



令和4年度・上半期版
(Vol. 3)

Topics

- P 2 補助金活用事例（販路開拓等）の紹介
- ・ 第三者認証取得やシステム導入による輸出の取組
 - ・ ギフト・ショーへの出展
- P 9 “選ばれる会社づくり”
- ～労働環境を取巻く法改正等の動向～

I 補助金活用事例の紹介等 … 2

- 「JFS-B規格の取得、輸出対応の販売システム導入による輸出販売拡大事業」 食肉市場・食肉仲卸・原田畜産食品（株）
- 「東京インターナショナル・ギフト・ショーへの出展」 大田市場・関連・（株）ホワイエ
- 「令和4年度経営強靱化推進事業
～社長の「やる気」を応援させてください～経営強靱化枠の紹介」

II 経営相談員から … 9

- 「選ばれる会社づくり ～人事・労務管理の視点から～」 社会保険労務士 古川 天 先生

III 経営セミナーの報告 … 13

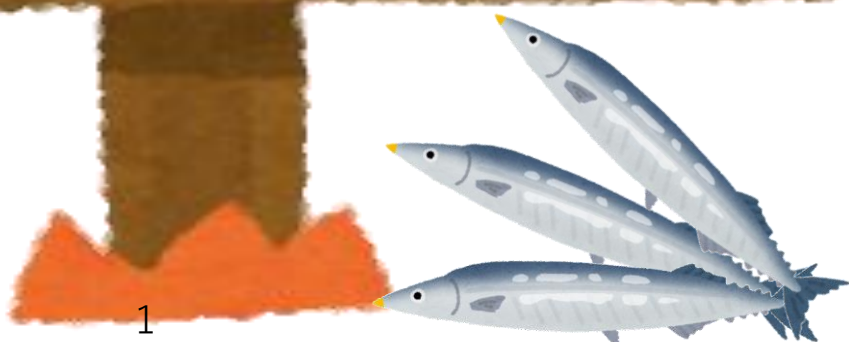
- 「気候変動への対応について」 PwCあらた有限責任監査法人 石川 剛士 先生
- 「事業承継 ～まだ、先のことだと思いませんか？～」 中小企業診断士 加藤 伸一 先生

IV 東京都の仕事紹介 … 15

- 「食品安全担当の仕事（SQM研修）」 事業部業務課食品安全担当

V 経営支援メニューの紹介 … 17

- 「令和4年度 市場関係者向け経営支援策の紹介」
- 「都や国の経営支援策ガイドブック（仮称）」 発刊のご案内



I 補助金活用事例の紹介等

東京都中央卸売市場では、皆さんの意欲的な取組を後押しするため、独自の補助事業を令和元年度から実施しており、これまで、100者以上の方にご活用いただいています。

今年度の“**経営強靱化推進事業**”では、専門家派遣を通じて、補助金を活用した取組を企画段階からサポートする「経営強靱化枠」（P7参照）を設けるなど、より多くの皆さまにご活用いただけるように取り組んでいます。



のご紹介

6月に補助内容を拡充（I-3省エネ対策枠及び特例補助率を新設）しました！

補助区分	補助額	補助率	
		本則	特例※
I 変革推進枠 新たなビジネスや業務改善等の取組	1,000万円	1 / 2	2 / 3
I-2 変革スタート枠 新たなビジネス等のきっかけとなる取組	300万円	1 / 2	2 / 3
I-3 省エネ対策枠 省エネ対策に係る取組	300万円	4 / 5	
II 経営強靱化枠 専門家の伴走支援を受けながら実施する 経営改善等の取組	1,000万円	2 / 3	4 / 5
III 事業連携推進枠 複数事業者で行う新規性の高い取組	3,000万円	中小：2 / 3 大企業：1 / 2	中小：4 / 5 大企業：2 / 3
IV 感染症対応枠 事業継続に影響を及ぼす事象への対応	3,000万円	4 / 5	

※特例 2022年1月以降で連続する任意の3か月間の売上高の合計が、2019年4月以降の同期間の合計売上高と比較して20%以上減少

① JFS-B規格の取得

② 輸出対応の販売システム導入による輸出販売拡大事業

★ 事業のポイント！

- 令和3年度に補助金を活用して、2つの事業（第三者認証、システム導入）を実施
 - ① 認証取得により、食品安全に対する取引先の信頼や社内の意識を向上
 - ② 輸出対応販売システム導入により、業務を効率化し販路を開拓

仕掛け人のインタビューを次ページに掲載

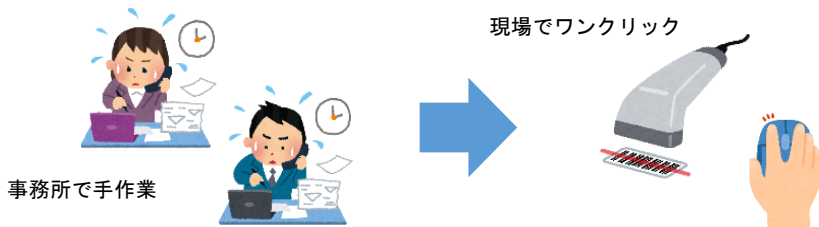
1 JFS-B規格※の取得

※HACCP7原則12手順の実施を取り込んだ、日本発の食品安全の国際規格

- 大手企業との取引や海外展開に向けて、ほぼ必須となっている第三者認証を取得
- 認証取得を通して、食品安全に対する、従業員の意識・取組がレベルアップ

2 システム導入により、アナログからデジタルへ

- 輸出をするためには、国内向けの販売とは異なり、英字ラベルや輸出対象牛用加工指示書などの特別な書類を作成する必要があり手作業で実施
- この作業をシステム導入によりボタン一つで対応可能にしたことで、作業効率が大幅に向上し、手作業によるミスも撲滅



英字ラベルの例
(記入情報量は多くないが、100枚以上作成するため時間を要していた。)

3 生まれた時間を使って、販路開拓

- システム導入前は、事務作業に忙殺されていた午後の時間帯を、営業時間に割り当てることで、新規顧客の獲得や顧客単価の増につながっている。

効果1 新規顧客を獲得するための飛び込み営業

☞ 新たな取引先を開拓し、新規顧客を獲得（0から1を創り出す）

効果2 既存顧客への綿密な御用聞き

☞ 信頼性を高め、売上を拡大（1をさらに大きな数字に）

事業データ

事業期間 ①令和3年6月29日から令和4年2月28日
 ②令和3年7月31日から令和4年2月28日
 交付対象事業費 ① 1,415千円（補助金交付額 943千円）
 ② 11,496千円（補助金交付額5,000千円）

販路拡大

販売力強化

海外展開

衛生管理強化

デジタル化

人材育成等

ブランド強化

その他



常務取締役
加藤 裕太

昭和42年仲卸会社として営業を開始。同58年に食肉市場内に店舗を移動し、現在に至る。平成22年に国から「対マカオ輸出牛肉取扱施設」の認定を受けたことを皮切りに、その後、タイ、ベトナム、ミャンマーの3か国についても取得。同23年には食肉市場内では初となる「東京都食品衛生自主管理制度」の認証を受けた。

INTERVIEW

社内の意識までも改革

食品の安心・安全は、多くのお客様から求められて当然のものになりつつあります。弊社では、平成23年に東京都認証を取得していましたが、更なる信頼性を高めるために、「JFS-B規格」の取得を行いました。対外的な効果もありますが、より効果を感じられたのは、社内の意識改革が出来たことです。これまでも社として衛生管理は厳しく実施していますが、本取組みが契機となり、社員全体の意識の更なる底上げにつながりました。

業務を効率化し、顧客の信頼度をアップ

弊社の売上全体に対する輸出の割合は、数%とそこまで高くはありません。ただ営業戦略上、「輸出」の重要性・貢献度は高まっています。その中で、業務に支障が生じていたのが、各種事務作業です。煩雑であることからミスも多く、場合によっては、期限に間に合わず、輸出を見送る場合もありました。しかし、それらをシステム化・自動化することによって、事務作業の効率化を実現し、さらにはミスがほぼ0件になったことで、顧客の信頼度も向上しました。加えて、従業員の作業時間を大幅に短縮することができたため、働き方改革にもなっています。



取得したJFS-B規格のマークを
プリントした自社トラック

わが社を知らない顧客を掴む“攻め”の営業

システム導入前は、営業担当の役員、管理職も輸出に関する事務作業を行っていました。



しかし今は、システム導入によって、午後の時間帯を捻出することに成功しました。その時間帯を営業活動に充てることで、これまで以上に、顧客ニーズにあった丁寧な対応が可能になりました。さらには、敏腕（剛腕？）営業マンにより、導入後5か月という短期間で新規顧客を10件近く獲得しました。“原田畜産を知ってもらおう「攻め」の営業”に一層注力できるようになったことで、新たな出会いやチャンスが生まれています。

(左) 営業に向かう諸橋営業部長

これからの原田畜産食品

システムを導入したことで、社として「輸出」に取り組むハードルが低くなりました。どの営業マンだとしても、積極的に輸出顧客を獲得することが可能です。コロナ禍により販売環境が厳しい中でも、積極的な営業活動を展開し、今ある国内の既存顧客の拡大化、新規顧客の獲得、さらには海外に目を向け、新たな販路を拡大することで、企業として成長していきたいと思えます。


取材後記

取材で事務所を訪れた時、非常に明るく活発な職場の雰囲気を感じました。また、常務の穏やかな口調から想像できない仕事への熱い想い、「効率化で生み出した時間で、今までできなかった仕事ができるようになった。」という仕事愛に、成長を続ける会社の「勢い」を感じました。

東京インターナショナル・ギフト・ショー 出展 (①2021秋 ②2022春)

★ 事業のポイント！

- 日本最大の見本市に出展し、自社商品と大田市場の魅力を伝えるとともに、お客様とのつながりの場を創出（コロナ禍における販路開拓）

仕掛け人のインタビューを次ページに掲載 

1 東京インターナショナル・ギフト・ショーとは

- これまで90回以上の開催を誇り、約20万人、約3,000社が集まる。
- 春、秋の年2回開催され、季節によって各社が展示する商品が変わる。
- ここでのアピールが、新たな販路を開拓し、今後の売上に繋がる。

2 「大田市場に来たことがない」お客様を呼び込む

- 目を引くカタログを制作し、手に取ったお客様が、思わず「行ってみようかな」と魅かれる広告物を作成し、自社商品とホワイエをPR
- あわせて、場内業者と一緒に大田市場のPRチラシを作成し、取扱量・出荷量日本一の大田市場を積極的にPR
- ホワイエをきっかけに、大田市場を知ってもらうことで、来場者を増やし、市場全体の活性化につなげる。



“推し”商品の「割れない花瓶」の展示（左）と賑わいを見せるホワイエのブース



大田市場（花き）PRチラシ
(多くの場内事業者の方に行ったヒアリングをもとに、大田市場（花き）を紹介)

3 モノとの出会いから、人とのつながりの場へ

- コロナ禍で対面での販路開拓が難しい状況から、ギフト・ショーの意味合いも、以前の「新商品を紹介し販売する場」から、「新たなお客様との出会いの場」に変化
- 顧客関係性を築く好機であり、一過性の取引にならないよう今後も継続的に参加

事業データ

事業期間 ①令和3年9月24日から令和3年10月22日
②令和4年1月20日から令和4年2月17日
交付対象事業費 ①2,010千円（補助金交付額1,000千円）
②1,640千円（補助金交付額1,000千円）

販路拡大

販売力強化

海外展開

衛生管理強化

デジタル化

人材育成等

ブランド強化

その他



FOYER

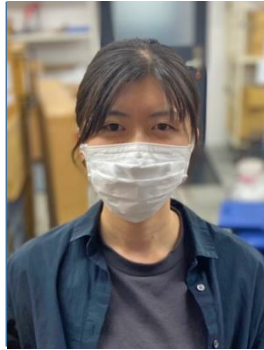
ホワイエ

1982年に大田市場の関連事業者として営業を開始。

FOYER (ホワイエ) とは、フランス語で「集まる場所」「団欒の場所」という意味。人、商品、アイデアなど、いろんなものが集まる場所にしていきたいという想いが込められている。

取締役

山野 祥和



今回、取材対応をしてくださった
冨田 春香さん

ギフト・ショーチームの広報担当。補助事業の申請業務も一手に引き受ける。

INTERVIEW

ギフト・ショー参加のきっかけ

10年以上前から、毎年秋をメインにギフト・ショーには参加していました。市場で待っているだけではいけないと考え、自分たちで新しいお客様を獲得するために参加したことがきっかけです。1ブースのみでの参加からスタートし、現在では5～7ブースに出展するようになり、常連のお客様や事務局からも後押ししてもらえるようになりました。

今、“ポリカーボネート”がアツい

弊社では、2019年春のギフト・ショーから、ポリカーボネート製の花瓶を扱っています。見た目はガラスなのに割れない花瓶として、主に花屋や装飾店にご利用いただいています。購入された方からは、「もうガラスに戻れない」とお褒めの言葉をいただくなど、多くの方にリピーターになっていただいています。割れないという利点だけでなく、表面の凹凸が少ないことから、バクテリアの発生を抑制し、花を長持ちさせることもできる商品です。



自信を持っておすすめする
ポリカーボネート製の花瓶

新たな挑戦 ～環境に配慮した企業へ～

SDGsに貢献するためにも、環境に配慮した新規事業の立ち上げを社内で模索しています。



例えば、前述のポリカーボネートのリサイクル。弊社のポリカーボネート製商品を購入いただいた方から不要になった商品を回収し、ペレット化したものを再商品化することを検討しています。

また、捨てられてしまう花を使ってラッピングペーパーを作成したいとも考えています。試作段階では、お客様の反応もよかったです。事業化するためには多くの課題があり、今も解決に向けて模索中です

(左) 大学と共同で水循環システムの研究も進めています。

これからのホワイエ像

今後もギフト・ショーには継続して参加し、弊社のPRはもちろんですが、「大田市場」をもっと多くの人に知ってもらえるように努力したいと考えています。

また、国内企業と連携した商品開発を積極的に進めることも考えています。例えば、染物のカバン店と「花用バッグ」を開発したり、ステンレス業者と「ステンレス製花瓶」を開発することを検討しています。お客様と我々がともに面白いと感じる新しい” なにか”を探り続けるような、攻めの姿勢を忘れずにチャレンジを続ける企業でありたい。そのように考えています。

取材後記

「大田市場」を誇りに思い、仕事されていることを強く感じました。コロナウイルスによって、販売環境が目まぐるしく変化する中でも、積極的に展示会に出展し逆境に立ち向かう姿勢、利益追求のみならず社会貢献に挑戦する姿勢に感銘しました。今後の動向が非常に気になります。

現状を変えたい！

社長の「やる気」を応援させてください！



令和4年度経営強靱化推進事業
「補助区分Ⅱ 経営強靱化枠」
のご紹介



特徴

市場業務に精通した専門家が、会社の経営状況に合った課題設定や補助金を活用した改善策の検討、フォローまでを、しっかりとサポートします。

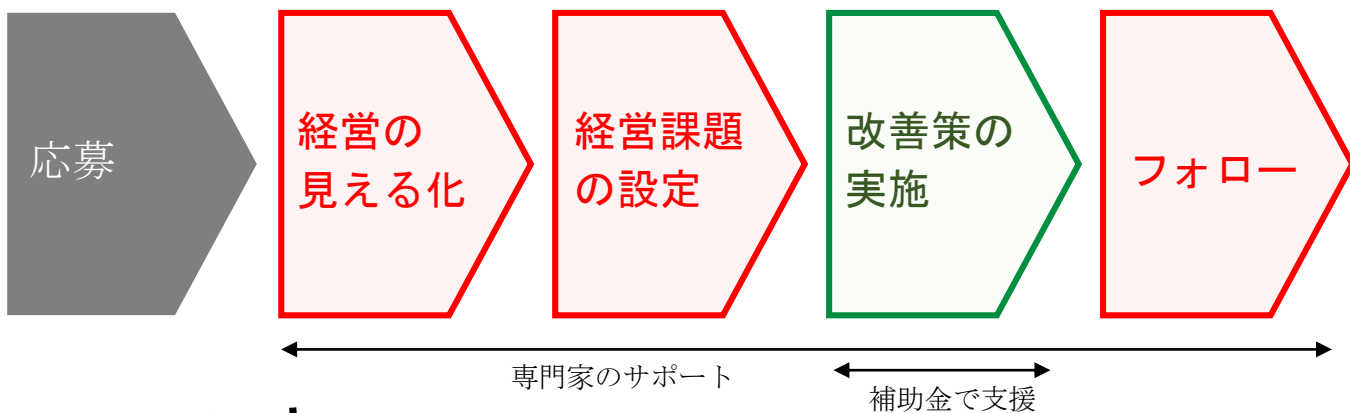
現状を変えたい「意欲」があれば申し込める制度です。

※経営改善枠では「事業承継」の取り組みもサポートしています。

専門家のサポート
(3回程度)



補助金
補助率：3分の2（特例5分の4）
上限額：1,000万円/年



ご活用ください！

- コロナ後を見据えて経営を見直したい！
- 経営に関する相談相手を探している！
- 専門家の力を借りて効果の高い取組を行いたい！

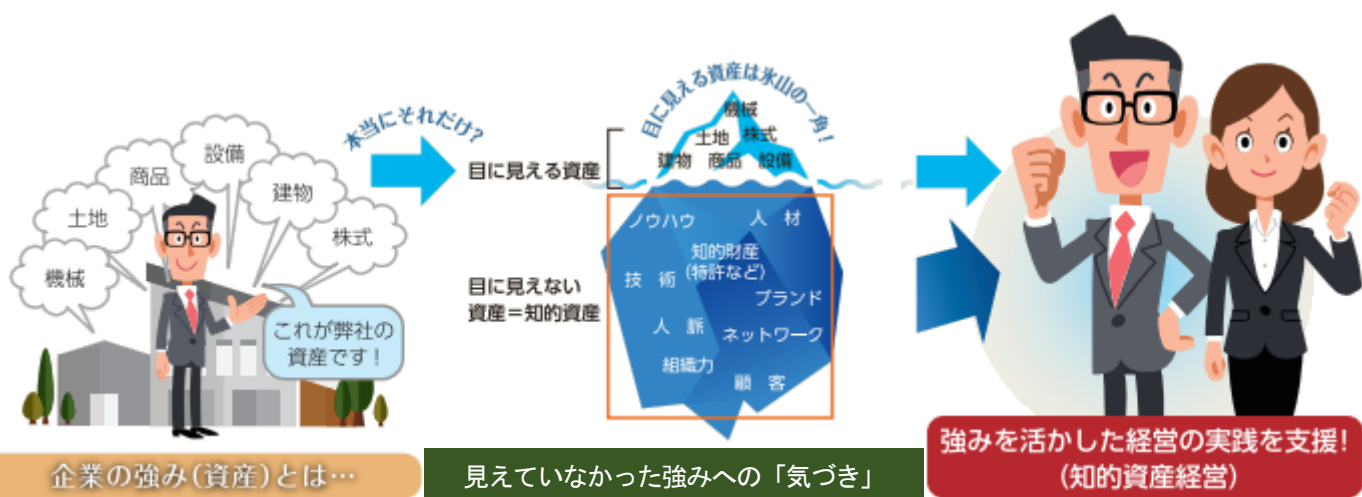


経営強靱化枠のご紹介

「経営の見える化」のすすめ



- 経営強靱化枠では、
「経営の見える化」をひとつの大きなテーマとしています。
- 経営の見える化とは、経営に必要な資源（ヒト・モノ・カネ・ビジョン・ノウハウ・人的ネットワーク等）を明確にすることです。
「会社の健康診断」に例えることができます。
- 経営強靱化枠では、この見える化を、公認会計士や中小企業診断士等の**専門家が社長と相談しながら行い**、これまで気が付かなかった**「強み」**や**「稼ぐ力」**を一緒に考えていきます。



※経済産業省「ローカルベンチマーク」PFを抜粋（一部加工）

【見える化のメリット】

- ・従業員等も経営を考えるきっかけになり、**組織の一体感**につながる。
- ・漠然としていた**不安や課題**が整理される。
- ・同業他社との比較等の**環境分析**が行えるようになる。
- ・取引先や金融機関等に強みを明確に伝えることができ**信頼**につながる。
- ・会社の全容を明確に伝えることができ、**人材確保**や**承継**が円滑になる。

など

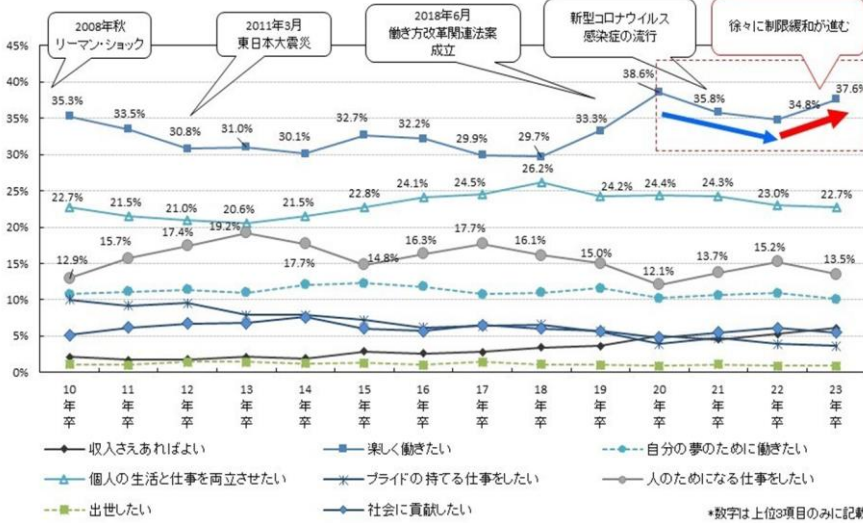
選ばれる会社づくり

～労働環境を取巻く法改正等の動向～

1 はじめに（若い人の就業意識）

人材紹介会社マイナビが実施した大学生を対象とした就職意識調査によると、就業観ベスト3は、①楽しく働きたい、②個人の生活と仕事を両立させたい、③人のためになる仕事をしたいという結果となっており、**仕事とプライベートの両立を図りつつ、やりがいのある仕事を求める傾向**となっています。人口減少が加速する現在、若い世代に選ばれる会社にならなければ事業の持続性が危ぶまれます。

本号では、社労士の立場から選ばれる会社になるため基本となる施策を紹介します。

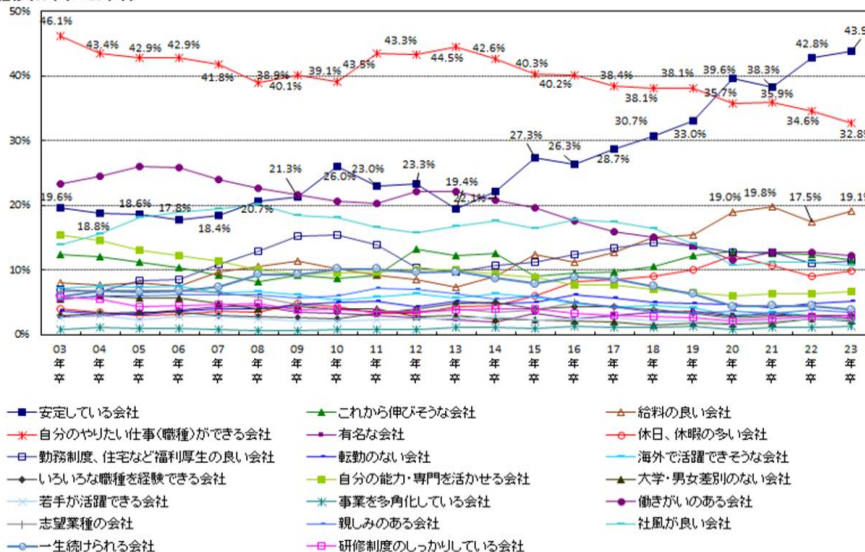


【就業観】

上位3位は、

- ①楽しく働きたい、
 - ②個人の生活と仕事を両立させたい、
 - ③人のためになる仕事をしたい、
- であり、近年変化はない。

推移 (03年卒～23年卒)



【企業選択のポイント】

上位3位は、

- ①安定している、
 - ②やりたい仕事ができる、
 - ③給料が良い、
- であり、大きな変化はない。

他方、

- ・休日、休暇が多い、
 - ・勤務制度、住宅等福利厚生が良い
- が増加している。

2 労働環境の整備（働き方改革関連法への対応）

2018年に「働き方改革関連法」が公布され、事業主が雇用管理において注意しなければならない主な改正点は次のとおりとなります。

自社の労働環境が整備できているかの確認は雇用環境チェックリスト（12頁）をご参考ください。

（主な改正点）

- ① 時間外労働の上限規制が定められた
- ② 1年のうち5日間の年次有給休暇の確実な取得が義務化された
- ③ 労働時間状況の客観的な把握が義務化された
- ④ 月60時間超残業に対する割増賃金が5割に引き上げられた（中小企業は2023年4月1日から）
- ⑤ 雇用形態にかかわらず公正な待遇の確保（同一労働同一賃金）が義務化された



3 ワークライフバランスの実現（男性育児休業の促進）

少子高齢化・人材確保がより困難となっていく今後は男性も育児休業を取得し仕事と育児・家庭が両立できる職場環境づくりが必須です。

しかし、2021年度の男性育児休業取得率は13.97%（取得期間5日～2週間が最多）にとどまり2025年までの政府目標30%を下回っています。

2022年10月1日からは、男性が育児休業を取得しやすいよう

①産後パパ育休（出生時育児休業）の創設 ②育児休業の分割取得

が施行になります。男性従業員が、配偶者の出産時に産後パパ育休を取得し、一旦職場復帰した後、配偶者の職場復帰時に交代で再度育児休業が取れるようになることで、子供のいわゆる「慣らし保育」期間を夫婦で協力しあえる制度となっています。また、産後パパ育休中は、労使協定を締結した場合就業が可能となり、より柔軟な働き方ができるようになります。



4 心理的安全性の確保（パワーハラスメントの防止）



2022年4月1日からパワーハラスメント防止対策の措置義務が中小企業に課されました。その背景には、中小企業職場における、いじめ・嫌がらせに関する都道府県労働局への相談が毎年増えていることがあげられます。

措置義務では、

- ① 事業主によるパワハラ防止の社内方針の明確化と周知・啓発
- ② 苦情などに対する相談体制の整備
- ③ 被害を受けた労働者へのケアや再発防止

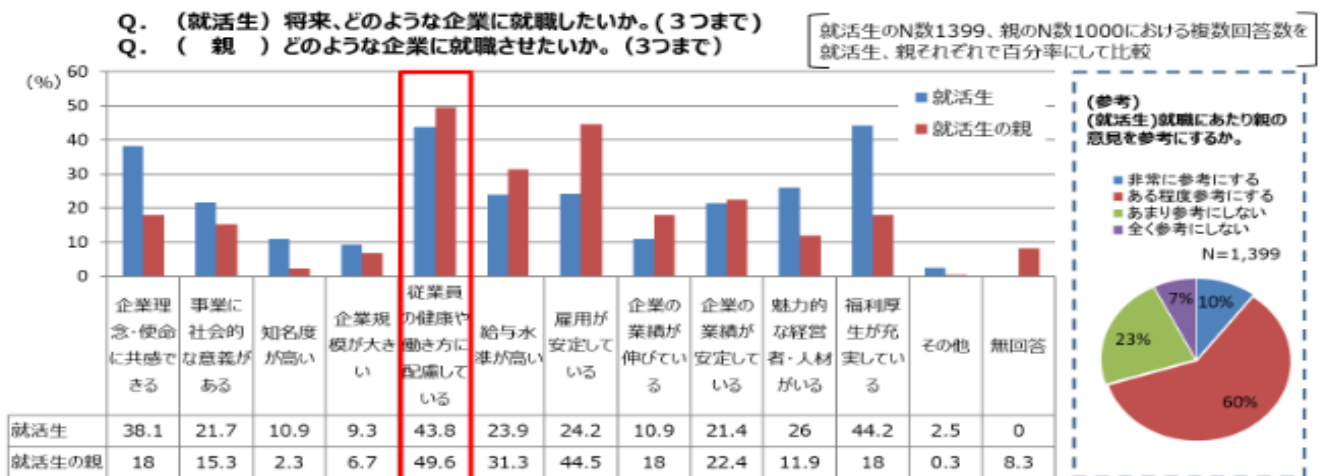
を雇用管理上の措置として講じなければならなくなりました。

そもそもパワハラとは同じ職場で働く者に対して、職務上の地位や人間関係などの優越的な関係を背景とした言動であって、業務の適正な範囲を超えて、精神的・身体的苦痛を与える又は職場環境を悪化させる行為です。相手を尊重しあえる職場づくりこそ大切ではないでしょうか。

5 おわりに（健康経営で長く働ける会社へ）

かつて24時間働き続けることを美德してきたわが国ですが、令和の時代は健康経営が注目を集めています。従業員の健康や働き方に配慮している会社を就職先に選ぶ若者も多く、従業員の健康を「資本」ととらえ経営戦略として投資する時代となっています。

健康寿命も延び（男性72.68歳、女性75.38歳）できるだけ長く働きたいと考えるシニア世代が増えています。会社として従業員の健康支援をし続けることも選ばれる理由となります。



(出所) 経済産業省「平成28年度健康寿命延伸産業創出推進事業（健康経営・健康投資普及推進等事業）」

【雇用環境チェックリスト】

- 入社する人に労働条件通知書（雇用契約書）を明示して渡している。
- 入社時または入社から3か月以内に健康診断を実施している。
- 出勤簿（タイムカード）がある。（3年間保存されている）
※始業・終業・休憩時刻が記録されている。
- 賃金台帳がある。（3年間保存されている）
※氏名、性別、賃金計算期間、労働日数、労働時間数、休日労働時間数、早出労働時間数、深夜労働時間数、基本給・手当の種類とその額、控除項目とその額が記載されている。
- 労働者名簿がある。（3年間保存されている）
※氏名、生年月日、履歴、性別、住所、従事する業務の種類、雇用年月日、退職や死亡年月日とその理由・原因が記載されている。
- 年次有給休暇を年5日消化している。（有給休暇管理簿がある）
- 基本給と残業代を分けて支払っている。
- 深夜（午後10時～午前5時）に労働した分は深夜手当を支払っている。
- 週に1回以上は休日がある。
- 残業（1日8時間を超える）がある場合、「時間外労働・休日労働に関する協定届」を労働基準監督署に提出している。
- 就業規則を作成、労働基準監督署へ届出をしている。
※従業員数10名以上の場合

Ⅲ 経営セミナーの報告

令和3年度から企画・開催している「東京都主催経営セミナー」を開催しました。今回も、どこからでも気軽に参加できるよう、オンライン方式にて行いました。

令和4年5月12日（木） 「事業承継」

同年7月11日（月） 「気候変動への対応について」

多くの事業者の方に聞いていただくことができました。



経営セミナー報告 1

気候変動への対応について

講師：PwCあらた有限責任監査法人 石川 剛士先生



気候変動とは 気候変動の要因

地球温暖化を主な原因とする気候の変化を指し、熱波や豪雨の増加など様々な気象災害が既に生じています。

気候変動を促進している温暖化の主な原因は、温室効果ガスであり、人間の経済活用によって排出される二酸化炭素が多くを占めています。

農畜産物・水産物への気候変動の影響例

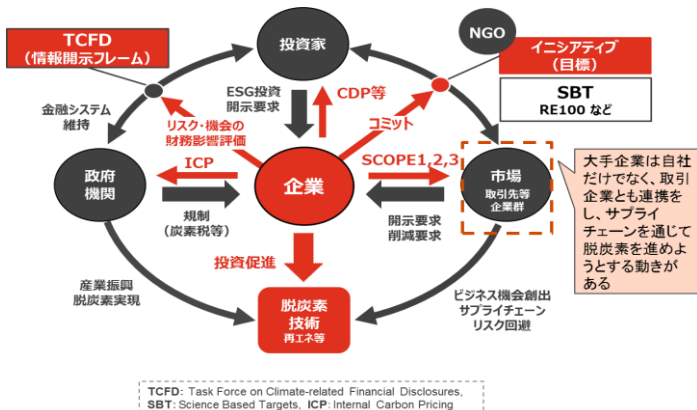
全国で気候変動が影響していると考えられる農畜産物、水産物への被害が出ています。

- ・北海道：記録的な高温・少雨により、豆やジャガイモなどの農産物に被害
- ・佐賀県：2021年の大雨被害により、きゅうりの卸値が最大6倍。夏野菜が高騰
- ・福井県：猛暑で養殖サバが大量死
- ・兵庫県：10度を下回らない海、養殖ノリの生産減が続く

<参加者の声> ♪多くの方に満足いただけました♪

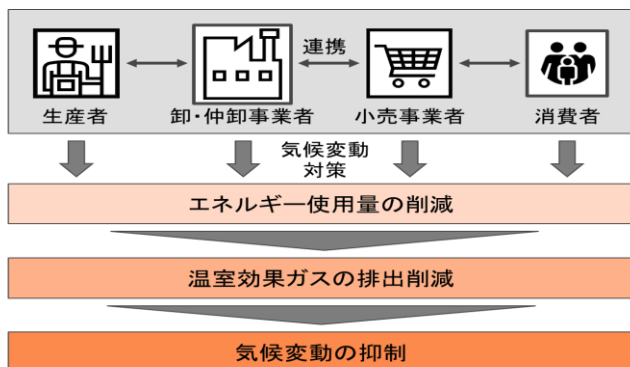
- ✓企業の利益にも貢献できることを改めて認識することができた
- ✓気候変動について、会社の運営にどのように関わってくるかまで説明が聞けた
- ✓他社事例など興味深い内容だった など

脱炭素対応の潮流



気候変動対策に取り組むことの必要性

気候変動対策は、卸、仲卸業者を含む全てのプレーヤが取り組む必要があります。それぞれのプレーヤー自身で取り組み可能な気候変動対策を実行することが肝要です。





事業承継

～まだ、先のことだと思っていないませんか？～

講師：東京都中央卸売市場経営相談員 中小企業診断士 加藤 伸一先生

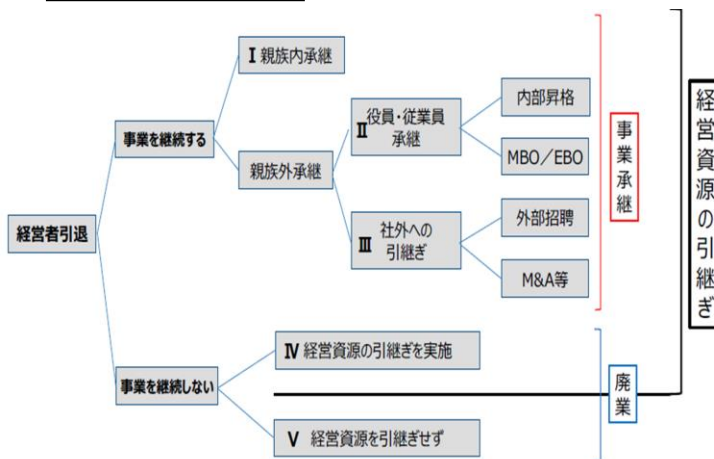
会社を後世に引き継ぎたい・会社の未来のために準備をしておきたい・事業承継の種類や手法が知りたい方を対象にセミナーが実施されました。

事業承継とは

「現経営者から後継者へ事業のバトンタッチ（引継ぎ）」を行うこと。

企業がこれまで培ってきた様々な財産（ひと、もの、かね、知的財産）の上手な引継ぎは、引継ぎ後の経営を安定させるために重要です。

事業承継の準備



出典：2019年版 中小企業白書・小規模企業白書

①ヒトの承継

例：後継者

②資産の承継（もの、かね）

例：自社株式、事業用資産、資金、負債

③目に見えにくい経営資源の承継（知的資産）

例：経営理念、信用、のれん、ノウハウ、取引先・人脈 等

<参加者の声>

- ✓ 実務の話があって、わかりやすかった
- ✓ 入門版として、適切だと思った
- ✓ よりレベルの高い内容を聞きたい など

お知らせ

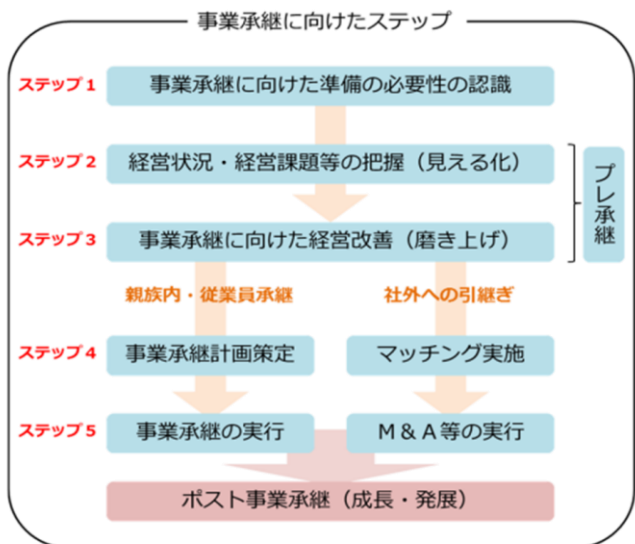
少しでも興味を持った事業者の方がいらしゃいましたら、経営相談事業を活用し、事業承継の相談を受けることが可能です！

セミナーの内容は
YouTubeで配信中です！

当日参加できなかった、あらためて内容を確認したい方などぜひご覧ください。
(タイトルにある二次元コードからアクセス)

今後も、経営セミナーを開催します。
みなさんのご参加をお待ちしています！
取り上げてほしいテーマも募集中です！

事業承継をどのように進めていくのか



出典：中小企業庁 「事業承継ガイドライン」
(平成28年12月)

Ⅳ 東京都の仕事紹介

東京都を一層、身近に感じてもらうために、本号から、皆さんの仕事と関わりの深い都の業務を紹介します。

第1回目は、**事業部業務課食品安全担当**です。



食品安全担当とは

東京都中央卸売市場において、食品安全の危機管理に関することや、品質・衛生管理に関するマニュアル作成や普及啓発を担当しています。

SQM通知の発出についても、この食品安全担当が行っています。

安全・品質管理者（SQM）とは

中央卸売市場において、市場関係者と東京都が連携し、物品の安全性確保を図るとともに、衛生・環境水準の向上を図り、物品の信頼性を高めるために、各場・各部類（青果、水産、花き、食肉）にそれぞれ設置されているセイフティ&クオリティ・マネージャー（SQM）です。

市場関係者は、卸売業者、仲卸業者の職員から構成されています。

東京都は、都庁及び各市場の業務担当の職員から選任されています。

とある一日～安全・品質管理者研修会～

令和4年夏、中央卸売市場に所属する安全・品質管理者（水産、青果、花き及び食肉の卸売業者、仲卸組合員等）を対象に研修会を実施しました。

講義内容

「食品表示法に基づく食品表示について」

講師は、消費者庁、東京都福祉保健局から招いた食品表示のプロです。

身近なところに法律が…（当日の内容）

食品表示について、実際の事例説明や食品表示法の基本事項について説明がありました。

「食品」は、生鮮食品、加工食品に分類され、それぞれ法律によって表示のルールが定められています。生鮮食品であれば、一般的な名称（例、大根、りんご）や原産地など、加工食品であれば、原材料名や賞味期限の表示など、消費者が商品を選ぶときの重要な情報を表示する必要があります。

消費者に対して、常に正確な食品表示を行う必要があるため、食品表示のルールは、適宜、見直されています。

今回の研修会では、令和4年4月から新たに施行された「原料原産地表示」の説明もありました。

卸売市場に流通する食の安全確保に向けまして、引き続き、SQM制度の運用にご協力をお願いいたします。

（食品安全担当）



（写真は、第2回の開催の様子）

V 経営支援メニューの紹介

1 市場独自の経営支援メニュー

今年度も、皆さまの経営にお役立てできるよう様々なメニューをご用意させていただきます。お気軽にご相談ください。

経営強靱化 推進事業



今年度の補助事業です。新しいビジネスや業務改善等の意欲的な取組への支援に加え、経営分析や経営改善の取組を専門家がサポートする仕組み等を設けました。また、**6月に制度を拡充し、省エネ対策に係る機器導入の取組等を支援します(詳細は次頁)。**

みんなのICHIBA づくり応援事業



地域に親しまれ、社会に貢献するICHIBAづくりを応援するための補助事業です。地域に貢献する取組や社会に貢献する取組など、**市場業者の方々が行う公益性の高い取組を応援します。**

経営相談



ご自身の経営に関することについて、公認会計士や中小企業診断士、HACCPの専門家等、**各分野の専門家へ無料で相談できる制度**です。相談はお勤めの市場内で行え、何度でも利用可能です。相談内容はもちろん秘密厳守します。

経営 アドバイザリー



公認会計士等、**経営の専門家が各場に定期的に訪問し、経営者の皆さまの相談に対応**します。経営強靱化推進事業の事業内容だけでなく、**経営課題に対するよろず相談も可能**です。相談内容はもちろん秘密厳守します。

業界団体向け

講師派遣



業界団体で主催するセミナー(研修会・相談会)等について、**講師料の一部を都が助成**することができます。組合員向けセミナー等を実施する際、是非ご利用ください。

経営 セミナー



市場関係者の皆さま向けに、経営に役立つ情報をお届けするため、**専門家による経営セミナーをオンラインも活用しながら実施**します。希望者には**セミナー後に個別相談の機会**を設ける等、より身近なものになるようなセミナーを目指しています。

ウクライナ情勢等の影響を踏まえ、 『中央卸売市場経営強靱化推進事業』を拡充！

拡充①

省エネ対策枠（区分Ⅰ－３）を新設！



- ◇ 市場業者の省エネ対策に係る取組を支援します。
（補助対象経費は裏面を参照）
- ◇ **補助上限額：300万円 補助率：4／5**
- ◇ 環境をテーマとした経営セミナー（都主催）の受講が申請要件となります。

二次元コードからセミナー動画にアクセスできます。
（補助金申請にはアンケートへの回答が必要です。）



拡充②

売上高が減少する市場業者への補助率を拡充！

- ◇ コロナ感染症の影響の長期化に加え、原油、原材料価格の高騰や円安の進行の影響などにより、売上高が減少する市場業者の経営基盤の強化に向けた取組を高補助率で後押しします。
- ◇ 売上高が減少している市場業者に、以下の補助率を適用

	補助額	補助率	
		特例 (売上高△20%)	本則
Ⅰ 変革推進枠	1,000万円	2／3	1／2
Ⅰ－２ 変革スタート枠	300万円	2／3	1／2
Ⅱ 経営強靱化枠	1,000万円	4／5	2／3
Ⅲ 事業連携推進枠	3,000万円	中小：4／5 大企業：2／3	中小：2／3 大企業：1／2

<省エネ対策枠（区分Ⅰ－３）の新設>

補助上限額 300万円

補助率 5分の4

補助の対象となる取組	想定対象経費
空調機（室外機込み）の更新	工事費、備消耗品費、通信運搬費、賃借料（単年度のみ）
LED照明機器の導入 ※LED以外からの買替のみ対象	工事費、備消耗品費
エネルギーマネジメントシステム（EMS）の導入	委託費、備消耗品費
省エネコンサルティング等の実施	委託費

申請条件等

- ・導入する空調機、LED設備については、「導入推奨機器指定要綱」（東京都環境局）で指定を受けている製品であることが必要
- ・ルームエアコンの場合は、最新の省エネ基準に基づく省エネラベル4つ星以上であることが必要
- ・本年7月頃に開催する環境をテーマとした経営セミナーの受講が必要
※前頁の二次元コードからセミナー動画にアクセスできます。



「導入推奨機器指定要綱」で指定を受けている製品は、二次元コード又はURLで表示される東京都環境局のホームページで確認できます。



https://www8.kankyo.metro.tokyo.lg.jp/eco_energy/bca245ffb/index.php

【注意！！】

蛍光灯照明器具にLEDランプを取り付ける場合、組み合わせによってはこげや焼損などの事故につながる可能性もありますので、十分にご注意ください。

参考：東京都環境局発行テキスト

https://www.tokyo-co2down.jp/wp-content/uploads/2021/10/syoene_text2021.pdf

<売上高要件補助率の設定>

適用条件等

- ・2022年1月以降で連続する任意の3か月の売上高の合計が、2019年4月以降の同期間に比べて20%以上減少している場合、高補助率を適用
- ・上記の証明のため、申請に際して売上高減少証明書の提出が必要

◎ お問い合わせは各市場東京都事務所まで

今年度開始した新しい補助金です。

東京都中央卸売市場

冷蔵・冷凍機器を購入する方へ！ 省エネ型グリーン冷媒機器を 購入すると補助金が出ます！！

うれしい
省エネ

ノンフロンで
地球にやさしい

省エネ型グリーン冷媒機器普及促進事業が始まります

＜省エネ型グリーン冷媒機器とは＞

フロン類を使用していない下記の設備

- 冷蔵庫及び冷凍庫
- プレハブ式冷蔵及び冷凍庫の冷却装置
- 活魚水槽等の冷却装置
- 製氷機

(ただし、中古品・リース品は除きます)

＜補助対象者＞

- 市場施設の使用許可を受けた事業者で
市場内で自ら設備を使用する事業者

＜補助金の交付額＞

- 補助率 3分の1
- 補助上限額 200万円

※ショーケースは対象外となります
(環境局の補助金をご案内します)

※予算額の上限に達した場合は終了となります



ご注意

申請の受付は、令和5年1月31日まで

補助金を受け取るためには、**購入前**に交付申請が必要です

お問い合わせは、東京都中央卸売市場 市場政策課
環境整備担当 TEL 03 - 5320 - 5743 まで

2 都や国の各種経営支援メニュー

～ 各種支援策のガイドブック（仮称）を作成中です！ ～

都や国が実施している補助金等の経営支援メニューのうち、皆さまにもご活用し易い施策をピックアップしたガイドブックを作成し配布する予定です。参考にしてください。



経営の参考としていただくために、都や国の各種支援策を用途別に分類し作成する予定です。

（掲載内容のイメージ）

都 や 国 の主な補助金

デジタル化

生産性向上のためのデジタル技術活用推進事業

デジタル技術の導入から活用に向けて、専門家による一貫した支援に加え、人材育成支援のほか、必要な経費の一部を助成

補助対象：専門家が現地訪問し提案書を作成、提案に基づく機器等

補助率等：中規模 1/2、小規模 2/3 (300万円)

その他：6/20まで受付（年2回）

躍進的な事業推進のための設備投資支援事業

更なる発展に向けた競争力やゼロエミッションの強化、イノベーションの創出、DX化推進の取組等に必要となる機械設備の導入経費の一部を助成

補助対象：AI、ロボット等の技術を活用し、生産性の向上を図る設備投資

補助率等：1/2、2/3、3/4 (1億円)

その他：年2回（次回は10月頃）、労働生産性（付加価値額/人）の目標設定、面接等が要件

中小企業デジタルツール導入促進支援事業

中小企業の事業活動におけるデジタル化を推進するため、デジタルツールの導入に係る経費の一部を助成

補助対象：新たに導入するデジタルツール（ソフトウェア、クラウドサービス）

補助率等：中規模 1/2、小規模 2/3 (100万円)

その他：募集期間 6/15～7/12 セキュリティ確保等のチェックシート作成等が要件

IT導入補助金

売上や業務効率を高めるITツールの導入【通常枠】、会計ソフト・受発注ソフト・決済ソフト・ECソフトの導入【デジタル化基盤導入枠】に係る経費の一部を補助

補助対象：ソフトウェア導入、クラウド利用、ハードウェアの購入などに要する経費

補助率等：【通常枠】 1/2 (450万円)、労働生産性等の目標設定が要件

【基盤導入枠】ハードウェア：1/2 (20万円)、その他：3/4 (50万円まで)、

2/3 (350万円)、IT導入支援事業者のサポートを受ける必要

募集は、年複数回

販路開拓

展示会出展助成事業

販路拡大のために展示会出展等の経費の一部を助成

補助対象：展示会出展費用等、販路拡大に要する経費の一部

補助率等：2/3 (150万円)

その他：募集期間あり（年10回、最終は1/31）、商工会議所等の経営分析を受けている必要あり

飲食事業者向け経営基盤強化支援事業

速やかに事業の本格稼働を再開させ、収益の確保や安定的な集客につなげていく取組を支援

補助対象：専門家の助言に基づく経営基盤の強化に必要な取組経費の一部等

補助率等：2/3 (200万円)

その他：6/30まで受付、同事業が別途行う専門家派遣支援を受けている必要あり

ポストコロナを見据えたサプライチェーンの緊急強化対策事業（農林水産省）

卸売市場等が取り組む生鮮食料品等の安定供給機能を確保するサプライチェーンの改善・強化等の取組を支援

補助対象：非接触型等運営事業、アフターコロナ需要獲得事業に要する経費 等

補助率等：1/2 (1億円/事業実施者が直接行う取組 (1千万円/構成員が個別に行う取組)

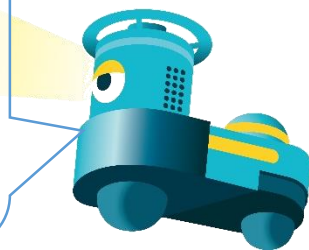
その他：6/15まで受付、東卸が申請済（共同配送（保冷車））

節電アクション実施中

東京都では、気候危機への対応だけでなく、中長期的にエネルギーの安定確保につなげる観点から取組を強化・加速しています。ポイントは、

電力を<①減らす・②創る・③蓄める>キーワードはHTT。

省エネ機器導入の取組等について、経営強靱化推進事業をご活用できる場合があります。お気軽にご相談ください。



室温の徹底

H
減らす

少しの工夫 大きな効果

太陽光発電

T
創る

自分でつくる おうちの電気

太陽光発電

T
蓄める

ためて安心 つくった電気

Cool Biz

H
減らす

オフィスも人も快適

Tokyo Cool Home & Biz

HTT
Tokyo.Tokyo

電力を
へらす
つくる
ためる

エアコン

H
減らす

お得!
¥

お得に買替 かしこく節電

LED

H
減らす

賢く省エネ コスト削減

太陽光発電

T
創る

屋上スペース 有効活用

蓄電

T
蓄める

非常時に頼れる ZEV

東京都

企画・製作：東京都中央卸売市場