

館山

# 会議所だより

会議所は企業の要、地域の灯

# 2024 6

## 会員数 919 名

令和6年6月1日現在

●昭和51年7月10日第3種郵便物認可 ●令和6年6月10日発行(毎月1回10日発行) 第677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)



▲倉吉市関係者が市長表敬訪問

左から 河越 行夫(倉吉商工会議所会頭)、広田 一恭(倉吉市長)、森 正一(館山市長)、安田 信之(館山商工会議所会頭)

- ◇ **第 122 回通常議員総会開催**  
～令和5年度の事業報告・決算を承認～
- ◇ あなたの身近なアドバイザー  
**令和6年度小規模企業振興委員委嘱**
- ◇ **新入会員紹介**
- ◇ 潮流を読む  
**「価値に見合う価値の提供はできているか」**
- ◇ トренд通信  
**「イタリアの田舎と日本の田舎は何が違うのか？」**
- ◇ 中小企業のセキュリティ対策  
**自己宣言の効果を調査**
- ◇ **館山市商業協同組合が第38回通常総代会を開催**
- ◇ 青年部の窓  
**【新入部員紹介】 【新入部員募集中】**
- ◇ 職場のかんたんメンタルヘルス  
**「新しい環境下で気を付けたいストレス」**

## 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 1.45% (令和6年6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

# 第122回 通常議員総会

## 令和5年度の事業報告・決算を承認 、決算額は1億426万円、

当所第122回通常議員総会が5月29日(水)、商工会館で開かれ、令和5年度の事業報告と収支決算などが審議され、承認されました。  
事業報告の総括的概要は次のとおりです。

### ① 令和5年度の概要

世界中を大混乱させた新型コロナウイルス感染症の位置づけは、令和5年5月8日から「5類感染症」に移行され、約3年に及ぶ感染拡大は大きな節目を迎える年度となりました。ロシアのウクライナ侵攻、イスラエルのパレスチナ自治区ガザへの戦闘開始など

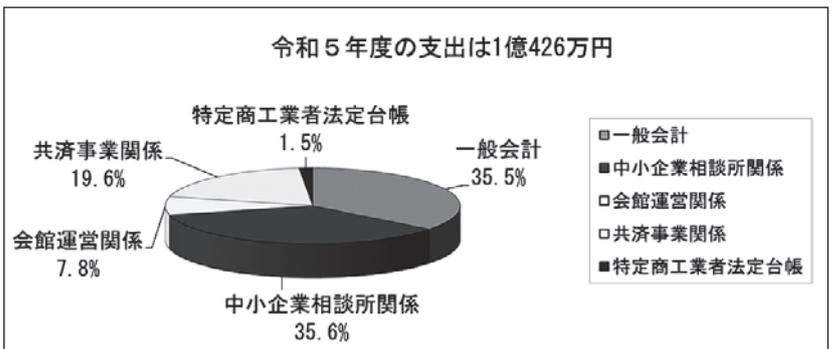
の不安定な世界の社会情勢に加え、円安、諸物価の高騰、サプライチェーン問題などに起因する国内経済の情勢は、非常に厳しい現実と直面しています。

こうした中で、国内の株価に目を転じますと、日経平均株価は令和6年2月に、4万815円を超える史上最高値となりました。こうした状況を背景に、インフラと賃上げの動きが加速され、令和5年度末における日本商工会議所の調査によれば、中小企業の賃上げについて、令和6年度中に『賃上げを実施予定』の中小企業は約6割で、さらに、そのうちの6割が防衛的賃上げとなっている一方で、賃上げは未定とした企業が34.7%となっています。これらの影響や効果が、市内経済に波及するまでに至っていない状況となっています。

当所と致しましては、前述



令和5年度の支出は1億426万円



経営発達支援計画の策定、生産性の向上に向けた各種の補助制度活用など、苦悩する中小事業者会員からの相談に適切に対応する体制を整えることが出来ました。

飲食・観光・衛生業部会では、昨年2月にスタートした「たてやま海自カレー」について、従来から実施している「いちじく寒天フェア」にあわせて、スタンブラリーを開催し、グルメ商品の一体的なプロモーションによる情報発信により、新たなご当地グルメとして、その認知度と訴求力の向上を図りました。

さらに、船形港の利活用による地域の活性化に向けての「海業」について、海辺のまちづくりの一環として位置づけ、館山漁業協同組合、館山市などの関係機関と手を携えて、今後の計画策定や事業実施に向けた動きに参画するとともに、館山市観光協会が推進する「里見のまちづくり」事業については、本年10月公開の映画「八犬伝」に合わせ、全国に向けた情報発信と活性化に向けた基盤づくりに取り組むこととなりました。

イベントとしては、コロナ禍によって中止や変更を余儀なくされていた、例年8月8日恒例の館山湾花火大会を4年ぶりに本格的に復活致しました。台風の接近により実施

日を変更した上で、会員事業所のご理解をいただきながら、開催することが出来ました。

以下のとおり、令和5年度における諸事業を実施致しましたので、ご報告致します。

### ② 令和5年度の決算額

令和5年度の当所決算額は総額で1億426万円となり、内訳は次のとおりとなった。  
一般会計3,704万円、中小企業相談所特別会計3,715万円、会館運営特別会計810万円、共済事業特別会計2,041万円、特定商工業者法定台帳特別会計156万円。

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

## あなたの身近なアドバイザー

### 令和6年度 小規模企業振興委員

振興委員は皆様のお世話役です。  
 経営上の問題でお困りの方、  
 何でもお気軽にご相談ください。



鳥山 誠  
 金八商店  
 長須賀 323-1  
 (☎ 22-0320)

長須賀地区



外立 龍介  
 (有)外立商事  
 北条 1123-5  
 (☎ 23-5346)



西澤 賢治  
 (有)たてやま住まいる館  
 北条 2674-11  
 (☎ 25-3405)



山本 太一郎  
 菓子匠 やまもと  
 北条 1821  
 (☎ 22-0835)

北条地区



飯沼 健哉  
 (有)太郎  
 塩見 225  
 (☎ 29-1188)

西岬・神戸・富崎地区



安田 邦春  
 (有)ナチュラル  
 船形 1321-1  
 (☎ 27-4730)

船形地区



安藤 満  
 安藤商店  
 笠名 1600  
 (☎ 23-7765)

館山地区

## 新入会員紹介 どうぞよろしくお願いたします!

	事業所名	代表者	住所	営業種目
【会員】	(株)おがた	小形 勇介	正木501	天草・寒天の卸売 カフェ事業
〃	(株)さかなドリーム	細谷 俊一郎	湊493-19 レアージュ館山 オーシャンタワー 1303	魚類の品種改良、 養殖、販売
〃	マツモトキヨシ館山店	船橋 将	下真倉255	医薬品・生活用品販売
〃	マツモトキヨシ 館山マーケットプレイス店	庄司 一美	湊188-1	医薬品・生活用品販売
〃	てて整骨院館山店	井口 大成	八幡262 カワチ薬品店内	整骨院
〃	(株)たんぼぼファーム 芋 金之助	末本 和哉	湊29	さつまいも商品販売、 飲食スペース運営、 観光農園(いちご)
〃	(株)千葉薬品 ヤックスドラッグ城山店	堀端 美穂	館山833-1	ドラッグストア 医薬品、日用品販売
【特別会員】	合同会社 コクアメディカル	松森 健悦	南房総市沓見 765-1	人材紹介、 健康診断関連事業、 ヨガレッスン、整体

# 潮流を讀む

## 「価格に見合う価値の提供はできているか」

企業にとって「適正な価格で誰に何を売るか」は、最大の経営課題の一つといえよう。例えば、現在のようなインフレ局面では、これまでと比べて、上昇している人件費、原材料などのコストを販売価格に転嫁することが相対的には容易だ。その半面、値上げ前提で販売価格を決めることが常態化すると、コスト管理が緩みやすくなり、

企業に有利な価格設定の裁量が大きくなる。この結果、消費者のニーズとは何かの見極めが甘くなり、商品・サービスの価値に比べて販売価格が割高だとターゲットである顧客層に判断されてしまう可能性を否定できな

ない。それを回避するためには、提供する商品・サービスが「価格に見合う価値」をターゲット顧客に提供しているか、常に見極めて経営することが重要となる。他社を圧倒し市場を独占するほど自社の商品・サービスの競争優位を築けていればいいが、差別化が難しい商品・サービスの市場では、「価格に見合う価値」を常に追求することが自社

の競争力を維持するために必須となる。金融機関が提供する商品・サービスは、まさにこの差別化が難しい商品・サービスに該当する。このため、「価格に見合う価値」を提供できるかが、今後、金融機関の競争力を左右する。

近年、欧州の金融規制当局は、金融機関がターゲット顧客の「価格に見合う価値」を追求しているかを監視する姿勢を強めており、金融機関はこの規制当局の姿勢への対応に本格的に取り組むことで、競争力の維持を目指している。その証拠に、3月に現地にて欧州の資産運用会社と中長期の戦略について意見交換をした際、自社の金融商品・サービスの「価格に見合う価値」＝「バリュー・フォー・マネー」が議論の中心となった。

その背景には、2008年のリーマン・ショックを発端とする金融危機を通じて金融・資本市場への信頼が大幅に損なわれて以来、欧州の金融業界で消費者保護規制が強化されてきた流れがある。その中心に位置するのが第2次金融商品市場指

令(MIFID2)である。この規制では、資産運用商品を組成・販売・管理する資産運用会社は、「家計の安定的な資産形成の実現のため、資産運用会社等の金融商品の組成者において、顧客の最善の利益にかなった商品提供を確保するための枠組み(注1)」(＝プロダクトガバナンス)の構築が必須となっている。これにより、資産運用商品のライフサイクルの全ての段階で顧客の最善の利益に応じる活動をしているかを組織として明示する義務が生じている。

ここでの「全ての段階」とは、金融商品を組成する資産運用会社だけではなく、それを販売する販売会社の勧誘、契約、販売後のアフターケアなどの活動が含まれている。

このプロダクトガバナンスの中では、当然ながら金融機関は「マネー」よりも「バリュー」を追求することが優先される。その中心にあるのが、「バリュー・プロポジション」という考え方である。これは、自社の商品・サービスが持つ独自の価値(＝バリュー)を顧客目線に立って定義して、顧客に提案(＝プロポジション)することが必要となる。これにより、「これまで認識していた価値」と、「顧客目線の価

値」のギャップを明確化でき、それを提供する仕組みを再構築するための準備が整う。多種多様な商品・サービスを提供し、それらが乱立している中から顧客に自社の商品・サービスを選択してもらうためには、自社特有の価値を継続的に顧客目線で見直し、顧客のニーズに適合させる必要がある。このプロセスがないまま競合他社との差別化を図ると、顧客がその金融機関の商品・サービスの価値を見いだせなくなり、差別化の取り組みが無駄となる可能性が高い。

顧客のニーズに適合させることが自体が前述の「バリュー・フォー・マネー」の「バリュー」ではなからうか。そのためには、多種多様な顧客のニーズを知る必要があり、組織的な顧客のデータ収集能力、それに基づく顧客の特性・ニーズを分析するプロファイリング能力、そして、顧客のニーズに合わせて商品・サービスをマッチさせるパーソナライゼーション能力が必要となる。この3要素が商品・サービスの中期の価値を維持していく源泉である。

ただし、「バリュー」を実現する仕組みだけでは収益性は確保できない。いくら高いバリューを追求しても、コストが高くて



は採算割れになる。これに対応するためには、結局「誰に売るか」というターゲット顧客を見極める力が、競争優位を維持する決め手となろう。これは金融機関に限らず企業においても規模の大小を問わず、同様のことがいえるのではないか。(4月12日執筆)

〔注1〕金融審議会「市場制度ワーキング・グループ」(第25回)・「資産運用に関するタスクフォース」(第4回) 合同合 議事録・金融庁 (fsa.go.jp)



株式会社大和総研金融調査部  
主席研究員 内野 逸勢

『イタリアの田舎と日本の田舎は何が違うのか?』



紀伊半島南部の山の中に世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」、いわゆる熊野古道があります。その傍らの廃校になった小学校跡地を利用し、グローバル人材育成を目指す小中一貫校「うつほの杜学園(仮称)」を創立しようという動きがあります。クラウドファンディングなどによる資金集めや体制づくりなどの準備が進み、2025年4月に開校する予定です。そのプロジェクトを主宰する仙石恭子さんのお話を聞きました。



仙石さんは和歌山市の出身で、東京の大学を卒業後、イタリアに住み、仕事でイタリアのさまざまな地方に足を運んでいました。そこで感じたのが「海あり山あり。美しく、豊かな農水産物がある。和歌山の田舎とイタリアの田舎はともによく似ている」ことでした。一方で、大きな違いもありました。イタリアでは小さな田舎町にも世界中からその地域の食や景観を求めて観光客が来るのに、なぜ和歌山の田舎は寂れる一方なのか。

イタリアでは、都市部で働いていても週末には地元へ帰って知人や家族と過ごす人が多く、その行動のベースになっているのが自分の生まれ故郷に対する強烈な誇りと愛情なのでしょう。よそから来た人に対して、自分の村や町が世界一だと誇りを持って自慢します。地域の文化や暮らしに誇りを持ち、それを世界に対して伝えられる人材がたくさんいる。そのことが地域の活気の差を生む原因ではないかと仙石さん



は考えました。

子育て期に入ったことを機に生まれ故郷の和歌山に帰ったものの、国際的な視野で人材を育てる学校が地元にはないと知り、それならば自分でつくりたいと思ったのがこのプロジェクトの始まりでした。県内の自治体に学校づくりの構想を伝えてもなかなか相手にされず、受け入れてくれたのが熊野古道を擁する田辺市だったのです。

仙石さんの話を聞いて、イタリアの田舎にあつて日本の田舎にないものは、人材のほかにまだあるのではないかと私は感じました。それは、地域の価値や魅力を広い世界の人たちに伝えるように表現するデザインの世界です。例えば、日本酒とワインのラベルのデザインを比べてみれば分かると思います。最近でこそ日本酒のラベルデザインも多様化してきましたが、筆文字の漢字で酒蔵の名前や銘柄、あ

るいは大吟醸や山廃といったつくり方を大きく表記したものが多く、それだけでは漢字が読める人以外の消費者に魅力や違いが伝わらないでしょう。日本酒は製造工程もワインよりはるかに複雑で、もっと付加価値を世界中にアピールするべきだと思います。

デザイン力を上げるには、まず「何を伝えるか」(提供する価値)の自身がきちんと整理されていないといけません。さらにそれを「誰に伝えるか」「どのように伝えるか」によって、形やテキスト、色合いなどを最適化します。

地域が誇る伝統のものづくりがこの先世界で勝負していくためには、デザインに対する考え方も大きく変える必要があると思います。

日経BP総合研究所

上席研究員 渡辺 和博



緑あふれるオートキャンプ場

全15区画に専用水道とAC電源をご用意！  
ペットOKのサイト有り！  
手ぶらキャンプもOK！



館山市神余 4667-1 / 0470-29-3530

食のまち「たてやま」をネットワークする

2024年新規オープン

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

百年古民家 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



## 中小企業のセキュリティ対策

### 自己宣言の効果を検査

#### 情報セキュリティ対策への意識向上

独立行政法人情報処理推進機構（IPA）は、2017年4月から中小企業自らが情報セキュリティ対策に取り組むことを自己宣言する制度である「SECURITY ACTION（セキュリティアクション）」の運用を開始し、多くの中小企業が情報セキュリティ対策を実践している。23年10月には、SECURITY ACTION自己宣言を行った事業者（以下、「宣言事業者」）は30万者を突破し、制度への関心の高さがうかがえる。



そこでIPAは、宣言事業者を対象として情報セキュリティ対策の実施状況や課題、SECURITY ACTIONを宣言したことの効果などに関するアンケート調査を実施し、報告書に取りまとめた。アンケート結果の主なポイントを紹介する。

#### ＜ポイント①＞

**SECURITY ACTION宣言のきっかけは補助金申請が大半ではあるものの、宣言することで情報セキュリティ対策の取り組みを後押ししている。**

SECURITY ACTION宣言のきっかけは「補助金を申請する際の要件となっていた」が75・1%と最も高く、次いで「情報セキュリティに係る自社の対応を改善したいと考えていた」が24・4%、「事業拡大や顧客開拓、取引先からの信頼を高める手段として有用と考えた」が16・6%となっている。

一方で、宣言事業者が1年以内に実施した、あるいは1年以内に実施を予定している情報セキュリティ対策について質問したところ、いずれの対策も実施しないとの回答は18・3%にとどまっている。対策を実施したと回答した宣言事業者では、「従業員に対する情報セキュリティ対策ルールの教育が30・7%と最も高く、次いで「クラウドサービスやウェブサイトで利用している外部サービスの安全性、信頼性の確認」が24・1%、「5分でできる！情報セキュリティ自社診断」の実施が21・5%となっている。IPAが広く中小企業を対象として実施した調査と比較すると、宣言事業者の方が対策に取り組んでいる傾向が見られ、宣言することで情報セキュリティ対策の取り組みを後押ししていると考えられる。

#### ＜ポイント②＞

**宣言事業者の約40%が意識向上や取引先からの信頼性向上などの効果を感じている。**

SECURITY ACTION宣言による効果について回答者の40%は効果があったと回答

している。「経営層の情報セキュリティ対策に関する意識の向上」が23・0%と最も高く、次いで「従業員による情報管理や情報セキュリティに関する意識の向上」が22・8%、「取引先からの信頼性の向上」が13・2%となっている。

#### ＜ポイント③＞

**課題は人員と知識の不足情報セキュリティ対策を進める上での問題点は依然として人員と知識不足**

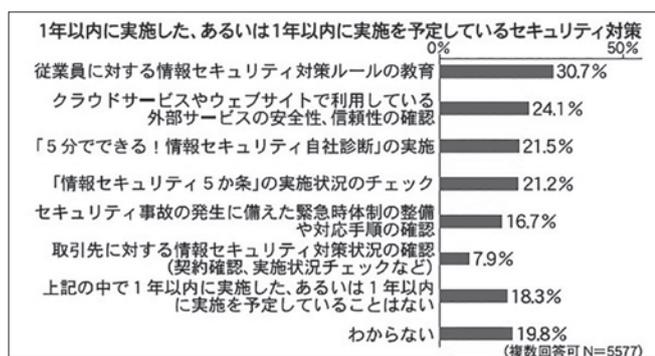
情報セキュリティ対策を進める上での問題点は、「情報セキュリティ対策を行うための人員が不足している」が38・6%と最も高く、次いで「情報セキュリティ対策の知識を持った従業員が少ない」が33・3%、「従業員の情報セキュリティに対する意識が低い」が31・9%となっている。



IPAでは、宣言事業者の情報セキュリティ対策の実践を支援するために、情報セキュリティ対策支援サイトを通じてセキュリティプレゼンター（支援者）の紹介や無償のeラーニングなどを提供している。SEC

URITY ACTION宣言と合わせて情報セキュリティ対策支援サイトを活用していただきたい。

独立行政法人  
情報処理推進機構  
江島将和



「2023年度 SECURITY ACTION宣言事業者における情報セキュリティ対策の実態調査」報告書についてはこちら





令和5年度の事業報告では、既存商品券の販売・回収実績が報告された。令和6年度事業

報告は、令和5年度の事業報告と、令和6年度の事業計画(案)・収支予算(案)、任期満了に伴う役員改選等の議案が審議された。

商業協同組合は組合員の絶大な協力のもと、市内共通商品券のより一層の利便性向上を目指すと共に、大型店や地域外への顧客流出防止と固定化により地域商業の活性化に寄与すべく諸事業を展開している。

総代会では、令和5年度の事業報告・決算報告と、令和6年度の事業計画(案)・収支予算(案)、任期満了に伴う役員改選等の議案が審議された。

館山商業協同組合が第38回通常総代会を開催  
 (令和5年度 市内共通商品券の実績等を報告、  
 令和6年度事業計画等を審議)

業計画では、現下の厳しい経済情勢から大幅な売上の増加は難しいが、地域経済の二翼を担い、活性化に寄与すべく積極的な事業展開で取組むことが確認された。

また、任期満了に伴う役員改選が行われ、以下の方々が選任された。

【代表理事】  
加藤克美(白子屋酒店)

【副理事長】  
本橋亮(有もとほし)

秋山準治(有秋山呉服店)

【専務理事】  
轡田節一(三条屋)

【理事】  
川名克己(有ダイコク)

角田吉夫(有ピース製菓)

熊澤 伸(株みくに屋)

渡邊茂也(有和田屋商店)

岡本康治(株カネイチ)

望月 昇

(望月スポーツ用具販売(株))

上野 学(館山商工会議所)

鈴木大輔(株まるい)

福原健太郎(末吉印房)

【監事】

山口正治(有山本商店)

山本佳幸(学識経験者)

…以上再任

…以上再任

## 『商工会議所福祉制度キャンペーン』 実施のお知らせ

ベストウイズクラブでは、「福祉制度キャンペーン」を6月末日まで実施しております。本キャンペーンは、『商工会議所福祉制度』を会員の皆様にご理解いただき、会員事業所の福祉向上にお役立ていただくことを主な目的としています。

『商工会議所福祉制度』は、経営者・役員の皆様の保障や退職金準備他、入院・介護・老後に備えた様々な保障ニーズにお応えするものです。

商工会議所職員とアクサ生命保険株式会社の担当社員がお伺いした際には、是非ご協力いただきますようお願い申し上げます。

※「ベストウイズクラブ」は、商工会議所共済制度・福祉制度の普及・推進を目的とし全国各地の商工会議所およびアクサ生命保険株式会社により運営されている組織です。

## 青年部の窓

### 【新入部員紹介】

令和6年4月1日以降に入部した部員をご紹介します。

- ・(株)南 大場 祐喜 (薬局、小売業)
- ・山口屋塗装工業 寺島 泰山 (塗装業)
- ・(株)アークス 辰野 元基 (保険業、宿泊業)

以上3名 宜しくお願い致します。

### 【新入部員募集中】

青年部では、会員事業所の後継ぎや代表社員の皆様で、私達と一緒に活動してくれる仲間を募集しています！

青年部には様々な年代・業種のメンバーが所属しており、交流と研鑽を通じて豊かで住みよい地域づくり及び自社の発展を目指して日々活動しております。

入部についての詳しいお問い合わせは、

館山商工会議所青年部事務局  
22-8330 までお気軽にどうぞ！

## 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

SHUN  
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

お気軽にお問い合わせください



「新しい環境下で気を付けたいストレス」  
新たな関係性を築いたり、情報を収集したりするときは、常に緊張感が伴います。緊張状態が長く続くと、弛緩（しかん）が難しくなり疲れをため込みやすくなります。心身の疲労が知らないうちにたまっていくと、ケアすることさえも忘れがちになるので、そうならないために意識的にリフレッシュすることが大切です。心身の調子が良いときもあれば、悪いときもあります。だからこそ、無理のない働き方をしていくために心の健康に目を向けたいですね。



### 「新しい環境下で気を付けたいストレス」

ら要注意です。以下、いくつかつ当てはまるでしょうか。

- ・家を出た後に、玄関の鍵を閉めたかどうか気になり戻る
- ・就寝のために横になつた後に仕事のことを気になり、書類のチェックなどのために起き上がることもある
- ・食べ過ぎ、飲み過ぎでもないのに、胃腸の調子が悪い
- ・寝つきが悪い、何度も夜中に目覚めてしまう、眠りが浅い
- ・普段は気にならない些細（ささい）なことでもイライラしてしまう
- ・休んでも、なかなか疲れが取れない

上記のような、普段とは違う状態が一つでも当てはまれば、ストレスがたまり始めているサインです。ストレスは、体温や血圧のように簡易に数値化することができません。よって、明確な自覚を促す手段がなく、見逃してしまいがちなので、チェック項目を参考にしてください。そして、当てはまるもの

があれば、積極的にストレスケアを取り入れてください。

ストレスケアで手っ取り早いのは、食べる・飲む・眠ることかと思えます。それらを意識して取り入れることが大切です。酔っぱらうとか、お腹をいっぱいにするのではなく、好みのお酒を探したり、好きなものをおいしくいただいたりするなど、楽しむことを意識しましょう。食べ物、手軽に買えるものでもいいですが、料理をすることは五感をフル活用する行為なので、心身のリフレッシュには効果的です。順序を考えながら手を使うことで、感覚的なものから嗅覚、味覚までを刺激するので、良い気分転換となります。今は簡単にできるミールキットなども豊富にありますので、気分と時間に合わせて取り入れると良いでしょう。体と心は連動しているので、眠る前にぬるめのお風呂に入る、軽くストレッチするなど有効です。普段の生活の中で手軽にできるケアを意識して取り入れ、ストレスがたまり過ぎないうちに解消してください。

日本メンタルアップ支援機構  
代表理事 大野 萌

アクサ生命は商工会議所と協力して健康経営を推進しています。



アクサ生命

～さらなる企業の発展のために～

## 健康経営に取り組みませんか？

**健康経営は、アクサ生命がサポートします！**

健康経営優良法人認定の申請までサポート

お問合せ先

アクサ生命保険株式会社  
木更津営業所

☎ 0438-37-9954