

発行日:令和3年12月13日

担当:会員サービス課 service@niigata-cci.or.jp

〒950-8711 新潟市中央区万代島5番1号 万代島ビル7階

URL <https://www.niigata-cci.or.jp> E-mail office@niigata-cci.or.jp

当所会員限定!
掲載料無料!

新年のご挨拶に!

当所ホームページに新年 WEB 上紙上名刺を掲載しませんか?

当所では新しく、HPに「新年 WEB 上名刺交換」を掲載いたします。新年のご挨拶の機会にぜひご活用ください。新潟商工会議所会員事業所限定・掲載料は無料となっております。



【申込締切】令和3年12月22日(水)

【掲載期間】令和4年1月4日(火)～令和4年1月31日(月)

【掲載について】

- ・ 申込があった内容をそのまま掲載いたします。お間違えのないようご記入・入力ください。
- ・ 店名・屋号の掲載も可能です。
- ・ ㈱や有限などの文字は使用できません。株式会社〇〇のようにご入力ください。
- ・ 「テキスト情報のみ」の掲載になります。ロゴ等は掲載できません。
- ・ フォントは明朝体のみになります。
- ・ 掲載前の校正などはございません。あらかじめご了承ください。
- ・ 1事業所につき1枠の掲載になります。連名の場合も1枠でお願いいたします。



掲載イメージ

お申込みは下記 URL か右記 QR から

<https://www.niigata-cci.net/formsys/public/form/396>

(WEBでのお申込みが難しい方はお電話ください)



【お問合せ】 新潟商工会議所 会員サービス課 TEL : 025-290-4209

古町芸妓PR映像『しきさい 完全版』を公開しました!

当所では、古町芸妓の魅力を内外に発信するため、2021年2月に【新潟古町芸妓PR映像『しきさい』】をYouTubeで公開しておりましたが、この度、新潟の四季をすべて盛り込んだ「完全版」および短編版全4話を新たに公開いたしました。

一人の女子高生と古町芸妓の小さな出会いのドラマを通して、古町芸妓や新潟古町というまちの魅力をお伝えしています。是非ご覧ください!

『しきさい 完全版』の動画は下記 URL か右記 QR から

https://youtu.be/QYOcu2-Pe_I



【お問合せ】 新潟商工会議所 まちづくり支援課 TEL : 025-223-6272

先着順のため
申込はお早めに!

お弁当代金を割り引き！ 新潟市 「Oh！弁当で地域のお店応援事業」のご案内

新潟市は、コロナ禍において厳しい経営状況が続く飲食店や関連事業者を支援するため、市民の皆様が地域の飲食店から購入する弁当代の一部を割り引きするクーポンを発行しています。是非この機会に地域のお店をご利用ください。



【利用者の要件】

新潟市内に在住、在勤、在学する人

【利用条件】

登録店から、1個あたり税抜き単価 **3,000円以上**の弁当を同一利用者が

まとめて **5個以上** 購入すること

登録店リストは下記 URL か右記 QR から

<https://bit.ly/3DLGgad>



【割引額】

1個あたり税抜き単価の半額（上限 2,000円） ※1円未満切り捨て

【クーポン利用申込期間】

令和4年 **1月21日（金）** まで

※申込みは先着順。 **予算の上限に達した場合、申込みを締め切ります**

※原則利用日の **10日前まで** に申込み。年末年始のため、12月29日（水）～1月5日（水）

ご利用分は、**12月17日（金）まで** 1月6日（木）～1月11日（火）ご利用分は、**12月23日（木）まで** にお申込みください。

【クーポン利用可能期間】

令和4年 **1月31日（月）** まで

お申込み方法、ご利用の流れ等の詳細は下記 URL か右記 QR から

<https://bit.ly/3IJD7LT>



【お問合せ】新潟市役所コールセンター TEL：025-243-4894

法人最大 250万円、個人最大 50万円を給付！ 「事業復活支援金」のご案内

地域・業種問わず
固定費負担支援

国では、コロナ禍で大きな影響を受ける事業者には、地域・業種問わず、固定費負担の支援として、5ヵ月分の売上高減少額を基準に算定した額を一括給付します。補正予算成立後、所要の準備を経て申請受付開始予定。

【対象者】中堅・中小・小規模事業者、フリーランスを含む個人事業主のうち、新型コロナの影響で、2021年11月～2022年3月の **いずれかの月の売上高が50%以上** **または30%～50%減少**した事業者

【上限額】事業規模・売上減少率に応じて以下のとおり

売上高減少率	個人	法人		
		年間売上高 1億円以下	年間売上高 1億円超～5億円	年間売上高 5億円超
▲50%以上	50万円	100万円	150万円	250万円
▲30%～50%	30万円	60万円	90万円	150万円

🌸 今月のテーマ 【企業コンプライアンス】

鷲頭社会保険労務士事務所
特定社会保険労務士 鷲頭 正
(コンプライアンスオフィサー)

今回は、企業におけるコンプライアンスについて確認していきたいと思います。
コンプライアンス経営において、企業が対策しておくべきポイントをまとめてみました。

● コンプライアンス・コンプライアンス経営

コンプライアンスは、法令遵守あるいはルールを守ることとされており、企業経営におけるコンプライアンスは、法令等遵守・企業内部規定遵守・社会規範遵守などとなります。

コンプライアンス経営では、コンプライアンスに基づいて、公正な経営・責任ある経営が求められるものです。

人事労務管理においてもコンプライアンスは重要です。労働時間の適正管理やハラスメントについての対応が求められています。

コンプライアンスは、経営全体のリスク管理の役割をもっており、企業においてコンプライアンス経営を行うためには、リスク管理体制・チェック機能体制の確立が重要とされます。

● コンプライアンスの基本体制

コンプライアンス組織体制として、職務権限の適正分担、事前チェック体制、事後チェック体制となります。

コンプライアンス実践態勢として、専門部署の設置、コンプライアンス委員会の設置、内部通報窓口の設置、コンプライアンスマニュアルの作成、コンプライアンス教育の実施などとなります。

● コンプライアンス上のリスク

コンプライアンス上のリスクとしては以下のようなものが挙げられます。

- 消費者への不正・不当行為
- 不正会計・不正受給
- 業務規律違反
- 反社会的行為
- 雇用・労働問題
- 情報管理

コンプライアンス違反の原因としてまとめたのが右の図です。

● トラブル対応のポイント

- 1 事実を正確に確認する
- 2 法的な要件及び社会規範に照らして問題ないか確認する
- 3 トラブルの内容が自社の誤りか相手側にあるか確認する
- 4 トラブル事案に法的・内部規定に基づき適切に対応する
- 5 解決に誠心誠意あたる

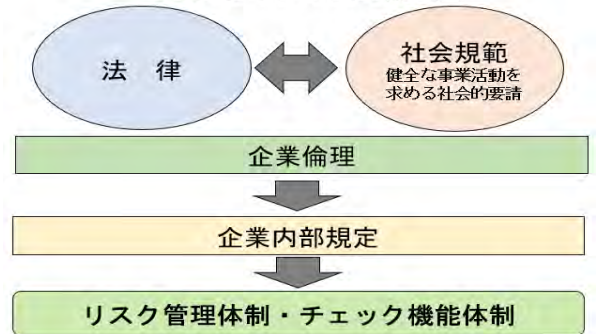
● 人事労務管理とコンプライアンス

人事労務管理は、コンプライアンスを基本としたものが大切です。

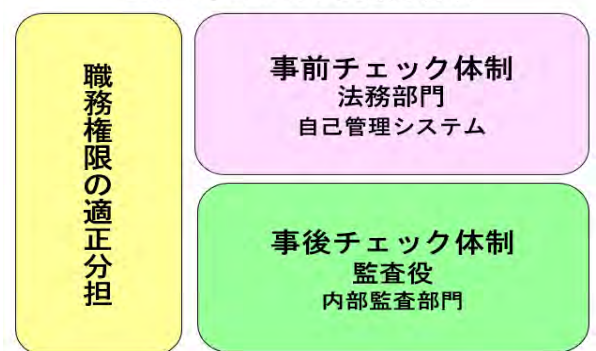
人事労務管理の機能としては、労働力管理、経営社会秩序の安定、経営モラルの形成です。特に経営モラル形成につきましては、経営者・社員双方が法令及び社会規範を遵守することであり、社会的に強く求められている「コンプライアンス」です。

人事労務管理に関する法体制として、労働基準法・労働契約法・労働安全衛生法等の多くの労働法令があり、これら法制度に基づく適切な人事労務管理が求められています。

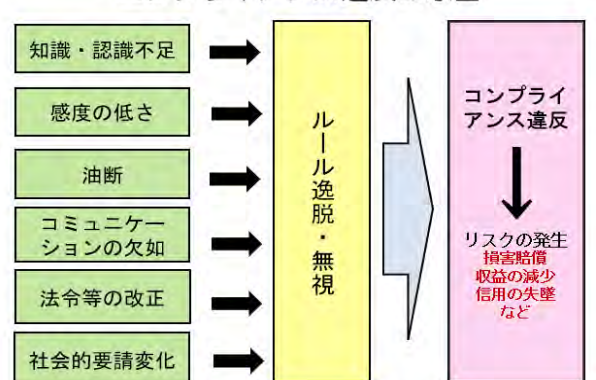
コンプライアンスの概念図



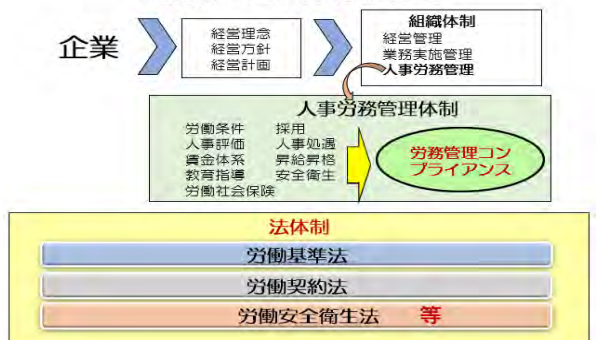
コンプライアンスの基本体制



コンプライアンス違反の原因



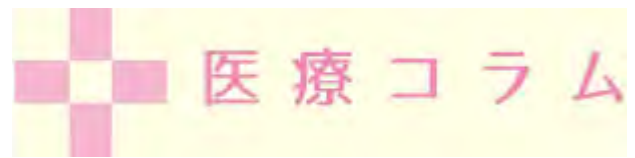
組織体制と人事労務管理



☆詳しい内容については、労務管理の専門家にお聞きください！新潟県社会保険労務士会ホームページ <http://www.sr-niigata.jp/>

感染症予防のためにできること

(一社)新潟県労働衛生医学協会
健康づくり推進部 保健師 丸山 要子



寒さが厳しくなり乾燥が続くと、新型コロナウイルス感染症ばかりでなく、風邪やインフルエンザ、感染性胃腸炎などの感染症が流行しやすくなります。今回は、一人ひとりができる感染症予防対策についてのお話です。

1 感染症および感染経路

主な感染経路は、以下の3つです。

- 1) **接触感染**：感染者と直接接触、または病原体（細菌、ウイルス、寄生虫など）に汚染されたものを間接的に触ることで手指が汚染され、その手から目・鼻・口の粘膜を介して感染します。
- 2) **飛沫感染**：感染者のくしゃみや咳などの飛沫とともに飛び散る病原体を、目・鼻・口の粘膜に浴びることで感染します。
- 3) **空気感染**：感染者から放出された飛沫の水分が蒸発して、小粒子として空気中に浮遊する場合に、それを吸い込むことで感染します。

2 1人ひとりができる予防対策

感染症予防の基本は手洗いとマスクの着用を含む咳エチケットです。**手洗い**は、次の**5つのタイミング**を意識して行いましょう。

- ①公共の場所から帰った時
- ②咳やくしゃみ、鼻をかんだ時
- ③ご飯を食べる時（前と後）
- ④病気の人のケアをした時
- ⑤外にあるものやスマホなどを触った時

咳エチケットは、第一に**マスクを着用**することです。マスクは、口・鼻の両方を確実に覆うようにしましょう。咳がでる時にマスクがない場合は、**ティッシュやハンカチ**で、とっさの場合は、**袖や上着の内側で口・鼻を覆い**、飛沫を素手で受け止めることを防ぎましょう。

また、**部屋の換気**をこまめに行うこと、**人ごみを避ける**こと、体の抵抗力を高めるために、**十分な休養とバランスのとれた食事**を心がけることも大切です。

なお、当会では、保健師による感染症予防に関する教育活動もおこなっています。どうぞお気軽にご連絡ください。

電話：025-370-1945

(新潟県労働衛生医学協会 健康づくり推進部)



ご紹介ください！おひとり一社



お取引先、関連会社などでご入会いただいていない事業所がございましたら、是非ご紹介くださいますようお願いいたします。ご紹介いただいた事業所が加入した場合、年度を通算した件数に応じて、新潟市・佐渡市共通商品券を贈呈いたします。(※)

(※) ご紹介元は会員の方に限らせていただきます。

会員紹介のご連絡は下記 URL か右記 QR コードから！

<https://www.niigata-cci.net/formsys/public/form/265>

【お問合せ】 会員サービス課 TEL 025-290-4209 (直通)





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ヒット商品育成を支援している。著書に『地方発ヒットを生む 逆算発想のものづくり』（日経BP社）。

「看板を掛け替えたら行列店になった理由」

最寄り駅から徒歩約2分の商店街に、お昼時になるといつも行列ができる食堂があります。このお店の开店情報は3カ月くらい前に、地域情報を伝えるネット経済メディアの記事で知っていました。私自身は行列に並んで食べるくらいならほかのお店に行くタイプなので、「ここが例の店か」と思いながら、いつも横目に見て通り過ぎていました。先日、たまたま休日にその店の前を通り掛かったら行列がなかったので、入ってみました。

のれんをくぐったとたん、「このお店は以前、よくあるチェーンの居酒屋だった」ということに気がきました。実際、お店のレジのそばに「この店は居酒屋の〇〇チェーンが運営しています」と書いてあります。以前のお店には、何度かランチを食べに来たことも思い出しました。店名や看板はまったく変わってしまっており、昭和からある居酒屋というよりは、若い人たちが好みそうな白ベースのシンプルで、“おしゃれレトロ”なテイストのロゴマークを入れた看板になっていました。しかし、お店の内装やテーブルや椅子、雰囲気を見ても以前とさほど変わっていません。

私はおじさんなので、昔ながらの昭和な居酒屋に違和感もなく、よくランチに利用していますが、確かに20代、30代の若い人や特に女性はこうした“おじさん御用達”の居酒屋に入りません。外観の看板を替えるだけで突然、昭和な居酒屋が若い人（特に女性客）が押し寄せる店になるものかと興味が湧きました。そこで、その理由を自分なりに考えてみました。「焼き魚や刺し身、煮物、丼物から麺類などの昼の気軽な食堂のニーズは根強くあった」「居酒屋には珍しいオムライスやメロンパフェ、アイスクリームやジェラートなどのデザートメニューも追加された」「定食の価格帯が、1000円以下で分かりやすくそろえられた」といったところでしょうか。外観が明るくおしゃれになったことで、私のようなおじさんはむしろ入りにくくなったかもしれません。それもリニューアルの狙いの一つだと思います。

店側としてはコロナ禍でお酒が出せない期間が続いたことから、食堂の看板を掛け替えたのですが、お客さん側から見れば、飲むためだけの店から飲まなくても飲んでもいい店へと選択の幅が広がったこととなります。この「選択の幅が広がった」というところが、若い世代や女性客に受けて、行列店になった大きな理由だと思えます。

私が店に入ったのは休日の昼間で、周りを見ると、カップルや女性の二人連れの比率が高く、子ども連れもいました。お酒も飲めるちょっとおしゃれで気軽な食堂、いわば和風のファミレスのようでした。女性同士のお客さんもほとんどがランチがてらレモンサワーなどを飲んでいました。きっと平日の昼に食べに来てメニューや雰囲気を知った上で、休日のカジュアルな飲み場として選んだのだと思います。同時に、この店の近くで、「飲酒客に限る」と強く主張していた中華食堂が閉店していたことにも気がきました。点心のおいしい店でしたが、家族連れで行って一人でも飲まない客がいると露骨に嫌な顔をする店でした。

豊かさとは選べること。コロナ禍で得た教訓の一つとして、客の選択肢を増やすのは利益率が下がるけれど、きちんと向き合わないといけないということだと感じました。

日本商工会議所 早期景気観測 調査結果のポイント LOBO 調査 2021年11月結果

業況DIは、2カ月連続の改善。先行きは、改善見込むもコスト上昇圧力が重荷。

・全産業合計の業況DIは、▲21.1（前月比+7.8ポイント）

・全業種において業況は改善。時短要請や活動制限の緩和に伴い、客足が戻りつつある外食・観光関連のサービス業や、民間工事が持ち直しつつある建設業などで業況改善の動きがみられる。一方で、製造業、卸売業を中心に、半導体不足や部品供給制約による生産活動への影響が継続している。幅広い業種で、鉄鋼などの原材料費や原油価格を含む資源価格の上昇などのコスト増加が続いており、中小企業の景況感にはコロナ禍からの回復に向けた動きがみられるものの、力強さを欠く。

・先行き見通しDIは、▲17.5（今月比+3.6ポイント）

・感染対策と社会経済活動の両立に向けた国・自治体の動きの加速による、年末年始の商戦を契機とした個人消費拡大や、国内の観光需要回復などへの期待感がうかがえる。一方で、半導体不足や部品供給制約の長期化、資源価格の高騰、円安の進行、原材料費上昇分の価格転嫁の遅れなど、コスト上昇圧力が重荷となり、中小企業においては、先行きへの慎重な姿勢が続く。

詳細は、日商ホームページ（ <https://www.jcci.or.jp/lobo/lobo.html> ）を参照。