

館山

会議所だより

会議所は企業の要、地域の灯

2026 8

会員数 886 名

令和8年8月1日現在

●昭和51年7月10日 第3種郵便物認可 ●令和8年8月10日発行（毎月1回10日発行） 第703号 ●発行所／館山商工会議所 ●編集発行責任者／専務理事 上野 学 ●〒294-0047 千葉県館山市八幡 821 ●TEL0470-22-8330 FAX0470-23-4011 ●印刷所／株式会社 集賢舎 ●定価 1部20円（購読料は会費に含まれています）



館山商工会議所 HP



館山商工会議所
公式LINE始めました!



夏の海

◇健康経営に取り組んでみませんか？

～事業継続、人手不足問題解消の「カギ」！～

◇潮流を読む 将来の日本における金融業の強者連合とは

◇トレンド通信 お客さんと直接触れ合うことのメリット

◇中小企業のセキュリティ対策 リスク事例集公開

◇中小企業あるある相談室『期待の交換』による見える化

◇青年部の窓 告知:『ちばづくしフェスに出店します!』

◇中小企業の働き方改革に関する調査 時間外労働上限規制「事業に制約あり」2割

◇日本史のトビラ 出光興産を設立した出光佐三

無担保、無保証人、低利子で融資

～マル経融資制度～

利子補給(1.0%) 制度が利用できます!

マル経融資制度は、小規模事業者の皆様の経営改善に必要な事業資金を館山商工会議所の推薦により「(株)日本政策金融公庫」から借りられる国の制度です。

担保、保証人	不 要
貸付限度額	2,000万円
返済期間	10年以内（※運転資金は7年以内）
利 率	年 2.70%（令和8年8月1日現在）
融 資 対 象	従業員（家族従事者、パート、法人の役員除く）が商業・サービス業は5名以下、製造業・その他は20名以下の小規模事業者

※ご利用の際には各種要件がございますのでお問い合わせください。 ☎ 22 - 8330

健康経営に取り組んでみませんか？

～事業継続、人手不足問題解消の「カギ」！～

健康経営とは

健康経営とは、従業員等の健康管理や健康増進の取り組みを「投資」と捉え、経営的な視点で考えて、戦略的に実行する新たな経営手法です。

これまで、従業員の健康管理は自己責任、あるいは企業にとってコストとして考えられてきましたが、今後も続くであろう深刻な「人手不足問題」などを背景に、「健康経営」に注目する経営者が増えています。

従業員の健康づくりを「投資」とするには、相応の「リターン」が期待されるからです。先進的に健康経営に取り組む企業からは、「生産性向上」「業績向上」「従業員の活力向上」「組織の活性化」「企業価値向上」「採用時の応募数増加」などを実感していると



いった声も寄せられています。

また、労務管理・労働安全対策の視点からの「法令遵守」「リスクマネジメント」の手法としても注目されています。

このように、健康経営は、企業が経営理念に基づいて、従業員等の健康保持・増進に積極的に取り組むことにより、従業員の活力向上や生産性の向上など組織の活性化をもたらす、ひいては業績の向上や企業のイメージ向上、採用増加へ繋げていく取り組みです。

健康経営に

関心が集まっている背景

健康経営に関心が高まっている背景として、①生産年齢人口の減少と従業員の高齢化、②深刻な人手不足、③国民医療費の増加が挙げられます。

従業員の高齢化に伴い、病気等により貴重な人材（人財）が継続して働けなくなるといふリスクが高まっていること、少子化により生産年齢人口が減少し、長期にわたって深刻な人手不足が続くこと、高齢化による国民医療費の増加が企業の社会保険料負担の増加

に繋がっていることなどです。

こうした日本の構造的な課題を背景に、人材（人財）を確保し、長く生き生きと企業で働いてもらえる環境づくりが、継続した企業活動には不可欠であると考える経営者が増え、健康経営への関心が高まっています。

国策としての健康経営

このような背景の中で、政府としても、成長戦略である「日本再興戦略」の中で、国民の健康増進を図る国策の一つとして「健康経営」の普及・推進が掲げられ、現在も様々な施策が実施されています。

具体的には、従業員の健康を重要な経営資源ととらえ、健康増進や職場環境の改善に取り組む、協会けんぽ千葉支部へ「企業として従業員の健康づくりに積極的に取り組む」ことを宣言していただく「健康な職場づくり宣言」応募や、地域の健康課題に即した取り組みや日本健康会議が進める健康増進の取り組みをもとに、特に優良な健康経営を実践している企業が認定対象となる「健康経営優良法人認定」の取得です。

「健康経営」に取り組むことで、職場環境や企業イメージの向上のみならず、自治体

や金融機関等においてさまざまなインセンティブを受けられる可能性があります。

館山商工会議所では、会員企業における健康経営の普及・推進を積極的にサポートしていますので、お気軽にご相談ください。

※制度に関する詳しい説明は、左記QRをご確認ください。

健康経営優良法人認定制度HP



～健康経営優良法人、館山商工会議所の取り組み紹介～

- ★毎朝、全職員がラジオ体操を実施
- ★簡易トレーニングルームの整備と活用
→毎日15分程度の軽い運動の推奨
- ★職員向け健康セミナーの開催(年2回実施)
など、健康意識を高めるための取り組みを実施。
是非お気軽に当会議所へご相談ください。



法律・税務・商工相談

- 法 律 千葉県産業振興センター
- 税 務 葛西 博 先生
川名 敏昭 先生
- 商標 特許 神崎 正浩 先生

ご相談のときは事前にご連絡下さい。



会議所窓口相談

商工相談
金融相談

毎週水曜日

(電話相談随時
お気軽にご連絡下さい)

日本政策金融公庫
特別金融相談日

毎月第3金曜日

(事前にご連絡下さい)



「将来の日本における

金融業の強者連合とは」

将来を見据えると、日本の中で金融業界の強者と言えるメガバンクのビジネスモデルも安泰とは言い難い。その背景には、大手携帯キャリアが金融業界に参入していることがある。メガバンクは、金利上昇の局面においてリテール顧客の預金基盤をオンラインチャネル活用により強化している。この結果、モバイル決済とポイント経済圏を強みとする大手携帯キャリアとの主導権争いとなっている。構造的には、「金利回帰+オンライン経済圏競争+DX」が重なって、両者の対抗が

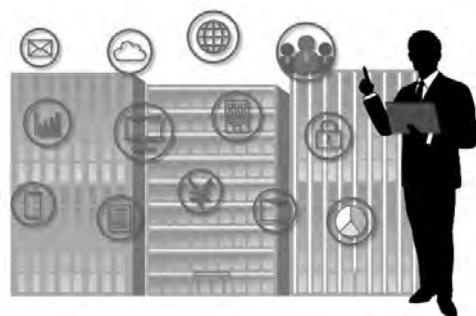


生じている。ここでのDXとは大規模な「デジタル・プラットフォーム化」の意味である。大手携帯キャリアの支配するモバイル決済、ECモールの市場では、大規模なデジタルプラットフォームほど差別化でき、これらの市場をグリップ（把握・コントロール）しながら、カード決済、銀行、証券などの金融機能を拡充させている。その背景には、「オンライン経済圏」競争の進化がある。楽天グループ、NTTドコモ、KDDI、PayPayなどが「銀行+決済+証券+ポイント」を統合することで、預金は、給与口座・決済口座を銀行に集約して顧客を囲い込む機能へと進化した。これにより、預金（口座）から得られる情報が顧客ライフタイムバリュー（顧客が企業にもたらす利益の総額を示す指標）の中核になってきている。

一方、メガバンクは圧倒的な預金量を持つと同時に、給与口座・法人決済預金など「粘着性の高い預金」を確保している。課題は、少子高齢化に伴う急速な人口減少により、預金成長が鈍化（貸し出しに対し不足）していることと同時に、店舗・人員をベースとした銀行の構造的なコスト負担が大きいことである。

ただし、大手携帯キャリアはDXで優位に立つが、銀行のような粘着性の高い顧客基盤が弱く、メガバンクは粘着性の高い顧客基盤が強固であるが、DXに弱い。10年後を見据えれば、メガバンクはレッドオーシャンで競争して消耗するよりも、大手携帯キャリアと連携して補完し、選択することも想定されよう。これによって日本特有の新たな事業モデルが生まれる可能性がある。現在でもメガバンクの「DX」と大手携帯キャリアの「オンライン経済圏」の連携「注1」が進んでいる。日本における金融業の強者連合は、この両者の連携から生まれる可能性が高いと言えよう。

この強者連合でも安泰とは言えないかもしれない理由が、最近の大きなデジタル技術革新である。例えば、米AnthropicのClaude、Mythosに代表される最上位AIモデルの登場は、世界の金融サービスや金融業の在り方を非連続的に変化させつつある。生成AI、サイバーセキュリティ、クラウド、トークン化（現実の資産や権利をデジタルな証明書（トークン）に変換すること）、耐量子計算機暗号やポスト量子暗号などを巡る、刻



一刻と変化する新たな動きは、世界の金融経済に大きな事業機会と事業リスクをもたらしていると言え、たとえ前述の強者連合でもコントロールができない領域となっている。さらに、これらの新しい技術を用いた金融サービス、金融業における活用の可能性や金融安定面の含意について、グローバルに議論するステージとなっている。

そもそも自動化が進む日本の金融業界では、労働力が供給制約となっており、事業を継続・拡大していく上で、デジタル技術を活用した労働生産性の向上が喫緊の課題となっているが、そのためには資本規制のある金融業のみの設備投資では限界がある。日本においても、米国と同様に上記のメガバンク×大手携帯キャリアの連携あるいは統合によって「業界全

体のオペレーティングモデルをシフトさせるような金融プラットフォームフォーマーの存在感」[注2]を高めていく必要がある。（6月23日執筆）

「注1」例えばSMBCC×PayPay、MUFJ×KDDI、楽天グループ×みずほFG、が挙げられる。これらは「トランザクションバンキング化」によって、決済・給与のメイン口座、メインバンクとしての企業資金を囲い込むことである。

「注2」内野 逸勢、竹内 正幸、坂本 博勝「ウェルステック企業へと変貌を遂げる米国大手金融機関 ～AI活用のオペレーティングモデルの進化～」大和総研調査季報2026年春季号Vol. 62、p. 34～57

株式会社大和総研 金融調査部
主席研究員 内野 逸勢



トレンド通信

「お客さんと直接触れ合っぴいのメリット」

和歌山県の梅の生産地では毎年6月6日を「梅の日」と定めて、さまざまなイベントが催されています。例えば、全国有数の梅の産地であるみなべ町では、この日の学校給食は梅干しを使ったおにぎりが出されています。

この日、梅干しなど梅加工品の製造販売会社が企画した、みなべ町の体験ツアーに参加してきました。梅の実が完熟して、ちょうど収穫期を迎えた畑で収穫体験をした



り、参加者自らが選んだ梅干しでつくったおにぎり弁当を畑に持ち込んで食べたり、冷凍した青梅と氷砂糖で「梅シロップ」づくりに挑戦したりと、盛りだくさんの内容でした。

参加者たちは、車で1時間半ほど離れた大阪市や神戸市などに住み、普段からこの会社の通信販売を定期的に利用しているかなり熱心なファンが中心でした。

梅干しおにぎりをつくる体験では、異なる味わいの梅干しが数種類用意され、普段自分が愛用しているものとは違う種類を試食する機会にもなっていました。また、用意された弁当のおかずは、梅酢を使った揚げやアジの南蛮漬けなど、梅をうまく活用した料理の紹介になっていました。参加者は梅干しの製造工程や、梅の加工食品である梅エキスの製造現場を見学しながら、梅に関する知識を増やしていました。また、体験終了後に、参加者それぞれが興味を持った商品を、シヨップ



でたくさん購入していたのが印象的でした。

その場所へ足を運ばなければ得られない体験に、参加者は何を求めているのでしょうか。つくり方の現場を知ること、自分が普段購入している商品の品質を確かめること、もちろん、そこでしか買えない商品や、生産地ならではの価格も期待しているでしょう。また、つくり手と直接触れ合うことで、商品の売買を超えた信頼関係が生まれることもあるでしょう。

生産者側から見れば、普段接することが少ない最終消費者のニーズや生活スタイル、価値観などを知る貴重な機会です。マーケティングの面だけでなく、お客さんと直接触れ合うことで社員のモチベーションや、接客マナーなどが

向上するといった、人事教育面の効果にも意味があります。また、ゲストを迎えるに当たって、工場や製造現場をきれいに掃除したり、整頓したりという、生産や運用面での良い結果も期待できます。

一方で、多面的なメリットがあるが故に、あまり欲張り過ぎると、逆にお客さんが求めるものに正対しない内容を盛り込んでしまう恐れもあります。また、内容を充実させたり、準備に手間をかけ過ぎたりすることはコスト要因となり、それなりの参加費を設定しても、かけた時間の割に採算が合わなくなるということもよくあるそうです。

事業者の体験プログラムを数多くプロデュースしている「につぼんでない堂」店主の中村真一郎さんによれば、こうした体験プログラムは、利益目的なのか、顧客との絆づくりなどマーケティング目的なのかをまず明確にすることが重要だということです。その上で、自分たちの価値を最も感じてもらうために、どこを体験として提供するかが鍵だそうです。

地域経済アナリスト／コンサルタント

渡辺 和博

食のまち「たてやま」をネットワークする

THE SHINRA の新ブランド誕生

五感で奏でる美味なる季

VILLA
SHINRA
BY THE SEA



年古民家
Auberge

たてやま
TOKI NO NE



株式会社こがね HANASHIBUKI RESORT GROUP

館山市塩見 233-4 TEL. 0470-29-0236



【自社牧場直送】搾りたてミルクの贅沢アイス

伏姫 BURGER にて
好評発売中！



中小企業のセキュリティ対策

リスク事例集公開

企業調査通じて 弱点と対策整理

ている。
ここでは、掲載事例を紹介
する。

対策を取っていても 定期点検を

【事例1】VPN装置の脆弱
(ぜいじゃく) 性悪用による
ランサムウェア感染・ファイ
ル暗号化

昨今、サイバー攻撃の巧妙
化・多様化が進む中、特に中
小企業においては、限られた
ソースや知見不足から十分
な対策が取られていない現
状が指摘されている。そのよ
うな状況を踏まえ、独立行
政法人情報処理推進機構（I
PA）では、中小企業を対象
にASM（Attack S
urface Manage
ment、リスクの検出・評
価）ツールによる診断を実施
し、さらにアンケートやヒア
リング調査を通じて効果や
課題を多面的に検証し、実施
報告書とサイバーセキュリ
ティリスク事例集にまとめ
公開した。

事例集では、中小企業にど
のようなセキュリティ上の
弱点があり、その弱点が狙わ
れるとどのような被害が起
きるのか、そしてどのように
対策すればよいのかを、でき
るだけ分かりやすくまとめ

て納期遅延を起こすことと
なった。

製造業を営むA社（売り上
げ規模約10億円、従業員数80
人）は、兼任ではあるが情報
システム担当者を配置し、ウ
イルス対策ソフトの導入や
オンラインバックアップの
整備などのセキュリティ対
策を実施していた。ある日、
ランサムウェアに感染し、設
計データや経理データが暗
号化されるインシデントが
発生した。

クラウドにバックアップ
を取っていたが、バックアップ
データも暗号化されてしま
い、データ復旧が困難と
なった。その結果、一部の業
務が停止し、取引先に対し

その結果、取引先
からの信頼が低下
し、一部の顧客と
の取引が停止と
なった。

調査した結果、

仮想専用線（機器に脆弱性が
あったが、ファームウェア
（ハードウェアを制御するソ
フトウェア）の更新ができて
おらず、攻撃に悪用されてい
ることが判明した。そこで、
VPN機器のファームウェ
アを更新し、設定の見直しを
行った。また、クラウドの認
証を見直すとともに、オフラ
インバックアップを取得す
るようにした。加えて、イン
シデント対応計画を整備し、
従業員に対して定期的なセ
キュリティ教育を実施した。

【事例2】クラウド設定ミス
による情報漏えい

情報通信業を営むB社（売
り上げ規模約10億円、従業
員数100人）は情報シス
テム担当を設置し、EDR
（セキュリティソリューション
の一つ）の導入やログの
収集・監視、インシデント
対応計画の策定などの対策
を実施していた。ある日、
クラウドストレージに保存
していた顧客リストや取引
条件などの情報が漏えいす
るインシデントが発生した。

に、アクセス権限
に関する設定・管
理手順を文書化した。また、
アクセスログの定期監査と
自動通知設定を行った。

他社の事例を知ること
で対策の必要性を理解し、ど
こに注意すべきか具体的に
イメージができるようにな
る。自社のセキュリティ対
策強化の参考にしていただ
きたい。

独立行政法人
情報処理推進機構・江島将和

事例集のイメージ

1. VPN装置の脆弱性悪用によるランサムウェア感染・ファイル暗号化	
組織情報	製造業（中国産品） 従業員数：80名 売上規模：約10億円 端末台数：80台
体制	情報システム担当2名（他業務と兼任）
実施していたセキュリティ対策	・ ウイルス対策ソフトの導入 ・ オンラインバックアップの整備 ・ その他、年額100万円程度のセキュリティ予算
被害情報	・ 攻撃者がVPN装置の脆弱性を悪用され、ランサムウェアに感染し、業務データが暗号化された ・ ウイルス対策ソフトの監視が及ばない経路で攻撃を受けた
被害内容	・ 業務停止 ・ データ復旧困難 ランサムウェア感染により設計データ・経理データが暗号化し、業務が停止した クラウドに保存したバックアップデータも暗号化され、データ復旧困難となった ⇒一部業務が停止し、納期遅延が発生！
攻撃要因	・ リモートワーク用VPN装置の脆弱性更新遅れ
被害後に実施したこと	・ VPN装置のファームウェア更新・設定見直し ・ クラウドの認証見直し ・ オフラインバックアップ、インシデント対応計画の整備 ・ セキュリティに関する定期的な教育の実施

総被害額（被害額の計画的補填は別項の参考資料参照）

4,600万円

- ・ 初期対応費用（緊急対応、記録データの調査等）・・・約3,050万円
- ・ 復旧費用（データ復旧、サーバ（再構築等）・・・約350万円
- ・ 報告公表費用（外部コンサルタント雇用等）・・・約300万円
- ・ 弁護士訴訟費用（弁護士への相談費用等）・・・約150万円
- ・ 再発防止費用（新しい安全対策等）・・・約750万円
- ※その他、利益損害・賠償請求等の費用もかかる可能性があります

すぐできる対策

- ✓ VPN装置やネットワーク機器のファームウェア・OSを定期的に更新する
- ✓ バックアップから復旧するための手順書を作成する
（参考）IPA「日常における情報セキュリティ対策」
3.定期的なバックアップの実施
<https://www.ipa.go.jp/security/anshin/mosumei/encyclo.html>

より確実な対策

- ✓ 多量化したバックアップからの復旧訓練を行う
- ✓ 多要素認証を導入し、認証強度を高める
（参考）IPA「不正ログイン対策特設ページ」
3.「多要素認証」の活用について
https://www.ipa.go.jp/security/anshin/mosumei/accout_security.html

「中小企業のための事例で学
ぶサイバーセキュリティリ
スク事例集」についてはこち
らを参照





『期待の交換』による見える化

経営相談の現場でよく耳にする言葉があります。

「管理職が思ったように動いてくれない」「会社の方針が現場に伝わらない」と言う経営陣。管理職側は、「経営陣が何を期待しているのか分からない」「判断基準が見えない」という声。このように、双方に不満はあるものの、その多くは能力の問題というより「認識のズレ」から生まれていることが少なくありません。

こうした状況を整理する



ために、ある企業で実施したのが「期待の交換」というワークです。方法はシンプルですが、組織の認識ギャップを可視化する上で効果的な手法です。

まず管理職を数人のグループに分け、「経営陣は自分たちにとどのような期待をしていると思うか」を討議。例えば「売り上げ拡大」「部下育成」「現場改善」などのように、自由に挙げてもらいます。ここでは正解を求めるのではなく、管理職自身の認識を言語化することが目的です。

一方で、事前に経営陣へもヒアリングを行い、「管理職に何を期待しているのか」を整理しておきます。そして討議の後に、その内容を示します。すると多くの場合、「思っていたことと違う」という点が見つかります。ある企業では、管理職（部長）は「売り上げ目標の達成」が最大の期待だ



と思っていました。逆に管理職（部長）が気にしていた数字管理は、経営陣にとつては課長が管理の担当という位置付けで、期待の齟齬（そご）が生じていました。

双方の認識を並べてみると、「何を重視すべきか」が明確になります。また経営陣にとつても、自分たちの考えが現場に十分伝わっていないことに気付く機会になります。このワークは、管理職と経営陣だけでなく、管理職と一般社員、若手社員と新人の間でも活用できます。例えば若手社員に「上司は自分たちに何を期待していると思うか」を整理してもらい、管理職側の期待と照らし合わせることで、役割認識

のギャップが見えてきます。組織の問題は、必ずしも能力や意欲の不足だけで起きているわけではありません。「何を期待されているのか」が共有されていないことが原因になっているケースも少なくないのです。経営支援の現場でも、「方針が伝わらない」「現場が動かない」といった相談を受けた際には、この「期待の交換」というシンプルなワークを提案してみてもいいでしょう。認識のギャップを見える化することが、組織力向上の第一歩になるはずです。

中小企業診断士 秋島 一雄



新入会員募集中！

皆さまのお知り合いで、最近事業をはじめた方や、まだ会員でない方などいらっしゃいましたら、是非ご紹介ください。

- ◆ 講演会・研修会などが、おもに無料で受講できます。
- ◆ 各種公的資金融資の斡旋・資金繰りの相談が受けられます。
- ◆ 経営に関する各種の相談・指導を受けることができます。
- ◆ 各種共済・保険などへ割安な掛金で加入できます。

お問い合わせは 館山商工会議所まで Tel 22-8330

「会議所だより」に広告を掲載される 会員事業所を募集しています!!

【掲載料】
約45mm×約85mm
11,000円~

問合せ 館山商工会議所
Tel 0470-22-8330



【青年部の窓】『ちばづくしフェスに出店します!』

館山 YEG は、9 月 5 日に幕張新都心で開催される、千葉県内 18 単会が集う千葉県 YEG 大会『ちばづくしフェス』への出店を予定しています。千葉県の魅力発信、千葉ブランド PR を目的に開催されるこのイベントは、5,000 人以上の来場者が見込まれます。館山の食や事業の魅力向来場者に直接伝えるとともに、県連活動を通じて各地の青年経済人とつながり、販路拡大や共同事業、館山への誘客につなげます。県連への参加は、地域を越えた学びと人脈を自社とまちへ持ち帰り、新たな仕事や交流を生み出す大きな機会です。

『ちばづくしフェス』の詳細は、決定いたしましたら皆様にお知らせいたします。



【中小企業の働き方改革に関する調査】

時間外労働上限規制「事業に制約あり」2 割

日本・東京商工会議所は 5 月 25 日、「中小企業の働き方改革に関する調査」の集計結果を公表した。

調査結果によると、正社員 1 人当たりの月間の平均的な時間外労働時間は「20 時間未満」と回答した企業が約 8 割（81.0%）と多数を占めた。

一方で、過去 1 年間で 1 カ月当たりの時間外労働が最も多かった正社員の時間外労働時間は「単月 45 時間以上」と回答した企業が 3 割近く（25.9%）に上った。

時間外労働上限規制によって「事業運営に制約が生じている」企業は全体では約 2 割（19.1%）だが、現場人材を抱える業種では影響が深刻だ。運輸業（35.7%）、建設業（28.7%）、宿泊・飲食業（24.5%）は特に影響が大きい結果となった。「事業運営に制約が生じている」企業のうち、売り上げ・収益面への支障として「受注機会の喪失・営業時間短縮などによる売り上げ減少」と回答した企業が 4 割超（43.2%）となった。人材育成・投資面では「管理職やリーダー層の業務の負担増加と偏在」を訴える企業が 6 割超（63.2%）に上った。

こうした現場の実態を背景に、時間外労働の上限規制への対応などに向けて政府に求めることとして「変形労働時間制などの繁閑や予期せぬ業務に対応できる柔軟な労働時間制度の実現」を求める企業が約 7 割（72.6%）に上った。





「出光興産を設立した出光佐三」

藍間屋を営む家に生まれた出光佐三（さどう）は、若い頃から経営者になることを目指し、神戸高等商業学校（現・神戸大学）に入学。教員たちから人間尊重の精神、金の奴隷とならないことや投機的な商売をしないことを学んだ。卒業後、社員数人の商社・酒井商會にでっちとして入社した。ところがこの時期、実家が破産してしまったのだ。すると資産家の日田重太郎がポンと6000円を提供してく



れたのだ。日田の息子が佐三に家庭教師をしてもらったことがあり、日田はこの青年の将来に期待していた。しかも日田は「金は返さなくていいし、利子もいらぬ。ただ、君の主義を貫き、家族仲良く暮らしてもらいたい」と告げたのだ。

まさに、佐三にとって福の神だった。こうして1911年、佐三は門司で出光商會（後の出光興産）を創業、日本石油の特約店となった。当時、日本石油は他の特約店との競合を避けるため、各特約店の販売区域を決めていた。だが、それでは発展は望めないと考えた佐三は、海上で漁船に給油するというとつぴな販売方法を展開。業界で『海賊』と呼ばれた。

さらに佐三は、満州への進出を図った。南満洲鉄道（以下、満鉄）で使う機械油などの石油製品は米国企業が独占していたが、佐三は実験を繰り返して優れた油を製造し、



猛烈な営業で満鉄への機械油の納入に成功。さらにセメントや機械工具なども納品、朝鮮や上海にも進出した。

しかし1945年の終戦により、海外資産は全て没収、国内事業も停止状態になった。そんな中でも、社員は続々と海外から引き上げてくる。重役たちは、社員の大量解雇も仕方ないと考えた。ところが佐三は、「事業は飛び、借金が残ったが、出光には海外に800名の人材がいる。これが唯一の資本であり、今後の事業をつくる。人間尊重の出光は終戦に慌てて餓首（かくしゅ）してはならぬ」と宣言したのだ。これに重役たちは反発したが、佐三は「会社

が駄目になったら、ぼくはみんなと一緒にじきをする」と言った。この一言で重役は口をつぐみ、社員は命懸けで働いた。本業だけでなく、出版業、ラジオ修理、電灯工事、無線機販売、また命の危険を冒しながら旧海軍の石油タンク底の残油回収まで行い、会社の危機を支えたのである。佐三は社員を本家の家族だと考え、定年制も設けなかった。全面的に社員を信頼しているの、社内には罰則規定や出勤簿もなく、各自に大きな裁量権を与え、自由に仕事をさせた。

なお、佐三は他社と異なつてメジャーズ（大手国際石油会社）とは組まず、高品質で安価なガソリンを輸入し、アポロガソリンの商品名で販売したり、英国やメジャーの包囲網をくぐり抜け、自社船をイランに送ったりして直接石油を輸入した。こうした常識破りの商法によって、出光は飛躍的に知名度を上げ、傘下の販売店は激増したのである。

歴史作家 河合 敦

「このおだんごは飲み物だ!？」と言われます。あなたは信じますか？

県内有名百貨店などでは
1時間行列に並んでも
買えないことが多い
メディアで話題の逸品です

ご注文ごとに1本1本
ていねいに焼き上げまひ
お時間がかかりますので
事前予約がオススメです!!

とろけるみたらしだんご

館山商工会館 物産展示場

〒294-0036 館山市館山236 不定休/10時~18時
館山城 城山公園内 0470-29-5100

ふるさとの味覚を自由に
詰め合わせて

南房総GIFT

館山商工会館 物産展示場