

ぐんま 商工連

Gunma Prefectural Federation of Societies of Commerce and Industry

平成31年1月
第498号

U R L ◆<http://www.gcis.or.jp>
e-mail ◆kenren@gcis.or.jp
発行所 ◆群馬県商工会連合会
前橋市関根町三丁目8番地の1
Tel.027-231-9779(代)
発行者 ◆石川 修司

商工会スローガン
「行きます 聞きます 提案します」



「ゆらころいのしし」

株式会社 卯三郎いれ
(榛東村商工会)



「干支 亥」

亥と共に迎える新年の始まり

目次

- 新年のご挨拶 2
- 第7回商工会青年部グルメグランプリを開催しました、台湾の国際旅行展に出展しました 4
- 小規模事業者持続化補助金活用事例のご紹介、小規模企業共済のご案内 5
- 平成30年度経営安定セミナー開催のご案内 6
- 軽減税率制度で毎日の仕事の何が変わるの?③ 7
- 江原先生の経営コラム 8

上越クリスタル硝子株式会社
(みなかみ町商工会)



「置物と職人」

明けましておめでとうございます。

商工会一同、本年も会員の皆様と商工会地域経済の発展のため、まっすぐに前進して参ります。

イノシシは古くから子孫繁栄、無病息災の象徴として、縁起の良い動物とされてきました。亥年の一年を、皆様のご健やかに過ごされますよう、ご祈念申し上げます。

本年は、平成が終わり、新しい時代が始まる節目の年となります。商工会は「すべては会員のために」という活動理念の基、「行きます 聞きます 提案します」を実践し、新しい時代を切り拓いて行かれる会員事業者の皆様をご支援して参ります。本年もどうぞよろしくお願い申し上げます。

新年御挨拶

群馬県商工会連合会
会長 石川 修司



明けましておめでとうございます。

平成31年の新春を迎え、謹んで新年のご挨拶を申し上げます。

我が国経済は、大企業や都市部の企業を中心として、緩やかに回復しております。しかし、経済を下支える地方の中小・小規模企業では、人件費や原材料の高騰、後継者不足など、厳しい環境におかれています。加えて消費税率の引き上げ、軽減税率制度の導入、働き方改革など、かつてない経営課題への対応も迫られています。

群馬県商工会連合会では、昨年、特に後継者不足、事業者数の減少に対応する為、事業承継、創業、6次産業化の支援などに注力して参りました。

平成26年の小規模企業振興基本法の制定、小規模支援法の改正を契機に、小規模企業に対する支援策が充実して参りました。

商工会の役割は、これらの支援策を有効活用して頂く為、小規模事業者・会員企業へ積極的に情報発信を行い、伴走支援を実施する事だと思います。お陰を持ちまして小規模事業者持続化補助金（原則50万円を上限）では、申請件数625件、採択件数448件と、都道府県別実績でいずれも全国第一位の実績をあげる事ができました。また、国の事業を活用して、群馬県の温泉地やスキー場などを紹介する台湾の旅行展にも出展しました。これからも、会員企業に如何にお役に立てるかを第一に考え事業運営を行います。

商工会改革「ぐんま商工会2020」では、会員の加入増強をはじめ、各種経営支援の推進に目標数値を定めて取り組んでおります。今年は改革も後半戦に入りますが、集中実施期間として、新たな視点で改革を一層進めたいと考えております。

今年も「すべては会員のために」という商工会の活動理念の基、「商工会は行きます 聞きます 提案します」を実践し、役職員が協力して会員目線で運営を進めて参ります。

今年が皆様にとりまして良い年となりますよう祈念し、新年のご挨拶といたします。

平成31年 元旦

新年知事あいさつ

群馬県知事

大澤 正明



明けましておめでとうございます。

商工会の皆さまには、すがすがしい新年をお迎えのことと心からお喜び申し上げます。

昨年は新年早々に、前橋育英高校が全国高等学校サッカー選手権大会で初優勝を成し遂げ、県民に大きな夢と感動を与えてくれました。

産業の分野では、30年上期の工場立地件数・面積において、いずれも群馬県が全国1位となりました。件数・面積が共に1位となったのは初めてであり、本県の交通環境の優位性や拠点性の高さが総合的に評価され、大変うれしく思っております。

さて、今年は県政の羅針盤である「第15次総合計画」の最終年度を迎えます。総合計画の三つの基本目標である「人づくり」、「安全・安心な暮らしづくり」、「産業活力の向上と社会基盤づくり」の実現に向け、全庁一丸となって取り組んでまいります。

特に「産業活力の向上と社会基盤づくり」では、来春の開所に向け、群馬コンベンションセンター「Gメッセ群馬」の建設を着実に進めるとともに、コンベンションの誘致活動や県内事業者の参入支援などを充実させ、交流人口の増加による新たな経済需要の喚起や女性・若者が活躍できる雇用の場の創出につなげます。

商工会の皆さまにおかれましては、地域の総合経済団体として、小規模事業者を始めとする商工業の振興・発展はもとより、魅力あふれる地域づくりにも多大なる御貢献をいただいております。

地域経済を支えている小規模事業者の経営力向上を支援することは、本県経済の活性化と持続的発展に不可欠であります。県といたしましても、商工会の皆さまと連携し、より一層の小規模事業者の支援に取り組んでまいりますので、引き続き県政への御理解、御協力を賜りますようお願い申し上げます。

結びに、この一年が皆さまにとって健康で幸多い年になりますよう心から祈念申し上げ、新年のあいさつといたします。

平成31年1月1日

新年の御挨拶

群馬県議会

議長 橋爪 洋介



明けましておめでとうございます。

平成31年の新春を迎えるにあたり、群馬県商工会連合会の皆様に、県議会を代表して、謹んで年頭の御挨拶を申し上げます。

去年は、首都圏における本県の総合情報発信拠点である「ぐんま総合情報センター『ぐんまちゃん家』」の移転オープンや、県内事業者の海外展開を推進する「ジェットロ群馬貿易情報センター」が開設されたほか、群馬の雄大な山岳風景の中を歩く「ぐんま県境稜線トレイル」が全線開通しました。

これにより、群馬の魅力を広く国内外に発信するとともに、県産品の更なる販売や輸出の促進、国内外からの観光客の誘致につながることが期待されております。

県議会においては、「県民に開かれた議会」、「県民の意思が反映される議会」を基本理念とする議会基本条例に基づき、積極的な活動を行いました。

特に、若い世代に政治への関心を高めてもらうため、大学生が議会傍聴と議員との意見交換を行う事業や、議員が高校に出向き、高校生と意見交換を行う事業を実施してまいりました。若者に少しでも政治への関心を高めてもらえればと願いつつ、取り組んでいるところです。

新たな年を迎え、地方創生に向けた取組がさらに求められる中、地方議会の役割はますます重要になっております。喫緊の課題である人口減少対策とともに、近年全国各地で頻発する地震や台風による大規模災害に対する防災・減災対策等にも全力で取り組み、県民の皆様の安全・安心な暮らしを守り、活力ある群馬県の実現に努めてまいります。

結びに、群馬県商工会連合会の今後ますますの御発展と御活躍を心から祈念申し上げまして、御挨拶いたします。

年頭にあたって

全国商工会連合会

会長 森 義久



新年明けましておめでとうございます。平成三十一年の新春を迎えるにあたり、一言ご挨拶を申し上げます。

昨今の我が国経済は、企業収益や雇用情勢の改善などがみられ、緩やかな回復基調にあります。近年では、若年層を中心に地方圏への移住が増加傾向にあることや、外国人観光客の増加によるインバウンド需要の高まりなど、我々商工会地域には新たな可能性も数多く生まれてきております。

昨年十一月に開催した第五十八回商工会全国大会では、大型の経済対策の実施や小規模事業者への支援策の大幅な拡充などに加え、一次産業をはじめとする様々な組織との連携推進についても決議いたしました。商工会が、地域経済の牽引者として、地域一丸となって課題解決にあたることで真の地方創生を実現できるものと確信しております。

また、今年は、昨年より見直し審議が進められている第二期小規模企業振興基本計画がスタートする年です。審議を通じて感じるのは商工会が、小規模企業政策の中心的役割を果たし、これからもその役

割を発揮することが期待されていることであります。こうした期待に応えるためにも、新たな計画のもと打ち出される支援制度を十分に活用し、組織をあげて小規模事業者の経営支援、地域経済の振興に取り組んでいくことが大変重要であります。

加えて、少子高齢化や人口減少、働き手の不足などの社会的課題や消費税率の引き上げ、軽減税率制度の導入、働き方改革など、制度面でも新たな対応が求められております。これまで以上にきめ細かな伴走型支援が重要であるとともに、限られた予算・人員で十分な支援ができるよう、組織体制を改めて見つめ直すことも必要だと考えております。

昨年五月に全国連会長に就任して以降、全国各地に足を運び、国に対する要望をはじめ、地域課題、さらには商工会の今後のあり方など、未来を見据えて様々なことについて意見交換を続けております。全国津々浦々の声をひとつにし、地域に根差した唯一の経済団体として、その責務を果たすべく邁進いたしますので、引き続き皆様のご支援・ご協力をお願い申し上げます。

終わりに、全国の商工会員の皆様並びに関係各位にとりまして、本年が大きく飛躍する年となり、明るい一年となりますよう心よりご祈念申し上げます。

平成三十一年 元旦

第7回 商工会青年部グルメグランプリ G☆STAR☆FOODS を開催

群馬県商工会青年部連合会（田熊祐介会長）は、12月9日（日）高崎市もてなし広場で第7回商工会青年部グルメグランプリを開催しました。県下全てとなる42の商工会青年部が出場したほか、富岡実業高校や団体PRブースなどの出展がありました。



挨拶する田熊会長

寒さを吹き飛ばす熱気溢れる会場に大勢の人が来場し、ブースに行列ができるなど大変な賑わいとなり、来場者と審査員による投票の結果、富士見商工会青年部の「赤城山賊焼」がグランプリに輝きました。富士見商工会青年部は、赤城山山頂の赤城神社を彷彿とさせる真っ赤な鳥居をブースに構え、ベストブース賞も同時受賞しました。

準グランプリを獲得したのは高崎市群馬商工会青年部の「えび丸」、3位には群馬伊勢崎商工会青年部の「いいね!がつくね」が輝きました。

グランプリ	富士見商工会青年部	赤城山賊焼
準グランプリ	高崎市群馬商工会青年部	えび丸
第3位	群馬伊勢崎商工会青年部	いいね!がつくね
第4位	高崎市榛名商工会青年部	ピンクバーガー
第5位	榛東村商工会青年部	榛東激辛スタミナ丼
ベストネーミング賞	吉岡町商工会青年部	ホルモン、ハンパないって
ベストブース賞	富士見商工会青年部	赤城山賊焼
ベストフォト賞	千代田町商工会青年部	イタモツ
県青連会長賞	富岡実業高校	ゴマ味噌きのこうどん



グランプリを獲得した富士見商工会青年部の皆さん

グランプリ・ベストブース賞



富士見商工会青年部
赤城山賊焼

準グランプリ



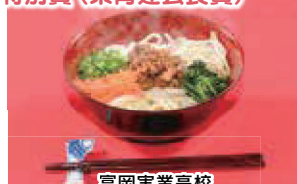
高崎市群馬商工会青年部
えび丸

第3位



群馬伊勢崎商工会青年部
いいね!がつくね

特別賞（県青連会長賞）



富岡実業高校
ゴマ味噌きのこうどん

第4位



高崎市榛名商工会青年部
ピンクバーガー

第5位



榛東村商工会青年部
榛東激辛スタミナ丼

ベストネーミング賞



吉岡町商工会青年部
ホルモン、ハンパないって

ベストフォト賞



千代田町商工会青年部
イタモツ

台湾の国際旅行展に出展しました

群馬県商工会連合会では、平成30年度において小規模事業者支援パッケージ事業広域型販路開拓環境整備事業の採択を受け、昨年度に続き年々増加する訪日台湾人観光客を群馬県内各地に呼び込むための観光プロモーションを行っています。

今年度は、「2018台中国際旅展（台中市）」、「2018大台南国際旅展（台南市）」、「2018高雄市旅行商業同業公会冬季国際旅展（高雄市）」の3つの旅行展示商談会に出展しました。本県からは各旅行展示商談会において73社（うち現地訪問事業者は延べ19社）の出展事業者がエントリーし、各商工会職員の伴走支援のもと観光プロモーションを行いました。首都台北市に次ぐ、高雄市・台中市・台南市で開催された各旅行展示商談会は、現地旅行会社や旅行に興味を持つ一般消費者が最大で20万人（各4日間）を超えるものもあり、訪日台湾人観光客増加に向けた効果的なPRをすることができました。

また、日本ツアーに興味がある旅行会社を対象に実施した「群馬県説明会・観光商談会」では、群馬県をはじめ県内各観光地のプレゼンを行うなど、観光施設のPRだけでなく周辺の観光も含めたツアーコースを提案し、群馬県一丸となって訪日台湾人観光客の増加による地域経済活性化に向けた取り組みを実施いたしました。



小規模事業者持続化補助金活用事例のご紹介

新規顧客開拓に向けた千年の森アドベンチャーDVD動画作成事業

株式会社タウザントヴァルト（群馬県昭和村）

【事業者概要】

▶平成17年7月に創業。サッカーを基本にした総合スポーツセンター合宿施設として人工芝グラウンド2面、認定グラウンドゴルフ場2コース（16ホール）、プロジェクトアドベンチャー施設を有し、200人収容できる宿泊棟を持ち、サッカーチームの他、大学、企業新人研修の受け入れを行う。

【事業の内容】

▶千年の森アドベンチャー動画DVDの作成及びWEBサイトのリニューアルによる新規顧客の獲得

【事業内容】

▶千年の森アドベンチャー研修の入込客増加を狙い、DVDによる営業活動の強化で新規顧客を獲得することができた。
▶DVDのダイジェスト版をWEBページに掲載することでHPの閲覧件数が大幅に増加。平成29年3月からの2か月間で130名（売上約90万円）の新規顧客（予約）を獲得できた。

【事業者の声】

▶DVDを学校や会社に配布しアドベンチャー研修について理解を深め興味を持ってもらうことができ問い合わせが増えてきた。WEBページの動画の組み込み及び、検索手法の強化により、閲覧数も増え問い合わせが増加した。今後さらに新規顧客の獲得に期待がかかる。



小規模企業の

会社役員の

みなさまへ

＼ 会社の役員なら ＼

小規模企業共済

小規模企業の会社等役員の方が
廃業や退職後の生活資金事業再建資金をあらかじめ準備しておく共済制度です。
国が作った制度なので、安心・安全です。

制度の
特長

小規模企業等の 会社役員なら加入可能

建設・製造・運輸・サービス業（宿泊業・娯楽業に限る）等は常時使用する従業員の数が20名以下の会社役員等。

代表者以外の 会社役員でも加入可能

代表者以外の会社役員の方でも商業登記簿謄本に役員登記されている方ならどんなにでも加入可能。

役員なら受け取れる 大きなメリット

小規模企業共済制度には積立時・受取時ともに大きなメリットが受けられます。詳細は下記をご覧ください。

個人事業主、
会社代表者の方も
もちろん
加入できます

制度のメリット

掛金は全額所得控除

掛金は全額が「小規模企業共済等掛金控除」として課税対象所得から控除できます。

受取時も税制メリット

共済金の受取は一括の場合は「退職所得扱い」、分割の場合は「公的年金等の雑所得扱い」です。

Be a Great Small.
中小機構

TEL:050-5541-7171（共済相談室）

小規模共済

検索

※詳しくは、ホームページまたはパンフレットをご覧ください

平成30年度経営安定セミナー

基礎編と実践編で完全マスター

『展示会・商談会で使える!!最適営業術養成セミナー(全2回)』開催のご案内

群馬県商工会連合会では、商談会・展示会での顧客獲得の手法を学ぶ全2回シリーズの講座『展示会・商談会で使える!!最適営業術養成セミナー』を下記の通り開催します。

講師には、マーケティング・展示会・商談会支援のカリスマ、弓削徹氏を迎え、売り上げ増や、商談を成功させるためのノウハウを伝授いただきます。結果につながる実践的セミナーですので、この機会にぜひご参加ください。全2回参加で最適営業術をマスターできますが、どちらか1回での参加も可能です。

1

「ウリが伝わるキャッチコピーの極意 ～顧客心理を掴み、商談会・展示会で売り上げを伸ばす～」(基礎編)

【開催日時】 平成31年2月19日(火) 13:30～15:30

【開催場所】 群馬県商工会連合会 大研修室(前橋市関根町3-8-1)

【参加費】 無料

【定員】 30名(定員に達し次第締切)

【講習会内容】

展示会・商談会で、商談相手に選ばれるには、売り込む商品の「本当のウリ」をキャッチコピーにする事が大切です。講習会では、商談相手へのアプローチの方法を紹介するとともに、商品の魅力を表現するキャッチコピー作り・活用について習得できます。

あなたの製品・サービスの
魅力を徹底的に磨き上げ!



2

「顧客は展示会で見つけなさい ～確実に集客・商談を増やす48の法則～」(実践編)

【開催日時】 平成31年2月26日(火) 13:30～15:30

【開催場所】 群馬県商工会連合会 大研修室(前橋市関根町3-8-1)

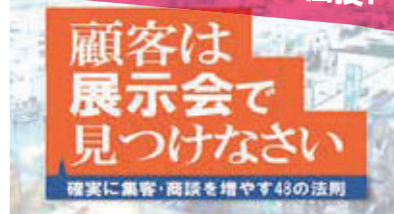
【参加費】 無料

【定員】 30名(定員に達し次第締切)

【講習会内容】

売上増や成約に結びつけるため、「展示会・商談会で何をすれば良いのか」を習得する講習会です。展示会・商談会の選び方、企画の考え方、ブースを演出するツールの作り方から商談相手タイプ別の営業フォロー等、結果につながる実践的内容をお伝えします。

展示会・商談会を活用する
48法則・ノウハウを伝授!



●参加者特典:セミナー参加者の皆様には、参加特典として3月上旬に開催する弓削徹先生による無料個別相談会にご参加できます。

【講師紹介】 弓削 徹(ゆげ・とおる) マーケティングコンサルタント

株式会社エスト・コミュニケーション代表取締役。

東京・浅草生まれ。法政大学法学部卒業。クリエイターとしてSONY、サントリー、IBM、オリンパス、雪印などの商品開発、広告・販促キャンペーンを成功させ、「製造業なら弓削」との評価を得る。「ノートパソコン」の名付け親。

全国の商工会・商工会議所で500回以上の講演・セミナー講師を務め、むずかしくなりがちなマーケティングテーマを、明解な図式とキーワードで伝える内容は、わかりやすく実践的と好評。

FMラジオ J-WAVE「Tokyo Morning Radio」、ニッポン放送、TBSラジオなどの情報番組にコメンテーター出演。著書に「顧客は展示会で見つけなさい」(日刊工業新聞社)、「キャッチコピーの極意」(明日香出版社)など。



お申込みは

群馬県商工会連合会HP掲載のチラシをご確認の上、
商工会連合会または、お近くの商工会までお申込みください。

問い合わせ先

群馬県商工会連合会 経営支援課 田中 ☎027-231-9779

軽減税率制度で毎日の仕事の何が変わる?③

販売

取り扱う商品の適用税率を把握し、正しい表示を行います。請求書等には、どの商品が軽減税率の対象品目かを明示し、適用税率ごとに合計金額を記載します。

お客様から商品の適用税率を質問された際に回答できるように従業員への教育を行いましょう。

販売した商品について請求書等に基づき標準税率(10%)と軽減税率(8%)とに区分して帳簿に記帳します。

■商品を販売した際の業務フローの例

小売業や飲食業の方は、複数税率対応レジの導入・改修などが必要かどうかをメーカーや販売店に確認しましょう。
卸売業の方で電子的受発注システムを導入している場合は、改修等が必要かどうかをシステムベンダーに確認しましょう。

販売での新しい作業 ①取り扱う商品の適用税率を把握し、正しい表示を行います。



軽減税率対象品目
580 円+税(8%)

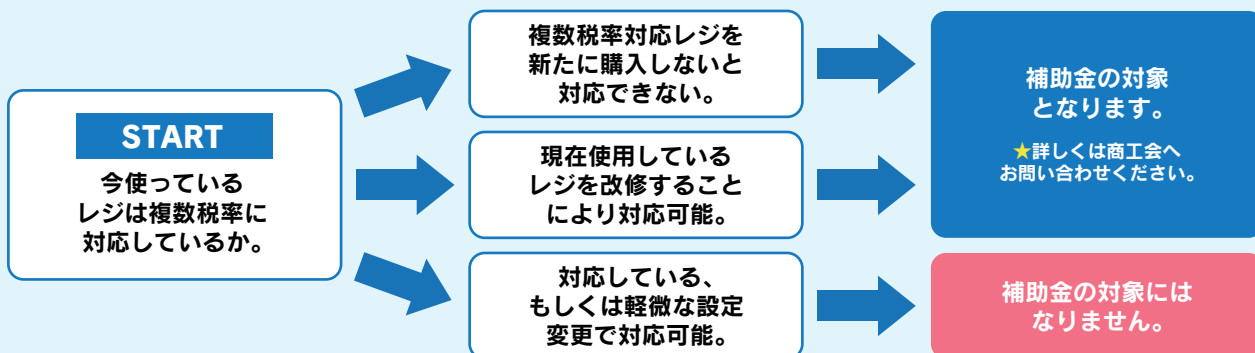


軽減税率対象外
280 円+税(10%)

- ②請求書(領収書)に軽減税率の対象品目である旨の記載、税率ごとに合計した対価の額を記載します。
- ③標準税率と軽減税率とに区分して帳簿に記帳します。
- ④POS システムの場合は予め商品マスタに税率を登録しておくことで、自動的に適用税率ごとに集計されます。

■複数税率対応レジの導入等に補助金が受けられる場合があります。

複数税率対応レジを新たに購入する場合や改修によって対応する場合は、補助金制度の活用を検討しましょう。



■事業者が発行する請求書等

請求書等には、軽減税率対象品目であることを明示し、適用税率ごとに合計金額を記載します。

ルールその1
軽減税率対象品目にチェック!

請求書			
〇〇御中			
11月分	りんご	5,400円	(税込)
11/1	※		
11/8	カップ・ソーサー	5,500円	
⋮		⋮	
合計		21,800円	
		(10%対象 11,000円)	
		(8%対象 10,800円)	
注) ※印は軽減税率(8%適用商品)			
△△(株)			

ルールその2
税率ごとに合計金額を記載する

〈免税事業者であっても新しいルールに沿った請求書等の発行が求められる場合があります。〉

経営column



【自己紹介】

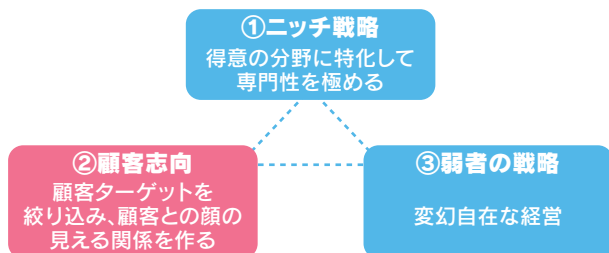
氏名 江原 伸広

資格 中小企業診断士

専門分野 マーケティング戦略・事業戦略の策定

「繁盛する店はターゲットを絞り、顧客と密着した関係を作っている」

小規模事業者が実践すべき3つの戦略の内、今回は②の顧客志向のマーケティングについて説明します。



1. 顧客ターゲットを絞り込むことのメリット

経営者の方に「狙いのターゲットは誰ですか？」という質問をすると、「私を作る〇〇はとても品質が良いので、全国の老若男女がターゲットです」というような回答を聞くことがよくあります。

お気持ちはとてもよく理解できるのですが、二つの理由から「ターゲットは極力狭く絞る」ことをお勧めしております。

一つ目の理由は、万人受けを狙った商品は特徴がなくなり、その結果商品の魅力が低減するためです。

「美少女コンテストの優勝者(グランプリ)は活躍しない」と同志社大学の太田教授は主張しています。

「コンテストでは多くの人によってあらゆる角度から評価されるため、結果として角が取れた、既視感のある人が選ばれるからだ」というわけです。(日本経済新聞 2018年6月21日「ヒットのクスリ」より)

ターゲットを絞り込むことで顧客の具体的な生活シーンを想像することができ、その商品を使う場面やその商品に期待するベネフィット(効用)に気づくことで、顧客ニーズを満たす製品やサービスを提供することが可能となるからです。



二つ目の理由は、ターゲットを絞り込むことで商品の宣伝広告の方法や販売チャネルの決定等のマーケティング戦略が明確になるためです。

ターゲットが異なると販売チャネルや販促方法が異なるということは、ターゲットを「地元の高齢者」にするのか、あるいは「他県からの観光客」にするのか等を考えれば明らかだと思います。

注意すべきは、たとえ同じ商品であっても、ターゲットによって重要視するベネフィット(効用)が異なる場合があります。「同一商品でもターゲットによって求めるニーズが異なる」と言い換えることもできます。

例えば、毎朝配達される新聞であっても、主婦にとっては地域のチラシ広告が最大の目的であったり、高齢者にとっては配達員との挨拶やコミュニケーションが

大切であったりするかもしれません。

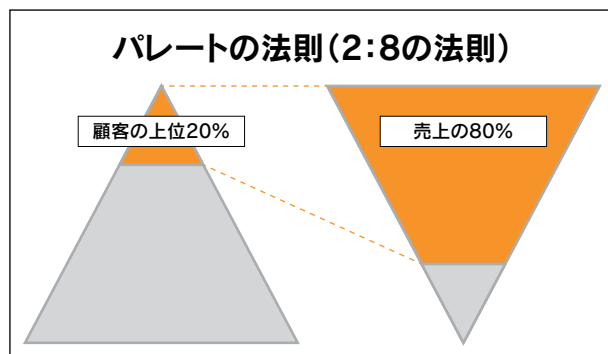


こうなるとターゲットによって商品コンセプトが変わってくることになり、商品のネーミングやデザイン、価格にまで影響を及ぼすことになります。

まさに、ターゲットがマーケティング戦略を規定すると言えるでしょう。

2. 既存顧客とのコミュニケーションを継続する

自社の売上高を顧客別に分析する際、売上高の多い順に顧客を並べると、上位2割の優良顧客が売上全体の8割を占める(パレートの法則)とされています。



既存顧客(特に売上高の多い優良顧客)との継続的な関係、顔の見える親密な関係を構築することが安定した経営を実現するための基本戦略となります。

顧客リストを整備し、定期的にDM(ダイレクトメール)を送付することで、都会で流行っているファッション情報などを発信する「婦人服店」や、季節の変わり目に顧客である農家を訪問してタオルやカレンダーなど農作業に必要な景品と一緒に様々な農機具情報を提供する「農機具販売修理店」など、繁盛している事業者は既存顧客を大切にしている傾向があります。

もちろん新規顧客開拓は必要であり、売上拡大には有効な手段であることは疑いの余地はありませんが、「新規顧客の開拓費用は、既存顧客を維持する費用の5倍かかる」とも言われています。

よって経営資源に限りのある小規模事業者が最優先で取り組むべき販路拡大策は既存顧客対策であると言えます。

具体的には、まず顧客リストを整備し、次にRFM分析(顧客ごとの購入金額や来店頻度などをもとに顧客をランク付けする手法)等によって顧客をランク分けしたうえで、優良顧客に対して様々な優遇策を提供することで



で自社のロイヤルカスタマー(伝道師)化し、リピート購入の増加と口コミによる新規顧客紹介を狙う戦略が最優先課題であると言えます。