

飛翔

2025
10
No.470

仙台商工会議所月報

SENDAI CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY

MONTHLY REPORT

特集
選ばれるお店のつくり方
店前を変えたら、来店客が増えました！



Web受発注システム



— 仙台エリア限定版 —

もうやめんべ!?

FAX&電話受注



煩雑な受発注業務の解決に!

月額9,800円～で法人向けECサイトを導入

電話・FAX対応を削減

Webで受注できるから、
電話・FAX対応がスッキリきれいに!



人的ミスがほぼゼロに

どうしてもおこる受注の入力間違い。
手作業が無くなり、ミスも無くなる!



日本全国に事業拡大

Webで新規顧客や受注獲得でき、
全国の多くの方に商品を届けられる!



お客様の声

工数を大幅に削減でき、対応コストは1/3に

当社は宮城県仙台市に本社を構え、各種測定機器を製造・販売している会社です。以前はFAXやメールで注文を受け、手入力で反映していたため、作業時間のロスや人為的ミスが頻発していました。Bカードを導入し、BtoB ECサイトを立ち上げてからは、対応コストを1/3程度まで削減できたと実感しています。また、ECサイト上の具体的なデータも取得でき、マーケティング施策の強化もできています。

株式会社全晴 熊谷 諒 さま

株式会社Dai

営業時間 9:00～18:00
定休日 土・日・祝日
<https://bcart.jp/>

Bカード



お問い合わせは
こちらから!

✉ info@bcart.jp
🌐 <https://bcart.jp/contact>



特集	2
選ばれるお店のつくり方 店前を変えたら、来店客が増えました！	
のぞいてみよう！せんだいの歴史～ゆかりの絵画編～ …7 第15回：「仙台領分名所手鑑」でお気に入りの名所探し	
誌上相談室	8
2025年度税制改正 所得税の基礎控除見直し等ポイント解説！ 八島徳子公認会計士・税理士事務所 八島 徳子 氏	
中小企業支援施策情報	9
誌上講演会	10
サムライアロハの取り組みに学ぶ海外向けマーケティング戦略 (株)サムライアロハ／(株)仙台買取館 代表取締役 櫻井 鉄矢 氏	
グラビア Movementせんだい	12
健康一口メモ	13
尿管結石	
インフォメーションミニパック	14
がんばれ！杜の都のマイチーム	16
◆表紙左下:「2025年日本国際博覧会」ロゴマーク、「日本東北」ロゴマーク ◆仙台商工会議所月報「飛翔」では、読みやすいUD(ユニバーサルデザイン)フォントを使用しています。	

飛翔

仙台商工会議所月報

SENDAI CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY

MONTHLY REPORT

2025年10月号 No.470

表紙で伝える仙台・宮城 「芋煮」

東北の秋の風物詩といえば「芋煮」。宮城や山形など、この地を代表する郷土料理です。

地域によって具材や味付けが異なることが特徴で、宮城などでは、豚肉と里芋、大根、ごぼうなどをみそで煮込むスタイルが主流ですが、お隣の山形では、里芋と牛肉、こんにゃくをしょうゆベースで味付けするのが一般的です。

毎年秋になると、河原などに集まり、大きな鍋で芋煮を作る「芋煮会」が開催され、東北の風物詩として親しまれています。秋空の下、家族や友人と鍋を囲みながら食べる温かい芋煮は格別な味わいです。



最適な管理計画を提案

“埋まる管理”は山一地所へ



物件管理受託

年間 3,000 件超の
修繕実績



事業収支計画
の作成

管理戸数 14,000戸超の
東北トップクラスの実績



市場動向調査
の受託

年間約 4,000 名にも及ぶ
入居希望者との面会

貴社の不動産部を目指します



賃貸管理戸数14,105戸の実績
賃貸仲介契約件数ランキング
15年連続全国第1位
※2024年度アバマンショップ1,011店舗中

tel.022-373-0001

仙台市泉区泉中央2-13-3

宅地建物取引業 宮城県知事免許 (6) 第4653号
特定建設業 宮城県知事 (特-4) 第13807号
賃貸住宅管理業者登録 国土交通大臣 (2) 第28号



特集

選ばれるお店の 作り方

店前(みせまえ)を変えたら、 来店客が増えました！

お店の売り上げをアップさせるには、もちろん客単価や商品力といった要素も重要ですが、お店の魅力を最大限に引き出し、お客さまの立ち寄りを増加させるための店前の演出が非常に大切です。

今月号の特集では、仙台市が当所と連携して行っている「選ばれるお店づくり支援事業」の内容に触れながら、売上アップにつなげるための、明日から実践できる店舗改善のヒントをご紹介します。

東京大学名誉教授／一般社団法人 まちの魅力づくり研究室 理事 **堀 繁**（ほり・しげる）氏

プロフィール

専門は活性化のまちづくり、景観デザイン、地域計画など。銀山温泉（山形県尾花沢市）のまちづくり、道の駅KOKOくろべ（富山県黒部市）整備などを手がける。2014年1月に仙台市景観総合審議会委員に就任し、2018年5月から2024年8月まで会長を務める。



**「立寄率」が上がれば
売り上げもおのずと上がる**

仙台市に根を下ろした地場のお店のお客さんが元気になる、仙台市をより立てていただきたい。その思いを込めて、本日は「店づくり」をテーマにお話しさせていただきます。

ここに二つのお店があります（図1）。どちらのお店に行ってみたいと思いますか。もちろん正解はありません。ご自身の感覚で考えてみてください。

お店の売り上げは「客数×客単価」で決まります。例えば10人のお客さまが1000円ずつ買えば1万円の売り上げです。では、その客数はどうやって決まるのか。実は「店前を通る人数×立寄率」で決まります。もし、店前を1000人が通ったとして、立寄率が1%なら10人が入店、2%なら20人が入店。つまり立寄率が2倍になれば、売り上げも2倍になるのです。

この二つのお店を見たときに、多くの方が「右のお店の方に入ってみたい」と感じたのではないのでしょうか。つまり、右のお店の方が繁盛店になる可能性が高いのです。客単価が同じで、店前を通る人数も同じであれば、最後に売り上げを決めるのは、立寄率です。

では、多くの人が「入ってみたい」と思うお店をどうつくるか。魅力的だと感じ

図1. 魅力的な店先づくりの要素(こつ)「拒む形」と「誘う形」



- ①大きく情報の多い看板 ②広告物で隠された窓
③閉じられている扉 ④多数ののぼり旗



- ①店先にあるベンチ ②中の様子が見える窓
③人の目線にある丁寧な看板 ④季節感を彩る植物

る店先をつくるには、好みやセンスではなく、必要な要素(こつ)があります。それをこれから具体的にお話しします。

店前から発信するのは「歓迎」のメッセージ

人は歩くときに自然と少し下を見ています。ですから、お客さまを呼び込むために、まず大切なのは「店前の舗装」です。例えば、コンクリートがびび割れていると、「この店はお客さまを大切にしていない」という印象を与えてしまいます。反対に舗装がきれいであれば、「あなたを歓迎します」という気持ち伝わり、自然と立寄率が上がります。

ただ、舗装を直すのは費用や時間がかかり、簡単に直せるものではありません。しかし、それ以外でも工夫できることはたくさんあります。例えば、右のお店には左のお店とは違い、季節の植物が置かれています。これは、「こんにちは」と挨拶してくれる存在です。専門家の間では「挨拶の装置」といって、親近感や好印象を与える効果があります。花が一鉢あるだけで「このお店は丁寧だな」、「気持ち良く迎えてくれそうだな」という印象を生むのです。

また、ベンチや縁台も、必ずしも座るための実用性を持たせる必要はありません。それ自体が「いらっしやいませ。お店の準備が整っています。どうぞお入りください」というサインになるからです。のれんや照明も同じ役割を果たします。

「どうぞ中へ」という雰囲気醸し出すのです。

人は無意識のうちに、店先に置かれたモノからさまざまなメッセージを読み取っています。そのメッセージが心地よければ、「ちよつと中を見てみようか」と思わせることができるのです。繰り返しになりますが、花の鉢を置きましょう。縁台を置きましょう。さまざまな道具で店前を丁寧に演出することで、お客さまが目止まり、「なんだかいとお店だ」、「今まで行ったことないから入ってみようかしら」といった期待が生まれます。建物を建てる必要はありませんし、舗装を直すのに比べれば、明日すぐにでもできることです。それで立寄率が2倍になれば、売り上げも2倍になるのです。

さらに、イーゼル看板も「集客の装置」と呼ばれ、「どうぞ召し上がってください」、「どうぞ買ってください」という強いメッセージを発します。ですが、やり過ぎると逆効果になります。例えば、商品名を紙に書いてガラスにセロハンテープで張るような行為。これは専門家の間で「魔よけの札」と呼ばれています。「買っていい、食べていい、俺をもつけさせろ」といった押しつけがましい印象を持たれてしまうからです。1枚張るごとに5%、客足が落ちると言われます。これこそ「売れないお店のつくり方」です。

「入ってみたい」と思える店づくりの三種の神器

ここで大切なのは「挨拶」、「迎客」、「集客」という三つの要素です。植物は「挨拶の装置」、縁台などは「迎客の装置」、イーゼル看板などは「集客の装置」。この三つを「三種の神器」と呼びます。

のれんをかけて中を見えるようにすれば「どうぞいらっしやい」という声が聞けるように感じられます。徹底して中を見せることで「歓迎します」という気持ち伝わります。

お店を経営している方の中には「商品が良ければ売れる」と信じている方もいると思います。しかし実際はそうではありません。お客さまは「本気で迎えてくれるか」、「楽しませてくれるか」、「丁寧に應對してくれるか」を見ています。商品がいくら良くても、店前がだらしなれば「そういうお店なんだ」と思われてしまいます。

お店には一つ一つ個性があります。だからこそ、自分のお店らしさを出すことが大切です。良いお店をそのままネーする必要はありません。自分のお店に合った工夫をすることで、「ちよつと寄ってみようかな」と思わせるお店ができます。

人の好みはそれぞれですが、立ち寄りたいたいと感じさせる「良い形」と、逆の「悪

図2. 魅力的な店先づくりの三種の神器

挨拶の装置 重要度 ★★

こんにちは

まずは、店先を通りかかる人に向けて、挨拶のメッセージを送りましょう。挨拶をされて嫌な気分にならないように、お店の種類によらず誰にでも好印象を与えます。

例 花・植物 その他、七夕飾りなどの季節の飾りつけ など

迎客の装置 重要度 ★★★

いらっしゃいませ

次に、お店からおもてなしのメッセージを送り、来る人を大切にしていることを伝えましょう。お店に合わせて工夫ができ、数多く組み合わせることで相乗効果が生れます。

例 ベンチ、店前舗装・デッキ、照明・照明器具、オープニング類
その他、のれん、化粧壁、ガラス窓の装飾、入口ドア など

集客の装置 重要度 ★

寄って行ってね

最後に、どんなものを扱っているか紹介し、お客様を楽しませましょう。お店の特徴を見た目で表現でき、人の気を引く効果がありますが、やりすぎると逆に敬遠されるので注意が必要です。

例 看板・吊り下げ旗・袖看板、内部の様子や商品を見せる

い形」というのは誰にでも共通しています。例えば、1枚の張り紙でもこの印象は左右されます。

来る人や状況によって、かける言葉は変える必要があります。人は言葉にうそが混じることを知っているので、適当な内容では「言葉でごまかそうとしている」と伝わりかねません。若いカップルと家族連れでも、土砂降りの日と晴天の日でもかけるべき言葉は違います。それなのに、同じ紙を張っていると「誰が来てこれ

しか言いません」、「言うのも面倒なので読んでください」という手抜きに見えてしまうのです。商売で手抜きは一番やってはいけないことです。丁寧にやっているように「見せる」ことが大切です。

三種の神器の中で特に重要なのは「迎客（いらっしゃいませ）」で、その次が「挨拶（こんにちは）」です。「集客（寄って行ってね）」ではありません。ところが多くの方がやりがちなのは、のぼりを立てたり、メニューや商品名を前面に出したりすることです。しかしそれは「もうけたい」という気持ちが前に出過ぎて、お客さまを引かせてしまいます。

本当にもうけたければ、「私はもうけたいのではない。お客さまの笑顔を見たいのだ」と心から思うことです。その姿勢が伝われば自然ともうかるようになります。

人間の視野角を すべて商品で埋め尽くす

建物に手をかけなくても、店前の演出で印象は大きく変わります。多くのお客さまが入って売り上げが上がる、これほど良いことはありません。ただし、せっかくお客さまが入っても、店内がつまらなければ

ば出ていってしまいます。ここで重要なのが、入店したお客さまに必ず買っていただくことです。そのためには店内の工夫が欠かせません。

やってはいけないことの第一は、「通路を直線で長くつくること」です。これではお客さまは商品ではなく通路を見てしまいます。通路は丁字路で組み、正面に商品が見えるようにします。見てもらない商品は絶対売れません。したがって店内を一筆書きで回遊できる導線にすることで、すべての商品を目にしていただけます。

また、商品ストックを店内に置くのも良くありません。「客より店の都合を優先している」と感じさせてしまうからです。また商品台の高さも重要で、理想は40センチで、人間の視野角60度をすべて商品で埋め尽くすことが基本です。そうすると、すべての商品が「私を見て」と言っているようになります。特に奥の壁は必ず目に入るため、重点的に工夫する必要があります。このようなことを知らないでいると、ビジネスチャンスを逃してしまいます。商品の良し悪しではないのです。

さらに、照明も非常に大切です。天井照明だけではなく、あんどん照明、置き照明、壁照明、スポット照明を組み合わせて配置することが、「これもいいな」、「あれもいいな」と思わせることに効果的です。

お客さまにとつての 「特別な体験」を演出

最後にポップの話をします。お客さまは、ポップを通して「このお店は丁寧に接客しているか」を見ています。パソコンで打ったものをそのまま使うと「手抜きだ」と思われます。下書きはパソコンで構いませんが、仕上げは必ず手書きにしてください。「本気であなたに向き合っています」という気持ちが伝わります。

さらに、黒い紙に白字を使うと、非日常感が演出できます。買い物はお客さまにとつて特別な体験です。だからこそ、「特別な感を演出すること」が重要です。形や輪郭を工夫するだけでも、印象は大きく変わります。

商売繁盛のカギは「立寄率のアップ」です。これは意外と簡単にできます。お店の個性やカラーを生かし、「寄ってみたい」と思わせる工夫をすることで、確実に売り上げは伸びます。

商品が良ければ売れる、そう思い込みがちですが、実際は「歓迎されているか」、「丁寧に應對しているか」を、お客さまは見えています。その気持ちに応える工夫こそが、選ばれるお店づくりにつながるのです。

※本記事は、2025年6月24日に仙台市と当所で開催した特別講演会&事例発表会「選ばれるお店のつくり方」の内容を当所の責任で要約したものです。

実際に魅力ある店前づくりを実践された事業所をご紹介します。

第三者の視点から多くを学び、 実践することで意欲も増しています。

(株)ムツミヤ

代表取締役 **越山 浩樹**(こしやま・ひろき)氏

取締役 **越山 佳奈**(こしやま・かな)氏

仙台市中心部商店街のサンモール一番町に店を構えるボタン専門店。1924年(大正13年)創業で、今年101年を迎える。ボタンの取り扱いには東北最大級で、1万種類を超える。ボタンのほか、洋裁用品や服飾資材も販売。



改善の結果

【店舗正面】



【店舗横側】



無理をせずできることから

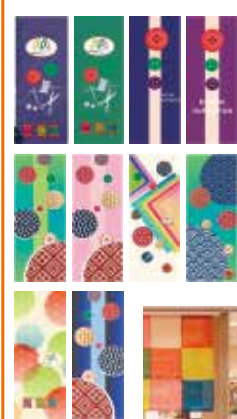
以前から、お客さまが入りやすい店舗にしたいと、照明を変えてみたりしていましたが、思ったほどの効果は得られていませんでした。そんなとき、仙台市の「選ばれるお店づくり支援事業」を知り、店前づくりをテーマにした堀先生の講演会を聴く機会を得ました。そして、「私たちの店も、何か一つでも変えられれば良いかな」という気軽な気持ちで、ワークショップにも参加。ここでは、

私たちでは思いつかない視点から数多くの提案をいただきました。費用や配置の制約もあったので、仙台市の担当の方に相談する中で「既存を生かし、できることから少しずつ改善していく」という方針に固まりました。

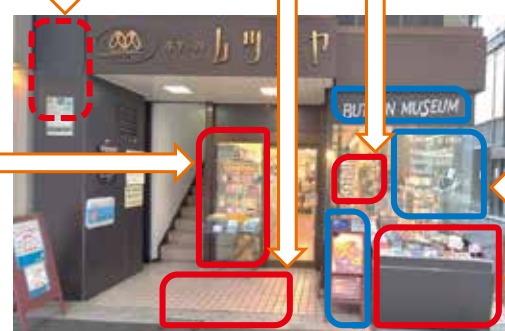
まず取り組んだのは、日よけのれんの設置です。のれんであれば屋号を入れれば良いかと考えていましたが、「屋号だけのデザインは、ボタン専門店という当店の特性には合わず、単調に見えてしまう」と先生からアドバイスをを受け、試行錯誤の末、パッチワークのようなデザインののれんを手作りしました。さらに、近くに緑を置いたり、造花ではあります、ショウウィンドーにお花を飾ることで、足を止めて見てくださる方も増えていきました。また、これまでも店前に置いていた黒いワゴンに、レング調のシートを貼って雰囲気を変えたり、店の

改善点の検討

構想案



カッティングシートを設置し文字を強調



残す箇所

改善箇所



正面だけではなく、横側からの見え方にも気を配りました。こうした経験を通じて、「とにかくやってみること」がどれほど大切を実感しました。店前づくりを実践したことで、「挨拶・迎客・集客という店前づくりの『三種の神器』がそろっているか」という視点で、他店の店舗づくりにもよく注目するようになりました。

自身でできる 改善の実施

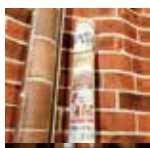


工夫箇所



端材を利用

手書きメッセージ



ホームセンターや
100円ショップで購入



店主自ら施工



額縁の位置も上から下へ調整



平面に配置された商品を段差をつけることによって見える



天井のダクトレールにコンセントを設置し、
線を什器に隠わせて目立たないようにした

効果は数字にも表れています。売り上げが前年同月比で140%超となった月もあり、常連のお客さまからは「来るたびに変わっていて楽しい」と喜ばれています。外国人旅行者が店前で記念撮影をしていたり、その方々が糸やファスナーといった専門商品を購入されたりする場面も増えました。

これからは手書きポップや、入り口上部の装飾などにも挑戦したいと考えています。店前づくりに興味をお持ちの方は、まず1カ所から、紙でも仮材でも構わないのでトライしてほしいと思います。取り組むうちに「次はここも手を入れたいな」と、改善意欲が湧き、それが前に進む力になるはずです。

私たちが大切にしたのは、無理をせずに自分たちのできることから楽しみながらやるという姿勢です。店舗装飾の業者さんに依頼すれば、人件費もかかって高額になってしまう工事も、ホームセンターや100円ショップの材料を使えば、学芸会の大道具をつくるような感覚で試すことができます。植物を置くスペースがなければ、リースや造花でも良いのだとも教わりました。夫婦で作業することも多く、失敗や意見の食い違いもありましたが、楽しみながら形にすることができたと思います。こうした過程を経て、「小さな部分でも丁寧に整えること」が、お客さまの「立寄率」を上げるカギであることを学びました。

キーワードは「楽しみながら」

仙台市屋外広告物 ガイドライン

仙台市では、より良好な景観づくりを進めるため、7月に「仙台市屋外広告物ガイドライン」を策定しました。「仙台市屋外広告物ガイドライン」は2冊に分かれており、「魅力ある店先編」では、思わず立ち寄りたくなるような店先の作り方を写真付きで具体的に解説。「魅力ある景観広告編」では、周辺環境と調和させるためのチェックポイントやデザインの手法などを紹介しています。ぜひご参考になしてください。

魅力ある
店先編より



魅力ある
景観広告編より



■ガイドラインは下記URLまたは、二次元コードからご覧いただけます。

<https://www.city.sendai.jp/kekan/jigyosha/taisaku/kenchiku/toshikekan/okugai/guideline.html>



【ガイドラインに関するお問い合わせ】

仙台市都市整備局計画部都市景観課 TEL:022-214-8288

のぞいてみよう！ せんだいの歴史 ゆかりの絵画編

「仙台領分名所手鑑」で

お気に入りの名所探し

仙台市博物館 学芸普及室 永山達郎

第15回

仙台市博物館では、教育普及の一環として小中学生向けに授業を行っています。そこで、今回は小学校の授業風に「仙台領分名所手鑑」という作品を紹介してみます（児A＝児童A）。

「仙台領分名所手鑑」について知ろう

先生 今日江戸時代に作られた「仙台領分名所手鑑」を鑑賞します。

児A 「仙台領分名所手鑑」とは何ですか？

先生 江戸時代の仙台藩領内にあった名所30カ所について、右側には和歌、左側には絵を貼って紹介している作品集のようなものです。

児A 30カ所の和歌と絵を1人で作るなんてすごいですね。

先生 実は、和歌と絵の作者は別の人のです。和歌を書いたのは仙台藩6代藩主伊達宗村というお殿様で、絵を描いたのは江戸幕府の絵師も務めた狩野典信という人です。

絵を見て「？」を見つけよう

先生 それでは、最初に描かれている塩

竈（塩竈市）の絵を例に見ていきましょう。この絵には何が描かれていますか？

児B 太陽が描かれています。海や山、浜辺には建物や木もあります。

児C あれ？ 先生！大変です。建物の辺りから煙が出ています。

先生 安心してください。これは火事ではありません。実は小屋の中では塩作りが行われているのです。海水を竈で炊き、煮詰めているので煙が上がっているのです。塩竈という地名の由来はここにあるのですよ。

児D ええー。海には波が見えます。波の様子が細かく、一つ一つ丁寧に描かれています。でも、波は普通白いのに、黒い線で描かれているのはなぜですか？

先生 確かに不思議ですよ。なんと最初はキラキラ輝く銀色の繊細な線で描かれていました。しかし、時間が経つにつれて、銀が黒くなってしまったそうです。

和歌の意味から「なるほど！」探し

児A 季節はいつですか？

先生 その答えは、和歌にあります。

児A 「塩」の文字しか読めません。

先生 実は「春」という字もありますよ。この和歌の意味は「塩竈の塩焼きの煙に曇る春の月は、春霞に霞むことがなくともはつきりとは見えなだらう」というものです。

児B えっ！太陽ではなく月だったのですね。いろいろ分かると、絵の雰囲気が変わって見えてきました。

先生 それでは皆さん、残りの29カ所も見て、お気に入りの名所を見つけていきましょう。



「仙台領分名所手鑑」(塩竈の部分) 仙台市博物館蔵

【翻刻】

塩竈

しほかまのけふ

りにくもる春

の月かすま

すとてもさた

かにはみし



今回紹介した作品の画像(全30カ所)は仙台市博物館ホームページの「収蔵資料データベース」からご覧いただけます。

徳川歴代将軍の甲冑が一堂に。

特別展 徳川 十五代 将軍展

9月12日[金]ー

11月9日[日]



詳しくは博物館ホームページをご覧ください。

【観覧料】一般1,600円、高校・大学生1,300円、小・中学生900円
【開館時間】9:00～16:45(入館は16:15まで)
【休館日】毎週月曜日(10/13、11/3は開館)、11/4
展覧会公式X: @2025TOKUGAWA15

仙台市博物館 SENDAI CITY MUSEUM TEL:022-225-3074 博物館X:@sendai_shihaku

誌上相談室

今回の
テーマ2025年度税制改正
所得税の基礎控除見直し等
ポイント解説！

当所エキスパート・バンク登録専門家
八島徳子公認会計士・
税理士事務所（青葉区五橋）
公認会計士・税理士
八島 徳子 氏

最近、健康のために散歩しています。

所得税の「基礎控除」や「給与所得控除」に関する見直し、「特定親族特別控除」の創設が行われました。これらの改正は、2025年12月1日に施行され、2025年分以後の所得税について適用されます。このため、2025年12月に行う年末調整など、2025年12月以後の源泉徴収事務に変更が生じます。本記事のほか、国税庁のホームページなどを確認し、事前に内容を理解しておきましょう。

Q 基礎控除の見直しの内容について
教えてください。

A 合計所得金額に応じ、基礎控除額が引き上げられ、一律48万円だったものが、最大95万円に拡充されました。

注意点は、2025・2026年だけ期間限定で控除額が上乗せされていることです。

図1. 基礎控除額（改正された範囲）

合計所得金額 (収入が給与だけの場合の 収入金額 (注3))	基礎控除額		改正前
	改正後 (注1)		
	2025・ 2026年分	2027年分 以後	
132万円以下 (200万3,999円以下)	95万円 (注2)		48万円
132万円超 336万円以下 (200万3,999円超 475万1,999円以下)	88万円 (注2)	58万円	
336万円超 489万円以下 (475万1,999円超 665万5,556円以下)	68万円 (注2)		
489万円超 655万円以下 (665万5,556円超 850万円以下)	63万円 (注2)		
655万円超 2,350万円以下 (850万円超 2,545万円以下)	58万円		

- （注）1 改正後の所得税法第86条の規定による基礎控除額58万円に、改正後の租税特別措置法第41条の16の2の規定による加算額を加算した額となります。
2 58万円にそれぞれ37万円、30万円、10万円、5万円を加算した金額となります。
なお、この加算は、居住者についてのみ適用があります。
3 特定支出控除や所得金額調整控除の適用がある場合には、表の金額とは異なります。
4 合計所得金額2,350万円超の場合の基礎控除額に改正はありません。

Q 給与所得控除の見直しについて
教えてください。

A 給与所得控除について、55万円の最低保障額が65万円に引き上げられました。注意点は、給与の収入額が190万円超の場合、給与所得控除額に改正がないことです。

図2. 給与所得控除額（改正された範囲）

給与の収入金額	給与所得控除額	
	改正後	改正前
162万5,000円以下	65万円	55万円
162万5,000円超 180万円以下		その収入金額×40%－10万円
180万円超 190万円以下		その収入金額×30%＋8万円

（注）給与の収入金額190万円超の場合の給与所得控除額に改正はありません。

Q 特定親族特別控除の創設について
教えてください。

A 納税者の扶養する親族が大学生相当（年齢19歳以上23歳未満）の年齢である場合に、最大63万円を所得から差し引ける制度ができました。

特定親族の合計所得金額が58万円超123万円以下（給与収入だけの場合は、123万円超188万円以下）が該当します。

注意点は、親族の合計所得金額が58万円以下の場合には、特定親族特別控除の対象にはなりませんが、扶養控除の対象になる点です（年齢19歳以上23歳未満の親族は特定扶養親族に該当し、扶養控除額は63万円です）。

Q 扶養親族等の所得要件の改正について
教えてください。

A 基礎控除の改正に伴い、扶養控除等の対象となる所得要件が改正になりました。例えば、扶養親族、同一生計配偶者の所得要件について、改正前は給与収入が103万円以下でしたが、改正後は給与収入が123万円以下まで引き上げられました。

図3. 所得要件

扶養親族等の区分	所得要件（注1） (収入が給与だけの場合の収入金額（注2）)	
	改正後	改正前
扶養親族 同一生計配偶者 ひとり親の生計を 一にする子	58万円以下 (123万円以下)	48万円以下 (103万円以下)
配偶者特別控除の 対象となる配偶者	58万円超 133万円以下 (123万円超 201万5,999円以下)	48万円超 133万円以下 (103万円超 201万5,999円以下)
勤労学生	85万円以下 (150万円以下)	75万円以下 (130万円以下)

- （注）1 合計所得金額（ひとり親の生計を一にする子については総所得金額等の合計額）の要件をいいます。
2 特定支出控除の適用がある場合には、表の金額とは異なります。

（※）図1～3出典：国税庁「令和7年度税制改正による
所得税の基礎控除の見直し等について」

当所では、あらゆる経営のお悩み解決に向け、各種専門家が無料で対応いたします。お気軽にご相談ください。
図経営支援グループ(022-265-8127)



中小企業支援施策情報

国の業務改善助成金に上乗せ補助！

仙台市生産性向上・賃金引上げ応援金

物価上昇が続く中で、従業員の労働条件の改善や生活の安定を図るため、厚生労働省「業務改善助成金」を活用して生産性向上や賃金引き上げに取り組む事業者に対し、上乗せの補助金を支給する制度です。

補助要件

- ・ **2023年4月1日以降に、厚生労働省より業務改善助成金(中小企業最低賃金引上げ支援対策費補助金)の支給決定通知を受けていること**
- ・ 市税を滞納していないこと

対象事業者

- ・ 中小企業者等
登記上の本店または主たる事務所を仙台市内に置いている事業者
- ・ 個人事業主
住民登録または事業所の所在地を仙台市内に置いている事業者

補助対象経費

業務改善助成金の助成対象経費

※業務改善助成金の交付額確定時に助成対象と認められた経費が対象です。

【参考】業務改善助成金について

生産性向上に資する設備投資等(機械設備、コンサルティング導入や人材育成・教育訓練)を行うとともに、事業場内最低賃金を一定額(各コースに定める金額)以上引き上げた場合、その設備投資などにかかった費用の一部を助成する制度です。

URL: https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/roudoukijun/zigyonushi/shienjigyoyou/03.html



補助額

補助対象経費の1/10

※1事業者あたり上限60万円

申請期間

2026年3月31日まで

※予算上限に達し次第、受け付け終了。

お問い合わせ

仙台市経済局中小企業支援課経営支援係 TEL:022-214-8772

※平日8:30~17:15

詳細は、仙台市ホームページよりご確認ください。

URL: https://www.city.sendai.jp/kikakushien/seisanseikoujou_chinginhiage.html



※掲載している内容は**9月25日時点**の情報です。

申請の際は、当所ホームページ等で最新情報をご確認ください。

経営に関することでお悩みの事業者の方は、
仙台商工会議所経営相談窓口までお問い合わせください。



問 経営支援グループ TEL 022-265-8127

問い合わせフォーム



誌上講演会

サムライアロハの 取り組みに学ぶ 海外向け マーケティング戦略

(株)サムライアロハ

(株)仙台買取館

代表取締役

櫻井 鉄矢氏

さくらい・てつや



プロフィール

1981年生まれ、宮城県岩沼市出身。明治大学経営学部会計学科卒業、(株)大黒屋入社。大阪店長、新宿店長を経てフランチャイズ課課長に就任。2012年にこれまでのノウハウを生かし、大黒屋とフランチャイズ契約を結び仙台で独立。現在は、宮城・岩手で6店舗を構える。2015年、サムライアロハ事業を開始。2018年に(株)サムライアロハとして法人化し、現職となる。

実店舗での販売と ECサイトでの展開

弊社は、古着の着物をアロハシャツに加工して販売しております。2019年には、世界の流行を発信する場として知られるパリのファッションウィークにも参加し、生地や和柄の良さを武器に市場を開拓する一方で、新宿伊勢丹などでも販売し、EC中心から実店舗へと展開を拡大しました。最近では、布地の和柄が外国の方に人気を集め、成田空港内の免税店や、海外向けネット販売でも好評いただいています。

今回は、これまでの失敗と試行錯誤を繰り返して得た、海外展開における私なりの知見をお話したいと思っています。

サムライアロハが 売っているのは「背景」

私は古物商なので痛感していますが、

はじめに、この事業を立ち上げたきっかけについてです。私は岩沼に生まれ、大学進学を機に東京へ出て、古物商大手の大黒屋に入社しました。当時は東北に戻るつもりはありませんでしたが、2011年の東日本大震災で実家が被災しました。泣いている両親を見て地元での起業を決意し、震災で職を失った若者らを集めて仙台買取館をつくりました。そして

当時は、津波で保育園を失った待機児童を抱える同級生も多く、そのような現状を解決しようと一緒にサムライアロハの事業を興しました。



日本製品の弱点は、売り手が「高性能・高品質なら売れる」と思い込んでいることです。品質が良くても必ずしも売れるとは限りません。例えば、G・S・H・O・C・Kは世界一壊れにくい時計ですが、ロレックスやパテックフィリップの何百分の一の価格にしかありません。だからこそ、私はこの「価値観」を変えたいと思いました。多数の人を選ばれようとする価格を抑えなければなりません。少数でも確実に欲しいと思う人がいるものは高く売れます。そのため、「確実に欲しい人」に向けた戦略を取りました。そして「社会課題を解決する」という大義を持つことも、事業や商品づくりにおいて大切な要素だと考え、サムライアロハでは「背景」を伝えることに重点を置きました。

ただ「着物からアロハをつくりました」では誰も買いません。しかし「被災地のお母

さんたちが徹夜でつくりました。1着の着物から1着しかつくれません。全て世界に一点物の商品です」と伝えると、人の心が動きます。私は「心が動けばモノは売れる」と考えています。そして心が動けば資金や人材が集まり、事業は広がっていきます。

マーケティングのつぼみ 三つの「C」

外国の消費傾向は国によって大きく異なります。同じアジアでも、日本、台湾、韓国、中国で違います。その分析のために私が考案したのが「3C」という考え方で、これを使えば理論上、世界中の国々の消費傾向を把握できます。

経験則として、世界の消費傾向は大きく二つに分けられます。一つは「コンテンツを好む国」。ブランド品、アニメ、キャラクター、ドラマといった記号的なものに惹かれるタイプです。もう一つは「カルチャーを好む国」。古い街並みや富士山、桜、寺や神社といった文化的なものを好むタイプです。

日本を含むアジア人はコンテンツを好みます。例えばTシャツに大きくブランド名が書いてあれば、それだけで売れるのはアジアです。一方で欧米人はカルチャーを好みます。ですから、まず「カルチャーが好きか、コンテンツが好きか」で分類できます。

さらに、国によって好む色も違います。アメリカ人は青と赤、中国人は赤と黄色、中東の人々は緑を好みます。これは国旗の色に由来します。つまり「コンテンツ」「カルチャー」「カラー」の三つのCを組み

インバウンドの3C

国によって好む「色」は違います。

アメリカ人は青と赤を好む傾向



中国人は赤と黄を好む傾向



中東の人々は緑を好む傾向



国旗の色(Color)を好む傾向がある

合わせることで、世界中の人々の消費傾向を分類できます。これを踏まえ、成田空港にある売り場では時間帯ごとに並べる商品の色を全部変えています。フィンランド便の時間帯は青、香港や中国便の時間帯は黄色と赤というように、国旗の色に合わせるとよく売れます。

カルチャーと違い、コンテンツには賞味期限がありますが、日本のアニメやドラマは国ごとに再放送されているため、コンテンツとして非常に強い力を持っています。例えば、東北で最も強いコンテンツは「おしん」です。中国の方に「宮城県」と言っても関心を持たれませんが、「おしん」の隣の県」と言うと興味を持っていただけます。

インバウンドの傾向を分析して

成田空港のスタッフに伝えているのは、欧米からのお客さまばかりに接客しないということ。お金を使ってくれる観光

客が多い国とはGDPが高い国ではなく、相続税や固定資産税がない国です。タイやシンガポール、マレーシア、香港、上海からの観光客は大量に購入します。一方、欧米からのお客さまは欲しいモノを必要な分だけしか買わない傾向があり、いわゆる「爆買い」はあまり見られません。

また、お土産文化があるのはアジア人です。アジアの人々は親族に配るために大量にお土産を買いますが、欧米人は個人主義のため、買っても2〜3個程度です。そのため他の方から相談を受けたときにも「食品を売りたいならアジアに」とアドバイスしています。工芸品はカルチャーを好む欧米の方がターゲットに適しています。さらに、欧米人は時差の影響で寝不足のまま来日することが多く、アジア人は亜熱帯で暮らすため昼間は活動せず、夜市に出かける習慣があります。つまりインバウンドの特徴は夜行性であり、夜の時間を充実させることが重要になります。

海外展開における費用を意識した販売

次に海外ネット販売を行う際の注意点ですが、日本人向けと外国人向けのウェブサイトは二つに分けた方が良いでしょう。国内向けサイトだけでは、為替の影響で海外から見ただけで価格が変動してしまうからです。また、海外への発送は必ず国際物流大手DHLのフライヤーパックに入るサイズで行う必要があります。これに収まれば、送料は30〜40ドルで世界中に送れますが、

収まらなければ2万〜3万円かかってしまいます。弊社も新商品をつくる際は「このパックに入るか」を前提にしています。

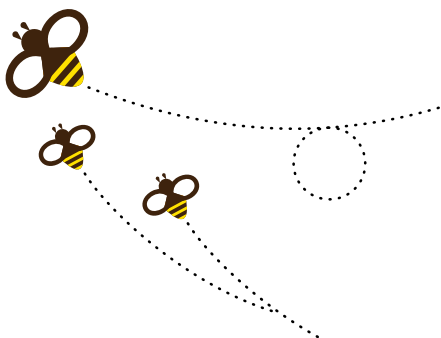
そして、海外業者とのB to Bの取引は、広告宣伝費と割り切りましょう。弊社もパリコレに出展し、取引先が一気に20社ほど増えましたが、非常に宣伝効果があつたと思う反面、数百万円の請求が来て会社がつぶれかけました。関税が高かったことに加え、PL保険もかなり高額だったためです。国内だと保険料は年間1万円程度ですが、海外向けになると条件によっては1店舗当たり約300万円もかかるのです。

現在、「デミニミス・ルール」により、アメリカ向けの商品は800ドル以下であれば関税はかかりません。ところが今後はこれが廃止され、全てのアメリカ向け商品に関税がかかる見込みです。弊社の場合、1着あたり約50ドル(7500円)の関税が発生する計算となります。これはアメリカへの販売業者にとっては大きな打撃となるため、今後は海外ネット販売よりも、国内インバウンド拠点での展開を重視した方が良く考えています。

地元には良いものがたくさんあります。職人の技に商人の工夫を加えれば世界に広められるはずです。私の失敗から学んだことが、皆さまの海外展開の一助となれば幸いです。

※本記事は、2025年7月28日に開催した文化観光・商業部会合同常任委員会における講演の内容を要約したものです。関税率は情勢によって変動する場合があります。

より良い環境をめざす。



青葉環境保全 Aoba

〒984-0037 仙台市若林区蒲町19-1 TEL 022(286)3161(代)

9/17

復興の完遂と未来の東北へ 東北6県の会頭が 地域経済振興を要望



鈴木憲和復興副大臣へ要望書を手渡す藤崎会長(写真中央)。鈴木副大臣は「今後も事業者への対応をしっかりと継続していきたい。輸入規制緩和についても、諸外国に対して粘り強く働きかけていく」と話した。

東北六県商工会議所連合会(藤崎三郎助会長・当所事務局)では、本年7月に行われた定期総会の決議に基づいて、中央官庁に対する要望を行いました。

当日は復興庁をはじめとする6省庁を訪問し、第2期復興・創生期間終了後の継続的な復興支援や、中小企業の自己変革を通じた力強い東北経済の構築、観光振興による交流人口拡大に向けたサポートなどを求めた要望書を提出しました。

9/22

仙台の未来を熱く議論する 青年部「伊達な風会議2025」 開催



意見交換を行う参加者の様子。参加者は、「普段は自分の立場でしか地域を見ることができなかったが、異なる視点からの考えを聞くことができ、学びと発見があった。今後の業務に生かしていきたい」と話した。

当所青年部(奥山龍也会長)では、青年部メンバーと地元の若手行政職員が地域の未来を議論する「伊達な風会議2025」を開催しました(91人参加)。

本会議は参加者がそれぞれの立場を超えて意見を交わし、その内容を仙台が「愛し愛されるまち」になるための政策提言に盛り込むことを目的に実施。今回は、①持続可能な事業承継の在り方、②ナイトツーリズムによる都市魅力の再構築、③やさしい都市インフラ整備の三つのテーマをもとに、目標達成のための思考手法「マンダラチャート」を用いたグループディスカッションを行い、地域課題の掘り起こしや、その解決策を模索しました。

9/4

地域創生のビジネスモデルを学ぶ 女性会「ア美ヴィンヤード& ワイナリー」を視察



早坂氏の講話を聴く参加者の様子。参加者は「自社の利益だけではなく、地域貢献を目指す理念はこれからの時代に欠かせない視点。経営者として今後の展開を考える上で参考にしたい」と語った。

当所女性会(猪股佳子会長)では、みらいファームやまが運営する「ア美ヴィンヤード&ワイナリー」(黒川郡大和町)を視察し、同社が実践するダイバーシティー経営や地域との連携について理解を深めました(参加者17人)。

早坂美代子取締役は講話の中で、「弊社は『収益性の高い農業』の実践により、地域振興を図ることを目指して2015年に設立した。ブドウの収穫作業には、就労支援の場として障害者の方も参加されており、試行錯誤を繰り返して醸造されたワインは、今では多くの方からご好評いただいている。今後も農業を通じて、地域にさまざまな人が集まる仕組みづくりを進めていきたい」と、地域の未来を見据えた同社の取り組みについて話しました。

健康一口メモ

仙台市医師会
広報委員
氏家 裕明

腹痛を主訴に外来を受診する患者さんを多く見かけます。その原因は、大きく分けると、内科的疾患、泌尿器科的疾患、婦人科的疾患（女性の場合）です。今回は、内科でも比較的経験数が多い泌尿器科的疾患についてお話しします。

その代表的疾患が「尿管結石」です。男性に多い疾患ですが、最近では女性の患者さんも増えています。疝痛（じんどう）発作という急な激しい腰痛や腹痛で発症することが多く、血尿を伴う場合もあります。できれば経験したくない病気のひとつかと思えます。その検査や治療については泌尿器科の先生にお任せし、今回は、原因と予防について紹介します。

「尿管結石」は、文明病の一つとも言われます。つまり、食生活の欧米化が大きく関係しているのです。その発生に関与しているのは、肥満、野菜不足、カルシウム不足、運動不足、遅い夕食です。高たんぱく高脂肪の食事は、尿中のシュウ酸、尿酸などを増やし、結晶をできやすくしますし、肥満にもつながります。シュウ酸を多く含む食品として、ほうれん草、紅茶、

尿管結石

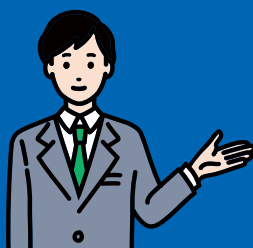
コーヒー、玉露、チョコレート、ピーナツなどが挙げられます。特に注意が必要と言えるのが、毎日摂取する可能性が高い、紅茶、コーヒー、玉露でしょうか。また、アルコールでは、ビールにはプリン体が多いので、尿酸結石の生成を促進します。

「尿管結石」は再発が多いことで知られており、再発は5年間で約半数と言われています。再発はしたくありませんよね。それでは再発を防ぐには、どうしたら良いでしょうか。先ほど述べたように、シュウ酸を多く含む食品を過剰に摂取しないことです。また、カルシウムの摂取も大事で、尿中のシュウ酸の減少に役立ちます。さらに、水分の摂取も大事です。水分摂取量が少ないと、尿が濃縮され結石ができやすくなります。1日あたり2リットル以上取るように心掛けてください。バランスの良い食事と十分な水分摂取で「尿管結石」を防ぎましょう。

〔氏家クリニック／若林区一本杉町〕



BtoBでの販路開拓・PRをお考えの皆さん



月報「飛翔」に広告を掲載してみませんか？

約9,200社の経営者へアピールができます！

例えばこのスペース（1/2ページ）の場合…

55,000 (税込) **円**

サービスの概要は
こちらから



お問い合わせ

仙台商工会議所 総務広報グループ (TEL.022-265-8182) まで

閩経営支援グループ
(TEL265-8127)



昨年度開催の様子。
(2024年11月1日～2日)
出展者からの説明を受け、実際に
商品を購入する来場者の姿が見ら
れた。



初推しに会える2日間！
「仙臺ございんマルシェ」を
開催します
11月14日(金)～15日(土)の2日間、仙
台アエル2階アトリウムを会場に、グルメや
リビング、ファッションなどを扱う小規模事
業者が開発中の商品を一堂に集めたテス
トマーケティングイベントを実施します。
当日は陳列された商品を実際に手に取
り、お買い求めいただけます。お客さまの
率直なご意見が、出展者のブラッシュアップ
の機会につながりますので、皆さまのご
来場をお待ちしております。

SCCI Sendai Chamber of
Commerce and Industry

インフォメーション ミニパック

仙台商工会議所からの
お知らせ

「伊達な商談会」開催情報



岩手県産株式会社

◆11月4日(火)
「岩手県産(株)」との
個別商談会

東北の産品をお客さまへ売り出す販路拡大のチャンス!

- ・商談品目：お土産品、東北六県の銘品、銘菓、県産原料を使用している商品
 - ・成立後の販売場所：「東北フェア」などを企画予定の小売店、商社
- 【応募締め切り】10月21日(火)正午

申し込み方法・詳細は、右記二次元コードよりご確認ください。

閩経営支援グループ(TEL265-8127)



閩経営支援グループ
(TEL265-8127)



「地域経済動向調査」の結果を
公表しました
(2025年4月～6月期)
市内の経済動向を把握するため、仙台市
と共同で実施している標記調査の集計結果
を公表しました。
今期の業況判断DIは▲24.7で、前期の
▲23.3と比べ、1.4ポイントの下降となり
ました。今回の特別設問は①「米関税政
策の影響」②「経営理念・経営ビジョン、経
営戦略、人材戦略」について取り上げていま
す。詳細は仙台市ホームページよりご覧く
ださい。

企業力向上につながる 商工会議所検定試験のご案内

	試験名	試験日	申込期間
ネット検定	環境社会検定(eco検定)	11月13日(木) ～12月4日(木)	団体クーポン申込期間：受付終了 団体：10月2日(木)～10月8日(水) 個人：10月10日(金)～10月21日(火)
	福祉住環境コーディネーター検定(2・3級)		
統一検定	第171回簿記検定(1級～3級)	11月16日(日)	団体：受付終了 個人：10月8日(水)～10月14日(火)

試験により申し込みや受験の方法が異なります。
詳細は右記二次元コードよりご確認ください。

閩管理グループ(TEL265-8124)



建造物の解体工事は、お任せください。
地域、環境を考え高い技術力で安心な解体作業を行います。

翔(株)丸翔

〒983-0013 仙台市宮城野区中野字神明172-2 TEL: 022-388-8685

企業の人材育成を全力サポート! 商工会議所主催セミナー情報

	主催	日程	内 容
①	東京	11/ 6 (木)	有料 年末調整の実務講座 オンライン・通学
②	仙台	11/12 (水)	無料 販売への活かし方を学ぶ「アクセス解析」セミナー
③		11/13 (木)	無料 クラウド会計ソフトを活用した会計処理セミナー
④		11/18 (火)	有料 空の接客のプロ直伝! 顧客満足度を高め、信頼関係を築く接客力向上セミナー
⑤		11/27 (木)	有料 リーダーシップとチームマネジメント力育成セミナー

※各セミナーは、定員になり次第、受け付けを終了させていただきます。ホームページで最新の受け付け状況をご確認の上、お早めにお申し込みください。

※東京商工会議所主催研修講座(オンライン・通学)は、当所会員企業の方であれば、東京商工会議所会員料金で受講可能です。上記以外の受講可能な研修講座の詳細は、当所ホームページよりご覧ください。

各セミナーの申込方法・詳細は、ホームページよりご確認ください。

☎ 経営支援グループ (TEL 265-8127)



仙台商工会議所主催
セミナー情報



東京商工会議所主催
研修講座(オンライン・通学)情報

新しいメンバーをご紹介します

(株)Shared(中央)

行政書士樋口千恵事務所(長町)

昆布販売よこやま(国分町)

Blue Drone(小田原)

十人十色(一番町)

(同)ディライト(かすみ町)

カルミア・コンサルティング(株)(本町)

(株)ミチノク 仙台支店(扇町)

(株)中広ワークイン(舟丁)

庭工房(高松)

遠藤吉照士建(株)(大和町)

(株)ハイクリエーション(花京院)

安部 倅生(中央)

(株)Next innovation(卸町東)

BOOST(富沢南)

(株)Make Boom(六郷)

(株)サンレディース(花京院)

結城工業(四郎丸)

FOREST HOPE(昭和町)

Pambo(同)(高松)

(有)アーキテック仙光(柳生)

(株)広瀬システム(一番町)

ブーランジェリーマルシェ(同)(上飯田)

司法書士 菅原 葵(中央)

esute moment(昭和町)

(株)アサヒ建築設計事務所(長町)

(株)ノバレーゼ 青龍荘(霊屋下)

(株)マウスコンピューター 仙台ダイレクトショップ(中央)

(株)ワイエス(国分町)

(同)SK Watch Labo(上杉)

(株)翔海(宮千代)

くりす社会保険労務士事務所(春日町)

3rd(岩切)

BEKOA(株)(郡山)

(株)ホームラックス(長町)

(株)KCT(表柴田町)

山長 小野芳(梅田町)

和賀工業(河原町)

(株)ジョイフル(南吉成)

GRG AIR(株)(国分町)

(株)GATE(卸町)

(株)LIXIL(中央)

(株)KOMPEITO(東京都品川区)

(株)R7(大町)

(株)フォワード(福室)

(同)Coeur Doux(花京院)

(株)RINC(中田)

(株)新装住建(六丁の目元町)

(株)シーズ(卸町)

(株)Sunmine(緑ヶ丘)

ユニバーサルサービス(株)(卸町)

(株)ソアラダイニング(国分町)

(株)キューテスト(中央)

Ens-Design(郡山)

(株)トラストエージェンシー(蒲生)

D.S.E(鷺ヶ森)

(株)熊谷工業(上飯田)

(株)アドエックス(袋原)

(株)RUNDY(榴岡)

(株)アールステージ(遠見塚)

(株)Avancer(本町)

霞ヶ関キャピタル(株)(大沢)

(株)エアフルサービス(松森)

エスポイント(同)(鉄砲町東)

アールデザインラボ(株)(長町南)

(株)GENODAS(中央)

(同)iConnect(小松島)

(株)プラスノット(花京院)

坂 初音(上杉)

(株)総和(福岡)

HELLO THERE!(柏木)

(株)グラフィ(若林)

ご入会ありがとうございます。今月号でご紹介できなかった皆さまは次号にて紹介させていただきます。

CANADA生まれ、日本MADE。

Good Quality Good Price Good Design

 **セルコホーム**

がんばれ！杜の都のマイチーム

当所では、笑顔とにぎわいあふれる地域づくりのため、わが街仙台を本拠地に戦うプロスポーツチームを応援しています。

チケット購入方法は、下記二次元コードから各チーム公式サイトをご覧ください。



#24 遠藤ゆめ選手 ※宮城県出身 ©mynavisendai



仙台89ERSホームゲーム日程

会場：ゼビオアリーナ仙台

試合日	時間	対戦相手
10月18日(土)	14:05	三遠ネオフェニックス
19日(日)	14:05	
29日(水)	19:05	滋賀レイクス
11月1日(土)	14:05	サンロッカーズ渋谷
2日(日)	14:05	
12日(水)	19:05	アルティエリ千葉
15日(土)	14:05	広島ドラゴンフライズ
16日(日)	14:05	



MYNAVI SENDAI
©mynavisendai



マイナビ仙台レディースホームゲーム日程

会場：ユアテックスタジアム仙台

試合日	時間	対戦相手
10月18日(土)	13:00	日テレ・東京ヴェルディベレーザ
11月3日(月・祝)	14:00	アルビレックス新潟レディース



VEGATA SENDAI



ベガルタ仙台ホームゲーム日程

会場：ユアテックスタジアム仙台

試合日	時間	対戦相手
10月26日(日)	14:00	サガン鳥栖
11月9日(日)	13:00	ロアッソ熊本

(掲載している試合日程は9月25日時点の情報です。県内のホームゲームのみ掲載しています。)

会員サービス企画！今月のプレゼント

A 仙台89ERSホームゲーム観戦チケット 「ファイティングイーグルス名古屋」戦 ペア5組10名様

- 日時／12月6日(土)14:05
- 会場／ゼビオアリーナ仙台
提供：株式会社仙台89ERS

B マイナビ仙台レディースホームゲーム観戦チケット 「RB大宮アルディージャ WOMEN」戦 ペア5組10名様

- 日時／12月20日(土) 14:00
- 会場／ユアテックスタジアム仙台
提供：株式会社マイナビフットボールクラブ

応募方法

下記二次元コード内の応募フォームより、必要事項を入力
のうえ、ご応募ください。

締め切り

10月29日(水)締め切り。抽選のうえ当選者を決定します。
発表は、プレゼントの発送をもってかえさせていただきます。
お預かりした個人情報は、抽選、当選者への通知、賞品の
発送に利用させていただきます
※中止の際は代替チケットとの引き換えはいたしかねます
ので、ご了承ください。

応募フォームはこちら▶



編集後記

芋煮の季節です！仙台味噌と豚肉からくるコクのあるあの味わいこそ、仙台芋煮の醍醐味。しかしながら、年々各地の芋煮のフィールドで、熊の目撃情報が相次いでいます。

この夏、仙台近郊での女子プロゴルフトーナメントが熊の出没で大きな影響を受けました。また私事ですが、同じころに弊社でキャンフイベントを予定しておりましたが、開催エリアでの熊出没を受け、泣く泣く中止としました。「山にいるべき熊が、なぜ人里に下りてくるのか？」この問いは、単なる「害獣駆除」では解決しない大きな課題です。しかし言い換えるならば、ここに来て、我らの芋煮会の脅威として「熊」が急浮上してきた、とも言えるのです。いったい誰がこのようなサバイバルな事態を想定できたでしょうか。縄張り争いは、生存をかけた戦いなのですから。野生は、はちみつ大好き熊のプーさんのように、甘くはないのです。

彼らに、芋煮のおいしさを、教えてはイケない。絶対防衛ラインです。でも万が一出会ってしまったら、「いのちだいじに」逃げましょう！

〔広報委員 佐藤 仁
／株青葉環境保全 文化事業専任執行役員〕
仙台商工会議所月報広告のお申し込みは
月報広告代理店(株)ユーメディア
☎022-2241-5151へ

10月号
仙台商工会議所月報「飛翔」

発行人／今野 薫
発行所／仙台商工会議所

〒980-8414宮城県仙台市
青葉区本町2-16-12
☎(022)2651-8181(代)

発行／2025年10月
通巻1243号

印刷／株式会社ユーメディア



私の部屋は、
知らない東北に
繋がっている。

topo(トポ)の動画コンテンツで、東北の魅力を再発見！



東北のテレビ朝日系列6局による
東北総合ポータル

ABA 青森朝日放送 岩手朝日テレビ
khb 東日本放送 AAB 秋田朝日放送
Yt5 山形テレビ KFB 福島放送

無料で利用可能！



月額550円で見放題！※

スマホやPCで視聴可能！

ライブ配信や見逃し配信も！

※一部レンタルのコンテンツもあります

※画面内はイメージです



アサヒ生ビール マルイフ Presents

とき

2025 10月 25日(土) 11:00-19:00

26日(日) 11:00-18:00

仙台横丁フェス

SENDAI YOKOCHO FES 2025 Again!

JAPANESE BAR-STYLE

ところせんだい青葉山交流広場
「北1」出入口側

大好評につき、おかわり開催です。

おとなりの会場で
同日開催!

2025
ガスフェア

会場 仙台国際センター展示棟

10.24(金)▶26(日) 入場無料!

10:00~17:00 最終日のみ 10:00~16:00

ガッツと!世界にかぶりつけフード

みんなで豪快にかぶりつけ!
食べ比べて美味しい&ストレス解消なかぶりつきフードの祭典!



BLACKキマDOG
ホテルベルエア仙台



仙台牛メンチカツバーガー
かとう精肉店



特製ホットサンド
GLASSY



豚ドッグ®
五浦ハム

このほかにも多数出店予定!!今年の日替わりでお店が入れ替わる!?詳細はガス局ホームページをチェック!



仙台市ガス局

〒983-8513 仙台市宮城野区幸町5-13-1

お客さまセンター tel.0800-800-8977

フリーアクセス(着信者払い) 受付時間:平日 8:30~19:00 / 土曜日 8:30~17:00
ホームページ <https://www.gas.city.sendai.jp/>

⚠ 荒天等により、実施内容を変更する場合がございます。

