



ご存知ですか？ 小売等役務商標制度の導入について

商 標法の一部が改正され、平成19年4月1日より小売等役務に関する商標登録出願の受付が開始されました。小売等役務商標とは、小売業者または卸売業者（以下「小売業者など」）が、小売店などにおける店舗の看板、従業員の制服、ショッピングカート、レジ袋などに表示する商標のことです。これまでは個別の商品との具体的関連性が見出しにくいので、商標法による保護の対象とはされていませんでしたが、今回の改正にともない、小売業者などが行う商品の販売に付随したサービスとして商標法上の役務に含まれるものと位置づけ、その役務について使用する商標を保護することができるようになりました。

また、広範な商品を扱っている場合でも「小売サービス」という一つの分野で商標権の取得が可能となり、より低廉に権利を取得することができます。

このような小売業者などが使用する商標をサービスマーク（役務商標）として保護する制度は、既に欧米をはじめとした多くの国々で採用されており、今回、事業者の利便性向上や国際的調和のため制度導入が図られたものです。

今回の導入により、同業他社が安易に似たような店名で営業できないよう、自社が培ってきた屋号を保護することもできます。特許庁では、新制度の導入に伴い出願日や使用に基づく特例措置なども設けています。詳しくは、下記ホームページをご覧ください。

特許庁ホームページ
URL <http://www.jpo.go.jp/indexj.htm>

お問合せ
特許庁審査業務部商標課
小売等役務商標制度相談窓口
☎03-3581-1101
近畿経済産業局特許室
☎06-6772-5004
社団法人京都発明協会
☎075-315-8686



地域一体

特集

ECCO

で チャンスは広がる！

認知度UP

新規顧客の獲得

リピーターの増加

他店との差別化

中小企業の環境への取り組みとそこから見えたもの

“環境”を経営に取り入れ、独自の社会評価を得た企業が増えている。環境先進都市・京都においても、地域に密着した中小企業や商店街が中心となり、消費者を巻き込んださまざまな環境活動を行っている例

は多い。6月は環境月間。今回はエコロジー対策に取り組むことにより新たな付加価値を得た事例などを紹介し、あらためて、環境について考えてみたい。

付加価値を生み出す環境への取り組み

企業の環境に対する姿勢が業績に直結する

“環境”に対する社会的関心が高まり、持続可能な社会形成に向けての企業責任が問われるようになった。環境省が平成十八年にまとめた「環境にやさしい企業行動調査」によると、大企業の約七五％が産業（オフィス）廃棄物の発生抑制や省エネルギーの推進などに取り組んでいるという。今年四月、改正容器包装リサイクル法が施行されたのを機に、拡大生産者責任（EPR）事業者は製品を製造・販売するだけではなく、使用済み製品の処理・リサイクルにまで責任をもつべきという考え方も、これまで以上に重んじられるようになった。そうした影響もあるのだろう、レジ袋削減対策においても、京都市内のスーパーなどで有料化の実施が始まっている。

こうした取り組みを後押ししているのが、環境に配慮した企業（商品・サービス）を選択し、積極的に購入しようという消費者の増加だろう。環境省による「環境にやさしいライフスタイル実態調査」では、九〇％以上の消費者が「（商品を購入する際に）品質と価格以外にも環境への配慮を判断材料にする」と答えている。消費者の視線がますます厳しくなるなか、環境に対する取り組み姿勢が、企業の業績や売り上げ、イメージを左右する時代になってきたといえるだろう。

*持続可能な社会：未来の環境や次世代の利益を損なわない範囲内で発展する社会

中小企業が「要」となる地域発のエコ活動

COP3（地球温暖化防止京都会議）開催地・京都においても、中小企業や小売店などでさまざまな環境活動が進められている。京都発のKES・環境マネジメントシステムに登録した事業者は六百五十七件（二〇〇七年四月末現在）。古川町商店街（東山区）も登録するなど、その取り組みは地域レベルにまで根を下ろしつつある。また、再生品の販売やトレー・バック類の回収を積極的に行う「めぐるくんの店」認定店は百五十以上にのぼるといふ。こうした活動を通して、事業者の社会的な評価が高まり、それが顧客や取引先の新規開拓、環境に特化した経営プランの展開につながるなど、目に見える効果も表れているようだ。

そのほか、業界団体や組合を中心とした啓発・普及活動も活発で、省エネラベルを添付したエコ家電の販売促進（京都府電機商業組合）や空き瓶回収のローカル・デポジット制度導入（京都府小売酒販組合連合会）など、京都モデルの取り組みが全国に波及した事例も少なくない。

かつてのように、「コストや手間のかかる環境活動は大企業が行うもの」という考えは通用しなくなった。地域密着型の中小企業や小売店が率先して環境に関わりをもち、持続可能な社会形成の一端を担っていくことが求められている。では、地域社会や消費者に対して、具体的にどのような貢献ができるのか。今、あらためて見つめ直したい。

マル経 資金融資

小規模事業者のための
経営改善資金融資制度

ご相談はすべて
無料です

お問合せ・ご相談
京都商工会議所
中小企業経営相談センター
※事業所のある行政区の各支部へ
ご相談ください。（下の地図参照）



経営のご相談はお気軽に

無担保・無保証・低金利（手数料無料）

融資の条件

- 融資限度額550万円（設備・運転を併せた限度額）
 - 返済は元金均等月賦返済。（残債方式で、利息は毎月減額）
 - 信用保証協会による保証も不要。
 - 融資限度額の範囲内で、マル経の借り換えの利用もOK。
 - 返済期間は、設備：7年以内 運転：5年以内（いずれも6カ月以内の据置も可）
 - 利率＝年2.20%（平成19年5月14日現在）
- ※ご相談の内容によっては、ご希望に添えない場合があります。

融資限度額
550万円

利用の対象

- 従業員数が20人以下（商業・サービス業では5人以下）の事業者の方。（ただし、法人役員、家族従業員、パートは除く）
- 従前から商工会議所の経営指導を受けている方。
- 所得税・法人税・事業税・住民税を完納している方。
- 京都市内で、最近1年以上営業している方。



経済環境変化経営改善貸付 へんけい貸付

金利・返済期間等はマル経と同様です。

マル経融資と併せて1,000万円までご利用いただけます。ただし、貸付条件については一部制約があります。詳しくは相談窓口でお尋ねください。（取扱期間は平成20年3月31日まで）

融資限度額
450万円

エコロジー活動を実践することにより
新しい付加価値が加わった京都の事例をご紹介します！

ECO
で
地域一体



ねこ(エコ)バッグ
(京都三条会商店街)

自慢したくなる愛らしいデザイン

マイバッグ持参で地域一体となった街づくり

京都三条会商店街振興組合／古川町商店街振興組合

京都三条会商店街と古川町商店街では、「環境」をキーワードとした取り組みを進めている。「暖冬で冬物衣料が売れなくなるなど、地球温暖化は商店街にとっても身近な問題」と上田照雄理事長(京都三条会商店街)。特に、買い物をするたびに配布されるレジ袋の数は京都市だけで年間五億枚にのぼるといわれ、環境負荷に与える影響が懸念されている。「レジ袋削減に向けて、商店街がはつきりとした姿勢を示すべき」と話すのは阪本啓之さん(古川町商店街)。両商店街は昨年、レジ袋の代わりに使用してもらおうマイバッグを製作し、地域の消費者に提供した。愛らしい招き猫をモチーフにしたねこ(エコ)バッグ(京都三条会商店街)や、商店街のマップを挿入したエコバッグ(古川町商店街)など、創意工夫を凝らしたデザインも人気を集めている。「プレゼント用に欲しいという方もおられて、商店街

のPRにもつながっている」と上田理事長は胸を張る。
ポイント還元で主婦の心をつかむ
今年一月、両商店街は京都市やNPOなどと共同で「マイバッグ等の持参促進及びレジ袋の削減に関する協定」を結んだ。マイバッグ持参率六〇%〜八〇%という高い数値目標を掲げ、普及に向けて独自の取り組みを進めている。京都三条会商店街では、ねこバッグ持参で買い物をするとスタンプカードにポイントを進呈。ポイントが貯まれば環境商品と交換するというもの。メイン顧客である主婦のニーズを敏感にとらえたこの企画は大好評。また、古川町商店街ではこれまでに二千枚のエコバッグを配布、マイバッグ持参が習慣になった消費者も増えた。「地域が一体となって、環境に取り組みしようという意識が芽生えている」と阪本さん。二十一世紀の持続可能な社会の形成に向けて、商店街が果たす役割は大きなものとなっている。

京都三条会商店街振興組合

理事長 上田照雄
所在地 京都市中京区今新在家西町1-1
TEL 075-811-4472
URL <http://www.sanjo.or.jp/>
古川町商店街振興組合
理事長 木村國廣
所在地 京都市東山区古川町通三条下ル古川町543
TEL 075-525-1830

ECO
で
認知度UP



身近な環境教育で支持を拡大

村田堂

国内で廃棄される繊維総量は年間二百万トン。うち約九二%がリサイクルされずに処分されるという。学生服やユニフォームの販売を手がける村田堂が、衣服を通じた環境活動(服育)に取り組むようになったのは二年前。「この分野なら誰にも負けないという『存在感』のある企業を目指した」と長屋博久さん。地域の小・中学生、高校生に向けた環境学習などを積極的に行っている。ペットボトルから繊維を作る実験を楽

しんでもらったり(写真)、天然繊維(ウール)を使ったフェルト作りにも挑戦してもらうなど、机の上にとどまらない「体験型」の指導が人気を呼んでいる。「認知度も高まり、うちの学校へも来てほしい」という要望をいただくことも……。中小企業や個店にとって、手間やコストがかかる環境活動を継続することは容易ではない。今ある知識や経験、ノウハウを生かした同社の取り組みは参考になるだろう。

有限会社村田堂

代表者 長屋吉彦
所在地 京都市中京区高倉通二条上ル天守町744
事業内容 男女学生服、ユニフォームの販売
TEL 075-231-1593
URL <http://www.muradado.co.jp/>

自然エネルギーの有用性に注目

札書房

ECO
で
新規顧客の獲得



再生紙や大豆油インキなどのグリーン用品に注目し、広く注目される前から使用してきた。当初はコストも割高だったが、「誰かが始めなければ、普及しない」という強い思いがあった」と高林伸樹さんは振り返る。札書房が次に注目したのは、自然エネルギーの有効利用だった。二〇〇二年、印刷業界として初めて「グリーン電力証書システム(写真)」に参加。これは、通常の電気代に加えて、一キロワットにつき四円のコストを

負担することで、風力発電施設の拡充と普及を側面から支援しようという仕組みだ。参加する企業は、グリーンパワーマークの使用が認められる。「印刷物に表示することによって、一人でも関心を寄せる人が増えてくれれば」。最近では環境先進企業という評判が広がり、同社を指定して印刷発注する顧客も増えた。グリーン購入の動きも広がるなか、アイデアと行動力で社会的ニーズに応える企業、として期待が高まっている。

有限会社札書房

代表者 高林伸樹
所在地 京都市左京区田中大塚町129
事業内容 企画、印刷、出版業
TEL 075-781-8925
URL <http://www.tadabooks.com/>

ECO
で
リピーターの増加



空き瓶回収の地域拠点として活躍

鵜飼商店

一升瓶やビール瓶など何度も洗って使用できる「リターナブル瓶」に代わり、缶やペットボトル、紙パックなど、手軽で扱いやすいワンウェイ瓶が普及してからも長い年月が経つ。「ワンウェイ瓶は便利だが、リサイクルには多くのコストとCO2が必要」と話すのは鵜飼裕朗さん。リターナブル瓶の循環システムを見直し、その比率を高めることが、持続可能な社会の形成につながると考えている。鵜飼商店は七年前、他の

市内酒販店と共同で、一升瓶の「デポジット制度(購入後、空き瓶を返却してもらえば容器代十円)を返却する」を始めた。持参ついでに、商品を買う顧客も多く、プラスアルファの効果も表れている。現在、市内百六十八の酒販店の賛同を得、一升瓶・ビール瓶の回収拠点としての役割も果たす。「店頭に並ぶリターナブル瓶(写真)の割合をもっと増やしたい」と鵜飼さんは意気込みを見せる。

株式会社鵜飼商店

代表者 鵜飼裕朗
所在地 京都市上京区大宮通寺之内上ル三丁目北仲之町516
事業内容 酒類販売
TEL 075-441-3885

ECO
で
他店との差別化



エコ商品に特化した販売戦略

フジ電業

「量販店との差別化のために、地域ならではの取り組みを進めている」と伊勢徳太郎さん。二〇〇六年の省エネ法において、電器販売店などに省エネルギーに関わる情報提供の努力義務が規定された。フジ電業では、その数年前から、独自の省エネラベル(現在は全国統一のラベルに変更)を商品に表示(写真)。年間消費電力量やランニングコスト、省エネ基準達成率などを五段階でわかりやすく紹介した。「一人ひとりの

顧客ニーズに合わせ、より付加価値の高いものを提供できるのが地域店の魅力」と伊勢さん。省エネルギーセンターが認定する「中小規模家電販売店省エネ型製品普及推進優良店」に選ばれるなど、エコ商品の販売・普及に対する取り組みは高い評価を受けている。市場競争が激しさを増すなかで、社会的な注目度が高い「エコ商品」に的を絞った販売戦略は、小売店の方向を示す一つの指標となりそうだ。

株式会社フジ電業

代表者 伊勢徳太郎
所在地 京都市右京区花園伊野町3
事業内容 家電販売
TEL 075-463-8272



明確な環境姿勢で
個性を引き立たせる

巷間で広くもはやされる風俗や文化、商品サービスには必ず「流行(ブーム)」がある。そうした市場動向を機敏にとらえることは、経営を続けていくうえで重要なことだろう。大量生産・大量消費の時代は終わりを告げ、企業環境姿勢が社会的にクローズアップされるようになった。最近では、環境に配慮した企業や店舗と優先的に取り引きしようという「グリーン購入」の動きも広がっている。グリーンコンシューマーが増加しているように、消費者の環境意識も高まる一方だ。だが、環境を一度性の流行ととらえ、表面的な取り組みに終始していたのでは、やがてメッキは剥がれ落ち、取引先や消費者から見離されてしまうだろう。社会から投げかけられている視線がどの辺りにあるか、その本質をよく考えてほしいと思う。

ビジネスチャンス拡大しようという企業が増えてきた。今回の取材を通して実感したことは、その取り組みの多くが、地域社会のニーズ、時代の要請に応じた付加価値の高いものだという点。レジ袋の削減や空き瓶の回収、子どもたちへの環境教育……。いずれも大企業には真似のできない小回りの利いたもので、「自分たちのできることから始めよう」という発想から生まれたものだった。決して一朝一夕で成果が現れるわけではないが、こうした地道な努力がやがて評価され、結果として企業や店舗のプラスアルファに結びつくのだろう。

地域に密着した環境活動を行うことで個性をより引き立たせる。そんな時代がやってきた。このチャンスをつまみ取り、新たな経営革新を生かしてほしい。



洛北支部 『平成の姫君』―扇の日・恋の日

京都扇子団扇商工協同組合

京都扇子団扇商工協同組合（福井秀理事長）では、毎年五月一日を「扇の日・恋の日」に定めている。これは源氏物語で女性が光源氏に扇を贈ったと言われている故事にちなんで、「い（51）恋」の語呂合わせによるもの。同組合ではこの日に「平成の姫君」を選出している。



平成の姫君は、名勝嵐山・大堰川で行われる「扇流し」（毎年五月の第三日曜日）に参加。平安時代さながらの王朝の雅を伝える三船祭りのメインイベントとして、十二単衣をまとい、振り袖姿の女性たちとともに、流扇船に積まれた扇を流して奉納者の芸能の上達を願う。

同組合では、扇流しにふさわしい特製のオリジナル扇「五色の扇・うちわ」を製作し、三船祭りに彩りを添えている。また、このような祭りや行事などを通じて、千余年の都・京都で創作され、時代時代の人々から愛されてきた扇子・うちわの優美さや魅力をアピールしている。

そのほか、京都市勸業館内にある常設展示場「人生を彩る扇子たち」では、儀式用・芸能稽古事用・冠婚葬祭用などのさまざまな作品や製造工程を展示。ものづくりを直接肌で感じることができ、場として内外の観光客に喜ばれている。

洛南支部 若者に瓦葺き職人の技術と魅力を教える

京都府瓦工事協同組合

京都府瓦工事協同組合（松田等理事長）では、瓦葺き技術の伝統と魅力を若者に伝えることを目的に、京都瓦技術専門学院（小林藤雄学院長）を運営。千四百年の伝統ある瓦葺き技術を後世につなぐための人材育成に取り組んでいる。

同学院は昭和五十四年に開校されて以来、毎年全国から多くの若者が集い研鑽に励んでいる。訓練生は二年間の普通過程を修了すると、「技能士補」の称号が授与され、二級技能士試験の受験時に学科が免除される。

普通過程は、京都府内の事業所に勤務しながら、同学院において二年間で六百六十時間の集合訓練を実施。事業所での分散訓練（実務経験）を含めて二千八百時間の訓練を受けて、修了する。普通過程では、基本を重視し、建築概論から施工法・製図・積算・安全衛生に至るまで、現場で役立つ訓練を行っている。

また、同学院では集合訓練を通じて仲間意識を養うとともに、人格向上や、人とのつながりを重視する教育にも力を注いでいる。そして、普通過程が終了と短期過程に進むことができ、より専門的な訓練も行われている。



洛西支部 春はあけぼの…… さくらのライトアップ

高雄保勝会

高雄の旅館や土産品店などをつくる高雄保勝会（山崎由喜男会長）では、春の高雄の良さを見てもらおうと、三月三十一日から四月十日の約二週間、桜のライトアップ事業を初めて行った。



観光シーズンを迎え、訪れた人々に数多くの観光名所と山つつじや山桜が一面に咲き乱れる高雄を満喫してもらおうことを目的に、梅ノ尾駐車場付近と嵐山・高雄パークウェイ入口付近の二カ所で桜のライトアップを実施。本所の「桜ライトアップ助成事業」を受けて実現した。

四月に入って急激に気温が低下した日には、照らし出された満開の桜に粉雪が舞い、自然が生み出す幻想的な風情の一幕も。また高雄女による桜茶の接待や、山辺に生息する野生の鹿が里までおりてきて桜の下にたたく姿が見られるなど、観光客は高雄の春を大いに満喫した。

今後、同会では桜の植樹に力を入れ、桜のライトアップを春の観光として定着させ集客につなげたいと考えている。

洛西支部 太秦ブランド 時代劇風アンテナシヨップ

右京区地域経済懇話会

三月十五日から二十一日の一週間、京都府の呼びかけで映画発祥の地「太秦」で京都太秦シネマフェスティバルが開催された。

右京区地域経済懇話会（津田佐兵衛会長）では、このフェスティバルに協賛事業として



三月に本懇話会で取りまとめた「太秦文化圏構想」の具体的事業として「太秦ブランド時代劇風アンテナシヨップ事業」を展開した。

京福電鉄（三月十九日に「嵐電」と改名）「帷子ノ辻駅」改札口の空店舗（嵐電協力）に、実際に映画で使用されている時代劇の調度品（松竹京都撮影所協力）を並べ時代劇映画のお店を演出し、撮影所に入入りする俳優御用達の商品や映画の主人公から命名された銘菓などを販売した。当日、開店一時間で売り切れる商品が出て再入荷に大慌てしたり、商品を片手に町娘や若旦那姿（東映映画村協力）の学生アルバイトと一緒に写真を撮る修学旅行生など、一週間に延べ六百人の来客で賑わった。また、男性客に人気があり、本事業で商品開発し期間限定で販売した銘酒「大映通り」は、地元の高い要望から今後も大映通り商店街で継続して販売されることとなった。

部 地道な活動で 本「安全できれいな商店街」へ

えんえんたん振興会

「ここは、夜な夜な暴走族のたまり場となり、ゴミは散らかり危険な地域として住民から恐れられていた場所であった」と今誰が想像できるであろうか。この場所とは、JR円町駅前、西大路通りと丸太町通りが交差する商店街地域「えんえんたん」である。

えんえんたん振興会（福井章一、会長）では、毎月第三水曜日を「周辺の清掃、不法看板、ポスターなどの撤去、違法駐輪、放置自転車の警告シール貼り」活動の日と決め、たとえ雨が降っても雪が降ってもカッパを着ての活動を継続して行っている。その取り組み姿勢は、確固たる信念のもと、「安全な街は、きれいな街から」という事である。商店街の善意の方々から始まったこの行動は、JRの駅長さん、駅を利用する学校関係の方々、警察の方、市の方にも



広がり、地域の人々が一体となった活動へと展開。この長年の地道な取組が、「恐れられていた場所」から現在の「きれいで安全な街・えんえんたん」へと変貌を遂げた最大の功績であるといえる。何事も「継続は力なり」ということの証明である。

部 京都人の心を形にした 本「京の傘」を紹介します

京都洋傘シヨール商工業協同組合

京都洋傘シヨール商工業協同組合（西畑佳伸理事長）は、創立五十周年の記念事業として、京都の伝統的な素材や製法にこだわった「京の傘」を開発した。

中国など安価な海外製品の浸透で傘の低価格化が進んでいる中、あえて京都伝統工芸の奥深さを前面に出し、絢爛豪華な商品を企画・生産した。



生地は丹後ちりめん、染めは黒紋付染。骨は普通の傘の三倍の二十四本でカーボン骨を、中骨は舞鶴檜を使用。塗りは、手元と骨中骨は朱塗り、黒塗りの漆塗り、手元には金箔と螺鈿加工、そして露先・陣笠には、二十四金メッキを施すなど、全てにおいてこだわりを感じる。丈夫で見えて楽しく、開いても閉じても京都人の心を満足させる傘となっている。

価格は、三十一万五千円（手元が朱塗りのタイプは十八万九千円）。数量限定で注文生産も可能。たかが傘、されど傘、傘は八方広がり縁起もの。豪華オリジナルの自分だけの傘を手元においてみませんか？

活力ある元気な地域づくりへの貢献を目指す



本所青年部（所長 齋藤 司）は四月二十七日、京都プライイトンホテルで通常会員総会を開催し、平成十九年度事業計画などを決めた。

平成十九年度の活動テーマは「スマイル／元気になるY.E.G」。青年部会員は自らのビジネスの成長発展を原点としつつ、活動を通じて相互交流や自己研鑽に努め、同時に地域社会の一員としての役割を積極的に果たすことを目指すというもの。三百八人の会員は、元気がでる勉強部会、ハッスルフレンド部会、

エンジョイミート部会、KYOTO Exchange部会、スマイル・コミユニケーション部会、元気・Y.E.G道場の六部会のいずれかに所属し、テーマに沿って活動を展開することとしている。

所長は「青年部で育んだ信頼関係を礎に、笑顔いっぱい、元気になるような活動・事業を展開し、その輪を、家族・会社・地域社会にも広げていきたい」と抱負を語った。また来賓として村田会頭も出席し、若手経営者らの活動を激励した。

▼山科地域商業ビジョン策定委員会

山科の商業・観光の振興へ！

山科地域商業ビジョン策定委員会（委員長・長谷川正博 京都シテイ開発(株)社長）は、三月十九日、京都市商業ビジョン推進委員会から「山科地域商業ビジョン」の認定を受けた。同ビジョンは、地域の特性に応じた商業ビジョンを地元民間主体で策定する最初の取り組みとして、山科地域の事業者・事業者・住民などが平成十七年九月同委員会を設立、本年の三月十五日に取りまとめたもの。

取りまとめた内容には、山科地域の消費者と事業者を「相思相愛」の関係にとらえ、基本理念を「生活充実型・華やき商業文化都市の創造」とし、「どこでも買物」、「快適空間」など六分野のシンボルプロジェクトを提起しており、今後の施策展開とその実現化策が示されている。なお、同ビジョンの実現のため、同委員会は新たな推進組織の設立を念願する申し合わせも行っている。

また、本所の山科区地域経済懇話会・同観光振興部会は、三月二十五日、山科産業観光ツアーを実施した。本ツアーには百四十二人の申し込みがあり、五十二人（抽選）の参加者は、京菓子の手づく



り体験や老舗料亭の昼食、金属箔粉や生物模型の企業見学、大石神社や随心院の参拝、清水焼団地の展示・実演、琵琶湖疏水の散策など山科の魅力満載の観光振興の可能性を示した。

改進黨本店／猪肉・黒毛和牛専門店

猪肉は、一度食べたなら忘れられない季節の恵みです



「ぬの志し屋」店主 松岡啓史さん

京都で唯一という「ぬの志し屋」の看板を掲げる老舗。「昔、この辺りは洛中と洛外の境目で、それで質の高い洛北の猪を扱うようになったんです」と店主の松岡啓史さん。山野を走り回る天然ものの猪は、脂肪分が少なく、適度に身が引き締まって独特の旨みを醸し出す。牛や豚などとは異なり、個体によってその肉質、風味は千差万別なため、仕入れには特に注意を払うという。



とのほか美味。「信頼できる猟師から、旬の季節に獲れた猪肉だけを仕入れています」。販売は十一月から三月の冬季に限定しているが、シーズン前の夏の間は予約をしておくお客さまも少なくない。最近では、インターネットなどを通して店の評判が広がり、東京や大阪などからも注文が舞い込むようになった。初めて買っていただくお客さまには、ぼたん鍋やすき焼など、猪肉をおいしく食べる料理方法を分かりやすく説明する。そんなこまやかな心遣いが好感を与えているようだ。「うちの店は、京都の『目利き』のお客さまに育ててもらいました。これからも、ええもんだけを提供していきたいですね」と松岡さん。その心意気はすがすがしく感じられた。

改進黨本店
創業は大正六（一九一七）年。洛北や丹波で獲れた高品質な猪肉を取り扱う、京都唯一の老舗。牛や豚などの精肉も販売している。地域店としての親しみやすさが魅力。

DATA
京都市上京区寺町通今出川上ル表町35
TEL 075-(231)-1480
URL <http://www.kaishintei.demachi.jp/>

専門相談のご案内

小規模事業者の皆様のご経営上のご相談に、各専門家が適切なアドバイスを行います。相談は無料、秘密は厳守致しますので、お気軽にご利用ください。

京都商工会議所 中小企業経営相談センター
お問合せ
本部 ☎075-212-6460
洛北支部 ☎075-701-0349
洛南支部 ☎075-611-7085
洛西支部 ☎075-314-8771

■各種専門相談日程

相談分野	時間	相談日	相談場所
法律	午後1時～午後4時 受付は午後3時30分まで	毎週（火）	本部
経営	午後1時～午後4時 受付は午後3時30分まで	毎週（水）	本部
店舗運営管理	（事前予約制）		洛南支部
相続贈与税・資産運用	午後1時～午後5時 受付は午後4時45分まで	第1・3（木）	本部
		第2・4（木）	本部
		第1・3（月）	洛北支部
税務	午後1時～午後5時 受付は午後4時45分まで	第2・4（火）	洛西支部
		第2・4（水）	洛南支部
		第2・3（金）	本部
適年移行・退職金準備・保険見直し・高齢者最適資金	午後1時～午後4時30分 受付は午後3時30分まで	第2・3（金）	本部

法律

取引上のトラブル・手形・小切手・売掛金回収・契約・登記・金銭貸借・不動産売買など。その他交通事故、相続、保証人などの法律問題。

経営

財務・金融、労務管理、生産管理、マーケティング、経営革新、情報化など企業経営に関するさまざまな相談

店舗運営管理

外装（看板、ショーウィンドウ）、配置計画、商品陳列、照明、色彩、POP各種表示、その他商店街の活性化や個店の活カアップの方案など。

相続贈与税・資産運用

不動産の実勢価値や公的評価を参考に、低金利制度の中で資産価値を高める運用方法など、関連する税制面を踏まえながらアドバイス。

税務

所得税（事業所得、譲渡所得など）、法人税、事業承継・相続税、贈与税、事業税、固定資産税、消費税、確定申告の仕方など。

適年移行・退職金準備・保険見直し・高齢者最適資金

平成24年3月31日に廃止される「適格退職年金」の制度移行問題、退職金準備相談、共済並びに資金制度など。

ネットビジネス塾 6月セミナー



これからネット上での販売を始めようと考えている方、すでにネット上にお店を出して売り上げ向上を目指している方など、多数ご参加ください。

6月12日（火）

- ◆第1部 ヤフー株式会社 ビジネスサービス本部 開発部部長 小澤 富士男氏
「ネットショップビジネスのすすめ ～地域商業をネットで活性化～」(初心者向け)
- ◆第2部 グーグル株式会社 広告プランニングシニアマネージャー 高広 伯彦氏
「Google Adwordがつかなく新しい顧客」

6月13日（水）

- ◆第1部 楽天株式会社 楽天市場店舗開発本部 営業開発部エリアサースチーム 綱川 正利氏
「インターネット初心者でもわかる！ ～売れるネットショップの3大要素～」(初心者向け)
「インターネットの現状と効果的なネットショップ運営」
- ◆第2部 ITコーディネーターによる個別相談会 (無料・希望者のみ・予約制)
本所会員WEB制作会社によるPR展示

日時 平成19年6月12日(火)・13日(水)
2日間とも13:00～16:30

会場 ホテルグランヴィア京都 3階「源氏の間」

参加費 ◎本所会員 無料
◎一般 有料・1日あたりお1人1,000円 (当日、受付にて頂戴いたします)

定員 250人 (定員になり次第、締め切ります)

お申込み 本所HP (<http://www.kyo.or.jp/kyoto/>) にアクセスいただき、トップページのWhat's newの「ネットビジネス塾」からお申し込みください。

お問合せ 京都・ビジネスモデル推進センター 林 (hayashi-k@kyo.or.jp) まで