

新たな社会システムの中ですべきことは何か

「サステナビリティと向き合う」

文明崩壊の引き金となる地球環境の限界、これ以上の経済成長は見込めない資本主義の限界。この2つの限界を通して見える未来は、決して明るくありません。過去の成功が通用しなくなった世の中で、乗り越えるべき壁とは何か。そもそも、何を果たしていくべきか。東海エリアにふさわしい“これから”を手に入れるために、地域の皆さまとともに歩んできた私たちOKB総研も、さまざまな枠を超えてサステナビリティと向き合っていきます。

CONTENTS

02 INTERVIEW ①

「サーキュラー・エコノミー」が日本の製造業にもたらす大改革。
株式会社ロフトワーク 取締役COO 矢橋友宏さん
新規ビジネス創出への挑戦（株式会社東海理化）
空き家マッチングサービス（株式会社 On-Co）

04 INTERVIEW ②

「脱・大量生産・大量消費・大量廃棄」への提言。
一般社団法人サステナブル経営推進機構（SuMPO） 理事長 石田秀輝さん
共立ビジネスクラブ講演会のご案内

06 INFORMATION

【SEMINAR】OKBビジネスセミナーのご案内《2022年1月～2月》
「GIFU2021中小企業合同新入社員研修」の参加者募集！
【SERVICE】「Web研修配信サービス」好評受付中！
「振込手数料の割引（10%）サービス」終了のお知らせ

環境負荷を減らしつつ、経済成長を目指す。 「サーキュラー・エコノミー」が日本の製造業にもたらす大改革。

欧州から世界へ広がりを見せるサーキュラー・エコノミー。

危機的な気候変動や資源の枯渇をはじめとする環境問題の深刻化を受け、サステナビリティ（持続可能性）の実現が世界共通の重要テーマとなっています。こうした課題意識を背景に近年注目されているのが、EUから始まったサーキュラー・エコノミー（以下CE）の取り組みです。

CEとは、従来の「自然界から資源を取って、モノを作り、使い、自然界に捨てる」というリニア・エコノミー（直線型経済）に代わり、リサイクルやシェアリングなどを通じて資源をできるだけ長期にわたって循環させながら活用し続けていく新たな経済の仕組みのことを指します（図1）。

廃棄物の再利用を進めるビジネスモデルは、

2000年に公布された「循環型社会形成推進基本法」に則り3R（Reduce＝リデュース・Reuse＝リユース・Recycle＝リサイクル）に取り組んできた日本にとって、技術的な強みがあると言えるでしょう。しかし、3RとCEは似て非なるものです。3Rは廃棄物が発生されることが前提になっているのに対し、CEはそもそも廃棄物や汚染を発生させないことを前提としています。また、CEは、3Rが目指す環境負荷低減に向けた取り組みにとどまりません。環境負荷低減と利益創造を同時に実現していこうという挑戦的な成長モデルであることも特徴です。

サーキュラー・エコノミーの概念図「バタフライ・ダイアグラム」。

国際的なCE推進機関として知られる「エレン・

マッカーサー財団（本部：イギリス）」は、CEの3原則として、以下を掲げています。

- 原則1）廃棄物・汚染などを出さない設計を行う
- 原則2）製品と原料を廃棄せずに使い続ける
- 原則3）自然システム（環境）を再生する

そして、この3原則を実現するための循環の仕組みを図式化したのが「バタフライ・ダイアグラム」と呼ばれるものです（図2）。「バタフライ・ダイアグラム」という名前は、左右で2種類の循環を表すイメージビジュアルが蝶（バタフライ）の羽のように見えることから名付けられました。

従来のリニア・エコノミーでは、資源が図の上から下へ向かって一直線に流れ廃棄されてきましたが、CEでは、消費者・利用者に渡った後にできるだけ上に円を描いて資源を活用し続けようとしています。円は小さいほど環境負荷が小さく、また企

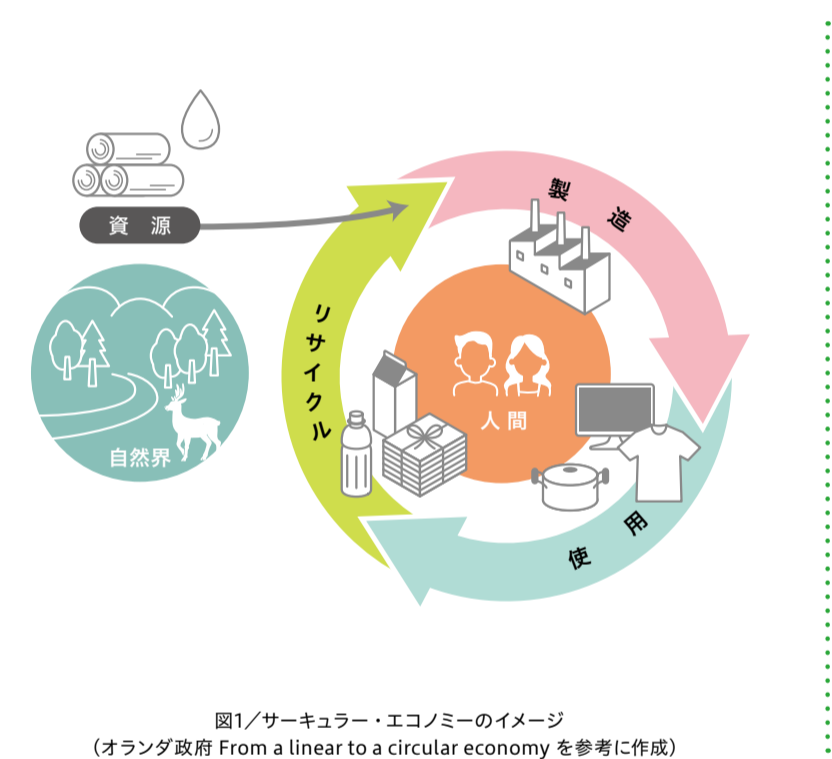


図1/サーキュラー・エコノミーのイメージ
(オランダ政府 From a linear to a circular economy を参考に作成)

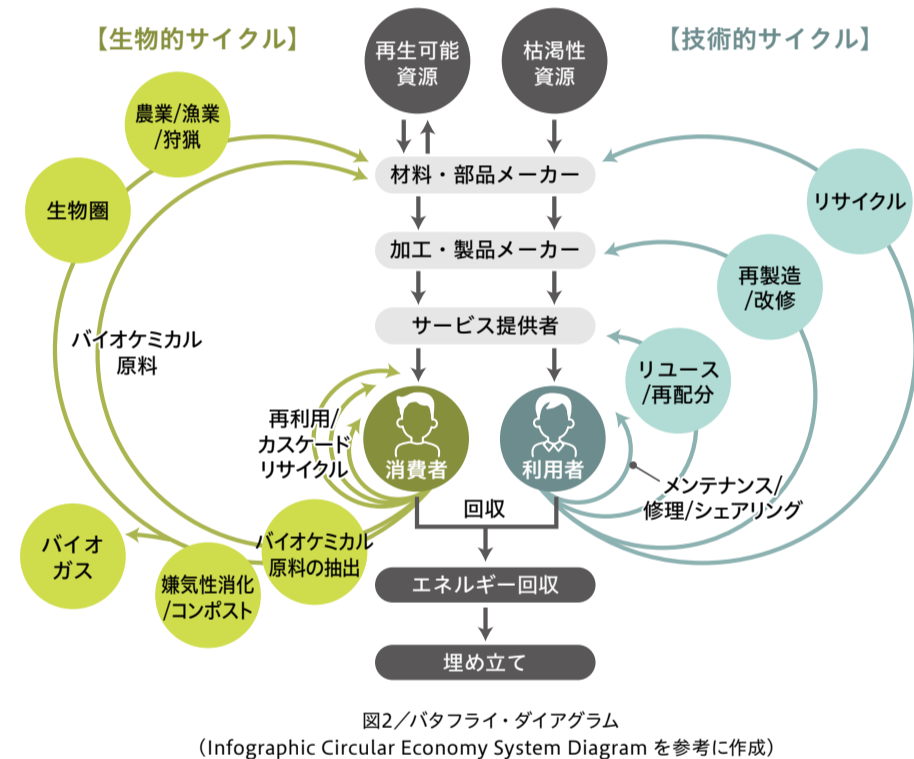


図2/バタフライ・ダイアグラム
(Infographic Circular Economy System Diagram を参考に作成)

環境配慮を考える上でのキーワードとして、近年EU（欧州連合）を中心に盛り上がりを見せている「サーキュラー・エコノミー（循環型経済）」。

トヨタ自動車が発したメッセージのインパクト。

2018年1月に開催されたCES（国際家電見本市）で、トヨタ自動車は1台で移動や物流、物販など多目的に使えるモビリティサービス専用次世代電気自動車「e-Palette Concept」を発表し、「自動車をつくる会社から、モビリティカンパニーにフルモデルチェンジする」と宣言しました。2019年にはソフトバンクグループとともにアメリカのウーバーテクノロジーズに出資。ライドシェア向け自動運転車の開発を強化しています。また、2021年6月に世界中の1次取引先の主要部品メーカーに対し、事業に関わる二酸化炭素（CO2）の2021年の排出量を前年比で3%減らすよう求めたのも記憶に新しいところです。これは2020年よりも1ポイントも厳しい数字です。1次取引先は2次、3次メーカーから部品や素材を調達しているため、トヨタ自動車に連なる3万社超のメーカーに脱炭素化要求が波及することは間違いのないでしょう。

サーキュラー・エコノミーで世界に遅れを取る日本の製造業。

では、CEの概念に対し、日本の製造業はどのようなアクションを起こしていくべきなのでしょう。大手企業を中心にすでに取り組んでいる企業もありますが、残念ながら国全体で見ると、日本の製造業はこの分野で世界に遅れを取っているのが現状です。その大きな要因は、環境負荷低減と経済的な価値創出の両立が短期的に実現することの難しさから、投資に二の足を踏む企業が多いことが挙げられるでしょう。立ち足る課題を乗り越える困難さから、「これまでの3Rの取り組みで十分。環境問題の解決は次の世代に先送りしたい」とささ言っている経営者も、決して少なくありません。しかし、それは「ゆでガエル現象（カエルを熱湯の中に入れておくとすぐに飛び跳ねて逃げ出す、水から徐々に温度を上げていくと水温の上昇に気づかないままゆで上がり死んでしまうというたとえ）」に等しく、環境対策強化を本気で推進しなければ、企業活動の継続が困難になる時代は着実に近づいています。とりわけ、自動車メーカーを頂点に広範囲なサプライチェーンを構築する東海エリアにおいて、その動きは加速しつつあります。

これらのことは、世界の自動車業界がビジネスモデルの転換期にあることを示しています。近い将来、自動車メーカーの競争軸は「生産台数」から「移動距離」、すなわち「人の移動をどれだけ支援したか」に変わるかもしれません。そしてその最前線にやはり、トヨタ自動車が立っているのではないかと私は考えています。

サーキュラー・エコノミーの実現に向けた考え方とアプローチ。

従来のリニア・エコノミーからCEへの移行に際してはコストを要するものの、企業にとって資産保有コストの削減や新たなマーケットの開拓など、ポジティブな面も期待されます。また、企業や業界の枠を超えた連携が必要となるため、そこから

オープンイノベーションが生まれる可能性も秘めています。ことに東海エリアは多様な製造業が集積する全国有数のモノづくり圏域。昭和、平成、令和の3時代にまたがって、製造業全体としては堅調が続いており、企業間のつながりも深い。そうした地の利を生かせば、決して「実現不可能な理想論」ではありません。まずは自社のビジネスモデルに対して以下を問いかけることで、第一歩を踏み出してみたいかがでしょうか。

- 1) 製造過程で使用する資源やエネルギーに無駄はないか
- 2) 製品寿命の延長を図る方法はないか
- 3) 役割を終えた製品を回収、再生させて再利用する方法はないか
- 4) 現在は廃棄している資源を活用して新たに利益を生む方法はないか
- 5) 製品やサービスの一部をシェアリングすることで生まれるビジネスはないか

CEという言葉が浸透するにつれ、企業のビジネスモデルや消費者の行動などに多くの変化が生まれることが予測されます。いかに早く、自社のビジネスをこの新しい経済の形に適応させ、アドバンテージを確立していくか。今、経営者には大胆かつ繊細な舵取りが求められています。



矢橋友宏さん
株式会社ロフトワーク 取締役COO

1989年、名古屋工業大学電気情報工学科卒。株式会社リクルートを経て2006年にロフトワークに入社。同社のマーケティング部門を率い、市場やクライアントの需要を捉えた最適なクリエイティブソリューションを提案している。ロフトワークとOKB総研が協働で運営するFabCafe Nagoyaの事業戦略立案も担う。

CASE 01 新規ビジネス創出という挑戦の中で、サーキュラー・エコノミーへの移行を加速。

シートベルトの端材をファッション小物に再生。

「100年に一度の変革期」と呼ばれる自動車業界では、電動化などに伴う事業環境の変化に対応しようと、多くの部品メーカーが新分野への参入を模索しています。愛知県丹羽郡大口町に本社を置き、自動車のスイッチ類やスマートキーなどを手がける株式会社東海理化（以下、東海理化）も、新たな挑戦を始めました。2021年1月には「ニュービジネスマーケティング部」を新設。「社内で募った新規ビジネスのアイデア2,000件を精査し打ち立てた10のテーマをもとに、将来の収益の柱を生み出していきたい」。同部門のプロジェクトチーフデザイナー・荒河修里さんの言葉からは、取り組みの本気度が伝わります。10のテーマの中に「シートベルトの端材活用」があり、新規ビジネス創出という挑戦の中で、サーキュラー・エコノミーへの移行を加速させようとして試みているのも同社の特徴。「シートベルトは当社の主要製品のひとつですが、製造工程において月間数トンもの端材が発生してしまいます。一部は道路舗装材にリサイクルしているとはいえ、それらを廃棄している現状は環境保護の観点から社内でもたびたび議論の対象になっていた」と荒河さんは明かします。そこで今回採用されたのが、シートベルトの端材をバッグやペンケースなどのファッション小物に再生するアイデア。端材といっても、自動車の部品とあって耐久性や肌触りの良さはお墨付き。地元のテントメーカーにも協力を呼びかけ、提供されたテント端材を組み合わせてデザイン性を高めるなど試行錯誤をした結果、「自信を持って市場に提供できる製品になった」と荒河さんは胸を張ります。

販路の開拓や供給力の確保といった課題はありますが、同社では関係各所と連携し、年内の商品化を目指して準備を進めていく考えです。

サーキュラー・エコノミーに関わる取り組みは、短期的には必ずしも企業収益につながるとは言いきれません。しかし、循環性の高い製品やサービスを評価する市場が近い将来、創出されることは必至で、中長期的には競争力の源泉となる可能性があります。時間軸のハードルを乗り越えて、いかに「企業のサステナビリティ」と「社会のサステナビリティ」を両立させていくか。ポイントのひとつは、「端材」を前面に押し出さないことだと荒河さんは言います。「何か良いことをしたいと思っている人を買ってもらっただけでは、ブランドはいずれ行き詰まってしまう。それ以外の人たちにもアプローチして『商品を買って買ったけれど、これを使うことで環境問題の解決に参加できるんだ』と気付いてもらえるのが理想。事業として継続させていくためにはストーリーのみを売りにせず、製品の魅力を磨き、適正に利益を上げることが大切だと考えています。社会貢献的な意味合いが強かった「リサイクル」を新たなビジネスモデルで最適化し、「無駄」を「富」に変えることを目指す東海理化のチャレンジに、各方面から期待が寄せられています。



シートベルトの端材を再生したバッグのサンプルを手にしている荒河修里さん。

株式会社東海理化 ニュービジネスマーケティング部 愛知県丹羽郡大口町豊田3-260 TEL: 0587-95-7627 <http://www.tokai-rika.co.jp/>

CASE 02 事業そのものがサーキュラー・エコノミーに直結。新しいスタイルの空き家マッチングサービス。

借り主と家主を「顔の見える関係性」でつなぐ。

少子高齢化や人口減少が進む日本では近年、「空き家問題」が深刻さを増しています。総務省が5年ごとに実施する「住宅・土地統計調査」によると、2018年10月時点の空き家数は846万戸。総住宅数に占める空き家の割合（空き家率）は過去最高の13.6%に上ります。老朽化して管理が行き届かない空き家は倒壊の危険性が増すばかりでなく、不法投棄や放火といった治安悪化の温床にもなりかねません。この問題を何とかしようと奮闘しているのが、空き家マッチングサイト「さかさま不動産」の運営を手がける株式会社On-Co（オンコ。本社：三重県桑名市。以下On-Co）です。さかさま不動産が既存の空き家マッチングサイトと異なるのは、「物件ありき」ではなく、「気兼ねなく通える自家焙煎の喫茶店を作りたい」「ひとり親向けシェアハウスを作りたい」といった借り手の思いを投稿形式で掲載し、それを見て共感した空き家オーナーが借り手に直接連絡できる点。つまり、従来型の不動産賃借の仕組みを文字通り「さかさま」にしたところにあります。On-Coの代表取締役・水谷史史さんが空き家に関心を持ったのは、名古屋市中村区の古い借家に住んでいた友人宅に居候したのがきっかけ。近隣に多くの空き家があることに気づき、それぞれの家主と直接交渉して、2011年から多い時には10軒の空き家をセルフリノベーションしたシェアハウスや飲食店、レンタルスペースを運営してきました。その経験から、水谷さんは空き家問題の解決にはマッチングの仕組みを根本的に変える

必要があると感じたと言います。「多くの空き家マッチングサイトは物件情報を羅列しているだけで、借り主にとってあまり魅力的に映りません。家主からしても、本当は空き家を有効活用したいのに『どんな人にもどのように使われるか分からない』という不安から、貸し渋っているケースが実はとても多い。そこで、借り主と家主をお互いの顔が見える関係性でつなぐマッチングサービスを思いついたのです」。

On-Coはクラウドファンディングで「さかさま不動産」の運営に関する費用約280万円を集め、2020年6月にサービスを開始。現在までに7件の契約が成立しました。契約は借り主と家主が各自で締結するため、仲介手数料は発生しませんが、On-Coは空き家の空間プロデュースやリノベーションなどで収益の確保に努めています。「私たちが手がけるリノベーションは、建物を解体した後の廃材をできるだけ再利用します。泥臭いビジネスですが、地域の良い未来に貢献している実感があり、やりがい大きい」と水谷さん。「さかさま不動産」の取り組みは、空き家対策に悩む全国の自治体からも注目を集めており、いずれスタンダードとなる日も遠くないかもしれません。



さかさま不動産を運営するOn-Co代表取締役の水谷史史さん。

株式会社On-Co 三重県桑名市西別所1375 TEL: 0594-28-8049 <https://sakasama-fudosan.com/>

制約を受け止め、サステナブル経営を目指す。 「脱・大量生産・大量消費・大量廃棄」への提言。

—日本では以前から3Rをはじめとする地球環境への対応が継続的に行われています。しかし近年、「サーキュラー・エコノミー」「SDGs」などのキーワードの広がりとともに、取り組みのさらなる強化が求められるようになりました。その理由について教えてください。

背景にあるのは「現状のままでは近い将来、人間が地球に住めなくなる日が来る」という強烈な危機感です。WWF（世界自然保護基金）などが2年に一度公開する報告書の2020年最新版によると、過去50年ほどで世界の脊椎動物の生息数は平均68%減少しました。昆虫にいたっては、30年足らずで75%以上も減少しているという報告書をヨーロッパの研究チームが発表しています。その主な原因は自然環境の悪化にともなう地球温暖化で、私たち人間が命のつなぎや土台である生物多様性を自ら壊しているからに他なりません。地球温暖化がもたらす自然災害が年々頻発・激甚化していることを肌で感じている人も多いでしょう。そこへ追い打ちをかけるように今年に入ってから、人間がこれまでに作り出したコンクリートやプラスチックなどの人工物の総重量は1兆1,000億tを上回り、森林や動物などの生物の総重量よりも多くなる見込み

だと、イスラエルの研究チームが発表しました。人間が地球に与える影響がいかに大きいかを示す結果です。地球温暖化対策は今や待ったなしの状態であり、企業もこの課題に正面から向き合っていかなければ将来はないと言ってもいいほど切実なテーマなのです。

—地球温暖化対策のキーワードとして、「気温上昇抑制」「カーボン・ニュートラル」が挙げられます。

2016年に発効された地球温暖化対策の国際化ルール「パリ協定（気温上昇を2℃未満に抑制し、今世紀後半までに二酸化炭素などの温室効果ガス排出量を実質ゼロにするカーボン・ニュートラルを目指す取り組み）」に、日本を含む175の国と地域が合意したことは画期的だったと思います。しかし温暖化は予想以上のスピードで進んでおり、8月9日に発表されたIPCC第6次報告によると、現在の文明を維持するためには、平均気温の上昇を産業革命以前と比較して1.5℃未満に抑えなければなりません（現時点で1.07℃上昇）。その達成に向けて許容できる二酸化炭素排出量は約4,000億tで、現在のペース（約335億t/年）で排出を続けると猶予は11.9年しかないこととなります。つまり、2050年カーボン・

ニュートラル実現では間に合わない。遅くとも2040年カーボン・ニュートラル実現を目指さねばならないのです。科学に基づく現状分析と将来予測によって、いまそこに地球滅亡の脅威があることが世界共通認識になり、多くの先進国で政策やビジネスの組み立て直しが図られています。

—日本では近年、モノが売れなくなったと言われています。これは消費者の意識が従来のような大量生産・大量消費・大量廃棄のビジネスモデルを続けていくわけにはいかないという風に変化したからなのでしょう。

消費者の意識というよりも、企業側の問題でしょう。物質的な豊かさを求める経済社会から、心の豊かさを求める経済社会へ軸足が移行しているのに、企業は相変わらず量的拡大を成長の指標に置き続けている。今の若者にとっては、団塊世代が心をとくめかせた自動車や、三種の神器と呼ばれたテレビ・冷蔵庫・洗濯機に当たる魅力的な商材が存在しません。スマートフォンと連携する冷蔵庫が発売されても、中身は同じだから売れないんですよ。最小限のモノで暮らすミニマリストが流行っていますが、これを一過性のブームととらえるか、社会

制約を伴う環境対応は、企業にとって脅威かチャンスか。日本のサステナビリティ研究の第一人者である石田秀輝さんと、新しい発想から広がる持続可能な社会を展望します。

インタビュー：OKB総研 戦略事業部長 長瀬一也

全体の変化ととらえるかで、今後の企業戦略は変わってくると思います。

—石田さんは著書『危機の時代こそ心豊かに暮らしたい（KKロングセラーズ発行）』の中で「かつての日本の生活に持続可能な社会へのヒントがある」とし、制約を肯定するバックキャスト思考を推奨されています。

人間の発想は大別すると2つあります。1つは目の前の問題を解決するために制約を排除するフォーキャスト思考。その反対がバックキャスト思考で、ちょっとした不便さや不自由を受け入れ、コミュニティの中で工夫しながら充実感を得ようという考え方です。キーになるのは、日本の文化を育んできた家族・地域・自然ですね。

—私たちは図らずも、新型コロナウイルスの流行によってバックキャスト思考を実践したのかもしれない。

そうですね。コロナ禍をきっかけに暮らしを見つめ直し、家族や地域コミュニティの大切さを再確認したり、身の回りの自然に心を癒やされたりした人も多いはず。2020年4～5月に私がオンラインで約200名にインタビューしたところ、80%以上の方が自粛生活の中で自ら豊かさを見出したことが分かりました。DIYや家庭菜園の分野が急成長したのはその象徴でしょう。結局、私たちは便利すぎるほど便利な生活に依存し、代償として自立した心の豊かさを失ってしまっていた。そのことを新型コロナウイルスが気づかせてくれたんです。

コロナ禍ではもうひとつ学びがありました。

イギリスのある論文によると、2020年4月中旬における世界の二酸化炭素排出量は、ロックダウンなどの影響で前年よりも30%減少した可能性があるというのです。当時、日本の温室効果ガス削減の2030年度目標は2013年度比26%減でしたから（注：政府は2021年4月に目標を46%減へ引き上げた）、日本中の人たちが2030年の暮らし方を体験したことになります。制約を肯定するバックキャスト思考が、カーボン・ニュートラル社会の実現に向けた1つの切りどころになる。この学びも私たちは大切にしていかなければなりません。

—企業は今後、どのような役割を求められるのでしょうか。

大量生産・大量消費・大量廃棄のビジネスモデルは、もはや地球環境が許してくれません。企業に求められるのは、人々のライフスタイルが依存型から自立型へと向かう中で足りないもの、『間』を埋める役割だと思えます。「これからの豊かな暮らしに本当に必要なものはこれです」と生活者に問う。その時、より大きなビジネスチャンスがあるのは意思決定が早く、小回りの効く中小企業です。行動を起こす企業が増えるほど、より速く変化が起こるのではないのでしょうか。

—バックキャスト思考を用いて、今までとは異なる手法でモノづくりに取り組むべきだと。

おっしゃる通りです。カーボン・ニュートラル社会の実現にはさらに大きな制約を受けます。それをポジティブに受け止めてビジネスモデル自体を変革していく。今こそ、長い

石田秀輝さん
一般社団法人サステナブル経営推進機構（SuMPO）理事長

1953年、岡山県生まれ。株式会社INAX（現・株式会社LIXIL）取締役CTO等を経て、2004年に東北大学大学院環境科学研究科教授に就任。2014年から鹿児島県の沖永良部島に移住し、私塾を開いて持続可能な社会を実践研究している。2019年から現職。



歴史の中でさまざまな苦勞を乗り越えてきた中小企業の方々の知恵やスキルが生かされる時、チャンスなんです。

—東海エリアの中小企業に目を向けると、ちょうど世代交代期を迎えている企業が多い。後を継いだ若手経営者の方々の声を聞くと、これまで築き上げた事業を守りながら経営革新を実行することの難しさが伝わってきます。バックキャスト思考で新たなビジネスを創出する重要性を認識していても、自社だけでは解決できない課題も多々あり、結局「ハードルが高い」と感じてしまう経営者もいらっしゃるようです。

中小企業の経営者の方々は思考が柔軟で、変化への対応力もあります。しかし多忙な中、さまざまな制約のもとでソリューションを出すにあたって必要な情報が得られにくい、あるいは情報のインデックスがどこにあるかを見つけにくいというのが現実かもしれません。それらを一つひとつクリアしていくには、サステナブル経営をバックアップしてくれる良き相談相手、良き仲間を探すのが重要になると思います。

—東海エリアの中小企業と歩みをともにしてきた当社の役割は、まさにそこだと実感しています。大垣共立銀行のシンクタンクであるOKB総研も、提言するだけで止まらず、地域の皆さまとともにサステナブル経営について学び、歩み、成長していきたいと思いを新たにしました。本日はありがとうございます。

共立ビジネススクラブ講演会のご案内

「中小企業が主役の時代がやって来た！」 ～今こそカーボン・ニュートラルを追い風に～

これから10年先、生き残るために必要なサステナビリティへの“正しい”意識、そして中小企業を持つ可能性について、石田秀輝さんに語っていただきます。東海エリアにふさわしい心弾む未来をともに見つけましょう。

日 時 11/12（金） 15:00～16:30
講師名 一般社団法人サステナブル経営推進機構（SuMPO）
理事長 石田 秀輝 さん
講演形式 Zoom ビデオ ウェビナー

定 員 200名（先着順）
受講料 共立ビジネススクラブ会員：無料
一般：2,200円

詳しくはコチラ▶



OKB ビジネスセミナーのご案内 《 2022年1月▶2月 》

SEMINAR

①1/19 (水) ②2/9 (水) 各回13:30~16:30

【全2回コース】自信をもって明日から実践！
「いまさら聞けない」ビジネスマナー研修

講師名 株式会社クレース・プランナーズ
人材開発コンサルタント 伊藤 典子 氏
対象 新入社員、若手社員、中堅社員、管理職者
会場 オンライン (Zoom) 定員 30名
受講料 共立ビジネスクラブ会員：9,900円
一般：23,760円

1/27 (木) 13:30~15:30

「完璧なリーダー」を目指さなくてもいい！
今のメンバーで成果をあげる
「最強チームの作り方」

講師名 株式会社ナガオ考務店 代表取締役
組織開発ファシリテーター 長尾 彰 氏
対象 中堅社員、管理職者、経営者・幹部
会場 オンライン (Zoom) 定員 30名
受講料 共立ビジネスクラブ会員：4,950円
一般：11,880円

①2/16 (水) 13:30~16:00 ②個別相談 予約制 (1時間程度)

【セミナー&個別相談】自社に合ったWEB活用法を発見
知らなきゃ損！
売上を伸ばすWEB集客の秘訣

講師名 株式会社アクシス
代表取締役社長 臼井 教司 氏
対象 中堅社員、管理職者、経営者・幹部
会場 オンライン (Zoom) 定員 30名
受講料 共立ビジネスクラブ会員：9,900円
一般：23,760円

1/26 (水) 10:00~17:00

経理業務を改善し、社長の判断を助ける情報を提供しよう
経理リーダーに求められる
役割とワンランクアップスキル

講師名 御堂筋税理士法人
税理士 小笠原 知世 氏
対象 中堅社員、管理職者
会場 オンライン (Zoom) 定員 30名
受講料 共立ビジネスクラブ会員：9,900円
一般：23,760円

2/14 (月) 10:00~17:00

プレイングマネージャーである
課長の役割と実務

講師名 ビジネスディベロップサポート
代表/パッションクリエイター 大軽 俊史 氏
対象 中堅社員、管理職者
会場 OKB Harmony Plaza 名駅 (名古屋市市中村区名駅)
定員 20名
受講料 共立ビジネスクラブ会員：11,000円
一般：26,400円

2/22 (火) 13:30~17:00

若手が集まる・辞めないホワイト企業に変身を！
ガラッと賃金一新セミナー2022

講師名 株式会社北見式賃金研究所
所長 北見 昌朗 氏
対象 経営者・幹部
会場 オンライン (Zoom) 定員 30名
受講料 共立ビジネスクラブ会員：4,950円
一般：11,880円

お申込方法

- WEB申込 OKB 総研ホームページ内の「お申し込み」フォームをご利用ください。
- FAX申込 OKB 総研ホームページ内より「お申込書」を印刷していただき、必要事項をご記入のうえ、送信してください。

OKB 総研
ホームページ
はコチラ ▶



岐阜県委託事業

SEMINAR

「GIFU2021
中小企業合同新入社員研修」
の参加者募集！

社会に出てまだ間もない、たくさんの希望を持つ若手新入社員の成長を支える合同研修会です。ビジネスマナーやコミュニケーション力を学びつつ、モチベーションアップや同世代の仲間づくりにつながるプログラムをご用意しています。



期 間 10/20 (水)~11/29 (月)
岐阜県内5圏域全6回開催
対 象 岐阜県内中小企業の
入社後3年以内の若手新入社員
参加費 無料

研修プログラム、開催日時・定員・場所等は、
専用Webサイト (<https://www.okb-kri.jp/kenshu/>)
にてご確認ください。



共立ビジネスクラブサービスのお知らせ

SERVICE

「Web 研修配信サービス」好評受付中！

1,300本以上のWeb 研修動画を、10日間無料で視聴できるサービスです。
インターネット回線とパソコンまたはスマートフォンがあれば、いつでも
どこでも視聴可能！社員教育や自己研鑽のツールとしてぜひご利用ください。



【お申込方法】

OKB 総研ホームページ「Web 研修配信サービス」
内にある専用フォームをご利用ください。お申し込み
後、ご利用開始日の前営業日17:00頃にログイン
用のIDとパスワードをお知らせします。

※FAXでのお申し込みはできません



詳しくはコチラ ▶

【ご留意事項】

- ・1IDで同時ログインはできません。
- ・お申し込み可能なID数は、1回2IDまでです。
- ・ご利用回数は、年間12回までです。
- ・利用状況によっては、利用開始日のご希望に沿いかねる場合があります。

コンテンツ提供：株式会社ビズアップ総研

重要な
お知らせ

共立ビジネスクラブ会員さまを対象とした「振込手数料の割引 (10%)
サービス」は、2022年3月31日 (木) をもって終了させていただきます。

〈対象となる手数料〉OKBの「EBサービス (※)」による振込手数料

※OKメイト・WEB、スーパーパソコンサービス、ホームバンキングサービス、
オンラインデータ伝送サービス、磁気テープ・フロッピーディスクが対象です

詳細は、OKBのお取引店にお問い合わせいただくか、OKBのホームページ「お知らせ」
(<https://www.okb.co.jp/archive/2021/20210818-01.html>)にてご確認ください。

