

No.74

令和4年

4月-6月

ちばしんきん 景況レポート

NEWS report

INDEX

■ 企業Interview

NOMADO 株式会社

..... P1・2

株式会社 フィールドビレッジ

..... P3・4

■ 地域景気Report

全業種 P5

製造業 P6

卸売業 P6

小売業 P7

サービス業 P7

建設業 P8

不動産業 P8

特別調査 P9

■ 支店長の横顔

君津支店長P10



Retail Trade



Real Estate



Business
trend



Wholesale
Trade



Construction



Manufacturing
industry



Services



千葉信用金庫

NOMADO 株式会社

心を豊かに、身体を健康に デザインの力で人々を喜ばせたい

「アパレル」から生活デザインの道へ

八千代市に本社を構え、生活雑貨の企画・製造・販売を行うNOMADO株式会社。同社代表取締役の福田恭平氏は、アパレルデザインに長く携わってきた。

福田氏は、大学卒業後アパレル会社に勤務し、アーティストTシャツや格闘家の入場衣装のデザイン、和柄オリジナルブランドのディレクションなどを幅広く手がけてきた。今では夏のリラクシングパンツとしてすっかり定着している「SUTETECO」も、元は福田氏が企画・考案したものだ。「下着」というイメージを払拭したアウターとしての「SUTETECO」を提案し、年間2万枚を売り上げる大ヒット商品を生み出した。



横浜駅構内のポップアップストア

■SUNNY NOMADO ・ <https://asia-nomado711.com>



2010年に独立し、同社を設立。それまでのアパレルデザインから一歩進んで、身の回りの服飾雑貨の企画販売という挑戦を始める。

「モノを作ることができる工場と素材があれば、アパレル業界でのプロダクトという括りを超えて、もっと広い意味でのデザインができるのではないかと考え、「生活+DESIGN」というコンセプトで弊社を立ち上げました」。

現在は、靴下や手袋、バッグ、帽子、サンダルなどの服飾雑貨を扱う「SUNNY NOMADO」と、マスクやインソールなどの医療関連の商品を扱う「Dr.NOMADO」という2つのブランドラインを軸に、首都圏の主要駅構内でのポップアップストアや同社ウェブサイトなどで販売を行っている。扱う商品はどれもオリジナリティ溢れる高感度なデザインで、使い心地の良さと機能性、生産にもこだわっているものばかりだ。



代表取締役社長 福田恭平氏

発見から生まれるリプロダクト製品

同社の大きな特徴は、日本や世界各地の生産工場と提携・協力して、「リプロダクト」製品を製造している点だ。例えば、「SUNNY NOMADO」は、靴下の最大生産地である奈良県の工場と提携し、ビンテージマシンで編んだ麻製の靴下を主力商品として販売している。また、今治のタオル工場や香川の手袋工場などとも連携し、新しい独創的な商品を開発、展開している。

その土地ならではの産業や伝統技術とつながることは、福田氏にとってアイディアの源泉になっているようだ。

「各地の工場と連携することで、今まで見たことなかったモノやコトが発見できます。さらにそれらの工場同士がジョイントすることで、1社ではできなかったことができるようになり、世の中になかった新しいモノを生み出すことができます」。

代表取締役社長 福田恭平氏

元来「世の中になかったモノを生み出し、人が驚いたり喜んだりする姿を見るのが好きだった」という福田氏。起業したきっかけも「デザインから販売まで自社で行い、工場や職人と対等な立場で、同じ目的で一緒にモノを世に出していきかった」と、原点を振り返る。

温もりを感じるデザインで、懐かしさと新しさが共存する同社のリプロダクト製品たち。今後も、国内外の生産工場と共に成長できる関係を築いていきたいと福田氏は話してくれた。

デザインの力で日本人の健康寿命を伸ばす！

医療関連雑貨を取り扱うブランドライン「Dr.NOMADO」では、「プレミアムインソール」という商品に最も力を注いでいる。これは数日～1週間履き続けると自分の足に合った形状に変化する特許素材を使った「身体を整えるインソール」で、2万人以上の足のデータから、日本人の足にとって最適な形のインソールを開発・設計した。従来のクッション性の高いインソールと比べると固めの作りで、足のアーチをサポートし、骨格を矯正する機能が期待できる。

「プレミアムインソールは、構想からリリースまで、約4年かかった自信作です。数多くの試作をし、足について勉強するうちに、足の健康が重要だと知りました。そして、それが国内ではほとんど知られていないこと、日本人の足に合ったインソールが少ないことも分かってきました」。

足の状態や形状は一人ひとり異なるので、本来ならオーダーメイドでインソールを作るのがベストだが、高価で時間もかかる。形状記憶素材のインソールを使えば、セミオーダーメイドに近い状態で、その人に合った形状のものを安価に短時間で提供できるという。

加えて、同社のインソールは斬新なデザインで、レジャーやビジネス、スポーツ用など、さまざまな用途に使えるカラーバリエーションを取り揃えている。

「インソールに興味がない人でも気になるデザインで、より多くの方に使っていただけたらと考えました。デザインの力で、日本人の平均寿命と平均健康寿命の間にある10年を埋めたい。多くの子どもたちの足のアーチが崩れている現状もあり、日本の将来のためにもこの商品を広めたいと思いました」。

今後は、このインソールを内蔵した靴も開発したいと福田氏は意気込む。デザインの力で多くの人の健康に貢献したいという野望を抱いている。

「社名のように、世の中の移り変わりに合わせて、コンセプトチェンジも行っている」という福田氏。時流を読みながら自由に世を渡り歩いていく柔軟なNOMADO（遊牧民）スタイルで、また新しい製品を生み出しては、広めていく。

企業
DATA

NOMADO 株式会社

住所：千葉県八千代市八千代台西 1-4-9 4F

TEL：047-409-0618

創業：2010年8月

URL：<https://www.nomado711.com>



本社にはミニショップが併設されている

株式会社 フィールドビレッジ

こだわって開発した自社ブランドで カーケア業界ナンバーワンを目指す！

セルフメンテナンスを可能にした画期的なコーティング剤

カー用品の製造販売および高級中古車の販売を行う株式会社フィールドビレッジ。創業から3年、昨年度は前年度の約12倍にまで業績を伸ばし、今年度もさらに増収見込みという、非常に勢いに乗っている会社だ。

販売するカー用品は、自社で開発・製造したガラスコーティング剤など。主力商品は、ナノセラミックを配合したというコーティングスプレー「Top Proof(トッププルーフ)」と、最新の化学反応型ポリシラザンコーティングを実現する溶剤「G-Fix(ジーフィックス)」だ。そもそも車のガラスコーティングはかなりの施工技術と時間を要することから、プロに施工を依頼することも多い。しかし、同社の商品を使えば、素人でもプロが施工したものと遜色ないレベルに上げることができるという。

その秘密は、塗りムラがでにくく伸びの良いテクスチャーにある。また、他のコーティング剤と比べて、塗布後の定着が格段に速いのも利点。気温20℃以上なら1分程度

で定着してしまうので、コーティング施工途中で雨に当たってシミになる心配などもなく、気軽に作業ができる。

車は一度コーティングしても、風雨に当たるだけで徐々に剥がれてくるため、きれいな状態をキープしようとすると定期的なメンテナンスが必要とされる。同社のコーティング剤は、安価かつ短時間で、誰でも気軽なカーメンテナンスを可能にした、画期的商品と言える。



代表取締役 野村翔氏

車をきれいにすることが楽しくなる！ こだわりの商品開発

カー用品の自社ブランドを立ち上げたきっかけについて、同社代表取締役の野村翔氏は「車をきれいにするのが“楽しい”と思ってもらえるような商品を作りたかった」と語る。

「もともと車が好きで、車をきれいにすることも好きでした。当社では最初、コーティングの施工に他社商品のコーティング剤を使用し、販売もしていました。軽自動車から高級車まで同じ効果が得られるものはなかなかなく、車種に応じて既存のコーティング剤を使い分けていました。そこで、どんな車種にも対応できる万能な商品を作りたいと開発を決心しました」。

コーティング施工のプロフェッショナルである野村氏は、当然さまざまなコーティング剤の成分や効果に精通しており、「自分なりに改良を重ねれば、既存の商品を上回るも

のが作れると確信していた」という。しかし、新商品完成までには2年もの時間がかかった。

「何度も試作し、ムラや施工跡が出ないように配合を調整しました。試作品をさまざまな車に実際にコーティングしてみても効果を検証する、の繰り返しでした。特に、コーティング剤の伸びに関しては、成分配合の微調整を重ねました」。

あまりに作業が大変で、一度は諦めようと思ったという野村氏。しかし、「自社ブランドの開発において、最初にリリースする商品は最も大事。ここで妥協してしまったら今後の新商品展開に大きな影響を与える」と思い直したという。

代表取締役 野村翔氏

成分、使い勝手、効果、全てでこだわりを捨てず、ついに初心者でも簡単に扱えるガラスコーティング剤ができ上がった。「Top Proof」は、洗車後のボディに数プッシュ吹きかけ、タオルで塗り広げるだけでコーティング施工ができるという、便利なスプレーだ。初志貫徹し、「車をきれいにすることが楽しくなる商品」という出発点を追求することで、他のコーティング剤よりも優れた汎用性をもつオリジナル商品が誕生し、活路が大きく開けたと言える。



Top Proof



Iron ZERO

カーケア用品のトップになるために

同社は他にも、現在12の自社ブランドアイテムを取り扱っている。窓ガラス用の超撥水剤「G-Shield」、ボディから鉄粉などを取り除く除去スプレー「Iron ZERO」など、ボディや窓ガラス・ホイール・洗車などのカーケアに特化した商品を続々と登場させている。「ゆくゆくは、洗車に必要な商品はすべて自社で取り揃えていくのが目標。そのためには品質管理を徹底していきます」と野村氏はラインナップのさらなる強化に精力的だ。

今後は販売にも力を入れていく。店舗での販売や卸売の他に、ECサイトでの販売も行っており、30～50代の顧客層をターゲットに、SNSを活用した商品PRや説明動画等の発信も積極的に行っていく予定だ。

「ECサイトの口コミで良い評価をもらっていることから、

リピーターが多く、それを見て購入されるお客さまも多くなります。また、弊社がアップしているYouTubeチャンネルや購入者によるYouTubeへの動画投稿などがインターネット上で広がり、話題を呼んでいます。まだ従業員数が少なく、本格的な営業活動ができていない現状なのですが、SNSの普及が弊社の売上拡大を後押ししてくれています」。

いずれは「ガラスコーティング」や「洗車」とインターネットで検索すると「フィールドビレッジ」の名前が1番に出てくるくらいに知名度をアップさせたい、と野村氏は意欲を見せる。全国各地に店舗を構える大手カー用品販売店との取引も近日中に開始するという同社。ECと実店舗、それぞれの販売チャンネルが堅調な足取りで、日本全域で同社の商品が知られていく日もそう遠くなくさそうだ。

企業 DATA

株式会社 フィールドビレッジ

住所：千葉県千葉市稲毛区山王町 371-1

TEL：043-312-6899

創業：2019年7月

URL：<https://fieville.jp>



店舗には施工された車が並ぶ

全業種

大型連休による人出増加は 全体的な景況感を押し上げ、 来期はウクライナ情勢の動向がカギとなる

当期の業況DIは▲12.7と前期比8.6ポイント改善しました。

また、売上高、収益DIについて前期は大幅な悪化となりましたが、今期は売上高DI▲2.7(前期比13.5ポイント上昇)、収益DI▲8.8(前期比11.0ポイント上昇)と大幅に改善し、全体的な景況感は押し上げられました。

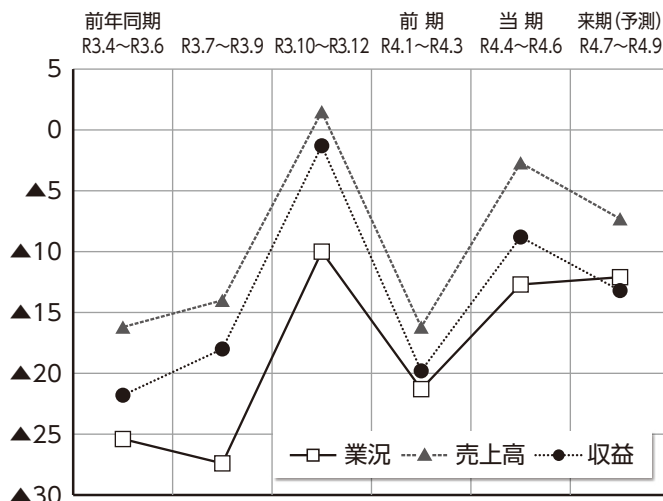
まん延防止等重点措置の解除や大型連休による人出の増加などがプラス材料となり、厳しい状況下でありながらも、小売業やサービス業等、個人消費関連の景況感は改善しました。一方、地域経済においてもウクライナ情勢は多大な影響をもたらし、円安や原材料高騰による物価の上昇は企業に大きな打撃を与えました。また、半導体不足による生産活動の鈍化は企業にとって深刻なものであり、先行き不透明な状況は今後も続くものと見込まれています。

来期予測について、ウクライナ情勢の動向が懸念材料となり、DI項目は軒並み悪化すると見込まれていますが、対面型サービスの需要回復や外国人観光客の受け入れ拡大に伴う景況改善への期待感は景気を下支えすると予想されています。

事業承継・M&Aの実施状況について、「事業承継について考えたことがない」と回答した事業者は全体の3割を占めており、廃業による地域経済の衰退が懸念されます。

主要判断DIグラフ

DI項目	前年同期 R3.4~ R3.6	前期 R4.1~ R4.3	当期 R4.4~ R4.6	来期(予測) R4.7~ R4.9
業況	▲ 25.4	▲ 21.3	▲ 12.7	▲ 12.1
売上高	▲ 16.2	▲ 16.2	▲ 2.7	▲ 7.3
収益	▲ 21.8	▲ 19.8	▲ 8.8	▲ 13.2
販売価格	1.7	13.7	25.3	21.9
仕入価格	26.5	44.2	59.5	52.8
在庫	▲ 5.8	▲ 10.1	▲ 5.2	▲ 6.9
資金繰り	▲ 9.4	▲ 7.6	▲ 7.3	▲ 10.2



調査概要

本調査は、当金庫お取引先のご協力を得て調査したものです。当金庫営業地域の経済動向把握と共に、地域の中
小企業の皆様に経営の参考にしていただくためにまとめたものです。

■調査対象時期 当期(令和4年4月~6月)、来期(今後3ヶ月:令和4年7月~9月の見通し)

■調査企業先数 当金庫お取引先493社 有効回答数479社
(内訳:製造業74社、卸売業49社、小売業108社、サービス業87社、建設業97社、不動産業64社)

■DIの説明

DIとは、「良い」「増加」「上昇」「過剰」「楽」と答えた企業割合から「悪い」「減少」「下降」「不足」「苦しい」と答えた企業割合を差し引いた数値のことです。「良い」には『やや良い』を含み、「悪い」には『やや悪い』を含みます。「増加」「減少」等、他の項目も同様です。

これら数値がプラスかマイナスか、そしてその大きさの程度によって、景気変化の方向を時系列的な推移の中で分析することを目的としています。

本レポートは標記時点における情報提供を目的としています。また、本レポート掲載内容は当金庫が正確性および完全性を保証するものではありません。

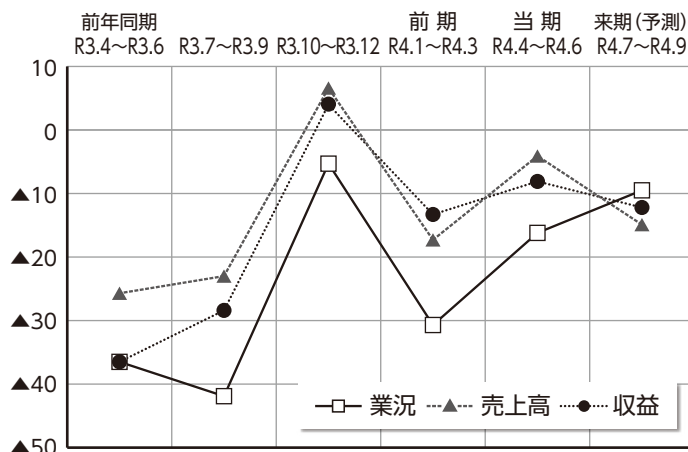
製造業

受注量増加傾向にあるも、 原料高騰が収益を圧迫

製造業の当期の業況について、受注量は増加傾向にあることから、売上高DIは▲4.1と前期比13.2ポイント改善しました。

来期予測について、海外情勢などの外的要因により原材料や電気料金が高騰し、収益・資金繰りDIは悪化すると見込まれています。

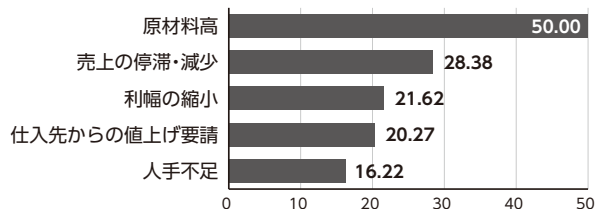
主要判断DIグラフ



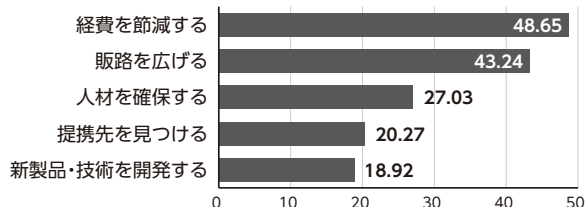
調査員コメント

原材料高騰による仕入先からの値上げ要請があり、当社においても販売先に対して交渉を始めている。(金属製ばね製造)

経営上の問題点 上位5項目(%)



当面の重点経営施策 上位5項目(%)



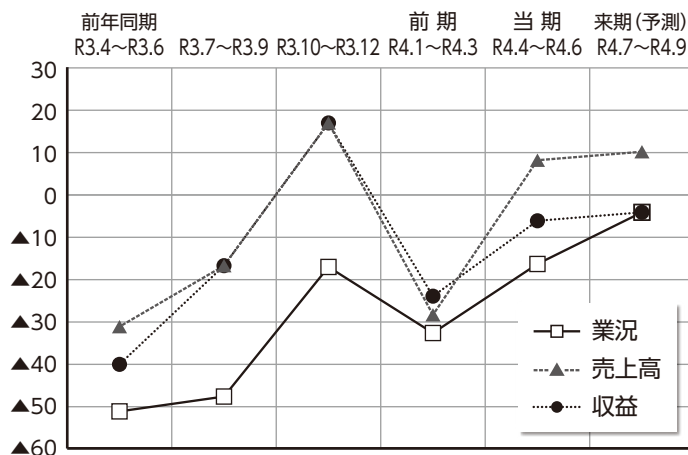
卸売業

感染者数の増加速度鈍化に伴う インバウンド需要の回復を期待

卸売業の当期の業況について、まん延防止等重点措置の解除に伴い、一部飲食店を除き通常営業が再開されたことで、主要DI(業況・売上高・収益DI)は大幅に改善し、売上高DIについては、プラス水準に転じました。

来期予測について、新型コロナウイルス感染症拡大の落ち着きによる外国人観光客の増加は、外食産業の景況感を押し上げるだろうという期待感から、主要DIは更に改善すると見込まれています。

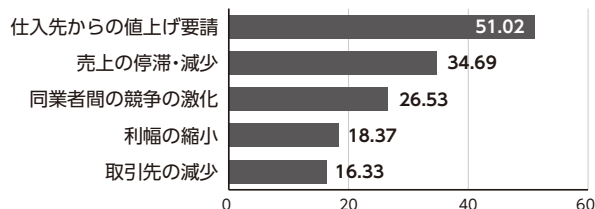
主要判断DIグラフ



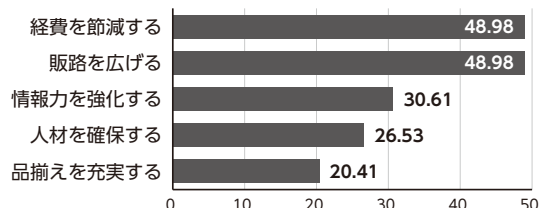
調査員コメント

仕入れ値上昇しており、収益を圧迫している。取引先拡大しつつ、経費削減し利益計上を目指している。(有機農産物)

経営上の問題点 上位5項目(%)



当面の重点経営施策 上位5項目(%)



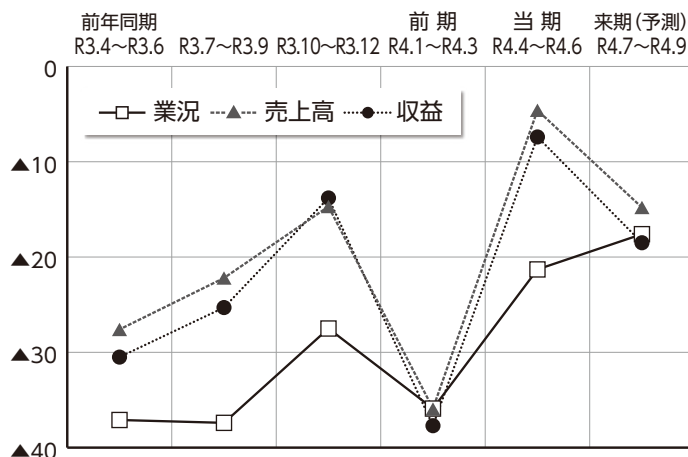
小売業

行動制限なしのGWが 景況感を大幅に押し上げる

小売業の当期業況について、3年ぶりの行動制限なしのゴールデンウィークは多くの観光客を呼び込むことができ、業況DIは前期比14.6ポイント上昇と大幅に改善するも、依然として低水準で推移している。

来期予測について、ウクライナ情勢の影響を受けた不安定な為替市場や仕入価格の高止まりは、企業にとっての不安材料となっており、収益DIは▲18.5と大幅に悪化すると見込まれている。

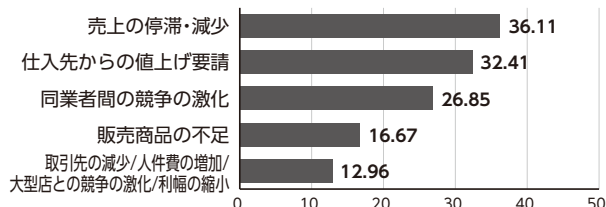
主要判断DIグラフ



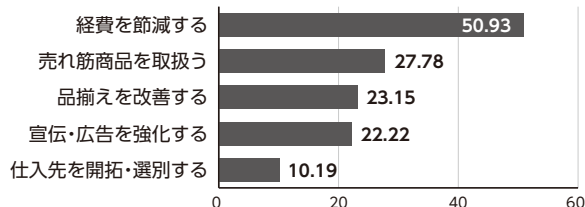
調査員コメント

新型コロナウイルス感染症、海外情勢の影響による仕入原価の高騰、仕入納期の長期化が引き続き問題となっている。(自動車販売)

経営上の問題点 上位5項目(%)



当面の重点経営施策 上位5項目(%)



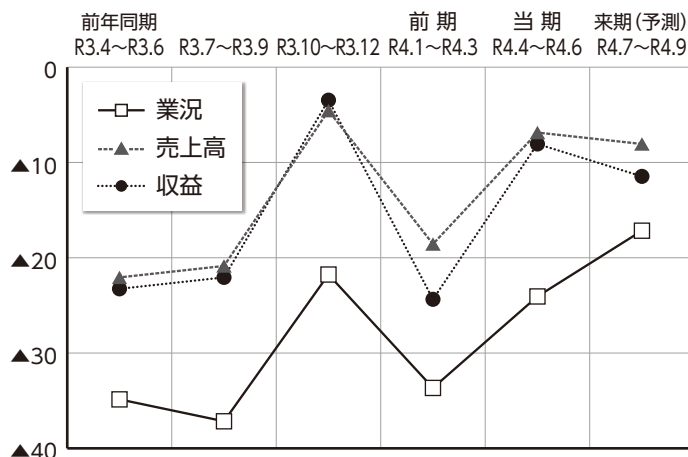
サービス業

制限解除に伴う人出の増加が 収益力を高める

サービス業の当期業況について、外出自粛の緩和が進み、客数は徐々にではあるが回復傾向にあり、主要DIは軒並み改善し、そのうち収益DIについては16.3ポイント上昇と大幅に改善しました。

来期予測について、大型連休中の業況は堅調に推移していましたが、連休明けから回復が鈍化傾向にあり、各DIは同水準もしくは小幅に悪化すると見込まれています。

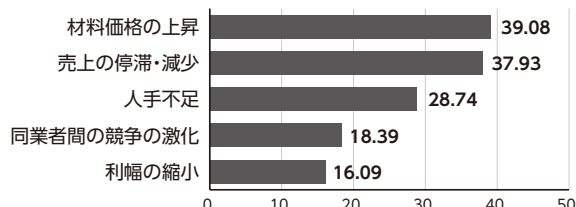
主要判断DIグラフ



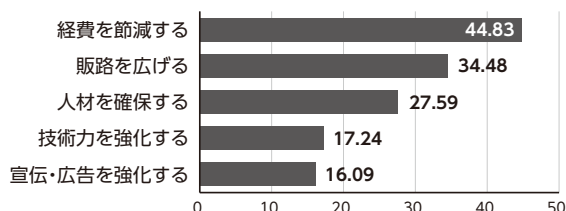
調査員コメント

新型コロナウイルスやロシア、ウクライナ情勢の影響から部品や商品の入荷が読めない状況が続いている。原油価格高騰により自動車の利用頻度が減ると自社にも影響が出るとを懸念している。(自動車修理・販売)

経営上の問題点 上位5項目(%)



当面の重点経営施策 上位5項目(%)



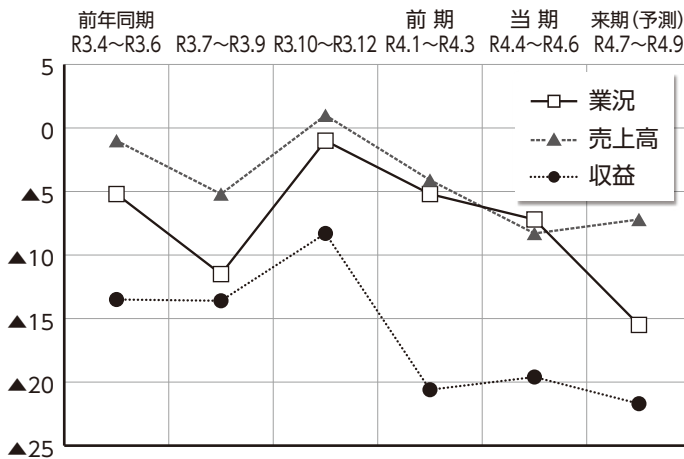
建設業

原材料高を価格転嫁できず業況悪化

建設業の当期業況について、資材高騰による受注取消しが発生していることから、受注残DIIは▲16.5ポイントと大幅に悪化しました。また、資材・輸送費等、コストの上昇は業況の悪化に繋がりました。

来期予測について、売上高DII・受注残DIIは改善すると見込まれているものの、依然、材料価格DIIは高水準を推移し、また材料価格の高騰を販売価格に転嫁できていない状況であることから、業況DII・収益DIIは悪化すると見込まれています。

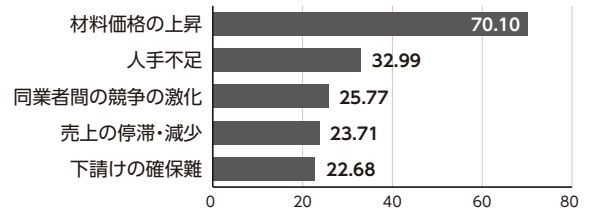
主要判断DIIグラフ



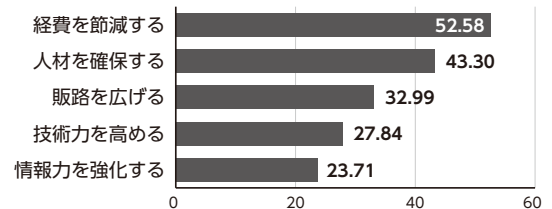
調査員コメント

ロシア産木材の輸入停止により秋以降の木材仕入の目途が立たず、住宅の注文を受けづらい状況となっている。また、半導体不足により建物が完成しても引渡しができない物件が発生している。(建設業)

経営上の問題点 上位5項目(%)



当面の重点経営施策 上位5項目(%)



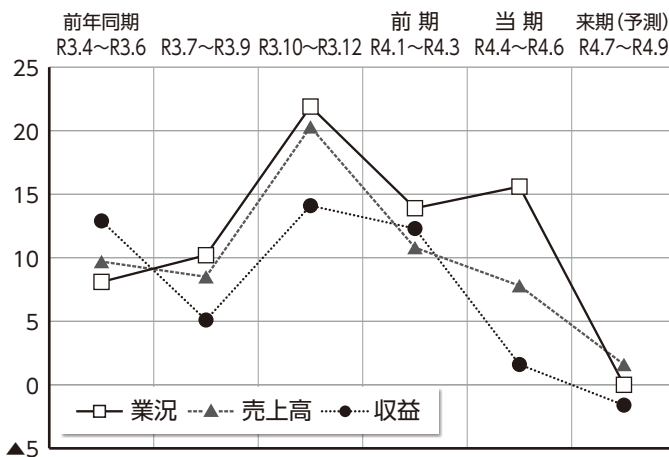
不動産業

依然在庫状況はマイナス水準にあり、先行きは不透明

不動産業の当期業況について、仕入価格DII・販売価格DIIはともに上昇していることから、仕入価格の高騰を販売価格に転嫁できている状況が窺えます。しかし、在庫DIIは▲42.2と依然厳しい水準で推移しており、売上高DIIは悪化傾向にあります。

来期予測について、主要DIIは軒並み悪化し、収益DIIについては、前年同期からの統計以来、継続してプラス水準を維持してきましたが、初めてマイナス水準(▲1.6ポイント)に転じると予想されています。

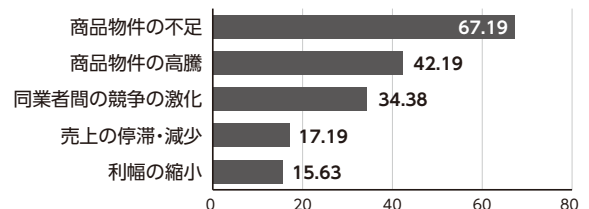
主要判断DIIグラフ



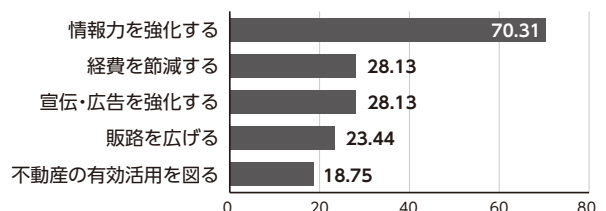
調査員コメント

依然として商品物件の情報が少ない。立地良好な場所は価格高騰しており、建築部門においても原材料の高騰から利幅が減少している。(不動産販売)

経営上の問題点 上位5項目(%)



当面の重点経営施策 上位5項目(%)



特別調査

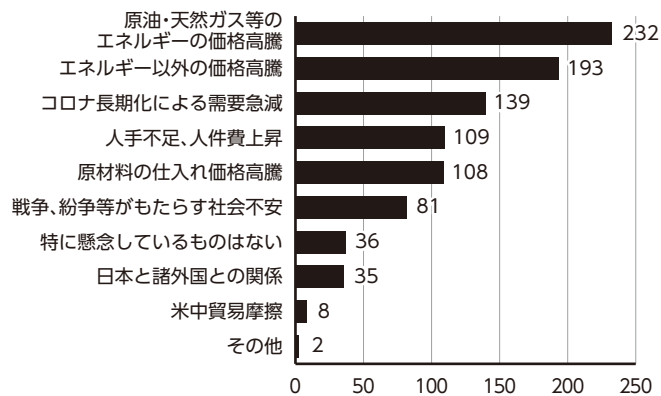
混迷する経済社会情勢と中小企業経営

～コロナ、原材料価格高騰、海外情勢の緊迫化を受けて～

1

貴社では、最近の経済社会情勢について、特に懸念しているものはありますか。

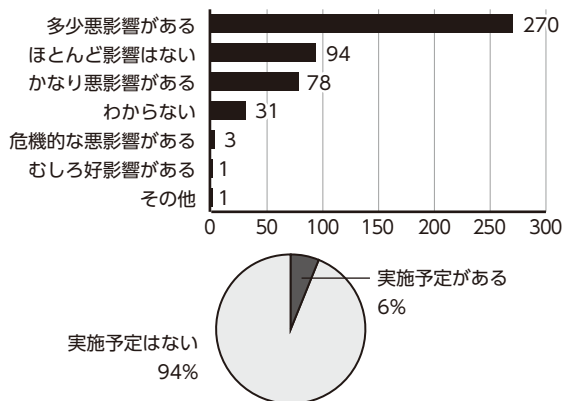
[有効回答数: 943件/複数回答(最大3つまで)]



2

貴社では、最近の原油・天然ガスなどのエネルギー価格の上昇により収益にどのような影響を受けていますか。また、今後、省エネにつながる設備投資を実施する予定はありますか。

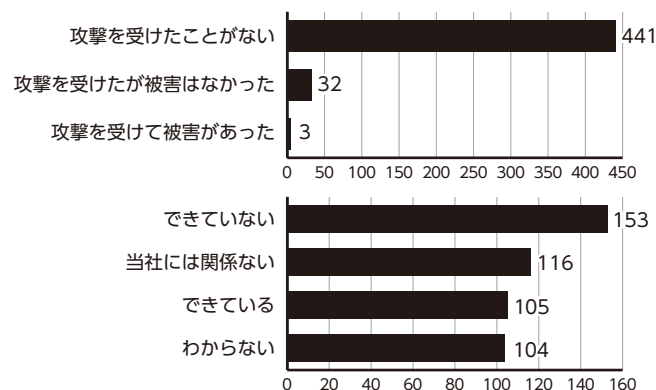
[有効回答数: 478件/469件/単数回答]



3

企業や団体などを標的としたサイバー攻撃による被害が数多く報告されています。貴社はサイバー攻撃による被害を受けたことがありますか。また、サイバーセキュリティを確保するため、人材を確保し、態勢を整備していますか。

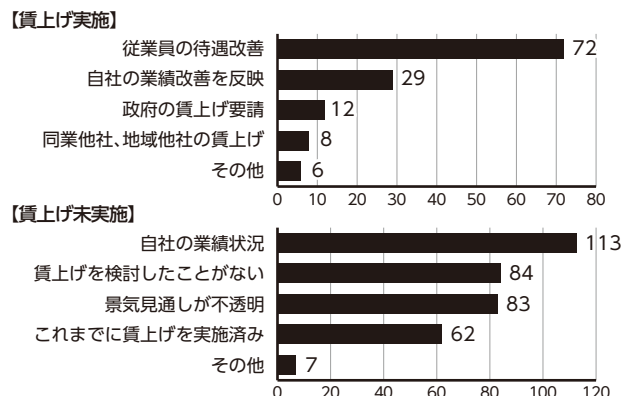
[有効回答数: 476件/478件/単数回答]



4

経済社会情勢の混迷のなかで政府から賃上げが要請されていますが、貴社では、今春、賃上げを実施しましたか。実施した場合は、その理由について最もあてはまるものをお答えください。賃上げを実施しなかった場合は、その理由について最もあてはまるものをお答えください。

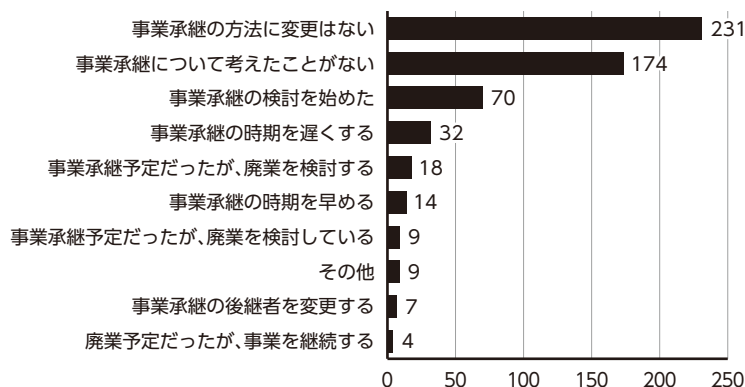
[有効回答数: 127件/349件/単数回答]



5

貴社では、コロナ禍を受けて、事業承継(M&Aを含む。)についての考え方に変化はありましたか。

[有効回答数: 568件/単数回答]



支店長の横顔

いつでも即行動! プレイングマネージャーとして 職員と共に



君津支店
支店長

まつうら ひろき
松浦 広樹

プロフィール

1964年、神奈川県藤沢市生まれ。大学卒業後、当時の木更津信用金庫に入庫。寒川支店長、花園支店長、五井支店長を経て、2021年4月、君津支店長に就任。趣味は、50歳を過ぎてから始めたゴルフ。

千葉信用金庫に入庫したのはなぜ?

大学時代、第3セクターについて研究していました。地域活性化の必要性から地域振興・政策を目的として多くの第3セクターが全国各地にできていた時期で、研究を通じて自分も地域に貢献できる仕事に就きたいと考えるようになりました。母が勤めていたというご縁もあって、木更津信用金庫(※2002年、千葉信用金庫に合併)に就職しました。

「支店長」のやりがいとは?

君津支店は、私が25年前在籍していた畑沢支店を統合しています。君津支店着任後に、その当時のお客さまのところへご挨拶に伺ったところ、「松浦君が支店長で戻ってきてくれたのは心強い、これからお願いしますね!」と仰っていただきました。20年以上経っても覚えていただいていたことを大変嬉しく思いました。

お客さまから信頼され、お客さまの夢の実現、課題解決のお手伝いをさせていただき、お客さまから感謝されることが、私のやりがいとなっています。

お客さまとの印象深いエピソードは?

社屋の老朽化で悩むA社と、土地の購入を希望するB社。この2社の橋渡しに奔走したことが、最近では印象に残っています。A社社長さんのお話から「本社を移転したいが資金がない」と知り、B社への土地売却と、空き家だというご実家への移転を提案しました。

2社の不動産取引が成立するまでには1年以上かかったのですが、両社のご協力やビジネスパートナーの力も借りながら、取引成立した時は本当に嬉しかったですね。みなさまに喜んでいただき、A社の社長さんはわざわざ君津支店まで会いに来てくれました。

支店の職員には「お客さまに選ばれるためには、お客さまと向き合い、課題解決に真剣に取り組むことが第一」といつも伝えていますが、改めて私自身「お客さまの話に興味・関心をもち、どんなヒントも見逃さない」ことが大事だと感じた案件でした。

現在の目標は?

お客さまから信頼され、困った時に相談される職員を1人でも多く育てることです。毎週月・水・金曜日に会議をして、職員同士で何か事例があれば発表し、全員で情報共有しています。1人でできる仕事は限られていますが、多くの事例を共有することでそれぞれの仕事に幅が出ますので。

君津支店はどんな雰囲気?

君津支店は若い職員も多く、明るく活気があります。一人ひとりが向上心もありますし、目標に対しては、支店全体が“ワンチーム”となって積極的に取り組む雰囲気があります。厳しい中でも明るい雰囲気は壊したくないですね。

君津は、日本製鉄関係の業種が多いと思われがちですが、実は多種多様な業種があるエリアです。夏には「君津ふるさと祭り」があり、各種の催し物が行われます。多数の露店が立ち並び、夕暮れから夜にかけて行われる「いやさか踊り」で祭りは最高潮になります。君津支店がある駅前の中央通りも会場として大変賑わいます。地域の一体感を感じさせてくれる大好きなお祭りです。

千葉信用金庫自体も地域に非常に密着した金融機関で、これまでの先輩方の努力の積み重ねにより、お客さまや地域に必要なとされる地盤、お客さまから受け入れていただける環境が整っていると感じます。地域とつながりが深いこのエリアにいられることを嬉しく思います。

お客さまへのメッセージ

君津支店には、お客さまの良き相談相手となり、役に立ちたいと願う職員が揃っています。私は、その職員たちといつでも行動を共にできるプレイングマネージャーでありたい。ぜひ地域の一番身近な金融機関として、いつでもお声掛けください。

参加事業者大募集！

1都4県の5つの信用金庫が連携し、圏央道沿線地域の生産者・製造事業者等のコラボレーションによる新たな商品開発、商品の磨き上げ、全国・世界レベルでの魅力の発信を支援します！

商品の向上・販売増加・新商品開発
事業者同士のコラボレーション等に興味のある方はぜひご検討ください！

圏央道の宝物とは？

3回のセミナー、事前審査会、グランプリ(外部有識者による評価)を通じて、商品のブラッシュアップ、コラボレーションによる新商品開発に取り組みます。

3回のセミナーは講師が登壇するリアル会場と、他4つの会場をオンラインでつなげて同時中継にて開催します。セミナーを通じて商品の磨き上げを行い、参加事業者同士のコラボレーションによる新商品開発や既存商品をグランプリで発表し、地域を代表する商品として広域に発信するものです。

対象者

- 一次産業 生産者(農業・水産・畜産食品)
- 二次産業(食品加工・卸)
- 三次産業(食関連サービス業)など

開催スケジュール

- ・第1回セミナー 「令和に売れる商品の作り方」
8月25日(木) 13時30分～16時30分 千葉信用金庫本店7階ホール
- ・第2回セミナー 「最速で商品を作るコラボの技術」
9月13日(火) 13時30分～16時30分 千葉信用金庫本店7階ホール
- ・特別会 「全国とつながる日! 日本一登場!」
9月30日(金) 午後 オンライン開催(Zoom)
- ・第3回セミナー 「ものを売らずにコトを売る技術」
10月4日(火) 13時30分～16時30分 千葉信用金庫木更津支店6階会議室
- ・グランプリ 「圏央道の宝物グランプリ」
11月29日(火) 終日 信金中央金庫京橋別館

※圏央道の宝物グランプリで「グランプリ」、「準グランプリ」を受賞された事業者は「にっぽんの宝物グランプリ(JAPAN大会)」へ出場することができます。

過去参加事業者のコメント

2020年
出場

有限会社ベアーズ：代表取締役 林 利江 氏



千葉信金さんから、「圏央道の宝物に出ませんか?」とお誘いいただき、「どんな感じかな?」と軽い気持ちで参加しました。

圏央道の宝物グランプリに出場するにはセミナーへの参加が必須でしたのでセミナーに参加しました。

当初、圏央道の宝物グランプリには既存商品を出すことを考えていましたが、セミナーで自社の商品を参加者の皆様に紹介していくうちに、「今のこの商品だったら弱いかな?」と思い、3回目のセミナー終了後、圏央道の宝物グランプリまでの間に、既存の梅酒にハーブを加え「meguri お米だけの甘さ プレミアム梅酒 赤富士」を開発しました。そして、圏央道の宝物グランプリ新体験部門でグランプリを受賞することができました。

圏央道の宝物グランプリに出場するにあたり、3分間のプレゼン資料を作ること、自社商品を限られた時間にどれだけ伝えられるかの勉強になりました。また、他の参加事業者様との横のつながりもできすごく勉強になりました。

グランプリを受賞したことで新聞等に取り上げていただき、広くお客様に知ってもらえるきっかけになりました。

また機会がありましたら参加したいと思っています。

2021年
出場

宝家：若女将 鈴木 希依子 氏



「圏央道の宝物」はまるで、青春のようでした!
段階を追うごとにハードルが上がっていくのですが、それを超えていく過程が素晴らしい学びの時間に。

今回、私が若女将を務める宝家は、地元の漁師・石川さんや、養蜂で里山を再生する「ONE DROP FARM」の豊増さんと組んで「干潟を守りたい」という想いでカレーを開発。

更にもう一捻り味に加えてブラッシュアップしたい、と産みの苦しみを味わっているところに「圏央道の宝物」セミナーで立川の「Adam's Awesome Pie」の根津さんとアクアラインを超えた出会いがあり、根津さんのチャツネを加えることで一段階上の味に。

そう、このコラボが「圏央道の宝物の醍醐味!」と私は思います。自分のお店や会社だけでは到達出来ないことが、新しい化学反応によって実現。

そして何よりの財産はこういった「圏央道の宝物」の仲間との出会い。アンテナや志の高い色々な方との出会いはとても刺激になり「参加してよかった!」と思う瞬間でした!

※写真撮影時のみマスクを外して撮影しています。 お申込方法など詳細は最寄り千葉信用金庫営業店へお問い合わせください。

千葉信用金庫、中小企業の景気動向調査へのみなさまのご意見、ご要望をお寄せください。

お問い合わせ：千葉信用金庫 企業サポート部 TEL 043-221-3683 担当：中森 菅谷