

# ふくしま Fukushima

福島商工会議所報 ふくしま五月号

令和六年五月十日毎月一回十日発行

第八四八号 発行人 福島市三河南町一―二〇 コミッセふくしま八階 福島商工会議所

〒960-8053 福島市三河南町1-20 コラッセふくしま8階

印刷 株式会社日進堂印刷所



## アクサ生命



# みんなと 会社の未来を 健康に。

### Know You Can

そう。あなたなら、できる。

AXA-A2-2209-1161/9WD 「健康経営®」は、特定非営利活動法人健康経営研究会の登録商標です。

**83%が実感!**  
**アクサ式やりがい効果**  
※アクサ式導入企業756社のデータより

### 健康経営アクサ式

#### やりがいが集まって、会社はつよくなる。

「離職率が下がり始めている」「生産性がアップしてきた」。いま、経営者の皆様のそんな声が増えています。それはきっと、アクサの健康経営による「やりがい効果」。心と身体の健康をケアすることはもちろん、ある会社では「仕事と治療の両立」や「社内サークル活動」などに取り組み、夢や生きがい、働きがいといった「社会的健康」までをサポートしています。社員一人ひとりがやりがいをもって働ける環境をつくり、会社全体も元気に変えていくために、アクサ生命がお手伝いします。

アクサ生命は、商工会議所と協力し、会員事業所の各種ニーズ(弔慰金・見舞金制度、退職金制度、リスク対策や事業承継など)を共済制度/福祉制度でサポートしています。  
アクサ生命保険株式会社 郡山支社 福島営業所  
〒960-8053 福島市三河南町1-20 コラッセふくしま8階 TEL 024-536-2407



「今月の夢追い人」  
合同会社みなふく(みなふく食堂)

特集

## 消費購買動向調査結果から見る福島市の“商業力” 福島市民の地元購買率

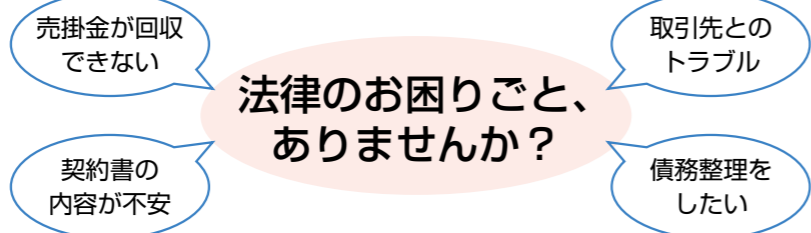
福島商工会議所WEB  
<https://www.fukushima-cci.or.jp>  
福島商工会議所 検索



福島商工会議所  
公式 SNS

ぜひフォローをお願いします!





法律のことで相談したいけれど、弁護士に相談するのはお金が掛かりそうだし、敷居が高い。そんな風感じていませんか？

当所では、会員の事業所の皆様を対象とし、無料で弁護士の相談を受けられる「無料法律相談」を実施しております。事業に関する相談であれば、何でもご相談可能です。相談は随時受け付けておりますので、法律に関するご相談のある方は、お気軽に当所までお電話ください。経験豊富な当所顧問弁護士が、皆様のご相談に親身になって対応いたします。

- ・相談料 無料
- ・相談内容 事業に関する法律相談
- ・相談時間 30分から1時間程度
- ・相談回数 1案件につき原則1回
- ・担当弁護士 渡辺健寿法律事務所 渡辺 健寿 先生
- ・お申込み 経営支援課 ☎024-536-3900

今月号と同封のチラシをご覧ください

contents

- [ 特集 ] ..... 2  
消費購買動向調査結果から見る福島市の“商業力”  
福島市民の地元購買率
- [ トレンド通信 ]  
ラーメン『1,000円の壁』は越えられたのか ... 7
- [ 経営支援情報 ]  
こちら中小企業相談所  
令和6年分所得税・住民税の定額減税が始まります ... 8
- [ 調査 ]  
中小企業景況調査(2024年1～3月期)..... 9
- [ 中小企業のためのDX事例 ]  
薬剤師が開発する現場作業効率化の  
デジタルサービス..... 10
- [ 健康経営 ]  
連載・職場のかんたんメンタルヘルス..... 11  
「メールでのクレームへの対処法」
- [ 会員情報 ]  
連載・福島の夢追い人 合同会社みなふく(みなふく食堂) ... 12  
会員ビジネスボード..... 13
- [ 商工会議所情報 ]  
会議所のうごき..... 14  
女性会まどか..... 15  
青年部トピックス..... 15
- [ 地域情報 ]  
相馬・米沢広域観光情報..... 16

商工会議所カレンダー

5/ 10	金	
11	土	
12	日	
13	月	
14	火	
15	水	
16	木	☆デジタル化特別相談会
17	金	
18	土	
19	日	
20	月	
21	火	
22	水	
23	木	
24	金	☆特別経営相談会
25	土	
26	日	
27	月	
28	火	
29	水	第1回常議員会 第1回通常議員総会
30	木	
31	金	●確定申告延納の納期限(振替納税の振替日)
6/ 1	土	
2	日	
3	月	
4	火	
5	水	
6	木	☆デジタル化特別相談会
7	金	
8	土	東北絆まつり2024仙台
9	日	
10	月	

☆詳しくは今月号のチラシをご覧ください  
●申告・税務に関するカレンダー

魂に響く書



花は生き残るために懸命に咲く。  
花は生き残るために懸命に咲く。  
路傍の小さな花でさえ  
しっかりと自分を主張している。  
よく見ると見事にその意思が見える。

書道家 金澤 翔子



金澤 翔子  
かなざわ・しょうこ

5歳のときに書家である母・泰子に師事し書を始めた。世界的に活躍する日本を代表する書家の一人。ダウン症の書家としても広く知られており、国内の神社仏閣や美術館のほか、ニューヨークやロンドンをはじめとする世界各地で個展や公演を開催している。パチカン市国に大作『祈』の寄贈、NHK大河ドラマ『平清盛』の題字、東京オリンピック公式アートポスターの制作、上皇御製(天皇御在位中)の謹書を担当。2013年には紺綬褒章を受章した。

今月の表紙



今月の夢追い人：合同会社みなふく(みなふく食堂)

お客様から「ごちそうさま」だけでなく、「ありがとう」と言われる食堂。写真は「わらじコロッケ定食」で通常サイズのコロッケ3つ以上の大きさ。鼻緒の部分はエビフライを使い、ボリューム満点。新メニュー「暁まわり定食」も販売予定です。→続きは12ページをご覧ください。

# 消費購買動向調査結果から見る

## 福島市の“商業力”

# 福島市民の地元購買率



この数年、コロナ禍で外出を自粛する傾向が続いていましたが、5類へ移行してからは、消費マインドも上昇傾向にあるとされています。一方福島市では、福島駅東口の再開発事業が規模縮小など見直しを迫られているほか、5月6日にはイトーヨーカドー福島店が閉店。その後の利活用が決まらないまま、福島駅東西が一体となった魅力あるまちづくりについては、課題が山積しています。

今月号では、3年に1度実施されている福島市の消費購買動向調査結果から、消費者ニーズの変化や小売店の課題について考えていきます。

### 第16回 消費購買動向調査結果報告書（令和6年3月）

調査対象：福島市内全域より抽出した3,000名を対象 調査期間：令和5年11月15日～12月15日  
調査方法：郵送による配付・郵送およびインターネットによる回収（回収率30.3%）



## 買物は「郊外」や「ネット通販」へと変化している

### ■買物場所利用頻度の上位地区

平成14年度まで第1位だった「中央（駅東口）周辺」は、駅前の大型店舗撤退などにより年々下がり続け、令和2年度の調査以降はランク外となっています。一方、黒岩・太平寺・鳥谷野など「<sup>すずのめ</sup>杉妻地区」が平成17年度以降は上位にランキングし、北信地

区や清水地区などを含めた、国道沿いにある大型店舗を利用する頻度が増加しているのが見て取れます。また令和2年度には「インターネット販売」がランクインしていて、コロナ禍をきっかけに、今後も利用頻度が増えると予想されます。

	第1位	第2位	第3位	第4位	第5位
平成14年度	中央（駅東口）周辺 15.8	清水 13.0	杉妻、余目・矢野目（北信） 11.2	中央（駅西口）周辺 9.3	中央（駅西口）周辺 9.3
平成17年度	杉妻 14.5	余目・矢野目（北信） 12.6	清水 11.9	中央（駅東口）周辺 11.7	中央（駅西口）周辺 8.2
平成20年度	余目・矢野目（北信） 12.8	杉妻 11.6	清水 11.3	中央（駅東口）周辺 11.1	中央（駅西口）周辺 8.2
平成23年度	杉妻 12.2	余目・矢野目（北信） 12.0	中央（駅東口）周辺、清水 10.3	中央（駅西口）周辺 6.4	中央（駅西口）周辺 6.4
平成26年度	杉妻 13.2	余目・矢野目（北信） 11.5	中央（駅東口）周辺 10.5	清水 9.8	中央（駅西口）周辺 7.3
平成29年度	杉妻 13.2	清水 9.8	余目・矢野目（北信） 9.6	中央（駅東口）周辺 8.9	中央（駅西口）周辺 6.4
令和2年度	杉妻 15.9	余目・矢野目（北信）、清水 8.8	中央（駅西口）周辺、インターネット販売 6.9	中央（駅西口）周辺 6.9	中央（駅西口）周辺 6.4
令和5年度	杉妻 13.8	インターネット販売 9.2	余目・矢野目（北信） 8.0	清水 7.9	鎌田・瀬上（北信） 6.8

## 福島市民は、どこで・何を購入しているのか

### ■居住地区別買物品目別地元購買率

「食料・飲料・嗜好品」については地元購買率が高く、「中央／杉妻／鎌田・瀬上」地区では7割を超えています。「化粧品・医薬品・日用品」も同様で、「杉妻／清水／信陵／鎌田・瀬上／吉井田／信夫」

地区で6割を超えています。また、「余目・矢野目」地区では6品目で地元購買率が5割を超えており、居住地域に大型店舗がある地区では、地元で消費する傾向が強いことが分かります。

	衣料品	食品・飲料・嗜好品	化粧品・医薬品・日用品	アクセサリ・小物	スポーツ・レジャー用品	家具・寝具・室内装飾	家庭電化製品	書籍・文具・音楽・ゲームソフト	家庭・園芸・ペット用品	無回答
中央地区	43 (45.7%)	66 (70.3%)	54 (57.5%)	38 (40.4%)	14 (15.0%)	28 (29.8%)	20 (21.3%)	55 (49.0%)	23 (47.6%)	26 (27.7%)
渡利・立子山地区	2 (4.3%)	11 (23.9%)	5 (10.9%)		1 (2.2%)		1 (2.2%)	1 (2.2%)	2 (4.3%)	10 (21.7%)
杉妻地区	12 (36.4%)	25 (75.8%)	23 (69.7%)	8 (24.2%)	16 (48.5%)	19 (57.6%)	18 (54.5%)	14 (42.4%)	20 (60.6%)	13 (39.4%)
蓬萊地区	1 (3.0%)	10 (30.3%)				1 (3.0%)			6 (18.2%)	9 (27.3%)
清水地区	28 (39.4%)	48 (67.6%)	47 (66.2%)	10 (14.1%)	14 (19.7%)	17 (23.9%)	22 (31.0%)	26 (36.6%)	38 (53.5%)	19 (26.8%)
信陵地区	9 (27.3%)	22 (66.7%)	23 (69.7%)	7 (21.2%)	7 (21.2%)	2 (6.1%)	6 (18.2%)	4 (12.1%)	8 (24.2%)	11 (33.3%)
東部地区	2 (5.4%)	10 (27.0%)	9 (24.3%)	1 (2.7%)	1 (2.7%)		3 (8.1%)		1 (2.7%)	11 (29.7%)
鎌田・瀬上（北信）地区	8 (25.8%)	23 (74.2%)	21 (67.7%)	4 (12.9%)	3 (9.7%)	5 (16.1%)	14 (45.2%)	15 (48.4%)	19 (61.3%)	5 (16.1%)
余目・矢野目（北信）地区	13 (52.0%)	14 (56.0%)	13 (52.0%)	14 (56.0%)	15 (60.0%)	8 (32.0%)	13 (52.0%)	11 (44.0%)	10 (40.0%)	2 (8.0%)
吉井田地区	1 (5.0%)	12 (60.0%)	13 (65.0%)	3 (15.0%)		1 (5.0%)	6 (30.0%)	11 (55.0%)	5 (25.0%)	2 (10.0%)
西・土湯地区	1 (5.9%)	5 (29.4%)	9 (52.6%)	1 (5.9%)	1 (5.9%)				7 (41.2%)	4 (23.5%)
飯坂地区	4 (9.1%)	17 (38.6%)	13 (29.5%)		2 (4.5%)	1 (2.3%)	1 (2.3%)	2 (4.5%)	4 (9.1%)	21 (47.7%)
松川地区	2 (6.3%)	9 (28.1%)	7 (21.9%)				1 (3.1%)		2 (6.3%)	7 (21.9%)
信夫地区	4 (8.5%)	32 (68.1%)	30 (63.8%)	8 (17.0%)	4 (8.5%)	5 (10.6%)	24 (51.1%)	6 (12.8%)	10 (21.3%)	7 (14.9%)
吾妻地区	6 (9.8%)	18 (29.5%)	19 (31.1%)	4 (6.6%)	4 (6.6%)	2 (4.3%)	2 (3.3%)	4 (6.6%)	16 (26.2%)	19 (31.1%)
飯野地区										3 (27.3%)

※該当がないものは空欄

### ■居住地区別消費購買動向の特性

衣料品は主に「駅西口／清水／余目・矢野目」地区のデパート・大型スーパーで、商品の豊富さや値段の安さで購入していることが分かります。食料・飲料・嗜好品は「鎌田・瀬上／清水／杉妻」地区の中小スーパーやデパート・大型スーパーで、駐車場があり、商品が豊富で、自宅や勤務先から近い店舗で購

入しています。家庭電化製品は「杉妻／余目・矢野目／清水」地区の大型専門店、商品が豊富で値段が安く、駐車場がある店舗が選ばれています。

イトーヨーカドーの閉店により、今後駅西口地区での購買動向が大きく変わることが予想され、空き店舗の早期利活用が望まれます。

		衣料品			食料・飲料・嗜好品			家庭電化製品		
		買物場所	店舗形態	選択理由	買物場所	店舗形態	選択理由	買物場所	店舗形態	選択理由
全地区	第1位	駅西口 11.4	デパート・大型スーパー 42.7	商品が豊富 44.7	鎌田・瀬上 11.0	中小スーパー 39.7	駐車場がある 39.1	杉妻 14.6	大型専門店 53.2	商品が豊富 42.6
	第2位	清水 11.3	中小スーパー 11.7	値段が安い 32.8	清水 10.4	デパート・大型スーパー 33.2	商品が豊富 37.9	余目・矢野目 10.8	デパート・大型スーパー 5.4	駐車場がある 30.7
	第3位	余目・矢野目 11.1	大型専門店 9.6	駐車場がある 32.0	杉妻 10.2	生協・農協 4.2	自宅・勤務先から近い 34.1	清水 9.2	ネット販売 5.1	値段が安い 29.0

## 福島市の大型店変遷史

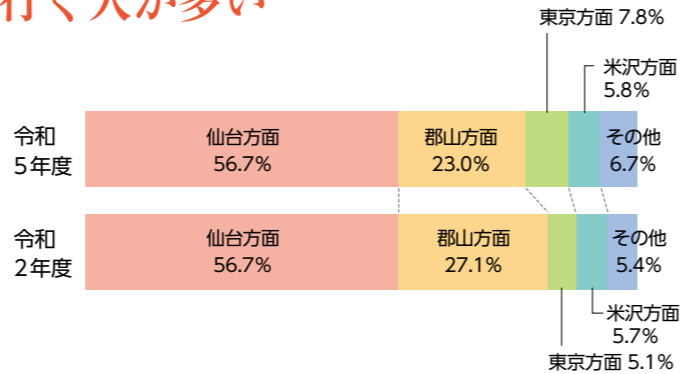
- 平成 3 年 7 月 エンドーチェーン福島店が撤退
- 平成 10 年 2 月 ダックシティ福島ビブレが曾根田に移転
- 平成 10 年 3 月 中合福島店が二番館を増床
- 平成 10 年 10 月 福島サティ(現:イオン福島店)がオープン
- 平成 11 年 9 月 長崎屋福島店(ニュー福ビル)が撤退

- 平成 14 年 11 月 コルニエツタヤが自己破産
- 平成 17 年 3 月 さくら野(ダックシティ福島ビブレ)が撤退
- 平成 20 年 4 月 ニュー福ビルにAXCがオープン
- 平成 22 年 11 月 さくら野跡にMAXふくしまがオープン
- 平成 29 年 8 月 中合福島店二番館閉店
- 令和 2 年 4 月 ドン・キホーテ福島店がオープン
- 令和 2 年 8 月 中合福島店が営業終了

## 定期的に仙台・郡山方面へ買物に行く人が多い

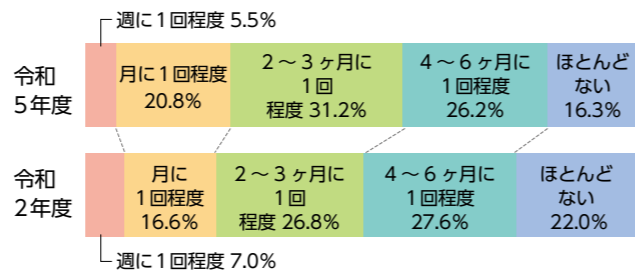
### ■市外へ買物に出かける方面

仙台方面へ出かけるという人が56.7%と最も多く、次いで郡山方面が23.0%となっています。令和2年度の調査に比べ郡山方面が減少し、東京方面が増加しているのが特徴です。仙台へは電車の往復切符や高速バスなどを使い手ごろな料金で行くことができるため、気軽に出かけられる環境が整っていることが、市外へ買物に行くきっかけにもなっていると言えます。



### ■市外へ買物に出かける頻度

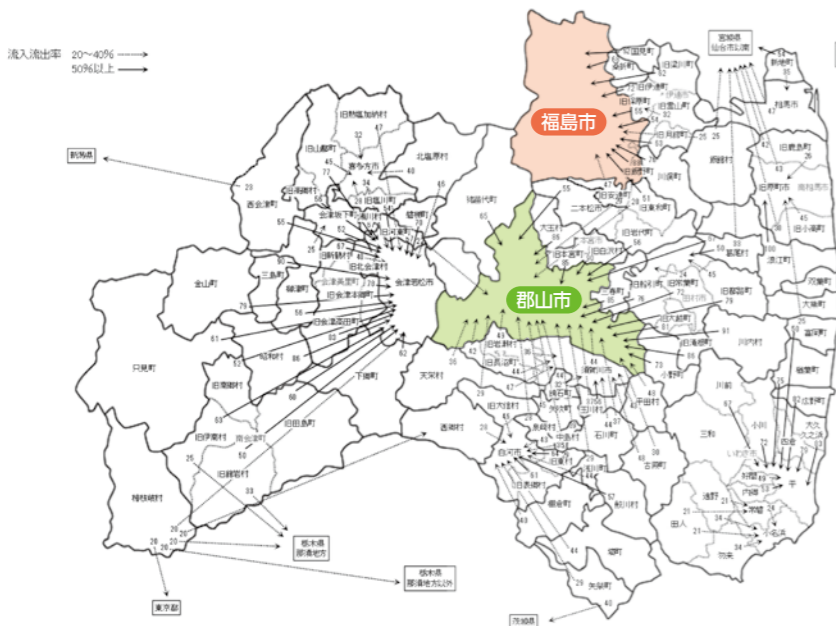
「2～3ヶ月に1回程度」が31.2%と最も多く、令和2年度の調査に比べ、「月に1回程度」「2～3ヶ月に1回程度」が増えているのが分かります。



### ■流入流出図(靴・バッグ) ※第17回 福島県消費購買動向調査結果より(令和2年1月)

「靴・バッグ」については「品数が多い」という理由で買物先を選ぶ傾向が高く、福島市へは伊達市や国見町、桑折町など県北地域から買物に来る人がほとんどを占めています。一方、県内で唯一デパートのある

郡山市には、同じ県北の二本松市では55%、本宮市では85%が流入しており、県中だけでなく一部会津や相双地区からも買物客が訪れています。特に実際に手に取って選みたいというニーズも高いこのジャンルでは、充実した品揃えが、集客にも大きく関わっているのが分かります。



#### 消費者の声

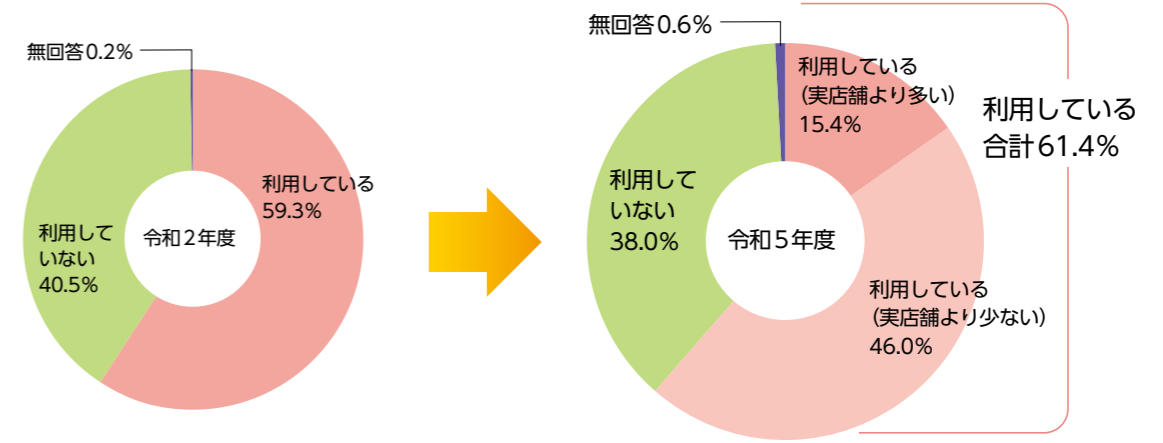
- ▶30代男性(二本松市) 福島市内の高校に通っていたこともあり、月に2～3回は家族で福島市に買い物に行きますが、ドン・キホーテ、イオン、大型家電店など郊外店の利用がほとんどです。
- ▶30代女性(二本松市) 化粧品は実際の色を見て買いたいので中合で購入していましたが、閉店後は郡山のうすいを利用しています。服はエスパルに限って言えば、福島も郡山もあまり変わらないので福島店を利用し、どこでも買えるものはネットで購入するようになりました。
- ▶40代男性(伊達市) 日用品以外は福島市内の店舗を利用します。中心部では、エスパルで衣類を買い、フォーラムで映画を見たり、郊外はスタバや特徴のある喫茶店に行ったりします。

## インターネットでの通信販売やキャッシュレス決済への対応が不可欠

### ■インターネットによる通信販売利用状況

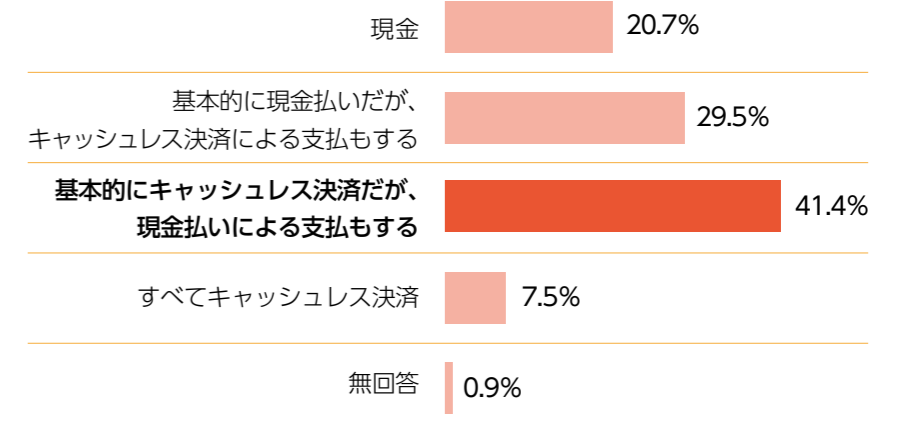
「利用している」が61.4%と6割を超え、そのうち「実店舗より多く利用している」割合が15.4%と1/4を占めています。また「利用している」割合も、令和2年度と比べ2.1ポイント増加しています。コロナ禍を経

て通信販売を利用する人が増加傾向にあるので、SNSなどを活用した販売も、今後ニーズが高まってくると考えられます。



### ■普段の買物の支払状況

「基本的にキャッシュレス決済だが、現金払いによる支払もする」が41.4%と最も多く、キャッシュレス決済と現金払いの併用が70.9%とキャッシュレス決済利用者の合計は約8割に上り、利用が進んでいることが確認できます。スマートフォンの普及率は今や9割に上り、今後ますますキャッシュレス決済を希望する人が増えると予想されるため、対応している店舗を利用したいというニーズが高まることは明確です。



## 実績豊富な専門家対応 デジタル化特別相談会

持続的な発展や成長発展のためにはDXに向けたIT・デジタル化への対応は不可欠です。ITやデジタル化に関する経営課題の解決に本相談会をご活用ください。

#### ご相談内容のイメージ

- ◎販促にSNS等を取り入れたい
- ◎ITを活用して業務の効率化を図りたい
- ◎ITに関する補助金の制度を知りたい
- ※ その他IT活用に関すること

電話での事前予約制です。ご希望の時間とご相談内容をお伝え下さい。

2024年(令和6年)

**6/6** 木

定員

1日5社(各時間帯:1社のみ)

ご相談対応

①10:00 ②11:00 ③13:00 ④14:00 ⑤15:00

場所

福島商工会議所 会議室(コラッセふくしま8階)

予約受付・お問合せ

福島商工会議所 中小企業相談所



**536-3900**

今回の調査結果から、通信販売での買物が増える傾向にはあるが、品揃えが充実しているならば、地元で購入したいというニーズがあるということも見えてきました。市内で長年営業する店舗と昨年オープンしたばかりの店舗に、店づくり・街づくりのために思うことなどをうかがいました。

(株)文化堂 代表取締役 中野義久さん

福島市上町 2-2 TEL 024-572-4443

## 店に魅力があれば、お客さまはどこにでも来る 店や街の持つ課題を“自分ごと”として考えるのが大事

昭和元年(1926)創業の文具と画材の専門店(株)文化堂。長年上町で営業してきましたが、2022年の福島県沖地震で被害を受け御山に移転。現在元の場所に新店舗を建設中で、6月6日に再オープン予定です。



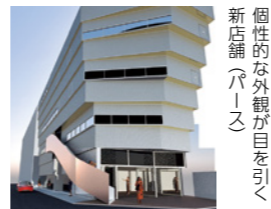
県庁通商店街振興組合理事長を務め、街の移り変わりを見てきた中野さん。以前盛岡市を視察した際、人口はほぼ同じなのに街の規模や賑わいが福島市の4倍ぐらいあるイメージで、商店街が補助金に頼らず活動していることや、街なかを歩く人の多さに驚いたと話します。福島市を振り返ると、商店街ごとに活動することはあっても、他との一体感がないから街全体の統一感もなく、それが魅力に乏しい一因になっているのではと、街づくりが“自分ごと”になっていないのが最大の問題ではと話します。

「集客できないのは、街なかに人が来ないからと『他責』にするのではなく、魅力ある店づくりができていないからと『自責』として捉え、そのためには何が必要かを考える

ことが大事です」。例えば、同社で販売しているオリジナルインク「ヨノモリサクラ」は、富岡町の夜ノ森の桜をイメージして作られたもの。桜の下に集う人々の笑顔と、その桜の色を忘れないようにという思いが込められていて、今では人気の商品となりました。

「今の福島には、若い人が意見を言える場が少ない。アイデアを出しそれを実践できる場がないと、人が育っていかない」と危機感を抱く中野さん。街づくりを進めるには、コミュニティを作り、自由に意見を出せる環境を整えることも必要だと話します。

福島市の人口は、2040年までに22万人まで減少すると試算されています。高齢化と若者離れが進むことが明確なのであれば、それを踏まえた駅前開発を考える必要があり、外から人を集めることのできる拠点を考えないと、課題を打破することはできません。「街の課題を“自分ごと”として考えられる若い世代が増えれば、魅力ある福島市になっていくのではないのでしょうか」と中野さんは期待を込めます。



個性的な外観が目立つ新店舗パース

ウェアシュタット・オオゼキ

werkstatt ohzeki 店長 大関悠人さん

福島市栄町 11-25 AXCビル 1F TEL 024-522-3384

## 物販店がまとまってあることは街の魅力の一つ そのためにも、地域全体を盛り上げるサポートが不可欠

お父様が長年営んでいた「理容大関」を改装し、昨年4月にオープンしたウェアシュタット・オオゼキ。学生時代から靴づくりに興味があったという大関さんは、専門学校で技術を学んだ後



ドイツへ渡り、腕を磨きました。30歳で帰国し、義肢装具会社に就職。膝や足の痛みで悩む患者さんに対し、最適な装具を作る仕事を7年続け、昨年福島に戻ってきました。「業種は変わっても会社を継ぎたいという思いがあったから、場所は福島以外考えられませんでした」と大関さん。整形靴という福島市にないジャンルのものだからこそ、この場所で店を開きたいという思いが強かったと話します。

足や靴に悩みを持つ方が多く来店します。カウンセリングでは悩みを聞き、足の型を採ったり状態や歩様を確認して、その人の抱える問題を分析し、何が最善かを探ってい

ます。サイズが合っていないかったり、履き方が正しくなかったりする場合には、商品を販売せずアドバイスだけになることも。「足に合う物、足に優しい靴、足に優しい靴の技術」をコンセプトに、そこから逸脱することはしないという信念と丁寧な対応が、顧客の信頼獲得にもつながっています。

そんな大関さんに福島の好きなところをたずねると、稻荷神社の秋の例大祭がとても大事なもので、ドイツにいた頃も祭りに合わせて帰国していたとの答えが。一方で、駅前のこの状態が長く続くと希望が感じられない街になり、これから大人になる人は福島を離れてしまうかもと危機感を募らせます。「福島に住みたい、戻って来たいと思う人がもっと増えるような街にするためには、変化している、前進していることを見せていくことが必要」と力を込めました。



会津や郡山、宮城、山形などから来店する人もいるほか、カフェの利用をきっかけに修理や相談を受けることもあるという

# トレンド通信

## ラーメン「1,000円の壁」は越えられたのか

外食のラーメンの標準的な価格が1,000円を超えたかどうか、話題になっています。この1,000円という価格は、相場ともいえるもので、消費者から見ればこれ以上は出せないと感じる心理的な壁であり、提供する側から見れば、本当は超えたいけれど、超えてしまうと一気に売り上げが落ちるリスクを感じるラインです。

最近になって、行列ができる人気店で最も標準的な商品に1,000円以上の値付けをするところが増えてきています。光熱費や原材料価格の高騰で、壁の手前で痩せ我慢するより、きちんと特徴を打ち出して納得ずくで1,000円以上払ってもらおうという考えの店が増えてきました。一方、大衆的な中華食堂チェーンなどでは、ラーメン1杯どころか定食ですら1,000円以下を維持する店もあります。話題性や感動を求める市場と、日常の節約志向の両方が並行して繁盛しており、ここでも市場は二極分化していると感じます。

こうした価格面の心理的な壁は、それを越えた先駆者の高付加価値商品が受け入れられることによって徐々に崩れていくものです。例えば、サバの水煮やみそ煮の缶詰はかつて100円以下でスーパーの特売品の目玉として安売りされる存在でしたが、この数年で健康ブームに乗ったこともあり、200円台から300円台、ブランドの確立したサバを使った商品では400円を超えるものも市場に定着してきました。

先日、こうした価格設定について面白い話を聞きました。近年、茨城県で徐々にご当地グルメとして知られるようになってきた「いばらきガパオ」の仕掛け人と話していて、「日常的になじみのあるラーメンや焼きそばなどは、だいたいこれくらいの価格が上限という壁ができやすい」という一方、「あまりなじみのない新規性のある商品は、最初からある程度高い価格設定をしても受け入れられやすい」というのです。

価格の壁は長年の習慣によって形づくられるため、同じものでも先入観のない場所では新規性のある価値として受け入れられます。先に挙げたラーメンの例でいえば、

国内で人気のラーメンチェーンが1,000円以下で売っているのと同じとんこつラーメンが、ニューヨークでは3,000円以上で売られています。「ラーメンの1,000円の壁」は、実は世界にはほとんど存在せず、欧米やアジア、インドでもラーメンは1,000円以上するのが普通です。これは、それぞれの地域にとってラーメンが珍しく、新規性のあるものとして市場開拓をスタートしているからだと考えられます。

こうしたことは外食産業に限らず、工業製品などのものづくりについても、よくいわれることです。これまでの物差しや習慣で計れない価値を提供することで、価格設定の主導権が握れます。同じ場所で新規性を追求するか、同じものでも違う場所で勝負するか、壁を超えた方法はいくつもありそうです。



日経BP総合研究所 上席研究員 渡辺 和博

◇渡辺 和博 / わたなべ・かずひろ

日経BP総合研究所 上席研究員。1986年筑波大学大学院理工学研究科修士課程修了。同年日本経済新聞社入社。IT分野、経営分野、コンシューマ分野の専門誌編集部を経て現職。全国の自治体・商工会議所などで地域活性化や名産品開発のコンサルティング、講演を実施。消費者起点をテーマに「地方発ヒットを生む 逆算発想のものづくり」(日経BP社)。





# こちら中小企業相談所

当所の中小企業相談所担当職員から、事業主の方に経営改善やお悩み解決にお役立ていただくための情報を提供するコーナーです。

商工会議所の「マル経融資」融資限度額 **2,000万円**  
無担保 無保証人 機械備品・車両等の購入、運転資金に。詳しくは、当所までお問い合わせください。  
 問 ☎024-536-3900

## 令和6年分所得税・住民税の定額減税が始まります

「令和6年度税制改正大綱」において税制改正の内容が決定され、令和6年6月1日以後最初に支払う給与等の源泉徴収税から定額減税が実施されます。今回の相談所コーナーでは定額減税の概要をご説明いたします。

### 【I】 定額減税の控除対象者

令和6年分所得税の納税者である居住者で、令和6年分(個人住民税は令和5年分)の合計所得金額が1,805万円以下の方です。

### 【II】 定額減税の額

減税額は納税者本人で所得税3万円、住民税(所得割)1万円です。同一生計配偶者(合計所得金額48万円以下)、扶養親族(合計所得金額48万円以下)も同額で合計人数分を納税者本人分に合算して減税します。

#### ≪定額減税額≫

	所得税	住民税
納税者本人	3万円	1万円
同一生計配偶者	3万円	1万円
扶養親族	3万円×人数	1万円×人数

### 【III】 減税の仕方

#### (1) 所得税の減税

- ①個人事業主等(事業所得・不動産所得等のある方)  
毎月の事務はなく確定申告で減税します。予定納税対象者は予定納税より減税されます。

- ②給与所得者(青色事業専従者、役員報酬の方も含む)  
6月1日時点で在籍し、源泉徴収税額表の甲欄が適用される給与所得者(扶養控除等申告書を提出している方)は、源泉徴収義務者(雇用主)が「月次減税事務」により6月1日以後に支払う給与等(賞与の支払いが早い場合は賞与)の源泉徴収税より減税を行います。  
6月に減税額を引ききれない場合は、7月以降の給与等から減税額を引ききるまで順次減税します。  
※6月2日以降雇用された従業員は月次減税事務で減税せず、年末調整の際に減税します。詳細は令和6年9月頃から国税庁HPに掲載予定です。

#### (2) 住民税の減税

- ①普通徴収の方  
令和6年度分の第1期分(6月分)の納付額から控除されます。控除しきれない場合は第2期分(8月分)以降の納付額から順次控除されます。
- ②特別徴収の方  
令和6年6月分は徴収する必要はありません。各市町村から届く「令和6年度分の個人住民税の特別徴収税額通知」に記載の減税後の税額を令和6年7月分給与から天引きします。  
※住民税の定額減税に関するお問い合わせは、各市町村の市民税課等(福島市は左記)へご連絡ください。

### 定額減税セミナーにぜひご参加ください!! 「所得税・住民税の定額減税のポイント」

当所では定額減税の概要と実務対応を解説するセミナーを下記の通り開催します。この機会にぜひご参加ください。

- 日 時 令和6年6月13日(木) 14:00~16:00
- 会 場 コラッセふくしま4階401会議室
- 定 員 50名(申込先着順)
- 申 込 今月号の同封チラシまたは右記QRコードでお申込ください。



## Business Condition 中小企業 景況調査結果

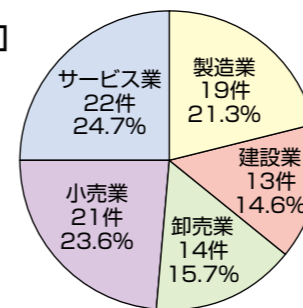
調査対象期間 2024年1~3月期

この調査は、福島商工会議所管内の景気動向を把握するために、四半期毎の景況を会員企業から回答していただき、集計値をDIで表示しているものです。次回は8月号でご報告します。

### 【今期の調査概要】

福島市内会員事業所 89社(回答率85.5%)

- ・製造業 19件
- ・建設業 13件
- ・卸売業 14件
- ・小売業 21件
- ・サービス業 22件



### 「人手不足」40%超。調査開始以来、初めて。

今回の調査結果では、景況感でマイナス幅が拡大したものの、採算は大きく回復しています。物価や人件費等の高騰が依然として経営に大きな影響を及ぼしているものの、これまで悪化していた財務状況がアフターコロナに入り改善された企業や、価格転嫁等による収益性の改善が図られた企業が増加していることも一因として考えられます。

管内の設備投資は、前期比12.1ポイント減少の28.1%となったものの、依然として全国の設備投資率を上回っており、来期予測も高水準で推移しています。

直面する経営の問題では、引き続き「原材料価格や仕入価格の上昇」と「従業員の確保難」が上位課題として挙げられており、特に従業員については、調査開始以来初めて「不足」が40%を超え、幅広い業種で人手不足感が強まっています。

調査項目	比較方法	DI値/割合 (前回DI値)	状 況
売 上	(前 期 比)	▲19.1 (▲5.4)	前期比13.7ポイント減少
	(前 期 比)	▲15.7 (▲9.8)	前期比5.9ポイント減少
業 況	(今 期)	▲24.7 (▲26.1)	前期比1.4ポイント増加
	(来期予測)	▲9.0 (▲23.9)	前期比14.9ポイント増加
採 算	(前年同期比)	▲12.4 (▲28.0)	前期比15.6ポイント増加
	(来期予測)	▲9.0 (▲15.2)	前期比6.2ポイント増加
設備投資	(実施した割合)	28.1% (40.2%)	前期から12.1ポイント減少
	(過 剩)	5.6% (7.6%)	前期から2.0ポイント減少
従 業 員	(不 足)	42.7% (39.1%)	前期から3.6ポイント増加

### 直目している経営上の問題点と各業界からのコメント

業種	2023年度第4期 今期(2024年1月~3月)	前期比
製造業	1位 原材料価格の上昇	→
	2位 従業員の確保難	↑
	3位 人件費の増加	→
建設業	1位 材料価格の上昇	→
	2位 官公需要の停滞	↘
	3位 民間需要の停滞	↑
卸売業	1位 仕入単価の上昇	→
	2位 人件費以外の経費の増加	↑
	3位 需要の停滞	↘
小売業	1位 仕入単価の上昇	→
	2位 需要の停滞	↑
	3位 販売単価の低下・上昇難	↑
サービス業	1位 従業員の確保難	→
	2位 需要の停滞	→
	3位 材料等仕入単価の上昇	→

前期と比べて ↑:上昇 ↓:下降 →:変動なし ↗:やや上昇 ↘:やや下降

問 調査担当 経営支援課 ☎024-536-3900

#### 業界の動向に関する各社コメント

【製造業】  
 ○コロナの影響が国内車両部門にまだ出ている(回復していない)。  
 ○業種柄ペーパーレス化のスピードは早く、受注量確保が価格引上げより先決となりつつ、業況の回復に至っていない。賃上げより、原料価格高騰対策を優先すべきである。

【建設業】  
 ○人件費、資材が高騰しているが、公共事業の予算は増えない。  
 ○物件の減少、有資格者の確保難。

【卸売業】  
 ○需要に供給が追いつかない状況が続いている。  
 ○仕入単価が上がっても販売単価が上がらず、思うような利益がない。  
 ○社員募集をしても希望者がいない。  
 ○暖冬の影響で業績が悪化した。

【小売業】  
 ○受注は順調に推移しているものの、メーカー出荷が減少しているため、売上・利益ともに減少。

【サービス業】  
 ○東北地方は全般的にインバウンド(外国人旅行者)が増加しているが、福島県は原発事故の後遺症(処理水放流)のため、韓国・中国等に敬遠されている。  
 ○市内の需要が低下している状況。  
 ○需要増につき、増員したいが良い人材が見つからない。

# 中小企業のためのDX事例

## ▶ 薬剤師が開発する現場作業効率化のデジタルサービス

薬剤師の山口洋介さんは、東京の神田神保町で調剤薬局を経営する傍ら、同業者である薬剤師にとって現場で役立つデジタルサービス開発も行っています。今回は、山口さんが開発したデジタルサービスをご紹介します。

山口さんが開発活動を始めたきっかけは、薬局を開業した現場での経験にあります。開業当初は「ワンオペ」で多忙を極めていました。その状況を打開するために、市販のITツールやソフトウェアを探しましたが、いいものが見当たりません。そこで未経験ながらプログラミングを独学し、自分の業務効率化のためにいろいろなデジタルサービスを開発し始めました。

初めに成果を上げたのは「ビッグデータ解析による薬品の棚配置の最適化」です。以前は薬を50音順で棚に並べていましたが、調剤実績データを分析して、頻出する薬の組み合わせを導出し、その組み合わせごとに近くの棚に配置することで、調剤時間を半分近く減らすことができました。

次に成果があったのは、「スマートスピーカーを使った月次実地棚卸業務の効率化」です。これまで月次棚卸は、両手を使って錠剤数を数えてパソコンまで移動し、システム在庫と突き合わせていました。両手がふさがっていても耳と口は空いているので、当時販売し始めたばかりのスマートスピーカーを使うことにしました。錠剤を数えながら薬の名前を言うと、システム上の在庫数をしゃべってくれます。また払い出し実績も需要予測もできるので、「どのくらい出てる？」と聞くと過去数カ月の実績を答え、「どのくらい出そう？」と聞くと向こう数カ月の需要予測をしゃべります。これにより労力を5分の1くらいに減らすことができました。

これらの自分のために開発したツールをSNSでシェアすると、同じ悩みを抱える同業者から多くの前向きな反応がありました。自分では気が付かなかった要望いろいろと挙がり、すぐに実装して試してもらおうということが続け、その結果デジタルサービスのスタートアップとして起業することになりました。

「自分のために開発したツール」の象徴的なエピソードとして、スマートスピーカーによる応援機能があります。業務終了時に薬剤師がスマートスピーカーに向かって「ありがとう」と言うと、「お仕事頑張ってくださいね」と答えるものです。毎月この地道な業務を行っているのに誰にも褒められなかったが、このスピーカーに初めて応援してもらえたと感じる薬剤師が多くいたそうです。もしシステム開発会社に外注して、見積額が高いと感じたら真っ先に削られる機能ですが、薬剤師が開発し薬剤師が評価するとこの機能が実装されるのかと気付かされ、現場で使う人が開発する意義を改めて感じました。

(この事例は筆者取材時のものであり、現在では異なる場合があります)



ウイングアーク1st株式会社 データのじかん主筆 大川 真史



◇大川 真史／おおかわ・まさし  
ウイングアーク1stデータのじかん主筆。IT企業を経て三菱総合研究所に12年間在籍し、2018年から現職。専門はデジタル化による産業構造転換、中小企業のデジタル化。

# 職場のメンタルヘルス

今月のテーマ ● メールでのクレームへの対処法

メールなどを通じて、クレームが入ることが多くなっていると思います。このように、相手とのやりとりがマイナススタートとなる場合は、さらなる火種をつくらないうように慎重に対応しなくてはなりません。そのためには、こちらの意向を理解してもらえるよう「相手の気持ちを意識した文面」「分かりやすく受け止めやすい表現」にする必要があります。そのポイントについてお伝えします。

不備やトラブルがあった場合は、事実関係の確認や説明も重要なのですが、まずは相手が訴える主感情を見極めることが大切です。事実よりも先に、相手の感情にフォーカスすることです。例えば、「不快感」「怒り」「不安」「焦り」などの気持ちを見極めて、緩和する方法はただ一つ。「受け止めること」です。

「どういつもりですか?!」というような怒りのこもった質問形式のメールに関しては、問いに真摯に答えようとすればするほど「そんなつもりではない」と、こちらの言い分を並べてしまいがちです。しかし、それでは逆効果です。相手は、こちらの思いや都合などに関心はありません。答えて良いのは、例えば手続きの方法など、事実の問い合わせに対してのみです。単なる「確認事項」や「方法」といった内容であれば、速やかに答えてください。しかし、姿勢や思いなどに関する問いには、「答える」のではなく「応える」ことが大切です。相手が伝えてきた内容を、そのままのフレーズを使って受け止める表現が必要です。訴えている気持ちが受け止められたか否かが、それ以降の状況に大きな影響を及ぼします。

その上で、なぜそのような状況になったのかを伝えることも必要なのですが、人は相手からの言い訳を拒否する傾向があります。言い訳は、マイナスイメージで捉えられやすく、責任転嫁していると認識されやすいからです。言い訳と捉えられないようにするためには、「〇〇と思っていた」などの感情論をできるだけ避けることです。

事実を先行させ、簡潔に伝えることを心掛けましょう。事実を伝えることは説明することであり、「実際に何が起きたのか」を知りたい欲求に応えることになります。

ただし要領を得ないと、原因も分からず謝罪しているのかと、さらに怒りを買う場合がありますので、トラブルの原因をあやふやにせず、不手際や失敗など、ミスの原因を端的に伝えましょう。その結果、相手に受け入れられやすくなり、さらなるクレームを避けることにつながるのです。



日本メンタルアップ支援機構 代表理事 大野 萌子

◇大野 萌子／おおの・もえこ

法政大学卒。一般社団法人日本メンタルアップ支援機構(メンタルアップマネージャ資格認定機関)代表理事、公認心理師、産業カウンセラー、2級キャリアコンサルティング技能士。企業内健康管理室カウンセラーとしての長年の現場経験を生かした、人間関係改善に必須のコミュニケーション、ストレスマネジメントなどの分野を得意とする。防衛省、文部科学省などの官公庁をはじめ、大手企業、大学、医療機関などで5万人以上を対象に講演・研修を行い、机上の空論ではない「生きたメンタルヘルス対策」を提供している。著書にシリーズ51万部超「よけいなひと言を好かれるセリフに変える言いかえ図鑑」(サンマーク出版)ほか多数。



## INPIT 知財総合支援窓口

知財のことならご相談ください  
(相談・支援は無料です)

TEL 024-963-0242

一般社団法人 福島県発明協会

特許

意匠

商標

著作権



「お店が少し分かりづらいんです」と話す穴戸ご夫婦



鼻緒はエビフライのわらじコロケ

**合同会社みなふく(みなふく食堂)**  
福島市黒岩字田部屋53-3 (福島県青少年会館1階)  
☎ 024-572-3167  
🕒 11:30~14:00  
ラストオーダー13:40  
🚗 不定休 📺 あり



## 「ありがとう」と言われる食堂 ~たくさんの苦難を乗り越えて~

### コロナ禍にオープン

福島県青少年会館の1階に入っていたレストランが退店し、やってみないかと声をかけていただいたのが始まりです。ご主人の浩幸さんは、飲食業の経験があり、奥様は洋裁の技術で1990年代に青年海外協力隊員としてルワンダで洋裁を教えたこともあります。二人の夢だった食堂のご縁にあずかり、コロナ禍の令和2年6月に営業をスタートしました。若い頃市内の公民館の青年学級で出会ったお二人は、当時から青少年会館を利用して、披露宴も青少年会館の大会議室で行うなど、お二人にとっては思い出のある場所でもあります。

### 厳しい現実

青少年会館は県外の高校の部活動の遠征などで利用され、レストランは朝晩の食事やお昼のお弁当を提供してきた存在です。しかし、コロナで合宿が軒並みキャンセルとなり、1年目はほとんどお客様の無い状況が続きます。コロナ禍の開業のため国の給付金の対象にもなりません。それでも合宿に来てくれる高校もあり、必死に食堂を守るなか、ある時、前のレストランの看板メニューを食べたいというお客様が訪れ、試行錯誤の結果、今では食堂の看板メニューになりました。少しずつ食堂が軌道にのるなか、施設の老朽化により、昨年から宿泊の受入れができなくなるという事態が生じます。毎年来ていた高校も宿泊場所を移さざるを得ず、高校生たちから贈られた、「ありがとう」の寄せ書きは、お店の壁に大事に飾られています。

### 「ありがとう、おいしかったよ」

白米は1合、カツなどの肉は120g、ヤキソバは2玉が基本量でどのメニューもボリュームがすごいのに、リーズナブル。「普段よく食べる主人が満足できるかが基準になっています」と奥様。とにかくおなか一杯になって、満足して帰ってもらいたいと話し、店名にも

“みんなに幸せになって欲しい”との願いが込められていると教えてくれました。95%のお客様は完食し、女性客(20~60代)がリピーターとして約40%を占め、LINE登録も女性が約45%に急増中です。近隣には、大手チェーン店やイタリアンなど競合がひしめくエリアのなかで女性の心をきちんと掴んでいるようです。お客様からの「ありがとう、おいしかったよ」と言っただけなのが何よりの幸せと話します。

### 新たなメニュー開発

ランチとお弁当の新メニュー開発にも力を入れています。昨年は、中通りの食材を使った「福島中通りめぐり弁当」を開発、販売に力を入れています。

夜は、宴会のご希望があれば食堂を開きます。料金はお料理と飲み放題で3,000円から。ただ、人手がないため瓶ビールもお酒もセルフサービスとなっています。

### 休まないお店

みなふく食堂に定休日はありません。食堂をオープンする前の浩幸さんは多忙を極める仕事で、休みはほとんどなく、1年の半分は出張の日々でした。奥様は食堂に定休日を設けて、きちんと体を休めてほしかったのですが、お客様が必要とくださるのだから、休むわけにはいかないと思っているそうです。「食堂は楽しいし、お客様からの「ありがとう、ご馳走様」が聞きたい」と話すお二人の笑顔で、温かい気持ちになれる食堂です。



## 会員ビジネスボード

自社の新商品、新サービスなどをご紹介できる会員限定の無料情報発信コーナーです。掲載をご希望の方は総合企画課(☎572-7117)までお問い合わせください。

※掲載情報の詳細やお取引に関しては、取引当事者間で直接ご連絡願います。なお、万一トラブルが生じても当所は責任を負いかねます。

### 佐藤菓子舗

#### リーズナブルなフルーツ大福がおすすめ

五月町で70年以上にわたり、饅頭や大福など伝統的和菓子の味を伝えています。季節のフルーツを丸ごと入れた大福が人気の商品です。和菓子を中心に洋菓子、お赤飯、お餅などもご用意しています。お土産やお遣い物にもご利用いただけます。



福島市五月町5-13	写真のみかん大福	280円
☎ 024-522-5962	いちご大福	230円
🕒 9:00~19:00	キウイ大福	150円
🚗 木曜 📺 有	バナナ大福	150円
	チーズ大福	180円 など
	※価格はすべて税込	

### 心と身体の癒し空間 Feel(フィール)

#### お得な足つぼマッサージが20分から!!

足裏には反射区と言われるツボがあり第二の心臓とも言われています。身体のどこかが疲れていたり調子が悪いときに痛みを感じるツボを揉みほぐすと、体調不良を緩和することができます。

当店では20分1,980円(税込)で足つぼマッサージを提供しています。また整体とのセットメニューも血行促進や疲労改善に効果的ですので、ぜひ一度お試しください。スタッフ一同お待ちしております。



福島市曾根田町1-18 MAXふくしま5F  
☎ 024-533-8099  
🕒 10:00~20:00  
🚗 なし 📺 MAXふくしま駐車場

## 「県民のくらし応援文庫」寄贈図書募集中 (福島県立図書館からのお知らせ)

同館では、平成28年度から、県民からの寄贈による「県民のくらし応援文庫」を開設しています。本を通して県民や地域が抱える課題の解決支援に取り組み、文庫の充実のために図書の寄贈を募っています。

- 図書テーマ 育児活動支援、健康長寿支援、まちづくり支援、防災活動支援
- 寄贈要件 ①資料収集方針とテーマに沿ったもの  
②県立図書館の蔵書に無いもの  
③新品の図書現物による寄贈(5万円相当額を1口として1口以上)  
※寄贈図書には、希望により図書への記名等があります。
- 寄贈方法 要事前相談
- お問い合わせ 福島県立図書館 企画管理部 総務担当  
☎024-535-3220(休:月曜、第1木曜)



## 中小企業者の皆さまの資金繰りをサポートします!

### 県緊急経済対策資金 伴走支援型特別資金のご案内



- 制度概要
- 保証料率 SN: 0.20%  
一般: 1.15~0.20%(お客様負担分)
  - 貸付限度額 1億円
  - 貸付期間 10年以内(据置5年以内)

※ご利用には条件がございます。詳しくはこちら →



福島県信用保証協会 福島営業店 Tel 024-526-1530



# 会議所のうごき

4月 2日~24日 福島駅周辺を花でおもてなし



まちなかに花を飾り、市民と観光客に楽しんでもらう恒例事業。駅東口広場にミニ花見山を再現し、駅から続く古関裕而ストリート(駅前通り~レンガ通り)の随所に花モモの木と花見山の切り花を設置しました。

4月 7日 Fukushimaハルフェス in 駅前



歩行者天国となった福島駅前通りを会場に、親子や年齢を問わず楽しめるステージイベントなどで、朗らかな天気の中駅前通りににぎやかな時間をつくりました。ご来場いただいた皆様と、イベントの設営・運営にご協力いただいた皆様に御礼申し上げます。

4月 17日 社会人の基本を学ぶ新入社員研修



市内事業所に今春入社した社員37名が参加。今回の講師は、当所でも初めてとなる劇団四季出身の元ミュージカル俳優・齊藤史緒氏。社会人としての心得から基本のマナー・挨拶の仕方・接客・電話対応、自分で考え行動していくことの大切さを、実習を交えて学んでいただきました。

## 新入職員紹介

4月1日より入所した職員をご紹介します。会員の皆様には、これからお世話になります。

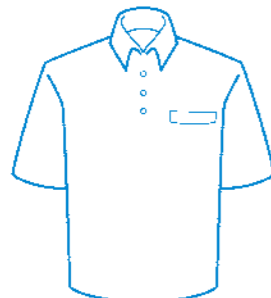
「頼りになる先輩職員にお世話になりながら、一刻も早く会員の皆様のお役に立てるように頑張ります。」



霜山 隼輝 (しもやま・としき)

- 配属：総合企画部 会員サービス課
- 出身：伊達市
- 趣味：読書、筋トレ
- 学生時の所属部：バレーボール(スパイカー)





### 「夏の軽装活動」の実施について

当所は、使用電力抑制に向けた取組の一環として、今年もクールビズ活動に取り組むことといたしました。役職員の執務・接客・会議及び通勤時におけるネクタイ、上着は原則不着用とさせていただきます。

5/1 ▶ 10/31

お問合せ：総務課 ☎572-7115

COOL BIZ

# まどか 福島商工会議所 女性会

第4回福島・相馬・米沢商工会議所女性会交流会

4月16日(火)、東北中央自動車道でつながる女性会の交流会を4年ぶりに福島で開催しました。44名(福島20名・相馬8名・米沢16名)が参加し、古関裕而記念館、医王寺の宝物殿としだれ桜、飯坂学習センターの満開となった花ももを見学しました。

古関裕而記念館では館長より野球殿堂入りをした古関裕而さんが手掛けた数々の作曲の話や金子さんとのラブレターも紹介いただきました。交流会の最後は、日ごろの疲れを癒していただくため温泉の地・吉川屋さんにて、各委員会の発表の後、山川顧問の乾杯で花かご膳の豪華な料理を堪能しました。アトラクションでは古関裕而作曲の「高原列車は行く」をハンカチを振りながら全員で合唱し、熊倉会員の三味線に合わせて飯坂小唄をわらじまつりの絆纏を着て全員で踊りました。



吉川屋での集合写真

その後、米沢女性会の花笠音頭と相馬女性会の相馬盆唄を参加者全員で踊り、女性会同士の間を更に深めた交流会になりました。



高原列車の舞台



飯坂小唄



花笠音頭



相馬盆唄

今月の花時計 テーマ「もりりん」

春の観光シーズンに向け、東口駅前広場に設置している花時計の植替え作業を福島明成高校生物生産科の生徒さんと一緒に3月21日(木)に行いました。同校生徒が育てたビオラなど646株を使って福島市の観光PRキャラクター「もりりん」を表現し、春の訪れを感じる空間となりました。



## TOPICS 青年部トピックス

Young Entrepreneurs Group URL <http://www.fyeg.jp/>

令和6年度がスタート!! 第40回通常総会を開催

4月18日(木)、青年部会員37名の出席のもと、第40回通常総会をウェディングエルティにて開催しました。

安部茂会長の挨拶後、議事に移り、令和5年度事業報告・収支決算、令和6年度事業計画(案)・収支予算(案)すべて承認されました。

また、今年度新たに入会した新入会員のうち、総会に出席した7名への青年部記章の授与式を懇親会の席で行いました。

令和6年度事業計画(案)が承認され、本格的に青年部としての活動がスタートします。

『Grateful Days... and to the future...』~千恩万謝...そしてこの先へ情熱の灯をともしせ~を今年度の全体テーマとして掲げ、各種会議や定例会を実施するほか、福島商工会議所青年部は今年創立40周年を迎えることから、記


念式典・祝賀会の実施、記念誌の発行を行います。安部会長からは、本年度テーマへの想いを所信表明にて語られ、「40年という歴史の中で、多くの汗を流してこられた先輩方、福島商工会議所青年部と共に歩んできてくれた連携団体の仲間、同じ目的意識をもって活動するメンバー、関係するすべての皆さまに感謝の気持ちを伝える一年にしたい」との発表がありました。



所信表明を行う安部会長

## 米沢 【特別展】最後の藩主と米沢士族 上杉茂憲

上杉茂憲は、弘化元年(1844)、12代藩主上杉憲の長男として生まれ、世子(跡継ぎ)として教育を受けました。茂憲が生きた時代は、幕末から戊辰戦争に至る政治的な混乱、廃藩置県と華族・士族の創設、急速な近代化といった劇的な変化の連続でした。本展では、主に幕末から明治20年代にかけて、茂憲と米沢の士族の生き様や思い、両者の関係性、そして地域の近代化に果たした役割を紹介しします。




**展示期間** 前期/4月20日(土)~5月19日(日)  
後期/5月25日(土)~6月23日(日)  
※休館日5月22日(水)

**入館時間** 9:00~17:00 ※入館は16:30まで

**会場** 伝国の杜 米沢上杉博物館

**入館料** 大人/800円  
高校生・大学生/500円  
小学生・中学生/300円  
※入館無料デー  
5月5日(日)こどもの日(高校生以下)  
5月18日(土)国際博物館の日(どなたでも)

**お問い合わせ**  
山形県米沢市丸の内1-2-1  
TEL0238-26-8001  
FAX0238-26-2660  
公式HPIはこちらから→ 

## 相馬 ~一千有余年の歴史を経て、今なお息づく伝統の祭~ 相馬野馬追

相馬野馬追は、相馬地方で3日間にわたって行われる祭典で、国の重要無形民俗文化財に指定されています。約400騎の騎馬武者が甲冑をまとい、太刀を帯し、先祖伝来の旗指物を風になびかせながらの威風堂々にして豪華絢爛な時代絵巻を繰り広げる様子は、まさに天下無比です。

今年から開催日程が5月の最終土曜~月曜に変更となり、今回は5月25日(土)~27日(月)に開催します。熱気あふれる相馬野馬追をぜひご覧ください。



**相馬市・相馬中村神社**  
5月24日(金)  
13:30~ 総大将お出迎え・安全祈願祭

**5月25日(土)**  
8:35~ 出陣式  
9:30~ 宇多郷お繰り出し(市街地行列)

**南相馬市**  
5月26日(日)  
お行列、甲冑競馬、神旗争奪戦など  
(南相馬市原町区 雲雀ヶ原祭場地ほか)


5月27日(月)  
野馬懸(南相馬市小高区 相馬小高神社)


**お問い合わせ** 相馬市観光協会 ☎0244-35-3300

## 2024明治安田生命J3リーグ J2昇格へ挑め 福島ユナイテッドFC!

福島商工会議所は福島ユナイテッドFCを応援しています。本格始動した2024シーズン。寺田周平監督を新たに迎え、決してあきらめない不屈のチームづくりに邁進するクラブへエールを!!

**6月のホームゲーム試合日程**  
6月2日(日) 14:00 vs カマタマーレ讃岐  
とうほう・みんなのスタジアム

福島ユナイテッドFC 公式ホームページ▶ 



## 生命共済制度「エール共済」 新規加入促進キャンペーン実施中 6月30日まで

当所では、会員事業所の事業主・役員・従業員の皆様の確かな安心の確保を目的とした「生命共済制度」[愛称：エール共済]を運営しています。令和6年3月末現在、1,213事業所、約5,600名の方々にご加入いただき、大変ご好評をいただいております。

6月末までの期間中、当所職員と保険引受会社であるアクサ生命保険(株)福島営業所の共済制度推進員が本制度のご紹介で皆様の事業所を訪問中です。福利厚生制度にまつわる様々なニーズに対応いたしますので、ぜひこの機会に生命共済制度をはじめ各種共済制度をお役立てください。

- 【エール共済の特色】**
- ・75歳6か月まで継続可能
  - ・業務上・業務外を問わず24時間保障
  - ・医師の診査が不要
  - ・貴社の福利厚生制度に活用
  - ・剰余金があれば配当金も
- 【充実の保障内容】**
- ・ガン入院一時金
  - ・ガン先進医療一時金
  - ・6大生活習慣病入院一時金
  - ・健康増進に役立つ付帯サービス
  - ・商工会議所独自の各種見舞金・祝金給付



会員事業所のみならず、福島商工会議所 生命共済制度 にご加入のすすめ

**エール共済**

加入期間 11月1日 ~ 10月31日

加入条件 75歳6か月まで継続可能  
加入料 月額1,000円(税込)  
保障内容 がん・がん先進医療・6大生活習慣病・健康増進サービス

福島の皆様へ  
福島の皆様へ  
福島の皆様へ

福島商工会議所

○福島商工会議所生命共済制度[エール共済]は[定期保険(団体型)]+[商工会議所自家給付制度]で構成されています。  
○ご加入にあたってはパンフレット、重要事項説明書(契約概要・注意喚起情報)を必ずご覧ください。

私たちはアクサ生命保険(株)の共済・福祉制度推進員です。  
ご訪問の際はよろしくお願いたします。

**共済・福祉制度に関するお問合せ** 福島商工会議所会員サービス課 ☎024-572-7116

**引受保険会社** アクサ生命保険(株)福島営業所 ☎024-536-2407

 石添 淳一 営業主任	 菅野 優子 営業主任	 伊藤 ヒトミ 営業主任	 國分 おかる 営業主任	 斎藤 克博 営業主任補	 丹野 恵子 営業主任補
 高橋 幸子 営業主任補	 大竹 陽子 営業主任補	 筋内 元春	 馬場 秀二	 島貫 千登勢	 小幡 唯人
 雫子 波美恵	 瀧口 智恵子	 河内 翔子	 佐藤 宏美	 佐久間 金豊	