



木越 和夫氏

PROFILE

箸匠せいわ顧問(前社長)。1945年、福井県小浜市の若狭塗製造業者の長男として生まれる。27歳のとき、家業を継いで社長に。1980年、長年の夢であった小売業に転身。わずか一畳から始めた小さな店だったが、徹底したお客様優先主義と社員教育で、全国でも指折りの繁盛店へと成長させる。会社経営の傍ら、年180回以上の講演をこなす。「楽しくすぐに役立つ木越マジック」と好評を得ている。2002年には(有)商売繁盛応援団を設立し、店舗診断や売れる店づくりのコンサルタント活動を行っている。



## 小さな会社を繁盛させる

# 10のヒント

同じような商品やサービスを提供しているはずなのに、行列ができる店とそうでない店がある。その分かれ目となるポイントは何だろうか。商品やサービスだけではなく、たとえば、接客の姿勢、メニューの表示、DMやチラシの中にも、繁盛の秘訣は隠されている。今回は、畳一枚から始めた店を全国でも有数の繁盛店に育てた「箸匠せいわ」顧問・木越和夫氏に取材させていただき、小さな会社を繁盛させるヒントについて、さまざまな角度から伺った。

## 集客の効果的な仕組みを考える

行列のできる店には、ますます行列ができる。繁盛している店は、ますます繁盛する。それは、「人が集まる場所には何かある、面白そうだ」という心理が働くからだろう。では、お客様を店に呼び込むためには、どのような仕掛けが必要なのだろうか。「こんないい商品がありますよ」という押し売りではなく、お客様は「買わされるのではない」と思って逃げていってしまう。まずは、お客様に楽しんでもらう、喜んでもらうという視点をもちることが重要だ。ひと昔前、紙芝居屋は無料で紙芝居を見せることで子どもたちを集め、駄菓子やおもちゃを売っていた。現代のビジネスでいえば、デパ地下での試食や高級車の試乗、家電製品を一定期間無料で使ってもらうなど、経験・体験を取り入れたサービスが、この「紙芝居商法」に相当するだろう。

集客のポイント「得しそ」。「ためになりそう」「楽しそう」という「3T」の要素を積極的に提供していくこと。たとえば、商店街のイベントやセールを日替わり・週替わりで開催している、いつも新しい商品が店頭で並んでいる、あるいはホームページの内容が毎日のように更新されている……。常に、ドキドキ感やワクワク感を発信することによって、お客様からの注目度は自然に高まっていくはずだ。また、「うちは繁盛店です」という演出を考へることも大切。お客様は売れている店、人気のある店から商品を買いたいと思っている。旅館やホテルなら玄関先に「大歓迎! ○○様一行」と書いてみる、小売店なら店頭で祝い花などを飾っておくだけでも賑わいは演出できる。お客様は集めるものではなく、集まるものだという認識をもてば、これまでもとは違った集客の仕掛けが見えてくるだろう。

## 取引先の予期せぬ倒産 資金手当てをどうしますか?

～経営セーフティ共済(中小企業倒産防止共済)制度が守ります～



14,091件\*。この数字をご存じでしょうか。昨年1年間で企業が倒産した件数で、2年連続で増えています。御社の会社が健全でも、「取引先の倒産」により、連鎖倒産に…。そういう事態に、いつ巻き込まれてもおかしくはありません。

そのような不測の事態に直面された中小企業に、資金を迅速にお貸しするのが、経営セーフティ共済(中小企業倒産防止共済)制度です。毎月一定の掛金を積み立てていただいた加入者の方は、取引先が倒産した場合に、積み立てた掛金総額の10倍の範囲内(最高3,200万円まで)で回収困難な売掛債権などの額以内の貸し付けを受けることができます。しかも、掛金は経費(損金)算入ができますので、利益が出ている企業は、節税しながら経営基盤強化が図れます。このような先行き不透明なときこそ、加入についてぜひご検討ください。

\*株式会社東京商工リサーチ調べ。  
2007年1～12月の負債総額1,000万円以上の倒産を集計。

### メリット1

- 最高3,200万円の共済金の貸付けが受けられます
- 取引先が倒産した場合、積み立てた掛金総額の10倍の範囲内(最高3,200万円)で、回収困難な売掛金債権等の額以内の共済金の「貸付け」が受けられます

### メリット2

- 共済の貸付けは無担保・無保証人です
- 共済金の貸付けは無利子です。なお、共済金の貸付けを受けられますと貸付額の10分の1に相当する額が積み立てた掛金総額から控除されます

### メリット3

- 掛金は税法上経費または損金に算入できます

### メリット4

- 一時貸付金制度も利用できます

お問合せ 中小企業経営相談センター ☎075-212-6434

## 小規模事業者のための 経営改善資金融資制度 マル経 資金融資

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、マル経の借替の利用も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)
- 利率一年1.80%(平成20年3月12日現在)
- ※ご相談の内容によっては、ご希望に沿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



## “ありがとうございます”だけで終わらない

「ありがとうございます」は便利なフレーズなので安易に使ってしまいがちだが、これはモノを買ってもらったことに対するお礼の言葉に過ぎず、こちらの気持ちがお客様に伝わりにくい。モノがあり余っている時代だからこそ、モノそのものを売るのではなく、その商品やサービスの周辺にある魅力を開き起こして積極的に訴えていきたい。たとえば、鉢植えの花を買われたお客様には、「この花を大切に育てれば、幸せになると言われているんです」というひと言を添えて、花とともに「家族の幸せ」を売る。また、浴衣を買われたお客様の場合は、「お孫さんと一緒にお祭りに行かれるのですか? いい思い出になりますね」というように、浴衣とともに「孫の思い出」を売っていく。単に「ありがとうございます」を連呼するのではなく、その言葉の前後に「この商品を使うと、こんな豊かな暮らしができますよ」「あんないいことが起こりますよ」など、「爽・健・美」をキーワードとしたプラスアルファの価値を付加して発信することが大切だ。

これは釣られて買ってしまう仕掛けづくりにもつながっていく。たとえば、百貨店に百人のお客様がいたとすれば、最初から目的を決めて買い物をする人はわずか一四%で、残りの八六%は衝動買いをするといわれている。何を買おうか迷っているお客様が、店頭での気の利いたやりとりを耳にすれば、「そんなにいい商品なら、私も買っていこう」と購買意欲を刺激されるきっかけになるかもしれない。ときには、これまでの商売の常識やルールを疑ってみることも必要だ。お客様に掛ける言葉をほんの少し工夫するだけで、商品やサービスに対する印象は大きく変わっていくはずだ。



## お客様のプライドをくすぐる

百貨店や一流ホテルなどで物販展が企画されることがあるが、案に相違して比較的安価な商品が売れることが多いという。つまり、お客様は一流品や高級品ばかりを目当てに来場されているのではないということ。「〇〇ホテルで買いた物をする」「△△百貨店から招待状が届いた」という優越感、プライドがくすぐられる行為に満足を感じているのである。今、デイスカウトショップで安価な商品が大量販売されているが、その反対に「うちの商品は高いです、高級ですよ」と訴えてみる。たとえば、「膳五百円のお箸であつても、「高い」と思っていたけど、意外に安いね」というお買い得感も生まれるだろう。お客様の消費行動の裏に何が埋もれているのかを考えてみたい。



## アラ、マー、ハーと思わせる意外性を押し出す

お客様に足を止めてもらう仕掛けをどのようにつくるのか。ヒントは街中にたくさん転がっている。たとえば、店頭に掲げられた喫茶店のメニュー。単に「オムライス」と書くよりも、「ふわふわ卵で仕上げた王子様のオムライス」と書くことによって、興味をひくことができる。「スーパー車検」奇跡のダイエツト」などのキャッチコピーも同様。「アラ、何かしら?」「マー、こんなことができないの!」「ハー、知らなかった!」と思わせる工夫を考へること。ショーウィンドウに商品サンプルを並べるだけでなく、手作りの人形やオブジェを添えてみる。子どもが好みそうなキャラクターグッズでもいい。「ゆっくりうちの商品をご覧ください」というメッセージを明確に発信することが大切だ。



## すべての行為を売り上げにつなげる

たとえば、売る側の者が近所のスーパーなどに買い物に出かけるとき、わざわざ着替えるのではなく、そのまま〇〇商店という店名入りのエプロンや作業服姿で店内を歩けば、不特定多数の人の目に留まり、もうそれだけで十分な宣伝効果になる。「どここの電気屋さんかしら? そういえば、トイレの電球が切れてたわね」と、新たな商売のきっかけとなることも多い。どこか行楽地に出かけるときも、店名や電話番号の入った営業車を出かける。駐車場に停めておくだけで多くの人の目に触れ、潜在顧客の掘り起こしにつながっていくかもしれない。ちょっとしたアイデアと知恵で、大きなコストをかけることなく売り上げアップにつなげることができる。ヒントは至るところに隠されている。



## 気持ちの伝え方を工夫する

美容室に行ったら、定休日だった。店頭には「本日、定休日です」の張り紙。これでは、お客様に何も伝わらない。本日、技術研修のため休ませていただきます」というひと言を加えるだけで、「技術向上のために努力しているんだな……」と思う人がいるかもしれない。居酒屋などでも「何かオーダーはありますか?」と言うよりも、「あら、もう一本いかがですか?」と勧めるほうが、追加注文が増えるという。この「あら」というひと言に、「もう、グラスが空きましたよ。せっかくですから、もう一杯いかがですか?」という気持ちが込められているからだ。よくDMなどで、「あなただけへの特別プレゼント」と記されているが、同じ心理効果を狙ったものだろう。



## 数字のマジックを活用する

「お買い得、754円」大特価! たったの1960円」など、半端な数字を並べた商品広告を見かけたことがあるだろう。お客様はこの広告を見たとき、「なぜこんな中途半端な価格なんだろう?」とふと疑問に思う。「どういう理由で?」という疑問は、そのまま強い印象となって記憶に残るものだ。これはそんな心理的効果を狙った数字のマジックといえるかもしれない。商品を買われたお客様に、もう一つ余分に買ってもらうのはとても難しい。だが、「お客様、この商品はまとめて十個あると便利です」と多めに言っておいて、その後「十個もありませんね。でも、三個ぐらいは……」と勧め直してみる。こうしたセールストークのなかにも、数字の効用・効果を見出すことができるだろう。



## 売れていないものを仕入れる

市場でよく売れているヒット商品は、取り扱っているライバル店も多く、結局は厳しい価格競争に巻き込まれてしまう。「あの店の商品は、〇〇〇の店に比べて値段が高い」という噂が一旦広がれば、お客様を呼び戻すことは難しいだろう。だが、売れていない商品、他店に並んでいないような商品なら、競合となる店も少ないし、自由に価格を決めることができる。もちろん、売れていなければ何でもいいわけではない。同じような商品でも、「AとBをセットにして販売できないか」「新しい活用法は考えられないか」というように、三百六十度さまざまな角度からスポットを当てて見つめ直してみる。オンラインワンの商品・サービスを掘り起こす「目利き」の力を養うことも必要だ。



## 無用の用を大切に

現代社会は、すべて効率が優先される社会となった。経営がシステム化されるなどプラズマ面もあるが、その一方で、人間のつながりが希薄になり、味気ない企業、店舗になってしまう可能性もある。最近、多くの企業が給料の銀行振り込みを採用しているが、社員がどんなに一生懸命働いても、紙切れ一枚の明細書を渡されるだけでは、感謝の気持ち、愛社精神は生まれにくい。たとえば、給料の一部を現金で手渡し、残りを銀行振り込みにするなど、「効率と情」をミックスさせたシステムを考へるべきだ。メールで済むような用件でも、手が空いていれば相手に直接会って話をする。一見、無駄なようだが、無用の用「から新しいビジネスのヒントは生まれるのではないか。



## 売り込みの“TPO”を考へる

保育園の先生に子ども向けの商品をセールスするとき、最もタイミングのいい訪問時間は三時ごろだといわれる。ちょうど園児たちのおやつで、顔なじみのセールスマンなら「一緒に食べていきませんか?」となる。最初から「絶対にこの店で(このセールスマンから)商品を買おうぞ」と決めているお客様は少ない。「さあ、何を買ってくださいますか?」とすぐに自分の縄張りへ引き込もうとするのではなく、「このおやつ、とっても美味しいですね」「子どもたちの笑顔がステキですね」など、さりげない会話でお客様との距離を縮めていくことが大切。「売り込み」「営業」だと思われれば、お客様は逃げていく可能性があることを知っておきたい。



## 「なぜ?」「どうして?」と自分自身に問いかける

★街の小さな個店・商店街が、大規模店の経営手法やビジネスモデルを真似したつてうまくいくはずがない。十分なコストやマンパワーをかけられないぶん、アイデアを駆使し、工夫を凝らして、お客様の関心を引き寄せるべきだろう。たとえば、商店名の入ったエプロン姿で街を歩く。定休日の張り紙に一言加える。などは決して画期的なものではないが、思わず「なるほど!」「そんな手があったか?」と驚かされることも多い。これらはともすれば地味な手法に映るかもしれないが、これまで考えもしなかったこと、あるいは当たり前すぎて見過ごしていたことではないだろうか。今回の特集の一つひとつを見てもらえば、こういったちよつとした気づきや工夫にさまざまな繁盛のヒントが隠されていることがわかるだろう。

★取材のなかで、最も強く印象に残ったのは、「なぜ売れないのか? どうしたらお客様の心をつかめるのか?……なぜ? なぜ? なぜ? と常に問いかけることが大切です」という木越さんの言葉だ。経営者は、お客様のニーズはもちろん、好みや行動、潜在心理にまで踏み込んだ「あきない」を考へなければならぬ。そのなかから生じる「なぜ?」「どうして?」に自問自答することで、お客様が求めている何かをつかみ取ることができるとは違いない。ぜひ、自分なりの付加価値の提供、情報発信の方法を考へてほしい。

### 本 部 三分で締められる帯 “らくらく小町”販売中



京都織物小売協同組合（岩田昌治理事長）は、三分で締められる帯“らくらく小町”（仕立て）を販売している。この商品を扱いはじめたのは、毎年、同組合が行っている「消費者の声を聞く会」において、消費者から「今持っている帯を簡単に結べたら、もっと着物を着るんだけど」という声が多く寄せられたのがきっかけ。その声に応じるため、協力問屋（研商会）の一社が十年ほど前に商品開発した、“らくらく小町”に白羽の矢を立て、組合として積極的に取り扱いを始めた。同商品は、消費者が持つ帯を特殊加工し、着付け初心者や、後ろに手がまわりにくくなった方でも、簡単に帯を結べるように工夫している。また、帯を切った前と分け、お太鼓をつくる文化帯ではなく、一切はさみを入れないうえ、綴じつけの糸を解けばもとの帯に戻るのが特徴。大切な帯を傷めないことで、消費者から好評を得ている。

同組合は、昭和二十二年に京織衣料品荷受協同組合として創立。戦後の物資不足の状況下で、市民に衣料品の配給を行い、配給制度が廃止された後の昭和三十四年に改組、現在に至っている。以降、共同仕入事業のほか、七月には“京のゆかたまつり”を開催するなど、和装振興にも力を注ぐ。岩田理事長は、「消費者が着物を着る場をつくり出すとともに、時代のニーズに合った事業展開を目指す」と意欲を見せる。

### 洛北支部 若手職人の技が輝く “二〇〇八うるおい漆展”開催

京都漆器工芸協同組合青年会（新木都雄会長）では、“二〇〇八うるおい漆展”を、去る三月十四日（金）から十六日（日）の三日間、京都市勤業館みやこめっせで開催した。この展示会は四十五歳以下の若手職人に出品資格が与えられており、毎年開催されている。今年もテーマを、“うるし 暮らし 楽しい”と設定。未来ある若手職人の思いを、消費者に届けるきっかけづくりにしたもので、今回は、日々の暮らしの中で使われる作品が多数出品された。

京漆器は、京都府が認定する地域産業資源として保護・育成・振興が望まれている伝統工芸で、とりわけ技術の伝承と新しい感性による創造が大いに期待されている。同会では、京漆器需要の拡大や次代を担う人材を広く発掘したいという思いから、昨年度より、同展示会に非会員の作品も受け入れ、展示・審査を行う新たな取り組みを開始。これまでのような洗練されたデザインと、技術、技法を兼ね備える作品はもちろん、非会員からは斬新な作品が出品されるなど、展示会に花を添えた。新木会長は、「最近では若い人たちの中にも塗りや蒔絵の作業を経験したいという人も増えている。私たちも、彼らの手本になれるように日々精進し、消費者に愛されるモノづくりを行いたい」と今後の抱負を語った。



### 洛南支部 新春経済講演会 京都新聞記者が見る京都

京都府塗装工業協同組合（鈴木豊理事長）は、毎年恒例となった新春経済講演会を一月十九日（土）、リガロイヤルホテル京都で開催した。

今年も、京都新聞社論説委員の吉川勝司氏を講師に迎え、これからの日本経済と京都建設業界の動向について、“をテーマに講演を聞いた。講演では、国際的な問題となっているサブプライムローンの仕組みについて、わかりやすくお話をいただいたほか、同組合にも密接に関係する建築確認申請への承認遅れの影響や建設業界の最新の動きなどタイムリーな話題を、新聞社の論説委員にふさわしい、鋭い切り口で解説。また、新聞の切り抜きを使い、具体的な数値を示しながら、現状分析や今後の見通しについても説明をいただいた。



更に、吉川氏のこれまでの取材体験を通じて、京都の中で独自の経営スタイルで好調な業績をあげている企業事例を紹介。京都がもつ文化・歴史に裏打ちされた商品力・技術力などを生かした事業展開の可能性を探った。出席者からは、「身近な企業事例や地域資源の活用事例などを知ることができ、今後の経営に役立つ」という声が多く寄せられたなど、充実した講演会となった。

### 本 部 京都山科ブランドをめざして 新製品開発や観光ツアーを展開



山科区内の清水焼団地（協）、京都伝産仏具工芸（協）、（社）山科経済同友会と本所で構成する京都山科観光プロジェクト実行委員会（小山好弘委員長）は、工業産業と地域観光の振興をめざし、“テーブルウェア”の新製品展示会や山科観光ツアーの関連イベントを三月に開催している。

同実行委員会は、山科地域の地域資源を活用して新ブランド商品を開発し、京都観光の新たな魅力を創出することを目的に設立。清水焼と京仏具のテーマでイタリアのデザイナーとの交流事業や新進の工業デザイナーとの共同による試作品開発を進め、このたび新製品の発表会を開催する運びとなった。三月七日（金）に東京都内で、十六日（日）にはホテルライオンシティ京都山科で発表会を開催したほか、展示会や、山科歴史ウォーキング・玉手箱ツアーを実施した。そのほか、三十日（日）には、随心院のはねず踊りに合わせて、“山科産業観光・びっくろ箱ツアー”も予定している。

同実行委員会は、これらと同時に山科観光を紹介する観光プランの作成も進めている。また山科地域では、NPO法人おこしやすやましな協議会や住民団体が各種観光事業に取り組み、地域観光振興の気運が高まっている。

お問合せ 京都山科観光プロジェクト実行委員会（清水焼団地）  
075-581-6188

### 洛西支部 妖怪が活躍する街



一月二十日（日）、大將軍商店街振興組合（錦長樹理事長）は、鳥取県境港市にある水木しげるロードの視察研修会を実施した。これは、昨秋京都東映太秦映画村で“世界妖怪会議”が開催されたのをきっかけに、京都府の呼びかけで“京都の妖怪 百鬼夜行”で商店街活性化に取り組んでいる大將軍商店街を中心に、京都妖怪まちおこし実行委員会が発足、同実行委員会の視察研修も兼ねて行われたものである。

往路の車中では、“水木しげるロード”の立ち上げに貢献された安宅樹氏から当時の苦労話などを交えた経緯の説明があった。現地に到着後は、境港市観光協会から現在の状況を中心に事業内容などの説明を受けた後、昨年度の来訪者が百四十七万人を超え、鳥取砂丘を押さえて鳥取県内ナンバーワンの観光地になったという水木しげるロードの視察を行った。三つの商店街に面し、歩道に立ち並ぶ百二十体にもおよぶ妖怪のプロンズ像や妖怪神社など、老若男女を問わず愛され続ける“ゲゲゲの鬼太郎”というキャラクターの存在の大きさを実感。ごく普通の商店街が強烈なキャラクターを得て、うまく活性化につながっているところや、徹底した商品開発などからは学ぶところが多くあり、参加者たちは楽しくも有意義に研修を終えた。

### 本 部 下木屋町を灯りで演出 木屋町会の地域活性化

江戸時代初期、方広寺大仏殿再建を期に開削された高瀬川。その高瀬川に沿った木屋町通は、大阪から運ばれてきた木材や薪炭などの物資の集積地として発展した地域である。

四条から五条間の木屋町通（通称・下木屋町）の店舗などで組織されている木屋町会（田中博会長）では、地元地域の活性化と下木屋町界隈のさらなるイメージ向上のためにさまざまな事業を展開。この度、地域の一体感の創出を目的にLEDを使ったオリジナル行灯型照明器具を製作し、二月二十五日（月）から三月十日（月）にかけて、下木屋町への誘い“ゆらぎ灯”をタイトルに掲げた事業を実施した。オリジナル行灯は光の揺らぎがプログラミングされているのが特徴であり、今後シーズンごとのさまざまな事業への活用を計画している。

また、高瀬川沿いにある二百本の桜並木のライトアップ（三月下旬～四月上旬）も恒例の事業となっている。ライトアップされた桜並木を嶋原太夫が闊歩する“太夫道中”（四月二日（木）予定）や、地域住民を対象に仏光寺公園で行われる“さくらまつり”（四月六日（日））など、今後も積極的な事業を予定している。



## “知恵”をキーワードにした地域振興を

本所は、二月二十八日(木)に地域活性化推進委員下期連絡会議を開催した。



地域活性化推進委員は、京都経済を支える多くの小規模・中小企業と、経営改善支援や地域活性化などの諸事業を行っている本所との間をつなぐ窓口として、各業界団体や商店街の役員などに委嘱し、本所事業の普及のほか、さまざまな場面で活動していただいている。今回の連絡会議では、立石義雄会頭が提唱する“ニュー京商ビジョン”を紹介。本所が行う基本的な事業方針を伝え、今後

の事業展開への理解と協力を求めた。また講演会では、京都工芸繊維大学准教授の中森孝文氏から、中小企業の知恵ビジネスの取り組み方を解説。京都府印刷工業組合副理事長の中路悦雄氏、京都府牛乳商業組合理事長の谷尻順一氏からは、各組合が行っている知恵ビジネスの事例が紹介された。出席した推進委員らは、知恵ビジネスへの理解を深め、それぞれの組合や商店街の活性化の参考になればと、熱心に聞き入っていた。

## ▼経営革新応援セミナー・経営品質入門オープンセミナー

### 経営革新のヒントを探る

本所は、二月二十一日(木)、経営革新応援セミナー・経営品質入門オープンセミナーをパルスプラザで開催し、約四百五十人の参加を得た。当日は、ジョンソン・エンド・ジョンソン(株)最高顧問の松本晃氏から「我が信条(クレド)」を実践する経営の仕組みを、また、伊那食品工業(株)会長の塚越寛氏から「いい会社をつくりましょう」をテーマに講演を聴いた。

松本晃氏は、米国流マネジメントの典型例というべき経営手法の一端を紹介。「桁はずれの企業規模であるが故に、経営理念や行動規範の共有や理解が浸透させるためにクレドが「必要」と説明した。また、塚越寛氏は、「従業員を大切にし、高い従業員満足を通じて、顧客満足を実現させている」と力説された。参加者からは「経営革新をやりぬく想いの強さや人の大

切さがよくわかった」などの声が多く寄せられた。



## 日昇製作所

### 京銘竹の心地よさを

### ご家庭で味わってみませんか

### 日昇製作所 プラスチック部品・製品・企画商品の成型加工

昭和二十九年より、京都市内でプラスチックのインジェクション成型加工業を営んでいる日昇製作所。近年「日常生活の中で、心が和む商品づくり」をテーマに、プラスチックのみならずいろいろな素材を利用して、人の心に貢献できる商品を模索している。今回は「竹」に注目。南区にある老舗三木竹材店と出会い、新たに竹製の携帯電話スタンドを開発した。味わい豊かな北山杉の敷板と、白竹や胡麻竹、図面角竹などの京銘竹を組み合わせたもので、手づくりの温かみが生み出されるような逸品に仕上がっている。また、かわいいミニ座布団には縮緬を使用するなど、細やかな心遣いも感じられ和風インテリアとしての付加価値も高い。「シニア世代は携帯電話をス



日昇製作所代表 内本徹さん



タンドに預けることでリラックスできるのは。玄関先や枕元などに置いて活用してほしいですね」と代表の内本徹さん。今後は、フォトスタンドやペンスタンドなど種類をさらに増やし、「和み竹シリーズ」としてインターネット販売を広げていく予定だという。

「京ものの魅力を、私自身ももっともっと勉強しなければなりません。新たなチャレンジの前に、内本さんはそう力強く締めくくった。

有限会社日昇製作所  
 プラスチック製品・部品の立案から、材料の選定、金型設計、成型加工まで幅広く手がける。自社企画製品として開発・販売している「和み竹シリーズ」も好評を得ている。  
 DATA  
 京都市南区吉祥院崎出在家町39  
 ☎075-682-8181  
 URL http://www.nissyo-factory.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  
 本所 ☎075-212-6460  
 洛北支部 ☎075-701-0349  
 洛南支部 ☎075-611-7085  
 洛西支部 ☎075-314-8771

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
税務	午後1時～午後5時 受付は午後4時45分まで	第2・4(木)	本部
		第1・3(月)	洛北支部
		第2・4(火)	洛西支部
第2・4(水)	洛南支部		
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
事業継承	(事前予約制)		本部

#### 事業継承

親族や従業員に事業を譲る場合やM&A、相続税の納付対策など。

#### 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。

#### 税務

所得税、法人税、事業税、固定資産税、消費税、確定申告の仕方など。

#### 相続贈与税・資産運用

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てアドバイス。

#### 店舗運営管理

外装、売り場管理、その他商店街の活性化や個店の活力アップの方策など。

#### 経営

財務・労務管理、生産管理、マーケティングなど企業経営に関するさまざまな相談。

#### 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。

## やる気を生み出す労務管理術

本所では、七十歳まで働ける企業推進プロジェクトの一環として、先進事例セミナーを一月十一日(金)に開催し、百七十三人の参加を得た。なお同セミナーは、京都労働局、公共職業安定所、(社)京都府高齢・障害者雇用支援協会との共催で行ったもの。第一部では、七十歳まで働ける企業の実現の背景と厚生労働省の施策などを説明。第二部で

は、いち早く七十歳定年制を導入した未来工業(株)の創業者・山田昭男相談役の講演が行われた。山田相談役は、「六十歳を超えた社員でも、若手社員のようにチャレンジできる職場環境づくりが大切。そのためには、安心して働ける労務管理を整えることで、七十歳までバリバリ働ける会社になる」と語られた。

## 個人所得の節税にメリット大!! 小規模企業共済制度

### 特色

- ①掛け金は全額所得控除
- ②共済金は退職所得または公的年金等の雑所得扱い
- ③貸付制度利用可能(有資格者)

### 加入資格

- ①常時使用する従業員が20人以下(商業・サービス業は5人以下)の個人事業主および会社役員
- ②事業に従事する組合員が20人以下の企業組合の役員
- ③常時使用する従業員が20人以下の協業組合の役員

### 掛金

毎月の掛け金は1,000円～70,000円(500円刻み)で自由に選べます。

※この制度は、政府が全額出資している(独)中小企業基盤整備機構が運営しています  
 お申込み・お問合せ 本所 中小企業経営相談センター ☎075-212-6460

