館山 会議所だより

会議所は企業の要、地域の灯

2026 11

会員数 895 名

令和８年11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 11 月 10 日発行（毎月 1 回 10 日発行）第 706 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!



客船「三井オーシャン サクラ」10月1日（木）初寄港

◇令和８年度上半期 **新聞折込チラシ調査結果**
～月平均209枚の広告が折り込まれる～

◇潮流を読む **企業間格差を拡大させる価格転嫁力と人材確保力**

◇トレンド通信 **4兆円のリユース市場の先に来るもの**

◇中小企業のセキュリティ対策 **情報漏えいを防ぐために**

◇中小企業あるある相談室
AI時代だからこそ問われる「ビジネスの基礎力」

◇【お知らせ】**国税庁　年末調整・関連手続きのご案内**

◇日本史のトビラ **真円真珠をつくった御木本幸吉**

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「㈱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 2.95%（令和 8 年 11 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

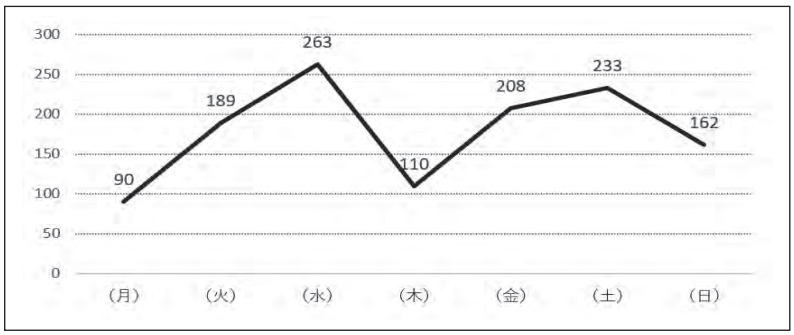
令和8年度上半期　新聞折込チラシ調査結果
～月平均209枚の広告が折り込まれる～

折込チラシ枚数は減少傾向

当所では、朝刊6紙の新聞折込チラシについて調査を行っている。令和8年度上半期の調査結果は、以下のとおりとなった。

はじめに折込総数であるが、上期（4～9月）合計は1255枚で、前年同期の1301枚から4パーセント減少し、前年下半期の1411枚と比較しても11パーセント減少という結果になった。

新聞折込チラシが減少している要因として、新聞購読者の減少に伴い企業がデジタル広告にシフトしていること、またコスト上昇による費用対効果が悪化していることが考えられる。

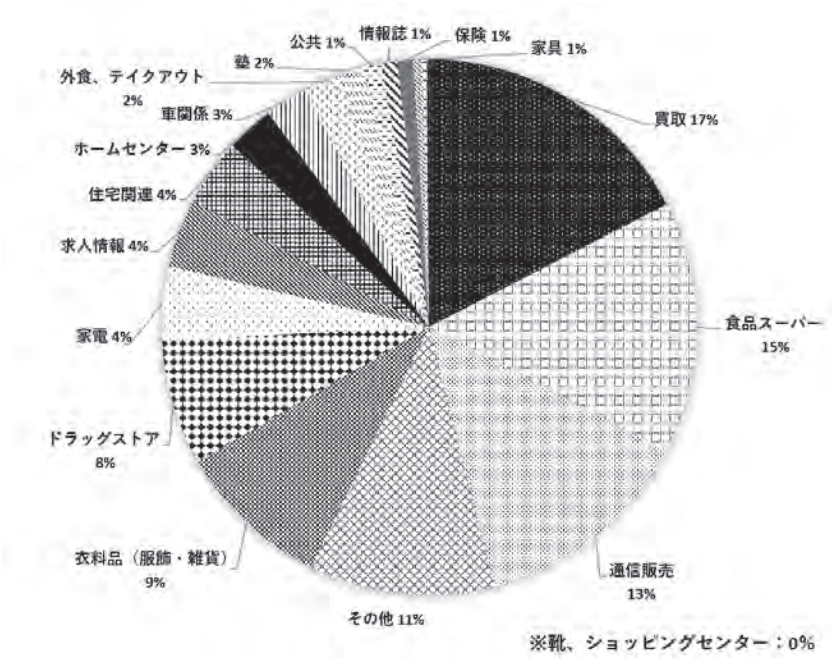


（図１）令和８年度上半期　曜日別折込数

曜日ごとの多寡と傾向

次に曜日ごとの折込数であるが、図1のとおり最もチラシが多く折り込まれたのは水曜日で、以下土曜日、金曜日、火曜日、日曜日、木曜日の順となり、最も折込数が少なかったのは月曜日であった。前回調査と比べ祝祭日の影響が考えられるが、水曜日が一番折込数が多く、月曜日が最も少ない点は共通している。

各曜日の傾向としては、月曜日は各種通信販売（衣類・雑貨）や保険関連が多く、火曜日は食品スーパー、ドラッグストア、食料品の通信販売、水曜日はホームセンター、ドラッグストア、衣料品、住宅関連、木曜日はドラックストア、外食、健康食品や美容品の通信販売、金曜日は食品スーパー、衣料品、車関係、ホームセンター、土曜日は食品スーパー、ホームセンター、家電、車関係、日曜日は家電通信販売、求人情報が多いという結果になった。



（図２）令和８年度上半期　業種別折込数

食品スーパーが通信販売を上回る

通信販売や買取専門店は様々な品物を扱っており、曜日も問わずコンスタントに折り込まれている。

また、通信販売、買取専門店は全体に占めるチラシの割合も大きく、図2の通り買取専門店が17％と最も多く、二番目が食品スーパーで15％、三番目が通信販売13％と続いている。なお通信販売は前回調査で一番多く折り込まれていたが、今回の調査では４％減少した。一方で買取専門店は３％、食品スーパーも４％増加している。

買取専門店は市内にある事業所の他に市外からの出張買取も多く、約20事業所のチラシが折り込まれた。順位の入替については、昨年オープンした食品スーパーのチラシが増え、通信販売が減った事が影響していると推察される。

図2で四番目に多いその他11％については、旅行や法律相談、葬祭関係のチラシであった。

2027 年開運カレンダー
先着 30 名様にプレゼント

当所作成の 2027 年開運カレンダー「大吉招福ごよみ」を会員の中から先着 30 名様に差し上げます。

ご希望の方は☎ 22-8330 までお申し込み下さい。

潮流を読む

「企業間格差を拡大させる価格転嫁力と人材確保力」



企業倒産は2022年以降、増加基調にあり、足元では月800~900件程度とコロナ禍前を上回る水準で推移している。大和総研リポート[注1]では、物価高倒産は25年後半以降に月100件を超える水準に達し、人手不足倒産も緩やかな増加が続いていると指摘されている。特に近年は「ゼロゼロ融資後倒産」よりも、「物価高倒産」と「人手不足倒産」が企業経営の主要リスクとなっている。直近の帝国データバンクのリポート[注2]でも、企業倒産の件数は827件（前年同月751件、10・1％増）となり、3カ月連続で前年を上回り、8月としては12年（851件）以来14年ぶりに800件を上回ったとしている。このペースで推移すると、26年は2年連続の年1万件超えが見込まれる。業種別に見ると、主要7業種のうち4業種で前年を上回り、構成比を見ると、「サービス業」と「建設業」の2業種で全体の約半分を占めている。地域別に見ると、9地域中4地域、47都道府県中17都府県が前年を上回り、西日本を中心に大幅な増加が目立った。「物価高倒産」は85件と判明し、9カ月連続で前年を上回った[注3]。

前述の大和総研リポートでは、今回の倒産局面の特徴として、コスト上昇と価格転嫁の遅れが企業収益を圧迫している点にあるとしている。企業は原材料価格やエネルギー価格の上昇に加え、人件費の上昇に直面しているが、中小企業の価格転嫁率は26年3月時点でも5割程度にとどまる[注4]。このようにコスト増加分を十分に販売価格へ反映できていないために利益率が低下し、資金繰りが悪化して、倒産につながる構図が生まれている。

今後の見通しを考える上で重要なのは、上記の倒産につながる構図の二つの要素（人件費負担上昇、原材料価格・エネルギー価格上昇）に金利負担上昇という要素を加えた、三つの点である。まずは、人件費負担が一段と重くなる可能性である。大和総研の「日本経済予測」[注5]によれば、26年度の消費者物価上昇率は前年比+2・2%である。さらに日本労働組合総連合会（連合）によれば、賃上げ率は3年連続で5%超[注6]となっている。人手不足を背景とした賃金上昇圧力は強く、企業は人材確保のため賃上げを継続せざるを得ない状況にある。次に、原材料価格・エネルギー価格の上昇である。前述の「日本経済予測」では、WTI原油価格を26年度90ドル、27年度91・5ドルと高止まりを想定している。中東情勢の悪化がさらに長期化すれば、エネルギー価格上昇が続く可能性が高まる。輸入原油価格や物流費、包装資材価格の上昇は、中小企業のコスト負担をさらに押し上げる。例えば、食品メーカーでは26年9月の値上げ品目数が約4900品目と前年の約3倍に達しており[注7]、物価高圧力は依然として強い。

最後に、金利負担の上昇である。前述の「日本経済予測」では、日銀の利上げ継続により、短期金利は27年初頭に1・75%まで上昇する見通しであり、企業の借り入れコストや利払い負担も増加する。倒産要因としては、現時点で物価高や人件費の影響が主だが、27年以降は金利上昇がこれに加わり、財務体質の弱い企業にはさらなる圧力となる。

総じて見ると、企業倒産は当面高水準で推移し、27年にかけて増加圧力が残る可能性が高い。この荒波を乗り越えるためには、企業経営において、(1)価格転嫁力の強化、(2)省力化投資やAI活用による生産性向上、(3)人材確保戦略の見直し、(4)財務体質改善による金利上昇耐性の確保、がこれまで以上に重要になるだろう。前述の「日本経済予測」では、日本経済全体は26年度+0・7%、27年度+0・8%の緩やかな成長が見込まれているものの、企業間格差は拡大し、価格転嫁力と人材確保力を持つ企業と持たない企業の二極化が一段と進む局面に入っていると考えられる。

（9月16日執筆）

[注1] 中村 華奈子「企業倒産動向の現状整理と先行きへの示唆」2026年9月8日 大和総研リポート

[注2] 帝国データバンク「倒産集計 2026年8月報」（2026年9月8日）

[注3] 一方、「人手不足倒産」は47件判明し、2カ月ぶりに前年を上回った。「後継者難倒産」は50件判明し、3カ月連続で前年を上回った。「ゼロゼロ（コロナ）融資後倒産」は47件判明し、6カ月ぶりに前年を上回った。

[注4] 中小企業庁「価格交渉促進月間（2026年3月）フォローアップ調査結果」（2026年6月26日）

[注5] 「第230回日本経済予測（改訂版）」2026年9月8日 大和総研リポート

[注6] 「3年連続の5%超え！～2026春季生活闘争 第7回（最終）回答集計結果 について～」（2026年7月3日）

[注7] 帝国データバンク『食品主要195社』価格改定動向調査－2026年9月」（2026年8月31日）

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

「4兆円のリユース市場の先に来るもの」



東京都世田谷区でヴィンテージデニムのリペア（修理・修繕）の専門店を開いている知り合いがいます。ヴィンテージデニムは、一般に1970年代以前につくられたデニム生地のジーンズやGジャンのことを指しますが、もう少し大まかに30年以上前の90年代のものも含める場合があります。要するに古着なのですが、デニム生地は丈夫、かつ、古びた風合いを持つ方が好まれるため、特に古くて現存するものは、コレクターのアイテムとしても人気があります。実際にそれほど古くなくても、少し手を入れて今でもおしゃれなファッションとして使用されています。希少性や保存状態などによって値段はピンキリで、数万円から、コレクターアイテムともなると100万円以上の値段が付くことも珍しくありません。

若い芸能人や富裕層に愛好者が多いことも、この市場の特徴の一つといえそうです。先日、知り合いに、この仕事を始めたいきさつや、お客さんの状況などをいろいろ聞きました。お客さんからは、主にインスタグラムなどのSNSを通じて問い合わせが来るそうで、海外や、名前は言えないけれどそれなりの有名人からも、注文があるとのことでした。

彼はもともと町の洋裁店で、洋服の仕立てなどを主に手掛けていたそうですが、ある時、お客さんから擦り切れたデニムのリペアを依頼され、それをきっかけに、紹介された人から次々と依頼が来るようになり、やがて専門店として独立しました。リペアを施しても元の風合いを損なわないように、古い時代の糸や布地、金属パーツなどを探し求めて使うなど、依頼する側に負けず劣らずマニアックな対応をしていました。



仕事をする上で何が一番大切なのかを尋ねると、技術もさることながら、お客さんが求めていることを的確に理解することだといいます。もともと古い洋服であるため、新品のように修復してしまうと逆に価値を損なってしまいます。画一的な「正解」はそこには存在せず、こうなってほしいという「正解」は依頼主の頭の中にしかありません。さらに依頼主のイメージは必ずしも絶対的なものではなく、「こういう風にもできますよ」という提案を見て「それならそうしてほしい」と変わることもあります。扱うのは「モノ」ですが、顧客を満足させるのは、モノを扱う技術以上に、コミュニケーション力にあるといえそうです。

調べてみると、こうしたヴィンテージデニムのリペアを手掛けている所は東京都内でも数件あり、それぞれに特徴があって顧客もすみ分けているようです。

日本には古来、陶磁器のリペア技術ともいえる「金継ぎ」という技法があり、割れたり欠けたりした茶わんなどに金継ぎを施すことで、逆に価値が増したという例も珍しくありません。現在、リペアを含む国内のリユース市場は3兆円を超えており、2030年には4兆円規模になると推定されます。海外でも日本の中古品（ユーズド・イン・ジャパン）は人気になっています。「メード・イン・ジャパン」から「ユーズド・イン・ジャパン」、さらに「リペアード・イン・ジャパン」（日本での補修品）が、いずれ日本のブランドになる時代が来るのかもしれません。

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
季の音 TOKI NO NE
株式会社こがね　HANASHIBUKI RESORT GROUP
館山市塩見 233-4　TEL 0470-29-0236

【牧場直送】搾りたてミルクの贅沢アイス


フレッシュバニラ
& 濃厚抹茶
『伏姫バーガー』にて
絶賛販売中！

中小企業の

セキュリティ対策

情報漏えいを防ぐために

データ窃取相次ぐ IPAが注意喚起

国内の金融機関や通信事業者をはじめとする幅広い事業者で、不正アクセスによる情報漏えい事案の公表が相次いでいる。特に、大量の個人情報を取り扱うオンラインサービスやアカウントサービスが不正侵入され、個人情報を含むデータが窃取される事案が相次いでいる。

こうした状況を受け、独立行政法人情報処理推進機構（IPA）は10月9日、注意喚起を行った。経営者は情報漏えいを未然に防ぐため、至急、点検と対策の見直しを実施していただきたい。

【速やかに行うべき点検】

現段階では、特定のプロダクトやサービスの脆弱（ぜいじゃく）性を狙った攻撃とは断定されておらず、公表事例の傾向から、外部公開しているアプリケーションやサービスの侵害、アカウントの侵害が起点となっていることがうかがえる。これらを踏まえた、速やかに行うべき点検は以下の通り。

①外部に公開しているアプリケーションの精査

・自組織が独自に構築、運用している外部公開アプリケーションやサービスがあるかどうかを確認

・各アプリケーション、サービス単位で直近のログに異常が記録されていないか確認

・各アプリケーション、サービスの構成要素に未適用の脆弱性対応パッチ（更新プログラム）がないか確認

②自組織が利用している外部サービスの洗い出し

・自組織が利用している外部サービスを全て洗い出し

・サービス単位のログに異常が記録されていないか確認

・サービス単位のアカウントに異常がないか確認

③保有データの再点検

・「不要な情報は持たない」という基本原則の下、自らが保有する情報資産を正確に把握し、必要最小限にするなど、保有情報の再点検も必要

点検に加え 対策の見直しを

【速やかに取り組むべき対策】

前述の点検で異常がなかったとしても、外部公開アプリケーション、外部から利用可能なサービス、保有するデータについては、以下に示すような、より強固な対策を取ることを検討していただきたい。

①外部に公開しているアプリケーションについて、その後取り組むべき対策

・外部公開範囲の見直し

・認証機能（多要素認証・パスワード）の強化

・アカウントへの権限付与の見直し

・API（アプリケーション・プログラミング・インタフェース）連携などアプリケーション構成要素単位での管理状況の見直し

・アプリケーション構成要素単位での権限付与など見直し

・ログ取得内容、保持期間の見直し

・追加実装可能なセキュリティ対策の検討



②自組織が利用している外部サービスについて、その後取り組むべき対策

・認証機能（多要素認証・パスワード）の強化

・アカウント付与の範囲の見直し

・アカウント棚卸しの運用見直し

・API連携などアプリケーション構成要素単位での管理状況の見直し

・ログ取得内容、保持期間の見直し

・適用可能なセキュリティ対策の検討

③保有するデータについて、その後取り組むべき対策

・データ保有の是非の再検討

・データ保管場所の再検討

・データアクセスのログ取得内容、保持期間の見直し

・データの暗号化

【総合的なサイバーセキュリティ対策のさらなる推進】

緊急的な点検、対策の後は、社内体制の整備だけでなく、国外拠点や取引先まで考慮した対応が必要である。経済産業省「サイバーセキュリティ経営ガイドライン」などを参考にしつつ、経営者のリーダーシップの下、取り組みを進めていただきたい。

今後の注意点や更新はIPAの注意喚起ページに随時追記されるので、併せて参照いただきたい。

独立行政法人
情報処理推進機構・江島将和

注意喚起の詳細については
こちらを参照





AI時代だからこそ問われる「ビジネスの基礎力」



企業を訪問し経営者と話をしていると、最近は必ずと言ってよいほど「AIをどう活用すればいいか」という話題になります。一方で、こんな嘆きを耳にすることも増えています。

「調べものを頼むと、AIの回答をそのまま持ってきて、『AIがそう答えていました』で終わってしまうんですよ」

確かに、AIを使えば、短時間でそれらしい回答を得ることができます。しかし、顧客や上司が求めているのは「AIが何と答えたか」ではありません。その内容が本当に正しいのか、自社や顧客の状況に当てはまるのか、そして「自分はどう考えるのか」まで示して、初めて仕事としての回答になります。

これは、AIの使い方というより、使う側の「ビジネスの基礎力」だと思われます。例えばAIに「当社の新規事業を考えて」と丸投げしても、それらしい案は返ってきます。しかし、市場環境、自社の強み、顧客ニーズなどを整理し、「何が課題なのか」「何を明らかにしたいのか」を考え、プロンプト（指示）に入れて問いかければ、回答の質は大きく変わります。

そこで必要になるのが、ロジカルシンキングやフレームワーク活用などの基本的なビジネススキルです。物事を分解して考える、具体的な事象から共通点を見つけて抽象化する、逆に抽象的な話を具体的な行動に落とし込む、などです。こうした力があれば、AIの回答に問いを重ね、より現実的で実践的な答えへと磨き上げることができます。



そして、もう一つ重要なのが「メタ認知」です。これは「自分が何を分かっていて、何を分かっていないのか」を客観的に把握する力です。AIはもっともらしい回答を返すからこそ、「ここは承認できる」「ここは確認が必要だ」という知識の境界線を、自分自身で認識する必要があります。さらに、最初から正解を求めず、仮説を立て、AIとやりとりしながら試し、修正する姿勢も重要です。失敗を恐れず、仮説→実行→検証→修正を繰り返す。これは何のことはない「仕事の基本」そのものです。

私は、AIは「知識やスキルの増幅装置」だと考えています。「ビジネスの基礎力」があり「メタ認知」ができる人が使えば、その能力を大きく高めてくれます。一方、考えること自体を丸投げすれば、「AIがそう言っています」と言うだけで思考は止まってしまいます。

これまでロジカルシンキングやフレームワーク活用などは、「身に付けておくと役立つスキル」だったかもしれません。しかしAIの登場によって、これらはAIを使いこなすための必須スキルへと昇華したように思います。

だからこそ、企業のAI活用支援では、ツールやプロンプトの使い方を教えるだけでは十分ではありません。時間はかかっても、考える力、問いを立てる力、AIの回答を評価し、自分の言葉で結論を出す力を育てる。AI時代になった今こそ、こうしたビジネスの基礎力を鍛える人材育成が、これまで以上に重要になっているのではないでしょうか。

中小企業診断士　秋島　一雄

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



国税庁　年末調整・関連手続きのご案内

1 年末調整がよくわかるページ

年末調整がよくわかるページ

https://www.nta.go.jp/users/gensen/nencho/index.htm

2 年末調整手続の電子化に向けた取組について

年末調整
電子化で業務効率化

https://www.nta.go.jp/users/gensen/nenmatsu/nencho.htm

※ 上記「年末調整がよくわかるページ」及び「年末調整手続の電子化に向けた取組について」のリンク用バナーにつきましては、「年末調整がよくわかるページ」にも掲載しておりますので、御利用ください。

3 源泉所得税の納付手続（キャッシュレス納付）

https://www.nta.go.jp/users/gensen/nencho/index/gensen_nouzei/cashless.htm

4 源泉徴収票の提出方法が変わります（リーフレット）

https://www.nta.go.jp/taxes/tetsuzuki/mynumberinfo/pdf/0025004-071.pdf

5 マイナンバーカードおよび電子証明書の有効期限・更新

https://www.digital.go.jp/policies/mynumber/expiration-date

6 所得税徴収高計算書（納付書）の記載のしかた

https://www.nta.go.jp/publication/pamph/gensen/keisansho/01.htm



「真円真珠をつくった御木本幸吉」



御木本幸吉は1858（安政5）年、志摩国鳥羽に生まれた。御木本家は代々うどんの製造・販売をしていたが、幸吉はうどんの稼ぎではたかが知れていると考え、13歳で家業を手伝いながら青物の行商も始めた。毎日の睡眠は4時間というから驚く。

幕末、鳥羽港に英国船が停泊した際、商人たちは小舟で近づき、英国人たちに品物を売ろうとしたが、売れたのは幸吉だけだった。それは、幸吉が舟上で傘を回す足芸を見せたからだ。喜んだ外国人が彼だけを甲板に上げてくれたのだ。この成功経験が、後のパフォーマンス戦略につながった。

1878（明治11）年、中国人が高値で日本の真珠を購入していることを知ると、幸吉は真珠を商うことに決める。鳥羽の英虞湾（あごわん）が真珠の産地だったからだ。ただ、真珠貝（アコヤ貝）から必ず真珠が採れるわけではない。その確率は数百個に一つ。そこで幸吉は1890（明治23）年、大学や政府の研究者の協力を得て、貝に半円形の人工物（陶器、ガラスなど）を入れ、真珠をつくる実験を始めた。真珠の成長には3年が必要だったが、この間、財産は底を突き、妻のうめがうどん屋に加え、行商や借金の依頼などで献身的に走り回った。3年後、人工真珠の開発に成功したが、うめは過労がたたったのか、若くして病死した。

しかも、養殖技術が他業者に模倣され、幸吉は特許侵害で訴えたものの、敗訴。そこで品質で対抗しようと決意し、生産真珠の5分の1以上（最上級品以外）は市場に流さないと宣言、劣等真珠を土に埋めたのである。これによって幸吉の信用が上がった。後年のことになるが、1932（昭和7）年にも幸吉は、粗悪な真珠36貫（135キログラム）を公開で焼却処分した。総額にして、4万8000円（米約150キログラムが21円の時代）だ。この行為はマスコミが大きく取り上げ、御木本真珠の格好の宣伝となった。



1905（明治38）年、幸吉は、世界で初めて真円真珠の養殖に成功した。この年、明治天皇に拝謁（はいえつ）の機会を得た幸吉は、真珠紋入りの紋付きはかまを身に着け、「世界中の女性の首を真珠でしめて御覧にいれます」と豪語した。以後、幸吉の事業は飛躍的に発展し、銀座の本店に加え、ロンドン、ニューヨークなど海外にも支店を出し、「ミキモト・パール」は高いブランド力を獲得した。

だが、ここにたどり着くまで、赤潮でたびたび養殖場が壊滅したり、海外の宝飾業界から「人工の真円真珠は模造品だ」と告訴されたりした。特に苦しかったのが、戦時中だ。真珠は奢侈（しゃし）品として生産が統制され、さらに銀座本店と工場を空襲で失い、海外支店も閉鎖せざるを得なかった。が、機転を利かせた幸吉は、アコヤ貝を食肉貝、粉末にした真珠を結核薬として売り出し、破綻を防いだのである。

商品の厳選主義とパフォーマンスによって、世界のミキモトを築き上げた幸吉は、1954（昭和29）年に96歳で大往生した。その戒名は「真寿院殿玉誉幸道無二大居士」。幸吉にとって、これほど似つかわしい戒名はないだろう。



歴史作家　河合　敦

「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



充実した設備と
細かいサービス
大型カラー印刷機完備!!
○チラシ・パンフレット印刷
○オンデマンド印刷
　データ入稿～印刷～製本
○記念誌・自分史・郷土史
　写真集・自費出版　etc…
株式会社 集賛舎
SHU SAN SHA
館山本社・館山工場
館山市山本226　〒294-0014
TEL.0470-22-2277
FAX.0470-23-2278
千葉支社（経営本部）
千葉市中央区生実町2498-8　〒260-0813
TEL.043-300-8661
FAX.043-300-8665
お気軽にお問合せください