

にしんにきり

筑後信用金庫と久留米大学による地域経済情報誌

「副業または兼業をできる環境があると採用しやすい？」

— 久留米大学生へのアンケート調査 —

中小企業の強みは

「コミュニケーションや連携が取りやすい環境」

— 久留米大学生による社長インタビュー —

取材企業

株式会社スローライフ

ぜんどうし整骨院

クロスパインJ.P

Grill Dining Gaooo

TAKE FREE

Voic

なんでも 相談所

経営者の皆さまには、たくさんのお悩みやご相談ごとがあると思います。

中には、「今のままではいけないと思うけど、何をしたら良いのか分からない。」といった漠然とした不安もあるかもしれません。また、「経営者は孤独だ」とよく言われるように、「取引先には相談できないし、誰にも相談できない。」といった悩みもあるかもしれません。

一度、筑後信用金庫に相談してみませんか？

当金庫は、福岡県中小企業診断士協会、九州北部税理士会筑後地区5支部、福岡県社会保険労務士会、久留米工業大学などのさまざまな専門機関と連携をしながら、経営に関するあらゆる悩み相談に応じる体制を整えており、経営者の皆さまにとっての「なんでも相談所」でありたいと考えています。
(相談所を設置しているわけではありません。)

ご相談の際は、営業担当者にご相談いただくか、お電話でお問い合わせください。または、最寄りの営業店にFAX相談用チラシを備え置いてありますのでご利用ください。もちろん、FAX相談用のチラシに「何かを変えたいけど、何を変えればいいのかも分からない。」といった曖昧な表現でご相談いただくのも大歓迎です。



※上記内容はフィクションです。

事前相談FAX申込書

〒810-0192 福岡県久留米市東門外1-1-1 筑後信用金庫 久留米支店 FAX 0942-23-2350

お名前(姓) _____ (名) _____

〒 _____ 市町村 _____ 番地 _____

TEL _____ FAX _____

お電話番号(TEL) _____

お住所(〒) _____

お名前(姓) _____ (名) _____

〒 _____ 市町村 _____ 番地 _____

TEL _____ FAX _____

お電話番号(TEL) _____

お住所(〒) _____

お名前(姓) _____ (名) _____

〒 _____ 市町村 _____ 番地 _____

TEL _____ FAX _____

お電話番号(TEL) _____

お住所(〒) _____

お名前(姓) _____ (名) _____

〒 _____ 市町村 _____ 番地 _____

TEL _____ FAX _____

お電話番号(TEL) _____

お住所(〒) _____

お名前(姓) _____ (名) _____

〒 _____ 市町村 _____ 番地 _____

TEL _____ FAX _____

お電話番号(TEL) _____

お住所(〒) _____

地域の
中小企業経営者の
みなさんを
応援します!

相談無料

経営のことなら
なんでも
お気軽に
お任せください!

筑後信用金庫の 経営相談

各専門機関と連携し、お客様の課題解決をサポート!

- 税務・会計 中小企業 経営者支援
- 労務 労務士 経営者支援
- 融資 融資士 経営者支援
- 不動産 不動産士 経営者支援
- 建設 建設士 経営者支援
- IT 経営者支援
- 環境 経営者支援
- 健康 経営者支援
- 人材 経営者支援
- 法律 経営者支援
- 保険 経営者支援
- その他 経営者支援

お悩みにあわせてお近くの支店や支店外の出張先にお申込みいただけます。

支店名 支店住所 TEL FAX

久留米支店 久留米市東門外1-1-1 0942-23-2350 0942-23-2351

大牟田支店 大牟田市大牟田1-1-1 0944-22-2250 0944-22-2251

糟屋支店 糟屋町糟屋1-1-1 0943-22-2250 0943-22-2251

大野城支店 大野城市大野城1-1-1 0942-22-2250 0942-22-2251

小戸支店 小戸市小戸1-1-1 0942-22-2250 0942-22-2251

大野城支店 大野城市大野城1-1-1 0942-22-2250 0942-22-2251

小戸支店 小戸市小戸1-1-1 0942-22-2250 0942-22-2251

筑後信用金庫

目次

- ◆ 塚崎教授のみみよりコラム 2
～宝石店の入り口に高額商品が飾られているワケ～
- ◆ 景気動向調査レポート 3
- ◆ 特別調査 12
～新型コロナウイルス感染拡大を受けた中小企業の対応～
- ◆ 久留米大学だより 14
～新たな地域連携の試み — 久留米餅と「餅フェスタ」～
- ◆ 久留米大学生が社長にきく! 16
～株式会社スローライフ 代表取締役 須山多佳人～
- ◆ 次世代を担う人づくり～大学生の編集者体験～. 18
- ◆ 久留米大学生にきく! 若者のホンネ. 20
～コロナ禍における就職観および生活行動の変化～
- ◆ 次世代経営者にきく! 22
～Grill Dining Gaooo 代表 信國成美～
～クロスパインJP 代表 重松一久～
- ◆ 地元経営者にきく! 24
～ぜんどうじ整骨院 院長 古賀智～

ここんにき

当金庫は、久留米市を中心として八女市、筑後市、朝倉市、うきは市、広川町、大刀洗町、筑前町の5市3町を主たる営業エリアとしています。また、本誌に掲載しております景気動向調査を含めた経済情報についても、同エリアを対象として掲載しています。そのため本誌名は、この辺り、この周辺といった意味を表わす方言で5市3町を総称し、「ここんにき」としました。



表紙のデザイン

本誌の表紙は、久留米大学 文学部3年生(2020年5月当時) 吉田光歩さんのデザインを使用しています。久留米大学から望む高良大社の鳥居をイメージして筑後地域の美しさを表現していただきました。

塚崎教授の みみよりコラム

宝石店の入り口に高額商品が飾られているワケ

人間の眼が錯覚する事は広く知られている。たとえば同じパンを大きな皿と小さな皿に乗せて並べると、小さな皿に入れたパンの方が大きく見える、というわけだ。しかし、そうした錯覚は眼だけではなく、脳にもあるという事は、意外と知られていない。

心理学と経済学の融合したような「行動経済学」という分野では、脳の錯覚について様々な事が研究されているが、今回ご紹介するのは「人の脳は、最初に見た数字に惑わされる」というものだ。

たとえば「筑後川は50キロより長いですか？イエスかノーで答えなさい」とでは、筑後川は何キロですか？「と聞くと、「筑後川は500キロより長いですか？イエスかノーで答えなさい」とでは、筑後川は何キロですか？「と聞くと、明らかに後の方が大きな数字が返ってくるものだ。

信じがたい事だが「携帯電話番号の下3桁を書きなさい」「筑後川は何キロですか？」「と聞くと、携帯電話番号の下3桁の数字が大きい回答者ほど筑後

川の長さの欄に大きな数字を書く、という事さえ起きるのだそうだ。

そうした錯覚を利用する商売もあるようだ。100円の品物に2000円の値札を付けて、「今日はセールだから半額です」と宣伝すると、2000円という値段を起点として「1000円なら安い」と感じて買う客も多いのだそうだ。

この場合は、商品の価値を見抜けない客が、2000円の価値のある商品を1000円で買える」と錯覚している場合もあるだろうから、余計によく売れる、という事もあるのかも知れない。

筆者も、親戚の若者が訪ねてきた時に、脳の錯覚で誤った意思決定をした経験がある。「おかげさまで今春就職し、現在新人研修中です。その内容が、親戚に我が社の製品を買っていただけ、という事なのですが、10個買っていただけじゃないでしょうか？」と頼まれたのである。

「10個買え」と言われても困るから、2個買ってあげよう」と答えたのだが、最初から「2個買って下さい」と言われたら、1個しか買わなかったと思う。10個という数字に影響されてしまったのだ。まあ、失敗したと考えるたくなかったのですが、さすがに俺の親戚は優秀だ」と考える事にしたが(笑)。

売り手の戦略という事だけではない。買い手が勝手に失敗する事もある。2000万円のマンションと2500万円のマンションを比べてどちらかを選んだとする。その日のうちに家具を買いに行く」と、10万円の家具と20万円の家具なら、誤差の範囲

だから立派な方を買おう」となりがちだ。

マンションを契約した日には家具を買わず、翌朝遠くの安売り店でビールではなく発泡酒を買って、それから家具を買いに行けば、そうした失敗はしないだろう。「10万円も違っなら、当然安い方」という結論になるはずだ。

さて、タイトルの宝石店の件について考えよう。店の入り口に数百万円の宝石が飾ってあるのを見てから店に入ると、10万円の宝石を見た時に「安い。これなら自分でも買える」と思ってしまう。つい買ってしまう客がいるのだらう。

買い手が脳の錯覚に陥らないように気をつけるのは容易な事では無さそうだ。家具を買う時には直前に安売りスーパーに行けば良いのだが、宝石店では入り口の所に高い宝石が飾ってあるので、それを見ないで店に入る事は難しいからである。

せいぜい、宝石を買う時は、財布に安売りスーパーのレシートを入れておき、代金を支払う前にそのレシートに眼が行くように、といった工夫をするしかないのだ。

人類の進化の過程では、「猛獣のように見えるものは猛獣だと判断して逃げよう」と考えた人のほうが生き残る可能性が高かっただろう。それと同じで、難しい事を考えずに直感的に判断する能力が生き残りのために重要だったので、最初に見た数字を重視するようになったのだらう。そう考えることで、錯覚を叱じるのではなく、自分は進化した人間だ、と誇りに思っている(笑)。



久留米大学 商学部教授

塚崎 公義 先生

1981年、東京大学法学部卒、日本興業銀行(現みずほ銀行)に入行。カリフォルニア大学ロサンゼルス校(UCLA)にてMBAを取得の後、調査部主任部員、財団法人国際金融情報センター調査企画部長などを経て、2005年に久留米大学へ。

【著書】

「一番わかりやすい日本経済入門」
「なんだ、そうなのか！経済入門」
「老後破産しないためのお金の教科書」
「日本経済が黄金期に入ったこれだけの理由」など。

景気動向調査について

景気動向調査の概要

調査の目的 筑後地区の景気動向を把握し、当金庫とお取引いただいている企業の経営者の皆さまに景気に関する情報の提供を行い、経営にお役立ていただくことを目的としています。

調査の時期 2021年2月

調査の対象期間 2020年10月～2021年3月の実績
2021年4月～2021年9月の見通し

調査の方法 当金庫の営業担当者による面接聞き取り調査

調査対象企業 当金庫のお取引先企業のうち、久留米市、八女市、筑後市、朝倉市、うきは市、広川町、大刀洗町、筑前町に本社を置く従業員規模20名以下の地元中小企業105社(回収率97.2%)



業種内訳

製造業	卸売業	小売業	サービス業	建設業	不動産業
15社	18社	18社	18社	18社	18社

独自指数「ちくしん指数」と独自調査

「ちくしん指数」とは、久留米大学の教授3名による監修のもとに筑後信用金庫が定めた直感的な景況感を表す独自の景気動向指数です。景気動向調査対象企業の中小企業経営者に、外食の回数・代表者が感じる飲食店の混み具合・業務上のチャンス・従業員への支給ボーナスの増減・従業員の有休取得状況などの景況を表すと思われる項目を聞き取り調査し、分析し、組合せることによって算出しています。

そのほかに独自の調査として、景気動向調査対象企業の中小企業経営者に、「地元の繁華街に飲みに出かけた回数」、「取引先を接待した回数」を聞き取り、その結果を掲載しています。



監修：久留米大学 商学部 塚崎 公義 教授
久留米大学 商学部 伊藤 祐 教授
久留米大学 経済学部 伊佐 淳 教授

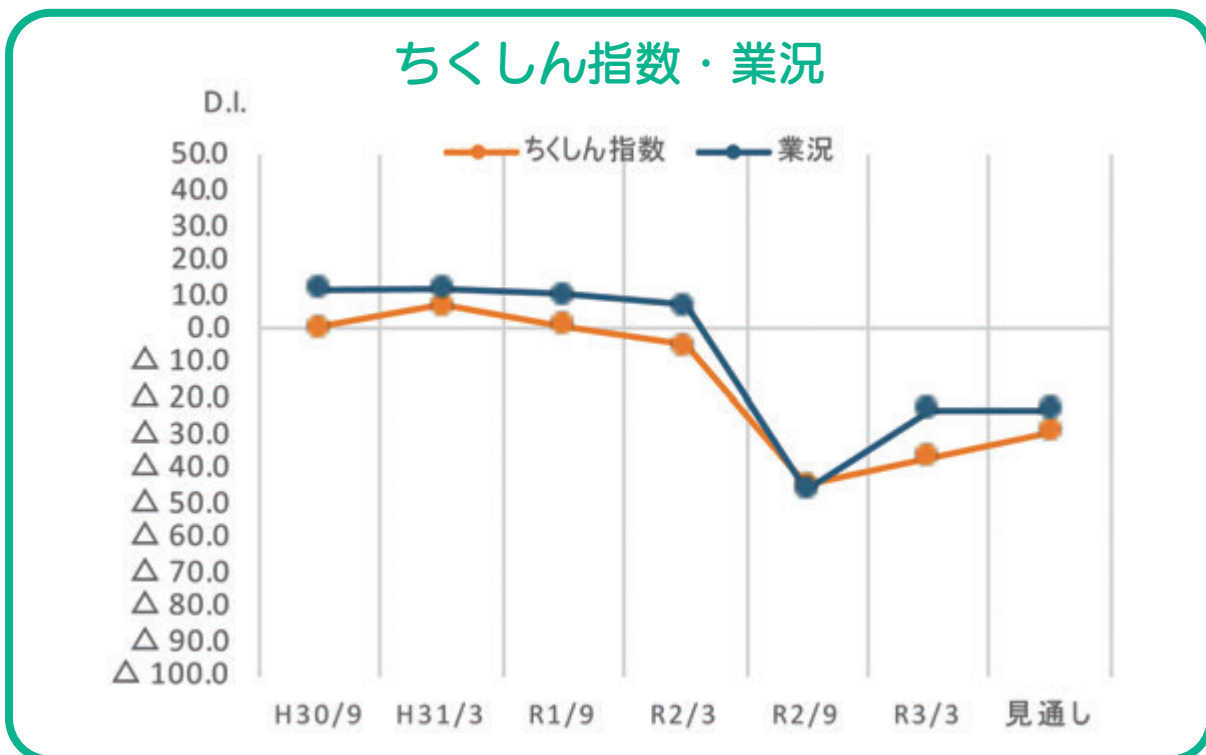
D.I. (ディフュージョン・インデックス)

景気動向調査における調査結果の分析にD.I.という指標を利用しています。

D.I.とは、経済全体または個別の経済事象について、その変化の方向と広がりをとらえるための指標で、多くの景気動向調査に利用されている指標です。代表的な各質問項目について、「良い」、「増加」、「上昇」等と回答した企業の割合から、「悪い」、「減少」、「下降」等と回答した企業の割合を差し引いて算出しています。



～ 深刻さは緩和されるも厳しい状況が続く見通し～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比7.9ポイント増加し、△36.8とわずかに厳しさが和らいだ。

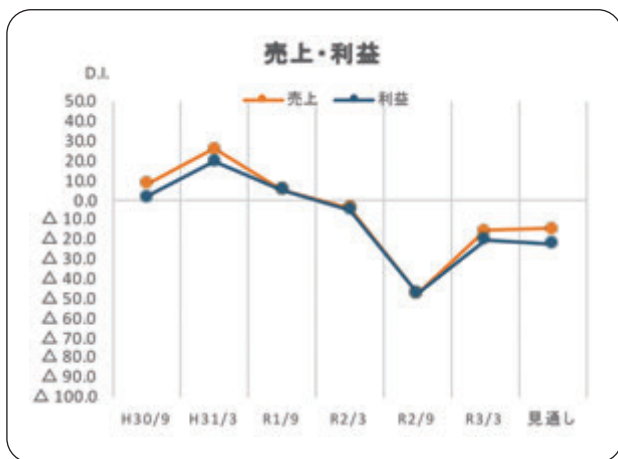
業種別にみても、全ての業種において前期比で厳しさが和らいだ。項目別にみると、「社員の有休」を除く全ての項目が改善した。今後は△29.7と7.1ポイント増加し、さらに厳しさが和らぐ見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比23.2ポイント増加し、△23.1と厳しさが和らいだ。全業種でD.I.を押し上げ、飲食店を含む小売業は11.1ポイント増加した。今後は△23.1と横ばいの見通しとなった。

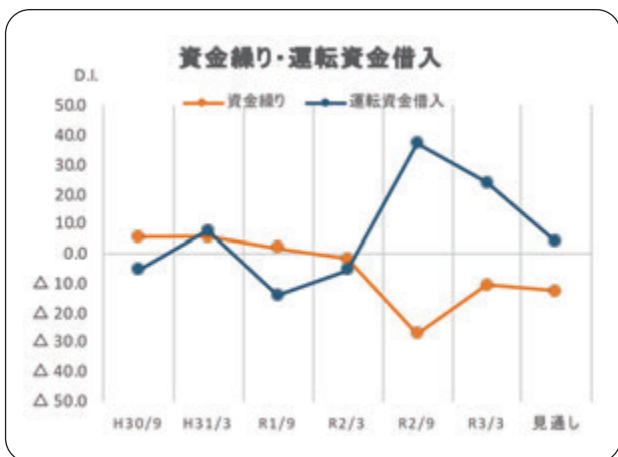
主要判断 D.I.

調査項目	H30/9	H31/3	R1/9	R2/3	R2/9	R3/3	見通し
ちくしん指数	0.4	6.8	0.6	△ 4.8	△ 44.7	△ 36.8	△ 29.7
業況	11.2	11.3	9.4	6.7	△ 46.3	△ 23.1	△ 23.1
売上	8.3	26.2	5.6	△ 3.8	△ 47.2	△ 15.2	△ 14.4
利益	1.9	19.6	5.6	△ 4.7	△ 47.2	△ 20.0	△ 22.1
資金繰り	5.6	5.6	1.9	△ 1.9	△ 27.1	△ 10.5	△ 12.6
残業時間	5.7	0.0	△ 7.4	△ 8.4	△ 22.4	△ 25.5	△ 18.4
人手不足度	33.3	18.9	12.1	17.0	△ 5.6	△ 8.7	△ 6.8
運転資金借入	△ 5.7	7.5	△ 14.0	△ 5.7	37.0	23.8	3.8
設備資金借入	△ 6.6	0.9	△ 12.3	△ 10.5	△ 3.7	△ 5.8	△ 3.9
繁華街回数	3.0	2.8	2.9	3.3	1.9	0.8	△ 43.1
接待回数	1.6	1.5	1.4	1.8	1.4	0.5	△ 36.0



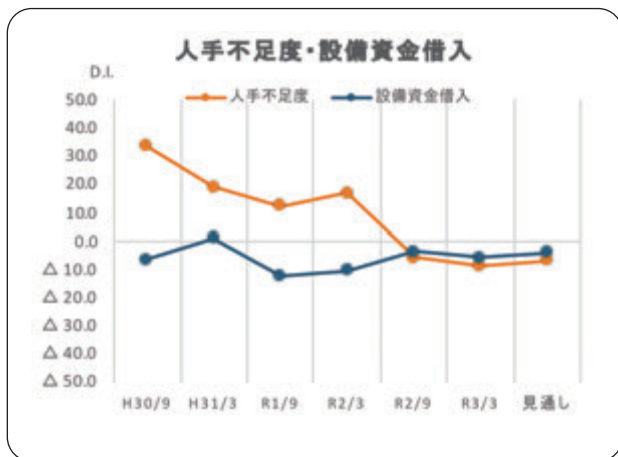


今期の売上D.I.は、前期比32.0ポイント増加し、△15.2と改善した。業種別にみると、全ての業種でD.I.は増加し、特に卸売業は61.1ポイント増加と大幅に改善した。今後は△14.4と0.8ポイント増加し、わずかに持ち直す見通しとなった。



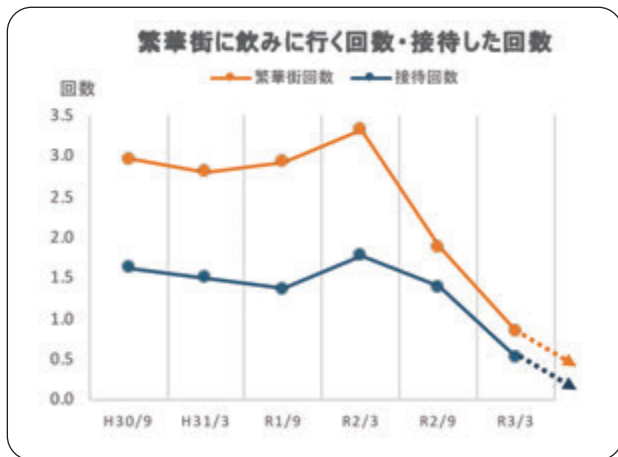
今期の利益D.I.は、前期比27.2ポイント増加し、△20.0と改善した。業種別にみると、不動産業を除く全ての業種でD.I.を押し上げた。今後は△22.1と2.1ポイント減少し、再び減少傾向を強める見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比16.6ポイント増加し、△10.5と厳しさが和らいた。今後は△12.6と再び厳しさが増す見通しとなった。



今期の運転資金借入D.I.は、前期比13.2ポイント減少し、プラス23.8と増加傾向は弱まった。今後はプラス3.8と20.0ポイント減少し、運転資金としての借入金増加傾向を弱める見通しとなった。

今期の人手不足度D.I.は、前期比3.1ポイント減少し、△8.7と人手不足の度合いは弱まった。業種別にみると、小売業とサービス業では人手不足の度合いが増し、サービス業では人手不足に転じた。今後は△6.8と1.9ポイント増加し、わずかに人手不足の度合いが強まる見通しとなった。



今期の設備資金借入D.I.は、前期比2.1ポイント減少し、△5.8と減少傾向を強めた。今後は△3.9と1.9ポイント増加し、減少傾向を弱める見通しとなった。

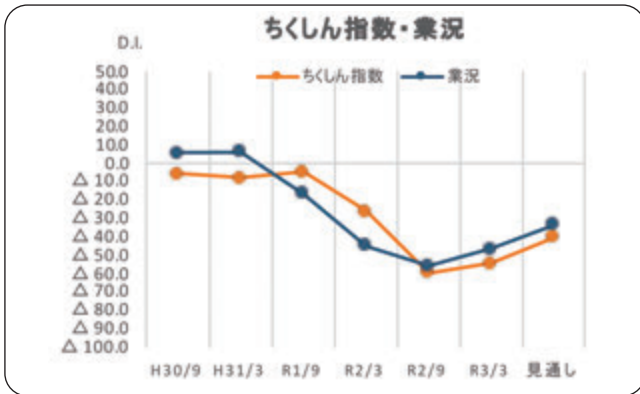
今期の残業時間D.I.は、前期比3.1ポイント減少し、△25.5と減少傾向を強めた。今後は△18.4と7.1ポイント増加し、残業時間は減少傾向を弱める見通しとなった。

今期の地元繁華街に飲みに行く1ヶ月あたりの平均回数は、前期比1.1回減少し、0.8回と調査開始以降、初めて1回を下回った。今後はさらに減少する見通しとなった。

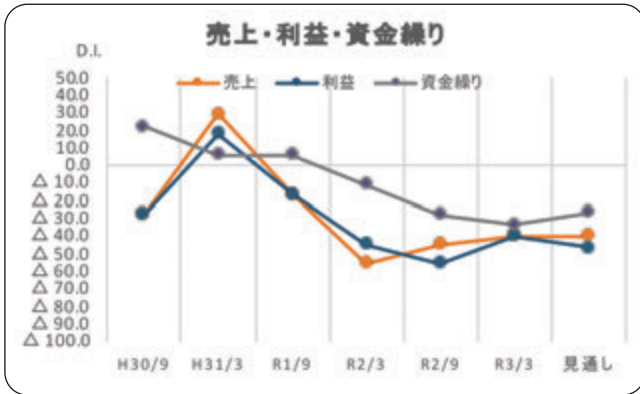
今期の取引先を接待した1ヶ月あたりの平均回数は、前期比0.9回減少し、0.5回と調査開始以降、初めて1回を下回った。今後はさらに減少する見通しとなった。

製造業

～ 深刻さは緩和されるも厳しい状況が続く見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比5.4ポイント増加し、△54.2と厳しさが和らいだ。今後は△40.3と13.9ポイント増加し、さらに厳しさが和らぐ見通しとなった。



今期の業況判断D.I.は、前期比8.9ポイント増加し、△46.7と厳しさが和らいだ。今後は△33.3と13.4ポイント増加し、さらに厳しさが和らぐ見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比4.4ポイント増加し、△40.0と改善した。今後は△40.0と横ばいの見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比15.6ポイント増加し、△40.0と改善した。今後は△46.7と6.7ポイント減少し、再び悪化傾向が強まる見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比5.5ポイント減少し、△33.3と厳しさが強まった。今後は△26.7と6.6ポイント増加し、厳しさが和らぐ見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「売上不振(10)」「同業者間の競争(6)」「人手不足(5)」であったが、今期は「同業者間の競争(7)」が最も多く、ついで「売上不振(4)」となった。



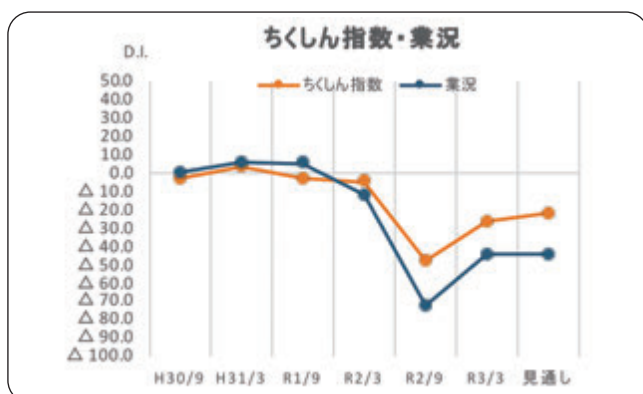
調査項目	H30/9	H31/3	R1/9	R2/3	R2/9	R3/3	見通し
ちくしん指数	△ 5.9	△ 8.2	△ 4.6	△ 26.1	△ 59.6	△ 54.2	△ 40.3
業況	5.6	5.9	△ 16.7	△ 44.4	△ 55.6	△ 46.7	△ 33.3
売上	△ 27.8	29.4	△ 16.7	△ 55.6	△ 44.4	△ 40.0	△ 40.0
受注残	0.0	35.3	△ 11.8	△ 44.4	△ 44.4	△ 33.3	△ 33.3
利益	△ 27.8	17.6	△ 16.7	△ 44.4	△ 55.6	△ 40.0	△ 46.7
販売価格	5.6	11.8	0.0	5.6	△ 16.7	△ 13.3	△ 26.7
原材料価格	33.3	41.2	23.5	27.8	17.6	33.3	6.7
在庫過剰感	5.6	11.8	△ 5.9	0.0	△ 17.6	0.0	0.0
資金繰り	22.2	5.9	5.6	△ 11.1	△ 27.8	△ 33.3	△ 26.7
残業時間	0.0	0.0	△ 16.7	△ 16.7	△ 55.6	△ 46.7	△ 33.3
人手不足度	47.1	5.9	11.1	22.2	△ 16.7	△ 33.3	△ 13.3
運転資金借入	11.1	0.0	△ 16.7	0.0	27.8	40.0	26.7
設備資金借入	△ 5.6	0.0	△ 5.9	△ 5.6	△ 11.1	△ 26.7	0.0
繁華街回数	1.9	1.8	1.8	2.5	1.6	0.5	△ 40.0
接待回数	1.2	0.9	1.3	1.2	1.1	0.6	△ 6.7

★調査員コメント★

- 緊急事態宣言の発令により、取引先へ訪問ができなくなってきており、情報収集が思うようにできていない状況。(機械部品製造)
- 新型コロナウイルスの影響により受注が減少傾向。(ゴム部品製造)
- 売上の依存度が大きい大手企業がコロナの影響が少ないため、当社も影響はあまりない。(鋳鉄鋳造製造)
- 大手取引先の設備計画により受注は確保できていたが、今後の受注については未定である。(特殊産業機械製造)
- ものづくり補助金を活用し設備を導入したが、コロナの影響もあり受注は減少。(金型・同部品製造)
- コロナの影響で受注は一時ストップしていたが、現在の受注は増加傾向にある。多忙だが、増加傾向がいつまで続くかわからないため人材の確保は検討中。(織物製造)

卸売業

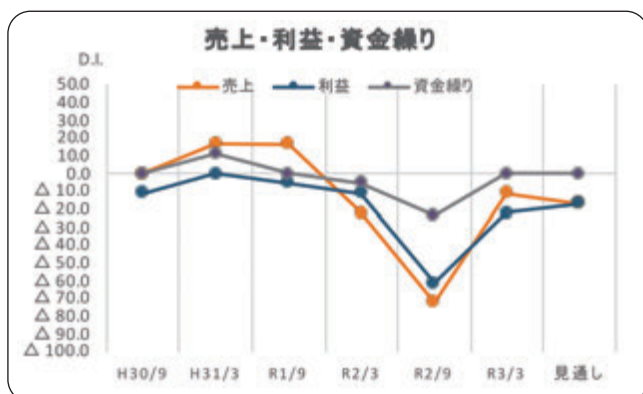
～ 深刻さは緩和されるも厳しい状況が続く見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比21.1ポイント増加し、△26.7と厳しさが和らいだ。今後は△22.2と4.5ポイント増加し、さらに厳しさが和らぐ続く見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比27.8ポイント増加し、△44.4と厳しさが和らいだ。今後は△44.4と横ばいの見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比61.1ポイント増加し、△11.1と大幅に減少傾向を弱めた。今後は△16.7と5.6ポイント減少し、再び減少傾向を強める見通しとなった。

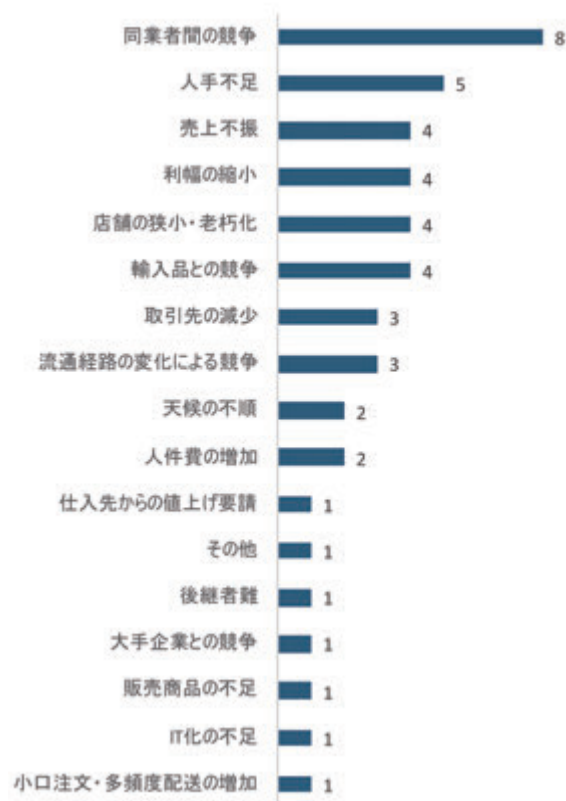


今期の利益D.I.は、前期比38.9ポイント増加し、△22.2と減少傾向を弱めた。今後は△16.7と5.5ポイント増加し、さらに減少傾向を弱める見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比23.5ポイント増加し、厳しさが和らぎ0.0で均衡した。今後は0.0と横ばいの見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「売上不振(11)」「取引先の減少(6)」「同業者間の競争(6)」であり、「人手不足(0)」との回答はなかったが、今期は「同業者間の競争(8)」が最も多く、ついで「人手不足(5)」「売上不振(4)」「利幅の縮小(4)」「店舗の狭小・老朽化(4)」「輸入品との競争(4)」となった。

卸売業の経営課題(複数回答)



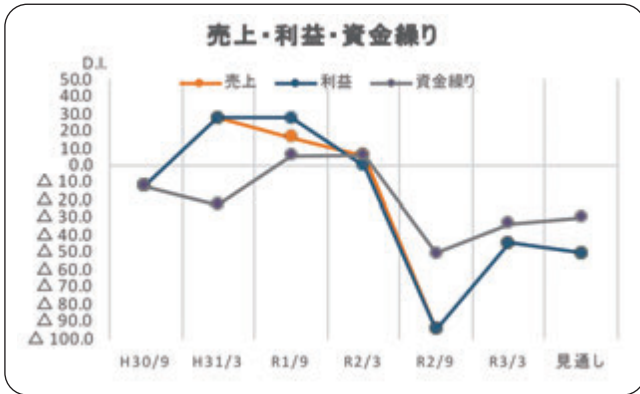
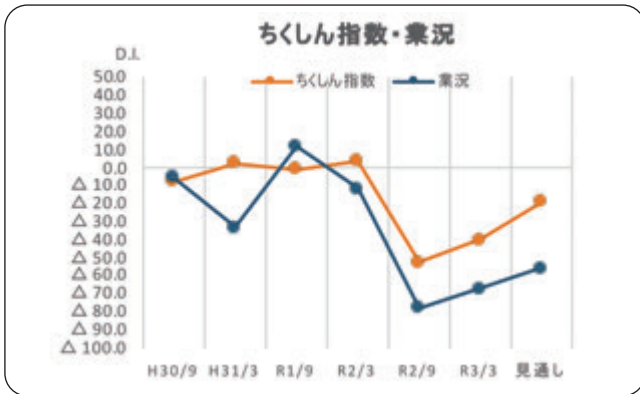
調査項目	H30/9	H31/3	R1/9	R2/3	R2/9	R3/3	見通し
ちくしん指数	△ 3.4	3.4	△ 3.4	△ 4.5	△ 47.8	△ 26.7	△ 22.2
業況	0.0	5.9	5.6	△ 11.8	△ 72.2	△ 44.4	△ 44.4
売上	0.0	16.7	16.7	△ 22.2	△ 72.2	△ 11.1	△ 16.7
利益	△ 11.1	0.0	△ 5.6	△ 11.1	△ 61.1	△ 22.2	△ 16.7
販売価格	5.6	5.6	△ 5.6	5.6	△ 22.2	0.0	0.0
仕入価格	5.6	22.2	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0
在庫過剰感	△ 5.6	△ 11.1	0.0	0.0	△ 16.7	△ 11.1	△ 5.6
資金繰り	0.0	11.1	0.0	△ 5.6	△ 23.5	0.0	0.0
残業時間	5.6	△ 5.6	△ 16.7	5.6	△ 22.2	△ 5.6	△ 5.6
人手不足度	16.7	5.6	0.0	5.6	0.0	△ 11.1	△ 16.7
運転資金借入	△ 5.6	△ 11.1	△ 33.3	△ 16.7	55.6	27.8	△ 22.2
設備資金借入	△ 11.1	0.0	△ 22.2	△ 17.6	11.1	△ 11.1	0.0
繁華街回数	3.4	3.4	5.2	4.3	1.3	1.2	△ 38.9
接待回数	2.3	1.8	1.6	2.1	1.1	0.8	△ 27.8

★調査員コメント★

- ・飲食店への卸売が減少しているものの、スーパー等への卸売は増加している。(青果卸売)
- ・業者向け販売は低調であるが、個人向け(生協など)販売は好調。(食料・飲料卸売)
- ・住宅着工件数、㎡単価は上昇しており、コロナ前の水準に戻りつつある。(木材卸売)

小売業

～ 深刻さは緩和されるも厳しい状況が続く見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比12.4ポイント増加し、△39.8と厳しさが和らいだ。今後は△18.8と21.0ポイント増加し、さらに厳しさが和らぐ見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比11.1ポイント増加し、△66.7とわずかに厳しさが和らいだ。今後は△55.6と11.1ポイント増加し、さらに厳しさが和らぐ見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比50.0ポイント増加し、△44.4と減少傾向は弱まった。今後は△50.0と5.6ポイント減少し、再び減少傾向が強まる見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比50.0ポイント増加し、△44.4と減少傾向は弱まった。今後は△50.0と5.6ポイント減少し、再び減少傾向が強まる見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比16.7ポイント増加し、△33.3と厳しさが和らいだ。今後は△29.4と3.9ポイント増加し、さらに厳しさが和らぐ見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「売上不振(12)」「利幅の縮小(9)」「同業者間の競争(5)」であったが、今期は「売上不振(13)」が最も多く、ついで「利幅の縮小(6)」「同業者間の競争(3)」「大企業との競争(3)」「商店街の集客力低下(3)」となった。

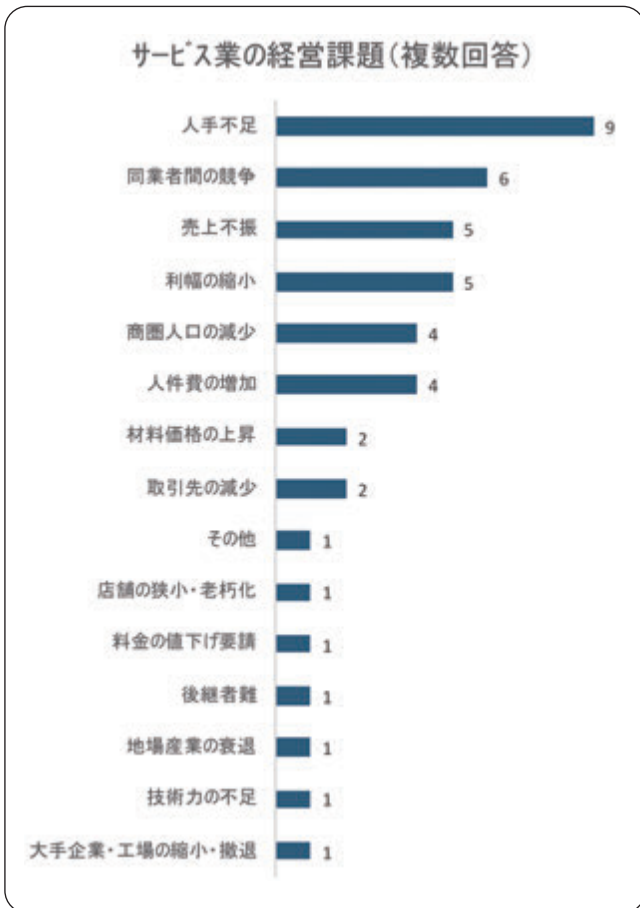
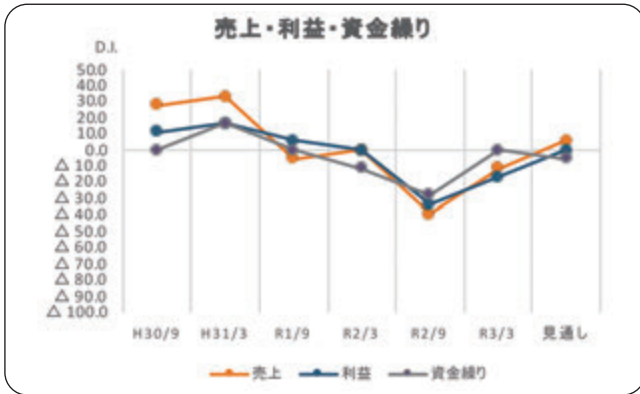
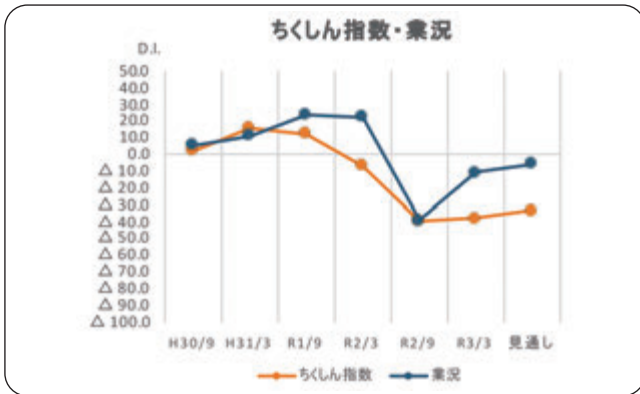
調査項目	H30/9	H31/3	R1/9	R2/3	R2/9	R3/3	見通し
ちくしん指数	△ 8.0	2.2	△ 1.1	3.5	△ 52.2	△ 39.8	△ 18.8
業況	△ 5.6	△ 33.3	11.8	△ 11.8	△ 77.8	△ 66.7	△ 55.6
売上	△ 11.1	27.8	16.7	5.9	△ 94.4	△ 44.4	△ 50.0
利益	△ 11.1	27.8	27.8	0.0	△ 94.4	△ 44.4	△ 50.0
販売価格	5.6	11.1	5.6	17.6	△ 11.1	0.0	△ 11.1
仕入価格	5.6	22.2	27.8	17.6	5.6	0.0	△ 5.6
在庫過剰感	△ 6.3	27.8	△ 5.6	△ 5.9	△ 27.8	△ 11.8	△ 17.6
資金繰り	△ 11.8	△ 22.2	5.6	5.9	△ 50.0	△ 33.3	△ 29.4
残業時間	△ 5.6	5.6	0.0	△ 17.6	△ 38.9	△ 22.2	△ 27.8
人手不足度	29.4	22.2	5.9	29.4	△ 27.8	△ 16.7	△ 16.7
運転資金借入	0.0	5.6	5.9	△ 11.8	66.7	5.6	△ 5.9
設備資金借入	0.0	5.6	5.9	△ 17.6	5.6	11.1	5.9
繁華街回数	1.5	2.2	2.7	2.7	1.9	0.5	△ 38.9
接待回数	1.2	1.4	1.3	1.1	0.8	0.2	△ 41.2

★調査員コメント★

- ・在宅が増え、やや高級な製品を購入する人が若干増えた。(寝具販売)
- ・家族葬などの規模の縮小化、大型葬の中止により売上が減少している。(生花販売)
- ・2度の緊急事態宣言による自粛等の影響は特段ない。(自動車販売)

サービス業

～ 厳しさや和らぎ、売上・利益は来期増加に転じる見通し～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比1.7ポイント増加し、△37.8とわずかに厳しさが和らいだ。今後は△33.3と4.5ポイント増加し、さらに厳しさが和らぐ見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比27.8ポイント増加し、△11.1と厳しさが和らいだ。今後は△5.6と5.5ポイント増加し、さらに厳しさが和らぐ見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比27.8ポイント増加し、△11.1と減少傾向が弱まった。今後は5.6と16.7ポイント増加し、増加傾向に転じる見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比16.6ポイント増加し、△16.7と減少傾向が弱まった。今後は0.0と16.7ポイント増加し、均衡する見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比27.8ポイント増加し、0.0と厳しさが和らぎ均衡した。今後は△5.6と5.6ポイント減少し、再び厳しさが増す見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「人手不足(7)」「売上不振(6)」「同業者間の競争(3)」であったが、今期は「人手不足(9)」が最も多く、ついで「同業者間の競争(6)」「売上不振(5)」「利幅の縮小(5)」となった。

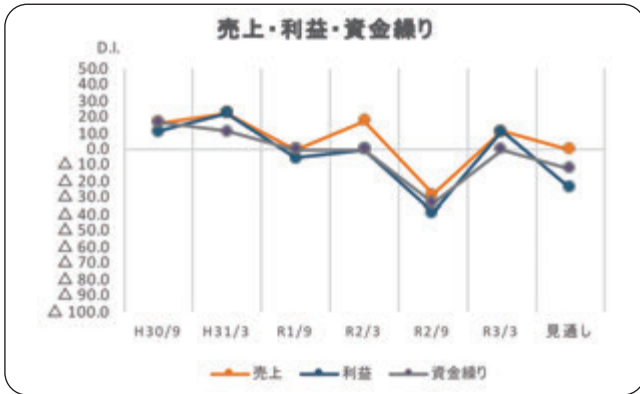
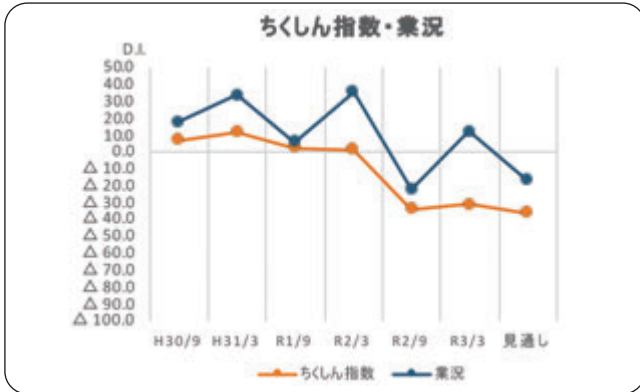
調査項目	H30/9	H31/3	R1/9	R2/3	R2/9	R3/3	見通し
ちくしん指数	2.2	15.6	12.4	△ 6.7	△ 39.5	△ 37.8	△ 33.3
業況	5.6	11.1	23.5	22.2	△ 38.9	△ 11.1	△ 5.6
売上	27.8	33.3	△ 5.6	0.0	△ 38.9	△ 11.1	5.6
利益	11.1	16.7	5.6	0.0	△ 33.3	△ 16.7	0.0
サービス価格	11.1	22.2	11.1	38.9	△ 6.3	0.0	△ 5.9
仕入価格	11.1	33.3	27.8	44.4	0.0	11.8	11.8
資金繰り	0.0	16.7	0.0	△ 11.1	△ 27.8	0.0	△ 5.6
残業時間	11.1	5.6	△ 16.7	△ 5.6	△ 11.1	△ 27.8	△ 16.7
人手不足度	61.1	27.8	5.6	33.3	0.0	5.6	0.0
運転資金借入	△ 11.1	22.2	0.0	16.7	50.0	44.4	22.2
設備資金借入	0.0	11.1	△ 22.2	△ 11.1	5.9	11.1	5.6
繁華街回数	4.0	1.8	2.1	3.6	1.7	0.7	△ 61.1
接待回数	1.6	1.1	1.3	1.6	0.7	0.4	△ 52.9

★調査員コメント★

- ・コロナの影響により、卒業式・入学式の規模縮小および中止に懸念をもっている。(美容)
- ・故障診断機等の設備投資を検討している。(自動車整備)
- ・外出自粛の影響で自動車修理依頼が減少し、売上減少。(自動車整備)
- ・コロナの影響により展示会の開催が中止となり、販路開拓ができていない。(広告)
- ・巣ごもりが増えて家庭や事業所のゴミが増加している一方で、飲食店からのゴミは減少傾向にあるため取引が解消された事例もある。(廃棄物処理)
- ・コロナの影響により一部の仕事に遅延が発生するも順調に推移している。(設備メンテナンス)
- ・人手不足で工期が長期化、受注に見合った適正な価格設定が課題。(広告)

建設業

～ 厳しさや和らぐも、再び厳しさが強まる見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比3.0ポイント増加し、△31.1とわずかに厳しさが和らいだ。今後は△36.5と5.4ポイント減少し、再び厳しさが強まる見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比34.0ポイント増加し、プラス11.8と好調に転じた。今後は△16.7と28.5ポイント減少し、再び厳しさが強まり悪化に転じる見通しとなった。

今期の売上D.I.は、前期比38.9ポイント増加し、プラス11.1と増加傾向に転じた。今後は0.0と11.1ポイント減少し、再び減少傾向が強まり均衡する見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比50.0ポイント増加し、プラス11.1と増加傾向に転じた。今後は△23.5と34.6ポイント減少し、再び減少傾向が強まる見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比33.3ポイント増加し、0.0と厳しさが和らぎ均衡した。今後は△11.8と11.8ポイント減少し、再び窮屈感が強まる見通しとなった。

前期の経営課題は、多い順に「人手不足(8)」「売上不振(6)」「利幅の縮小(5)」であったが、今期は「人手不足(9)」が最も多く、ついで「同業者間の競争(4)」「下請け・外注先の確保難(4)」「売上不振(3)」となった。

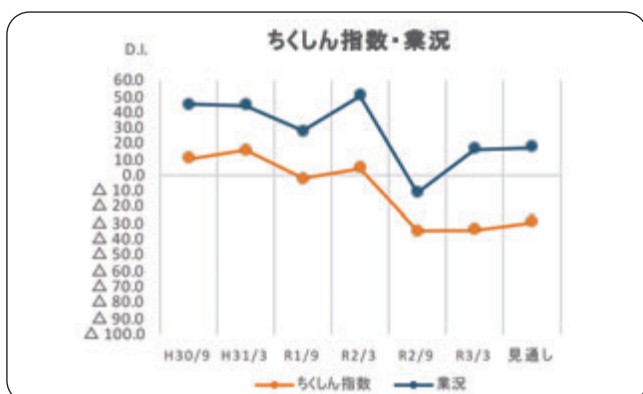
調査項目	H30/9	H31/3	R1/9	R2/3	R2/9	R3/3	見通し
ちくしん指数	6.8	11.5	2.3	1.2	△34.1	△31.1	△36.5
業況	17.6	33.3	5.6	35.3	△22.2	11.8	△16.7
売上	16.7	22.2	0.0	17.6	△27.8	11.1	0.0
受注残	29.4	22.2	0.0	29.4	△27.8	16.7	△5.9
利益	11.1	22.2	△5.6	0.0	△38.9	11.1	△23.5
請負価格	16.7	27.8	△5.6	5.9	△11.1	0.0	△5.9
材料価格	55.6	50.0	22.2	41.2	22.2	22.2	23.5
在庫過剰感	5.9	△16.7	△5.9	0.0	△11.1	0.0	△5.9
資金繰り	16.7	11.1	0.0	0.0	△33.3	0.0	△11.8
残業時間	22.2	5.6	0.0	△11.8	△5.6	△27.8	△11.8
人手不足度	38.9	35.3	27.8	11.8	11.1	5.6	11.8
運転資金借入	△16.7	0.0	△27.8	△12.5	27.8	16.7	0.0
設備資金借入	△22.2	△11.1	△16.7	△18.8	△11.1	△17.6	△23.5
繁華街回数	3.3	3.3	2.9	3.2	1.9	1.6	△33.3
接待回数	1.7	1.9	1.3	1.8	1.9	0.7	△26.7

★調査員コメント★

- ・役員が高齢ということもあり合理化に消極的なため、新型コロナへの対策を打てない状況。(電気配線工事)
- ・業況は昨年と比較して大きな変化はないが、コロナ禍で今後のアパートやマンションの建設需要の減少が懸念される。(一般土木建築工事)
- ・従業員の高齢化、同業者からの引き抜きにより人手不足となっている。(一般土木建築工事)
- ・慢性的な人手不足でハローワーク等で募集するも解消には至っていない。外国人労働者の雇用も視野に入れている。(一般土木建築工事)

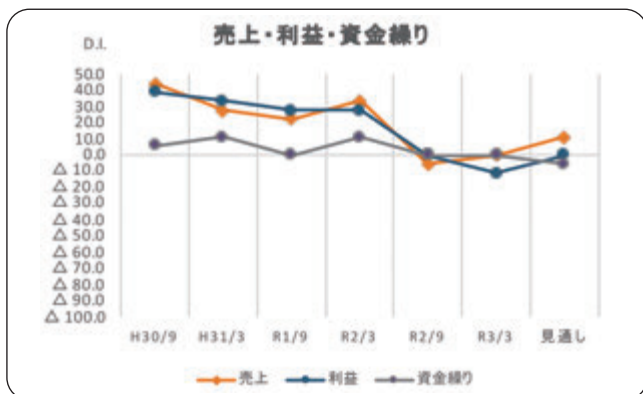
不動産業

～ 厳しさが和らぎ、さらに好調感が強まる見通し ～



今期のちくしん指数D.I.は、前期比0.4ポイント増加し、△34.1とほぼ横ばいとなった。今後は△29.4と4.7ポイント改善し、厳しさが和らぐ見通しとなった。

今期の業況判断D.I.は、前期比27.8ポイント増加し、プラス16.7と好調に転じた。今後はプラス17.6と0.9ポイント増加し、好調感が強まる見通しとなった。

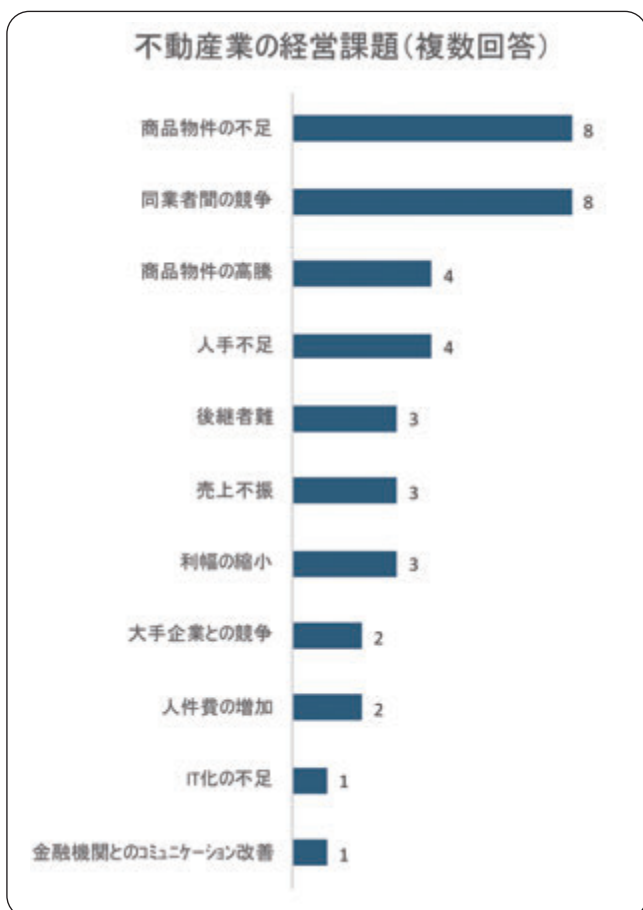


今期の売上D.I.は、前期比5.6ポイント増加し、0.0で均衡となった。今後はプラス11.1と11.1ポイント増加し、増加傾向が強まる見通しとなった。

今期の利益D.I.は、前期比11.1ポイント減少し、△11.1と減少傾向に転じた。今後は0.0と11.1ポイント増加し、均衡する見通しとなった。

今期の資金繰りD.I.は、前期比変化はなく、0.0で均衡となった。今後は△5.6と5.6ポイント減少し、窮屈感が増す見通しとなった。

今期の経営課題は、前期と大きな変化はなく、「商品物件の不足(8)」が最も多く、ついで「同業者間の競争(8)」 「商品物件の高騰(4)」 「人手不足(4)」となった。



調査項目	H30/9	H31/3	R1/9	R2/3	R2/9	R3/3	見通し
ちくしん指数	10.2	15.9	△ 2.2	4.5	△ 34.5	△ 34.1	△ 29.4
業況	44.4	44.4	27.8	50.0	△ 11.1	16.7	17.6
売上	44.4	27.8	22.2	33.3	△ 5.6	0.0	11.1
利益	38.9	33.3	27.8	27.8	0.0	△ 11.1	0.0
販売価格	17.6	16.7	11.1	11.1	5.9	0.0	5.9
仕入価格	17.6	23.5	23.5	11.1	6.7	0.0	0.0
在庫過剰感	△ 11.8	△ 11.8	△ 17.6	△ 11.1	△ 20.0	△ 29.4	0.0
資金繰り	5.6	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0	△ 5.6
残業時間	0.0	△ 11.1	5.6	△ 5.6	0.0	△ 23.5	△ 17.6
人手不足度	6.3	16.7	22.2	0.0	0.0	△ 5.9	△ 5.9
運転資金借入	△ 11.8	29.4	△ 11.1	△ 11.1	△ 5.6	11.1	5.6
設備資金借入	0.0	0.0	△ 11.1	5.6	△ 22.2	△ 5.6	△ 11.1
繁華街回数	3.6	4.6	2.9	3.5	2.8	0.6	△ 44.4
接待回数	1.8	1.7	1.4	2.8	2.8	0.4	△ 55.6

★調査員コメント★

- ・コロナ禍で事業所誘致等の話は延期になっているが、一般住宅用地の動きは良好。売上高は減少するが、利益面での心配はない。(不動産賃貸)
- ・資金繰りは問題なく、所有物件の入居率も大きな変化はない。(不動産売買)
- ・新型コロナの影響により不動産売買、仲介ともに案件は減少していたが、年度末にかけ増えている。(不動産売買)

特別調査

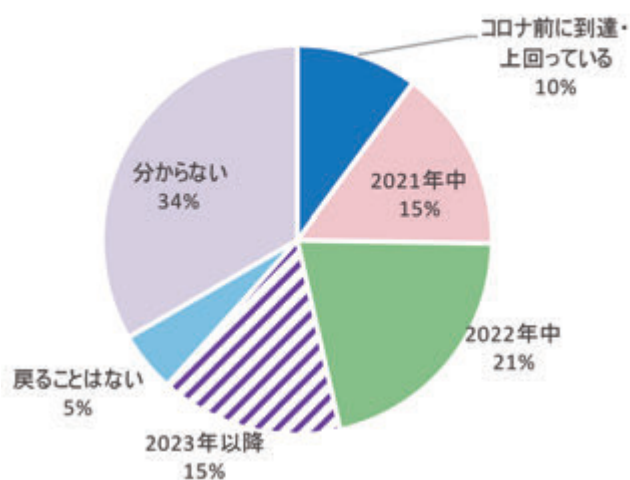
調査目的:新型コロナウイルス感染拡大を受けた中小企業の対応について調査しました。

調査対象:「景気動向調査」に同じ



(1) 売上がコロナ前の水準に回復する時期を、いつごろと見込んでいますか。

新型コロナウイルスからの売上の回復時期

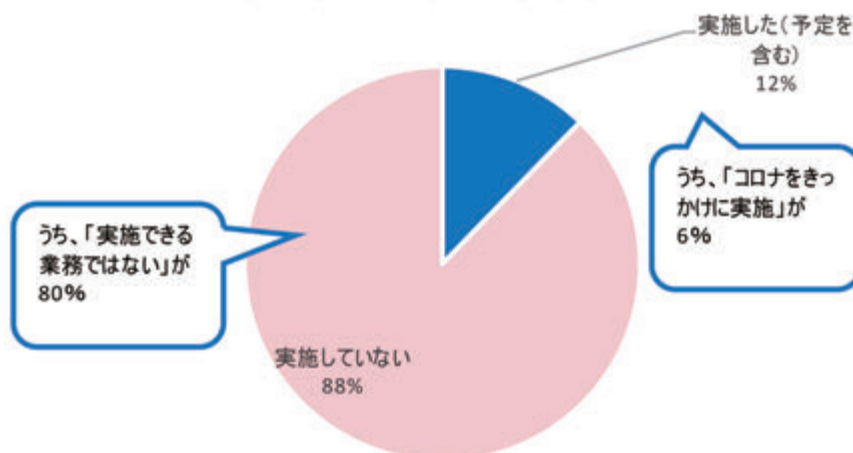


売上の回復時期はわからないが約4割

売上がコロナ前の水準に回復する時期を、いつごろと見込んでいるかについては、「わからない(34%)」が最も高く、以下「2022年中(21%)」、「2021年中(15%)」、「2023年以降(15%)」と続いた。また、「現状でコロナ前に到達・上回っている」は10%となり、「戻ることはない」は5%となった。

(2) 出社を必要としない就労形態の実施(予定を含む)していますか。

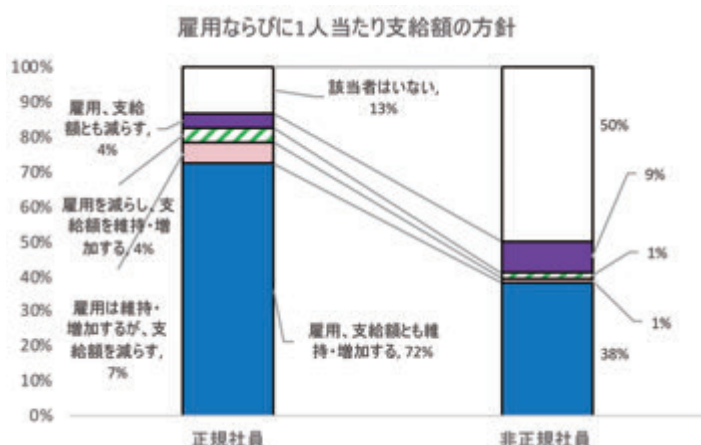
出社を必要としない就労形態の実施状況



8社に1社でテレワークなど対応

テレワークや在宅勤務、リモートワークといった、出社を必要としない就労形態を実施しているか(予定を含む。)については、「実施した(予定を含む。)」が12%、実施していないが88%となった。実施(予定を含む。)企業の内訳をみると、6%が「コロナウイルスをきっかけに実施」と回答した。また、実施していない企業の内訳をみると、80%が「実施できる業務ではない」と回答した。

(3)雇用ならびに1人当たり支給額(給与、賞与、手当等)に関する方針について、どのようにお考えですか。



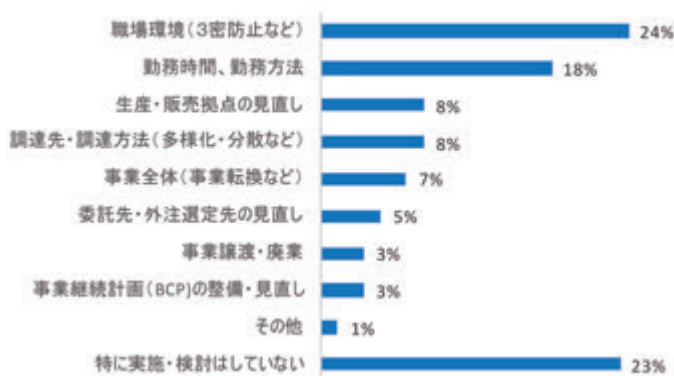
雇用維持の方針が強い

雇用ならびに1人当たり支給額(給与、手当、賞与等)に関する方針(予定を含む。)について、正規社員と非正規社員に分けて尋ねたところ、正規社員については72%が、非正規社員については38%が「雇用、支給額とも維持・増加」と回答し、最も多くなった(「該当者はいない」を除く。)

次に正社員は「雇用は維持・増加するが、支給額を減らす」が7%と続いたが、非正規社員は「雇用、支給額とも減らす」が9%と続いており、正社員は雇用を維持しようとする姿勢が強い傾向がみられた一方で、非正規社員は厳しい環境に置かれていることがうかがえる。

(4)新型コロナウイルスの影響を受けて、事業の見直しを実施・検討していることはありますか。

今後の事業の見直しについての実施・検討状況

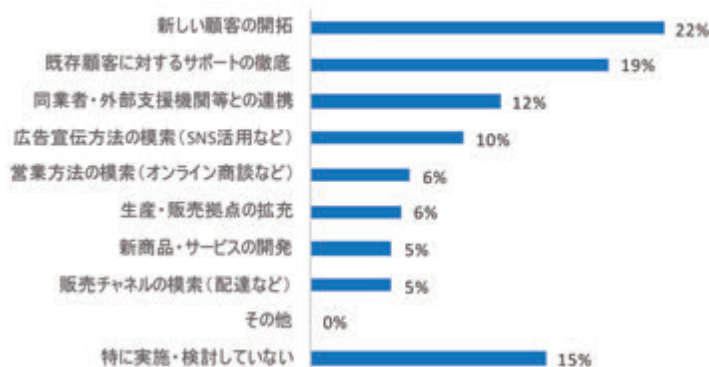


3密防止や勤務時間など見直し

今現在、今後の事業の見直しについて実施・検討していることについては、「職場環境(3密防止など)(24%)」が最も高く、以下「勤務時間、勤務方法(18%)」、「生産・販売拠点の見直し(8%)」、「調達先・調達方法(8%)」が続いた。また、「実施・検討していない」は23%となった。

(5)営業拡大の観点で実施・検討していることはありますか。

営業拡大の観点での実施・検討状況



新規開拓や既存顧客へのサポートを実施

今現在、営業拡大の観点で実施・検討していることについては、「新しい顧客の開拓(22%)」が最も高く、以下「既存顧客に対するサポートの徹底(19%)」、「同業者・外部支援機関等との連携(12%)」が続いた。また、「実施・検討していない」は15%となった。

新たな地域連携の試み——久留米絋と「絋フェスタ」

大学の生き残り戦略と広報

ここ数年、久留米大学と地元企業や自治体が連携協定を締結する動きが加速している。地域活性化や地方創生の内実の具現化に向けた流れの一斑といえるだろう。しかし、この動きはまだ始まったばかりである。ここでは久留米大学と地元企業が共同で取り組む「絋フェスタ」という地域連携活動がどのようにして生まれ、何を目指しているのかについてお話ししたい。

久留米大学では十年ほど前から十八歳人口の減少による大学の「生き残り戦略」が叫ばれ始め、その際に「大学の広報」の重要性が認識されるようになった。

私は八年ほど前に久留米大学本部の広報戦略ワーキング委員長に任せられたことがあった。各学部の若手教員の知恵を集めて新たな広報戦略を具体的に答申せよとの指令を受けたが、実現するための予算は付けられていなかった。当時は十八歳人口の減少による大学の定員割れの危機意識が強く、その対応策の一つであった。とはいえ巨額の費用をかけて広告代理店等にHP作成やCMを依頼するマンモス大学にはとてもかかないというドンキホーテのような胸中であった。

参考になったのが近畿大学の事例である。関関同立というブランド力のあるライバル大学がひしめく中で、HPの広告代理店に依存せずに教職員が一体となって知恵を絞り志願者数日本一を達成した。その際に最も重視したのが「広報」である。

久留米大学ではそのような態勢はまったくできていなかった。慣れない作業と課題に向き合いつつ、とりあえずアイデアだけでも出そうということになった。たとえば学食の看板メニューを開発して話題づくりをしようという意見や、学生目線の動画を作ってはどうかという意見も出た。当時全国的に大学生たちが

盛んに自主制作していた「恋するフオーチュンクッキー」(恋チユン)の久留米大学バージョンの制作を提案したが、予算の目途が立たないという理由で取り合ってもらえず一旦断念した。

しかし、恋チユンの各大学バージョンはもともと学生たちが勝手に自主的に作っていたもので、大学を挙げて作る必要もなかった。それならば法学部で作ろうと、学生や各サークルに参加を呼びかけ、法学部バージョンを制作した。この動画は予想外に大ヒットし、YouTubeで十万近い閲覧回数を誇る、久留米大学を代表する有力な動画コンテンツになった。この作品はエンタメ系ではあるが、大学の宣伝にはかなりでなく、高校生が久留米大学を知ることにもなる広報効果の高いコンテンツであり、学生が主役の絋フェスタの原点でもある。

現在では久留米大学の広報室や入試課もSNSや動画発信に力を入れ始めているが、当時はなかなか学内の理解は得られなかったのである。

久留米絋ファッションショーの出発点

次の広報戦略として取り組んだのが、「久留米らしさ」を象徴するテーマの発見であった。これにはなかなか苦労した。広報コンテンツとしてはなるべく映像的に華やかなものが欲しかったからである。

比較的華やかで「学生目線」で取り組んでいる大学の広報活動として、上智大学、関西大学、西南学院大学などが、学生が浴衣を着て授業に参加する「浴衣デー」というイベントをやっているのを知り、法学部の教員にもそれを提案したが、「二番煎じだ」「久留米らしさが無い」と冷たい反応であった。

そんな時に、とあるイタリアン・レストランの開店記念イベントに偶然遭遇する機会があった。眼前で披露され

るショーを見て、「これだ！」と直感的にひらめいたのが、「久留米絋ファッションショー」だった。このショーには「久留米らしさ」「若者らしさ」「華やかさ」という広報的要素がすべてそろっていた。

イベントが終了した後で、ファッションショーをプロデュースしていた絋業者とデザイナーさんに協力を直訴し、第歩を踏み出した。

セタデーから絋フェスタへ

久留米絋をテーマにした学生イベントの打ち合わせを絋業界の人たちと始めたが、幸運だったのは当時のゼミ生にファッションショーのモデル向きの活動的な学生が多かったこと、業者の方々が地域活性化のための人的ネットワークをきちんと構築していたことであつた。後述するが、この人の輪は地域連携活動には欠かせないものである。

本格的なファッションショーを行うには、会場費だけでなく、音響、照明、ヘアメイク、衣装、着付け、ウォーキング指導など多額の費用がかかる。当時は予算がほとんどなかったため大学の教室を使って行うことになり、諸費用も業者の方に最小限に抑えていただいた。こうして2015年に第二回の「セタデー」が開催された。「浴衣デー」も意識していたので、当日は六十人の浴衣の着付けを行い、久留米絋の織元とのパネルディスカッションなども取り入れた。かなり好評であったので継続が決まった。(写真1)

翌年の第二回からは会場を久留米シティプラザ・六角堂広場に移した。イベント名もわかりやすい「絋フェスタ」に変更し、人の集まるオープンな場所を一般市民にアピールすることで広報効果をさらに高めることにターゲットを置いた。(写真2)

久留米大学だより

これまで誰も思いつかなかったこととした試みの中で、地元企業や市民団体がさまざまな形でサポートをしてくださいました。



写真1 大学の教室を使つての久留米紺ファッションショー



写真2 六角堂広場でのパフォーマンス

地域連携の基本 「つながる」

紺フェスタという地域連携活動を七年にわたって継続する中で強く認識させられたことがある。まず、少子化と言われながらも大学のキャンパスには学生若者であふれていること、久留米大学だけでも五千人以上の学生がいる。外部の業者によく指摘されるが、これが大学の最大の武器であることに気がついている大学関係者はそこ多くはない。

次に、地元企業は地域活性化や業界発展のために若者たちとの接点や交流を強く求めていること、これは大学が思っている以上に切実なものがある。最後に、地域の伝統産業や伝統工芸は後継者やイノベーション、新たな発想や購買層の開拓を求めていること、そのためには学生の力が必要なのである。

つまり、大学、地元企業、地域の伝統工芸は、「学生」というキーワードで深く連携する必然性を元来有しているのである。この三者が「つながる」のはそれほど難しいことではない。紺フェスタはこの「つながり」の偶然的で

象徴的な具現化に他ならないのである。

スポーツガーデン株式会社や西鉄久留米駅のエマックス・クルメとは地域活性化のための新たな試みを模索しており、ボーリング場のレーンを使った久留米紺ファッションショー(写真3)や中心商店街の賑わいづくり(まちあそび人生ゲーム、サンタ大作戦)などを実施してきた。(写真4)

RKB毎日放送は毎年のように今日感テレビで紺フェスタの告知を行っていただき、大学のユニークな取り組み



写真3 ボーリング場のレーン上でのファッションショー



写真4 エマックス・クルメでのクリスマス・イベント

を紹介する番組である発掘ゼミでは地域連携活動として紺フェスタを特集していただき、紺フェスタ当日には発掘ゼミのプロデューサーや久留米出身のタレントさんにもトークセッションにご出演いただいた。最後になるが、現在久留米紺未来プロジェクトという新たなプロジェクトを進めている。かつて久留米紺はその染料である藍(すくも)の生産から生地作り、そして商品化まで現地で生産生産されていた。このサイクルを藍づくりから復活させ、それに携わる人材を大学教育の中で育成しようという壮大なプロジェクトである。

このプロジェクトには大学教員だけでなく、農業技術関係者や久留米紺の織元紺商品の生産業者、ネット販売業者、金融業界そして教員と学生が参加し、商業ベースと教育ベースで結果を残そうと力を合わせている。その成果を今年の紺フェスタ2021(9月2日、久留米シティプラザ・ザ・グランドホール)で披露する予定になっているので、是非ご期待いただきたい。



▲ 前列左端が著者

前田 俊文 先生

久留米大学法学部教授

出身 愛媛県松山市

一橋大学社会学部卒業

一橋大学大学院社会学研究科修士課程修了・博士後期課程単位修得

博士(法学)

グラスゴウ大学客員研究員

三重短期大学法経科専任講師、久留米大学法学部専任講師、助教授を経て2004年より現職

【著書】

(単著)『プーフェンドルフの政治思想』(成文堂、2004年)

(共著)『啓蒙と社会』(京都大学学術出版会、2011年)

(単独訳)『プーフェンドルフ『自然法にもとづく人間と市民の義務』(京都大学学術出版会、2016年)

(共訳)『アダム・スミス 法学講義 1762~1763』(名古屋大学出版会、2012年)

【趣味】

どちらかといえば体育会系のタイプかもしれません。趣味は中学時代から続けているテニス、大学生の頃にはまったスキー、ずっと続けているボーリング(ハイスコア245)など。温泉巡りや野球観戦も好きです。最近では学部の広報委員長をしていることもあって、ビデオカメラで撮影した紺フェスタ関連の動画を YouTube にアップすることに苦悶しています。



株式会社 スローライフ
代表取締役
須山 多佳人さん



地元企業の社長に
久留米大学生が
インタビューをしました。

株式会社 スローライフ

思いやり・協調性を育む！

Q: 御社の歴史と現在の事業内容はこのようになっていますか。

平成25年7月22日に就労継続支援A型事業所として株式会社スローライフを立ち上げ、同年10月1日から事業を運営しています。私は福祉に携わって29年、障がい者の方に携わって15年になります。最初は老人介護に従事していましたが、障がい者の方々の職がないという現状を何とかしたいという想いを抱くようになり、8年前に会社を立ち上げました。現在は障がいを持つ10代から70代まで25名の方に利用していただいています。

主な事業内容は施設外就労です。食品関係やペット用品関係の企業から内職できるような軽作業の依頼を受け、当社の利用者が作業を行っています。現在は4社の企業と取引をしています。また、買い物の際に米や水よりもはるかに高いタクシー料金を

支払って買い物に行く高齢者の姿を見て、もっと安価に買い物ができる仕組みを作ろうと思い、平成29年4月から買い物代行サービスを始めました。開始以来、評判がよく、高齢者だけでなく幅広い年代の方々40名程度にご利用いただいています。他にも草取りや植木の剪定、いわゆる終活のお手伝いなどの代行サービスを行っています。リーズナブルな価格設定にしていますので、ぜひご利用いただければと思います。



Q: 御社の強みやこだわりはどのようなものですか。

就労継続支援は、利用者の方々にただ仕事をさせておけばいいというものではありません。当社で仕事をしたいことになって、後々、利用者の方が「したい仕事」に就けるよう成長できることが大切です。そのため、挨拶、思いやり、協調性など、働く上で必要なことを学べる事業所でありたいですね。

利用者の方に仕事を任せる時は「できないから任せない」とではなく、「できないかもしれないけど、このように工夫したらできるのか」を常に考えるようになっています。今までできなかったことができた時は、誰でも嬉しいものです。利用者の方には、それをこころで見つけ、その喜びを自信に繋げてほしいと思っています。当社では仕事を一生懸命したいという人であれば、年齢は関係ありませんので、幅広い世代でみんな一緒に仕事をしたいと考えています。家族のような雰囲気です。

当社の利用者は、一般就労に移行した後の離職率が低く、一般就労に移行して7年近く働かれている方もいらっしゃいます。これは、当社が働く上で必要なことを学べる事業所を実現できているからなのかな、と思いますし、そのように成長できる事業所であることが当社のこだわりや強みのかな、とも思います。

Q: 就労継続支援A型に特に意識していることや取り組みはありますか。



経営をする上では、やはり、利用者の方々の給料を毎月きちんと払えるくらいの収益をあげる必要があります。ただ、一般の企業から障がい者の方々の雇用を獲得するのは、まだまだ壁が高いのが現状です。障がい者福祉事業は、こうした収益を上げる難しさがあるため、企業へ営業を行う際は、障がい者の方々が仕事ができる「というところ」をしっかりと発信するようになっています。そんな中、当社では、利用者の方々が日々頑張っている仕事をしているため、仕事量や賃金が増えて、少しずつですが売上は8年間右肩上がり続けています。

Q. 会社への挑戦したい、伸ばしたい、また、いろいろな仕事をしたい。

久留米に限らず、筑後地区で、福祉に関してみんなで手を取り合い、連携を取りながら、様々なことを発信、共有できるようなところに、協議会のよつなものを発足したいと考えています。現在、久留米には約3万人の障がいを持つ方がいて、まだまだ事業所の数は足りていません。特別支援学校や親御さんなど、いろいろな方々との連絡協議会や勉強会を開いて、みんなの得意分野を持ち寄り、小さなことからでも、一つずつ困りごとを解決していけば、みんなが幸せになつていけると思います。

Q. 大企業と比較した場合、中小企業の強みはどんなところだと思いますか。

大企業とは違い、人数が少ないからこそ、みんなで集まることで、コミュニケーションや連携が取りやすいです。年齢や役職に関係なく、困ったことがあれば、誰にでも相談でき、愚痴もこぼ

しやすい環境だと思います。派閥争いなども起こらないですし、みんなで協力して仕事ができます。また、緊急でミーティングが必要になった際、すぐに集まれることも強みだと思います。

Q. 御社はどのような人材を求めていますか。

まず一つ目は、人を思いやる心を持っている人です。当社では、誰か困っている人がいれば、できる人が手伝ってあげるといった思いやりや協調性をとても大切にしています。二つ目は、ありのままを出せる人です。自分の意見や主張をはっきり言える人を求めています。三つ目は、いいダメなことはダメというところを、社長であれ誰であれ、きちんと対等に言えないと、会社もその人も伸びていけないと思います。

Q. 学生へのメッセージをお願いします。

私たちは誰でも交通事故にあえば身体障がい者に、鬱になれば精神障がい者になるというリスクを背負っています。だからこそ、そういったリスクを背負いながら、みんなが共存していける世の中にしていかなければなりません。今後、今の若い人たちには、思いやりや助け合いの心を大切にしてほしいです。昭和の時代は、困っている人がいれば、よく声をかけていました。今の若い人たちは困っている人がいても、見て見ぬふりをする人が多くいるように感じることもあります。困っている人を見かけたら、ひと声かけるといった思いやりや助け合いの心を大切にしてほしいです。



株式会社 スローライフ
〒830-0062 久留米市荒木町白口2324-3
TEL 0942-65-6475

★取材を終えて★

取材をする中で、須山様の熱い人柄や仕事への熱意がとても印象的でした。障がいの有無にかかわらず、みんなが幸せで対等に意見を言えるような世の中にしていきたいという熱い想いを持って事業を展開されている須山様のお話は、どれもとても刺激的で、我々学生も学ぶことが多くありました。



久留米大学経済学部文化経済学科

船瀬 健矢

今回、スローライフさんを取材させて頂き、この会社の歴史や活動内容について詳しく知ることができました。スローライフさんは、お客様や地域の人々に対して、挨拶や思いやりを大切にしている素晴らしい会社であると分かりました。また、学生のうちにすべきことや大切にしておくことについても教えて頂きました。これを機に、今後の学生生活を有意義に過ごすために、自分で考えて行動していきたいです。

久留米大学経済学部文化経済学科

梅川 翔生

今回、スローライフ様を取材させて頂いて、会社の活動や須山様の仕事に対する熱意や思いを詳しく知ることができました。また、障がい者健常者関係なく同じように接して、協調性、思いやりの心を常に持っていることに感銘を受けました。学生に重要なことも多く教えて頂いたので、今後の学生生活を考えて過ごしていきたいと思います。

久留米大学経済学部文化経済学科

東 雅也



次世代を担う人づくり ～大学生の編集者体験～

「藍プロジェクト」活動を通して感じたこと

はじめに

皆さんは久留米絁というものをご存知でしょうか？一度は耳にしたことがある方もいらっしゃると思います。久留米絁とは、久留米を中心に生産されている日本三大絁の一つであり、綿の糸から染めて布にしている綿織物です。

私たちは今、「藍プロジェクト」という、大学の地域連携活動を通してこの久留米絁に関わっています。「藍プロジェクト」とは、久留米絁の染料の原料である藍から育てて久留米絁を一貫生産しようというプロジェクトで、久留米大学法学部の学生と様々な企業が連携して行われています。

久留米絁といえば深みのある藍色をイメージされると思いますが、この藍色は藍草(あいぐさ)という雑草が染料のもとになっています。もともとは筑後川流域に自生していました。しかし、現在の久留米絁の染料の原料となる「すくも」の生産は徳島県の農家さんに頼っている状況で、久留米では栽培されなくなってきています。このままでは天然染料の供給が不足するだけでなく、久留米絁の生産そのものが危うくなります。

そこで、実際に久留米で藍を栽培し、染料を作ることから始めて製造まで地元一貫生産を目指すと同時に、久留米絁という伝統工芸品への理解を更に深めることがこのプロジェクトの目的となります。

藍プロジェクトとしての活動

私たちは「藍プロジェクト」として様々な活動を行いました。そのいくつかについてご紹介したいと思います。

第一番目に、昨年7月に、久留米絁未来プロジェクトの方々から栽培していただいた藍草の収穫を行いました。※1

一見藍色をしていないただの葉っぱのように見えますが、近づいて見ると葉の表面に藍色が滲んでいるのが特徴です。収穫方法は、鎌での手作業で、根っこから全部取るのではなく、根から10cm上を刈り取ります。一見簡単そうに見えますが、葉っぱ同士がくっついていたり、茎が絡まって地面が見えにくかったりした上に、あまり力を入れずに刈らなければいけなかったため収穫するうえで力加減が難しかったです。先生方や久留米絁未来プロジェクトの方々のおかげで収穫作業は順調に進めることができました。



※1 藍草(あいぐさ)

収穫した藍草は、乾燥の工程に入ります。まず晴れの日であれば、ブルーシートの上に広げ、藍草を干すという作業になります。雨の場合だと藍草はそのままであると発酵したり、腐敗したりしてしまうので、1コンテナ約3kgに小分けされます。その後、冷房の利く空間で除湿と大型扇風機を回し、乾燥させます。

ここまでの過程を経て、次の工程である久留米絁の織元である山藍さんでの藍建(あいだ)てをしていただく準備ができたこととなります。私たちの力だけでは到底できず、久留米絁未来プロジェクトの方々のご協力の元、成すことができるものです。

これからは藍の栽培圃場も拡大した上での活動になり、去年の収穫量をはるかに凌駕する数になりそうです。全国でも有数の産地になるそうです。私たちも力添えができればと思います。

第二番目に、私たちは、昨年8月に織元である「山藍さん」を訪問し、お話を伺いました。※2

まず、久留米絁ができるまでの主な流れは、藍草を栽培、収穫し、絁の染料をつくります。次に、柄づくり、整経(せいけい)、括(くく)りでは、柄模様を制作して絵糸をつくり、柄に応じて糸を整えて糊つけ等を行ってから括ります。

次に藍建て、藍染(あいぞめ)、管巻きがあり、藍草から作った“すくも”というものを灰汁、貝灰、小麦の麩(ふ)で発酵し、糸を藍で染めます。そして緋解きで、括りをほどいた糸を水洗いした後に天日乾燥させ、横糸を管に巻き取ります。柄合わせした糸を順番に並べて、張りながら木枠に巻き取る、経て巻きという作業をして、最後に手織りします。ここまでで特に重視される工程は、「括り」、「藍染め」、「手織り」です。

まず、「括り」は、柄模様を計算し、縦糸と横糸を背の高い麻で括ります。ここでは微妙な手際が仕上がりに影響するため、丹念になされます。

次に、「藍染め」では、糸を藍瓶に浸して絞ったのちに、その都度地面に叩きつけることで藍の酸化を促します。これを30回以上繰り返すと綺麗な深い藍色に染め上げられます。叩く作業は、糸をほぐすことで糸の中心部も外側も均一な染まり具合になるためになされます。それから、土の下に染料を設置することで水温を一定に保つ必要があります。冬は地下で火を焚くことで水温の変化を防いでいます。染める度に色が濃くなるこの方法は、1回で濃く染めようとする方法に比べると、薄い色の層が何層にも重なり厚くなるため、久留米緋の大きな特色の一つである、色落ちしづらいという点に結びついています。

そして、工程の最後にある「手織り」は、“なげひばた”という機械を使い、縦糸と横糸の柄を合わせながら丁寧に織り上げていきます。ここで使われる機械はとても丈夫でなかなか壊れません。このことは大変大きなメリットですが、その一方でデメリットもあります。そのデメリットとは、機械を生産するところが少ないため、新調が難しいことです。機械を大量に作ったとしても、壊れることがないため買いなおす人がおらず、機械の生産だけを商売として行うには限界があるからです。

久留米緋の織元である「山藍さん」にお話を伺った際に、久留米緋を作る上で、見る、触る、匂いを嗅ぐという、体験をもとに五感を駆使して状態をみることを大切にされていることを知りました。お話をお伺いしたことによって、久留米緋の「糸から染めて織る」という部分を具体的に理解することが出来ました。

最後になりますが、昨年の8月に久留米大学法学部主催の福岡県久留米市シティプラザ・グランドホールにて開催された「緋フェスタ2020」において、自分たちが今までの活動を通して体感したことを発表しました。昨年はコロナの影響で無観客のライブ配信となってしまいましたが、この緋フェスタ2020では緋が使われた衣装を着た学生のファッションショーなどが行われました。そのファッションショーで久留米緋を見るだけではなく、私たちが行った成果報告を聞いてもらうことによって多くの方々に久留米緋について知ってもらい、理解を深める機会になったと思います。



※2 山藍さん

活動を通して感じたこと

藍プロジェクトでの活動を通して私たちは久留米緋が出来るまでの過程を体感することが出来たと同時に、久留米緋の歴史や知識などを更に深めることが出来ました。実際に「見て」「聞いて」「触れて」みて感じる久留米緋は、最初の頃と比べると印象が変わっていて、この活動に対しての興味も深まりました。

現在、私たちは久留米緋の小売及び流通を行われている「株式会社オカモト商店さん」と一緒に久留米緋で雑貨を創作していく分科会での活動を始めています。自分たちで企画した久留米緋を使った商品を今年開催予定の久留米大学法学部が主催している「緋フェスタ2021」でお披露目する予定です。

これからも様々な活動があるので、自分たちでの理解に留まらず、久留米緋を多くの方々に知ってもらえるように活動していきたいです。そして、自分たちの活動でこれからの久留米緋を支える手助けが少しでも出来ればと思います。



プロフィール

山口凜華(左) 福島理恵子(中央) 酒見杏奈(右)
学部学科:法学部法律学科 学年:3年

感想

この記事を作成するにあたり、今回含め、今まで多くの貴重な体験をさせていただいたと改めて感じました。本当にありがとうございます。

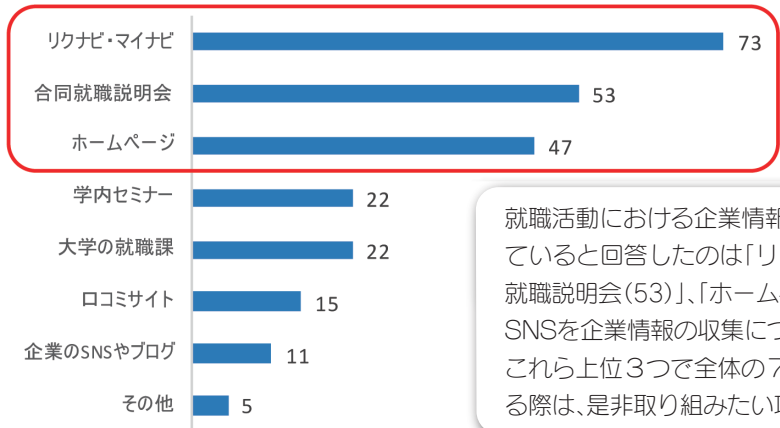
記事を読んでいただいて少しでも久留米緋や私たちの活動について知っていただき、興味を持っていただけたら幸いです。

久留米大学生にきく！若者のホンネ

久留米大学生の就職観

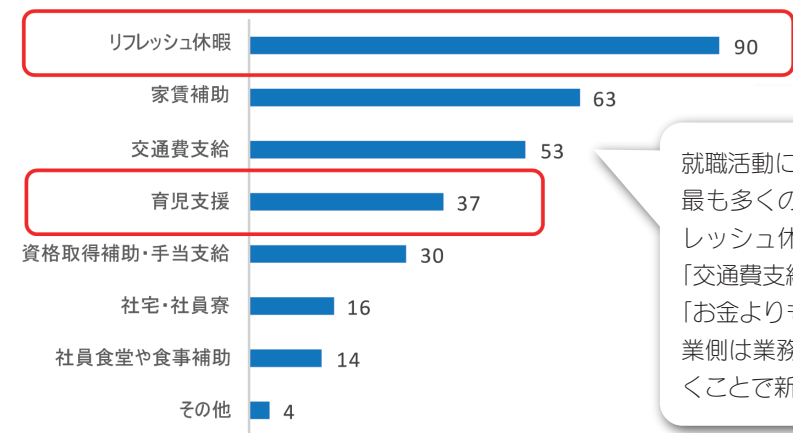
久留米大学生125名を対象に「就職観」についてのアンケートを実施しました。(複数回答や無回答が含まれるため、必ずしも100%にならない場合があります。)

就職活動中、企業に関する情報はどのように収集していますか



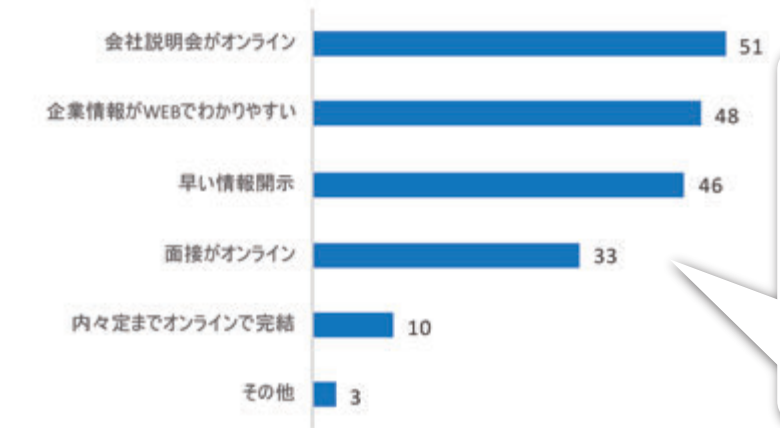
就職活動における企業情報収集の方法として、最も多くの学生が活用していると回答したのは「リクナビ・マイナビ(73)」でした。次いで、「合同就職説明会(53)」、「ホームページ(47)」となりました。SNSを企業情報の収集につかっている学生はわずか4%となりました。これら上位3つで全体の7割を占めており、企業側が新卒採用を検討する際は、是非取り組みたい項目と言えそうです。

福利厚生をチェックする時に注目するポイントはどこですか



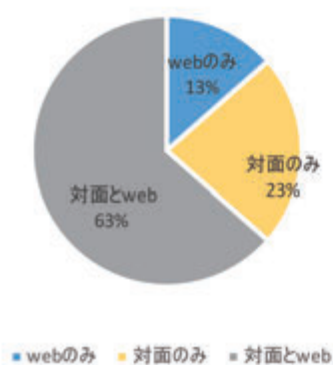
就職活動における福利厚生のチェックポイントとして、最も多くの学生が注目していると回答したのは「リフレッシュ休暇(90)」でした。次いで、「家賃補助(63)」、「交通費支給(53)」、「育児支援(37)」と続きました。「お金よりも時間がほしい」と考えている学生が多く、企業側は業務を効率化しながら働き方を柔軟に整えていくことで新卒学生からの人気を集められそうです。

コロナ禍における就職活動において企業にどのような対応を希望しますか

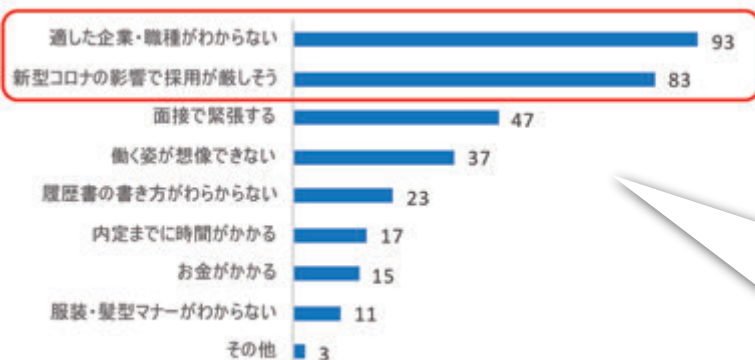


コロナ禍における就職活動で企業に求める対応として、最も多くの学生が希望したのは「会社説明会がオンライン(51)」でした。次いで、「企業情報がWEBでわかりやすい(48)」、「早い情報開示(46)」となりました。早く、わかりやすく、オンラインが求められています。一方で、「内々定までオンラインで完結(10)」を望む学生は少ない結果となりました。

参加した(したい)インターンシップの開催形式、希望するプログラムはどのようなものですか

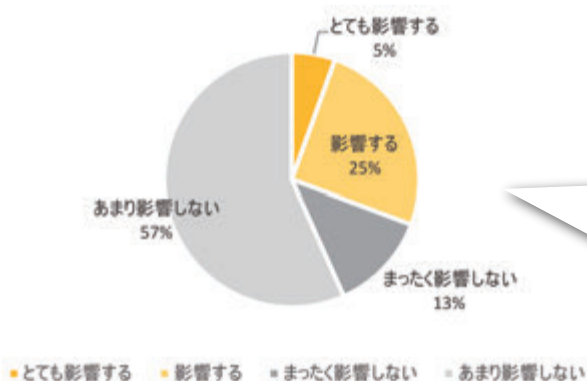


就職活動における悩みはどんなものですか



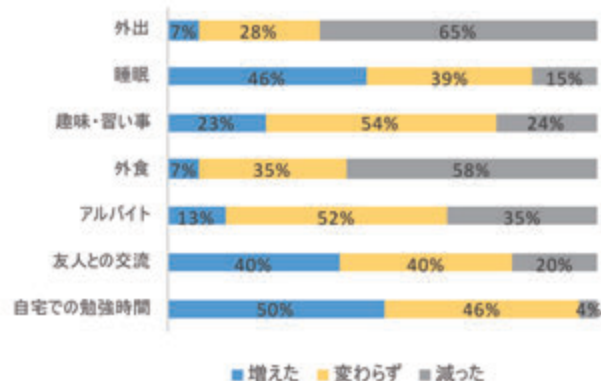
就職を控えた学生は悩みが多そうです。特に多かった悩みは「適した企業・職種がわからない(93)」、「コロナで採用が厳しそう(83)」で、この2つの回答で全体の53%と過半数を占めています。新型コロナの影響で大手企業が定期採用を見送るといったニュースもあつているため、中小企業にとっては優秀な人材を採用するチャンスともいえそうです。

副業または兼業をできる環境が整っている企業かどうかは、就職先の候補にするかどうかにどの程度影響しますか



副業や兼業をできる企業かどうかは、学生にとって就職先を決める際に影響するかどうかを調査しました。左グラフのとおり、「とても影響する」と「影響する」を合計すると30%の学生は「影響する」と回答しました。一方で、「あまり影響しない」「まったく影響しない」を合計すると70%の学生は「影響しない」と回答しました。

コロナ禍において、以下の生活行動はどのように変化しましたか



コロナ禍における学生の生活行動を調査しました。コロナ禍で増えた行動は、「自宅での勉強時間(50%)」「睡眠(46%)」「友人との交流(40%)」との回答が多く、コロナ禍で減った行動は、「外出(65%)」「外食(58%)」となりました。外出や外食を自粛している間の時間は、勉強や睡眠時間、(SNS等を利用した?)友人との交流等に有効活用されているようです。

Grill Dining Gaooo グリル ダイニング ガオー

「経営を通じてお客様と楽しさ・幸せを共有したい」という想いで「Grill Dining Gaooo」を運営されている信國成美さんにインタビューしました。



Q. 何がきっかけで起業を考えたことになりましたか。また、なぜ今で起業しようと思ったのですか。

A. 高校生の時、居酒屋でアルバイトをしたのがきっかけです。居酒屋の賑やかな雰囲気が好きになり、お客さんと接する接客サービスの楽しさを知って、いつかは自分のお店を持ってみたいと思うようになりました。友人や学校の先生から勧められて介護関係の会社に就職していましたが、やっぱり起業したいと



Grill Dining Gaooo
代表
信國 成美 さん

Q. 現在の事業はどのようなものですか。おすすめの商品はどのようなものですか。

A. スペアリブが看板メニューの飲食店です。スペアリブは私にとって家庭料理として慣れ親しんだ思い入れのある料理です。お店では熊本産「くまもとりんどうポーク」を仕入れ、自家製タレに付け込んだこだわりの一品として提供しています。お店ではテイクアウトも受け付けていますので、お気軽にお立ち寄りください。そのほか、「道の駅」たちにはなにも出品していません。

福岡市や糸島市など遠方からわざわざ来店いただくこともあって本当にありがたいです。

Q. 起業をする時の一番の課題はどのようなものでしたか。また、どのようにして解決しましたか。

A. 出店するためには何をどうしたらよいのかわかりませんでした。知人の紹介で、八女市商工会が開催している創業塾を受講し、事業計画やお店のコンセプトの作り方など開業するための準備の仕方を教わりました。1番の課題は必要なお金をどうやって準備するのか、ということでした。ある程度は蓄えがあったのですが、残りをどうやって工面するのか悩みました。創業塾でも自分で蓄えたお金を全て使うのではなく、将来の為にある程度は手元に残しておいたほうが良いとアドバイスを受けていたので、残りは借りのことにしました。金融機関（筑後信用金庫）の担当の方には親身に相談のっていただいたので、本当に助かりました。



Grill Dining Gaooo グリル ダイニング ガオー

〒834-0005 福岡県八女市大島112-1-2North101
TEL/FAX 0943-22-9124
<https://www.instagram.com/grilldining.gaooo/>

Q. 今後どのような事業展開を目指していますか。また、挑戦したい夢や志はどのようなものですか。

A. いずれは自分で建てたお店を持ちたいです。今はオーナーさんから借りている店舗で全てを自分の思ったとおりにはできないので、出店したい土地を自ら探して、自分の理想とするお店を建てたいです。これはまだまだ先の話ですね。今できることは、今の店でいろいろな経験を積み、勉強していくことです。いつかきつと、その先にある思い描いた理想やこだわりを実現させていきたいです。

Q. 起業したことによって変わったことはどのようなことですか。

A. 起業したことで仕事に対する責任が大きくなりました。覚悟が芽生えてきました。食材の仕入、調理、経理など全ての業務を自分一人で行っていますが、お客様や業者様に迷惑はかけられないので、責任と覚悟を持って取り組んでいます。それでも自分が好きな事を仕事にしている、それすらも楽しめています。自分が楽しいことで、お客さんが楽しんでくれる、こんなにやりがいのある仕事は他にはありません。

クロスパイン JP

「良質な血統を繁栄させたい」という想いで、「クロスパインJP」を運営されている重松一久さんにインタビューしました。



Q. 何がきっかけで起業を考えたことになりましたか。また、なぜここで起業しようとしたか
 A. 近所のプリーダーさんからチワワを飼うことになったのがきっかけです。初めは、娘が犬と触れ合うことでセラピー効果も得られるのではないかと、ベットとして迎えました。その後、プリーダーさんとの付き合いでいろいろな話を聞き興味を持ちはじめた頃に、事業としてやってみないかと声をかけていただき



クロスパインJP
代表
重松 一久

Q. 現在の事業はどのようなものですか
 A. もともとプリーダーとは血統を繁栄させていく者のことなんです。交配により産まれた子犬を60日間程度かけ、しつけやトレーニングを行いながら大切に育てます。それから、育った子犬を「みんなのプリーダー」というWebサイト上に登録し、サイトを見て気に入った方から直接に犬舎まで来ていただいて、直接子犬を引き渡しています。プリーダー業者を通した販売になるのではなく、最終的に誰に買ってもらったかが分からないので、「顔が見える」直接引き渡しができる販売方法にこだわっています。子犬の生い立ちや性格、親犬の性格などを丁寧に説明し、購入者の生活

Q. 起業をする時の一番の課題はどのようなものでしたか。また、どのようにして解決しましたか
 A. 母犬を揃えることが大変でした。開業を検討していた時期はちょうど母犬の数が少ないタイミングだったので、業者の方から分けてもらえませんでした。それでも業者の方へ辛抱強く交渉し、知人プリーダーのネットワークからの協力もあり、なんとか4頭を揃えることができました。また、自宅敷地に犬舎を建てるお金の準備にも不安がありましたが、金融機関に相談することで、親切に対応いただき、無事に犬舎を建てることのできました。遊び場もいっしょに作ることもできたので、気持ちにも余裕を持つ事ができました。当初は別物件を借りて事業を行う計画だったのですが、お客様の交通アクセス、動物病院までの距離などのバランスも良く、ご近所からの理解もあり、犬舎を建てることのできる良かったです。

ました。それから今までの仕事と両立しながら5年ほど修行を積むなかで、たくさんの犬種を取り扱うと中途半端な仕事しかできないと思うようになり、チワワを専門としていくことに決めました。



クロスパインJP

〒834-0104

福岡県八女郡広川町大字吉常569-1

TEL 080-3376-6468

https://www.instagram.com/cross_pine_jp/

Q. 起業したことによって変わったことはどのようなことですか
 A. 起業したことで、24時間365日休みはありませんが、自由な時間を作ることができるようになりました。ストレスもほとんどありません。組織の中では、自分のビジョンを持っていても実現させていくのは難しいことだと思います。いろいろな失敗もありますが、チャレンジしやすい環境ですし、自分が頑張った分だけ結果がついてくるので、モチベーションも上がり、やりがいや達成感がありますよ。

Q. 今後どのような事業展開を目指していますか。また、挑戦したい夢や志はどのようなものですか
 A. 犬舎を建てることができたのですが、接客は自宅のリビングで対応することも多いので、将来は店舗を備えた犬舎を建てたいですね。そのためにも、まずは遊び場を広くするなど環境を整え、プリーダーの名のもと良質な血統を繁栄させて、規模を増やしていきたいですね。そして、SNSなどの宣伝広告も頑張っている人々に知ってもらい、クロスパインさんから買いたいと言われるようになりたいですね。

環境等に適した子犬を選んでもらうように心掛けています。最近ではコロナ禍により、オンラインで見学してもらい、子犬も増えました。

地元経営者にきく!



せんだうじ整骨院
院長

古賀 智 さん

患者様に寄り添う経営を大事にしていく

★御社の歴史はどのようなものですか

2004年8月、私が28歳の時に生まれ育った久留米市善導寺町で開業しました。幼少時、病弱で入院を繰り返して、医師に命を助けてもらった経験から、自分もいつかは人の役に立つ仕事がしたいと考えていました。整骨院を開院するためには、柔道整復師という国家資格が必要なのですが、高校生の時に柔道部の友人から資格の存在を教えてもらったのが整骨院開業のきっかけですね。高校卒業後、仙台市にある東北柔道専門学校現・仙台接骨医療専門学校で資格を取得後、8年ほど整骨院で働き経験を積み、現在の地で開業しました。2008年には、来院患者様のご要望に更にお応えできるようにと考え、鍼灸マッサージ院も併設開業しました。

★御社の事業内容や得意なものはどのようなものですか

整骨院は、骨折・脱臼・打撲・捻挫・挫傷などに対する施術を行うことができ、施術には健康保険も利用していただくことができます。また、交通事故治療も行えます。骨折や脱臼の施術については、医師の同意が必要となりますので、当院で提携している整形外科を紹介し、医師による診断を受け施術を行っています。セミナーや学会への参加で学び培ってきた治療技術や病院のリハビリでも行われている手技療法なども取り入れ当院独自の色を出し、患者様に最良で最適な治療を提供しています。

マッサージ院も併設していますので、機能回復マッサージや鍼灸治療なども対応可能です。コロナ禍で縮小こそしていますが、自宅や施設等で寝たきりの方や通院が困難な方に在宅での訪問マッサージもご利用いただいています。また、患者様からのご要望により導入した酸素カプセルは、リーズナブルな価格で提供していますので、リフレッシュしたい方はもとより多くのスポーツ競技者からご好評をいただいています。

また、鳥栖にある九州医療専門学校
の非常勤講師として週に1度実技の講義を受け持ち、後進の育成にも励んでいます。



★今後、挑戦したい夢や志はどのようなものですか

当院ではマッサージのスタッフ全員が視覚障がいを持っています。スタッフからは年を重ねた後の生活について不安な声をよく耳にします。そこで、いつか視覚障がいを持つ方々が住めるシェアハウスや老人ホームなどを作りたいと考えてようになりました。施設内に仕事場が併設していれば出勤も楽ですし、仕事をして自立し、自由に生活もできる。そして集まることで協力もできる。そんな不安や悩みが軽減される場所を提供できればと思います。そんな場所があれば安心して生活できますよね。患者様に寄り添うことは元よりスタッフやその家族に寄り添うことも常に念頭に置きながら、整骨院・マッサージ院業務を大事にしていきたいと思っています。

★大企業と比べた中小企業の強みと弱みはどのようなものですか

強みといえるか分かりませんが、患者様に正直でありたいと思っています。同業種の中には、治療の本質を外れ高い料金の施術を勧めるところもありますが、整骨院業務の本質から外れてしまつてこの無いよう患者様に寄り添う経営を心掛けています。訪問マッサージもコロナ禍で一時的に中止していましたが、「リハビリしないとやっぱり調子が悪いから早く再開してほしい」という多くの声を患者様からいただき、改めて地元の患者様に支えられているな、と寄り添う経営の大切さを再確認しました。経営ですから儲けがなくて良いわけではありませんが、それよりも患者様に寄り添うことを大事にしていきたいです。

★最後に学生にメッセージをお願いします

「コロナ禍で勉強や就職活動などこれまでにない動きに戸惑うことも多いかと思いますが、しかし、誰も経験したことのない状況の中での生活です。何事も前向きにプラスに考え、柔軟に対応できる力を身に付けてもらいたいと思います。それがきつくてこれからの人生の様々な局面で、「今、自分がやるべきことは何なのか」という対応する力となり、自分の成長・成功につながっていくと思います。この経験をいつか笑顔で話せる日が来ます。自分のことを信じ、自分の思い描く夢を実現して欲しいと思います。

せんだうじ整骨院



せんだうじ整骨院

〒839-0824 久留米市善導寺町飯田294-7
TEL 0942-47-5539 FAX 0942-47-5514
<http://zendouji-seikotsuin.com>



ここで見つかる、ここから始まる。中小企業による商売繁盛の祭典。



中小企業による \ 九州の元気な企業をつなぐビジネスマッチング! /

商売繁盛の祭典



第6回 しんきん合同商談会 令和3年11月17日(水)
10:00→16:00 会場:マリンメッセ福岡A館

この街と生きていく
SHINKIN 信用金庫 福岡ひびき信用金庫 遠賀信用金庫 飯塚信用金庫 田川信用金庫 福岡信用金庫 筑後信用金庫 大川信用金庫
大牟田柳川信用金庫 佐賀信用金庫 唐津信用金庫 九州ひぜん信用金庫 伊万里信用金庫 たちばな信用金庫

※ 出展企業の募集は終了しています。



Chikushin Bank

がんばるあなたを応援したい

筑後信用金庫



久留米大学

KURUME UNIVERSITY

発行年月 令和3年6月

企画・取材協力 久留米大学

編集・発行 筑後信用金庫 企業サポート部

〒830-0032 久留米市東町35-10

TEL 0942-33-2106

FAX 0942-33-2198

URL <http://www.shinkin.co.jp/chikugo/>

本誌は情報提供のみを目的としたものです。投資、施策実施等に関する最終決定はご自身の判断でなされるようにお願いします。

本誌は、日本財団「わがまち基金」の助成を受け、制作されたものです。