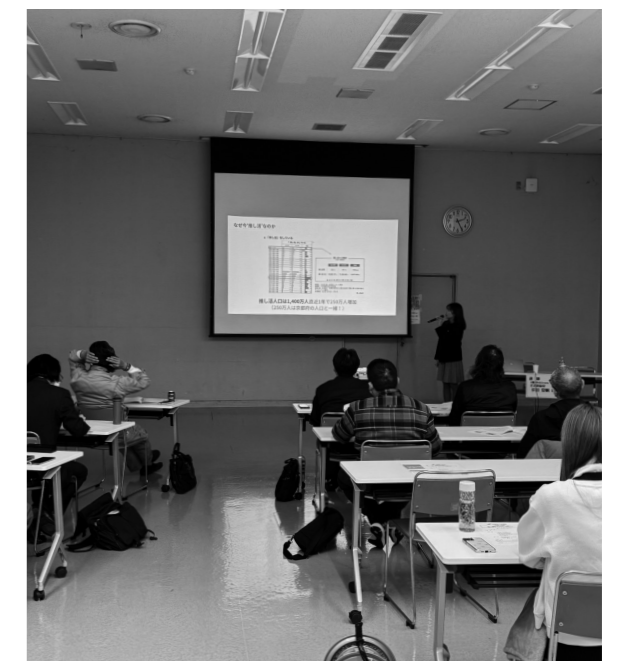
Oshicoco多田氏が講演 「熱量」取り込み「象徴」構築を

当所は12月10日、「推し活マーケティングセミナー」を開催し、21社24名が参加した。国も成長産業と位置付ける巨大な「推し活」市場への参入を視野に入れ、自社のサービスや商品にその熱量を取り込むための具体的な戦略について、推し活の第一人者である株式会社Oshicoco 代表取締役の多田夏帆氏が講演した。

多田氏はまず、推し活の定義を「自分の推しを応援したり、推しのために自分磨きや創作活動をする」と説明。アイドルやアニメに限らず、好きなこと総体を指すと解説した。「推し活」という言葉を使わない調査でも、時間やお金をかけている好きなことがあると回答した人は37.8%に上り、これは日本の15歳から60歳男女に換算すると約3,046万人に相当するという。このような「推し活市場」は成長を続けており、推し活人口は1,400万人、この1年で250万人増加。平均消費額は25万円で、市場規模は3兆5,000億円に達する。多田氏は「好きと推しの違いは、周りにその気持ちを表現するかどうか」とし、熱量を外

に向ける推し活層の消費行動がビジネスチャンスを生むと強調した。

講演では、「推しへの熱量を取り込む」、「推し活を支える」、「推し活の考え方を自社に生かす」という三つの柱が示された。多田氏は、一般消費者向けの商品・サービスであれば、どんな業界でも推し活コンセプトと結びつけることは可能だと指摘。事例として、既存商品のターゲット層に合わせたリブランディング（推し活キャンセル保険）や、新規顧客層獲得（居酒屋の推しカラーのドリンク、しまむらの推し活層向け商品開発）を紹介した。「ファンを作るためには『象徴』を作ることから」と強調。主力商品の売上に直結せずとも、リブランディングによって認知向上や新規顧客の獲得につながるとした。さらに、共通の興味を持つ塊に訴求する「トライブマーケティング」の重要性を説き、「ターゲットの絞り込み、象徴と呼べるコンセプト、共通した認知の獲得ができるものを作る」ことが、推し活層の心を掴むカギだと話していた。



11月LOBO調査(商工会議所早期景気観測)

調査期間:令和7年11月12日~18日

調査対象:全国の324商工会議所が2,437企業にヒアリング

※DI値(景況判断指数)について

DI値は、売上・採算・業況などの各項目についての、判断の状況を表す。ゼロを基準として、プラスの値で景気の上向き傾向を表す回答の割合が多いことを示す。従って、売上高などの実数値の上昇率を示すものではなく、強気・弱気などの景気感の相対的な広がりを意味する。

DI=(増加・好転などの回答割合)-(減少・悪化などの回答割合)

業況・採算:(好転)-(悪化)

売上:(増加)-(減少)

業況DIは、消費マインドの持ち直しで5か月ぶり改善 先行きは期待感うかがえるも、課題多く慎重な見方

全産業合計の業況DIは、▲17.9(前月比+1.0ポイント)

建設業では、人手不足や最低賃金見直しに伴う労務費の上昇、円安伸長等による資材価格の高騰が足かせとなり、悪化した。一方、好調な観光需要を背景に、サービス業では、飲食店や旅館、観光施設で客数が増加したほか、製造業では、飲食品関係で引き合いが増加し、改善した。また、小売業では、行楽シーズンの本格化により外出機会が増え、百貨店・総合スーパー等で売上が増加し、改善した。

労務費の上昇に加え、円安の伸長や生鮮品の価格高騰など、幅広い業種からコスト増に伴う採算悪化が聞かれたものの、高い水準での賃上げや行楽シーズンによる外出機会の増加などから、消費マインドは持ち直しつつある。

先行き見通しDIは、▲17.7(今月比+0.2ポイント)

年末に向けたイベントの増加により、消費マインドは回復傾向が見込まれる。ガソリン税の暫定税率廃止や電気・ガス代支援を含め、新内閣の政策への期待も散見される。

一方、労務費の上昇や円安の伸長等による仕入価格の上昇は継続することが見込まれ、先行きのコスト増が懸念される。また、日中関係の悪化に伴う中国人観光客の減少が不安視されるほか、全国各地のクマ被害による影響など、依然として課題は多く、先行きは慎重な見方となっている。

11月全産業DIの推移

		全業種	建設	製造	卸売	小売	サービス
全国	11月の業況(前年同月比)	▲17.9 →	▲16.5 →	▲19.7 →	▲24.7 →	▲26.4 →	▲7.7 →
	先行見通し(3ヶ月先の見通し)	▲17.7	▲15.3	▲19.5	▲24.2	▲22.9	▲10.6
北陸 信越	11月の業況(前年同月比)	▲22.9 ↗	▲20.0 →	▲28.6 ↗	▲15.8 ↘	▲25.8 ↗	▲21.2 ↗
	先行見通し(3ヶ月先の見通し)	▲31.3	▲34.3	▲40.5	▲21.1	▲22.6	▲30.8

※→は10月の業況DIとの比較。±5未満は横ばい(→)、±5以上15未満(↗↘)、±15以上(↗↘)

令和8年
1月 三条商工会議所専門家相談日
秘密を厳守しておりますのでお気軽にご相談ください!

ご相談
無料

相談時間:10:00~12:00 ※一部時間が異なります。

会場:三条商工会議所3F相談室
(資金繰り相談のみ2F日本政策金融公庫三条支店)

税理士による
**税務・消費税
対策相談** **7(水)**

弁護士による
法律相談 **21(水)**

事業承継
相談 **21(水)**

知的財産権相談
9(金) と 27(火)
※13:00~16:00

M&A相談 **14(水)**

社労士による**労務相談**
行政書士による**行政書士相談**
随時お受けしております

貿易相談
BCP相談
随時お受けしております

日本政策金融公庫による
資金繰り相談
随時お受けしております

TEL 0256-32-1311
まずはお電話にてお申し込みください。

※「税務・消費税対策相談」は相談日の3日前、「法律相談」「事業承継相談」「M&A相談」「知的財産権相談」は相談日の7日前迄に予約が無い場合は中止となります。(予約締切日が休日の場合は、その前日迄にご予約ください。)