

11

活性化情報誌



中小企業かごしま

2020 第785号

- 特集1 中小企業が気をつけるべき新型コロナ感染対策
- 特集2 コロナ禍でがんばる組合・中小企業・商店街
- 特集3 意匠法改正の概要



目次

特集1 中小企業が気をつけるべき新型コロナ感染対策……………	1
特集2 コロナ禍でがんばる組合・中小企業・商店街……………	13
特集3 意匠法改正の概要……………	37
中小企業のためのIT導入のすすめ……………	44
組合インタビュー……………	45
★大崎町ふるさと特産品振興事業協同組合	
元気を出そう！がんばれ中小企業……………	49
★GSE 南薩観光株式会社	
中央会の動き……………	53
教えてぐりぶー！組合運営……………	57
★第71回「員外理事の代表理事就任」について	
組合運営のスペシャリストを目指そう！……………	58
業界情報……………	59
令和2年9月 情報連絡員報告	
倒産概況……………	62
令和2年10月 鹿児島県内企業倒産概況	
中央会関連主要行事予定……………	63



中小企業が気をつけるべき 新型コロナ感染対策

～8月6日開催講習会(講師:鹿児島大学大学院医歯学総合研究科微生物学分野 教授 西 順一郎 氏)より～

新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) は、2020年1月末に日本国内での感染が確認されて以降、感染者数が増加を続けており、厚生労働省の発表によると9月22日現在で約8万例の感染が確認されています。

2020年4月には日本全国に対して緊急事態宣言が発令され、翌5月には解除されましたが、未だ予断を許さない状況が続いており、企業活動においては新しい生活様式への対応など、感染拡大を予防する取り組みが必須となりつつあります。

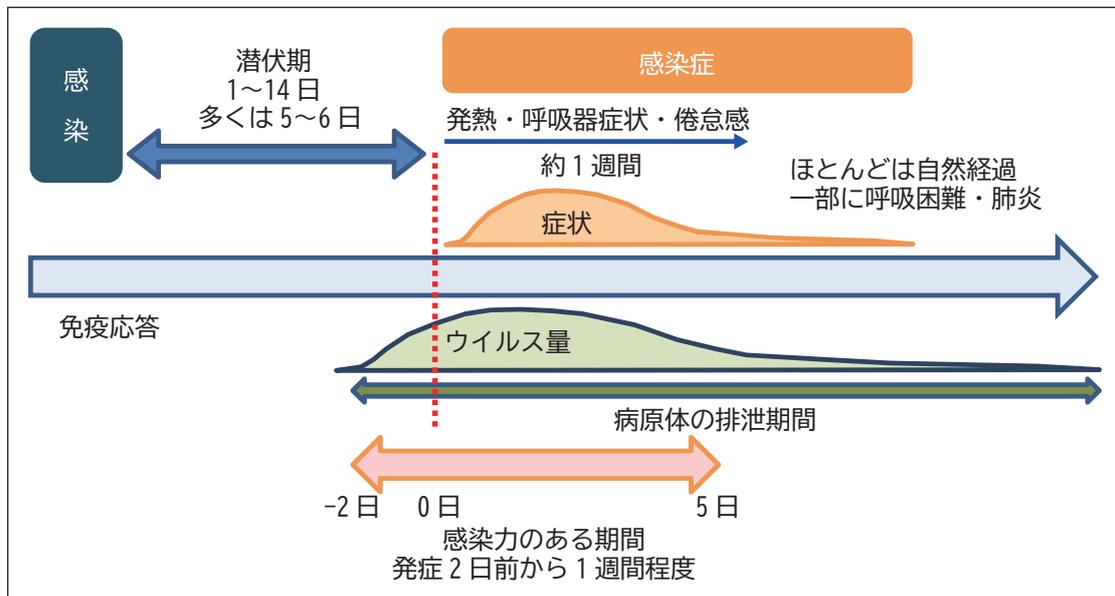
特集1では、8月6日に開催した組合員・組合役員講習会の講演内容を基に、中小企業が気をつけるべき新型コロナ感染対策についてご紹介します。

感染、発症、感染経路

新型コロナウイルスの感染から発症までの流れは下図のとおりです。

特徴として、潜伏期が長く、発症前に他者にうつしてしまうことが挙げられます。

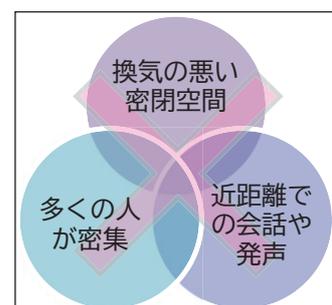
なお、症状は、発熱 (ない場合もあります)、だるさ、咽頭痛・のどの違和感、咳、鼻汁・鼻閉 (少ない)、味覚・嗅覚異常、頭痛、筋肉痛、悪寒、吐き気・嘔吐・下痢等があります。



また、感染経路は、飛沫感染と接触感染があり、狭い空間や唾液の吸引時はエアロゾル (浮遊粒子) を吸い込むことで感染します。飛沫感染を防ぐためには、2m 以上の間隔を取る (フィジカルディスタンス) 必要があります。遠距離の空気感染は基本的にないと言われてはいますが、室内の場合は、換気が必要です。

《環境中での新型コロナウイルスの残存について》

- 空気中で3時間残存 (換気で消失)
- プラスティックや金属上では、2～3日間検出 (清拭消毒)
- インフルエンザウイルスより残存しやすい
- 一般的に紙や布上ではウイルスは残存しにくい





感染対策等

手指衛生

流水と石けんによる手洗いを20～30秒程度行います。1分を1回行うよりも20秒を2回行うなど、長時間の手洗いよりも回数を増やすことが効果的と考えられています。

手洗い設備がない場合は、**消毒用アルコール製剤**を用いましょう。ただし、手が有機物で汚れているときは無効であるほか、少量の次亜塩素酸水による手指消毒では不十分です。次亜塩素酸ナトリウムは手指消毒に使用してはいけません。



マスク

症状のある人のマスク着用は推奨されます。

ただし、感染していない健康な人が、不織布製マスクで飛沫を完全に吸い込まないようにすることはできない（マスクは守りに弱い）と言われています。

なお、WHOは、市中感染が広がっている地域での感染源対策としてマスク着用を推奨しています。

発症前2日間の無症状時にウイルスを広げる可能性



すべての人が症状がなくてもマスク着用

	不織布マスク (プラスチック)	布マスク (布・ガーゼ)
大きな飛沫	透過しない	透過しない
こまかい飛沫	透過率 50%程度	ほとんど透過する

※ウレタンマスクは、花粉症予防目的であり、飛沫は通過する。

《マスク着用時のポイントについて》

- できるだけ不織布マスクを優先して使用する。
- 近くで会話するときは必ずすきまがないように着用する。
- 人のいないところでつける必要はない。
- 再使用する場合は、洗剤に付けてやさしく押し洗いし、陰干する。

マスクの考え方（引用：厚生労働省「新型インフルエンザ対策ガイドライン」）

- 症状のある人がマスクを着用することによって、咳やくしゃみによる飛沫の拡散を防ぎ、感染拡大を防止できる。ただし、健康な人が日常生活においてマスクを着用することによる効果は現時点では十分な科学的根拠が得られていない。そのため、マスクによる防御効果を過信せず、お互いに距離をとるなど他の感染防止策を重視することが必要となる。やむを得ず、外出をして人混みに入る可能性がある場合には、マスクを着用することが一つの感染防止策と考えられる。
- 一般的な企業の従事者においては、家庭用の不織布製のマスクを使用することが望まれる。マスクの装着に当たっては説明書をよく読み、正しく着用する。特に、顔の形に合っているかについて注意する。
- マスクは表面に病原体が付着する可能性があるため、原則使い捨てとし（1日1枚程度）、捨てる場所や捨て方にも注意して、他の人が触れないようにする。
- なお、家庭用の不織布製マスクは、新型インフルエンザ流行時の日常生活における使用においては、医療用の不織布製マスク（サージカルマスク）とほぼ同様の効果があると考えられる。
- N95マスク（防じんマスク DS2）のような密閉性の高いマスクは、日常生活での着用は想定されないが、新型インフルエンザの患者に接する可能性の高い医療従事者等に対して勧められている。事業者においても、新型インフルエンザの患者に接する可能性が高い者においては、使用が想定される。しかし、これらのマスクは、正しく着用できない場合は効果が十分に発揮されないため、あらかじめ着用の教育・訓練が必要となる。



プラスチック手袋

汚染した部位に触れるときに着用することで、手の汚染を減らす効果が期待できます。

なお、持続して使用すると汚染を広げることとなりますので、1回ごとの使い捨てとしてください。

また、プラスチック手袋には小さな穴があるため、脱いだ後はその都度手指衛生を行うことが望ましいです。

手袋の考え方（引用：厚生労働省「新型インフルエンザ対策ガイドライン」）

- 新型インフルエンザウイルスは、手から直接感染するのではなく、手についたウイルスが口や鼻に触れることで感染する。つまり、手袋をしていても、手袋を着用した手で鼻や口を触っては感染対策にはならない。
- 手袋着用の目的は、自分の手が汚れるのを防ぐためである。したがって、滅菌されている必要はなく、ゴム製の使い捨て手袋の使用が考えられる。手袋を外した後は、直ちに流水や消毒用アルコール製剤で手を洗う。



フェイスシールド

医療従事者が飛沫の飛散から眼を守るものですので、一般の方が使用する必要はあまりありません。
なお、**マスクの代用にはなりません**。
また、外面は汚染されていますので、注意が必要です。

ゴーグル、フェイスマスクの考え方 (引用：厚生労働省「新型インフルエンザ対策ガイドライン」)

- ゴーグルやフェイスマスクは、眼の結膜からの感染を防ぐために着用が考えられる。ゴーグルは、直接的な感染だけでなく、不用意に眼を触ることを防ぐことで感染予防にもつながる。
- しかし、ゴーグルは、すぐに曇ったり、長時間着用すると不快である。購入にあたっては、試着して従業員の意見をよく聞きながら選択する。
- ゴーグルやフェイスマスクは、患者に接触する可能性が高い場所で必要になるため、一般の企業で使用する場はそれほど多くないと考えられる。

パーティション（仕切り）

飛沫防止になりますが、お互いにマスクをしていれば必ずしも必要ではありません。
なお、ウイルスや細菌は、プラスチック上に付着・残存しやすいです。触れると接触感染の原因になりますので、**こまめな清拭消毒が必要**です。
また、空気の流れを阻害する場合があります。

環境の消毒

よく触れる部位を定期的に清拭消毒することが効果的です。なお、噴霧だけでは十分な消毒効果が得られません。また、床は、通常の清掃で十分と考えられます。

《清拭消毒時のポイントについて》

- ペーパータオルなどにしみこませてゆっくりふき取る
- エタノール65～90%
- 次亜塩素酸ナトリウム0.02～0.05%（トイレは0.1%）
- 家庭用洗剤もある程度有効
- 次亜塩素酸水の場合は大量に必要

トイレでの感染防止

新型コロナウイルス感染者の便の PCR 検査は、陽性です。ただし、感染力があるウイルスかどうかは不明です。

なお、トイレは、ノロウイルス感染の主要な場となっています（1～2週間残存）。

対策としては、広い手洗いシンク、石けん、ペーパータオルの設置等が望まれます。

また、手を洗った後は、出口のドアの取っ手に触れないことやハンドドライヤーは使用しないことに注意が必要です。

休憩室・更衣室での感染防止

事業所での感染は、休憩室や更衣室で起きやすいと考えられます。

休憩室や更衣室では、マスクをはずして食事や会話をする事が多く、人数も密になりやすい環境です。

部屋の大きさに応じて、利用時間をずらしたり、適切な換気や入室前の手洗いを徹底したりするなどの対策が重要です。

換 気

専門家検討会の見解では、クラスター（集団）感染発生リスクの高い状況の回避する方法として、換気の悪い密閉空間にしないよう、換気設備の適切な運転・点検を実施することや定期的に外気を取り入れる換気を実施することを推奨しています。

《換気のポイントについて》

- 機械換気設備の清掃、維持管理
- 窓の開放（30分に1回以上、数分間）
 - ・複数の窓がある場合、2方向の壁の窓を開放
 - ・循環式エアコンの温度をできるだけ低く設定
 - ※窓を十分開けられない場合、空気清浄機（HEPA フィルタによるろ過式、風量5m³/分）を人の居場所から10m程度の範囲内に設置し、外気を取り入れる風向きと空気清浄機の風向きを一致させる。
- サーキュレーター併用

参考

【厚生労働省：「換気の悪い密閉空間」を改善するための換気の方法】

<https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000618969.pdf>

【厚生労働省：熱中症予防に留意した「換気の悪い密閉空間」を改善するための換気について】

<https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000640917.pdf>



職員の健康管理

毎朝の体温測定、症状の確認、行動の記録を部署の管理者が確認することが望ましいです。

発熱（ $\geq 37.5^{\circ}\text{C}$ ）や体調不良のときは出勤しない（させない）ようにしましょう。また、勤務中に体調不良になったら、すぐに帰宅させましょう。勤務条件や人手不足等により簡単ではないかもしれませんが、全国的に感染につながった事例も多くありますので注意が必要です。

なお、解熱したからといってすぐに出勤する（させる）ことは控え、解熱後2日は経過を見ることが望ましいです。新型コロナウイルスでは、再度悪化する例も多くあります。

職員には、発症リスクの高い行動を日頃から自粛することを呼びかけることも必要です。

また、「陰性証明書や治癒証明書」を求めても、100%の証明はできないため、職員や医療機関に提出・発行を求めないよう配慮しましょう。

《健康チェック表の例》

曜日	月	火	水	木	金	土	日
月/日	/	/	/	/	/	/	/
体温（ $^{\circ}\text{C}$ ）							
自宅での測定値							
出勤時での測定値							
呼吸器症状							
咳							
咽頭痛							
鼻汁・鼻閉							
消化器症状							
嘔気							
嘔吐							
腹痛							
下痢							
その他の症状							
頭痛							
倦怠感							
味覚・嗅覚異常							
食欲低下							
移動歴（帰省含む）							
県外							
海外							
特記事項（具体的な訪問地、 接触歴など）							
管理者サイン							



県外への移動・出張

国内の大都市圏への移動・出張は、全てを制限するのではなく、**必要か不必要かの判断をしっかりとした上で行う**ことが重要です。また、出先で感染リスクの高い場所へ行くことは避けましょう。

帰鹿後は、自宅待機の必要はありませんが、健康観察は厳しく行いましょう。

移動・出張する地域によって判断するのではなく、職員自身が感染リスクを避ける行動をとることが最も重要です。

なお、海外出張は可能な限り制限し、入国後は14日間自宅待機することが望ましいです。



大都市圏から帰省する親族と同居する職員

帰省者は2週間前から行動を自粛し、行動歴に不安がある場合は帰省しないことが望ましいです。無症状であっても、家庭内で感染を広げる可能性があります。

感染リスクがある場合は、家庭内でも感染対策（距離、寝室を分ける、会話時のマスク着用等）を行ってください。

特に、自家用車の同乗は感染リスクが高いため、窓の開放やマスク着用のほか、空調は外気を入れるなどで対応しましょう。

また、高齢者へ配慮も重要です。



職員がPCR検査を受けることになったら

職員がPCR検査を受けることになった場合、事業所への連絡は必須です。結果が出るまでは自宅待機とすることが望ましいです。

症状があり検査を受ける場合、発症2～3日前からの接触者リストを作成することが望ましいです。

また、症状はないが濃厚接触者として検査を受ける場合、その時点から2～3日前のその方との濃厚接触者リストを作成することが望ましいです。

なお、濃厚接触者はPCR検査結果に関わらず、14日間は自宅待機となります。濃厚接触者の同居者は基本的には勤務制限の必要はありませんが、濃厚接触者や同居者に症状がみられた場合は早めに出勤を控えるなど慎重な対応が必要です。



積極的疫学調査における濃厚接触者

国立感染症研究所 感染症疫学センターが公表する新型コロナウイルス感染症患者に対する積極的疫学調査実施要領（令和2年5月29日版）において、濃厚接触者を次のように定義しています。



「濃厚接触者」とは

「患者（確定例）」（「無症状病原体保有者」を含む。）の感染可能期間に接触した者のうち、次の範囲に該当する者である。

- 患者（確定例）と同居あるいは長時間の接触（車内、航空機内等を含む）があった者
- 適切な感染防護無しに患者（確定例）を診察、看護若しくは介護していた者
- 患者（確定例）の気道分泌液もしくは体液等の汚染物質に直接触れた可能性が高い者
- その他：手で触れることの出来る距離（目安として1メートル）で、必要な感染予防策なしで、「患者（確定例）」と15分以上の接触があった者（周辺の環境や接触の状況等個々の状況から患者の感染性を総合的に判断する）。



職員の感染が明らかになったら

感染者は、入院・宿泊療養・自宅待機させ、感染者が発症または検査陽性2日前までに触れた場所の消毒清拭、接触者リストの作成を行いましょう。

保健所による積極的疫学調査が開始され、濃厚接触者はPCR検査、濃厚ではない接触者も場合によってPCR検査を行うこととなります。

濃厚接触者は、PCR検査結果に関わらず14日間の自宅待機とし、濃厚接触者の同居者も発症の可能性があるので、接触程度を考えて個別対応しましょう。



ワクチン開発の課題

現在、実用化されたワクチンはなく、安全性の観点から、早急な実用化は危険です。ワクチンで誘導された抗体で重症化する可能性も考えられています。

期待はしたいですが簡単ではありませんので、ワクチンが登場するまで2~3年程かかると考えられます。

ただし、ワクチンが登場したとしても、完全に流行を抑えることはできませんので感染予防は行わなければなりません。



インフルエンザワクチンの接種

今冬は、職員のインフルエンザワクチン接種を徹底することが望ましいです。完全な効果があるわけではありませんが、重症化だけでなく感染を予防する効果があり、接種しない人に比べて発症者が50%~70%少なくなると言われています。

また、インフルエンザと新型コロナウイルスが同時流行するおそれもあり、すでに重感染も報告されています。

職員が積極的にインフルエンザワクチンを接種するためにも、職員の接種費用補助等が望まれます。

【参考資料】（出典：厚生労働省HP「職場における新型コロナウイルス感染症への感染予防、健康管理の強化について」）

職場における新型コロナウイルス感染症の拡大を防止するためのチェックリスト

別添 2

1 このチェックリストは、職場における新型コロナウイルス感染症の拡大を防止するための基本的な対策の実施状況について確認いただくことを目的としています。

2 項目の中には、業種、業態、職種等によっては対応できないものがあるかもしれません。ですので、すべての項目が「はい」にならないからといって、対策が不十分ということではありません。職場の実態を確認し、全員（事業者と労働者）がすぐにできることを確実に実施いただくことが大切です。

3 確認した結果は、衛生委員会等に報告し、対策が不十分な点があれば調査審議いただき、改善に繋げてください。また、その結果について全ての労働者が確認できるようにしてください。衛生委員会等が設置されていない事業場においては、事業者による自主点検用に用いて下さい。

※ 都道府県労働局、労働基準監督署に報告いただく必要はありません。

項	目	確認
1 感染予防のための体制		
	・事業場のトップが、新型コロナウイルス感染症の拡大防止に積極的に取り組むことを表明し、労働者に対して感染予防を推進することの重要性を伝えている。	はい・いいえ
	・事業場の感染症予防の責任者及び担当者を任命している。（衛生管理者、衛生推進者など）	はい・いいえ
	・会社の取組やルールについて、労働者全員に周知を行っている。	はい・いいえ
	・労働者が感染予防の行動を取るよう指導することを管理監督者に教育している。	はい・いいえ
	・安全衛生委員会、衛生委員会等の労使が集まる場において、新型コロナウイルス感染症の拡大防止をテーマとして取り上げ、事業場の実態を踏まえた、実現可能な対策を議論している。	はい・いいえ
	・職場以外でも労働者が感染予防の行動を取るよう「新しい生活様式」の実践例について、労働者全員に周知を行っている。	はい・いいえ
	・新型コロナウイルス接触確認アプリ(COCoA)を周知し、インストールを労働者に勧奨している。	はい・いいえ
2 感染防止のための基本的な対策		
(1) 感染防止のための3つの基本：①身体的距離の確保、②マスクの着用、③手洗い		
	・人との間隔は、できるだけ2m(最低1m)空けることを求めている。	はい・いいえ
	・会話をする際は、可能な限り真正面を避けることを求めている。	はい・いいえ
	・外出時、屋外にいるときや会話をするときに、症状がなくてもマスクの着用を求めている。※熱中症のリスクがある場合には、6についても確認してください。	はい・いいえ
	・手洗いは30秒程度かけて水と石けんで丁寧に洗うことを求めている。（手指消毒薬の使用も可）	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
(2) 三つの密の回避等の徹底		
	・三つの密(密集、密接、密閉)を回避する行動について全員に周知し、職場以外も含めて回避の徹底を求めている。	はい・いいえ
	・普段からマスク着用や咳エチケット(咳や発声の際には袖やハンカチ等で口を覆う)を全員に周知し、職場以外も含めて徹底を求めている。	はい・いいえ
	・こまめな換気について全員に周知し、徹底を求めている。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
(3) 日常的な健康状態の確認		
	・出勤前に体温を確認するよう全員に周知し、徹底を求めている。	はい・いいえ
	・出社時等に、全員の日々の体調(発熱やだるさを含む風邪症状の有無、味覚や嗅覚の異常の有無等)を確認している。	はい・いいえ
	・体調不良時には正直に申告しやすい雰囲気醸成し、体調不良の訴えがあれば勤務させないこと、正直に申告し休むことで不利益な扱いにしないことを、職場で確認している。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
(4) 一般的な健康確保措置		
	・長時間の時間外労働を避けるなど、疲労が蓄積しないように配慮している。	はい・いいえ
	・十分な栄養摂取と睡眠の確保について全員に周知し、意識するよう求めている。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
(5) 「新しい生活様式」の実践例で示された「働き方の新しいスタイル」の取組状況について		
	・「テレワークやローテーション勤務」を取り入れている。	はい・いいえ
	・「時差通勤でゆったりと」を取り入れている。	はい・いいえ
	・オフィスの人口密度を減らした「オフィスはひろびろと」を取り入れている。	はい・いいえ
	・「会議はオンライン」を取り入れている。	はい・いいえ
	・「名刺交換はオンライン」を取り入れている。	はい・いいえ
	・「対面での打合せは換気とマスク」を取り入れている。	はい・いいえ



項	目	確認
(6) 新型コロナウイルス感染症に対する情報の収集	・国、地方自治体や一般社団法人日本渡航医学会や公益社団法人日本産業衛生学会等公益性の高い学術学会等のホームページ等を通じて最新の情報を収集している。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
3 感染防止のための具体的な対策		
(1) 基本的な対策		
①換気の悪い密閉空間、②多くの人が密集、③近距離での会話や発声の「三つの密」を同時に満たす行事等を行わないようにしている。	・上記「三つの密」が重ならなくても、リスクを低減させるため、できる限り「ゼロ密」を目指している。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
	(2) 換気の悪い密閉空間	
・職場の建物が機械換気(空気調和設備、機械換気設備)の場合、建築物衛生法令の空気環境の基準が満たされている。	・職場の建物の窓が開く場合、1時間に2回程度、窓を全開している。	はい・いいえ
	・電車等の公共交通機関の利用に際し、窓開けに協力するよう全員に周知している。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
	(3) 多くの人が密集する場所の改善	
・業務に応じて可能な範囲で出勤を抑制するように努めている。	・電車やバス等での他人との密着を防ぐため、時差通勤、自転車通勤、自家用車通勤などの活用を図っている。	はい・いいえ
	・テレビ会議やウェブ会議の活用等により、人が集まる形の会議等をなるべく避けるようにしている。	はい・いいえ
	・対面での会議やミーティング等を行う場合は、マスクの着用を原則とし、人と人の距離をできるだけ2m(最低1m)空け、可能な限り真正面を避けるようにしている。	はい・いいえ
	・接客業等について、人と人が近距離で対面することが避けられない場合は、労働者にマスクを着用させ、人と人の間にアクリル板、透明ビニールカーテンなどで遮蔽するようにしている。	はい・いいえ
	・職場外(バスの移動等)でもマスクの着用や、換気、人との間隔を取る等、三つの密を回避するよう努めることとしている。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
	(4) 接触感染の防止について	
・物品・機器等(例:電話、パソコン、デスク等)や治具・工具などについては、複数人での共用をできる限り回避している。どうしても共用する場合には使用前後の手洗いや手指消毒を徹底している。	・事業所内で労働者が触れることがある物品、機器、治具・工具等について、こまめに消毒を実践することとしている。※人がいる環境に、消毒や除菌効果を謳う商品を空間噴霧して使用することは、眼、皮膚への付着や吸入による健康障害のおそれがあることから推奨されていません。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
(5) 近距離での会話や発声の抑制		
・職場では、同僚を含む他人と会話する際には、大きな声を出さずに距離をなるべく保持するようにしている。	・外来者、顧客、取引先との対面での接触や会話をなるべく避けるようにしている。	はい・いいえ
	・どうしても1m以内で会話する必要がある場合は、15分以内に留めるようにしている。	はい・いいえ
	・粉じんや化学物質など、呼吸用保護マスクを装着する必要がある作業では、声で合図連絡する場合にはマスクを外さないように周知している。拡声器使用や伝声板付きのマスクの採用が望ましい。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
	(6) 共用トイレの清掃等について	
・不特定多数が接触する場所は、清拭消毒を行うこととしている。	・トイレの床や壁は次亜塩素酸ナトリウム0.1%水溶液で手袋を用いて清拭消毒する。	はい・いいえ
	・トイレの蓋を閉めて汚物を流すように表示している。(便器内は通常の清掃でよい)	はい・いいえ
	・ペーパータオルを設置するか、個人ごとにタオルを準備している。	はい・いいえ
	・ハンドドライヤーは止め、共通のタオルを禁止している。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
	(7) 休憩スペース等の利用について	
・一度に休憩する人数を減らし、対面で食事や会話を控えるようにしている。	・休憩スペースは常時換気することに努めている。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ

項	目	確認
	・休憩スペースの共有する物品(テーブル、いす、自販機ボタン等)は定期的に消毒をしている。	はい・いいえ
	・休憩スペースへの入退室の前後に手洗い又は手指の消毒をさせている。	はい・いいえ
	・社員食堂での感染防止のため、座席数を減らす、座る席を制限している、マスクを外したままの談笑を控えるように注意喚起している、昼休み等の休憩時間に幅を持たせている、などの工夫をしている。	はい・いいえ
	・社員食堂では感染防止のため、トンゴやポットなどの共用を避けている。	はい・いいえ
	・喫煙所では同時に利用する人数に制限を設け、手指消毒後に十分濡いてから喫煙するよう指導し、会話をせず喫煙後は速やかに立ち退くことを、利用者に周知し、徹底している。	はい・いいえ
	・その他の共用の施設について、密閉、密集、密接とならないよう利用方法について検討している。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
(8)ゴミの廃棄について		
	・鼻水、唾液などが付いたゴミ(引用後の紙コップ、ピン、缶、ペットボトルなどを含む)は、ビニール袋に入れて密閉して縛ることとしている。	はい・いいえ
	・ゴミを回収する人は、マスク、手袋、保護メガネを着用することとし、作業後は必ず石けんと流水で手洗いをする事としている。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
4	配慮が必要な労働者への対応等	
	・風邪症状等が出た場合は、「出勤しない・させない」の徹底を全員に求めている。	はい・いいえ
	・社内での健康相談窓口の周知とともに、「新型コロナウイルス感染症についての相談の目安」や最寄りの「帰国者・接触者相談センター」を全員に周知している。	はい・いいえ
	・高齢者や基礎疾患(糖尿病、心不全、慢性呼吸器疾患、高血圧、がんなど)を有する者などの重症化リスク因子を持つ労働者及び妊娠している労働者に対しては、本人の申出及び産業医等の意見を踏まえ、感染予防のための就業上の配慮(テレワークや時差出勤等)を行っている。	はい・いいえ
	・特に妊娠中の女性労働者が、医師又は助産師からの指導内容について「母健連絡カード」等で申し出た場合、産業医等の意見も勘案の上、作業の制限又は出勤の制限(在宅勤務又は休業をいう。)の措置を行っている。	はい・いいえ
	・テレワークを行う場合は、業務とプライベートの切り分けに留意し、上司や同僚とのコミュニケーション方法を検討し、在宅勤務の特性も理解したうえで、運動不足や睡眠リズムの乱れやメンタルヘルスの問題が顕在化しやすいことを念頭において就業させている。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
5	新型コロナウイルスの陽性者や濃厚接触者(以下「陽性者等」)が出た場合等の対応	
	(1)陽性者等に対する不利益取扱い、差別禁止の明確化	
	・新型コロナウイルスの陽性者等であると判明しても、解雇その他の不利益な取扱いを受けないこと及び差別的な取扱いを禁止することを全員に周知し、徹底を求めている。	はい・いいえ
	(2)陽性者等が出た場合の対応	
	・新型コロナウイルスに陽性であると判明した場合は、速やかに事業場に電話、メール等により連絡することを全員に周知し、徹底を求めている。	はい・いいえ
	・新型コロナウイルスに陽性であると判明した第三者との濃厚接触があり、保健所から自宅待機等の措置を要請された場合は、速やかに事業場に電話、メール等により連絡することを全員に周知し、徹底を求めている。	はい・いいえ
	・新型コロナウイルスに陽性であるとの報告を受け付ける事業場内の部署(担当者)を決め、全員に周知している。また、こうした情報を取り扱う部署(担当者)の取扱範囲とプライバシー保護のルールを決め、全員に周知している。	はい・いいえ
	・新型コロナウイルスに陽性である者と濃厚接触した者が職場内にいた場合にどのような対応をするかルール化し、全員に周知している。	はい・いいえ
	・職場の消毒等が必要になった場合の対応について事前に検討を行っている。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
	(3)その他の対応	
	・濃厚接触者への対応等、必要な相談を受け付けてくれる「保健所」、「帰国者・接触者相談センター」を確認してある。	はい・いいえ
	・事業場内の診療・保健施設で体調不良者を受け入れる場合は、事業場内での感染拡大の原因となる可能性があることに留意し、医療従事者は標準予防策を遵守し、適切な感染予防体制(受診者のマスク着用、待合や動線を分ける、受診者が一定の距離を保てるよう配慮するなど)を実行している。	はい・いいえ
	・その他()	はい・いいえ
6	熱中症の予防(※熱中症のリスクがある場合に確認してください。)	
	・身体からの発熱を極力抑えるため、作業の身体負荷を減らすとともに、休憩を多くとることの重要性を周知している。	はい・いいえ
	・のどの渇きを感じなくても、労働者に水分・塩分を摂取するよう周知し、徹底を求めている。※マスクで口が覆われることにより、のどの渇きを感じにくくなる場合があります。	はい・いいえ
	・屋外で人と十分な距離(少なくとも2m以上)が確保出来る場合で、大声を出す必要がないときには、マスクをはずすよう周知している。	はい・いいえ
	・事務室等における換気機能のない冷房使用時には、新型コロナウイルス対策のための換気により室内温度が高くなりがちであるため、エアコンの温度設定を下げるなどの調整をしている。	はい・いいえ

※ ご不明な点がございましたら、労働局又はお近くの労働基準監督署の安全衛生主務課にお問い合わせください。



別添 4

新型コロナウイルスの陽性者等が発生した場合における
衛生上の職場の対応ルール（例）

※ この対応ルール（例）は、職場に新型コロナウイルスの陽性者や濃厚接触者が発生した場合の対応に当たって参考となるよう、企業の取組事例を取りまとめたものです。職場の実態に応じて、ご活用ください。

※ 職場の対応ルールを定めた場合には、事業場の掲示板等に掲示するとともに、メールや社内イントラネット等の複数の媒体で労働者に周知願います。

- 1 労働者が陽性者等であると判明した場合の事業者（社内担当者）への報告に関すること
 - (1) PCR検査等を実施することが決定した段階で、速やかに所属長に報告する。また、検査の結果が判明した際には、その結果を速やかに所属長に報告する（結果が陰性であった場合も含む）。
 - (2) 報告を受けた所属長は、事業場の人事担当部門（新型コロナウイルス対策本部や対応窓口が設置されている場合には当該部門）に報告する。
 - (3) 健康情報の取扱は、必要最小限の関係者に限るものとする。
 - ※ 健康情報取扱規程を定めている場合には、その取扱に準じて健康情報の取扱を行う関係者を定めることとする。
- 2 労働者が陽性者等であると判明した場合の保健所との連携に関すること
労働者が陽性者等であると判明した場合には、濃厚接触者の自宅待機などの保健所の指示に従うとともに、保健所による積極的疫学調査が実施される場合に備え、事業場ごとに保健所との窓口となる担当者を決めておく。また、陽性者等の勤務状況や在籍する部署の座席表、フロアの見取図を準備しておく。
- 3 職場の消毒等が必要になった場合の対応に関すること
職場の消毒等については、保健所等より指示がある場合にはその指示に従い、特段の指示が無い場合には、以下の方法によって実施する。
 - (1) 消毒を行う場所
 - ① 陽性者等の執務室
パソコン、タブレット、電話、FAX、コピー機などの電子機器、陽性者等の椅子や机、キャビネット、ドアノブ、照明スイッチ、床面や壁など陽性者等が接触したと考えられる箇所
 - ② 食堂、ロッカールーム、トイレなどの共有スペース
食堂の椅子やテーブル、会議室の椅子やテーブル、ロッカールームのドアノブや照明スイッチ、階段の手すり、トイレの便座など陽性者等が接触したと考えられる箇所
 - (2) 使用する消毒液及び使用方法
陽性者等の周囲の高頻度接触部位などは、消毒用アルコール又は0.05%の次亜塩素酸ナトリウムによる清拭で高頻度接触面や物品等を消毒する。陽性者由来の液体（痰、血液、排泄物など）が付着した箇所の消毒については、消毒用エタノールや0.05～0.5%次亜塩素酸ナトリウムで清拭又は30分間浸漬する。
 - (3) 消毒時に使用する保護具
清掃、消毒を行う者は、手袋、マスク、ゴーグル等の眼を保護するものなどの保護具を着用する。清拭には使い捨てのペーパータオルなどを用いる。また、手袋は滅菌したもので無くても差し支えないが、頑丈で水を通さない材質のものを用いる。
 - (4) 消毒後の手指の衛生
消毒の実施後は、手袋を外した後に流水・石鹼による手洗い、手指消毒用アルコール等による手指の衛生を必ず行う。

R2. 8. 7 版

コロナ禍でがんばる 組合・中小企業・商店街

新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、急激な売上減少など企業活動に大きな影響を与えています。特に、中小企業は大きな打撃を受けており、厳しい経営を余儀なくされています。

このような中、現況から脱却するために、全国の中小企業等協同組合では様々な取り組みが行われています。

特集2では、コロナ禍における中小企業等協同組合などの取り組みについてご紹介します。

PICK
UP!

鹿児島県内の組合の取り組み事例を紹介します

～組合員が一丸となって安心安全を発信～

指宿温泉旅館事業協同組合（鹿児島県指宿市）

指宿温泉旅館事業協同組合は、鹿児島県指宿市内のホテル・旅館業を営む事業者で構成されている。同市は温泉地として有名だが、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、宿泊のお客様が激減。そこで、組合員が一致団結し、新型コロナウイルス対策を対外的に発表することで、安心安全を強くPRした。

発表した対策は3本柱で構成されており、1つ目が施設内での消毒体制の充実だ。従業員の手洗いを徹底するほか、組合員施設内の随所に消毒液を配置した。

2つ目に加盟施設全体でのお客様の受け入れ体制を整備し、施設内での感染が確認された場合など組合員が休業を余儀なくされた際、他の組合員が受け入れるよう調整することとした。

3つ目は、各組合員がそれぞれBCP策定及び訓練実施に取り組んだ。BCPはリスクマネジメントの概念のひとつであり、自然災害に限らず、事故・疫病・テロ攻撃などの緊急事態を想定している。施設内での感染が万が一確認された際に備え、宿泊のお客様と従業員の安全を確保するために、各組合員が取り組んだ。

訓練において確認された不備や問題点を踏まえ、適宜マニュアルなどを見直しており、お客様が安心して旅行先として選択し、鹿児島・指宿の旅を目一杯楽しむことができるように日々取り組んでいる。



指宿フェニックスホテルの訓練の様子



～独自に新型コロナ対策を認定する制度を創設～

天文館商店街振興組合連合会（鹿児島県鹿児島市）



認定店が掲示できるポスター

天文館商店街振興組合連合会は、鹿児島市の中心商店街「天文館」にある12の通り会の連合会組織。各種イベントの開催やお買い物していただいたお客様に天文館地区の駐車場及び市電・バスが利用できるフリーチケットを発行し、来街促進を図っている。

天文館地区の客足は、鹿児島市内で新型コロナウイルスのクラスターが発生して以降、大幅に落ち込み、少しでも安心して天文館を訪れていただきたいとの思いから、新型コロナウイルス対策に取り組む店を独自で認定する制度を創設した。

スタッフのマスク着用、共用部分などの消毒除菌、店内換気、お客様間のソーシャルディスタンス、スタッフの就業前の検温、対面カウンターにて透明仕切り等の飛沫防止、コイントレーを使用した金銭授受等の接触回避など8項目を定めており、事務局が店舗を訪問・確認の上で認定を行う。既に多くの店舗が認定を受けており、今回の天文館商店街振興組合連合会の取り組みにより、天文館地区内の事業者の感染防止に対する意識は飛躍的に高まった。



全国の組合の取り組み事例も参考にご覧ください

～道産米日本酒の消費拡大に向けた生産者・関係者応援運動～

（北海道札幌市）

現在、道内に12ある酒蔵では、3種類の酒造好適米や一般品種を原料とした多くの「道産米日本酒」が製造されている。

「道産米日本酒」は道民や観光客に広く愛飲されるとともに、道外や海外からの引き合いも高まっている。また、近年、その品質評価から同外の酒蔵でも北海道米の使用が増加し、北海道における酒造好適米の栽培面積は年々増えている。

しかし、新型コロナウイルスの影響で、外国人観光客や国内旅行者が減少し、さらに酒席を伴う飲食の自粛等により、日本酒の消費も激減。

この事態を受け、JAグループ北海道とともに、道内の酒蔵および酒米生産者を応援するべく、北海道米販売拡大委員会の協力のもと、購入取りまとめ運動を実施する運びとなった。

消費拡大応援SHOP (<https://hokkaidosyuzoukyoudoukumiai.raku-uru.jp>) を開設し、道内限定・送料無料で販売。また、蔵・銘柄に偏ることなく消費拡大につなげたいとの思いから、何を買ったか届いてからわかる「お楽しみ方式」となっている。



～感染症から職員とライフラインを守れ～

登別ガス協同組合（北海道登別市）



登別ガス協同組合は、BCP（事業継続計画）に基づき、3月23日から4月12日、さらに4月21日から5月10日の期間、職員を事務所と在宅に分離することで、職員を感染症から守り、ガス供給を継続する対策にいち早く取り組んだ。

BCP策定のきっかけは、2009年の世界的に流行した新型インフルエンザ。「もし全職員が感染したら、ガスの供給は守れない」という危機感から、幹部で対策マニュアル作りを始めた。そして2011年、東日本大震災を経験し、本格的なBCP策定に着手した。さらに2018年の北海道胆振東部地震を契機に、全職員が参画してのBCP策定に取り組んだ。

BCPは災害対策に限定されがちだが、同組合では感染症や人為的な事故、コンピューターウイルスの侵入など、あらゆるリスクを想定している。しかし、事業継続計画を現場へ落とし込む作業は、口で言うほど簡単ではない。西胆振支部・部長の佐々木氏は「いざという時、動けるように全職員で策定に関わりことで、浸透しサポートし合う環境づくりができる」と指摘する。

新型コロナウイルスの影響で物販部門は前年比50%ダウンという状況だが、BCPと経営計画が重なり合う未来への挑戦が続いている。

～「助け合いの輪」で新型コロナウイルスの影響を克服～

京菓子協同組合青年部（京都府京都市）

新型コロナウイルスの影響が長引き、京都三大祭も中止・縮小を余儀なくされるなど、京都の文化や食に触れていただく機会が減少した。

このような中、全国の皆様にせめてご家庭で風情を味わっていただこうと、各店が独自に磨き抜いてきた和菓子をひと箱に詰め合わせ、京の町を彩り人々が交流する「祭」になぞらえたセットを提供する初の取り組みが考案された。

組合青年部で企画検討を重ね、パッケージの選定や商品の組み合わせ、箱詰め作業など協力体制を確立し、真心を込めた詰め合わせセットの開発に成功。和菓子詰め合わせセット「京のまつり」は、7月22日より「ジェイアール京都伊勢丹オンラインショップ」にて販売が開始されている。





～オンラインショップで笠間焼を全国に発信～

笠間焼協同組合（茨城県笠間市）

「笠間浪漫」「陶と暮らし」そして延期していた笠間の「陶炎祭」、名物だった笠間焼の大規模イベントがすべてコロナウイルスの影響により中止を余儀なくされた。

これらの中止を受け、先般好評のうちに終了した期間限定のオンライン販売サイト「かさまうつわ商店」(<https://kasamayaki.online/>)を再び立ち上げ、今回は笠間の「陶炎祭」だけでなく、「笠間浪漫」「陶と暮らし」に出店を予定していた作り手も加わった。



10月31日から11月15日までと短期間だが、少しでもみなさまとつながれる場所になればと考える。

また、大規模イベントは中止となったが、笠間には日頃から楽しめるたくさんのギャラリー、販売店、窯元などがある。

この秋には小規模な出店イベントやオープンギャラリーなどが数多く開かれ、それらを紹介する「のんびり笠間焼散歩」も同時開催している。

～スタンプラリーで町を元気に～

春日部市商業協同組合（埼玉県春日部市）

春日部市商業協同組合は、春日部市内共通商品券、組合のマスコットキャラクターが描かれたふじちゃんポイントカードの発行、各種イベント事業を行い、地元地域活性化に取り組んでいる。ふじちゃんポイントカードは、満点カードの枚数に応じて、買い物やイベントチケットとの交換などに利用できる。

今年は、新型コロナウイルスの発生によりイベントの殆どが中止。新型コロナウイルス感染症の拡散防止（三密を避ける）を考慮し、スタンプラリーを実施することとした。

参加店は、組合加盟店の約4割の176店、実施期間は、8月12日から10月31日で準備を進め、スタンプ数に応じて豪華賞品（市内共通商品券）への応募が出来る。

各商店は、新型コロナウイルス感染症対策を万全にし、安心安全にお客様がショッピングを楽しめる環境を整えている。

令和2年新型コロナウイルス感染症対策事業
春商協 ふじちゃんスタンプラリー 期間：8月12日から10月31日まで開催

参加店でお買いものして 市内176店舗参加

高額商品券が当たる！
賞品総額 300万円

5万円×15本 (抽選) 3万円×20本 (抽選)

スタンプラリーフラッグの掲出店で応募用の押印マップがもらえます！

スタンプ達成別賞品一覧
500円(税別)お買物でスタンプ1個押印

- ① 100店達成賞…5万円×15本(抽選)
- ② 70店達成賞…3万円×20本(抽選)
- ③ 50店達成賞…1万円×30本(抽選)
- ④ 30店達成賞…5千円×50本(抽選)
- ⑤ 20店達成賞…3千円×100本(抽選)
- ⑥ 参加賞…1千円

※詳しくはスタンプラリーガイドマップをご覧ください。

主催者お問い合わせ先 春日部市商業協同組合 ☎048-754-8020

～詰め合わせ販売でフードロス低減～

愛知県味噌溜醤油工業協同組合青年部会（愛知県名古屋市）

愛知県味噌溜醤油工業協同組合青年部は、愛知の伝統の味を広げられるよう、また、その伝統を次世代に継承していけるよう奮闘する愛知県下醸造会社の若手が集まった団体。

今回の苦境で自社醸造品の出荷がなかなか進まず、厳しい状況に立たされている。

そこで、今回、それぞれの醸造会社がコロナ禍により抱えてしまった自社製品在庫を持ち寄り、詰め合わせ品としてお値打ち価格で提供することで、コロナ禍での支援とフードロス低減に繋がるような企画を発案。

準備した300セットは、消費者の温かい支援のもと無事完売した。



～売上が減少する中、ウイルスに対応する新商品を開発～

協同組合福祉・環境ラボ（広島県広島市）

ウイルスの不活性化にも対応する「除菌ゲートシステム」を組合員である株式会社 Emax が開発し、組合で共同販売を開始した。同商品は、アルコールではなく安定型次亜塩素酸ナトリウムを使っているのが特徴であり、高い効果を有しながら、アルコールのようなアレルギーを起こす危険がないことから、安心して継続的に使用できる特徴を持っている。現在、人の出入りの多い施設の関係者からの問い合わせが増加している。



～地域住民のために、タクシー会社がお買い物代行サービスを開始～

アサヒタクシー株式会社・協同組合アサヒグループ組合員（広島県福山市）

ドライバーが食料品や薬などの買い物を代行して自宅に届ける「お買い物代行サービス」を開始した。買い物代行は「救援事業」としてタクシー会社に認められているサービスで、利用者は食料品や生活必需品、雑貨類などの購入に活用できる。外出自粛によりタクシーの売上は大幅に減少し、業界は厳しい状況にある中、同サービスにより、新たな収入源を獲得するとともに、高齢者や共働き家庭等の「外出」に悩みを持つ地域住民の課題解決を目指している。





J-Net21にて紹介されている事例

(引用) 中小機構「J-Net21」：<https://j-net21.smrj.go.jp/special/covid-19/index.html>

(株)全国商店街支援センター：https://www.syoutengai-shien.com/cat_common/com_covid19/

～弁当宅配が柱となって支えてくれた～

有限会社共栄旅行サービス（埼玉県草加市）

《コロナでどのような影響を受けましたか》

当社は家族3人で経営する旅行会社で、主な顧客は地元の各種団体や小中学校。これら団体旅行の企画・手配・添乗までの一切を手掛けている。ホテルのバックヤード見学など大手では企画できないツアーで、顧客満足度を重視した内容を地元密着型で提供している。

旅行事業の企画で、もうひとつの重要なポイントが旅行先での「食」である。これまでの団体旅行の企画において生まれた各地域との繋がりもあり、それら地域の食材を活かしたケータリングサービス事業を考案。経営革新計画を作成・申請して承認を受け、飲食事業の営業許可も取得し、「郷土料理を中心とした宴会メニューの企画代行とケータリングサービスの提供」をテーマにしたケータリング事業「MIYABI」をスタートさせる。

今年2月以降は感染拡大の影響で、旅行事業では予約のキャンセルが相次いだ。現時点では初秋までの団体・個人旅行のすべてがキャンセルとなっている。

ケータリング事業は、地元の飲食事業者や地方の食材生産者と連携しつつ順調に取引先を増やしている状況にあったのだが、こちらも会合等の中止により予約のキャンセルが相次いだ。

最終的に3月から5月の売り上げは、対前年比で90%減となった。

《どのような対策を講じましたか》



週3回、地元エリア限定で宅配している弁当（「MIYABI セットの一部」）

本業となる旅行事業の負担にならない程度にと始めたケータリング事業は、繁閑の差が激しい事業でもあった。そこで繁閑差を埋めるべく地元限定で週3日の弁当宅配を開始。これが想像以上の反響となり、結果として今回の新型コロナ禍において大きな支えとなってくれた。当時はかかってくる電話のほとんどがキャンセルを伝えるものであった中、弁当宅配だけは注文の電話だった。売り上げをカバーするほどではなかったものの、この電話注文には精神的にも肉体的にも救われた思いだ。



ケータリングサービス「MIYABI」のロゴ

弁当宅配先でもあった草加商工会議所の提案もあり、「新型コロナウイルス感染症に立ち向かう草加市内経営革新計画承認企業（旅行業者）のご紹介」というプレスリリースを配信したことで地元の新聞とテレビの取材を受け、弁当宅配の注文を受ける件数が徐々に増えた。

弁当宅配の注文増を踏まえ、新型コロナ禍以前に日本政策金融公庫から調達していたケータリング事業のための設備資金を元手に、旅行事業で使用していた事務所スペースを調理施設へと改修した。

また、小規模事業者持続化補助金の交付を受けたことで、チラシの作成・配布、ホームページの作成など、販促面を強化することができた。

《今後はどのように展開していく予定ですか》

まず、旅行事業では、最大で旅行代金の半額相当（一人一泊あたり最大20,000円）が支援される観光庁の「Go To キャンペーン事業（Go To Travel キャンペーン）」の開始に合わせ、顧客が感動できる高クオリティーのツアーの企画・提案をこれまでと同様に行っていく。そのための販促用チラシも現在製作中。

一方ケータリング事業では旅行事業で得たノウハウとコネクションを生かし、全国各地の名産品や隠れた名品等、美味しい食材を織り交ぜた厳選メニューをデリバリー&ケータリングサービスで提供することが目標。

さらに、高齢者向けとなるサービスの構築など社会貢献度の高いテイクアウト事業も模索している。人件費等のコスト面を考慮する必要はあるが、高齢者かつ買い物弱者向けの弁当宅配を強化し、地域とともに発展することを目指す。



ケータリングで提供しているオードブルの一例

～3密回避の「混雑予報 AI」を開発～

株式会社 EBILAB（三重県伊勢市）

《コロナでどのような影響を受けましたか》

当社は飲食店にプラットフォームの提供や、画像解析などで収集したデータを読み解き、使える形に落とし込む支援を行う情報系販売会社だ。親会社にあたるのは、伊勢神宮・内宮近くのおはらい町に立地する1912年創業の食堂「ゑびや」である。



ゑびやに併設した土産物店で小田島春樹社長

この店は近年、店舗を改装し土産物店を併設。天気予報や曜日、近隣の宿泊者数などのオープンデータに、グルメサイトからのアクセス数や、従業員が来店客の性別や年代などを目で確認して端末に入力して集めた自社データを組み合わせた「来店予測 AI」や来店客の画像解析などの IT 技術を駆使して業績を伸ばしてきた。当社は同店の成功体験をもとに開発したデータを他社にも提供している。

だが、新型コロナウイルス感染症の拡大で、当社のデータによると、「ゑびや」前の通行者数は前年同月に比べ今年



3月が20.5%減、4月が90.3%減、5月が97.0%減と大きく減少。テレビのニュースでも報道されたが、ピーク時にはほとんど人通りが途絶えてしまった。

当然、毎月の店の売り上げも昨年同時期比で大幅減。仕入れた食材の支払いや店舗の賃料、従業員の給与と出費がかさみ、一時はキャッシュフローがマイナスに陥った。国や自治体からの支援策すべてを活用しても、必要な経費の半分程度。やむなく4月7日から5月27日まで店を閉めた。

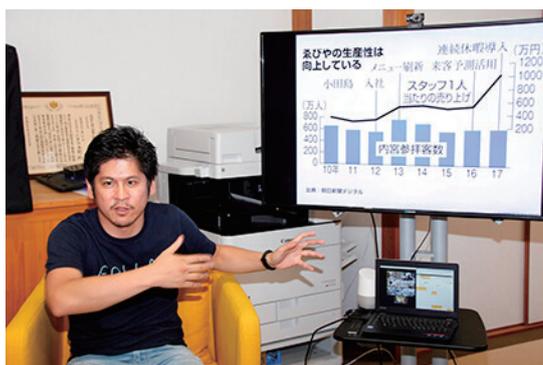
店舗は5月末から再開したが、6月は50.3%減、7月も15日までで48.3%減と客足は元に戻らず、コロナ禍前の2割程度のスタッフで営業している。

《どのような対策を講じましたか》

店は休業したが、遊んでいたわけではない。店に立ち寄りお客様が依然少ないのは、密集、密接、密室の3密を避けるコロナ対策が進められている中、店ではどの時間が一番混んでいるのかという情報がないからではないか。そこで当社の来客予測AIを応用し、混雑情報を事前に予測し、可視化することができる「混雑予報AI」をスタッフと協力して開発した。

「混雑予報AI」は、どのテーブルにお客様がいらっしゃるのか、テーブルがいくつ埋まっているかなど、店内レジデータから取得した情報を繋ぎ、店内の状況を外からでも瞬時に知ることができるし、少し先の混雑状況も予測できる。店頭に設置したスクリーンのほか、スマホやパソコンの画面からも確認が出来るので出かけなくても必要な情報を読み取る事ができる。

また、休業中はパート・アルバイトを含む従業員をテレワークにして、希望者を対象にオンライン研修を実施した。知人の大学教授やマーケティング専門家などにも協力してもらい、接客方法や商品開発などを講義した。オンラインで学んだ知識を、店舗がフル稼働に戻ったときに多少なりとも役に立てたい、と思っている。



EBILAB のデータは店の実績に裏打ちされている

《今後はどのように展開していく予定ですか》

「混雑予報AI」は飲食店だけではなく幅広い業種の店舗運営に大いに役立つシステムだ。当社の顧客はいま、飲食店や小売業、宿泊施設がメインだが、今後は医療機関など他業種にもお使いいただけるよう広報活動を行っていく。

新たに「WEB来店」システムも開発した。ビデオ会議ツールを活用し、お客様とリアルタイムでお話ししながら遠隔で接客ができるサービスで、直接お店に行かなくても実際にお店で受けるのと変わらない、またはそれ以上の接客サービスを店舗スタッフから受けることができる。同システムを用いて遠隔地からの伊勢神宮参拝やお守りの購入代行などを提供していきたいと考えている。

このほか日々の売り上げをスマホで入力し、一括で管理する「スマート日報」も提供している。複数店舗の売上管理や経理業務を簡略化することでコロナによる人手不足解消に役立ちそうだ。

当社は今後も変わりゆく時代に求められるものを常に追求し、創り上げる努力を続けていくつもりだ。



伊勢土産を購入代行サービスも

～有志の基金で映画館再開～

NPO 法人市民シアター・エフ（埼玉県深谷市）

《コロナでどのような影響を受けましたか》



「ミニシアター・エイド基金」などの支援を受けた深谷シネマ

2002年7月に設立したNPO 法人市民シアター・エフで、江戸元禄年間に創業した「七つ梅酒造」の酒蔵跡を改装した映画館「深谷シネマ」を運営している。

国内外の映画やドキュメンタリーフィルムを埼玉県深谷市および周辺住民に比較的安価に提供していたが、政府や県の要請で4月9日から6月7日まで約2カ月間も休業を余儀なくされ、収入が途絶えた。

市民の憩いの場として親しまれていると自負していたが、休業要請で経営が悪化しただけでなく、映画という楽しみを提供できなくなってしまった。

「市民の芸術文化の享受の機会を創り、市民の社会活動・文化活動への参画を図るとともに、ミニシアターをはじめとする映画文化の普及と発信を通して、市民の生活文化の向上とまちづくりに寄与する」というNPO 法人の目的を果たせず、辛い思いだった。

《どのような対策を講じましたか》

全国の小規模映画館「ミニシアター」を救済するためのクラウドファンディング「ミニシアター・エイド基金」によって運営資金の一部が賄われた。

同基金は、緊急事態宣言が発令され、外出自粛要請が続き閉館の危機に瀕している全国のミニシアターを支援しようと、深田晃司氏と濱口竜介氏の2人の映画監督が発起人となって立ち上げたプロジェクトだ。

1カ月で約3万人から3億3000円が集まるなど全国から手厚い支援を受けた。

さらに、当館にゆかりのある深谷出身の映画監督入江悠氏の呼びかけで寄付も集まった。「ミニシアター・エイド基金」の資金と合わせて、当面の人件費・経費は賄えることから映画館の再開に漕ぎ着けた。

アルコール消毒液の設置と館内の常時換気に加えて、客が直接触れる個所を中心に営業開始前だけでなく、営業中も消毒作業を実施している。

持続化給付金と雇用調整助成金は、もちろん申請した。

《今後はどのように展開していく予定ですか》

映画を愛する地域住民の寄付などのおかげで、当館と地域の絆が一層強まった。

シネコンにはない映画文化を提供するという地域のミニシアターの存在意義も再確認できたことを弾みに、良質な映画文化を引き続き提供して地域にもっと愛される映画館を目指していく。

当館の名誉館長で、4月に他界した大林宣彦監督の追悼イベントの具体案を練り、全国の大林宣彦ファンに情報を発信していきたい。

この取り組みによって、深谷シネマを単なる映画上映の場にとどまらず、日本の素晴らしい映画文化を全国に発信できる地域の拠点に変えていきたい。中小企業支援策の併用も検討している。



～動画＋宅配の体験サービス迅速に提供～

有限会社平田観光農園（広島県三次市）

《コロナでどのような影響を受けましたか》

昭和30年に広島県三次市で創業した観光農園。西日本では珍しいリンゴ栽培にチャレンジし、その後農園の面積を15ヘクタールに拡大し、リンゴをはじめイチゴ、サクランボ、ブドウなど14種150品種の果物を栽培。一年を通じてくだもの狩りができる。

6次産業という言葉のない頃から、園内に農家レストラン、農産物加工場を立上げ、レストランで提供する収穫したての果物を使ったパフェなどは予約でいっぱいになる人気。コト消費にも着目し、森の中で薪を割ってダッチオープン料理が楽しめる施設や、体験をテーマにした子会社・株式会社イチコトを立ち上げ、農園内でくだものを使った缶詰作りやアイスクリーム作り体験なども行っている。

だが、新型コロナウイルスの感染拡大で今年2月末から団体旅行が全てキャンセルになった。しばらく一般客だけで営業していたが、広島県知事から自粛要請が出て4月17日から6月5日までの50日間、園内全ての施設を休業。観光収入が完全にゼロになった。ちょうどイチゴの収穫期でゴールデンウィーク期間に全く営業できなかったのは大きな痛手だった。



果樹園をバックに笑顔の平田社長

《どのような対策を講じましたか》



第2弾「巣ごもりジャム作り体験」動画のオープニング画面

イチゴは、熟れ過ぎると腐ってしまう。顧客が来られなくなると分かってからすぐ、ネット販売に切り替えることを決めた。今の時代のキーワードは「コト消費」「動画の時代」だ。イチゴと動画をセットにして、家でイチゴ狩りが楽しめるキットを開発し、休業した1週間後の4月下旬にリリースした。

「いちご狩り」が宅配されるという「巣ごもり体験」が注目され、各メディアが多数取り上げ、約1000件の販売数は、イチゴの在庫がなくなり

ストップする人気を獲得。第2弾「巣ごもりジャム作り体験」、第3弾「巣ごもりさくらんぼ狩り」も好評だ。

イチゴではなく「いちご狩り」という「コト」を販売したため、付加価値の高い商品として認められ、2人前送料込み5000円越えと高額でも顧客に満足してもらった。良い経験になったし、動画効果も期待通りで、これからの時代にたいへん重要だという認識を社内で共有できた。

今回のネット販売では、自社のチャンネルだけでなく、農産物EC（電子商取引）ポータルサイトや、クラウドファンディングも初めて使ってみた。どちらも顧客との双方向のやりとりができるしかけが頻繁にあり、顧客の共感を獲得することの重要性を実感した。良いチャレンジができたと思う。

《今後はどのように展開していく予定ですか》

農業界ではこれまで「6次産業化」「インバウンド」「観光農園」「農家民泊」「農家レストラン」「レストランとの直接取引」などが目指すべき道とされ、そちらに邁進してきた。これらは全て相手に「人」がからむビジネスで、付加価値は高くとれるものの、新型コロナ感染症の時代では一番弱いことが露呈した。

今後はライフスタイルが見直され、自宅で丁寧に食事をつくることが見直されてくるだろう。味噌づくりや、ぬか漬けなど、ひと昔前にどの家庭でもやっていた丁寧な暮らしへ回帰していく時代がやってくるのではないかと思う。

動画を使った教室やECなどが伸びてくるだろうが、これらは会社の大小の規模に関係なく誰でも取り組めるビジネスだ。早く始め、早く認知されることが重要になるのではないか。「巣ごもりいちご狩り」を1週間でリリースしたら多くのメディアに取り上げられたのは、スピード感が鍵だったからではないか。

公共交通機関をつかっての移動が前の状態に戻るにはもう少し時間がかかるだろう。当面、マイカー移動で、家族や仲間での日帰りや1泊の旅行が主になりそうだ。観光庁の「GO TOキャンペーン」に期待したい。当社は65年間続く観光農園のウィズコロナ対策の充実と、今回の取り組みで獲得したECビジネスなどを伸ばし、より強い企業を目指して頑張っていく。

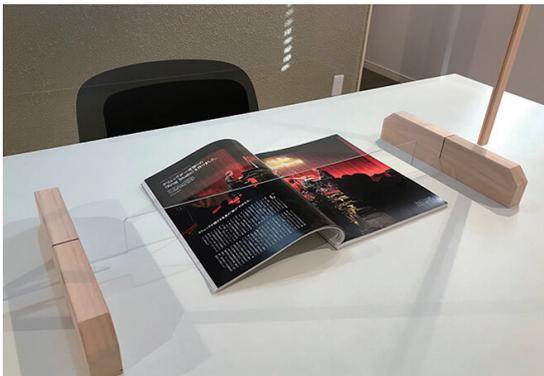


体験動画を見た後で獲れたたのいちごを味わう

～商品開発で with コロナに対応～

株式会社オークマ（福岡県朝倉市）

《コロナでどのような影響を受けましたか》



デスクに置くだけでウイルスの飛沫飛散防止に役立つパーテーション

当社は室内ドアを主力製品とする木質建材メーカーであり、大手住宅メーカーへのOEM供給をメインに、自社開発したオリジナルブランド商品も販売している。多品種・少量と量産どちらにも対応できる中規模メーカーとしての強みを活かしつつ、住宅用ドアの国内需要減少を見据え、デザイン性や機能性（高齢者対応、防火性能を高めた製品等）をより高めた高付加価値のオリジナルブランド商品の開発にも取り組む。

一方で個人向け商品もオンライン販売しており、サイトのリニューアル等でさらなる規模拡大を計っている。

本社、工場とも平成29年7月九州北部豪雨で大きな被害を受けたが、その危機を乗り越えて、国内や海外の大手メーカーと連携した市場開拓も推進中。

今回の新型コロナ禍においては、使用している材料の一部に中国からの輸入材があり、先方の生産工場が稼働停止になったために入荷が遅れるという事態に直面した。当初は2～3ヶ月遅れるという情報もあったのだが、最終的には1ヶ月程度で再開。その間は在庫と関係先との調整で乗り切り、取



引先への納品には影響を及ぼさなかった。

しかし、取引先とのアポイントメントがとれず、進めていた営業活動が中断するなどの影響による受注減や、取引先の営業活動の停滞により当社への注文が減るという二重の受注減に苦しんだ。

取引先等からの当社への来客も著しく減少し、直接の会話でしか得られないような生の情報が入りにくくなってしまった。このことは中・長期の戦略面でマイナスとなっている。

《どのような対策を講じましたか》

手洗い・マスク着用の励行、消毒液の設置、作業場の分散化、社内会議のオンライン化などを実施。特にマスクにおいては配布できる数量に限りがあったため、購入先を確保するなどの対策を実施した。新型コロナ禍が中国で拡大していた時期に、先に挙げた中国の取引先にマスクを送っていたのだが、この取引先からマスクの支援があったのも一助になった。

直接の面談が難しい取引先にはオンラインミーティングを実施するようにしたが、昨年から社内環境を整備していたためにスムーズに開始できた。この結果、遠方の取引先との打ち合わせが容易になり、移動時間と交通費の削減につながった。

ほかにも、キャッシュフロー対策として金融機関からの追加融資や、各種補助金・助成金の申請も行った。

ポイントになったのは「飛沫飛散防止パーテーション」の開発。取引先からこのような製品が作れないかとの打診を受けたのが契機だが、既存の設備で生産可能な新商品が開発できた。



衝突があっても、コミュニケーションがスムーズに

《今後はどのように展開していく予定ですか》



スポーツジムやオフィス、店舗など、幅広いシーンにフィットするデザイン

主力となる室内ドアにおいては抗菌・抗ウイルス機能へのニーズが高まることが予想されるため、専門企業と協力して既に製品開発を進めている。

また、働き方の多様化が進むなか、テレワークやオンラインミーティング、ソーシャルディスタンスに配慮した空間づくりなどの市場がさらに拡大すると見ており、「飛沫飛散防止パーテーション」のように、新しい市場に対応した商品を開発していきたい。

これからはECの活用がさらに進むと考えている。大手通販サイトをはじめとする外部サイトの利用も重要になると考え、Amazonと契約し、「飛沫飛散防止パーテーション」の販売を開始した。

今後は、これまで取引の規模がさほど大きくなかった自社ショッピングサイトも拡充して、SNSプロモーションにも力を入れていきたい。

～シンプルで柔軟なウェブシステムで、美味しさを届ける～

円頓寺商店街振興組合（愛知県名古屋市）



“デパ地下”の店に匹敵するような美味しいものが
テイクアウト&デリバリーできるとのこと

愛知県名古屋市円頓寺商店街振興組合は、料理がおいしいと評判の同商店街の飲食店のメニューを、コロナウイルスや猛暑を避けてオフィスや家で楽しんでもらおうと、テイクアウトとデリバリーのシステム「円頓寺商店街 TAKE OUT」を8月24日にスタートさせた。

同商店街では4月半ばごろから、新型コロナウイルス感染症の拡大を受けて弁当販売等のテイクアウトサービスを始める飲食店の数が増えたものの、各店が独自で実施していたことから、そのサービスの内容が利用客に伝わりにくい状況だった。そこで商店街は、どの店にどんなテイクアウトメニューがあるのか、情報を取集・整理してわかりやすくウェブサイト上に提示することにした。参加店舗は現在8店舗。今後徐々に増やしていく予定だという。

この「円頓寺商店街 TAKE OUT」は、ウェブサイトから希望の料理を選び、店に電話をかけて注文するというシンプルなシステム。注文した品は、利用者本人が直接店へ出向いてピックアップする他に、デリバリーを頼むこともできる。

デリバリーを担当するのは、デイジーメッセージャーという自転車便サービスだ。企業に依頼された書類配達を主な事業としているこの地元の物流業者は、コロナの影響でリモートワークが浸透したことで、オフィス街での仕事のニーズが激減し困窮していた。一方、商店街側は、以前より独自の出前・宅配サービスのシステムを展開したいと考えていたことから、連携の話が一挙に進む。この物流業者とタッグを組んだことで、商店街は、1～2 km圏内のお客様に自分たちの商品をスムーズに届けることが可能になった。

「円頓寺商店街 TAKE OUT」は、ウェブを活用しながらも、ウェブ上での予約・決済のシステムは敢えて導入していない。これは、注文から料理の提供まで短時間のサービスが要求される飲食業においては、利用者に直接参加店舗に電話してもらうのが一番効率良いとの判断によるものだ。このシステムにしたことで、問い合わせやオーダーの変更等にもより早くより柔軟に対応することができている。ウェブ上で即時的なやりとりの必要がないため、専任の事務局を持たない商店街で運用しやすいことも、大きな利点だ。

先月の24日に始まったこのテイクアウト・デリバリーシステムは、既にリピーターがつくなど、上々の滑り出しを見せている。さらに商店街は、本年度に実施が予定されている、国の「Go To 商店街事業」に備え、物販のECサイト（こちらはインターネット上で決済できる商品販売サイト）も準備中とのこと。「飲食と物販、それぞれの商売の性質に合ったシステムを構築して、with コロナ時代の生活スタイルに柔軟に対応できる、新しい商店街のかたちを目指したい」と理事長の田尾大介さんは前を見据えている。



withコロナを前向きに ～「中町発 新しい生活様式」商店街のつながりを活かしたガイドライン完成～ 半田中町商店街振興組合（愛知県半田市）



PRポスター。昔ながらの繋がり新しい取組みで安心して楽しく暮らせる地域を目指す。

も協力を仰ぎ、意見交換を重ねた。

「今は感染者が出ると批判される状況。でもこれからは、コロナと共存しながら地域経済を回していく必要がある。そのためには、り患した人が回復後、生活に戻っても差別されることなく、地域のつながりで見守っていくことが大事です」と鈴木さん。

ガイドラインには、3密の回避、手洗い・消毒の徹底、マスク着用など感染予防に努めることはもちろん、万が一、り患者が出た場合に、風評被害を抑え必要な情報共有を図るための指針も記されている。

キャッチコピーも、コロナと共存する新しい未来を前向きに捉えられるように、「いいかもwithコロナ」に決定。PRポスターには、「少人数で楽しく食事しよう」「つながりを大事に元気で楽しく暮らそう」などのフレーズが、分かりやすいイラストとともに盛り込まれた。

さらに商店街では、「nakamachi made in handa」のロゴをアクセントにしたオリジナルマスクを製作。加盟店みんなで着用し、一体感をもってこれらの活動を地域にアピールしていく。マスクには地元特産の知多木綿を使い、縫製も市内の企業に依頼した、まさにメイドイン半田のオリジナルマスクだ。

鈴木さんは、「必要な情報共有を図り、地区一人一人の健康・生命を守ることは自分を守ることに繋がります。こんな時だからこそ、お互いさまの気持ちと前向きな姿勢で今の状況を乗り越えていきたいですね」と話している。

新型コロナウイルスとの長期戦が見込まれる中、愛知県半田市中心部の半田中町商店街が、ウイルスと共存しながらも、安心して社会経済活動を行うための独自のガイドラインを作成した。さらに8月末には、「中町発 新しい生活様式」と題したPRポスター1万8000部を加盟店舗と周辺世帯に広く配布。誰もが安心して暮らせる地域づくりを目指していく。

「誰しもが感染者になりうる状況の中で、私たちが出来ることを改めて考えました。商店街の良さは何と云っても人のつながり。このつながりの力を、予防活動とともに、り患者が出ても安心して生活できる土壌作りに役立てたいと思いました」と、話すのは同商店街振興組合理事長の鈴木雅貴さん。

そうして加盟店の店主たちと話し合った結果、商店街ならではのガイドラインを作成することを決定。6月からスタートした会議では、地域住民の声も反映しながら、市職員、まちづくりを専門とする日本福祉大学の教授に



商店街のユニホームに位置付けるロゴ入りオリジナルマスク。感染防止も万全に。

～コロナ危機を乗り越えよう！アイデア満載の仕掛けで集客に尽力～

納屋町商店街振興組合（京都府京都市）



「ゆかた de カランコロナ」の為に用意したフォトスポットは3カ所。お祭り気分を味わえると好評だ

新型コロナウイルスの感染拡大を懸念し各地でイベントの中止が相次ぐ中、京都市伏見区の納屋町商店街が、知恵を絞った様々な取組みで集客に繋げようとチャレンジしている。

同商店街では、4月の緊急事態宣言以降、予定していたすべてのイベントが中止となり、外出自粛による来客数の激減も相まって日に日に商店街存続への危機感を募らせていた。

そこでまず考えたのが、集客を分散させて“密”を避けるイベントの実施だ。

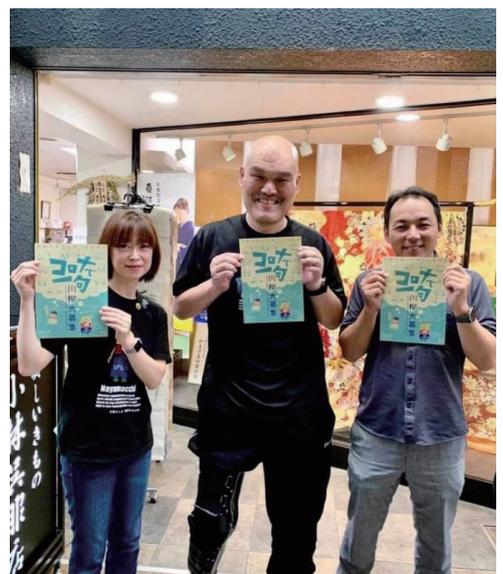
「今までのイベントは1日単位の開催のため人が集中していましたが、実施期間を長くすることで、分散して集客ができると考えました」と、同商店街振興組合で理事長を務める小林満さんは語り、企画担当理事の藤崎壮滋さんや事務局スタッフを交えて日夜頭を絞ってきた。

こうして発案されたのが、1カ月間のロングランイベント「ゆかた de カランコロナ」だ。このイベントは、8

月1日からの期間中、浴衣を着て商店街の店で買い物や食事をするとスタンプが貯まり、集めたスタンプの数に応じて、人気の商店街のゆるキャラ「なやまっち」グッズがもらえるというもの。祭りや花火大会が中止になっても浴衣を楽しめる場ができた住民の反応は上々で、設置した風鈴のフォトスポットも連日賑わいをみせている。商店街内に呉服店が3軒あることも功を奏し、店の常連客を中心に浴衣での街歩きを楽しむ人が増え、じわじわと来街者が戻りつつあるという。

さらに工夫を凝らした取組みとして挙げられるのが、コロナで感じたモヤモヤや閉塞感を一句に込め、皆で笑い飛ばしてしまおうという、「川柳コンテスト」である。学齢未満の子どももお絵描きで参加することができ、大人も子どもも楽しめる企画にした。家族で商店街を訪れて、親や祖父母の句と子どもの絵を同時に鑑賞してもらおうと、9月からは入賞作品の掲示も行う。「機転の利いた取組みで勉強になる」との声が近隣の商店街から寄せられている他、全国各地から応募が届くなど多くの反響を呼んでいる。

困難な状況にも屈せず、次々と策を講じる同商店街。現在、アーケードには感染予防マナーの垂れ幕が掲げられているが、その内容もユニークだ。「口は災いの元—マスク & 咳エチケットを忘れずに」と、ことわざを使った



「川柳コンテスト」はネットからの応募も可能で、外出を不安視する人も安心してイベントへ参加できる。子ども向けのお絵描き企画は、審査員を務める地元の龍谷大学生のアイデア



「ことわざ」と「感染予防のマナー」を上手く組み合わせた注意喚起の垂れ幕。商店街の人気者「なやまっち」もマスクをして一緒に感染防止に取り組む

親しみのあるかつ斬新な切り口で街行く人への注意喚起を行っている。このことわざの感染予防マナーは動画配信も行っており、子どもにもわかりやすい、と評判だ。

「単にイベントや情報発信を行うだけでは、なかなか人の心には響きません。販促物やイベントは、知恵を絞って、工夫を凝らして、新しい方法に挑戦することの連続。伝えたいメッセージがお客様に届き、響いたら成功ですが、失敗もあります。今の状況で派手なことはできませんが、魅力ある商店街を目指しユーモアを忘れずに様々なことに取り組んでいきたいです」と、藤崎さんらは更なる企画へと前向きだ。

～商店街・住民・企業が一体で街に元気を！～ 「コロナに負けるな！ユーカリが丘幸せのひまわり大作戦」 ユーカリが丘商店街振興組合 / ユーカリが丘商店連合会他（千葉県佐倉市）



「青空レストラン 街レス」では、距離を保ちながら、子どもからお年寄りまで多くの人が久しぶりの外での食事を楽しんだ

千葉県佐倉市のユーカリが丘商店街振興組合、ユーカリが丘商店連合会は、ユーカリが丘を開発する山万株式会社らとともに、コロナ禍の影響を受けた街や住民たちに元気になってもらおうと、この夏、「コロナに負けるな！ユーカリが丘幸せのひまわり大作戦」をスタートさせた。

7月から8月のこの時期、例年ここユーカリが丘では商店街を中心に協働で「七夕フェス」「夏フェス」などを開催してきた。地元住民でにぎわう夏の恒例行事だったが、今年は新型コロナウイルスの感染防止のために開催が危ぶまれていた。また商店街も長期間の外出自粛の影響や新しい生活様式への対応な

どに追われ、疲弊している店舗も出ていた。

そんなコロナ禍の影響を受けている街全体をひまわりの花でいっぱいにし、皆で元気を取り戻したいとの思いから企画されたのが、この「コロナに負けるな！ユーカリが丘幸せのひまわり大作戦」だ。

まずは6月27日、同振興組合と同商連の会員、企画に賛同した地域のボランティア団体のメンバー総勢約1,300名が参加した「ひまわり満開プロジェクト」が始動、街の清掃美化作業とともにユーカリが丘の通り沿いにひまわりの種や苗を植えた。さらに、地域の全7,654世帯にひまわりの種をラッキー7で7粒ずつ配布。総数は90,000粒にも及ぶ。各家庭の庭先やバルコニーに花を咲かせてもらい、街全体をひまわりでいっぱいにしようというねらいだ。もともとユーカリが丘には、地元のエフエム局 bayfm の「ひまわりの種を育て、花を咲かせよう」という20年近く続くリスナー参加型の番組が馴染んでいたこともあり、住民たちも続々参加、公式 Twitter、

Facebook には成長するひまわりの様子の画像投稿が相次いでいるという。

企画はさらに続く。新型コロナウイルスの感染拡大により影響を受けたユーカリが丘の各店舗がにぎわいを取り戻すとともに、地域の人々にも身近な楽しみを提供しようと、地域の商店約80店舗を巡るスタンプラリー（抽選日：8/3、9/1）のほか、お気に入りの店舗を買い物で応援できるお得な「店舗オリジナル特別回数券」の販売や、駅周辺で実施する「七夕飾り」、地元で腕を振るう有名シェフたちが特別メニューを提供する「青空レストラン 街レス」（7,8月の金土日祝開催）など、大作戦は目白押しだ。

実施には佐倉市の「街中にぎわい推進事業」の補助金も有効活用した。

雨天中止が続いた後、7月10日ようやく初日を迎えた「青空レストラン 街レス」では、会場の京成ユーカリが丘駅北口駅前のひまわり広場に、7店舗が感染防止対策をしっかりと行いながら出店。お年寄りから家族連れ、若者たちが続々訪れ、ソーシャルディスタンスを守りながら、各店の自慢のメニューで久しぶりの外食を楽しんでいたという。



「コロナに負けるな！ユーカリが丘幸せのひまわり大作戦」は、さまざまな企画が目白押し。8月末まで続く



上) ひまわりの種、苗を植えた「ひまわり満開プロジェクト」。
下) SNS ではひまわりの成長や開花報告の画像投稿が続いている

ユーカリが丘商店街振興組合事務局の新井将晃さんは、「今回、いろいろな企画をまとめて大きく発信することで、『コロナに負けずにみんなで元気になろう』というメッセージをより多くの人に届けられればと願っています。たくさんの方の企画を用意していますので、ぜひ参加して楽しんで、地域全体で明るい気持ちになっていただきたいです。」と笑顔で話す。

～大好きなマチグワーを守れ！オンラインショップ開設で商店街の新たな販路を開拓～ 那覇市平和通り商店街振興組合、市場本通り会、市場中央通り会他（沖縄県那覇市）



「マチグワーストア」の運営メンバー

ショップ「マチグワーストア」(*)を開設。6月20日から運営を開始した。

「今回のコロナ禍の中、商店街に来るお客さんはいつもの半分にも満たず、うちは観光客がメインだったんだと痛感しました。でも、この辺りの商店街には、昔から地域の暮らしを支えてきた専門

那覇市の国際通り近くにある第一牧志公設市場一帯（平和通り、市場本通り、市場中央通り）は、戦後の長い歴史が息づく商店街だ。75年経った今も昔からの専門店が並び、当時の面影が色濃く残る。しかし、店主の高齢化に伴う閉店や老朽化による建物の取り壊し、さらには新型コロナウイルスの影響で収入が激減した店が閉店に追いやられるなど、最近はその街並みに少しずつ変化が現れ始めていた。

そんな中、「これ以上お店を潰したくない」と地元の女性4人が立ち上がり、新しく販路を拓げるため、オンライン



店が揃っていて、地元の方にもお勧めしたいお店がたくさんあります。『たくさんの方に商店街のお店を知ってもらいたい』、『那覇に来る際は商店街に来て欲しい』、『商店街を忘れてほしくない』、そんな思いでマチグワーストアを作りました」そう話すのは運営メンバーの一人、金城忍さんだ。

オンラインショップ「マチグワーストア」で扱うのは、定番のちんすこうや地域の祝いごとで使われる菓子のほか、丸々一本の鰹節や昔ながらの木のおひつ、沖縄伝統の紅型柄をあしらったふるしきなど各店こだわりの逸品。公式HPだけでなくFacebookなどのSNSも活用し、個々の商品の魅力をコンスタントに発信していった。

そんなデジタルを駆使した情報発信を行う一方で、注文品の集荷方法はメンバーがそれぞれの店舗に“歩いて取りに行く”というアナログな一面も。オンラインでの買い物というところか希薄な印象もあるが、その運営の様子に、人間味溢れる商店街ならではの温かさを感じることができる。さらに梱包から発送までも手作業で行われ、メンバー4人の愛情も一緒に購入者の元へと届いていることだろう。そんなデジタルとアナログが融合する斬新さのおかげか、地元メディアにも大きく報じられ、運営開始からわずか2週間後には品切れの商品が出るほどの盛況ぶりを見せている。

「商店街をなんとかしたい！という思いだけで駆け出したため、資金の調達をする間もなく今の運営は全てボランティアです。皆本業の傍らで活動しているため色々大変な部分も多いですが、商店街に人が戻るにはまだまだ時間が掛かると思うので、参加店舗や商品のラインナップを増やすなど内容をもっと充実させ、ストアを継続できる仕組みづくりをしっかりと確立していきたいです」と、金城さんは意欲的だ。

(※)「マチグワー」は、沖縄の方言で「商店街」の意。



「マチグワーストア」のロゴが大きくデザインされたホームページ

～コロナで“崖っぷち”の商店街、“お弁当”から広がるさまざまなアイデア～ 宇治橋通り商店街振興組合（京都府宇治市）



4月中旬、統一包装パッケージによるテイクアウトの取組み「崖っぷち弁当」開始

京都府宇治市の宇治橋通り商店街振興組合が4月より実施しているテイクアウトの取組み「崖っぷち弁当」が、複合的な展開を見せている。苦肉の策として始まったこの取組みは地域の人々に支持され、さらには新規顧客の獲得につながるなど手ごたえを感じる店主もでてきているという。商店街は利用者に感謝の気持ちを込め、先月からスタンプラリーも行っている。

世界遺産の平等院、宇治上神社のほど近くに位置する宇治橋通り商店街は、由緒正しき茶問屋や飲食店など90もの店が軒を連ね、いつもは地元客や外国人観光客でにぎわう商店街だ。しかし、新型コロナウイルス感染症はこの商店街にも大きな影を落とした。とりわけ飲食店が受けたダメージは甚大で、売上が1割以下に激減した店もあったという。4月6日、窮地に立たされた店主7人は、対策を話し合うために集まった。

そこで生み出されたのが、統一の包装・統一の価格（税込み800円）で各店の個性を生かしたオリジナル弁当を販売するテイクアウトの取組み「崖っぷち弁当」である。インパクトあるそのネーミングは、会合のメンバーの一人が発した「今が崖っぷちやな…」の言葉に由る。

何事もスピード感が大切と、「崖っぷち弁当」の開始日は、その会合の1週間後と定められた。包装パッケージも早々にできあがり、メンバーたちは手分けして取組み参加への声かけを進めた。こうして15の参加店舗が揃い、4月13日から「崖っぷち弁当」の一斉販売が始まる。「ただし“一斉”とはいっても、準備が整った店から順次開始という緩い決まりごとの中での実施となりました。緊急事態に対応するには柔軟なシステムがいい。例えばテイクアウトに慣れている店や慣れていない店など、店によって事情が異なるので、それぞれに合ったタイミングややり方で取組みに参加してもらえたらと思っていました」と、宇治橋通り商店街振興組合理事長の佐脇至さんは振り返る。それでも、“商店街としての一斉の取組み”と打ち出したことが功を奏し地元のマスコミにも大きく取り上げられ、ニュースを見て来店する客が後を絶たなかった。

4月に“弁当の一斉販売”から始まったこの取組みは、5月には“オリジナルPR動画の制作・配信”、6月上旬からは“デリバリーサービスの開始”、中旬には“スタンプラリーの開始”と、次々に新たな展開を迎えながら進んでいく。

動画は、参加メンバーの知人である歌手がレポーターになり、各参加店を訪問して店先で実際に「崖っぷち弁当」を食べ、食レポを行うというもの。1本3分程度で、取組全体の概要紹介から始まり、お弁当に入っている店自慢の料理や、厨房の様子、店主の人柄や想いがダイレクトに伝わる内容だ。12~3店舗分が作成され、SNSで配信、着実に店のファンを増やしている。

デリバリーサービスの導入は、近隣の市で複合商業施設がタクシー会社と提携してサービスを始めたというニュースを聞いたメンバーが、「自分たちの商店街でもできるのでは」と、すぐさま視察に行き実現に至った。デリバリーメニューには、「崖っぷち弁当」の他にも各店のオリジナルメニューが含まれるようになったため、取組みは店の経営をさらに助けるものに。連携先の地元のタクシー会社「ヤサカタタクシー」も、観光客激減で非常に厳しい状況。連携し互いに支え合うことで、地域経済を回すことに貢献している。



6月上旬、タクシー会社とコラボのデリバリー開始



6月下旬、利用者に感謝の気持ちを込めてスタンプラリー開始

そして、緊急事態宣言の解除を受け6月中旬からは、「4月の販売スタート以来、たくさんのご利用誠にありがとうございます!感謝を込めて、お礼企画をご用意しました」という言葉とともに、店内での飲食も含めて対象にしたスタンプラリーを開始。各参加店舗で利用できるクーポン券や、小物、地元の温泉施設の入浴券を特典にしている。

参加メンバーたちは、かつてないほど積極的に自分たちのアイデアを話し合い、頻りにSNSで情報共有を行いながら、一連の取組みの実施体制を確立していった。4月13日に15店舗で始まったこの「崖っぷち弁当」の取組みには、現在20店舗が参加している。佐脇理事長は、これらの動きを通じて商店街に一体感が生まれたことが、今後の自分たちにとって大きな強みになると確信しているという。「コロナがこれからどうなるのかはわかりません。しかし、今回のこの有事の事態を、商店街の皆で乗り切ることができたことで、今後第2波、第3波が来てもきっと私たちは生き残ることができる」と力強く述べた。



～「お弁当」で絆を明日につなげよう 「お弁当パラダイス」開催！～ 盛岡大通商店街協同組合（岩手県盛岡市）



岩手県盛岡市の盛岡大通商店街協同組合は6月21日（日）、商店街の歩行者天国の会場で、テイクアウトサービスを行っている地元の飲食店がつくる弁当を一堂に集めて販売するイベント「お弁当パラダイス」を開催した。

盛岡大通商店街及びその周辺エリアでは、4月半ば頃から新型コロナウイルス感染症の拡大防止と売上確保の対策としてテイクアウトサービスを始める飲食店が増加。それに対して地元住民から「興味はあるけれど入ったことのない店には弁当を買いに入りづらい」「複数の弁当を比べてみてから選びたい」という声が上がったことから、同商店街は5月11日より30日までの日曜日を除いた18日間、組合所有の建物内に特設スペースを設け、各店舗の弁当の販売をサポートする取組みを行ってきた。当初5～6軒だったこの取組みの参加店舗は、最終的には15軒までに

なり、期間中コミュニケーションの機会が増えた店主たちは、コロナ危機をともに乗り越えようと結束し、つくった弁当を全部売り切るために参加店舗が一丸となって声がけするなど協力し合うようになったという。

その「弁当販売サポート」は、緊急事態宣言の終了を受け5月30日で一旦終了した。しかし、「もうあの弁当を食べられないのか、残念」「次はないのか」という惜しむ声や次回開催への要望が利用者から相次いだこと、さらに、折角芽生えた店主間のつながりを活かしたいとの思いも強かったことから、商店街はあらためて、歩行者天国のイベントとして開催することにした。イベント名の「お弁当パラダイス」は、会場の「歩行者天国」の「天国」に因んだという。

21日の「お弁当パラダイス」には、地元の24の飲食店が出店した。12時の開始からわずか10分、15分で売り切れる弁当が続出し、補充を何度も繰り返しながら、終了時刻の15時までに計1500個余りを売り切るほどの盛況ぶりであった。

実は盛岡大通商店街協同組合は、「弁当販売サポート」の取組みに、組合員、非組合員に関係なく参加を希望する店舗を全て受け入れてきた。それは、コロナの危機があまりの非常事態だったため、組合云々の議論をする前に沈み込んでいくエリア経済を一刻も早く引き上げたいとの思いからだった。

「結果的に、この緊急事態に迅速に対応できたことは、組合の存在意義を示すいいチャンスにもなったのではないかと感じています。何より、今回の取組みで、地元の飲食店の店主たちの結束力が実に強くなりました。それは今後の、このエリア全体の活性化に必ずプラスに働くはずで。そのきっかけをつくることができ、本当に良かった」と話すのは、同組合の事務局長・中村正樹さん。「お弁当パラダイス」は、7月の最終日曜日に次の開催が決まった。



中村さんは、今後の展開として、お弁当だけでなく、「スイーツパラダイス」や「カフェパラダイス」など、歩行者天国に絡めてより多くの客層に楽しんでもらえるイベントを行い、地域の人と人、店と人とをつないでいきたいと考えているようだ。

～本音を漏らした商店街ポスター、困難を笑い飛ばし元気を届ける～ 小樽堺町通り商店街振興組合（北海道小樽市）

「マジでタイヘンジャー」…新型コロナウイルス感染症拡大の影響で観光客が激減した、北海道小樽市の小樽堺町通り商店街で、悲痛な胸の内をスーパー戦隊風にもじったポスターが作製され注目を集めている。今回で第5弾となるこのポスターは、小樽の街を元気づけようと同商店街が SNS 上で発信を続けているものだ。

商店街がある堺町通りは、明治・大正期の建築物が並びそのクラシカルな雰囲気が人気の観光地だが、国内で新型コロナウイルス感染症が確認され始めた2月中旬頃から客足が途絶え、その後北海道で全国初の緊急事態宣言が出されるなど次第に事態が悪化、街から人の姿が消え、日々賑わいを見せていた通りは一変した。

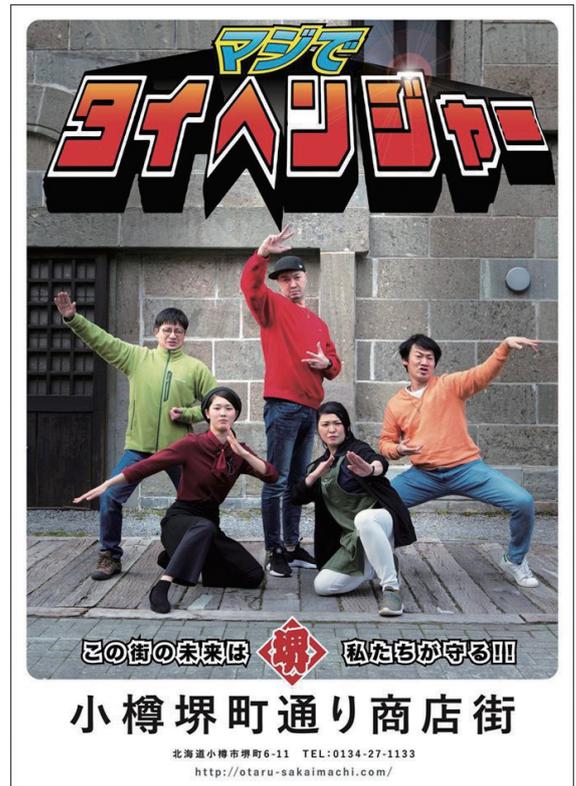
「この異常事態にどうすればいいか皆で話し合い、面白いポスターを作って街の人たちに元気を届けようと考えました。私たちの商店街は、小樽市屈指の観光名所であり、皆そのことに誇りをもっています。市の中心商店街である私たちが落ち込んではいけません！小樽の街を元気にしたいと強く思いました。」と、同商店街振興組合で事業推進マネージャーを務める、坂口武さん。

ポスター第1弾は、「元気です！空元気です！お客様来ないからもう笑うしかありません！ワッハッハー！」と、現在の辛い状況をあえてネタにして、困難に屈しない前向きな姿勢をみせた。3月上旬に SNS で公開したところ、瞬く間に拡散、たくさんの応援コメントが寄せられた。

これを機に次々と新作を発信、「さかいまち盛り下がってるぜーっ！」、「人がいなくて寂しいので、分身の術使っちゃいました」と、自虐ネタのキャッチコピーを掲げ、さらに、その後の第4・5弾では、“いつか逢いたい愛するあなたに”、“この街の未来は私たちが守る！！”など、感染終息への願いとともに力強いメッセージも付け加えた。モデルはすべて店主たちが務め、暗い気持ちも吹き飛ばす勢いで満面の笑みをみせている。

初回の投稿から常に1000件以上の閲覧があり、「頑張ってください」、「小樽待っててね！」といった熱い応援メッセージのほか、「毎回楽しみにしています」、「前向きで楽しい姿に救われました」など、ポスターを見た人たちの間に笑顔の輪が広がっている。

「事態が終息した後、商店街に足を運んでもらうきっかけとして、印象に残るものという考え





もありました。先の見えない状況が続く、どこの商店街さんも大変だと思いますが、どんなところにも“人”はいます。今回のポスターの様に人の力だけでもやれることはある。現状を変える打開策として、何かのヒントにいただければ嬉しいです」と、坂口さんは同じ立場の商店主達にもエールを送った。

～コロナ対策に奮起！商店街がデリバリー戦略で飲食店や物販店などをサポート～ 不動前駅通り商店街振興組合（東京都品川区）

東京都品川区の不動前駅通り商店街振興組合は、新型コロナウイルス感染症拡大抑止のための外出・外食の自粛により影響を受けている加盟店や地域住民に向け、商店街自らが注文サイトを運営し、いつもの味や商品などを提供する「不動前おうち宅配便」を5月3日より開始した。

商店街に加盟する26店舗が参加してスタートした「不動前おうち宅配便」。

国や東京都の自粛要請により、加盟店は臨時休業や時短営業を強いられ、売上減少の声が数多く上がっていたところ、同振興組合は「商店街として何かできないか」と緊急理事会を開き、コロナ緊急対策を講じることを決定。加盟店や各関係者の賛同・協力を得て、一体となりスピード感をもって取り組んだ結果、迅速に宅配サービスを開始することができたという。

デリバリーの注文サイトは商店街が自ら運営することで、加盟する飲食店や物販店など各店舗は費用負担をすることなく、このサービスを実現させたことも特長だ。

顧客が「不動前おうち宅配便」に注文を申し込むと、参加している店舗へと情報が連携される。注文は1000円以上、複数店舗の合算もOK、配達料金は無料だ。

配達員は、商店街が人材紹介会社ネオキャリアが運営する「すきまバイトアプリ wakumo」を活用し、雇用している。

配達員には1日2回の検温などの健康管理のほか、配達時の感染予防対策もしっかりと実施している。

不動前駅通り商店街振興組合理事長の古谷憲一さんは、「加盟店ではテイクアウトの充実など努力を行っていますが、事態も長期化していることもあり、今回、商店街として『不動前おうち宅配便』を実施することにしました。私たちは『人と人をつなぐ街』をキャッチフレーズにこれまでも活動してきましたが、この宅配システムを通じて地域やお客様、そして、これまで商店街をご利用していなかった方とつながることができたら嬉しく思います。また商店街で笑顔で会える日まで取り組みを進めていきます。」と話している。

あなたの行きつけのお店、行ってみたいお店のあのメニューが...あの商品が...

不動前おうち宅配便

5月3日開始!!

お店のメニューや商品は こちら→
公式WEBサイトで!

<https://fudoumae-takuhai.online/>

営業時間
水木金土日
定休日: 月曜日・火曜日
(電話受付も行っていません)
☎080-7304-7400

配達時間
11:00~20:00
電話受付時間
10:00~19:00

店舗ごとに、配達を行っている日が異なります。各店舗の案内をご参照ください。

不動前駅通り商店街振興組合

不動前バスがFacebookで最新情報をチェック!

～商店街が寺院と協力、奉納品の布でマスクを作製・配布～

奉還町商店街振興組合（岡山県岡山市）



「奉還マスク大作戦」のチラシ

新型コロナウイルス感染防止のために有効とされている「マスク」。そのマスク不足の解消に一役買おうと、岡山市の奉還町商店街振興組合青年部の有志たちは県内の寺院と協力、奉納品の布を活用してマスクを作製し、商店街の利用客への配布に乗り出した。

名付けて「奉還マスク大作戦」。これを思いついたのは、同組合青年部に所属する仏具店「岸佛光堂」の若旦那、岸紘史さんだ。明治20年から続く老舗

家業でやり取りのある県内の寺院に、葬儀の際の返礼品として綿のさらしがたくさん納められていることを知っていた岸さんは、そのさらしでマスクをつくり、マスク不足で困っている地域の人々の助けになることができないかと考えた。そのアイデアを青年部で話したところ20店舗が賛同、「奉還マスク大作戦」として取組みを開始することとなった。

協力を申し出てくれた倉敷市の円乗院と心光寺より、計130反（1反≒10～11メートル）のさらしを譲り受けた有志たちは、当初は自分たちでマスクを作製しようと思っていたという。しかし、衛生面やクオリティ面を考慮し、縫製は同市内の工場に依頼することに。その費用は、有志たち自らが出資した。有志たちは、試作品も自分たちで実際に着けて細かくチェック。鼻の部分にワイヤを挿入したり、口元に不織布を挟み込んだりするなど、新型コロナウイルスの感染防止に少しでも役立つような仕上がりになるようにと、改善を重ねた。こうして出来上がったマスク2千個は、18日（土）より、有志たち20の店舗で利用客に配布されている。

「多くのお客様が何回も『ありがとう』という言葉を言われて、メンバー一同、心より嬉しいと感じています。お寺さんも、地域の人々のために奉納品が役に立ったことをとても喜んでいます。地元を根を張ってこつこつ商売をしてきて築き上げたご縁が、こうした危機の時に生かせるのだと痛感しました。商売自体がたいへん厳しい時ですが、青年部の仲間たちや地域の方たちと一緒に、頑張っ



出来上がったマスクを衛生面に気を付けながら一つ一つパッケージしている青年部メンバー



～商店街にドライブインシアター出現 3密避ける新たな楽しみ～ 吉原商店街（静岡県富士市）

車に乗ったまま野外に設置されたスクリーンで映画を観賞する「ドライブ・イン・シアター」が今月7日（日）から12日（金）まで、静岡県富士市の吉原商店街で開催された。このイベントは、新型コロナウイルス感染症の拡大を防止するため、3密（密集・密閉・密接）を避ける新しい生活様式が求められるなか、「感染を気にせずに安心して映画を楽しんで、明るい気持ちになってほしい」との思いから企画された。企画者は、街でピザ店を経営する田村逸兵さん。実現にあたり、田村さんは市民団体「F u j i映画館復活プロジェクト」のメンバーに協力を仰いだ。

実は富士市には現在映画館がない。「F u j i映画館復活プロジェクト」は、市内で唯一残っていたシネマコンプレックスが閉館した翌年の2011年に、まちづくりNPO法人の「東海道・吉原宿」を母体に立ち上がった団体だ。「富士市に映画館を呼び戻したい。映画館があれば、人も集まり、にぎわいにつながる。そのにぎわいで、シャッターが下りた商店街を元気にしたい」とスタートした同団体は、それから9年間、街なかのカフェやレストラン、空き店舗などで、自主上演会や、映画にまつわるイベントなどを開催しながら、映画を介して街の人と人とをつないできた。

今回のイベント「ドライブ・イン・シアター・ヨシワラ」では、アーケード横の駐車場を利用。駐車場に面したアーケードの屋根の端に7メートル（横）×5メートル（縦）の大型スクリーンを吊るして映像を映し、音声は、駐車場の隣の田村さんの店の音響ブースから、観客が乗っている各車のカーオーディオへと送った。「ゴーストバスターズ」、「ベイビー・ドライバー」「パプリカ」といった子どもから大人まで楽しめる内容の作品が上映され、家族連れから「小さな子どもがいても周りに気兼ねなく映画を堪能できる」と喜びの声が上がった。上映前には、スクリーンに商店街の取組みや店舗のCMを流し、商店街のPRも行った。

このイベントの様子を見た吉原商店街振興組合理事の市川和典さんは、「いつも見慣れた駐車場が素敵なシアターに変わり、感心しました。これから何か月間かは密を避けなければいけない不便な生活が続きますが、そんな状況下でも商店街は楽しい場所になれると確信しました」と語る。田村さんは、「街中の駐車場で突然映画が上映されるという面白い驚きで、地域の人たちや商店街を元気にすることができれば。今後は継続的に、季節ごとに開催したい」と抱負を述べた。田村さんは商店街の飲食店がコロナの対策として実施しているデリバリーの取組み「吉原デリ」にも積極的に参加している。今後は、その「吉原デリ」と「ドライブ・イン・シアター」のコラボなども視野に入れ活動を進めていく構えだ。



車の中から映画鑑賞している様子。
音は各車のカーステレオに流れている。



ここでは、J-Net21で紹介されている事例の一部を紹介しています。
他にもヒントとなる取り組みがたくさん紹介されているので、ぜひご覧ください。

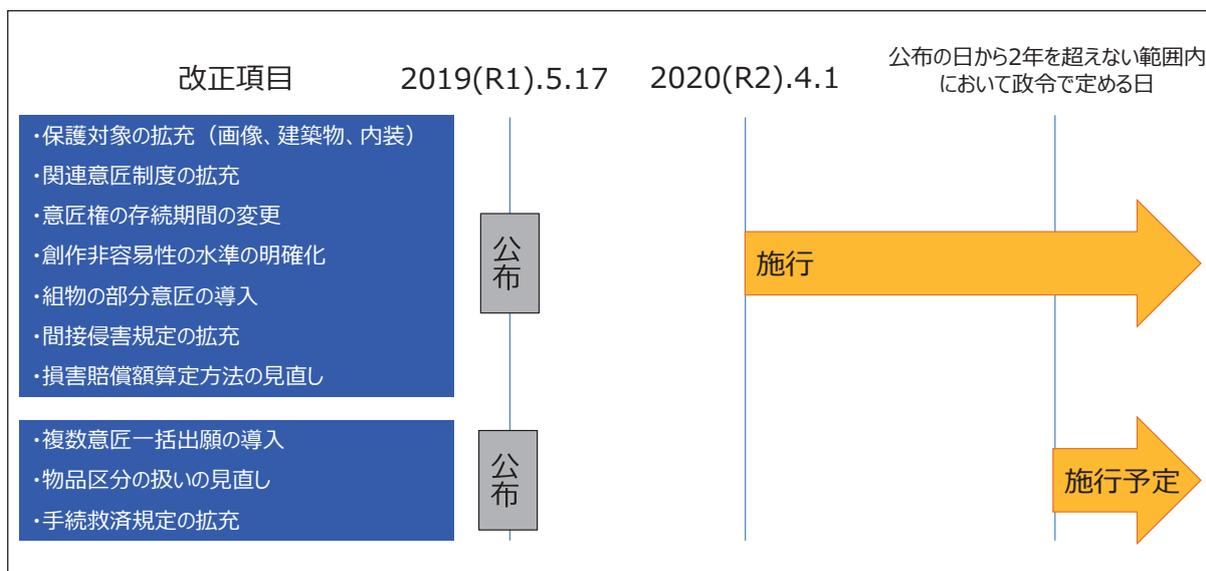
意匠法改正の概要

(出典) 特許庁「令和元年意匠法改正特設サイト」(※サイト内の資料をもとに当会にて編集)

令和2年4月1日に、特許法等の一部を改正する法律が施行されました。今回の改正により、新たに意匠権の保護対象が拡充されたほか、意匠権の存続期間変更等の措置がとられました。

特に、新たに保護対象となった意匠の出願状況については、多くの企業等から高い関心が示されているようです。

特集3では、意匠法改正の概要について、改正項目ごとに紹介します。



(出典) 特許庁意匠制度企画室作成「令和元年意匠法改正の概要」

① 保護対象の拡充 (画像、建築物、内装)

改正前の意匠法によって保護される「意匠」とは、「物品の形状、模様若しくは色彩又はこれらの結合であって、視覚を通じて美感を起こさせるもの」でした。ここでいう物品とは、有体物のうち市場で流通する動産と解されており、不動産や固体以外のものなどは物品ではないとして、意匠法の保護対象ではありませんでした。

今回の改正により、新たに「画像」、「建築物」、「内装」のデザインについても、登録ができるようになりました。





【画像について】

画像に関しては、改正前の意匠法においても、「物品の機能と関連し、かつ物品に記録・表示される画像のデザイン」は、物品形状・模様等として認められ、改正前の意匠法でも保護対象となっていました。

例えば、デジタルカメラを操作するための画像は、デジタルカメラという物品に記録され、かつ当該物品に表示されたものであり、このような画像は、物品の部分の形状、模様若しくは色彩又はそれらの結合として認められ、意匠登録されています。

また、スマートフォンにインストールされたアプリの画像も、スマートフォンに記録され、表示されたものであり、やはり物品の部分の形状等として認められ、意匠登録されています。

一方で、電車の乗り換え案内や目的地までのルート検索などを提供するクラウド型のサービスのようユーザーが端末を利用するたびにネットワークを通じて送信される画像は、物品に記録されていないため、物品の形状等とは認められず、改正前の意匠法では保護することができませんでした。

その他にも、壁や道路などの物品以外の場所に投影される画像も物品の形状等とは認められず、やはり改正前の意匠法では保護することができませんでした。

改正後は、記録場所や表示場所にかかわらず、画像そのものを保護することが可能となりました。

ただし、改正後に保護される画像は、機器の操作の用に供される画像及び機器がその機能を発揮した結果として表示される画像、すなわち、いわゆるGUI（グラフィカルユーザーインターフェース）に限られています。



（出典）特許庁意匠制度企画室作成「令和元年意匠法改正の概要」



壁紙等の装飾的な画像、映画・ゲーム等のコンテンツ画像など、画像が関連する機器等の機能に関係のない画像については、機器等の付加価値を直接高めるものではなく、保護の必要性が低いと考えられることから、改正後も保護されません。

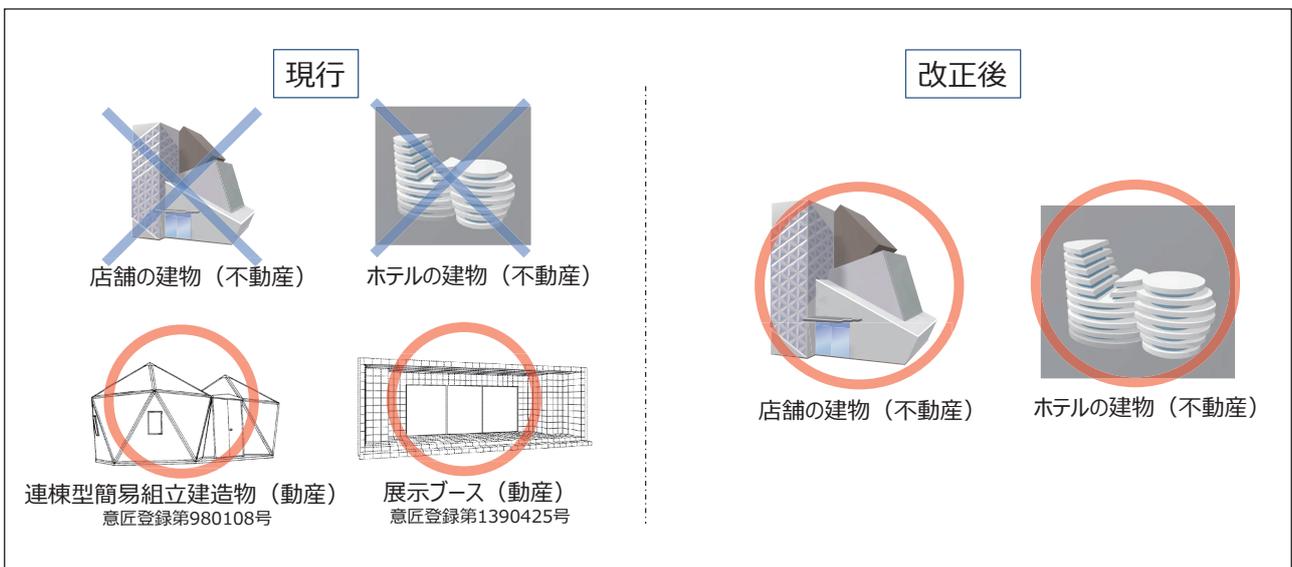
【建築物・内装について】

近年、顧客と企業との接点のひとつである店舗の外観や内装のデザインに趣向を凝らす企業が見られ、特徴的な空間デザインが差別化の要素のひとつとなっています。

しかし、改正前の意匠法においては、不動産である建築物のデザインは、物品の意匠ではないとして、保護することができませんでした。

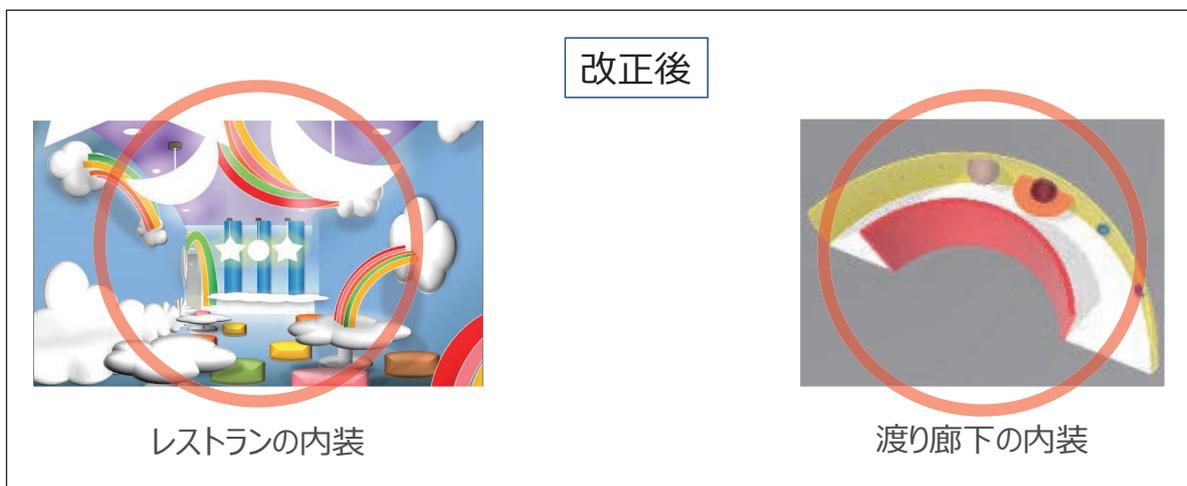
また、テーブルや椅子などの複数の物品と壁や床などから構成される内装のデザインも、意匠法が規定する一意匠一出願の原則に反するため、意匠登録を受けることができませんでした。

改正前は、組立家屋や組み立て式の展示ブースなどの、使用時には不動産となるものであっても、工業的に量産され販売時に動産として取り扱われるものに限り意匠登録することができましたが、改正後は、販売時に動産として扱われていなくとも建築物を保護することが可能となりました。



(出典) 特許庁意匠制度企画室作成「令和元年意匠法改正の概要」

また、テーブルや椅子などの複数の物品と壁や床などから構成される内装のデザインについても、内装全体として統一的な美感を起こさせる場合には、一意匠として意匠登録を受けることができるようになりました。



(出典) 特許庁意匠制度企画室作成「令和元年意匠法改正の概要」



② 関連意匠制度の拡充

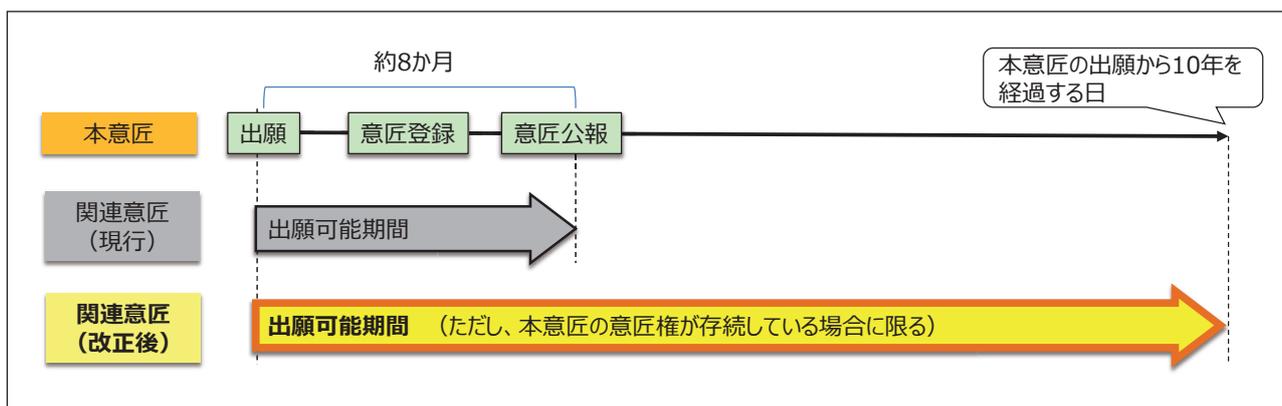
関連意匠制度は、同一出願人によるバリエーションの意匠群を保護するため、類似関係にある意匠のうちの1つを本意匠とし、他をその関連意匠として登録を受けることができる制度です。

改正前は、関連意匠の出願可能期間が本意匠の意匠公報発行日までに限定されていることから、長期的な市場動向等に応じて関連意匠を保護することができませんでした。

また、類似する意匠を連鎖的に保護することができないことから、進化していく意匠を保護することができませんでした。

改正後は、一貫したデザインコンセプトに基づいて開発された製品群について十分に保護できるよう、「本意匠の意匠公報発行日まで」としていた関連意匠の出願可能期間が「本意匠の出願から10年を経過する日まで」と大幅に延長されました。

ただし、関連意匠の設定登録時に、本意匠の意匠権が消滅している場合には、関連意匠の登録は認められません。



(出典) 特許庁意匠制度企画室作成「令和元年意匠法改正の概要」

さらに、関連意匠に類似する意匠を連鎖的に保護できるような措置が講じられました。

下図で説明しますと、一番右の関連意匠 B が、一番左の最初の本意匠に類似しているか否かにかかわらず、関連意匠 A に類似していれば、意匠登録を受けることができるようになりました。この関連意匠 B のような、連鎖する関連意匠の出願可能期間は、本意匠の出願から10年を経過する日までとなります。

また、関連意匠 B については、関連意匠 A が存続していれば、本意匠が存続しているか否かにかかわらず意匠登録が認められます。



(出典) 特許庁意匠制度企画室作成「令和元年意匠法改正の概要」

③ 意匠権の存続期間の変更

意匠権の存続期間は、「設定登録の日から20年」でしたが、「意匠登録出願の日から25年」に延長されました。

なお、関連意匠の意匠権の存続期間については、連鎖する関連意匠群の最初の本意匠、すなわち「基礎意匠」の出願日から25年となります。



(出典) 特許庁意匠制度企画室作成「令和元年意匠法改正の概要」

④ 創作非容易性の水準の明確化

改正前は、出願された意匠の属する分野における通常の知識を有する者が、「日本国内又は外国において公然知られた形状、模様若しくは色彩又はこれらの結合」に基づいて容易に意匠の創作をすることができたときは、意匠登録をすることができないと規定されていました。

「公然知られた」とは、秘密の状態にはされておらず、現実に知られていることと解され、「日本国内又は外国において、現実に不特定又は多数の者に知られたという事実が必要であると解すべき」と判示された例もあります。

そのため、近年の意匠審査において、刊行物やインターネット上で公開された形状や模様は、公然知られた形状や模様に該当するかという点について、特許庁とユーザーとの間で、解釈に齟齬が生じることがありました。

そこで、創作非容易性の水準を明確化し、刊行物やインターネット上で公開された形状等に基づいて当業者が容易に意匠の創作をすることができた意匠についても、拒絶、無効の対象となるように規定されました。

⑤ 組物の部分意匠の導入

今般の改正で意匠の定義に追加された建築物及び画像についても、複数集まって全体として意匠を構成することがあります。

そのため、複数の建築物及び複数の画像が全体として統一があるようにデザイン創作が行われた場合にも、組物の意匠として、意匠登録できるようになりました。

また、改正前は、組物の意匠の一部分については、意匠登録ができないこととなっていたのですが、組物を構成する物品の一部に特徴的なデザインを施したものについて、組物の意匠の一部分についても意匠登録できるようになりました。



⑥ 間接侵害規定の拡充

意匠法では、業として登録意匠と同一又は類似する意匠に係る物品の製造に「のみ」用いる物の生産等をする行為について、その意匠権を侵害する行為とみなしています。

昨今、意匠権を侵害する製品を部品に分割して、他の製品にも用いられるかのような非専用品を装って輸入することにより、意匠権の侵害を回避するなどの巧妙な模倣例が見受けられるようになっていきます。

そこで、特許法にすでに整備されている規定にならい、間接侵害の対象が拡大されました。

具体的には、登録意匠に係る物品の製造に用いる物品であって、それが登録意匠の視覚を通じた美感の創出に不可欠なものについて、その意匠が登録意匠であること及び当該物品がその意匠の実施に用いられることを知りながら業として譲渡等する行為を、意匠権を侵害する行為とみなすことになりました。

改正前 侵害品を構成する、ボール部とハンドル部を分割して製造・輸入等した場合、取り締まれず

例) 意匠登録を受けた美容用ローラー

改正後 「物品の製造にのみ用いる」専用品に限らず、登録意匠等に係る物品の製造に用いる物品等であって、当該登録意匠等の「視覚を通じた美感の創出に不可欠なもの」を、その意匠が登録意匠等であること及び当該物品等がその意匠の実施に用いられることを知りながら、業として譲渡等する場合についても侵害とみなすこととした。



(出典) 特許庁意匠制度企画室作成「令和元年意匠法改正の概要」

⑦ 損害賠償額算定方法の見直し

改正前は、意匠権を侵害したときの損害賠償額から権利者の生産・販売能力等を超える部分が除かれていましたが、改正後は、権利者の生産・販売能力等を超える部分が除かれないことになりました。

⑧ 複数意匠一括出願の導入

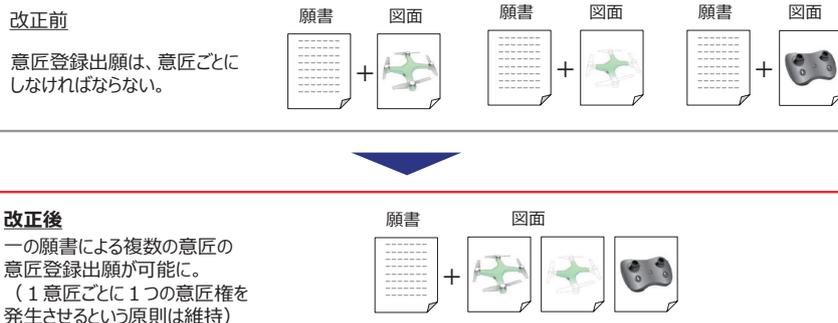
意匠法第7条は、意匠登録出願は、意匠ごとにしなければならない旨を規定しています。

しかし、近年、自社製品に共通の一貫したデザインコンセプトを用いることでブランド価値を高める企業が増えており、これを支援する観点からは、ひとつの願書による複数意匠の一括出願を認めることで、出願人の負担を軽減することが求められていました。

改正後は、複数の意匠をひとつの願書によって出願できるようになりました。

なお、具体的な手続については、経済産業省令で規定されます。

ただし、複数意匠を含めて出願しても、権利は意匠ごとに発生させるという従来の原則は維持されます。



(出典) 特許庁意匠制度企画室作成「令和元年意匠法改正の概要」

中小企業のための IT導入のすすめ

鹿児島大学 副学長・教授
学術情報基盤センター長
大学院理工学研究科工学博士

森 邦彦



クラウドの利用はいかが？②

クラウドサービスとはインターネット上に置かれたサーバー（といっても利用者にはサーバーなのか何なのかはよくわからない）が提供するサービスを利用者が自身のパソコンやスマホなどの端末を介して利用するものです。利用者にとってはどんなサーバーか？台数は？どこにあるのか？どこを経由しているのか？どのようにデータが処理されるのか？そもそもネット経由なのか端末で動作が完結しているアプリなのか？といったことはほとんど意識せずに利用できます。利用者にとってはどのようなサービスが提供されるのか？がすべてです。単純にサーバーだけを提供するクラウドサービスもあり、ホームページ（Web サイト）をこのサービスで運用している会社は多いでしょう。一般的なクラウドサービスでは利用者（クラウドサービスがターゲットとするユーザー）もまちまちで、ある商品で言えば、商品を購入する一般消費者向けのサービス、中間商社向けのサービス、商品を製造する会社向けのサービス、商品の開発者向けのサービスなどが考えられます。

このようなクラウドサービスで社内業務を効率化するサービスとしてグループウェア、Web 会議、ファイル共有、クラウドメールなどがあります。Gmail や Yahoo メールなどのクラウドメールサービスを利用している企業も多いのではないのでしょうか。ここでは最近サービス内容が充実し採用する企業も増えているグループウェアと Web 会議サービスを紹介します。

一般的なグループウェアは電子（チャット・ビデオ）会議、ワークフロー管理、スケジュール共有・管理、機器・設備・会議室予約管理、電子掲示板、文書管理、ToDo（やらなさいいけないこと、チェックリスト）管理、などの機能を複数もしくは単体で備えています。電子会議のチャットは部・課・班などの単位でグループを作りテキストや音声で議論や討論をすることができます。ビデオによる電子会議も可能で、後述する汎用 Web 会議とは異なり企業やグループ内で閉じた運用が基本です。無関係の第三者が加わることはないためセキュリティが高い会議を開催することができます。ワークフローは業務によっては定型的な流れが存在し（と言うよりもほとんどが定型的なものではないのでしょうか）、流れの本質は情報です。例えば顧客からの注文の場合であれば、営業から部・課・係長までの社内決裁、決裁途中での製造・卸元への発注、といった一連の流れがあるかと思えます。また、注文の規模によっては業務の流れが変化する場合もあるでしょう。ワークフローはこのようなある程度定型化された業務を効率よく運用・管理できるツール（道具）です。昨今の印鑑による稟議問題もあり、期待される機能の一つです。クラウドを利用したグループウェアでは端末はパソコン・スマホ・タブレットなど何でも良く、出

先や自宅からでも操作可能です。サイボウズ、Office365（マイクロソフト）、G Suit（グーグル）などがよく使われているようでいずれも一人・月額数百円程度です。無料のものもありますので試用で無料を使ってみるのもいいでしょう。

Web 会議システムはいわゆる TV 会議、ビデオ会議とほぼ同じ機能なのですが、TV 会議やビデオ会議が専用端末を使用するのに対して Web 会議システムはパソコン・スマホ・タブレットなど端末に依存せず、これらの上で動作するブラウザ（ホームページを閲覧するときを使うソフト）でも会議に参加することができます。当然出先や自宅からでも利用できます。グループウェアのビデオ会議システムは自社の利用者にはほぼ限定されるのに対し、Web 会議システムは顧客や得意先の方でも気軽に無料で参加できるメリットがあります。一方で参加するためのパスワードの管理が不十分であったりすると招かれざる第三者が参加し、情報漏洩や会議妨害などの被害が出る危険性があります。初期の Web 会議システムの一部はこの辺りのセキュリティ機能が甘かったり、サーバーの設置場所が特定の国に偏っていたりなどの問題がありましたが現在は解消され広く利用されるようになりました。「会議は対面で行うのが基本だ」という意見は根強くあり、私自身もどちらかと言うとそんな考えを持っていました。しかし、このコロナ禍で使わざるを得なくなった結果「会議のほとんどは Web 会議でいいよね」という意見に変わりました。1箇所に全員が集まるためのコストがかからないなどのメリットがあるのでポストコロナでも Web 会議の積極的利用が十分に考えられます。顧客の訪問時の敷居を下げる目的で Web 会議を積極的に利用する営業マンも現れるのではないのでしょうか。特にトップやマネジメントの方々で使った経験がない方は実際に試してみることをお勧めします。Web 会議であれば職場、自宅、出先、移動途中の車内（もちろん停車して）、電車内（発言は厳しい）などからでも参加できるのはかなり大きなメリットです。また、ほとんどの Web 会議システムの料金体系は、会議の主催者のみが有料で参加者自体は無料となっていますので、会社で管理者（会議の主催者）を決め有料版を1個契約しておけば全員参加の会議を主催することができます。会議の時間や参加人数に制限をかけて無料としているものもあります。お試してみてもいいでしょう。Zoom や Webex などがよく使われているようです。料金は一管理者・月額数千円程度です。

今回は残りの他のクラウドサービスの紹介と、これらのクラウドサービスを中心として社内で IT 化を推進する際の注意点などについて解説する予定です。

（今回は2月号に掲載）

ふるさとを愛する 町の人々の軌跡

大崎町ふるさと特産品振興事業協同組合

写真：地域一体となり組合活動を通じた地域活性化を目指す組合員並びに関係者のみなさま

パッションフルーツ、うなぎ、マンゴーをはじめ、食材が豊富なまち「大崎町」。令和1年8月1日、“大崎を想う気持ち”“相互関係”を持続するために1つの組合『大崎町ふるさと特産品振興事業協同組合』が生まれました。

事業者間連携から生まれる新しい取り組みにより、大崎町内産業全体の活性化を目指す同組合の山野理事長に今回お話しをお伺いしました。



代表理事の山野勝広氏

■ 設立の経緯

ふるさと納税事業を通じた結束から生まれた「チーム大崎」

大崎町は、温暖な気候と広大な農用地に恵まれ、質・量ともに全国に誇る素晴らしい農産物等が多数あります。一方で、付加価値を見出し、町のブランドとして確立させるには至らない状況にありました。

このような中、事業規模を問わず町内の事業者が広く参画し、官民一体となって「ふるさと納税事業」に取り組んだところ、多くの特産品を掲載したカタログなどが評価され、寄附額全国4位（2015年）の実績を残すことができました。

以来、ふるさと納税事業に参画する事業者が「ふるさと納税チーム大崎」として、イベント等へ参加し、新たな特産品の開発や販路拡大による産業振興、ひいては地域活性化に取り組んでいきました。



町の事業者各々の、更なる発展を期待する機運が高まってきていたことを好機と捉え、ともに手を取り合い、共同販売や各種意見・情報の交換を行いながら、さらなる地域振興への寄与を図るために本組合を設立しました。

設立時の組合員は、23名でスタートしましたが、昨年度5名、本年度2名の加入があるなど賛同する事業者も増え、さらにつながりは広がっています。



創立総会にてさらなる発展を誓う組合員のみなさま

■官民一体となった取り組み

地域製品のPR = 町内事業者の活性化

設立当初から、地域振興や雇用確保に寄与する観点などから、町のバックアップを受けながら運営を行っているのが現状です。そのバックアップのひとつが、委託事業「ふるさと特産品振興事業」です。

この事業では、町の認知度と組合員の売上向上の一環として、大都市圏でのイベント出店や新たな特産品・ご当地グルメの開発を行っています。

令和1年度は、品川夢さん橋（JR大崎駅）、ふるさとチョイス大感謝祭（パシフィコ横浜）、町イチ！村イチ！2019（東京国際フォーラム）等のイベントに出店し、組合員の販売機会の創出はもちろん、大崎町のPRにつなげることができました。

特に、品川夢さん橋は、大崎町をJR大崎駅でPRするというコンセプトのもと、継続して参加しており、リピーター獲得につながっているほか、大崎つながりを理由に商品を購入する消費者も多く、特に成果が期待できるイベントになっています。



品川夢さん橋の様子



おおさきマンゴージェラート（左）と梅酒「紡ぐ」（右）



また、新たな特産品として、組合が招聘したシェフの手により作りあげた町内産マンゴーを使用したジェラート、大崎町産の南高梅を全量使用し組合員の人気投票によりレシピを決定した梅酒等の開発に成功し、組合員の新規取引創出を促進することもできました。

10月からは、町より組合食品加工施設を借受し、更なる新特産品開発に向けて準備を進めています。

■ 組合内の事業者間連携から生まれた SDGs

廃棄芋を黒豚の飼料として再利用

組合設立により、事業者同士のつながりが密になったことで生まれた好事例もあります。

町内には製菓業・でんぷん加工業・焼酎製造業者がおり、いずれも加工原料にさつまいもを相当量使用していますが、加工のたびにさつまいもの廃棄残渣が発生し、業者に有料で回収してもらっていました。

「この廃棄残渣を何かに有効利用できないか？」という声に応えたのが、町内の黒豚農家でした。

黒豚がさつまいもを好んで食べることから、製菓業・でんぷん加工業・焼酎製造業者で廃棄物として発生するさつまいもを黒豚農家に無償提供するという取り組みが始まりました。さつまいもを食べた黒豚は肉質もよく、双方にとってメリットがある取り組みとなっています。



廃棄芋の提供時の様子

■ コロナ禍における取り組み

地域内経済循環を目指したコラボ企画

新型コロナウイルスの影響により、商品の滞留・農水産物の廃棄が多数発生しています。

しかし、販売しようにも、感染リスクから県外イベントへの出店に踏み切れないのが実情です。

このような中、地域内経済循環を目指し、錦江町の事業者有志とコラボした特産品の交換販売会を企画しました。

大崎町内と錦江町内で各1回ずつ開催したところ、それぞれの町に無い物産品を相互に出張販売したことが功を奏し、大きな影響がありました。

これが新たな経済活動の足掛かりになればと期待しているところです。

また、11月には東京の JR 大崎駅改札前で開催される生産者が直売できるマルシエ（市場）への出店を予定しています。

このマルシエは、運営側がクラウドファンディングで資金を募り、出店する生産者の旅費・宿泊費・運送費等の支援を行っているため、地方の生産者でも出店しやすいイベントになっています。

感染リスクを考慮し現地に行くことはできませんが、WEB を使って消費者と対面販売できるシステムになっており、商品が持つ物語等を直接伝えることができます。

コロナ禍にあって改めて情報化社会の進展を強く感じることでありましたが、これもひとつの時代の流れだと感じています。

新型コロナウイルスの影響は多大ですが、ひとつのきっかけとし、時代の流れに取り残されないようさまざまなことに積極的にチャレンジしようと考えています。



コラボ企画パンフレット



■ 今後の展望

自立した組織体制の構築

一次産業が盛んな大崎町において、本組合が果たすべき役割は非常に重要だと思っています。そうしんアグリビジネスプランコンテストでも地域を巻き込んで設立されたことや相互扶助の精神が高く評価され最優秀賞を受賞することができ、改めて地域の期待に応えていきたいと強く感じたところです。

前述のとおり、町のバックアップを受けながら運営をおこなっているところですが、ゴーイングコンサーンを実現するためには、共同事業を拡充しつつ自立を目指していかなければいけません。

共同事業拡充に向けた取り組みとして、ネットショッピングモール「仮称：ゆいモール大崎」の開発を進めています。以前は、あまり強く意識していませんでしたが、コロナ禍において、多くの販売チャネルを持つことも重要なポイントのひとつと感じ、インターネットを活用した販売を考えるきっかけとなりました。費用面に不安もありましたが、鹿児島県中小企業団体中央会の事業である「令和2年度取引力強化推進事業」に採択され、大幅に経費が抑えられる見込みです。

内容は、組合員の商品（大崎町の特産品）を網羅したショッピングモールとし、旬の商品のほか、商品を掛け合わせたレシピなどを紹介し、消費者の購買意欲を高めるコンテンツも設ける予定です。

なお、独自に自社サイトを運営している組合員もいますが、組合のサイトを充実させることで結果的に組合員の自社サイトへの投資を削減できることも期待しています。

また、組合員同士の多種多様な連携を促進し、消費者が求める新商品の開発等にも引き続き努めたいと考えています。

今後も広く組合員の商品（大崎町の特産品）をPRしていき、最終的には大崎に行ってみたいというファンを一人でも多く作り、地域経済の発展に貢献できれば幸いです。

大崎町ふるさと特産品振興事業協同組合			
代表者	代表理事 山野勝広		
設立年月日	令和1年8月1日	組合員数	29人
所在地	鹿児島県曾於郡大崎町假宿1029		
主な事業	農水産物・加工品等の共同販売 等		
電話	099-476-1111		

取材

コロナ禍の逆境さえも前向きに捉え、新たな方向性を見出す姿に本組合の限りない可能性を感じました。

後記

協同組合の原則である相互扶助を体現しており、組合員、そして地域とともにますます成長していく未来が楽しみになりました。

元気を出そう!

がんばれ
中小企業



GSE 南薩観光株式会社



GSE

GLOBAL SALES EXPLORER

To Future Smiles!

With Burning Passion!



“三位一体の「想い」を乗せて” コロナ禍での旅行業の役割とは



GSE 南薩観光株式会社は南九州市知覧町に本社を構え、昭和34年に、先代の菊永正喜氏が自動車修理工場として個人創業したことが始まりです。貸切バス30台を保有し、手頃な価格で現地の魅力を存分に提供する、代表取締役社長の菊永正三氏にお話を伺いました。



代表取締役社長
菊永正三氏

■新型コロナウイルスの影響

新型コロナウイルスにより、業績に影響が出始めたのが1月でした。

今まで、中国、台湾、香港などの、海外からのお客様にお越しいただくことが多かったですが、新型コロナウイルスの影響で1月半ばからキャンセルが出始めました。

中国は1月27日から渡航禁止となりましたので、一気にキャンセルとなり、数億円の損失となりました。

2月には、県内外の予約分は全てキャンセルとなり、今でもその影響は残っています。

幸いにも、鹿児島県の養護学校と送迎バス契約を結んでいますので、バスが全く走っていない状況ではありませんが、前年同月比で売上の約95%減少が半年ほど続いている状況です。

運転資金を調達するため、金融機関や日本政策金融公庫からの中小企業支援施策の融資制度を活用しました。



■ Goto トラベルキャンペーンの恩恵

新型コロナウイルスの影響により、様々なイベントはことごとく中止になりました。観光バスは団体客が中心なので、イベント等が開催できず、団体客がいない状況はかなり厳しいと思います。おそらく、様々な業界の中で観光バス業界の復興が一番遅いと考えています。

しかし、Goto トラベルキャンペーンの開始により、消費者に「出かけてもいいんだ」という心理になったことは事実です。

実際に、当社が企画する Goto トラベルキャンペーンを併用した県内ツアーは好評をいただいています。3密を避け、安心してお楽しみいただける企画を作成しました。

Goto トラベルキャンペーンと宮崎県都城市ミートツーリズム事業を併せ、普段より格安で提供できるようになり、1泊2日（豪華な食事・宿泊代・ゴルフ2プレイ代込）で1名様32,800円からのツアーを準備しています。他にも日帰りのツアーも案内しておりますので、詳しくは当社のHPをご覧ください。HPにはツアー内容の他に、現地の魅力を伝えるため、様々な動画を掲載しています。すべて自社で撮影し、編集した動画となっています。



都城産宮崎牛ロースステーキチャコールソース
11,000円（税込）コース（写真はイメージ）



地域高付加価値訴求目指したラグジュアリーブランド
「LUXIES（リュクシーズ）」



溝辺カントリークラブ

■提供する企画について

ツアーを企画する際は、全て私が現地を訪問しています。

以前、焼酎作りを体験できるツアーを企画しようと、大浦酒造様（都城市）にご協力頂き、こうじもみを体験しました。

情報化社会の中で、ある程度の知識や情報を得ることは出来ますが、ネット情報のみでは「想い」を伝えることが出来ません。

現地へ足を運び、現地の方と話をし、相手の「想い」を肌で感じ、理解し、商品にしなければ、お客様に届けることはできないと思っています。重要なのは「想い」なのです。

「売り手」、「買い手」、「顧客」のそれぞれの「想い」があり、三位一体でなければ満足はいく企画とは言えません。無形なものではありますが、企画する際に、一番こだわっている事です。

■コロナ禍での新商品

コロナ禍でも楽しめる商品として、パートナーシップを結んでいる香川県の琴平バス株式会社が企画した、「オンラインバスツアー」に参画しました。

「オンラインバスツアー」とは、自宅で気軽に楽しめる Zoom を活用した新感覚のオンライン体験バスツアーで、全国から参加でき、スマホ・パソコンで気軽にバーチャルバスツアーを体験できる商品です。

新型コロナウイルスの影響により、市役所の観光予算が使えない状況の中、テストマーケティングとして実施できたことは、今後のために大きな収穫であったと思います。

ご覧になられた方からは、興味を持っていただき、県内の各自治体で案件が進んでいます。バーチャル旅行の単発がそのまま利益になる事はあまりありませんが、一つのモノの在り方や、高齢により足が悪く、外出が難しい親御様に対して、パソコン等で旅行に行っている気分を味わってもらったり、昔、家族で旅行に行った思い出の場所の動画を見せたりと、将来的にニーズは出てくると思います。それを利益にどう繋げるかが課題であると思います。

【紹介された知覧・武家屋敷】※写真協力：鹿児島県南薩地域振興局





■今後、目指す企業像について

地域にいかに関与するかが重要だと考えています。

地域に必要とされる会社でなければ、生き抜くのは困難であるからです。

もう1つは、グローバル化でありたいと考え、県内には、本社がある南九州市と天文館の2か所、東京に1か所、海外は、上海、ニュージーランド、クアラルンプールに各1か所の支所を構えています。

総務省の統計によりますと、一般の方が買い物をしたときに、地産地消の割合は40~50%程度です。しかし、外国人旅行客は、鹿児島に来た際、鹿児島の肉、魚、野菜をたくさん食べるので、地産地消の割合は80%を超えてきます。

鹿児島県は農林水産物が多いので、外国人旅行客を招き入れることは、地域経済の発展に大きく寄与できると考えています。

ワクチンが出来ない限り、旅行業の真の新型コロナウイルスからの復興は不可能でしょう。

会社の価値創造をいかに上げていくかが重要であり、同業種、異業種関係なく、切磋琢磨し、この危機を乗り越えていきたいです。

GSE 南薩観光株式会社

代表者 代表取締役社長 (CEO) 菊永正三

設立年月日 昭和59年9月

所在地 南九州市知覧町郡5500番地

電話 0993 (83) 2275 F A X 0993 (83) 4142

URL <https://www.gse-nansatsu.com/>

資本金額 2,450万円

従業員数 35名

業種 旅行業



取材

後記

インタビューを行っている最中に、社長の口から何度も「人の想い」という言葉が出てきました。人との接点を大切に、自身が肌で感じた旅行先の素晴らしさを、お客様にも感じて欲しいと企画する、南薩観光のツアーに、皆様も参加してみたいはいかがでしょうか。

第72回中小企業団体全国大会を茨城県で開催



10月22日（木）、茨城県水戸市の「ザ・ヒロサワ・シティ会館（茨城県立県民文化センター）」において第72回中小企業団体全国大会が開催されました。

この中小企業団体全国大会は、中小企業者で組織する全国約3万組合等の意見を総意としてとりまとめ、内外に広く表明するとともに、政府等に対して中小企業の実情と振興施策を訴え、中小企業の持続的な成長と豊かな地域社会の実現を図ることを目的として毎年開催しています。

本年度の全国大会は、新型コロナウイルス感染防止の観点から規模を大幅に縮小しての開催となり、「つながる ひろげる 連携の架け橋～スクラム強く 団結前進～」を大会テーマに掲げ、梶山弘志・経済産業大臣等の臨席のもと、全国の中小企業者・組合関係者ら約400名が参集しました。

なお、大会の様子は特設サイトにおいてリアルタイムで配信され、大会に参加できない全国の中小企業団体の関係者の皆様が見守る中、議案上程された大会決議が採決されました。

《大会決議項目》

- I. 中小企業・小規模事業者等の生産性向上・経営強靱化支援等の拡充
- II. 中小企業・小規模事業者の実態を踏まえた労働・雇用・社会保険料対策の推進
- III. 中小企業・小規模事業者の積極的な事業活動を支える環境整備

コロナ対策や経済社会復興のための景気対策等を中心に決議されました。

決議全文は「<https://www.chuokai.or.jp/hotinfo/72taikai-a.pdf>」



引き続き行われた表彰式では、優良組合（32組合）、組合功労者（74名）、中央会優秀専従者（20名）に対し、全国中小企業団体中央会会長による表彰が行われました。

表彰式についても、新型コロナウイルス感染防止の観点から、受賞者の皆様を代表して各表彰の総代のみの参加となりました。

なお、本県関係の被表彰者は次のとおりです。



表彰状を掲げる受賞者総代のみなさま

栄えある受賞を心よりお慶び申し上げます

組合功労者2名

■新園康男 氏（鹿児島県中古自動車販売商工組合 理事長）

■川原英明 氏（曾於市管工事業協同組合 理事長）

《次回開催地が決定しました》

全国中小企業団体中央会の森洋会長より神奈川県中小企業団体中央会の坂倉徹副会長へ大会旗が継承されました。

開催地 神奈川県横浜市

開催日 令和3年11月25日（木）

場 所 パシフィコ横浜



大会旗を受け取る坂倉徹・神奈川県中央会副会長

リモートワークの体制づくりについて学ぶ

～令和2年度ネットワーク活用セミナーを開催～

10月2日（金）、鹿児島市の「鹿児島サンロイヤルホテル」において、令和2年度ネットワーク活用セミナーを開催しました。なお、新型コロナウイルス感染防止の観点から、Zoomを併用しての開催となりました。

セミナーでは、つづく株式会社代表取締役の井領明広氏を講師に「リモートワークの体制づくりについて」と題し、リモートにて講演が行われました。

井領氏は、「在宅勤務が難しいためテレワークは関係ないと考えている業態の企業にとっても、取引先や他拠点との情報共有ややり取りにWEB会議等のテレワークは今後必要になってくる。」と述べ、リモートワークを進めるための4つのステップ（①目的・ゴールの確認、②ルール（就業規則）の確認、③運用体制の確認、④ルールの周知～運用開始）など基本的な考え方のほか、リモートワーク実現に効果的なクラウドツールについて、事例を交えて紹介しました。

特定地域づくり事業協同組合制度について学ぶ ～令和2年度小規模事業者連携促進事業情報交換交流会を開催～

10月21日（水）、鹿児島市の「鹿児島サンロイヤルホテル」において、令和2年度小規模事業者連携促進事業情報交換交流会を開催しました。なお、新型コロナウイルス感染防止の観点から、Zoomを併用しての開催となりました。

交流会では、総務省、鹿児島県、鹿児島労働局の担当者を講師に「特定地域づくり事業協同組合制度」について講演が行われました。

本制度は、過疎地域など人口減少が進んでいる地域の担い手確保策として新たに制度化されたもので、令和2年10月に島根県海士町で全国初となる本制度を利用した事業協同組合が設立されました。

講師は、制度の概要のほか、事業協同組合の設立や特定地域づくり事業協同組合の認定・更新、また労働者派遣の考え方など、制度の全般的な仕組みや関連する留意事項等について説明しました。



会場の様子

外国人技能実習生共同受入事業を行う監理団体・実習実施者の運営について学ぶ ～外国人技能実習制度適正化講習会を開催～

10月28日（水）、鹿児島市の「鹿児島サンロイヤルホテル」において、令和2年度第1回外国人技能実習制度適正化講習会を開催しました。なお、新型コロナウイルス感染防止の観点から、Zoomを併用しての開催となりました。

本講習会は、外国人技能実習生共同受入事業を行う監理団体及び実習実施者が円滑な運営に取り組むことを目的としたもので、行政書士の福山和昭氏を講師に「機構実地検査への事前準備と指摘事例」と題し、講演が行われました。

福山氏は、「外国人技能実習制度の趣旨と目的は、技能、技術又は知識の開発途上地域等への移転、「人づくり」への寄与であり、人出不足解消のため労働力の需給調整の手段として行ってはならない。」と述べ、実地検査の仕組みや留意点、事前準備のポイントについて説明したほか、これまでの指摘（行政処分等）事例について紹介しました。



会場の様子



オンライン会議ツール「Zoom」の基礎について学ぶ

～令和2年度第1回組合事務局講習会を開催～

10月29日（木）、鹿児島市の「ホテルレクストン鹿児島」において、令和2年度第1回組合事務局講習会を開催しました。なお、新型コロナウイルス感染防止の観点から、規模を縮小しての開催となりました。

講習会では、中央会職員が講師となり、コロナ禍でWEB会議やテレワークの導入が進む中で注目を集めているオンライン会議ツール「Zoom」の基本的な操作方法等について実演を交えて説明しました。

なお、Zoom会議への参加方法や主催の仕方、各種機能の使い方、Zoomと他のWEB会議ツールとの違いなど全般的な説明を行った後、持参したスマートフォンなどを用いて2人1組でZoomでの打合せを想定した接続演習も行いました。



主催者側と参加者の両画面が分かるように2つのスクリーンを使用して説明が行われた。

中小企業支援策について学ぶ

～令和2年度経営強化・運営改善研究会を開催～

11月4日（水）、鹿児島市の「鹿児島サンロイヤルホテル」において、令和2年度経営強化・運営改善研究会を開催しました。なお、新型コロナウイルス感染防止の観点から、Zoomを併用しての開催となりました。

講習会は2部構成で行い、前半では中央会職員が講師となり、中小企業の生産性向上を応援する補助事業について、事業の目的や対象となる経費、補助金額等の概要を説明し、審査項目や加点要素といった申請におけるポイントを解説しました。

続いて、後半では鹿児島県の担当者を講師に「経営革新計画」について講演が行われました。本制度は、中小企業が新商品・新サービスの開発や提供など新たな取り組みによる経営向上を支援する制度です。

講師は、中小企業等経営強化法に基づく経営革新計画の概要や承認における着眼点等について説明しました。



会場の様子

テーマ

第71回 「員外理事の代表理事就任」 について

本組合の定款には、員外理事を認める旨の記載があります。

員外理事であっても、代表理事に就任することができるのでしょうか。



はい！お答えします！

企業組合を除く事業協同組合等における員外理事に関しては、中小企業等組合法第35条第4項において「理事の定数の少なくとも3分の2は、組合員または組合員たる法人の役員でなければならない」と規定されています。

員外理事が規定されているのは、組合員はそれぞれ自己の事業を持ち、組合事業に専念することが難しいことなどが考慮されたものです。

組合によっては、代表理事として組合事業に専念する必要がある場合も十分考えられることから、員外理事が代表理事に就任することは差し支えありません。



員外理事の数は、定款に定めることになっているぶ～
員外理事は理事定数下限の3分の2以内と決まっているぶ～

中小企業組合士試験問題にチャレンジ！



中小企業等協同組合会計基準の事業報告書及び決算関係書類、監査制度に関する次の文章にある イ～ホ について、語群 A～Oの中から最も適切なものを選んでください。

1. 財産目録

決算関係書類に含まれる財産目録に付すべき価額は、イ 基準による貸借対照表の価額を移記するが、財産目録の脚注に ロ による組合正味財産の価額を表示することとされている。

2. 損益計算書

損益計算書は、1事業年度の損益をその ハ 別に収益と費用を対応して示し、組合の経営成績を表示しようとするものである。

3. 監事

監事は、理事の業務決定や代表理事の業務執行について特有の役割を果たすことができる。その役割の重要性を考えるならば、監事の人的基準として、一般に、監事として適当な専門能力や実務経験を有していること、当該組合に対して ニ がないこと、監査を行うに当たっては常に ホ の態度を保持すべきこと、監査の実施については専門家として正当な注意をもってこれを行うことが、求められる。

〔語 群〕

- | | | | |
|----------|------------|----------|---------|
| A. 金額 | B. 公正価値 | C. 公正不偏 | D. 債務関係 |
| E. 時価 | F. 取得原価 | G. セグメント | H. 帳簿価額 |
| I. 特別な感情 | J. 特別な利害関係 | K. 独立性 | L. 発生源泉 |
| M. 批判的精神 | N. 部門 | O. 平常心 | |

令和2年9月 情報連絡員報告

令和2年9月期における鹿児島県内45組合（傘下組合員数4,160社）の景況は次のとおり。

【前月比】

「業界の景況」「売上高」「収益状況」の指標が5ポイント以上悪化した。

6月を底に、7月8月と回復の兆しがあったものの、台風による影響やGoToトラベルの恩恵が連休前後に限られたこと、相次ぐクラスターの発生等もマイナス要因となった。

今後も、イベントを控える傾向にあり、新型コロナウイルスの影響はまだ続くものと考えられる。

新型コロナウイルス感染症の影響がさらに多くの業界に影を落とす中で、各業界が変化する生活様式への対応に迫られている。

【前年同月比】

全ての指標が悪化した。特に、「業界の景況」「売上高」「収益状況」は20ポイント以上の悪化となっている。コロナ禍に加え、昨年9月が消費税増税前の駆け込み需要等によりDI値が良かったことも影響したようだ。

新型コロナウイルス感染症の影響は今後も続くことが予想されるため、GoToキャンペーン等、国・地方自治体の支援施策に対する期待は大きい。

【DI値 前月比】

	前月	今月	比較結果
	令和2年8月	令和2年9月	
業界の景況	-25	-30	↓
売上高	-24	-30	↓
在庫数量	-13	-14	↓
販売価格	-2	-2	→
取引条件	-11	-12	↓
収益状況	-21	-27	↓
資金繰り	-15	-17	↓
設備操業度	-10	-9	→
雇用人員	-11	-11	→

※比較結果(数値の範囲) ↑ = +10以上 ↓ = -9以下 → = 0 ~ +4 ↘ = +5 ~ +9 ↙ = -1 ~ -9

DI値とは、前月又は前年同月に比べ「好転・増加」したとする回答数から「悪化・減少」したとする回答数を差し引いた値です。

【DI値 前年同月比】

	前年	今月	比較結果
	令和元年9月	令和2年9月	
業界の景況	-4	-30	↓
売上高	-2	-30	↓
在庫数量	1	-14	↓
販売価格	0	-2	↓
取引条件	-1	-12	↓
収益状況	-6	-27	↓
資金繰り	-4	-17	↓
設備操業度	-3	-9	↓
雇用人員	-5	-11	↓

製造業

食料品（味噌醤油製造業）

量販店等の一般小売が引き続き順調に推移していることにより、売上はほぼ例年並みに戻ったようである。業務用や加工用の需要がまだまだの状況で、コロナ後の生活様式の変化が考えられ、今後はその対応を念頭に販売方法や商品開発を考えなければならない。

食料品（酒類製造業）

新型コロナウイルス感染症の影響等により、製成数量等が減少している。

(令和2年9月分データ)

(単位：k0・%)

区分	R1.9	R2.9	前年同月比	
製成数量	15,289.3	12,779.9	83.6%	
移出数量	県内課税	3,569.1	2,767.1	77.5%
	県外課税	4,895.7	4,147.3	84.7%
	県外未納税	2,239.6	1,566.5	69.9%
在庫数量	214,902.0	206,652.0	96.2%	

食料品（漬物製造業）

GoToトラベルの恩恵は限定的で、9月の4連休は賑わったが、その後は客足が途絶えてしまった。



食料品（蒲鉾製造業）

全国的に県をまたいだ移動が控えられており、空港・駅の利用客は少ない。空港売店は前年同月比25%と非常に厳しい状況である。デパート・直売店は前年同月比70%、日配品は98%、全体では約60%となった。原材料のすり身の価格は前月と同水準、鮮魚のエソは売上が上がらず使用量が減少し、限られた業者に対しては安値で取引されていた。

食料品（鯉節製造業）

荒節、雑節製造がまだ操業度約70%で非常に厳しい。業界は余剰人員を抱えているが、休みを増やし、何とか凌いでいる状況である。

食料品（菓子製造業）

県外のイベントが開始されたところもあるが、新型コロナウイルス感染症の影響で人も少なく、売上が伸びていない。

食料品（茶製造業）

共販実績で今年度（2～9月）の累計売上高は前年比84%、9月単月では前年比279%で推移した。7月以降の3カ月は前年度を上回る売上高だったが、昨年同時期が落ち込んでいたためであり、累計では下回っている。新型コロナウイルス感染症の影響で例年通りに販売会もできず、10月に予定していた販売会は中止が決定した。

大島繊維物製造業

新型コロナウイルス感染症の影響がまだまだ大きい。流通業者（問屋、小売）が産地に来ておらず、在庫が増加している状況が続いている。

本場大島繊維物製造業

検査反数は前年同月比2割減、共同購買原料糸の組合員への売上高も減少し、厳しい状況が続いている。販売は9月に東京等で販売会を行い、7～8割増の売上があり、好転の兆しも見えた。

木材・木製品

今年度の下半期は新型コロナウイルス感染症や悪天候等、極めて厳しい中で推移したが、9月に入り原木素材が従来までには及ばないものの、強含みの展開となった。底入れからの回復には至っておらず不安も残るが、今後へ向けて期待を寄せる商況展開であった。

木材・木製品

丸太原木の価格は、出材量の減少により上昇傾向にある。ただし、今年度上半期の新設住宅着工は、前年同期比で約10%の減少となり、国産製材製品の荷動きも例年に比べ落ち込み、売上額は約3割減少している。製材各社とも月を追うごとに景況が悪くなっており、値下げしても売れる雰囲気でもなく、今後の売上が期待できない状況にある。新型コロナウイルス感染症の収束が依然として見込めないことから、今後も厳しい状況が続くことが予想される。

生コン製造業

9月度の総出荷量は94,055立米（前年比80.3%、うち官公需は44,549立米（同比90.2%）、民需49,506立米（同比73.0%））で官公需、民需ともに減少した。増加した地域は6地域（増加順に沖永良部227.6%、屋久島138.3%、宮之城131.8%）で、残り10地域が減少（減少順に南陽22.4%、喜界島44.3%、奄美大島55.9%）となった。なお、鹿児島地域は前年比で官公需91.5%、民需63.3%の合計70.2%となっている。

コンクリート製品製造業

9月度の出荷量は、6,780トンの前年同月比93.5%となった。出荷実績は、始良伊佐地区において前年同月比を上回ったが、それ以外の地区は下回る結果となった。特に熊毛地区は、前年同月比65%であった8月に続き、9月度も受注量の割に出荷が伸びなかったため、今後の出荷増に期待したい。

鉄鋼・金属（機械金属工業）

見積りがかなり減少しており、来年以降の受注量減少が見込まれる。加工費が下落傾向にある一方で、材料費（鋼材価格）は上昇している。先が見えなくなる不安から、仕事を選べない時期が続くことを懸念している。

印刷業

2年に1度開催される業界の全国大会が、新型コロナウイルス感染症の影響で来年に延期、フォーラムはオンラインでの開催となった。ウィズコロナの時代、新生活様式への変化に伴って、各業界がどのような変革を経て継続していくのか、印刷業界も変化に応じて生き残りをかけていかなければならない。

非製造業

総合卸売業

前年9月は消費税引き上げ前の駆け込み需要があったため、売上高等が減少した。新型コロナウイルス感染症の影響は緩和され、売上は持ち直しつつあるが、建材等の仕入れ価格は上昇している。

水産物卸売業

前年同月比で、数量88.0%、販売金額が92.9%、販売単価が105.8%と厳しい状況となった。台風の影響がなかったとは言えないが、やはりコロナ禍による外食・観光業

不振の影響が続いていると思われる。一般消費者の購買欲を喚起していきたい。

燃料小売業（LPガス協会）

10月積み中東産の液化石油ガスは、プロパンが375ドル（前月比+10ドル）、石油化学原料のブタンは380ドル（前月比+25ドル）と上昇した。原油市況は堅調に推移、LPガス需要は需要期に向かいインドと中国の引合いが市況を下支えしたものと思われる。県内では、新型コロナウイルス感染症の影響で業務用需要が減少したが、一般家

庭用に大きな影響がないことで全般的な影響は少ない。

中古自動車販売業

昨年9月は、消費税増税の駆け込み需要により販売台数も著しく伸張した。今年は、月初は台風に見舞われ、来店客もなく厳しいスタートであった。中旬以降、多少改善されたが前年より4割近く落ち込み、依然として厳しい状況に変わりはない。

青果小売業

売上は前年同月比85.2%、累計前年比105.5%で推移した。9月は前年より1日稼働日が少ないところに、大風10号の影響で9月7日が休日となり、稼働日が合計で2日少なくなってしまった。徐々に人が戻りつつあったが、天文館のクラスター発生により、また以前のような閑散とした状況になり、納品業者は苦境に立たされている。GoTo イートやぐりぐりー飲食券等の支援事業に期待したい。

石油販売業

コロナ禍において世界的に原油の動きが鈍い。小売りは大型台風の襲来予報後に、駆け込み需要があったものの、その後の反動が大きく、低迷した。また、ジェット燃料不調の影響で、石油製品の油種のバランスが悪化し、価格低迷が続いている。GoTo キャンペーンが全国に及び、今後消費が回復することに期待している。

鮮魚小売業

台風や天候不良の影響で商品の種類が少ない。新物のサンマも痩せて値段が高く、ヒネ物の冷凍品を売らなければならぬ状況で売上も厳しい。運動会の中止や、午前中のみの開催で弁当の材料も売れず、天候や新型コロナウイルス感染症の影響が大きい。

運動具小売業

前月と比較して少しずつ回復傾向はあるものの、まだまだ安心はできない。

商店街（鹿児島市）

飲食店は、新型コロナウイルス感染症の影響で昼間は休業、夜も不定期に休業する店舗があった。

サービス業（旅館業 / 県内）

GoTo キャンペーン開始もあり、客数が徐々に増加し始めているが、前年比ほどには回復していない。県内の修学旅行で利用する団体客もあったが、県内でクラスターが発生するとキャンセルが出ることもあり、落ち着いた状況である。インフルエンザ等、例年以上に冬の感染症対策を実施している。

測量設計業

前月に引き続き、特に大きな変化は感じられない。

旅行業

GoTo トラベルキャンペーンの地域共通クーポンが10月から開始されるが、クーポン券の管理や配布等で事業所の負担増が懸念される。県民向けの宿泊助成事業は、国助成事業との併用ができるものとできないものがあり、混乱を招いている。マイクロツーリズムで県民を動かす

にしても制度設計に疑問があり、個人旅行だけでなく団体ツアーも動くような制度設計をしてほしい。

建築設計監理業

県、市町村等においては大型物件が発注される見込みがない。また、入札においても小規模物件しか行われておらず、厳しい状況が続いている。

自動車分解整備・車体整備業

台風10号の接近で実働日数が減少し、車検台数が多い日も数えるほどしかなく、全体的には減少傾向にある。

電気工事業

新型コロナウイルス感染症の影響で、民間工事に陰りが見え、見積り数が減少している。一方、官庁工事は例年と変わらない件数があるようだ。

造園工事業

公共工事（道路草刈り、公園樹木剪定、花壇整備、河川草刈り等）の工期が短く、その中に連休もあり、工期内終了に追われ多忙な状況である。売上高は多忙な分増加したが、造園業界は現場での人手が不足している。

管工事業

工事は堅調に推移するも、技術者不足が顕著にみられるようになってきた。こうした中、業界への新規入職者は依然として少なく、技術者の年齢層は年々上昇する等、人材確保の厳しい状況が続いている。

建設業（鹿児島市）

建設業就業者は高齢化が進み、若年者が少ない状況にある。担い手確保において、処遇改善と働きやすい環境を整えることが肝要であり、官民一体となった取り組みが望まれる。

建設業（南さつま市）

南薩地区（南さつま市、南九州市、枕崎市）の公共工事（土木）は、前年同月比で市が約40%、県が約80%と大きく落ち込んだものの、前年同期比では市が120%、県が96%である。しかしながら、10月以降の発注が懸念される。

貨物自動車運送業

県下165運送事業者の燃料購買動向は、前月と比較して105.1%に増加、前年同月と比較して95.9%に減少した。

運輸業（個人タクシー）

9月は繁華街で第2、第3のクラスターが発生し、いよいよ人の動きが鈍化した。病院等で待機しても実車率の低下が続いている状態で、景況は悪化傾向にある。GoTo トラベルに関する地域共通クーポン等は、観光施設等には良いと思われる。交通事業者に対しての効果も期待したい。

運輸・倉庫業

県内の農産物は台風や大雨の影響で少なく、上り荷物が無いため、下り荷物を載せる車両が少ない状況だった。働き方改革で人件費が増加したため、運賃の値上げ交渉を行っている。新型コロナウイルス感染症の影響で、求人では異業種からの面接が増加している。

令和2年10月 鹿児島県内企業倒産概況

(負債額1,000万円以上・法的整理のみ)

(株)帝国データバンク 鹿児島支店

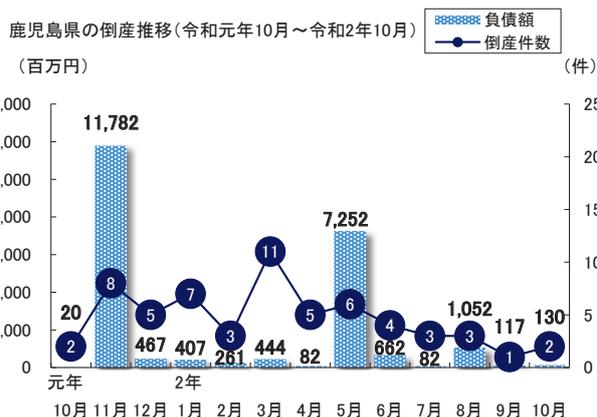
件数2件 負債総額13,000万円

【件数】前年同月比 増減なし 【負債総額】前年同月比550.0%増

ポイント

～件数は少ない状態が続いており、負債総額も前年同月より増えたが低水準～

- ◆鹿児島県の10月の倒産件数は2件で、前月比1件増、前年同月比で横ばいだった。負債総額は前月比11.1%増、前年同月比550.0%増となったが、それでも低水準である。
- ◆主因別では2件とも「販売不振」、態様別でも2件とも「破産」だった。
- ◆業歴別では、2件とも20年以上と長かった。



【今後の見通し】

鹿児島県の10月の倒産件数は2件で、4カ月連続で3件以下となり少ない状態が続いている。負債総額は前月比、前年同月比ともに増えたが、こちらも低水準である。

帝国データバンクが毎月行っている「TDB 景気動向調査」によると、鹿児島県の10月の景気DIは35.6で、前月より1.7ポイント改善した。6カ月連続の改善であり、その他を除く9業界中、6業界が改善となった。大手通信会社からの5G関連工事の発注増加やホテルなどの観光関連が上向きといった声がある。しかし、多くの業界では新型コロナウイルス感染拡大の影響が続いているとの声が多く、景気DIも6カ月連続の改善とは言え低い水準であり、しばらく厳しい状況が続くそうである。

2020年10月30日に(株)九州経済研究所が発表した「県内景況」によると、「全体として弱い動きが続いている」との判断を示した。生産活動では、

スマートフォンや高速通信5G関連は堅調だが、8月の焼酎生産は3カ月連続、8月のかつお節生産は5カ月連続、9月の紙パルプ生産は3カ月連続でそれぞれ前年を下回った。畜産関連は、9月の子牛出荷頭数、豚肉相場、ブロイラー相場は前年を上回ったが、9月の肉用牛(和牛)枝肉価格と9月の鶏卵相場は前年を下回った。観光関連では、9月の主要ホテル・旅館宿泊客数は17カ月連続で前年を下回った。

倒産件数、負債総額ともに引き続き低水準となっており、政府の経済対策により一部の業界や企業では持ち直しの動きも見られる。しかし、冬場にかけて新型コロナウイルスとインフルエンザとの同時流行が懸念されるなど、営業環境がさらに厳しくなる可能性も否定できず、これまで持ちこたえてきた企業や事業者の倒産や廃業が増える可能性があり、倒産の発生状況は引き続き注視が必要であろう。

令和2年10月 主な企業倒産状況(法的整理のみ)

企業名	業種	負債総額(百万円)	資本金(千円)	所在地	態様
(有)H	仏壇製造・販売	10	5,000	南薩地区	破産
個人	中華料理店経営	120	—	大隅地区	破産

※主因別では、「販売不振」2件

商工中金協力会講演会

テーマ：「テレワーク時代」の思わず
本音をしゃべりたくなる話し方
講師：フリーアナウンサー 古瀬絵理氏
(元 NHK 山形放送局キャスター)
日時：令和2年12月1日
16：00～17：30
場所：城山ホテル鹿児島
参加費：無 料



※今回、懇親会は開催しません
《お問い合わせ先：総務企画課》

P.58 組合のスペシャリストを目指そう！
～中小企業組合士試験問題にチャレンジ～

解答

イ：F 口：E ハ：L ニ：J ホ：C

表紙・本文中で登場する
くりぶー&さくらとその子供達は
鹿児島県のPRキャラクターです！
© 鹿児島県くりぶー・さくら#811



令和2年12月	
1日(火) 15:00～	中央会理事会 鹿児島市「城山ホテル鹿児島」
1日(火) 16:00～	商工中金協力会講演会 鹿児島市「城山ホテル鹿児島」
3日(木) 16:00～	女性キャリアアップセミナー 鹿児島市「ホテルレクストン鹿児島」
6日(日) 10:00～	中小企業組合検定試験 鹿児島市「中央会会議室」

令和3年1月	
5日(火) 10:00～	中央会年始会 鹿児島市「鹿児島サンロイヤルホテル」

中小企業かごしま

(令和2年度 活性化情報第3号)

発行人：鹿児島県中小企業団体中央会
会長 小正芳史

〒892-0821

鹿児島市名山町9番1号 県産業会館5階

TEL：099-222-9258

FAX：099-225-2904

HP：https://www.satsuma.or.jp/

印刷所：斯文堂株式会社

今月の表紙

鶴丸城跡(黎明館) 前の風景～磯街道沿い～

鶴丸城跡は、正面中央に御楼門(2020年4月号表紙に写真掲載)が建設されたことが記憶に新しい鹿児島を代表する観光スポットのひとつです。

弾丸痕が残る石垣など歴史を感じることができるほか、梅雨時期には蓮が美しく花開き、秋を迎えるとイチョウの葉が鮮やかに黄色く色づくなど、季節によって異なる表情を見ることができ、見応え満載です。

来鹿の際は、是非立ち寄ってみてはいかがでしょうか。鹿児島におじゃったもんせ。

