



## 中央会の主な事業等活動予定（7月）

平成28年6月21日現在

月日	曜日	内 容	担当部署
<b>■ 中小企業連携組織対策事業</b>			
7/2	土	<u>連携組織活性化研究会</u> 対象：市川歯科医師協同組合	商業連携支援部 ☎ 043・306・3284
7/5	火	<u>連携組織活性化研究会</u> 対象：海匠ガス事業協同組合	商業連携支援部
7/6	水	<u>創業・連携推進事業</u> 第1回創業連携推進懇談会 対象：東葛地区	設立相談室 ☎ 043・306・3285
7/7	木	<u>連携組織活性化研究会</u> 対象：千倉新商品開発研究会	工業連携支援部 ☎ 043・306・2427
7/8	金	<u>創業・連携推進事業</u> 組合制度普及講習会 対象：（一社）千葉県旅行業協会（外房地区）	設立相談室
7/13	水	<u>連携組織活性化研究会</u> 対象：茂原卸商業団地協同組合	工業連携支援部
7/16	土	<u>連携組織活性化研究会</u> 対象：千葉県自動車車体整備協同組合	工業連携支援部
<b>■ 団体等運営支援事業</b>			
7/5	火	<u>千葉県中小企業団体青年中央会 役員会</u>	工業連携支援部
7/14	木	<u>平成28年度関東甲信越静岡ブロック中小企業青年中央会 第1回 代表者会議</u>	工業連携支援部
<b>■ 組合構成員企業の経営革新支援</b>			
<p>「中小企業新事業活動促進法」に基づく経営革新計画の承認を受けることにより、組合員企業の信用力が向上するとともに、経営目標の明確化や社員の意識変革につながる事が期待されます。</p> <p>変化の激しい経済環境に即応できる「筋肉質な企業」になるためのきっかけとして、経営革新支援制度を是非ご活用下さい。</p> <p>経営革新に係るご相談は、本会経営支援部までお願いいたします。</p>			<p>経営支援部 ☎ 043・306・3282</p>

このコーナーでは、連携組織の活性化に意欲的に取り組む県内の組合事例等をご紹介します！

事業の概要

補助事業名	平成27度組合等新分野開拓支援事業			
対象組合等	千葉県印刷工業組合			
	▼組合データ			
	理事長	吉田 良一	住所	千葉市緑区古市場町 474 - 251
	設立	昭和 34 年 2 月	業種	印刷業
	組合員	35人		
テーマ	組合員企業の経営基盤強化に向けて			
担当部署	千葉県中小企業団体中央会 工業連携支援部 (Tel. 043-306-2427)			
専門家	ライター・レイター 山下 潤一郎			

背景と目的

内閣府「消費者動向調査（平成28年3月実施調査結果）」（2016年4月8日発表）によれば、2016年3月末時点における通信端末の国内世帯普及率は、パソコン79.1%（前年同月比1.1ポイント増）、スマートフォン67.4%（6.8ポイント増）、タブレット型端末32.0%（3.7ポイント増）でした。

これは、Web経由での情報取得はすでに広く行われており、またその端末の多様化も急速に進んでいることを示しています。こうした状況を背景に、印刷物の需要は減少を続けています。また、経済状況もなかなか大きく好転しないことから、受注時の価格競争も激しい状況が続いています。

しかし、一方で新しい印刷サービス機会は増えつつあります。例えば、受け取る相手ごとに内容や表現が最適化されていて、受け取った方が「特別感」を感じる印刷物を生産する仕事が増えられています。また、個人情報に関わる印刷物を生産・送付する仕事も増えています。

Webを絡めることで、お客様のコミュニケーションをさらに効果的・効率的にする支援も新しいサービス機会です。Webは、中小印刷会社にとって必ずしも「敵」ではないのです。情報発信やブランディングにおいても、Webは中小企業の味方となります。

中小企業が新しい市場機会を開拓して売上を伸ばしたり、自社のブランド力を高めて過度な価格競争から脱却したりするためには、会社としてマーケティング力を高めることが必要不可欠です。本事業は、千葉県印刷工業組合員のマーケティング力強化を目的として実施されました。

事業の活動内容

○お客様を分析する○

マーケティング力強化は、自社のお客様を分析していくつかのグループに分け、各グループの特徴「ペルソナ」を明確にするところから始まります。グループ分けの際には、提供している印刷物・印刷サービスの種類に加えて、顧客企業の地域・業種・規模・担当者所属部署やタイトル（肩書き）な

ど、さまざまな要素を考慮します。

確かに、顧客企業は1社ずつ異なっています。しかし、グループに分けてそれぞれのペルソナを明確にすると良いこともたくさんあります。例えば、グループごと（そのグループに属しているお客様も含めて）の特徴が明確になり、全社で共有しやすくなります。その結果、効果的・効率的にお客様グループごとのサービスを見直して最適化したり、新規サービス機会を見つけたりすることなどに、全社で取り組み易くなります。

続いて、ペルソナをもとにお客様グループごとの課題や期待、気持ちなどを想像します。その際、「お客様のお客様」に注目します。「お客様のお客様」の立場から考えることで、これまでとは違った角度（つまり、印刷会社視点とは異なる角度）からお客様の課題や期待、気持ちなどを検討できます。そして、ここから見つかった気づきは、新規サービスの開発に大いに役立ちます。

○新規サービスを開発する○

マーケティング力強化の第2ステップは、新規サービス開発です。全くの新規サービスを開発するこ

ともありますし、既存サービスの改善というケースもあります。新規サービスの開発に当たっては、「CX」(Customer eXperience: 顧客体験)に注目します。

例えば、販促用店頭POPを納品した後のCXを考えてみましょう。期待以上の効果が出ていることもあれば、そうではない場合もあります。お客様は、期待以上の効果なら「良い体験」、期待以下なら「悪い体験」をしています。チェーン店の場合、ある店舗では店員さんが忙しすぎて、そのPOPを掲出できていないかも知れません。この場合も、良い体験をしているとは言えません。

印刷物発注者にとっては、納品された印刷物を実際に活用する場面が大事なのです。しかし、納品後のCX向上よりも良い体験の提供に注目している印刷会社はそれほど多くありません。上記のような場面で、悪い体験をフォローしたり、悪い体験を良い体験に転換したりできれば、お客様との関係は一層深まるにも関わらず、です。小回りをきかせてCX向上を実現できるのが、中小企業の強みでもあります。CX向上は、中小印

刷会社にとって新規サービス開発のキーワードなのです。

## ◎お客様を巻き込む◎

メディアをフル活用してお客様(潜在顧客を含む)を新規サービスに巻き込むことが、マーケティング強化の第3ステップです。メディアの分類方法に「トリプルメディア」というものがあります。これは、メディアを以下の3種類に分けるといえるものです

- ペイドメディア (Paid Media): 広告(有料)
- アーンドメディア (Earned Media): SNSなど(無料)
- オウンドメディア (Owned Media): 自社サイトなど

これら3種類のメディアを組み合わせて活用することで、中小企業でもお客様を巻き込む力を高めることができます。自社サイトを持つ印刷会社は多く、FacebookやTwitter、LINEなどのSNSを活用する印刷会社も増えています。Web広告も、低価格から利用できます。

Webでの情報発信に「リアル」でのマーケティング活動も絡めることで、巻き込む力はさらに強まります。例えば、イベントや展示

会に出展したり、自社でセミナーやイベントを開催したりすることもある。印刷会社らしく、自社の名刺や会社案内、新規サービスのカタログなどの印刷物を効果的に使うことも大切です。

メディアを活用する際、ブランディングを意識することも重要です。御社がお客様にとって「特別な存在」であることをご理解いただくことで、過度な価格競争から抜け出せるからです。メディアをフル活用することは、そうした「特別感」をお持ちいただくことにも役立ちます。

## 今後の事業展開・展望

中小印刷会社がマーケティング力を強化するためには、「お客様を分析する」「新規サービスを開発する」「お客様を巻き込む」という3つのステップを一連の流れとして全社で繰り返すことが求められます。繰り返すことでマーケティングについての理解や知見が深まり、身についていくからです。

今回の事業では触れることができませんでしたが、課金対象や課金方法の見直しを通じた「マネタ

イズ力の強化」に取り組むことも、中小企業の売上・利益増大に有効です。現在、多くの印刷会社では、印刷物に受注ベースで課金する「モノに都度課金」というビジネスモデルを採用しています。今後、印刷会社がモノ以外のサービスに課金したり、月額課金のように継続的に課金したりすれば、ビジネスモデルを進化させることができます。

また、組合員同士がマーケティングでも協業できる可能性も見えてきました。得意とするサービスや顧客グループのペルソナなどが重複しない(あるいは、重複が少ない)組合員が少なからずいることが、今回の事業を通して分かっています。今後は、こうした協業を通じてマーケティング力を強化することも考えられます。

中小印刷会社が売上・利益を伸ばすためにできることは、まだまだたくさんあります。千葉県印刷工業組合はマーケティング力強化を通じて、各組合員企業の活性化し、さらに組合全体や千葉県の活性化に大きく貢献いたします。

(山下 潤一郎)

テーマ

地域産業を担う人材の確保・育成

## 次代を担う電気工事のスペシャリスト育成事業

### 鴨島電気工事協同組合

理事長のリーダーシップのもと、青年部および事務局が主導的な役割を果たすことで、研修・若手育成事業を継続して実施できている。組合員同士のつながりも深まっている。

#### 背景と目的

電気工事業界には、時代とともに移り変わるお客様のニーズに合わせた安全・快適な施工が求められており、当組合もそれに伴う知識の向上が重要となっていた。また、組合員企業の世代交代のために、若手後継者の育成及び工事施工に必要となる資格取得が急務であった。そこで、平成16年に現理事長が就任した際、次代を担う若手育成のために勉強会・講習会を地元で開催することとなった。

#### 事業・活動の内容

理事長のリーダーシップの下、「前向きで活発な組合員のためになる組合事業」および「地域に貢献する組合事業」を目指し、事務局及び青年部が中心となって勉強会・講習会を企画・実施している。定期的に組合員からアンケートをとることで、企画内容に組合員の意見を反映させている。

地元で講師を招き、様々な資格対策勉強会を夜間及び日曜日に開催しており、「仕事をしながら勉強できる環境」が整えられている。そして工事技能向上のため、「屋内配線工事技能オリンピック」にも積極的に参加している。

また、全日本電気工事業工業組合連合会推奨の「提案型技術営業講習会」をベースにした、新商品・法令改正・電化住宅・省エネ・創エネ等に対応した講習会も継続して開催している。「提案型技術営業」の実践編として、組合員協同で

「オール電化フェア」を開催したところ、多くの受注があり、組合員の商品知識及び営業スキルの向上にも役立った。内容が電気工事業務に特化した「パソコン講習会」も開催しており、四国電力の低圧工事インターネット申込みにもスムーズに対応することができた。

青年部活動も活発に行われており、将来の電気工事業を担う若者への支援を目的に、青年部主体で工事を共同受注し、その収益を使って県内職業訓練学校に電気工事関連書籍を寄付し、電気環境システム課で活用してもらっている。

#### 活動の成果

若手を中心に多くの組合員が電気工事士の他に管工事・給水工事・消防関連の資格を取得し、組合員の取扱い工事業務の拡大につながっている。

以上のような研修の充実が組合

に加入するメリットとなっているほか、各種講習会に参加する機会が増えたことで組合員同士の横のつながりが増え、県内電気工事業者が減少する中、組合員の減少傾向が見られない先進的な組合事例となっている。



▲エコキュート  
施工技術講習



▲職業訓練学校への  
電気工事関連書籍の寄贈

#### 鴨島電気工事協同組合

住所：〒776-0010  
徳島県吉野川市鴨島町鴨島  
318番地4  
四国電力鴨島営業所内

設立：昭和54年9月

出資金：4,100千円

電話：0883-24-6798

URL：http://www.kamojima-dk3.jp/

業種：電気工事業

組合員：82人

## 組合 Q & A

### 員外利用の特例について

Q II 組合員37人で設立された卸商業団地の組合において、流通の合理化等の影響で、9組合員が倒産、脱退したため、組合は経営難に陥っている。

組合では、遊休化している元組合員施設及び共同施設（共同荷捌所、共同駐車場、食堂、多目的ホール等）を員外利用に供し、その賃貸料、利用料収入をもって、組合の経営再建を図ることを希望している。

この場合、通常の員外利用比率の100分の20を超えることはできないか。  
 「A」中協法9条の2の3（組合員以外の者の事業の利用の特例）が新設され（平成9年）、次の条件を満たせば、行政庁の認可を得て100分の20を超えない範囲内で、組合事業を員外者に利用させることが可能となったため、設例の場合には100分の20までの範囲内で員外者に組合事業を利用させることができる。

① 組合所有施設を用いて行っている事業であること

② 組合員の脱退その他のやむを得ない事由により、当該事業の組合員の利用が減少していること

③ 当該事業の運営に著しい支障が生じていること

④ 当該事業の運営の適正化を図るため、組合員以外の者に、中協法第9条の2第3項ただし書の限度を超えて当該事業を利用させることが必要かつ適切であること

⑤ 当該事業の運営の適正化のために必要な期間に限られていること

### 員外利用の制限の内容について

Q II 次のような場合、組合の共同事業や施設を組合員以外の者が利用することとなるが、員外利用に該当するか。

1 組合が組合員のために共同受発注・配送・決済等の事業をコンピュータ・オンラインシステムを利用して行う場合において、組合員の取引先等が当該システムを利用すること。

2 商店街等商業集積を形成する組合が、顧客吸引力の増大のため、例えば、アーケード、駐車場、

物品預り所、休憩所、公園、公衆便所、コミュニティホール、展示場、研修室、カルチャー教室等の一般公衆の利便を図るための施設を設置してこれをその利用に供すること。

「A」員外者が組合事業に関与する場合であっても、組合員のための員外者からの物品購入事業における場合のように、その関与が組合員の利用と競合せず、むしろ組合員への奉仕という組合の本来の目的の達成に必要である時には員外利用に該当しないと考えられる。

なお、組合事業は営利を目的として運営されることのないよう留意されたい。

1 組合が組合員のために外部との取引又はその仲立ちを行う場合における。取引の相手方の当該組合事業への関与であり、員外利用に該当しない。

2 組合が組合員の事業を支援するために行う、組合員の取引先、顧客等に対する施設、サービス等の提供であり、員外利用に該当しない。

中小企業組合質疑応答集（全国中小企業団体中央会編）より転載

### 組合士検定にチャレンジ!!

【第1問】理事全員の同意がある時は、理事会の招集手続きを省略することができる。

【第2問】員外役員は、理事、監事ともに定数の3分の1まで認められている。

【第3問】役員の定数の3分の1を超える者が欠けた時は、3ヶ月以内に補充しなければならない。

【第4問】利益相反取引を行うとするとする組合の理事は、理事会の定足数には入るものの、議決権は停止される。

【第5問】通常総会の招集にあたっては、議案等を示す他、理事会の承認を受けた決算関係書類等を組合員に提供しなければならない。

〈解答〉【第1問】○【第2問】×（員外役員の人数制限は、理事のみに適用され、監事については制限がない。）【第3問】○【第4問】×（利益相反取引をしようとする理事は、理事会の承認を得る必要がある。この理事会では特別利害関係人になり、議決権はなく定数のカウントからも除外される。）【第5問】○

テーマ のだ紫（醤油の諸味）を使用した自家製ソーセージの開発

## 野田ミートセンター事業協同組合 組合員企業 株式会社せきしん

本会では、県内中小企業の「経営革新」への取り組みについて、「中小企業新事業活動促進法」に基づく「経営革新計画」の作成支援を行っています。

このコーナーでは、本会の会員組合の中から、自社の創意と熱意が認められた「経営革新計画」の策定にチャレンジし、千葉県知事から承認された企業事例をご紹介します。

### 経営革新計画とは？

「経営革新計画」とは、「中小企業新事業活動促進法」に基づき、中小企業者が作成する、新商品の開発や新たなサービス展開などの取り組みと具体的な数値目標を含んだ3年から5年の「ビジネスプラン」のことです。この計画を千葉県に申請して承認を受けると、政府系金融機関の低利融資、信用保証の特例、特許関係料金減免等の他、ちば中小企業元気づくり助成事業（市場開拓助成／新商品・新技術・特産品等開発助成）の対象となります。

### 申請のついでに

当社は、昭和43年に個人営業の食肉販売店

「肉のせきしん」としてスタートしました。その後、平成21年の店主の代替わりを機に株式会社として法人化致しました。

当社は地元根ざした肉屋としての「味づくり」や「店づくり」をいかに行うべきか、持続的な競争優位を確立するうえで重要な要素は何か、そうした「付加価値」について思いを巡らせていた折、「NODAローカルフードグランプリ（NODA Grand Prix）」や「野田市産業祭」への出店機会を得ました。その際、地産地消とローカルファーストの観点から、野田の魅力をギュッと盛り込んだご当地メニューの開発に挑み、食肉加工品の中でも特に子どもたちに人気のあるソーセージで「野田グルメ」を試作しました。結果、来店者からの反応は上々で、当社にとっての新たな味づくりや店づくりに光明を見出す生きた情報を得る機会になったと思っています。

今次の計画は、野田名産品である醤油の諸味（もろみ）を使用した自家製ソーセージ（以下、「諸味ソーセージ」といいます。）の開発とともに、地域密着の惣菜店の運営に挑むものです。当社は、更なる成長への活路を拓く気概と覚悟をもってこれに取り組みます。

### テーマ及び内容は？

1. テーマ  
『のだ紫（醤油の諸味）を使用した自家製ソーセージの開発』
2. 計画期間  
▽平成26年12月～平成30年8月（4年計画）
3. 内容  
「地産地消」の味づくり、「地燦地笑（地域が輝き、地元の人びとが笑顔になる）」の店づくりによる新たな価値の創造

### 新たな取り組みの特徴は？

#### ●従来の問題点

食肉販売よりも利益率の高い惣菜・加工品の販売強化を図るべく、諸味入りのコロツケ「のだ紫コロツケ」に次ぐ第二弾の野田グルメとして、豚肉本来の旨味を生かした「諸味ソーセージ」の開発を計画しました。

- 諸味ソーセージの開発にあたっては、
- ① 諸味の風味が不足しているうえ、味わいも塩味が濃い
  - ② 粗びきにしては思いのほか肉が柔らかく食

感(菌応え)に乏しい  
 ③ 専用の製造設備を持たないため、加工はすべて外注のため高コストにつく  
 ④ 外注先の製造条件に合わせなければならず、練り肉に諸味を混ぜる以外は工夫を施せない  
 といった点が問題になっていました。

### ○新たな取り組み

競合は提供していない当社だけの「味づくり」や「店づくり」を模索するなかで、以下にその方策を計画しました。

- ① 地産の食肉(野田さくらポーク)にこだわり、安心・安全を提供する
- ② 無添加且つ天然の腸を用いて本物の味わいを提供する
- ③ 塩味のバランスを整えるために諸味の入れ方を工夫する(のだ紫コロッケづくりで発見した調味上の工夫を活かす)
- ④ 豚肉詰物類の専用設備を導入し工房機能を強化する(新店舗展開)

これらの具体策を着実に実行することで、当社だけのスパイスが為せる、醤油の香りを基調とした、ジューシーで香り高いソーセージを商品化します。一途に、「地産地消」の味づくり、「地燦地笑」(地域が耀き、地元の人びとが笑顔になる)の店づくりに精励し、当社の新たな価値を創造します。

### 今後の事業展開は?

諸味ソーセージの加工技術の確立と顧客の好みに応じた味づくりの詰めを行う必要があることから、まずは、新店舗(野田市春日町)

のオープンに向けて実施体制の整備を進めます。

そのうえで、現在の店舗(本店)で行っているミートカット機能をここに集約させ(本店は小売り販売に特化)、セントラル工房としての活用とともに、肉屋然とした店内空間を演出することで(例えば、ドイツの食肉店のように腸詰のソーセージやフランクフルトなどを店内に吊るして)、地域に密着した「肉屋が経営する惣菜屋」としての存在価値を高めていきたい考えです。

今後の商品施策としては、諸味ソーセージの他にも、例えば、野田特産の枝豆を活用した新商品を検討しています。当社としては、食を通じての地域貢献に一役買うことに努めつつ、「地燦地笑」の店づくりをおして(例えば、「ソーセージづくり体験教室」といった食育イベント等を効果的に仕掛けることで)、「肉のせきしん」の新たなファン層を獲得していきたいと思っています。

新店舗オープン後は、さまざまな媒体を活用しての集客と商品認知度の向上を図ります。第一に、「諸味ソーセージ」野田グルメ」としての確固たる地位を固め、地元の学校給食メニューへの採用、商標権の取得、ネット販売による全国展開、さらに志は高く、輸出販売に至るまで販路を拡大できるよう、より一層の気概と覚悟を胸に刻み、一段ずつステップを駆けあがっていく構想です。

### 社長さんの一言

地産地消は今後もっともっと推進してい

なくてはなりません。この地で生産・加工・調理した食物はこの地に根付く人々に恩恵を与えられなければならないということが大切ですよ。

近い将来食料自給率が40%の日本において有事の時、私たちの食べ物はどうなってしまうのでしょうか?今やらなければならぬことは、野田特産のものを世にアピールし野田の農畜産を元気にすることです。肉屋ができることは微力ですが、そんな底力のある「野田づくり」に少しでも貢献していきたいと考えております。

### 中央会から

◎経営革新に関するご相談は本会経営支援部までお願い致します。

☎043-306-3282



### 企業プロフィール

- 【団体名】 野田ミートセンター事業協同組合
- 【企業名】 株式会社せきしん
- 【代表者】 関田 憲司
- 【所在地】 千葉県野田市清水655番地2
- 【電話番号】 04-7122-4129
- 【従業員数】 9名
- 【業種】 食肉小売業
- 【URL】 <http://sekishin.hp.gogo.jp/pc/index.html>
- 【承認年月日】 平成26年11月28日
- 【支援機関】 千葉県中小企業団体中央会



情報連絡員報告を中心とした

# 県内の中小企業動向

平成28年5月期

情報連絡員50名 回答数50名

## 全体概要 【前月からの動き】

※下記の数字は情報連絡員からの回答数を表します。  
 (「好転(上昇、増加)」、「不変」、「減少(悪化、低下)」の3択回答のうち、「不変」を除く「好転」又は「減少」の回答数)

### 前月比

- ▶製造業では、売上高において「増加した」業種は5から6に増加。「減少した」業種は8から7に減少。
- ▶非製造業では、売上高において「増加した」業種は4から7に増加。「減少した」業種は12から11に減少。
- ▶業界の景況では、「好転した」業種は2のまま変化なし。「悪化した」業種は13から16に増加。

### 前年同月比

- ▶製造業では、売上高において「増加した」業種は6のまま変化なし。「減少した」業種は8から7に減少。
- ▶非製造業では、売上高において「増加した」業種は8から11に増加。「減少した」業種は13から9に減少。
- ▶業界の景況では、「好転した」業種は4から6に増加。「悪化した」業種は15から13に減少。

## 製造業

### 酒類製造

【県内全域】

前年比、前月比とも微減。とは言え、金額のやや高い特定銘柄酒が引き続き好調。明るい兆しは出てきている。

### 製材

【木更津】

米材船1隻入港。南用材・ロシア材は入港なし。米材の在庫は増加したが他は減少している。

### 印刷

【県内全域】

景況の変化について、5月の県内組合員受注売上は、ほぼ4月の横這いの数字で一向に景気が改善していない模様です。来日外国人によるインバウンド効果も一時期の勢いが無くなり、国民の消費もデフレの状態が引き続き継続しています。政府も補正予算を組み景気浮揚を目指していますが、将来の社会保障や国の債務等の不安が払しょくできません。これらの結果として消費が上向かず、相変わらず激しい価格競争中。

### 電気鍍金

【県内全域】

3、4月は前年以上でしたが、5月は一気に低下しました。

### 鉄工

【千葉】

国内景気を取り巻く環境は急速に厳しさを増している感があり、

組合員各社の受け止めも同様に厳しい見方が多く、景況は芳しくない。

### 機械部品製造

【野田】

停滞ムードが続いている。各工場の操業度が落ちている。時短による生産コントロールする組合員が出てきた。

### 機械部品製造

【流山】

一部の業種では、受注が増加しているが、いつまで継続されるかわからない状況である。

### 機械部品製造

【柏】

全体的に低迷、動きが悪い。先行きが不透明(多少受注があってもいつまで続くか)。業界の動きについて、軽量化、新製品、試作等が活発な動き。

### 金属製品製造

【船橋】

4月以降、取引先の生産台数が減少し悪化している。

### 採石

【県内全域】

5月の出荷は大幅にゼロに近い状況で、平成28年度の出荷量を前年並みの30万㎡と予想したが厳しい状況になろう。港湾整備に伴う石材の需要は秋以降に見込まれるが、需要量が少ないようである。

オリンピックの選手村の嵩上げ事業が今年度予定され、液状化防止

の上から砂でなく、ズリの需要が見込まれる。平成29年度は東京都港湾局、横浜市港湾局及び国交省京浜工事事務所管内で港湾整備事業が予定され、石材の需要が大きく増えると予報されるが、資源の枯渇もあり厳しい。

#### 【土砂採取】

【県内全域】

県内の出荷の低迷や採取可能な資源の枯渇等により経営環境は厳しさを増している。洗砂、山砂とも需要が対前年比較で大幅に減少して先行きは不透明である。秋口まで現状の景況感が続くと思われる。東京五輪特需を控え今期及び来期は当業界にとって期待したい。

#### 非製造業

#### 【総合卸売】

【千葉県・東京都】

【日用雑貨卸】 例年に比べ気温が高いいことから、夏用品（防虫剤、殺虫剤等）や、洗剤・柔軟剤等の出荷がはやくなっている。

#### 【食肉卸売】

【千葉市他】

屠畜頭数の減少により収益の悪化が進んでいる。業界動向は、豚は病気（PED）により牛は農家数の減少により、屠畜頭数の減少が進んでいる。

#### 【建築材料卸売】

【県内全域】

景況の変化について、極めて悪

くなっている。公共、民需、建築土木すべて減少低迷。物件がないため再び値下げ、デフレに向かっている。

#### 【自動車解体】

【県内全域】

5月中旬までは、スクラップ価格前年並みまで回復したが、その後半月で大幅に下落し、年初レベルまで戻ってしまった。景気悪い。

#### 【乾物卸売】

【県内全域】

本年度海苔生産量、千葉県は対前年比生産量64%、金額76%。全国生産量91%、金額100%。千葉県海苔原料不足・価格の高騰で販売には非常に難しい状況下となった。

#### 【電気機器小売】

【県内全域】

相変わらず、メーカーも家電部門は大変厳しい、特に今まで良かった白物家電が7、8割の出荷量で、量販に至っては、6割の売り上げで、ヤマダ電機は数十店成績の悪い店を閉店に追い込まれた。我々零細店では、さらに厳しい。地方再生プレミアム券に期待したい。

#### 【青果小売】

【千葉市】

ゴールデンウィーク後より商品の動きが悪くなってきた。果物は夏物の入荷がはじまり今後に期待したい。

#### 【小売】

【東金】

景況の変化について、ファッション関連品は、夏物の動きが始まった。単価が下がっている。商品が動いてきている感はある。日用品関連は微減になってきている。飲食・食品関係は、相変わらず客数減で苦戦をしている。

#### 【小売】

【野田】

衣料など的高額商品の売上が低迷している。売れないので値引きセールをするという悪循環になっている。

#### 【小売・サービス】

【柏】

商店会はずれに、ヤックスが開店し流れが変わる事を心配したが、今のところ最小限の影響で済んでいるようだが、出店店舗周辺住民の来街は、やはり減っている模様。大型ショッピングセンター「アリオ」の開店は当商店会の中心顧客の中高年齢者にはあまり影響は感じられない。いずれにしても当商店街の景況好転には良い影響ではない。業界ではますます低価格が進んでいるように感じられる。報道の通りユニクロが価格を上げたことにより売り上げダウン急遽値下げセールを実施、三越本店のリニューアルに際して衣料品売り場の大幅削減が報じられている。

の大幅削減が報じられている。

#### 【遊覧船】

【鴨川】

5月は、ゴールデンウィーク中の4日に天候不良で欠航となり、また5月一ヶ月を通して全体的に入込数が昨年と比較して減少しています。

#### 【学習塾】

【県内全域】

ICTの活用が塾にも浸透しつつある。組合でもこの問題について、もっと取り組んで行く必要がある。

#### 【建設】

【県内全域】

組合員による県内公共工事の落札結果は、前年と同様大幅に増加した。これは、山武郡市における増加額1,333百万円が大きくなる寄与している。しかしながら5月の対前年比では△336百万円の減少となっており、4、5月の累計額でも前年比△1,045百万円の減少になっている。

#### 【貨物輸送】

【野田】

景況の変化について、先月に続き燃料費が少しずつ上昇している。

#### 【輸出入】

【県内全域】

景況の変化について、5月の売上は前月比は増加しましたが、前年同月比は横ばい状況であった。

## 千葉県中小企業団体中央会 第60回通常総会

本会は6月20日、ホテルポートプラザちばにおいて第60回通常総会を開催した。

議事は、①平成27年度事業報告書及び決算報告書（財産目録、貸借対照表、損益計算書、剰余金処分案）の承認について②平成28年度事業計画（案）及び収支予算（案）並びに会費の賦課徴収方法の決定について③常勤役員報酬の決定について④借入金残高の最高限度決定について⑤役員欠員による補充について がそれぞれ上程され、慎重審議の結果、いずれも原案通り承認・可決した。



▲第60回通常総会

## 骨粗しょう症を予防する 食事と生活

### 【骨粗しょう症とは】

骨の強度が低下し、骨折しやすい病気で、原因は、女性ホルモンの減少、生活の乱れ、運動不足、加齢などから、骨をつくる細胞の働きが、骨を壊す細胞の働きに追い付かなくなり、骨がもろくなります。

骨折や転倒は、高齢者が寝たきりになる原因の上位にあげられます。適度の運動を心掛けて骨粗しょう症を予防し、骨折や転倒しないことが元気で長生きになります。

### 【骨粗しょう症を予防する食事と生活】

1. カルシウムを多く含む食品をしっかりと食べる  
カルシウムは、骨をつくるうえで大切な栄養素です。乳・乳製品のほか、とうふなどの大豆製品、小魚、緑黄色野菜、海藻、切干大根などの乾物などを毎日の食事に組み入れて、しっかりと取りましょう。
2. いろいろな食品をバランス良く食べる  
食事は、主食、主菜、副菜をそ

ろえ、いろいろな食品をバランス良く食べましょう。特に、魚や肉、卵、大豆製品など良質のたんぱく質を含む食品は十分食べましょう。

### 3. ビタミンDを十分に取る

ビタミンDはカルシウムの吸収を助け、骨の生成に役立ち筋肉を強くする働きがあります。鮭、うなぎ、さんま、いわし丸干し、魚卵、しらす干し、卵黄、干しいたけなどに多く含まれています。

### 4. 食塩や砂糖を取り過ぎない

取り過ぎは、カルシウムの利用の妨げになります。味付けは薄味を心掛け、砂糖を含む飲み物は控えるようにしましょう。

### 5. 加工食品を取り過ぎない

調理済みの総菜やインスタント

食品などの取り過ぎは、カルシウムの吸収を妨げるので頻繁に取らないようにしましょう。

### 6. 喫煙、飲酒に注意する

喫煙はカルシウムの吸収を低下させ、過度の飲酒は尿中にカルシウムを排泄します。禁煙に努め、飲酒は適量を守りましょう。

### 7. 適度な運動をする

散歩などの運動は骨を丈夫にします。特に、屋外で太陽の光を浴びた運動は、ビタミンDの体内での合成を促進し、骨の生成に役立ちます。また、運動は骨を支える筋肉を丈夫にすることにも役立ちます。

公益社団法人千葉県栄養士会

会長 長谷川 克己



「平成28年度 関東経済産業局における地域中小企業・小規模事業者の人材確保支援等事業」  
地域中小企業人材コーディネート事業のご案内

## 中小企業の人材コーディネートを全力で支援します

本事業に参加して御社の経営を強化し、新たな事業や雇用を創出してみませんか？  
「人材ニーズ調査票」のご提出をお願い致します。

中小企業・小規模事業者にとって、人材確保は極めて厳しい状況であります。特に、大企業を中心に雇用が拡大し、少子高齢化や大都市への人口流出が進む中で、地域の中小企業者が経営を強化し、新たな事業や雇用を創出していく担い手となりうる優秀な人材の確保・活用が求められています。本会では、これらの課題を解決するため、国の委託事業である上記「地域中小企業人材コーディネート事業」を開始しました。

この事業では、本会と地域の関係機関等とが連携して中小企業に必要な人材が適切にマッチングできる環境を構築していくことを目的とするとともに千葉県地域の特性に応じ重点業種（成長分野）の中小企業等の経営革新や経営強化の事例を多数創出させることを目指しております。

連携機関（順不同）

●千葉労働局（ハローワーク）●千葉県（商工労働部雇用労働課）●市町村●（公財）千葉県産業振興センター（ジョブカフェちば）●千葉県ジョブサポートセンター●（公財）産業雇用安定センター千葉事務所●商工会議所●商工会●千葉県大学就職指導会●大学●各種・専門学校●地域金融機関●（一社）千葉県経営者協会●中小企業組合 他

### 1. 地域の関係機関等と連携した多様な人材の活用に関する意識啓発及び中小企業の魅力発信

地域の関係機関等と連携し、若者・女性・外国人（留学生）・シニア人材の活用に関する企業への意識啓発や地域中小企業の情報や魅力を発信し、中小企業への就職に対するイメージアップ等を図るために各種イベント事業を実施します。

### 2. 中小企業と多様な人材等のマッチング及び人材還流支援

地域の関係機関等と連携し、就職活動を実施している多様な人材の中から、地域の中小企業のニーズにあった人材を紹介します。

### 3. 地域の中小企業における新入社員及び若手従業員の人材定着支援

地域の中小企業に勤務する若手従業員（新入社員及び入社3年目までの若手従業員等）等を対象として、研修会を開催することによるスキルアップ機会の提供や交流の場づくり等を通じ、早期離職の低減を図ります。また、経営者向けの雇用環境の整備等に繋がる研修を実施します。

※人材ニーズ調査票をご提出いただいた企業には、本事業に係るイベント情報を随時ご案内させていただきます。

◎問合せ先：千葉県中小企業団体中央会 商業連携支援部

担当：河野、海老根、佐山、佐々木、岩佐、古屋

◆若者・女性・外国人（留学生）・シニア等人材コーディネートの課題等  
（企業調査アンケート）に関する案内

◆都市部の若者人材（U | Jターン人材）のコーディネートの課題等  
（企業調査アンケート）に関する案内

TEL：043-306-3284 FAX：043-227-0566

商店街  
若手リーダー  
養成講座

## 第19期「ふさの国 商い未来塾」

魅力ある“まちづくり”を目指す方、ぜひ奮ってご参加下さい!!

### 1. 受講対象者

商店街の若手商業者・後継者、商業を通じて地域活性化に取り組む意欲のある方

### 2. 受講期間

平成28年8月24日(水)～12月14日(水)(全10回) 予定

### 3. 講座内容

全国各地で活躍している商店街やまちづくりのリーダー、商い未来塾OB等を迎え、実践的リーダー論、イベント手法等について学ぶとともに、県外の先進商店街への視察などにより具体的なマネジメント技法を習得します。

#### ～第18期の講座から～

「これからのまちづくりに必要な視点と取り組みについて」、「地域商業者の抱える課題について」、「商店街の現状と今後の活性方向について」、「一店逸品運動による個店の魅力向上策について」、「得するまちのゼミナール「まちゼミ」とは?」、「進化を続ける「100円商店街」について」など

### 4. 募集人数

20名程度 (定員になり次第締切とさせていただきます)



### 5. 受講料

無料 (視察研修及び交流会等に係る費用は実費負担)

申込み・問合せ先

千葉県中小企業団体中央会 商業連携支援部 (担当: 渡邊)  
TEL: 043-306-3284 FAX: 043-227-0566



中小企業庁は、中小企業・  
小規模事業者の未来をサポートするサイト  
「ミラサポ」を開設しました。

■ 国や公的機関の支援情報・支援施策を、わかりやすく提供します。

■ 経営の悩みに対する先輩経営者や  
専門家との情報交換の場を提供します。

ミラサポ

検索

www.mirasapo.jp

事業主の  
皆さまへ

## 「ひとり親」の就労を ご支援ください

母子家庭の母等や父子家庭の父(「ひとり親」)は、子育てと生計の維持を一人で担っていることから、就職に当たっては、労働条件での制約を受けたり、困難を伴うことが少なくありません。

国と地方公共団体では、平成25年3月1日に施行された「母子家庭の母及び父子家庭の父の就業の支援に関する特別措置法」に基づき、企業に対して、優先的にひとり親を雇い入れたり、その他の協力を要請することにしました。また、平成27年12月には政府として「ひとり親家庭・多子世帯等自立応援プロジェクト」をまとめました。

そこで、事業主の皆さまには、このような状況をご理解の上、ひとり親の就労をご支援いただきますようお願いいたします。助成金制度がありますので、ぜひご活用ください。

### ひとり親の雇用促進にご協力ください

ひとり親の優先的な雇用にご配慮いただき、最寄りのハローワークや「母子家庭等就業・自立支援センター」※に求人情報の提供をお願いします。

※都道府県、政令指定都市、中核市に設置されており、ひとり親家庭に対して無料の就業相談・講習会・情報提供などを行っています。

母子家庭等就業・自立支援センター一覧 <http://www.mhlw.go.jp/file/06-Seisakujouhou-11900000-Koyoukintoujidoukateikyoku/0000097529.pdf>

### 支援するメリット

- 就業促進を通じて、ひとり親家庭を経済的に支え、子どもの成長を育み、社会に貢献することができます。
- ひとり親を雇用する事業主は、特定求職者雇用開発助成金やトライアル雇用奨励金などを活用できる場合があります。

### ひとり親を雇用する事業主が活用できる助成金や奨励金 (平成28年度)

- 特定求職者雇用開発助成金  
ハローワークなどの紹介で、ひとり親を継続して雇用する労働者として雇い入れた事業主に、賃金の一部に相当する額を助成します。  
・短時間労働者以外 中小企業…60万円 中小企業以外…50万円  
・短時間労働者 中小企業…50万円 中小企業以外…30万円  
※短時間労働者とは、1週間の所定労働時間が20時間以上30時間未満の労働者を言います。
  - トライアル雇用奨励金  
ハローワークなどの紹介で、ひとり親を一定期間(原則3か月)試行雇用する事業主に、対象者1人当たり月額最大5万円(最長3か月間)の奨励金を支給します。
  - キャリアアップ助成金の加算  
正社員化コースを実施する際に、対象労働者がひとり親の場合に助成金が加算されます。
- ☆平成28年度より「トライアル雇用奨励金」と「特定求職者雇用開発助成金」の併用が可能となりました!

これらの助成金、奨励金の対象となる「ひとり親」は、母子家庭の母等と、児童扶養手当を受給している父子家庭の父です。詳しくは、最寄りのハローワークまたは都道府県労働局にお問い合わせください。

全国ハローワーク一覧 <http://www.mhlw.go.jp/kyujin/hwmap.html> 都道府県労働局一覧 <http://www.mhlw.go.jp/link/index.html>

## 若年労働者等の雇用についてのお願い

労働行政の推進につきましては、日頃から格別の御理解と御協力を賜り厚くお礼申し上げます。

さて、県内の経済情勢は、一部に弱さが見られるものの、緩やかな回復基調が続いております。

県内の雇用情勢についても緩やかに改善し、平成28年3月の有効求人倍率は、1.06倍まで上昇しましたが、正社員に限れば、0.68倍にとどまるとともに、新卒時に非正規の職に就くと、その後正社員になることが難しく、正社員を希望する人にとって、厳しい状況となっています。

また、女性が働く場面で力を十分発揮できているとはいえない現状や中高年齢者の就労問題、県内企業の障害者雇用率が依然として低いことなど、雇用をめぐる多くの課題があります。

つきましては、将来にわたる千葉県経済の発展のためにも、雇用の拡大及び働きやすく、魅力ある職場づくり並びに企業の業況を踏まえた賃金の引き上げに向けた取組にお力添えをいただくとともに、「全員参加の社会」の実現のため、特に次の事項について深い御理解を賜り、御協力をお願い申し上げます。

### 1. 若年労働者（新卒未就職者を含む）について

若年者について、正社員として一人でも多く採用するとともに、学校卒業後3年以内の既卒者の新卒枠での採用、及び非正規社員の正社員化の促進に加え、青少年の雇用の促進等に関する法律に基づき、適切な職業選択に向けた職場情報の提供や、職場定着に向けた研修や職業訓練などの取組を実施されますようお願いいたします。

### 2. 多様な人材の採用について

女性、中高年齢者、障害者等多様な人材が、それぞれの希望をかなえて、能力を發揮し、生きがいを感じる事ができるよう、積極的な採用の御検討をお願いいたします。

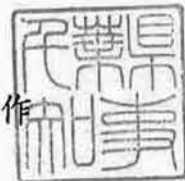
貴団体の益々の御発展と貴台の御健勝を御祈念申し上げます。

平成28年5月

千葉県中小企業団体中央会

会長 平 栄三 様

千葉県知事 森 田 健 作



千葉県教育長 内 藤 敏 也



千葉労働局長 福 澤 義 行

