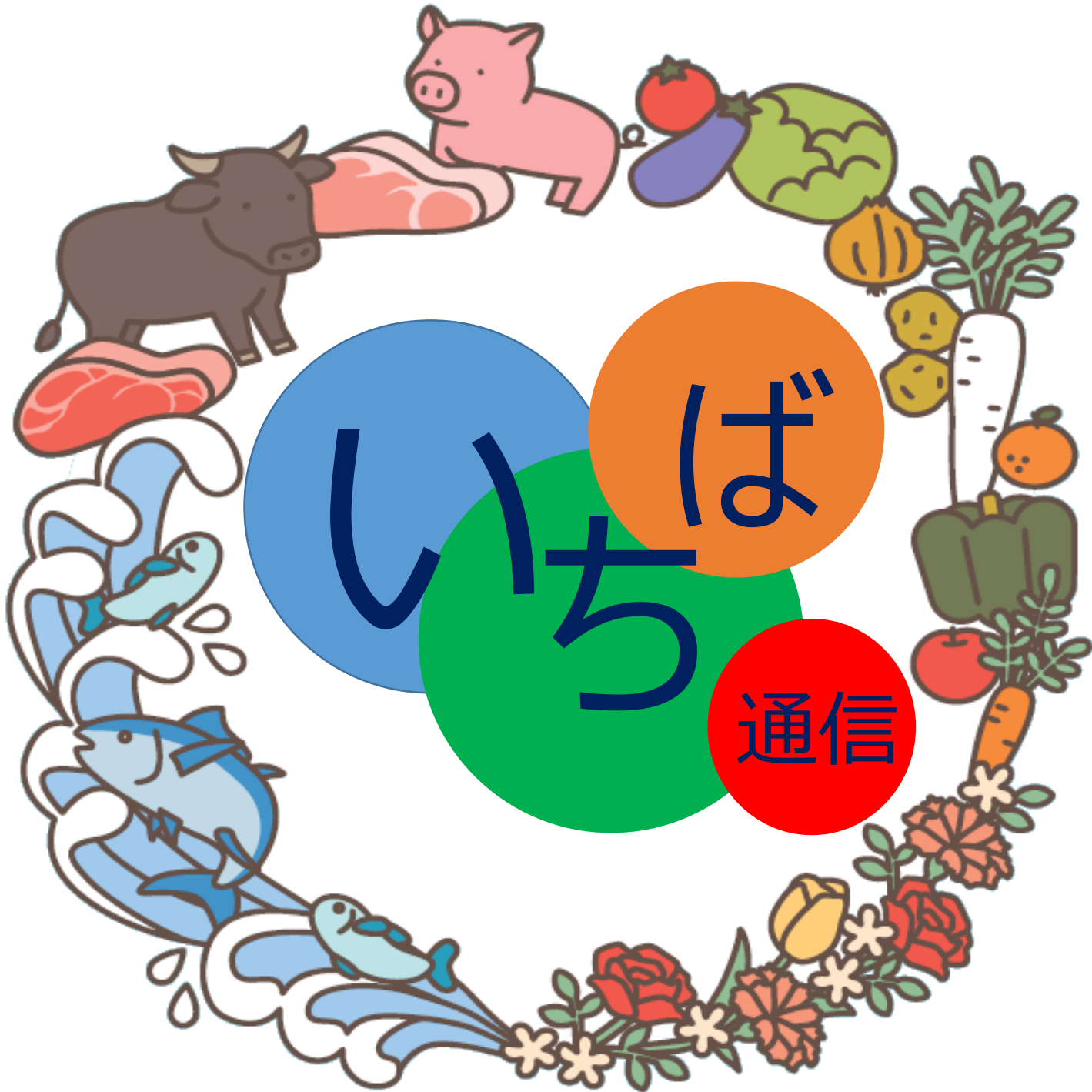


市場関係者向け情報誌



令和3年9月号

市場関係者の皆さまへ

今年度の新たな試みとして、市場関係者の皆さんのお役に立てる情報をまとめた情報誌を発行しました。

第一弾となる本号は、補助金の活用事例や、中央卸売市場の経営相談員の先生からのアドバイスを収録しました。

お手すきの時に、ご一読いただくと大変うれしく思います。

事業部 経営支援担当



目次

I 補助金活用事例の紹介 … P 2

○「青果流通イノベーション事業」

北足立・青果仲卸・（株）千権

○「WEBサイト制作及び食肉業界プロモーション」

食肉市場・業界団体・（一社）東京食肉市場協会

II 経営相談員から … P 7

○「資金繰り表を作ってみよう」

中小企業診断士・社会保険労務士 高橋美紀 先生

III 経営セミナーの報告 … P 9

○「アフターコロナに向けた事業計画策定セミナー」

令和3年7月29日実施

IV 経営支援メニューの紹介 … P 11

I 補助金活用事例の紹介

昨年度までの「中央卸売市場活性化支援事業」を活用した事例のご紹介です。活性化支援事業は、令和元年と2年で、100件を超える意欲ある取組に活用されました。

本号では、補助金を活用した二つの事例について、ご紹介します。

ちょっといいですかあ

強靱化推進事業 のご紹介

活性化支援事業は今年度、「強靱化推進事業」としてリニューアルしています。

強靱化推進事業では、ICTを活用した業務効率化の取組等、自社のビジネス変革等にも活用できるなど、より使いやすい補助金となっています。是非、ご検討ください。

「より多くの皆さんに補助金を活用して欲しい」という思いを込めて、使いやすい制度になっています。

I 自社ビジネス等変革事業

新たなビジネスや業務改善等、市場の強靱化につながる取組

- ・産地からの集荷力向上
- ・海外販路拡大
- ・実需者への販売力強化
- ・BCP策定
- ・デジタル活用の取組
- 等
- (システム構築、EC等)

【補助上限額 卸売業者・業界団体：1,000万円
仲卸業者・関連事業者：500万円】

※申請時、都が指定する専門家の助言を受けることが要件になります。

I-2 変革スタート枠

新たなビジネスや業務改善のきっかけとなる取組

- ・デジタル活用の取組(補助額100万円以内)
(パッケージソフト導入、HP構築、キャッシュレス導入等)
- ・第三者認証取得 (ISO、MEL等)
- ・展示会出展

【補助上限額 100万円】

【強靱化推進補助金 I 自社ビジネス等変革事業】

- ・補助率（本則） 中小・団体等 2/3、その他 1/2
- ・コロナで売上が大きく落ち込んでいる方には高補助率が適用されます。

青果流通イノベーション事業

『 仲卸の目利き力を小売店の販売力強化につなげ、消費者からの信頼を獲得 』

1 需要と供給のバランスが…

- ✓ 野菜や果物は、気候等で日々流通量が変化する。
- ✓ 一方で、スーパー等の取引先からは、流通量に関係なく、決められたセール品の大量納品を求められることも多い。
- ✓ 需給のバランスがとれず、採算性や廃棄ロス等といった問題を生み出す場合がある。

2 ICTを活用し、仲卸の強みを販売に繋げる仕組づくり

- 取引先店舗の販売状況等を常時モニタリングするカメラや仕入管理システムを導入
- 商品の売れ行きや在庫状況等に合わせた陳列場所や売価等をリアルタイムで提案
- 商品の流通状況や消費者ニーズを的確に見極めた品揃えや価格設定を実現することで、小売店での販売に繋げる

① 流通状況に応じた商品の特性を商品情報と合わせて提案



3 取引先や消費者との関係強化

- 仲卸の強みである情報力や価格交渉力を取引先の販売支援に活かすことで関係性を強化
- 「鮮度」を第一に考え、価格設定等を工夫し商品を販売することで、消費者からの信頼を獲得
- 新たな商流を生み出し、市場でのサスティナブルな取引と小売店でのエシカルな消費を実現

事業データ

交付対象事業費 4,818千円（補助金交付額2,408千円）
事業期間 令和元年8月1日から12月31日

販路拡大

販売力強化

海外展開

衛生管理強化

デジタル化

人材育成等

ブランド強化

その他



代表取締役社長 國井 孝嗣

1870年（明治初頭）に初代・國井権平が、千住市場で仕入れた三つ葉や穂じそなどを売り捌くために神田市場に創立した仲買業「國井権平商店」をはじめとする。「商売は道によって賢し」を家訓とし、創業200年に向けて邁進している。

INTERVIEW

事業を思いついたきっかけ

家業である仲卸業を引き継ぎましたが、主にスーパーを相手にしたビジネスモデルだけでは、思うように利益が出ずに経営的に厳しい状況が続いており、どうにかしなければならないと切羽詰まった事情がありました。また、仲卸業者も小売店もお互い利益を出さなければいけない中で、どうすれば消費者に喜んでもらえる商品が届けられるのだろうか？ という個人的な思いもありました。

そうした中、いわゆる近江商人の「3方良し」ではありませんが、我々の利益も上がり消費者にも喜ばれるビジネスモデルをつくることができなかと考えたことがきっかけです。

消費者に喜んでもらえることが、ビジネスにおける原動力

消費者が喜んでくれて、そのお店のことを好きになってくれれば、リピーターになってくれる。その結果、自然とお店の売上は上がり、仲卸業者である自社にとっては、発注が増えて、販売量も増やすことができる。これが本来の商流であり、商売の原理原則だと思います。

私たちの商売の目的は、やはり消費者に喜んでもらうことであり、そのためには、鮮度が良く、適正な価格の商品を提供していかなければならないと思います。それを実現するためには、日々、商品の流通量や市況といったものに接している私たち仲卸業者ならではの情報力やノウハウを、もっと商品流通や販売に活かしていくことができたと思います。またそれが、私たちにとっても新たな働き甲斐につながるのではないのでしょうか。

今後の展望について

今後は、実施する店舗数の拡大と一店舗当たりの売上向上が目標になります。そのため、事業を拡大しながら現行のサービス水準を維持していくためのノウハウ継承等が課題だと思います。

お陰様で事業自体は好評をいただいております。取引先の経営改善や消費者の皆さんに喜んでいただけることは嬉しいことですが、まだ道半ばの部分もあり、引続き試行錯誤しながら進めていきたいと思っております。



SNS等も活用しながら取引先店舗にリアルタイムでアドバイス

取材後記

家業である仲卸業を継いだ時に、「何のために商売をするのか」と自らに問いかけ、「消費者に喜んでもらいたい」という想いに至ったと語られていた國井社長が印象的だった。それは社長自身が、小売りの現場に立ち、消費者の反応を直接感じ取る実体験があったことがきっかけになっているようだ。こうした、働くことへの自問自答がこの事業の根底に流れている、取材を通してそのように感じた。

東京食肉市場協会WEBサイト制作及び食肉業界プロモーション

『消費者が親しみを感じられるイメージ戦略で食肉市場・芝浦ブランドを構築』

1 認知度が低い？ 食肉市場

- ✓ 販路の拡大や市場の活性化には、消費者からの支持が不可欠
- ✓ 一方で、食肉市場は消費者との距離が遠く、認知度も高くない
- ✓ コロナ禍で市場まつりや消費者イベントが開催できない…

※ 市場まつりとは、都民の方へ卸売市場と生鮮食料品に対する理解を深めていただくとともに、食生活の向上や食育・花育の普及などを目的として開催する市場開放イベントのこと。

卸売市場



消費者



市場でと畜・解体した枝肉が食卓に届くまでには、多くの段階を経る必要があるため、消費者との距離が遠いと言える。

2 イメージキャラクターの一般公募でホームページに誘導

- 市場協会のホームページを開設し、食肉市場の取組や芝浦ブランドの情報を紹介
- ホームページ上で、イメージキャラクターを一般公募
- ホームページには2万件を超えるアクセスがあり、イメージキャラクターの公募には応募が多数寄せられた（212者）

※ 本事業とは別に、市場まつりの代替として、同ホームページを活用したECサイト「お肉マルシェ.tokyo」を令和3年2～3月に試行実施。期間が短く売上自体は大きくなかったが、場内仲卸業者等であれば誰でもサイト上に店舗できるため、今後、新たな販売チャネルとしての活用が期待される。



ECサイト：お肉マルシェ.Tokyo
(※現在閉鎖中です。)

3 「芝浦ブランドの確立に向けて」

- 卸・仲卸業者等全体で品質強化に取り組む等、地道な経営努力によって商品の信頼性を向上させ「芝浦ブランド」を着実に確立していく
- 一般消費者に親しまれる市場イメージを醸成するため、市場まつり等の各種イベントでキャラクターを活用する等、積極的なプロモーションを実施していく

これからの活躍にご注目ください
応援よろしくお願ひします



厳正な審査により採用された
イメージキャラクター

事業データ

交付対象事業費 4,171千円（補助金交付額2,780千円）
事業期間 令和2年11月16日から令和3年3月31日

販路拡大

販売力強化

海外展開

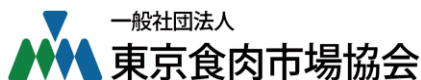
衛生管理強化

デジタル化

人材育成等

ブランド強化

その他



一般社団法人

東京食肉市場協会

左：桑原 事務局長
右：事務局の星野さん

都中央市場で唯一、肉を取り扱う市場として昭和41年に開場。取扱高は全国一の規模を誇る。同協会は、同48年4月に場内関係業界団体により設立、市場の安定運営や発展に貢献している。

INTERVIEW

事業を思いついたきっかけ

食肉市場の取引先は、買参人といっても問屋であり、最終消費者までの距離が非常に遠いと感じています。そのため、食肉市場を身近に感じてもらうために、何かをやらなければならないという問題意識があり、親しみを持ってもらうためにイメージキャラクターをつくらうという話が以前からあったのです。

事業を進める上で、工夫や苦労した点

以前からあった話なので、事業自体は事務局を中心にスムーズに進みました。苦労した点を敢えてあげるとしたら…補助金の手続きが大変だったと…（笑）



キャラクターの公募には、一般紙の「公募ガイド」も活用し、想定を上回る応募をいただきました。キャラクターの作成に当たって、多くの方がホームページをご覧になり食肉市場のことを学んでくれたようで、理解を深めていただくきっかけになったと手ごたえを感じています。

練りに練った作品ばかりで選定には悩みました。事務局としては、老若男女問わず愛されるキャラクターを選ぼうと考えました。また、専門家にも見てもらい著作権に注意しました。



これからの課題

今回の事業で、イメージキャラクターやホームページ、ECサイトを制作し、プロモーションの基本となるツールができたと思っています。（コロナの状況で、キャラクターのお披露目もできず名前も決まっていないのですが…）

食肉市場にとって、「芝浦ブランド」の確立は経営戦略の柱となるものですが、一朝一夕でできるものではありません。コロナが収束した暁には、市場まつりや親子教室や産地見学などの消費者事業等とタイアップして、キャラクターやECサイトも積極的に活用していきたいと思います。



取材後記

イメージキャラクターの応募者が、食肉市場のことを学び、各々の思いや考えを込めて作成してくれたことが嬉しかった、と笑顔で話す姿がとても印象的であった。食肉市場のことをもっと知ってほしい、魅力をもっと伝えたい、という思いが形になった事業であると感じた。

Ⅱ 経営相談員から

中央卸売市場では、市場関係者の皆さま向けに、各分野の専門家へ無料で相談できる「経営相談事業」を実施しています。

資金繰りや新しいビジネス展開、品質衛生管理など、様々なお悩みや不安の解消にご活用ください（相談無料・秘密厳守）。

本号では、企業経営に不可欠な、「資金繰り表」について、中小企業診断士・社会保険労務士である高橋美紀先生にアドバイスをいただきました。

～このような相談が寄せられています（活用事例）～

【新規顧客開拓】

特定顧客への売上依存度が高いため、新規顧客開拓をしたい。営業面のアドバイスが欲しい。

【資金繰り】

資金繰りが厳しいため、財務健全化に向けた経営分析とアドバイスが欲しい。

【衛生管理】

HACCPに対応した第三者認証を取得したい。自社の取組みについて改善点を教えて欲しい。

【組織運営】

会社の経営を引き継いだが、組織運営に関して助言が欲しい。

【働き方改革】

社内の働き方改革を進めたい。労務管理について、専門家の立場からアドバイスして欲しい。

【事業承継】

高齢で事業承継を考えている。事業承継に当たっての課題等を教えて欲しい。

【市場独自の経営相談体制】

公認会計士	5名	中小企業診断士	3名	食品衛生ｺﾝﾀｸﾄ	1名
弁護士	1名	社会保険労務士	2名		

資金繰り表を作ってみよう

手元資金が足りなくなると・・・

先の見えないコロナ禍。昨春、とりあえず借入をして急場をしのいだ事業者さんも多かったのではないのでしょうか。それから1年が過ぎ、手元資金の減少に不安を抱く方もいらっしゃるかと思います。業種にもよりますが、一般的には運転資金として、最低でも月商の1ヵ月分、できれば3ヵ月分程度が必要と言われています。この資金が不足すると、仕入ができず、固定費も払えなくなります。また、売上があっても、支払いまでに入金がなければ、資金が回らず事業がストップしかねません。特に売上が減少したときに、今月の支払いは手元の資金で間に合うのか、来月手元にあるのはいくらか、予測することが大切です。

資金繰り表とは？

精度の高い予測のためには、資金の流れを正確につかむことから始めます。今、自社にはどのくらいの資金があり、月々の入金と出金は概ねいくらか確認しましょう。それを把握するのが資金繰り表です。

では、どうやって作ればよいのでしょうか。決まった様式はありませんが、初めて作成する場合はあまりハードルを上げず、当面の資金の動きを把握することを優先しましょう。実績は、通帳や現金の出入金の合計を出し、右のような表に数字を入れてみます。予測は昨年実績も参考にしましょう。

	7月(実績)	8月(予測)	9月(予測)	10月(予測)
繰越	60	70	80	90
入金	130	110	110	90
出金	120	100	100	200
残高	70	80	90	△20

↑この例の場合、10月に大きな出金があり、マイナスになりそうです。この分をどのように準備するか、資金繰り表があれば、先を見越した対応が可能です。

手元資金が不足しそうなら

資金不足になりそうなら、対応を考えましょう。売上債権や買入債務の決済期日見直し、新規借入や返済猶予、固定資産売却、共済や保険の貸付制度の利用等、不足額と今後の事業見込み、相手との関係性などを勘案して検討します。

売上が上がりにくい苦しい時期ですが、資金さえ回っていれば事業は継続できます。また、平時であっても、資金繰り表があれば、計画的に資金調達、商品開発、営業強化、設備投資などに取り組みます。お金の流れを可視化し、今後の経営に生かしましょう。

<参考>

- 1 将来的には、もう少し詳細な資金繰り表が作成できると安心です。日本政策金融公庫提供の資金繰り表などをご参照ください。

https://www.jfc.go.jp/n/service/dl_chusho.html

- 2 「出金を抑える」手段の一つとして、税金や社会保険料の支払猶予等も考えられます。詳細は経済産業省「新型コロナウイルス感染症で影響を受ける事業者の皆様へ」パンフレットをご覧ください。

<https://www.meti.go.jp/covid-19/pdf/pamphlet.pdf>



Ⅲ 経営セミナーの報告

本年度から、市場事業者の皆さまの経営や業務に役立つ情報をお届けする試みとして、「東京都主催経営セミナー」を企画、第1回を7月29日（木）に開催しました。コロナ禍の開催ということで、オンライン方式にて行いましたので報告します。

セミナーには、五輪期間中の休市日前の忙しい時間帯にも関わらず、水産・青果・食肉・花きのそれぞれの卸・仲卸・関連・団体の各業種から、多くの方にご参加いただきました。



使える支援策

「講師派遣事業」を知っていますか？



講師派遣事業とは、

- 「業界団体」が主催する、「セミナー」や「各種説明会」等に対し、「都が講師を派遣（謝礼金を負担）する」事業です。
- 非常に使い勝手の良い支援メニューです。業界で専門家を呼んで説明会等を行う際には、是非活用してください。

支援策も紹介！ アフターコロナに向けた 事業計画オンラインセミナー



講師は、本誌のコラムにも寄稿頂いた、中小企業診断士の高橋美紀先生

まずは、『やりたいことを言語化する』

コロナ禍で新たな活路を見出すには、経営理念を明確にしたうえで、外部環境の影響や自社の経営資源を見直し、そこからビジネスモデルを再構築していくことが大切です。

しかし…「ハードルが高い…」ですね。ということで、まずは「やりたいことを言語化してみよう」との提案がありました。

具体的には

- ✓ わが社はこんな会社で・・・
- ✓ 環境変化への対応のため強みを生かし・・・
- ✓ 「誰に、何を、どのように」提供しよう？
- ✓ そして、これらを〇〇までに行おう！このストーリーが事業計画のモトになります。

…そう言われると、簡単な気がしますね。

次に、『具体的な数字をイメージする』

事業計画書に数字はつきものです。なぜこの数字になるのか、その根拠を説明できるようにしておくことが大切です。

これも…「頭じゃわかるけど…」ですね。

講義では、手元に残るお金を増やすための方法として、①売上を増やす、②売上原価を減らす、③経費を減らす という3つにつき、それぞれのイメージを分かりやすく説明頂きました。

例えば、①は、

$$\text{売上} = \text{客数} \times \text{客単価}$$

に分解できます。さらに「客数」は、新規顧客と、既存顧客に分解でき、それぞれ、広告宣伝での顧客獲得や、売り方を工夫し顧客の購入頻度を高めるなどのアプローチで増やせそうです。数字を分解して考えることは、様々なアイデアの発見につながると学びました。

その後、活用できる補助金等をご紹介頂き、セミナーは終了しました。

<参加者の声>

- ✧ 事業計画の重要性がわかった
- ✧ 事業計画の話がとても参考になった
- ✧ 助成金で対象となるものがあるか具体的な話が聞きたい など

ぜひ次回もご参加ください！



3 事業計画に落とし込む

数字の根拠を探る

売上 100	売上原価 30 経費 60 利益 10	「可視化」が大事
-----------	---------------------------	----------

①売上を増やす

売上 200	売上原価 60 経費 60 利益 80	・新規の営業ができるか？ ・既存のお客様により多く購入してもらえないか？
-----------	---------------------------	---

②売上原価を減らす

売上 100	売上原価 20 経費 60 利益 20	・より安く仕入れる方法があるか？
-----------	---------------------------	------------------

③経費を減らす

売上 100	売上原価 30 経費 50 利益 20	・無駄はないか？ ・経費を掛けない（効率的な）方法があるか？
-----------	---------------------------	-----------------------------------

↑ 当日のスライドの一例

セミナーの内容をYouTubeで配信します（10月31日まで）。当日参加できなかった方、あらためて事業計画の作り方を確認したい方、内容に興味がある方は是非ご覧ください。



お知らせ

Ⅳ 経営支援メニューの紹介（市場独自）

強靱化 推進事業

これまでの「活性化支援事業」を見直し、新たにスタートした補助事業です！強い市場づくりのため、市場全体を牽引する取組に留まらず、個々の皆様が環境変化に対応するための様々な取組を応援します。

みんなのICHIBA づくり応援事業

地域に親しまれ、社会に貢献するICHIBAづくりを応援するための補助事業です。地域に貢献する取組や社会に貢献する取組など、市場業者の方々が行う公益性の高い取組を応援します。

経営相談

ご自身の経営に関することについて、公認会計士や中小企業診断士、HACCPの専門家等、各分野の専門家へ無料で相談できる制度です。相談はお勤めの市場内で行え、何度でも利用可能です。相談内容はもちろん秘密厳守します。

経営 アドバイザー

公認会計士等、経営の専門家が各場に定期的に訪問し、経営者の皆さまの相談に対応します。強靱化推進事業の事業内容だけでなく、経営課題に対するよろず相談も可能です。相談内容はもちろん秘密厳守します。

業界団体向け 講師派遣

業界団体で主催するセミナー（研修会・相談会）等について、講師料の一部を都が助成することができます。組合員向けセミナー等を実施する際、是非ご活用ください。

経営 セミナー

市場関係者の皆さま向けに、経営に役立つ情報をお届けするため、専門家による経営セミナーをオンラインも活用しながら実施します。希望者にはセミナー後に個別相談の機会を設ける等、より身近なものになるようなセミナーを目指しています。

都や国のコロナ支援メニュー

新型コロナウイルス感染症による影響に関し、国・都では、融資、助成金、支払猶予等、各種支援策を実施しております。


都では、独自の支援策として「月次支援給付金」を実施していますが、7、8月分に対応する申請を9月1日から開始しています（次頁以降参照）。対象となる方は、是非ご活用ください。

～ 各種支援メニューの総合案内 ～

【都 新型コロナウイルス感染症支援情報ナビ／総合案内】

[東京都 新型コロナウイルス感染症 支援情報ナビ](#)


検索



【国（経済産業省）／融資ほか、国の各種支援策】

[経済産業省 新型コロナウイルス感染症関連](#)

検索



都中小企業者等月次支援給付金

7・8月分

申請期間

令和3年9月1日～令和4年1月14日（郵送申請の場合は消印有効）

※ 複数月分をまとめた申請、月ごとに分けた申請のいずれも可

※ 9月分は、詳細が決まり次第、追ってお知らせあり

申請要件（主なもの）

- 都内に本社・本店のある中小企業等、都内に住所のある個人事業者等
- 緊急事態措置又はまん延防止等重点措置に伴う飲食店の休業・時短営業又は外出自粛等の影響を受けている。
- 令和3年の7・8月の各月売上額が平成31（令和元）年又は令和2年の同月の売上額と比べて30%以上減少※している。
 - ※酒類販売事業者は2か月連続（7月分：6・7月、8月分：7・8月）で15%以上減の場合も対象
- 今後も事業の継続及び立て直しのための取組を実施する意思がある。
- （売上50%以上減の場合）対象月について国の月次支援金の給付を受けている。

※月次支援金の申請期限は9月末（7月分）、10月末（8月分）です。ご注意ください。

支給額 ※4～6月分と考え方が異なります。

【国支給金に加算】

≪売上50%以上減≫

中小企業等

：上限10万円/月

個人事業者等

：上限5万円/月

【国対象外を支給】

≪売上30%以上
50%未満減≫

中小企業等

：上限10万円/月

個人事業者等

：上限5万円/月

≪うち、売上2か月連続※
30%以上減≫

※7月分：6・7月、8月分：7・8月

中小企業等：上限15万円/月

個人事業者等：上限7.5万円/月

- 酒類販売事業者は上限額や売上区分の考え方が異なります。
- 月ごとに、売上高の減少額（売上50%以上減の場合は、さらに国の月次支援金の支給額も除いた額）に応じて支給額を決定（定額支給ではありません）。

【売上高の減少額の考え方】

（平成31（令和元）年または令和2年の基準月の売上）

—（令和3年の対象月の売上）

※ 基準月：平成31（令和元）年又は令和2年における対象月と同じ月

※ 対象月：平成31（令和元）年又は令和2年の同月比で売上30%以上減※の

令和3年7・8月 ※酒類販売事業者で2か月連続要件での申請の場合は、売上15%以上減

申請方法

※国の月次支援金と異なり、**郵送申請が可能**です。

【オンライン申請】 ※2回目以降のオンライン申請は、③からの手続き

- ① ポータルサイトから「**仮申請**」を行いアカウント作成
- ② ポータルサイトのマイページからアカウントIDでログイン
- ③ 必要書類をアップロードし、「**本申請**」
- ④ 本申請完了メールを確認



《申請先》東京都中小企業者等月次支援給付金ポータルサイト
(URL) <https://tokyogetsuji.metro.tokyo.lg.jp>

【郵送申請】

- ① ポータルサイトから提出書類の様式をダウンロード（印刷）
- ② 必要書類を準備したうえで申請書を記入
- ③ 郵送申請用ラベル（ポータルサイトにある申請受付要項の21ページ）を封筒に貼り付けて、**簡易書留など郵便物の追跡ができる方法**で郵送

《宛先》〒111-8691 浅草郵便局 私書箱121号
東京都中小企業者等月次支援給付金 申請受付 宛

※ 国の月次支援金の申請に必要な「**登録確認機関による事前確認**」はありません。

《必要書類》

- ① 国の月次支援金の給付通知書(写) ※売上50%以上減のみ、
- ② 申請書
- ③ 令和3年対象月の売上台帳等(写) ※2か月連続要件での申請は対象月前月も
- ④ 確定申告書類の控え(写)
- ⑤ 履歴事項全部証明書(写) 又は 本人確認書類(写)、
- ⑥ 通帳等(写)
- ⑦ 確認書 ※初回のみ、
- ⑧ 酒類販売業免許通知書等(写) ※対象者・初回のみ
など

※ 2回目以降のオンライン申請では、④～⑧は不要

※ 売上50%以上減の場合の③～⑥は、原則、国へ提出したものと同一書類

《保存書類》 ※7年保存。申請時の添付は不要だが、後日提出を求められる場合あり

- 飲食店の休業・時短営業等の影響や外出自粛の影響がわかる書類
 - ・自らの販売・提供先と反復継続した取引又は消費者との継続取引を示す帳簿書類（売上台帳等）及び通帳。消費者向け事業者（関連（飲食）等）の場合は、商品・サービスの一覧表、店舗写真及び賃貸借契約書・登記簿（事業を営んでいることがわかる場合は許可書で代用可）も必要

問い合わせ先

東京都中小企業者等月次支援給付金コールセンター

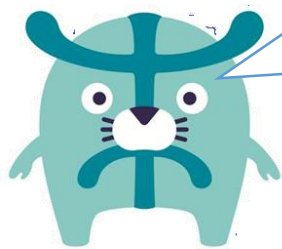
東京都 月次支援給付金

電話：03-6740-5984

受付時間：9時から19時まで（土日祝日含む）

検索

新型コロナウイルス等の感染防止について



市場で働く自分たちが、しっかりと衛生管理をして、感染症対策を心掛けることが大切です！

業界団体等が行う自主検査等の取組や、感染症対策については、強靱化推進事業をご活用いただける場合があります。東京都事務室にご相談ください。



感染症対策 へのご協力をお願いします

新型コロナウイルスを含む感染症対策の基本は、「手洗い」や「マスクの着用を含む咳エチケット」です。

① 手洗い

正しい手の洗い方

手洗いの前に
・爪は短く切っておきましょう
・時計や指輪は外しておきましょう

1



流水でよく手をぬらした後、石けんをつけ、手のひらをよくこすります。

2



手の甲をのぼすようにこすります。

3



指先・爪の間を念入りにこすります。

4



指の間を洗います。

5



親指と手のひらをねじり洗いします。

6



手首も忘れずに洗います。

石けんで洗い終わったら、十分に水で流し、清潔なタオルやペーパータオルでよく拭き取って乾かします。

② 咳エチケット

3つの咳エチケット

電車や職場、学校など人が集まる場所でやるう



何もせずに咳やくしゃみをする

咳やくしゃみを手でおさえる



マスクを着用する(口・鼻を覆う)

ティッシュ・ハンカチで口・鼻を覆う

袖で口・鼻を覆う

正しいマスクの着用



1 鼻と口の両方を確実に覆う



2 ゴムひもを耳にかける



3 隙間がないよう鼻まで覆う

首相官邸
Prime Minister's Office of Japan

厚生労働省
Ministry of Health, Labour and Welfare

厚労省 検索

