令和８年２月10日発行（毎月10日発行）中小企業レポート通巻第591号

知恵と力を合わせて信州を元気に

MONTHLY REPORT

月刊 中小企業レポート

2026
2
No.591

活性化情報 長野県中小企業団体中央会

特集

令和7年度長野県における中小企業の労働事情

けんしん BANK Pocket

目標額に近づくと しらかばんも変化！

新機能追加！

しらかばん

ダウンロードはこちら

App Store からダウンロード

Google Play で手に入れよう

けんしん BANK Pocket の機能ラインアップ

- New! 定期性預金預入れ
- New! 口座開設
- 残高照会
- 振込・振替
- 住所・氏名・電話番号変更
- 相談予約
- 自分好みにカスタマイズ

けんしん BANK
THE NAGANO-KEN SHINKUMI BANK

知恵と力を合わせて信州を元気に

月刊 中小企業レポート

2026
2
No.591

2 **特集**
令和7年度長野県における
中小企業の労働事情

7 **中央会インフォメーション**

8 **Go! 発酵バレーNAGANO**

10 **生産性革命と挑戦**
有限会社三栄測地（長野市）

11 **ズームアップ！組合の魅力発見**
長野県室内装飾事業協同組合（松本市）

12 **わが社の経営戦略**
有限会社酒井製麺（長野市）

13 **社労士が教える労務管理のポイント**
労働時間の端数処理は適切ですか

〈表紙写真紹介〉

信州・東御（とうみ）市は、“日本のブルゴーニュ”と称されるほど、チーズの本場フランスに似た風土を有しています。日本有数の少雨地帯であるこの地のなかでも、「アトリエ・ド・フロマージュ」は標高約900mの丘陵地、その南斜面に位置しています。

創業者の松岡夫妻がフランスから持ち帰り、日本で培ってきたナチュラルチーズ造りの確かな技術は、今も職人一人ひとりに脈々と受け継がれています。

写真は、東御市の豊かな自然とアトリエ『森のチーズテラス』の風景です。新設の草屋根工房のほか、レストランやショップを備えたこの複合施設は、その優れた建築と環境との調和が評価され、『GOOD DESIGN AWARD 2025』を受賞されました。

特集 令和７年度 長野県における中小企業の労働事情

毎年、７月１日を基準日とし、都道府県中央会において「中小企業労働事情実態調査」を実施しています。大規模な集計を行うため、動きの速い昨今、公表時期の現況と乖離することもありますが、「１～９人」の小規模企業まで調査対象としている数少ない資料としての特色を持っています。

本特集では、今年度の本調査の抜粋をご紹介いたします。これからの時節、中小企業における労働問題に関する検討の一助としてご利用いただければ幸いです。

また、調査結果全体は本会ホームページに平成22年度分から掲載しています。経営環境、労働時間、賃金改定など、経年同一の調査項目など比較してご覧いただくことも可能となっています。

本会ホームページURL　http://www.alps.or.jp/chuokai/roudou/

Ⅰ．調査のあらまし

１．調査の目的

この調査は長野県内の中小企業における賃金・労働時間・雇用等の実態を把握し、中央会労働支援方針策定の基礎資料とするとともに、中小企業における労務対策の参考に資することを目的とする。

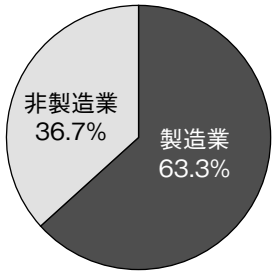
２．調査方法・集計

長野県内の従業員300人以下の民間事業所（卸売業100人以下、小売業50人以下・サービス業100人以下）を対象に1,000事業所を任意抽出し、郵送により調査を依頼した。

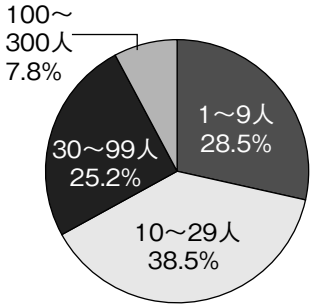
有効回答449事業所（回答率44.9％）について集計した。

(1)　集計事業所内訳

イ　産業別

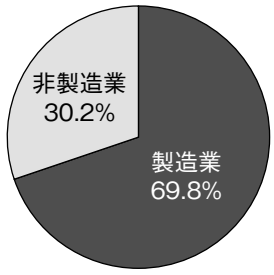


ロ　規模別

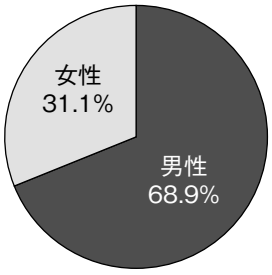


(2)　集計労働者内訳

イ　産業別



ロ　男女別



３．調査時点

令和７年７月１日現在

Ⅱ．調査結果の概要

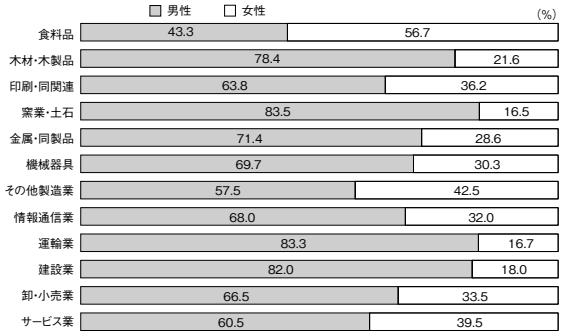
１．従業員の雇用状況

(1)　常用労働者の男女比率

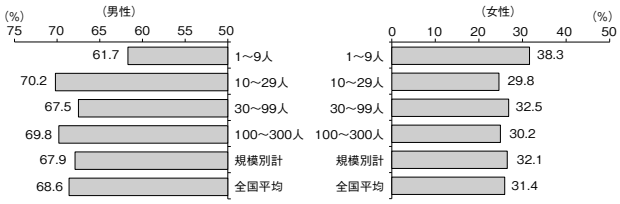
常用労働者の男性比率は、「窯業・土石」の83.5％が最も高く、次いで「運輸業」の83.3％、「建設業」82.0％、一方「食料品」56.7％、「その他製造業」42.5％、「サービス業」39.5％の順で、女性の比率が高くなっている。

事業所の規模別での傾向は、「1～9人」が女性比率が若干高くなっているものの格差なくほぼ同様となっている。

第1表　業種別　常用労働者の男女比率



第2表　規模別　男女別常用労働者の比率

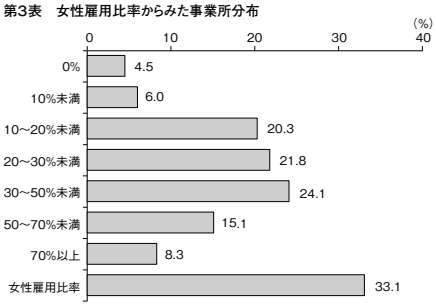


(2)　従業員中に占める女性雇用比率

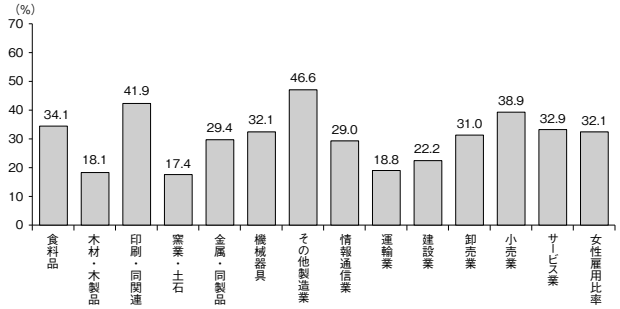
常用労働者に占める女性の雇用率は33.1%（前年33.2％）であった。雇用率の分布をみると、「30～50％未満」24.1%（前年23.3％）、「20～30％未満」21.8%（前年24.4％）で、50％を超える事業所は23.4％（前年23.2％）となっており前年と大きな変化はなかった。

業種別では「その他製造業」が46.6％、次いで「印刷･同関連」41.9％、「小売業」38.9％の順に高く、一方「窯業･土石」は17.4％、「木材･木製品」は18.1％、「運輸業」が18.8％となっている。

第3表　女性雇用比率からみた事業所分布



第4表　業種別　女性雇用比率



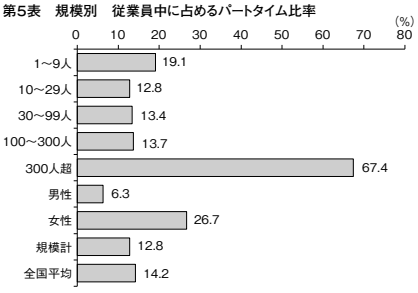
(3)　従業員中に占めるパートタイム比率

従業員に占めるパートタイム比率は12.8％（前年14.7％）と前年を1.9ポイント下回り、全国平均も14.2％（前年14.9％）と前年を0.7ポイント下回った。女性の比率が26.7％と、男性の6.3％を大きく上回っていて、女性の比率は前年よりは1.8ポイント上回っている。

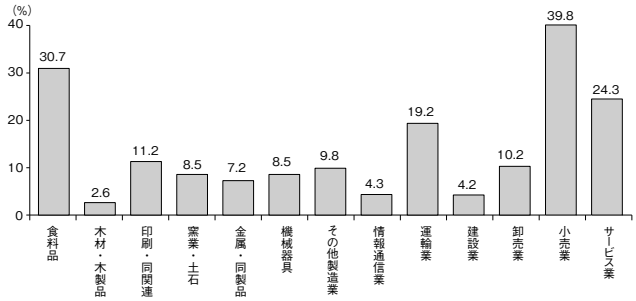
業種別では、「小売業」が39.8％、「食料品」30.7％、「サービス業」24.3％の順で比率が高く、若干の順位変動はあるものの傾向は前年度同様である。

なお、本調査は「パートタイム」を短時間労働と定義しているため、いわゆる「フルタイムパート」は比率に含まれていない。

第5表　規模別　従業員中に占めるパートタイム比率



第6表　業種別　従業員中に占めるパートタイム比率



(4)　従業員の雇用形態

従業員の雇用形態は、「正社員」が77.6％（前年は77.5％・前々年は77.5％）、「パートタイマー」12.8％（前年13.0％）、「派遣」2.5％（前年1.9％）、「嘱託・その他」7.1％（前年7.6％）と、前年度とほぼ同様である。

雇用形態別では、製造業の「正社員」比率は78.1％（前年77.8％）、非製造業は76.4％（前年76.9％）で製造業は前年を0.3ポイント上回り、非製造業では前年を0.5ポイント下回った。

「パートタイマー」では製造業で11.0％（前年は12.3％）、非製造業17.2％（前年は14.4％）と、製造業は前年を1.3ポイント下回り、非製造業では前年を2.8ポイント上回っている。

第7表
規模別　雇用形態別構成比

(%)

	正社員	パートタイマー	派遣	嘱託・その他
1～ 9人	73.9	20.5	0.3	5.2
10～ 29人	81.8	13.1	0.9	4.2
30～ 99人	77.0	13.7	2.3	7.0
100～300人	79.0	8.4	3.8	8.8
規模計	77.6	12.8	2.5	7.1
全国平均	75.2	14.2	2.5	8.1

業種別　雇用形態別構成比

(%)

	正社員	パートタイマー	派遣	嘱託・その他
製造業	78.1	11.0	3.2	7.8
非製造業	76.4	17.2	0.9	5.5
業種計	77.6	12.8	2.5	7.1

(5)　常用労働者数の増減

常用労働者の増減は、「変わらない」が男性で45.0％、女性では58.0％であった。「増加」を見ると男性で25.0％、女性は23.9％と男性の方が増加が多いが、「減少」をみると男性30.0％、女性18.0％で定着率は女性の方が高い傾向となった。

業種別でみると男性は「増加」が製造業で23.3％、非製造業は28.0％であった。女性をみると「増加」は製造業で23.1％、非製造業が25.3％であった。反対に「減少」でみると男性の製造業36.8％、非製造業18.0％に対し女性は製造業20.1％非製造業14.4％であった。

第8表
規模別　男性常用労働者数の増減

(%)

	増加	変わらない	減少
1～ 9人	9.8	73.2	17.0
10～ 29人	26.5	40.7	32.7
30～ 99人	30.9	30.9	38.2
100～300人	50.0	15.6	34.4
規模計	25.0	45.0	30.0
全国平均	23.8	50.2	26.0

規模別　女性常用労働者数の増減

(%)

	増加	変わらない	減少
1～ 9人	9.4	84.0	6.6
10～ 29人	19.3	60.9	19.9
30～ 99人	34.2	40.5	25.2
100～300人	59.4	18.8	21.9
規模計	23.9	58.0	18.0
全国平均	20.4	64.4	15.2

業種別　男性常用労働者数の増減

(%)

	増加	変わらない	減少
製造業	23.3	39.8	36.8
非製造業	28.0	54.0	18.0
業種計	25.0	45.0	30.0

業種別　女性常用労働者数の増減

(%)

	増加	変わらない	減少
製造業	23.1	56.8	20.1
非製造業	25.3	60.3	14.4
業種計	23.9	58.0	18.0

2．中小企業の経営環境

(1)　経営状況

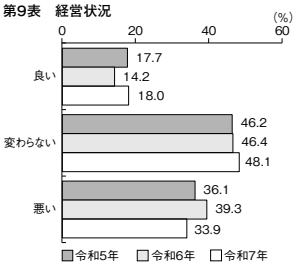
中小企業の経営状況をみると、１年前に比べて「悪い」とする事業所が33.9％（前年は39.3％）と前年に比べて5.4ポイント減少し、「良い」とする事業所は前年比3.8ポイント増加して18.0％となった。

規模別には、「100～300人」で45.7％（前年22.5％）の事業所が「悪い」と回答し、最も高くなっている。

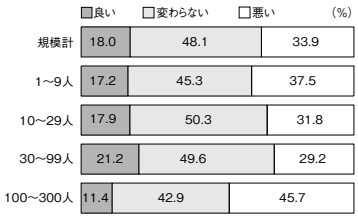
業種別にみると、製造業においては「木材・木製品」が62.5％（前年66.7％）で「悪い」としている。他の業種も「変わらない」また「悪い」とする比率が60％を超えている。

非製造業では、「卸売業」「小売業」で「変わらない」また「悪い」とする比率が90％を超えており他の業種も70％以上となっている。

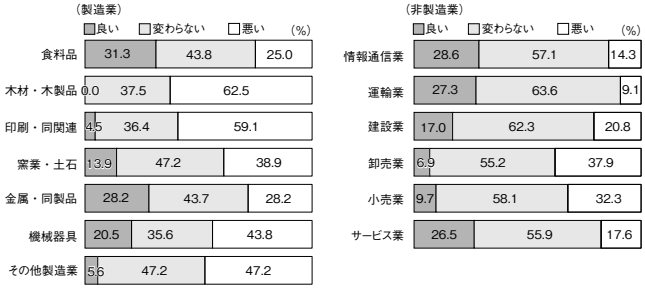
第9表　経営状況



第10表　規模別　経営状況



第11表　業種別　経営状況

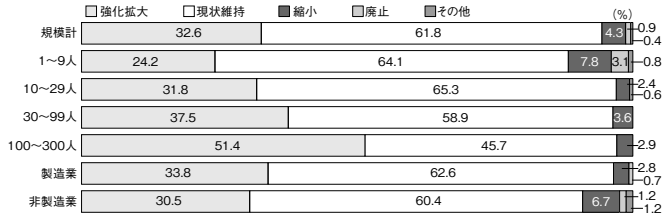


(2)　主たる事業の今後の経営方針

現在行っている主要事業について、今後の方針をみると「現状維持」が61.8％（前年57.2％）と最も高く、「強化拡大」32.6％（前年36.8％）、「縮小」4.3％（前年4.6％）の順になっている。

規模別では、大きくなるほど「強化拡大」とする事業所の割合が高く、規模が小さくなるほど「現状維持」「縮小」とする割合が高くなっている。

第12表　主要事業の今後の方針

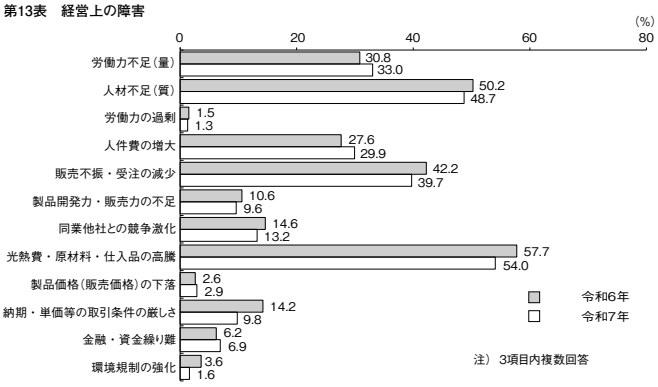


(3)　経営上の障害

経営上の障害は、「光熱費・原材料・仕入品の高騰」が54.0％（前年57.7％）、次いで「人材不足（質）」が48.7％（前年50.2％）、「販売不振･受注の減少」39.7％（前年42.2％）で、「人件費の増大」が2.3ポイント増加している。

事業規模別にみると「光熱費・原材料・仕入品の高騰」を１位としている業種が多かった。

第13表　経営上の障害



第14表
規模別にみた経営上の障害上位３項目　(%)

	1　位		2　位		3　位	
1～　9人	光熱費・原材料・仕入品の高騰	52.0	販売不振・受注の減少	44.1	人材不足（質）	40.9
10～ 29人	光熱費・原材料・仕入品の高騰	51.4	人材不足（質）	47.4	販売不振・受注の減少	39.3
30～ 99人	光熱費・原材料・仕入品の高騰	61.9	人材不足（質）	54.9	労働力不足（量）	36.3
100～300人	人材不足（質）	62.9	光熱費・原材料・仕入品の高騰	48.6	労働力不足（量） 販売不振・受注の減少	40.0
規　模　計	光熱費・原材料・仕入品の高騰	54.0	人材不足（質）	48.7	販売不振・受注の減少	39.7

注）３項目内複数回答

業種別にみた経営上の障害上位３項目　(%)

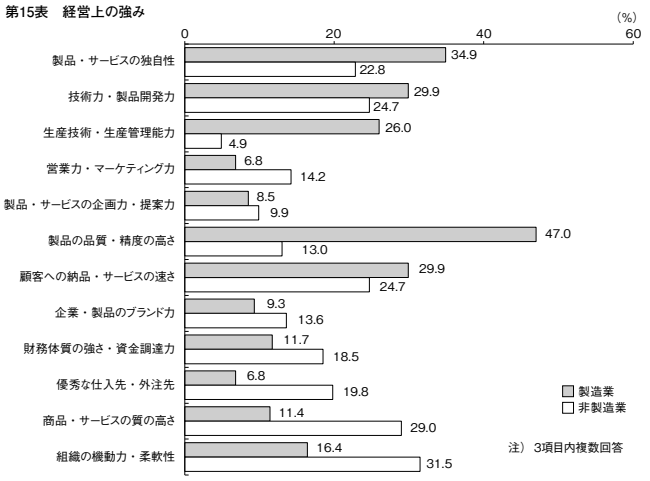
	1　位		2　位		3　位	
食　料　品	光熱費・原材料・仕入品の高騰	90.6	人材不足（質）	43.8	販売不振・受注の減少	40.6
木　材　・ 木　製　品	光熱費・原材料・仕入品の高騰	75.0	販売不振・受注の減少	62.5	人材不足（質） 人件費の増大	37.5
印　刷　・ 同　関　連	光熱費・原材料・仕入品の高騰	63.6	販売不振・受注の減少	59.1	同業他社との競争激化	31.8
窯業・土石	光熱費・原材料・仕入品の高騰	63.9	販売不振・受注の減少	50.0	人材不足（質）	47.2
金　属　・ 同　製　品	光熱費・原材料・仕入品の高騰	63.4	人材不足（質）	46.5	販売不振・受注の減少	40.8
機　械　器　具	人材不足（質）	60.3	光熱費・原材料・仕入品の高騰	49.3	販売不振・受注の減少	41.1
そ　の　他 製　造　業	販売不振・受注の減少	69.4	光熱費・原材料・仕入品の高騰	50.0	人材不足（質）	47.2
情報通信業	人材不足（質）	57.1	労働力不足（量） 光熱費・原材料・仕入品の高騰	42.9	人件費の増大 同業他社との競争激化	28.6
運　輸　業	労働力不足（量） 人材不足（質） 人件費の増大	69.2	光熱費・原材料・仕入品の高騰	54.5	販売不振・受注の減少 製品開発力・販売力の不足 納期・単価等の取引条件の厳しさ	9.1
建　設　業	人材不足（質）	58.5	労働力不足（量）	54.7	光熱費・原材料・仕入品の高騰	47.2
卸・小売業	販売不振・受注の減少	43.3	光熱費・原材料・仕入品の高騰	41.7	人材不足（質）	38.3
サービス業	人材不足（質） 人件費の増大	43.8	労働力不足（量） 光熱費・原材料・仕入品の高騰	37.5	販売不振・受注の減少 同業他社との競争激化	30.2

注）３項目内複数回答

(4)　経営上の強み

製造業では「製品の品質・精度の高さ」が47.0％（前年54.3％）、「製品・サービスの独自性」34.9％（前年31.1％）、「技術力・製品開発力」が29.9％（前年32.3％）及び「顧客への納品・サービスの速さ」29.9％（前年31.1％）の順に高く、非製造業では、「組織の機動力・柔軟性」が31.5％（前年26.6％）、「商品・サービスの質の高さ」が29.0％（前年28.1％）、「顧客への納品・サービスの速さ」24.7％（前年26.1％）及び「技術力・製品開発力」24.7％（前年24.1％）となっている。

第15表　経営上の強み



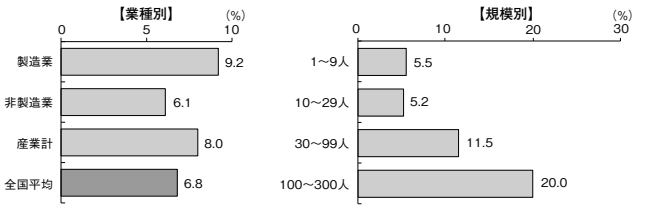
3．賃金の改定状況

(1)　労働組合の組織状況

本調査による労働組合の組織状況は8.0％（前年6.9％）、業種別では製造業で9.2％（前年7.7％）、非製造業では6.1％（前年4.5％）の組織率となっている。

規模別では「100～300人」が20.0％（前年22.0％）、「30～99人」11.5％（前年9.7％）、「１～９人」5.5％（前年2.5％）と、はじめて「１～９人」が「10～29人」を僅かではあるが上回った。

第16表　労働組合の組織状況



(2)　賃金の改定状況（令和７年１月から令和７年７月）

令和７年春の賃金改定（定昇含む。）は、「引き上げた」とする事業所が65.6％（前年82.9％）、「７月以降引き上げる予定」が14.3％（前年9.8％）ある一方で、「実施しない（凍結）」が5.1％（前年2.4％）、「引き下げた」0.0％（前年2.4％）、「７月以降引き下げる予定」も0.2％（前年10％）あり、「未定」とする事業所も14.7％（前年2.4％）あった。

規模別では、「100～300人」で74.3％（前年73.8％）が「引き上げた」反面、「１～９人」では53.1％（前年65.4％）となった。

第17表　規模別　賃金改定実施状況　(%)

	引き上げた	引き下げた	今年は実施しない（凍結）	７月以降引き上げる予定	７月以降引き下げる予定	未定
1～ 9人	53.1	－	9.4	9.4	－	28.1
10～ 29人	72.1	－	4.1	14.5	－	9.3
30～ 99人	67.3	－	3.5	17.7	0.9	10.6
100～300人	74.3	－	－	20.0	－	5.7
規模計	65.6	－	5.1	14.3	0.2	14.7
全国平均	55.9	0.3	7.6	14.3	0.6	21.3

賃金改定状況を業種別にみると、製造業で「引き上げた」とする事業所は「金属・同製品」が81.4％、「窯業・土石」75.0％、「機械器具」67.1％の順に高くなっている。「引き下げた」は全てで0.0％であった。非製造業では「引き上げた」が「卸売業」72.4％、「建設業」66.0％、「サービス業」61.8％の順に高くなっている。「引き下げた」は非製造業においても0.0％であった。

業種別　【製造業】　(%)

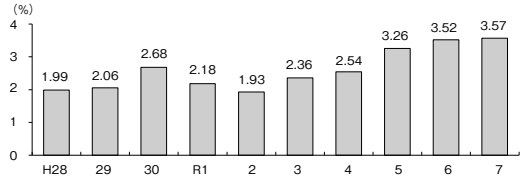
	引き上げた	引き下げた	今年は実施しない（凍結）	７月以降引き上げる予定	７月以降引き下げる予定	未定
食料品	56.3	－	9.4	18.8	－	15.6
木材・木製品	50.0	－	－	12.5	－	37.5
印刷・同関連	50.0	－	18.2	－	－	31.8
窯業・土石	75.0	－	－	13.9	－	11.1
金属・同製品	81.4	－	4.3	10.0	－	4.3
機械器具	67.1	－	5.5	20.5	－	6.8
その他製造業	63.9	－	2.8	19.4	－	13.9
製造業計	67.8	－	5.3	14.8	－	12.0

【非製造業】　(%)

	引き上げた	引き下げた	今年は実施しない（凍結）	７月以降引き上げる予定	７月以降引き下げる予定	未定
情報通信業	42.9	－	－	42.9	－	14.3
運輸業	45.5	－	9.1	9.1	9.1	27.3
建設業	66.0	－	3.8	3.8	－	26.4
卸売業	72.4	－	6.9	17.2	－	3.4
小売業	54.8	－	6.5	22.6	－	16.1
サービス業	61.8	－	2.9	11.8	－	23.5
非製造業計	61.8	－	4.8	13.3	0.6	19.4

賃金昇給額・率をみると、「引き上げた」事業所の単純平均では昇給額9,397円（前年9,450円）、率にして3.51％（前年3.66％）となった。加重平均では、9,811円（前年9,064円）、率にして3.57％（前年3.52％）となっている。

第18表　昇給率の推移　【引き上げ回答事業所】



注）「引き上げた」と回答した事業所の加重平均

第19表　規模別　賃金改定状況（総平均）

（円）　（円）　（%）

	平均所定内賃金	平均昇給額	平均昇給率
規模計	275,323	8,923	3.35
1～ 9人	267,303	9,042	3.50
10～ 29人	276,309	8,484	3.17
30～ 99人	278,942	9,113	3.38
100～300人	284,043	10,195	3.72
全国平均	278,419	10,216	3.81

注）「引き上げた」「引き下げた」「今年は実施しない（凍結）」回答の総平均

「引き上げた」事業所の平均	276,873	9,397	3.51

(3)　賃金改定の内容

賃金引き上げ、または引き上げ予定事業所の賃金改定の内容については、「定期昇給」が60.4％と最も多くの割合で実施している。

業種別でみると、「定期昇給」については「機械器具」で67.7％、「運輸業」「情報通信業」でともに66.7％、「金属・同製品」で66.1％の順になっている。「基本給の引き上げ」でみると「サービス業」が54.2％、「窯業･土石」が41.9％、「木材・木製品」が40.0％となっている。

第20表　規模別　賃金改定の内容

（%）

	定期昇給	ベースアップ	基本給の引き上げ（定期昇給制度のない事業所）	諸手当の改定	臨時給与（夏季・年末賞与など）の引き上げ
1～ 9人	50.0	23.1	44.9	15.4	12.8
10～ 29人	57.4	25.5	32.6	18.4	11.3
30～ 99人	73.4	35.1	19.1	8.5	7.4
100～300人	60.6	54.5	33.3	21.2	6.1
規模計	60.4	30.3	31.8	15.3	10.1
全国平均	57.1	29.9	32.0	15.4	11.6

注）複数回答

業種別　賃金改定の内容

（%）

	定期昇給	ベースアップ	基本給の引き上げ（定期昇給制度のない事業所）	諸手当の改定	臨時給与（夏季・年末賞与など）の引き上げ
食料品	60.9	39.1	30.4	26.1	13.0
木材・木製品	60.0	20.0	40.0	－	20.0
印刷・同関連	54.5	45.5	－	27.3	9.1
窯業・土石	51.6	19.4	41.9	19.4	22.6
金属・同製品	66.1	22.6	29.0	17.7	8.1
機械器具	67.7	35.5	27.4	4.8	4.8
その他製造業	63.3	26.7	33.3	20.0	13.3
情報通信業	66.7	33.3	33.3	16.7	16.7
運輸業	66.7	16.7	16.7	16.7	－
建設業	61.8	29.4	29.4	20.6	11.8
卸・小売業	47.9	43.8	35.4	12.5	8.3
サービス業	50.0	16.7	54.2	8.3	4.2
業種計	60.4	30.3	31.8	15.3	10.1
全国平均	57.1	29.9	32.0	15.4	11.6

注）複数回答

(4)　賃金改定の決定要素

賃金改定の決定要素として規模計でみると、「労働力の確保・定着」とする事業所が64.5％と過半数を超える結果となった。次いで「企業の業績」、「物価の動向」となっている。

業種別でみると、すべての事業所で「労働力の確保・定着」が３位以内に入っている結果となった。

第21表　規模別にみた賃金改定の決定要素上位３項目

（%）

	1位		2位		3位	
1～ 9人	労働力の確保・定着	56.6	物価の動向	51.3	世間相場	43.4
10～ 29人	労働力の確保・定着	66.4	・企業の業績 ・世間相場	46.9	物価の動向	42.7
30～ 99人	労働力の確保・定着	62.8	企業の業績	59.6	物価の動向	42.6
100～300人	労働力の確保・定着	78.8	企業の業績	60.6	・世間相場 ・物価の動向	57.6
規模計	労働力の確保・定着	64.5	企業の業績	50.3	物価の動向	46.0
全国平均	労働力の確保・定着	61.5	企業の業績	51.5	物価の動向	44.7

注）複数回答

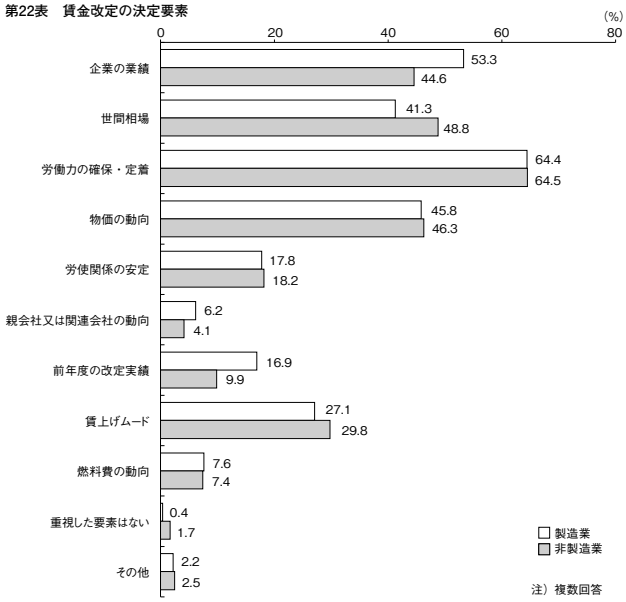
業種別にみた賃金改定の決定要素上位３項目

（%）

	1位		2位		3位	
食料品	企業の業績	65.2	労働力の確保・定着	60.9	物価の動向	56.5
木材・木製品	労働力の確保・定着	60.0	物価の動向	40.0	・企業の業績 ・世間相場 ・賃上げムード	20.0
印刷・同関連	・企業の業績 ・物価の動向	60.0	・労働力の確保・定着 ・労使関係の安定	50.0	賃上げムード	30.0
窯業・土石	労働力の確保・定着	76.7	物価の動向	43.3	世間相場	40.0
金属・同製品	労働力の確保・定着	62.9	企業の業績	61.3	物価の動向	41.9
機械器具	労働力の確保・定着	60.7	企業の業績	54.1	世間相場	45.9
その他製造業	労働力の確保・定着	70.0	・世間相場 ・物価の動向	46.7	企業の業績	43.3
情報通信業	・世間相場 ・労働力の確保・定着	66.7	企業の業績	50.0	・物価の動向 ・賃上げムード	33.3
運輸業	世間相場	50.0	・企業の業績 ・労働力の確保・定着 ・物価の動向 ・労使関係の安定	33.3	・賃上げムード ・燃料費の動向 ・その他	16.7
建設業	労働力の確保・定着	71.4	物価の動向	51.4	・企業の業績 ・世間相場	42.9
卸・小売業	労働力の確保・定着	65.3	世間相場	46.9	物価の動向	44.9
サービス業	・企業の業績 ・労働力の確保・定着	60.0	世間相場	56.0	物価の動向	48.0

注）複数回答

第22表　賃金改定の決定要素



注）複数回答

長野県特定地域づくり事業協同組合制度に関する専門家派遣を実施

～信州しなのまち複業協同組合～

専門家派遣の様子

１月９日、信州しなのまち複業協同組合を対象とした長野県特定地域づくり事業協同組合制度の専門家派遣が実施されました。講師には十日町市複業協同組合TOMOWORK理事兼事務局長の大塚眞氏をお招きし、組合の事例紹介後、対話形式にて質疑応答や組合運営に関するご提案をいただきました。

質疑内容は、事前に信州しなのまち複業協同組合より提示された、「どこに求人を出し、マルチワーカーをどう集めるべきか」「事務局の業務負担を減らす方法」「派遣職員募集の際、どのように制度の意義を伝えるべきか」など、組合実務に関する幅広い事項に及び、大塚氏より実務者の立場で具体的な回答及びご意見をいただきました。

特定地域づくり事業協同組合制度は、人口急減地域を対象に季節ごとの仕事を組み合わせることで通年雇用を作り出し、安定した仕事を確保することによって移住者の定着に繋げることを目的とした制度です。本制度につきましてご興味がありましたら、ぜひ本会までご連絡ください。

令和７年度経営セミナー第６講座を開催

１月21日、下伊那郡高森町の株式会社協和精工にて令和７年度経営セミナー第６講座を開催しました。

講演する橋場社長

セミナーでは、橋場浩之代表取締役社長から「地域のリーディングカンパニーに！海洋から地上そして宇宙までものづくりで支える」をテーマにご講演いただきました。地域のリーディングカンパニーとなるべく、様々な取り組みを実施されている同社の姿勢に参加者の皆さんも聞き入っていました。また、ご講演後の本社工場内視察では、同社の主力事業であるロボットやFA機器などに使われる電磁ブレーキの開発・製造現場を見せていただき、工場内の動線や設備の配置など現場でしか学べないことを見学させていただきました。

経営セミナーの様子

GO! 発酵バレーNAGANO

Vol.9 株式会社アトリエ･ド･フロマージュ

● 日本におけるナチュラルチーズの消費動向

農林水産省の「令和６年度チーズ需給表」によると、国内のナチュラルチーズ生産量は４万5,372トン（前年度比+0.5%）で、そのうち直接消費用（プロセスチーズ原料用以外）は２万2,609トン（同＋3.9%）となっています。一方、直接消費用の輸入ナチュラルチーズは18万1,113トン（同+4.9%）に上り、国内の総消費量は国産・輸入を合わせて20万3,723トン（同+4.8％）に達しました[※1]。また、国内のチーズ工房数も増加しています。NPO法人チーズプロフェッショナル協会によると、2010年に約150カ所だった工房数は、2022年には346カ所と２倍以上で推移しています[※2]。

かつて日本人にとって馴染みの薄かったナチュラルチーズですが、今や日本の食文化の一つとして定着しつつあります。専門店のみならず、身近なスーパーや量販店でも多様な商品が並ぶようになり、日常の食卓に深く浸透していると言えるでしょう。

● 長野県内のチーズ工房と「発酵バレーNAGANO」

長野県食品製造業振興ビジョン（2017年）によると、長野県はチーズ出荷金額28,112百万円、全国４位の全国有数の生産地と記載があります[※3]。これは、明治長野チーズ工房（佐久市）や六甲バター長野工場、さらに世界第５位の規模を持つサヴァンシア・フロマージュ＆デイリーの関連会社、フロマージェアソシエジャポン（松本市）といった大規模工場が県内に拠点を置いていることに由来します。

一方で、県内には小規模ながら個性豊かなチーズ工房が数多く存在します。その形態は、１～数名で運営する個人経営の工房から、酪農業の６次産業化として展開する企業、そして当社（アトリエ･ド･フロマージュ）のようにレストランや関連商品の販売も行う複合型企業まで多岐にわたります。2025年（令和７年）11月現在、県内には17の工房が点在しており、職人たちが地域の気候や乳質を活かしたこだわりのチーズを製造しています。

特に私が代表を務めるアトリエ・ド・フロマージュ（東御市）がある東信地域には、９つのチーズ生産者が集積しています。「発酵バレーNAGANO」の活動には、ボスケソ・チーズラボ（佐久市）、信州チーズの樹（佐久市）、長門牧場（長和町）などが参画。「産学官連携による基礎開発」や「イベント・企業間コラボレーション」、「ミライクリエーター（若手・次世代育成）」といった多角的なプロジェクトを通じて、地域ブランドのさらなる発展を目指しています。

●「世界」と「文化」をキーワードに深まる親和性

ここで、私共アトリエ・ド・フロマージュの歩みについても触れさせていただきます。当社の歴史は1982年、創業者である松岡茂夫・容子夫妻の「自分たちの手でカマンベールチーズを作りたい」という純粋な想いから始まりました。長野県東御市は「日本のブルゴーニュ」と称されるほど、チーズの本場フランスに似た気候風土を有しています。国内有数の少雨地帯であり、標高約900mの丘陵地南斜面に位置するこの地は、チーズ造りに最適な環境です。創業者がフランスから持ち帰り、日本で磨き上げた確かな技術は、

今も職人一人ひとりに脈々と受け継がれています。2025年１月に代表に就任した際、私は「日本のアトリエから世界のアトリエへ」という長期経営ビジョンを掲げました。これは、「ナチュラルチーズを日本の文化にまで高めたい」という創業以来の理念を継承しつつ、グローバルな競争力を見据えたとき、「世界」を意識することは必然であるという確信から生まれたものです。

「発酵バレーNAGANO」では、長野県が誇る発酵食を軸に多様な業界が共創し、「世界中に長野県のファンを作る」というミッションを掲げています。具体的には、観光や地域と連携した「発酵ツーリズム（国内・インバウンド）」、「海外での販売力・発信力の強化」、「産学官連携による技術・商品開発」という３本柱を活動の骨格としています。チーズは日本固有の伝統発酵食品ではありません。しかし、「文化を広める」という高い志や「世界」を見据えた活動の方向性において、当社の想いと「発酵バレーNAGANO」の活動は、非常に高い親和性を持っていると考えています。

●「発酵バレーNAGANO」への期待

我々アトリエ・ド・フロマージュを含む県内のチーズ工房は、規模や理念こそ異なりますが、最終的には国内のチーズアワードのみならず、世界のアワード、それはつまり世界のナチュラルチーズと競い合うという「高み」を目指しているのではないかと勝手ながら想像を膨らませています。

一方で、小規模経営ゆえの共通課題も少なくありません。生産能力の限界や品質・価格のバランス、販路開拓、ブランディング、職人の育成、さらには原料乳の安定調達や人材確保、後継者問題など、多くの企業が切実な経営課題に直面しています。 VUCA（ブーカ）と称される先行き不透明な時代において、いかに自社のレゾンデートル（存在意義）を見出せるかは、各企業の努力に委ねられています。しかし、県内における酪農業の衰退など、企業単体の努力だけでは解決し得ない構造的な問題が厳然として存在することも事実です。こうした諸課題に対し、まさに業界の枠組みを超えて「発酵バレーNAGANO」が一枚岩となり、広く発信していくことに大きな意味があります。この活動を通じて各業界を活性化させ、ひいては次世代を担う人材の開拓へと繋がっていくことを、切に期待しています。

[参照元]

※１：農林水産省　令和６年度チーズの需給表の結果概要
https://www.maff.go.jp/j/chikusan/gyunyu/lin/attach/pdf/index-366.pdf

※２：NPO法人日本チーズプロフェッショナル協会Webサイト
https://cheese-fun.jp/attraction/

※３：長野県産業労働部　長野県食品製造業振興ビジョン（2017年９月）
https://www.hakkochoju-nagano.jp/download/vision_honpen.pdf

代表者：代表取締役社長　安久井 純平

創　業：1982年６月１日

住　所：長野県東御市新張504-6

ＴＥＬ：0268-64-2767

Vol.46

生産性革命と挑戦

ウェアラブル型レーザースキャナー導入で「文化財3D計測」を推進、ブランド化を目指す。

善光寺の3D計測も手がける

2019（令和元）年に正殿など主要な建物が焼失した、世界遺産に登録される沖縄の首里城。今年秋の正殿木造復元を目指し復旧工事が進んでいます。

日本の歴史的建造物のほとんどが木造のため首里城正殿のように焼失したり、異常気象による豪雨災害、大規模地震などにより甚大な被害にあう事例が増えています。貴重な文化財が失われる前に「保存」し後世に伝えていくために、デジタル技術を使った新たな取り組みが始まっています。

地形・用地や構造物などの3D（３次元）測量を主事業とする三栄測地は、神社や寺、遺跡といった文化財の3D計測・データ作成に力を入れています。

ウェアラブル型レーザースキャナーを背負う作業員

3D計測は、計測機器から対象物にレーザーを照射して「3D点群データ」を取得。カメラによる撮影で点群座標に色情報を持たせカラー立体モデルを作成します。全球測位衛星システム（GNSS）を使った位置情報により形状の変化が分かり、図面などが残っていなくても修復に役立てることができます。

松代大本営地下壕を測量する作業員

同社は長野市の松代大本営地下壕、日吉大神社、縄文時代の住居跡などの他、善光寺から委託を受け、ともに重要文化財の山門（三門）と経蔵の内部を含む建物全体の3D計測を実施。さらに国宝の本堂の3D計測も計画されています。

間嶋義明社長は文化財を3D計測するメリットを「デジタルアーカイブとして後世に残せること」と強調します。

積極的にプレゼンテーション

文化財の3Dデータ作成を手がけるきっかけとなったのが、ウェアラブル型レーザースキャナーの導入（ものづくり補助金を活用）。スキャナーを作業員１人が肩に背負って歩くだけで高精度・高密度の3D点群取得とパノラマ写真撮影を行い、3Dデータの図面化までできる最新鋭の3D測量デバイスです。

既存のデバイスは最低２人の作業員が必要で、プラントなど複雑な計測環境では機器の設置と移動を何度も繰り返す必要があります。一方、ウェアラブル型レーザースキャナーは人が歩くだけ。従来、半日から１日を要していた計測時間を数十分に短縮し、その間に自動でデータを作成していくため生産性も大きく向上しました。

文化財の3D計測は県内同業者での取り組み事例がなく、同社は自社の強みにしようと行政や寺社等に積極的にプレゼンテーションを展開。それが善光寺からの業務委託や、歴史的建造物（御影陣屋跡地）を3DCG復元する長野大学のプロジェクトへの協力などにつながっています。

同社は1979（昭和54）年に設立し、電力会社に特化した業務を長年にわたって手がけ、高い専門知識と技術ノウハウを蓄積。高い信頼を得て、売上高比率では約７割を占めています。

「いつまでもそこにあぐらをかいているわけにはいかない」―。2015（平成27）年に社長に就任した際、間嶋社長は経営改革の必要を感じ、取り組んだのがウェアラブル型レーザースキャナーの導入でした。

「文化財3D計測」が注目されるようになり「自社ブランドの向上にもつながると思っています」と間嶋社長。これからの展開に大きな手応えを感じているようです。

3Dデータ化された日吉大神社

3Dデータ化された御影陣屋跡地

ものづくり・商業・サービス生産性向上促進補助金第10次採択企業　**有限会社三栄測地**

代　　表　代表取締役　間嶋 義明	従業員数　6名
設　　立　1979（昭和54）年7月	本　　社　長野市大字稲葉字日詰沖1783-1
資 本 金　350万円	TEL/FAX　TEL.026-221-5866　FAX.026-221-5101

ZOOM UP!

ズームアップ! 組合の魅力発見

Vol.59

長野県室内装飾事業協同組合

組合設立の経緯

組合外観

昭和30～40年代、ホテルや劇場、ビルなどの建物内での火災による被害が多発したことを受け、昭和44年に「防炎規制」が消防法や建築基準法などの法令の中に位置づけられました。これにより、不特定多数の人が出入りする施設や建物で使用されるカーテンやじゅうたん・壁紙は、防炎性能基準を満たした「防炎物品」を使用することが義務付けられました。また、大きな経済社会変革の流れにあって、県内で組合設立の気運が高まる中、昭和49年、長野県室内装飾事業協同組合は設立されました。設立当初は57名の組合員での船出でしたが、現在では長野県内の内装工事業者116社が加盟する組合へと成長を遂げるとともに、令和７年には組合創立50周年を迎え、記念式典を開催しました。

防炎表示と防炎ラベル

防炎性能は外見からは確認することができないため、防炎物品か否かを容易に判別するために、防炎基準を満たす防炎物品には「防炎ラベル」が付けられています。これにより､建物に使用される壁紙やカーテン、絨毯、ブラインドなど内装に使用される建築部材は火災の初期における人の安全避難を担保する役割を担っています。

また、防炎ラベルを扱えるのは、消防庁長官によって「登録表示者」として登録された業者に限られており、３年に１度開催される防炎ラベルの使用に関する講習会では全組合員が受講し、防炎に関する知識を蓄積するとともに、責任ある施工の実施について学びを深めることで、その施設や建物を安心して使える環境を創り出しています。

防炎ラベルと敷物ラベル

内装屋さんのお仕事

建物の仕上げに携わる内装事業者は、工期が決まっている中での最後の仕上げを担います。工期によっては、限られた時間の中で作業する必要がある場合もあり、緊張感があります。人の目に直接触れる部分を担当するため、隠しようがなくごまかせない点も緊張感を高める点です。

また、内装にもトレンドがあり、時代の変化を察知する「感性」が必要とされます。快適な空間を作り出すためには、どのような色が流行っているのか、どのような空間が好まれているのかといった内装のトレンドを読み、時代に即した提案をすることが求められます。人と空間が調和する内装を提案できるよう日々研鑽を積み、技術を磨いています。

今後の展望

「各組合員が活躍し、お客様から喜んでもらえる仕事ができるよう材料を提供することが組合の役目だと考えています。１社でできないことも組合をうまく巻き込むことでできるようになることが強みです。特に工期の終わりが決まっている中で、同業者としてお互い様の精神で助け合える土壌があります。今後も、長年培われてきた連携の力を発揮できるよう若手の育成にも取り組んでいきたいです」と大原善彦理事長は話されました。

講習会の様子

理 事 長：大原 善彦
創　　立：昭和49年５月15日
住　　所：松本市石芝3-9-29
Ｔ Ｅ Ｌ：0263-26-8556
Ｕ Ｒ Ｌ：http://www.naganoken-interior.or.jp/

大原理事長

県内中に組合員がいるため、研修会や親睦ゴルフ大会の開催等を通して、組合員同士の横のつながりを創り出しています。

わが社の経営戦略

有限会社酒井製麺

（長野県麺業協同組合、津崎町商店街振興組合・組合員）

Vol.46

「小ロットでオリジナル麺がつくれる強みを生かす」戦略を貫き、新たな顧客を開拓。ブランドの浸透を図る創業115年の底力。

価格競争から離れる

工場併設の直売所に並ぶ生麺

かつて米と麦の二毛作が行われていた善光寺平一帯。おやきに代表される「粉もの文化」が根強く残り、長野市は小麦粉の消費金額と数量で全国１位を誇ります（総務省家計調査・県庁所在市及び政令指定都市別2022～2024年平均ランキング）。

「製麺に機械は使っても人の感覚を大事にしていきたい。非効率的と思われる“ひと手間”を残していることが当社の強みだと思います」。1911（明治44）年創業の老舗４代目で「粉ものクリエーター」の肩書きを持つ、酒井製麺の酒井博正社長は穏やかな表情でそう話します。

同社はラーメン店向けの麺を主体に、業務用オリジナル麺、学校給食用ソフト麺の他、そば、うどん、ひやむぎ、生パスタなど幅広く生麺類を製造・販売。本社工場併設の直売所で一般向けにも販売しています。

地域の農家から持ち込まれる小麦を挽き、保存のきく乾麺にして戻す加工業を始めたのが今から115年前。高度成長期に冷蔵庫の普及にともない、スーパーマーケットや飲食店向け、また学校給食用ソフト麺など生麺の製造にシフトしました。

同社麺使用のラーメン店に掲げられる看板

大きな転機となったのは、大口取引先となっていたスーパーの価格志向から大手との競合に揺られた1990年代。同社が出した結論は「価格競争から離れる」。業務用と学校給食をメインに安売りはせず、「小ロットでオリジナル麺がつくれるという小規模ならではの強みを生かしていこうと考えたのです」。

地域に根差し、地域の豊かな食文化を創造し成長していくという、同社の原点に立ち返った決断でもありました。

ブランド力をさらに深めて

食品商社のサラリーマンだった酒井社長が家業に入ったのは2004（平成16）年。30歳の時でした。一から麺づくりに取り組み、得意先拡大に走り回る日々。差別化できる商品づくりの大切さを身に染みて感じていました。

異業種交流など模索を重ねる中、県内食品メーカーや県工業技術総合センター、信州大工学部でつくる研究会に参加。小布施町の老舗栗菓子店が栗の加工時に出る渋皮から抽出したエキスを練りこんだ生パスタを開発し、2013（平成25）年に「小布施 栗パスタ」として商品化に成功しました。

そして今、売上げの主力に成長したのがラーメン店向けの麺づくりです。長野市の行列が絶えない人気店「麺道 麒麟児」の麺を一手に引き受けたことをきっかけに、麺にこだわる店との取引が拡大。県内主要取引先約30店舗に「信州酒井製麺特製麺」の看板を掲げ、ブランドの浸透を図っています。

「ここ数年でようやく、このスタイルが定着してきた」と酒井社長。「以前は値段から始まった商談が、あの店で出している麺を使いたい、酒井製麺の看板を店に飾りたいと言われるようになってきたのです。ありがたいことです」。そのためにも時代のトレンド、消費者の味覚の変化などの情報収集を怠らず、店が求める新たな麺づくりへの対応力にも磨きをかけています。

酒井博正代表取締役社長

「目指すのは、規模ではなく“深く”の追求。当社の麺に共感し、使うことに誇りを持ってもらえるブランド力をさらに深めていきたい」。酒井社長は将来を見据え、そう意気込みます。

代　　表　代表取締役社長　酒井 博正
設　　立　1953（昭和28）年6月
従業員数　10名
本　　社　長野市篠ノ井布施高田908
TEL：026-292-0266　FAX：026-293-5556
事業内容　生麺製造・販売事業、業務用・小ロット受託製麺事業、オリジナル麺開発事業、直売所運営事業

社労士が教える
労務管理のポイント
第12回

労働時間の端数処理は適切ですか

ながの社労士協同組合　特定社会保険労務士　草間 秀明

今回は賃金計算においての労働時間の端数処理と適切な勤怠管理について確認していきましょう。

1　原則

労基法では「賃金全額払いの原則」が定められています。実際に働いた時間に対しては、たとえ１分であってもその分の賃金を支払わなくてはなりません。打刻時間を15分単位や30分単位で切り捨てて労働時間を計算することはできません。逆に労働時間の端数を「切上げ」するなど労働者に有利な扱いをすることは問題ありません。

2　例外的に認められる端数処理

事務処理の簡便を目的として「１か月における時間外労働、休日労働及び深夜労働の各々の時間数の合計に１時間未満の端数がある場合に、30分未満の端数を切り捨て、それ以上を１時間に切り上げる」ことは認められています。

ここで注意することは端数処理ができるのはあくまで時間外労働等の１か月の合計時間に対してであり１日の時間外労働の端数の切捨ては認められません。

3　実務上の対応策

打刻後の従業員の雑談、作業準備、清掃、着替えなど労働時間に参入すべきかどうかは事業場により異なる場合もありますが、「使用者の指揮命令下に入っているか」どうかで判断し、タイムカードの適切な打刻方法を従業員に周知・指導し、就業規則等にも明確に定めておくと安心です。

端数処理の誤りにより大手企業が企業名を大きく報道され、過去２年分を遡って多額の未払い賃金を支払う結果になった例もあります。

事業場によってはタイムカードの打刻の他に、作業日報やスマホ等による労働時間の管理を行っている場合もあるでしょうが、いずれの場合でも正確で適切な労働時間の把握のために労使双方で検討し、協力してトラブル防止に努めていきましょう。

労働保険の電子申請が義務付けられている事業場は、
来年度（令和8年度）の年度更新から申告書の送付がなくなります！

○資本金が１億円を超える法人等は、その全ての事業場について、電子申請での申告が法令で義務付けられています。
○電子申請が義務付けられている事業場においては、来年度(令和８年度)の年度更新から、申告書の送付がなくなります。

電子申請の義務化とは

〈電子申請が義務付けられている法人〉

○資本金、出資金または銀行等保有株式取得機構に納付する拠出金の額が１億円を超える法人

○相互会社（保険業法）

○投資法人（投資信託及び投資法人に関する法律）

○特定目的会社（資産の流動化に関する法律）

電子申請義務化の対象事業場（令和７年１月１日時点）の申告書には、以下のように「電子申請対象」と印字されています。

〈電子申請が義務付けられている手続〉

継続事業（一括有期事業を含む）を行う事業主による

○年度更新に関する申告書の提出

〈概算保険料申告書、確定保険料申告書、一般拠出金申告書〉

○増加概算保険料申告書の提出

※以下に該当する場合は、電子申請によらない方法により申告が可能です。所管の都道府県労働局労働保険徴収課（室）へご相談ください。

(1) 電気通信回線の故障や災害などの理由により電子申請が困難と認められる場合

(2) 労働保険事務組合に労働保険事務が委託されている場合、単独有期事業を行う場合、年度途中に保険関係が成立した事業において、保険関係が成立した日から50日以内に申告書を提出する場合

この記事に関するお問い合わせ先
長野労働局総務部 労働保険徴収室　TEL：026-223-0552

がんへの不安に備える「がん総合共済」

満67歳までの方がご加入いただけます。満80歳までご継続いただけます。

年齢・性別問わず、月々の掛金1,500円で、

※月々の掛金は、満80歳までかわりません。

がんと診断されたら ⇒ 50万円

がんによる入院日額 ⇒ 5,000円

※第1保障区分（満15歳から満64歳まで）の場合です。診断・がん入院ともに満65歳からは保障額がかわります。

さらに、手術・放射線治療　退院後の通院支援まで保障

2口までご加入いただけます。がん診断で100万円

こんな疾病をお持ちの方も大丈夫！ まずはご相談ください。

現在、糖尿病で通院治療をしています。

4か月前に心筋梗塞で手術をしました。

ながの共済

長野県福祉共済協同組合

フリーダイヤル 0120-86-9431

長野市中御所岡田131-10
長野県中小企業会館３階

fuku@naganokyosai.or.jp　「ながの共済」で検索 http://www.naganokyosai.or.jp

税務署からのお知らせ

令和7年分所得税等確定申告

確定申告に必要なもの

- ✓ スマホ（マイナンバーカード読取対応のもの）
- ✓ マイナンバーカード
- ✓ マイナンバーカードのパスワード２つ
  （数字４桁と英数字混在、大文字のみ６～16文字）

申告と納税の期限

・所得税及び復興特別所得税	３月16日（月）
・消費税及び地方消費税	３月31日（火）
・贈与税	３月16日（月）

詳しくはこちらから
（確定申告特集）

長野税務署

BESTパートナー
大樹生命
日本生命グループ

健康で保険料がおトクに!

KENKO JIMAN
健康自慢

健診結果を出し、条件を満たせば、保険料がお得になるかも!

よりそう保険。
大樹 Taiju Select セレクト

無配当保障セレクト保険

健康診断などの結果をご提出いただき、付加条件を満たしている場合に、健康自慢を付加することで対象特約の保険料がお安くなります。

※健康自慢(健康体料率(特約用))を付加できる保険は、大樹セレクト(無配当保障セレクト保険)です。健康自慢の付加にあたっては、所定の要件があります。
※ご検討にあたっては、「設計書(契約概要)」「特に重要な事項のご説明(注意喚起情報)」「ご契約のしおり一約款」をご覧ください。

大樹生命保険株式会社　松本支社 〒390-0811 長野県松本市中央 1-21-8　TEL:0263-34-3585　https://www.taiju-life.co.jp/
長野営業部 TEL:026-226-2820　**松本営業部** TEL:0263-35-8519　**飯田営業部** TEL:0265-24-4980　**諏訪営業部** TEL:0266-52-1356
あづみ野営業部 TEL:0263-84-0256　**東御営業部** TEL:0268-64-5413　**佐久営業部** TEL:0267-62-0358　**上田営業部** TEL:0268-24-2755

R-2024-1008(2024.10)

その電話、本当に銀行からですか？

電話を利用する「ボイスフィッシング」被害が再び発生

ボイスフィッシングによる法人口座を狙った不正送金被害が**再発・急増**しています。

企業の法人口座を狙う、その手口とは？

1. 犯人が銀行関係者をかたり、企業に**電話**をかけ、メールアドレスを聴取する
2. **メール**を送信して偽サイトに誘導し、ネットバンクの認証情報等を入力させる
3. 犯人は認証情報等を利用し、法人口座から企業の資産を**不正送金**する

※架電イメージ

犯人

①電話（自動音声）

○○銀行です。ネットバンクの顧客情報の更新手続きが必要です。■番を押してください

②自動音声に従い番号押下

③電話（犯人の声）

顧客情報の更新用リンクを送るので、メールアドレスを教えてください

被害企業担当者

どう見分ける？こんな電話は偽物！

- 発信元番号が**国際電話**（＋国番号）である（例：＋1 800 123 4567）
- **自動音声ガイダンス**が流れたのち、人間の声に切り替わる
- 通話中に**メールアドレスを聴取**され、リンク付きメールが送られる

社内で徹底！被害を防ぐために

- **銀行から電話があれば、営業店・代表電話に折り返し、本物かどうか確認する**
- **インターネットバンキング利用時は、銀行公式サイト・アプリからアクセスする**

詐欺電話対策として“国際電話着信ブロック”もあります

みんなでとめよう!!国際電話詐欺 ➡ https://www.npa.go.jp/bureau/safetylife/sos47/case/international-phone/

もしも、被害に遭ってしまったら警察に通報・相談を！

最寄りの警察署又はサイバー犯罪相談窓口 ➡ https://www.npa.go.jp/bureau/cyber/soudan.html

☆働きやすい職場環境づくり
「**企業の社会的責任**（ＣＳＲ）」を果たすとともに「あらゆる差別の撤廃と**人権教育の推進**」に邁進しましょう。

地球に優しい企業人の皆様へ
“あなたにもできる。
ライフスタイルの見直しで、
１人１日１kg の CO_2 削減”

簡単管理　全額非課税　掛金助成
退職金は、国の制度を賢く活用
中小企業
退職金
共済制度
「中退共」で検索!
(独)勤労者退職金共済機構
中小企業退職金共済事業本部
TEL (03) 6907-1234

知恵と力を合わせて信州を元気に
月刊 中小企業レポート
MONTHLY REPORT
2026 2 No.591
第591号　令和８年２月10日発行
発行人　井出　康弘
発行所　長野県中小企業団体中央会
長野市中御所岡田町 131-10
長野県中小企業会館内４F
TEL.026-228-1171
印刷所　カシヨ株式会社

もっともっと、できる商工中金へ。

もっと、お客さまのニーズに応えることができる。もっと、新しいことにチャレンジできる。
それぞれが個性を活かし、未来に向かって、もっともっと「できる商工中金」へ。

企業の未来を支えていく。日本を変化につよくする。 商工中金

長野支店 〒380-0814 長野市西鶴賀町1483-11 TEL:026-234-0145
諏訪支店 〒392-0026 諏訪市大手1-14-6 TEL:0266-52-6600
松本支店 〒390-0811 松本市中央2-1-27 TEL:0263-35-6211

月刊中小企業レポート　二月号
令和8年2月10日発行（毎月10日発行）　通巻591号
発行人　井出康弘
発行所　長野県中小企業団体中央会