

publicity magazine
by Chiba Federation of Small Business Associations

Chushokigyo-Chiba

中小企業の経営革新と連携組織の活性化を応援する活性化情報誌

中小企業ちば



photo by T.Fumatogawa

芝山鉄道：芝山千代田駅（山武郡芝山町）

Contents 【主な内容】

- トピックス **3** 第50回通常総会開催、千葉県の短期運転資金
- 特集 **4** 地域団体商標制度がスタートしました
- 施策 **6** 信用保証協会の保証料率が弾力化されました
- 組合Q&A **8** 会社法の施行に伴う組合法の改正について
- 視点 **10** マーケティング理論は小売業に役立つか
- ご案内 **12** 障害者雇用促進法が改正されました
- 連携リーダー **13** 千葉県共同店舗協議会
- 景況 **14** 情報連絡員報告（4月）
- お知らせ **15** 情報連絡員50名委嘱

2006

6

100yen



千葉県中小企業団体中央会

URL:<http://www.chuokai-chiba.or.jp>



総会



懇親会で挨拶する堂本知事

第50回通常総会開催

本会は5月26日、千葉市内において、第50回通常総会を開催し、①平成17年度決算関係書類（事業報告、財産目録、貸借対照表、損益計算書、剰余金処分案）承認の件②平成18年度事業計画（案）及び収支予算（案）並びに会費の賦課徴収方法決定の件③役員報酬決定の件を上げ、いずれも原案通り可決承認・決定された。

新年度の事業計画案、収支予算案は前月号参照。

組合運営講習会

本会は5月12日、千葉市内において組合運営講習会を開催した。内容は①事務局による「組合の事務手続き」と②公認会計士の高木清先生による「組合の税務申告」であった。

本誌でこれまでもお知らせしているとおり、正当な理由がないのに成立した日から一年以上事業を開始しない場合や、一年以上事業を停止している組合については、行政庁は業務改善命令を経ないで、解散命令を出せることになっております。

この、具体的な判断は一般に「3期連続して決算関係書類の提出がない」場合に休眠組合と判断されるようです。

ご承知のように、組合は通常総会終了後2週間以内に、決算関係書類に通常総会の議事録を添えて、所管行政庁に提出しなければなりません。

なお、本会へ行政庁の分を含めて、2部送付して下さい。

正副会長会議

5月19日、本会の正副会長会議を千葉市内で開催した。

これは、第50回通常総会の附議事項（前掲参照）について審議したもので、いずれも原案通り了承された。

平成17年度中小企業白書発表

4月28日、「平成17年度中小企業白書」（平成17年度中小企業の動向に関する年次報告「平成17年度において講じた中小企業施策」及び「平成18年度において講じようとする中小企業施策」）が閣議決定された。

中小企業白書は、中小企業基本法に基づいて、政府が毎年中小企業の動向を分析し国会に提出するもので、今回で43回目を数える同白書では、①2005年度における中小企業の動向（景気、創業・廃業、金融）②東アジア経済との関係進化と中小企業の経営環境変化（グローバル戦略、中小ものづくり高度化法、地域産業集積）③少子高齢化・人口減少社会における中小企業（事業承継・技能継承、少子化対策、まちづくり3法）を分析している。

千葉県の短期運転資金

千葉県では、一時的な資金需要に応えるために、短期運転資金の融資を行なっています。

■ご利用いただける方
一年以上引き続き同一事業を営む県内の中小企業者又は組合が対象となります。

■融資対象となる業種
次の業種を営む方以外であれば、申し込みできます。

↓ 農林漁業（素材生産業及び素材生産サービス業を除く）、金融・保険業（保険媒介代理業及び保険サービス業を除く）等、信用保証協会の保証対象外業種

■融資条件
融資条件は次のとおりです。本融資はすべて千葉県信用保証協会の保証を付することとなっております。

- (1) 資金使途＝運転資金に限る
- (2) 融資限度額＝
1 中小企業者1200万円以内
1 組合1800万円以内
（ただし、組合転貸の場合は、希望組合員数×1200万円）
- (3) 融資金利率＝年1・5%
- (4) 融資期間＝6か月以内
（ただし、一括償還の場合は5か月以内）

(5) 返済方法＝割賦償還又は一括償還

(6) 連帯保証人＝金融機関及び信用保証協会の審査によります

(7) 保証料率＝年2・15%以内で融資ごとに信用保証協会が定めます

なお、有担保の場合など一定の条件を満たす場合については、料率の割引制度の適用があります

*本年度は、すでに借りている短期運転資金を返すための資金も対象になります。（借り替えを利用できるのは1回のみです。）

■申込受付機関

千葉県中小企業団体中央会、各商工会議所、各商工会及び次の金融機関

千葉銀行、千葉興業銀行、京葉銀行、商工組合中央金庫

（信用金庫）千葉、銚子、東京ベイ、館山、佐原

（信用組合）房総、銚子商工、君津

*ただし、破綻金融機関から事業譲渡を受けた、東京スター銀行、東京東信用金庫、横浜商銀信用組合、ハナ信用組合は、破綻金融機関と金融取引があった中小企業者に限り、当分の間融資申込を受け付けることができます。

■詳細は上記申込受付機関の他
千葉県商工労働部経営支援課

TEL 043・223・2707

千葉県信用保証協会

TEL 043・247・0711

地域ブランドによる地域の活性化

地域団体商標制度がスタートしました

地域団体商標制度

地名と商品名を組み合わせた商標登録は、これまで全国的な有名品に限られ、農産物や食品では北海道の「夕張メロン」や栃木県の「宇都宮餃子」など十数品に限られたものしかなかった。

しかし、商標法の改正によって、地域団体商標制度が今年の4月1日から新設され、「地域ブランド」の取り組みが盛んになってきた。

経済産業省・特許庁の発表によると4月10日までの10日間に受け付けた出願件数は324件に上り、このうち、4月1日の出願は、土曜日にもかかわらず258件もあったそうだ。千葉県からは①富里市農業（協）の「富里スイカ」②安房農業（協）の「房州びわ」③八街落花生商工（協）の「八街産落花生」の3件であった。

以下にこの新制度の概要を示す。

■改正前の制度の概要

一般的に使用されている地域ブランドには、「地域の名称」と「商品（役務）の名称」を組み合わせた商標が多く用いられているが、このような商標を登録しようとしても識別力（同種の商品・役務について自己の取り扱う商品等と他人の取り扱う商品等とを区別できる力）を有しない、特定の者の独占になじまないといった理由により、これまでは原則として、商標登録を受けることができなかった。

改正前の制度では、「地域の名称」と「商品等の名称」のみからなる商標が登録を受けることができるのは、①当該商標が使用された結果、全国的な知名度を獲得したことにより、特定の事業者の商品等であることを識別できるようになった場合、又は、②識別力のある図形や文字と組み合わせた場合に限られていた。

■新制度の概要

□商標登録を受けることのできる者は事業協同組合等そのほかの特

別法によって設立された法人格のある組合で、その法律において、構成員資格者の加入の自由が担保されていることが必要。

*特別法によって設立された組合
 の例①事業協同組合②森林組合③農業協同組合④漁業協同組合⑤酒造組合⑥商店街振興組合⑦水産加工業協同組合⑧酒販組合⑨商工組合⑩協業組合⑪旅館組合

□商標登録を受けることができる地域団体商標は、商標が使用されたことにより、全国的に広く知られているとまではいえなくても、例えば、隣接都道府県に及ぶ程度に広く知られている必要がある。

*「地域名十商品（役務）名」の例
 ①○○りんご②○○ラーメン③○○温泉④○○織⑤○○焼⑥○○塗⑦○○牛⑧○○漬⑨○○の△△⑩○○産△△

□地域団体商標が商標登録された後に、登録要件を満たさなくなった場合には商標登録の無効審査の対象となる。

□商品の品質の誤認を生じさせるような不適切な方法で登録商標を使用した場合には、商標登録の取り消し審判の対象となる。

□地域団体商標の商標登録出願前から、不正競争の目的なく地域団体商標と同一又は類似の商標を使用している第三者は、その商標を継続して使用することができる。

■主な登録要件

□出願人が主体要件を満たしていること

①出願人は、事業協同組合などの適格な団体であること②構成員の資格を有する者の加入の自由が担保されている団体であること③出願時に組合等であることを証明する書面の提出が必要

□出願人の構成員に使用させる商標であること
 ①構成員に使用させる商標②団体自らが使用しその構成員の使用が推定される商標

□商標が使用された結果周知となっていないこと

- ① 需要者の間に広く認識されていること
- ② 使用されている商標及び商品等と出願された商標及び指定商品等の同一性
- 商標が地域の名称及び商品（役務）の名称等の文字のみからなること
- ① 地域の名称
- ② 商品又は役務の普通名称
- ③ 商品又は役務を表示するものとして慣用されている名称
- ④ 商品の産地又は役務の提供場所を表示する際に付されている文字として慣用されている文字
- ⑤ 普通に用いられている方法で表示する文字のみで表した商標
- 商標中の地域の名称が商品（役務）と密接な関連性を有すること
- ① 地域の名称が出願前から商標の使用をしている商品（役務）と密接な関連性を有すること
- ② 商品の産地
- ③ 役務の提供の場所
- ④ 商品の産地等に準ずる程度に密接な関連性を有する地域
- ⑤ 出願時に地域の名称を含むものであることを証明する書類の提出が必要
- 商標全体として商品等の普通名称又は慣用商標でないこと
- * 普通名称の例 ① さつまいも ② 伊予柑 ③ 伊勢海老 ④ 奈良漬
- 他人の登録商標と同一又は類似

の商標でないこと

- 商品の品質又は役務の質の誤認を生じさせるおそれがある商標でないこと
- 他人の周知商標と同一又は類似の商標でないこと
- 種苗法の品質登録を受けた品質の名称と同一又は類似の商標でないこと
- 他人の業務と出所の混同を生ずるおそれがある商標でないこと

地域ブランド戦略の形成

■ 地域ブランド戦略とは

地域ブランド戦略とは、販売量や利益だけを目的とした「いかに売るか」「いかに儲けるか」といった発想だけではなく、商品や役務の魅力と地域のイメージを高めることによって、その商品等や地域の価値を高めることである。

■ 地域ブランドに必要な視点

地域ブランドを構築するには、① 消費者の視点 ② 商品（役務）としての視点 ③ 地域や住民の視点の3つが求められる。当然地域ブランドになるためには、品質や評判を高めて消費者からの信頼を得ることが重要であるし、競争が激しい市場で生き残っていくためには、他の商品等がない付加価値を高めることは当然である。さらに、地域ブランドによって当該地域が活性化され、住民の愛着が高まることが期待される。

い市場で生き残っていくためには、他の商品等がない付加価値を高めることは当然である。さらに、地域ブランドによって当該地域が活性化され、住民の愛着が高まることが期待される。

■ 地域ブランド構築戦略

地域ブランドの取り組みには、地域の実情に応じて、それぞれの戦略を組み合わせて進めていくことが必要であり、一定の地域ブランドを形成するためには「ケースC」に対応する戦略まで取り組むことが望ましいと思われる。

【ケースA】既に地域イメージが確立されつつあるが、これを活用するつくり手や製品・産品が十分育っていないため、「地域の製品・産品づくり」が求められるケース。

これは、確立されている地域特性の本質をとらえ、つくり手のメッセージを込めた製品・産品づくりを進めるためには、消費者がその地域に求めるものは何か、地域のイメージは何かを追求し、これにつくり手としてメッセージを込めて製品・産品づくりを進めることが重要。販売戦略も既に確立している地域イメージを込めたPRと販売ルートの開拓が求められる。

【ケースB】地域特性を活かした製品や産品は存在しているが、地域のイメージが希薄なことから相乗効果が発揮できないため、「地域イメージの明確化」が求められるケース。

地域特性を活かした製品・産品が既にあるので、地域イメージの明確化を図るためには、地域イメージの中心に据えるべき要素を選択し、それを活用したイメージの構築に努め、そのイメージにあった、既存製品・産品のコンセプトを見直すことも大切。さらに、地域イメージを地域内外にアピールし、確立していくためには、自治体等と協力して積極的な広報活動とイベントの開催などの来訪者を誘引する仕掛けづくりも必要である。

【ケースC】地域内や県内では一定のブランドを確立しつつあるが、地域外や隣接県外に向けた発信力が弱いため、「地域外への発信力強化」が求められるケース。

ここでは、主に取り組みの初期段階を終えて成長期に向けた「地域外や県外に向けた発信力」を強化する段階で、地域及び製品・産品の知名度の向上が求められる。

0.1%の割引が行なわれます。

- (3)また、弾力化の適用の有無を問わず、千葉県制度短期運転資金と経済変動対策資金（知事特認枠を含む）については、0.05%の割引が行なわれます。

3. 保証料率に関するご照会について

保証料率を確認した上で保証申し込みをしたいという場合や、金融機関が中小企業者に保証付融資を紹介する際、あらかじめ保証料も説明したいというご要望がある場合、保証協会では該当する保証料の区分等、料率の目安を知らせることにより、資金調達計画をサポートします。

4. 料率の弾力化対象外の保証もあります

原則として、全ての保証が経営状況を踏まえて弾力化されますが、特別小口保証（個人）、売掛債権担保融資保証、セーフティネット保証など一部の保証には従来同様の料率が適用されません。

新規創業者で決算申告を行っていない方、個人事業主で申告時に貸借対照表を未作成の場合は、一定料率（年1.35%）となります。

連帯保証が原則廃止されました

■ 保証料率の弾力化の実施に伴って、次のような場合を除き、法人の代表者以外の連帯保証人については原則徴求しないことになりました。

1. 実質的な経営権をもっている方や営業許可名義人、および申込中小企業者（法人の場合はその代表者）とともに当該事業に従事する配偶者の方が連帯保証人となる場合
2. ご本人または代表者の方の健康上の理由により、事業継承予定者の方が連帯保証人となる場合
3. 業歴が1年未満の方から「創業等関連保証制度」の保証限度額を超える借入れの希望があり、当該事業の協力者や支援者の方から連帯保証の申し出がある場合。

- * (1)連帯保証人の徴求基準が制度要綱（地方自治体の制度融資を含む）で定められている場合はその定めによります。
- (2)担保提供者については、法人の代表者および上記1～3に該当する場合を除き物上保証人とさせていただきます。
- (3)組合の場合は、原則として代表理事のみを連帯保証人としますが、個々の組合の実情に応じ他の理事を連帯保証人とすることがあります。

■ お問い合わせ

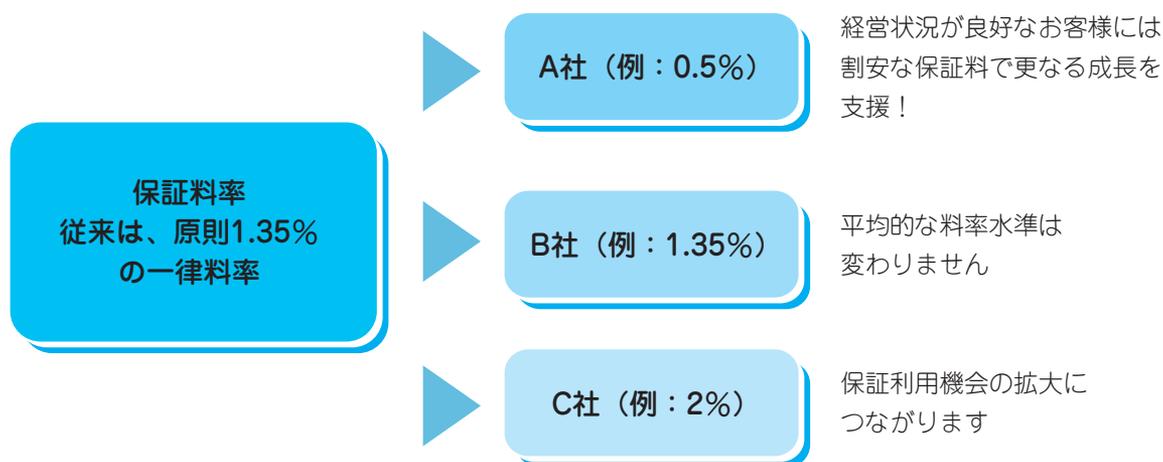
千葉県信用保証協会業務統括部業務統括課 TEL. 043-245-8903

信用保証協会の保証料率が弾力化されました

- 千葉県信用保証協会は、保証料率を、中小企業の経営状況を踏まえた料率へと改正しました。この料率弾力化によって、経営状況が良好な企業には保証料が割安となり、厳しい経営環境にある企業にとっても、保証が利用しやすくなり、融資が受けやすくなりました。

なお、保証の利用に当たっては、経営状況等の審査があり、ご希望に添えない場合もあります。

- 平成18年4月1日より、従来は原則一律であった保証料率（基本料率1.35%）が、年0.5%から2.2%の範囲で9段階の料率体系になり、中小企業の皆さまの経営状況を踏まえた料率に改正されました。



1. 財務内容を総合的に評価

平成13年3月、経済産業省（中小企業庁）の発案により、中小企業金融の円滑化を支援することを目的に創設されたデータベース「CRD」を利用する。CRDは平成17年10月現在、210の金融機関等が会員となっており、約200万の中小企業データが蓄積されている中小企業に関する日本最大のデータベースです。これは匿名データであり、個々の企業を特定したデータベースではありません。

2. 財務以外の要因も加味して料率決定されます。

財務要因の評価だけでなく、以下の定性要因も加味して料率決定を行ないます。

- (1)有担保保証を利用する場合には、0.1%の割引が行なわれます。
- (2)財務諸表の作成に携わった公認会計士または税理士により「中小企業の会計に関する指針」のすべての項目について適用状況の確認が行なわれていることを示す書類の提出を受けた場合、

組合Q & A

会社法の施行に伴う
中小企業等協同組合法の改正

5月1日、「会社法」が施行された。同法は、会社に係る各種制度のあり方について、体系的かつ抜本的な見直しが行なわれ新たな法典として創設されたことは本誌昨年10月号で紹介したとおりです。

中小企業及び中小会社に関係の深い項目として、①会社法制の現代語化②株式会社と有限会社の一体化③設立できる会社は株式会社、合名会社、合資会社、合同会社④機関設計の柔軟化⑤最低資本金規制の撤廃⑥定款自治の範囲の拡大等が盛り込まれている。

また、同日、同法と併せて「中小企業等協同組合法」（以下「組合法」という）、「中小企業団体の組織に関する法律」（以下「団体法」という）等の規定の整備が盛り込まれた「会社法の施行に伴う関係法律の整備等に関する法律」（以下「整備法」という）も施行された。整備法では、組合法における商法から会社法への準用の変更に伴う準用条文の変更、合併に関する規定の全面整理等とともに、団体

法における組合から会社への組織変更に係る規定の整理等が盛り込まれており、以下は組合法を中心に、その改正点の概要を述べる。

■類似商号規制の廃止

組合の名称について、現行組合法第6条3項が準用していた現行商法第19、20条が廃止されたことにより、同一市町村において既に登記されている同一の名称を登記することができない旨の規定がなくなった。しかし、商業登記法第27条において、既に他人が登記した名称と同一であり、かつ、その主たる事務所の所在場所がその他の人の名称の登記に係る主たる事務所の所在場所と同一であるときは、その名称の登記をすることができない旨明文化された。

なお、現行組合法と同様に、名称の不正使用は許されず、これに對しては、侵害の停止又は予防の請求ができる。（新組合法第6条第3項・会社法第8条）

■公告の方法

定款で定めるべき公告方法として、電子公告の方法が選択できる旨明記され、そのための規定が置

かれた。（新組合法第33条）

【参考】

組合の電子公告は、公告すべき内容を組合のインターネットホームページに掲載してする方法であり、電子公告を公告方法とする場合には定款にその旨を定め、公告ホームページのアドレスを登記し、公告期間中、公告ホームページに公告内容が掲載されているかについての調査機関の調査を受ける必要がある（調査結果通知書が登記申請の際の添付書類となる）。

なお、官報については、現在、紙の官報と同一内容のものが独立行政法人国立印刷局のインターネットホームページに掲載されているが、電子官報は電子公告に当たらない。これは、電子官報は紙の官報に附属するものと取り扱われており、無料で電子官報を閲覧できる「官報閲覧サービス」は、当日を含む1週間分の内容に限られている等の点において、電子公告と同等のものといえないからである。

■役員任期

役員任期について、定款をもって、任期中の最終の決算期に関する通常総会の終結の時まで伸

長できる旨規定された。（新組合法第36条第3項）なお、この規定は、会社においては、従来から規定されていた。（現行商法第256条第3項）

■理事会の権限

組合法36条の5、組合は、理事会を置かなければならない。②理事会は、すべての理事で組織する。③組合の業務の遂行は、理事会で決する。

従来は商法の取締役会の権限の規定を準用していなかったが、会社法第362条の規定に倣い明文化された。ただし、会社法の株式会社においては、取締役1人でも差し支えなく「取締役会」を設置しない機関設計も可能になっているが、組合においては定款の定めをもってしても廃止することはできない。

■理事会の書面決議

理事会の決議において、理事が理事会の決議の目的である事項について提案した場合において、当該提案につき理事の全員が書面又は電磁的記録により同意の意思表示をしたときは、当該提案を可決

する旨の理事会の決議があったものとみなす旨定款で定めることができる」と規定された。(新組合法第36条の6の第4項)

また、会社法において、取締役会への報告につき、取締役の全員に対し、取締役会に報告すべき事項を通知したときは、取締役会への報告を要しないものとされた(会社法第372条)のに伴い、理事会につき同様の規定が置かれた。(新組合法第36条の6第5項)

■共同代表・共同代理の廃止

理事の共同代表(2人以上の者が共同して代表するものと定めること)の制度が廃止された。

また、参事の共同代理人制度も廃止された(新組合法第44条)

これは、会社法において共同代表取締役の制度と参事の共同代理の制度が廃止されたことに伴うもの。

■役員の仕事懈怠の損害賠償

役員がその仕事を怠った場合、組合に対してこれによって生じた損害を賠償しなければならぬが、この役員の仕事に責任につき、役員が職務を行なうにつき善意かつ重過失がない場合には、総会の特別

決議により、賠償責任額のうち、代表理事、それ以外の理事、監事につきそれぞれ年間の職務遂行の対価の額の6年分、4年分、2年分を超える部分につき、免除できる旨の規定が設けられた。(新組合法第38条の2の第5項)

■組合員の代表訴訟

組合員の代表訴訟に関して、準用する会社法により、組合員が自己又は第三者の不正な利益を図り、又は組合に損害を加えることを目的とする場合には、代表訴訟の提訴請求ができない旨が明文文化され、また、組合が組合員から提訴請求に応じない場合において、当該組合員または当該提訴請求に係る理事からその請求があったときは、その不提訴の理由を通知しなければならぬこととされた。(新組合法第39条)

■総会招集手続きの省略

総会について、組合員全員の同意がある場合には、招集の手続きを経ることなく開催することができる旨明文文化された。(新組合法第49条第3項)

また、総会の議決事項について、

上記場合には事前に通知した事項以外の事項についても議決できる旨明文文化された。(新組合法第52条第4項)

■出資1口の金額の減少

出資1口の金額の減少につき、財産目録及び貸借対照表の備え置き、組合員及び債権者による閲覧請求並びに官報及び定款で定める方法による公告を行なった場合の個別債権者への催告の省略について規定された。(新組合法第56条、56条の2)

■合併

合併について、吸収合併、新設合併それぞれにつき、具体的な手続きに関する規定が置かれた。(新組合法第63条の2ないし64条)

■電磁的記録

次の各書類について、電磁的記録による方法の規定が置かれた。

- ① 会員名簿(新組合法第10条の2)
- ② 定款(同第34条の2)
- ③ 理事会の議事録(同第36条の7の第2項以下)
- ④ 理事が作成すべき決算関係書類(同第40条)
- ⑤ 役員の変更の請求のために組合員が組合に提

出すべき書面(同第42条) ⑥ 参事の解任請求のために組合員が提出すべき書面(同第45条) ⑦ 総会議事録(同第53条の3)

【参考】①「組合員名簿」について

は組合が作成しなければならないことが明文文化された②「定款」等を、書面をもって作成した場合と、電磁的記録をもって作成した場合とで、閲覧・謄写の請求に係る提示の方法が異なるため、両者の方法が示された③「理事会議事録」が書面で作成されているときは、出席理事がこれに署名し、又は記名押印しなければならないとし、署名のみで差し支えないことが明示された。また、議事録が電磁的記録をもって作成される場合においては主務省令で定める署名又は記名押印に代わる措置を採らなければならない(電子署名)④「決算関係書類」の閲覧・謄写を請求することができる時間の概念を明確にし、従来の「いつでも」を「業務取扱時間内は、いつでも」に修正された⑤「総会議事録」が電磁的記録で作成されている場合であって、従たる事務所で表示できるようにしてある場合には、議事録の写しを備え置く必要はない。

コンサルティングの目

「売上増進」いろいろ 経済学

マーケティング理論は小売業に役立つか

小売業とマーケティング技法

規制緩和とIT化社会の進展は、商品情報の入手と商品開発のスピードを速め、商店経営の基本的な戦略部分に大きな変革をもたらした。

この戦略部分の変革に、個店の対応が十分にできず、戦略が後

マーケティングの定義

①「マーケティング」とは
個人と組織の目的を満たすような交換を生み出すためにアイデアや財やサービスの考案から、価格設定、プロモーション、そして流通に至るまでを計画し、実行するプロセス

②実務における「マーケティング」定義の使われ方
(広義) 人々が価値ある製品やサービスを作り出し、提供し、交換し、必要なものを手に入れる社会活動のプロセス
(狭義) 商品売るための技術の数々

③理想的な「マーケティング」の姿
・商品・サービスがマーケティングに基づいて「正しく」開発され店頭で陳列されている
・顧客がいつでも商品やサービスを手に入れられる状態が作られている

④技法とは

4P	{	Product	…より良い製品やサービスの提供
		Price	…値ごろ感での価格
		Place	…的確な品揃えと好ましい店舗、利便性の高い流通手段での提供
		Promotion	…好ましい販売促進活動、DMや展示会等のプロモーション活動

手に回り苦戦している店が多い。しかしながら、元気がない商店が多くある一方で繁栄している商店もある。それは何故か。

その理由の一つに的確な経営戦略があると十分推測できる。具体的な戦略要素の一つとして、的確でスピーディーなマーケティングを活用して商品構成や販売技法に活かしている。

そこで、筆者は東京の城南地区の商店主と共に「マーケティング技法の研究会」を開催し、「一般的な商店の現場で活用できる技法は何か」という視点で検討を行った。繁盛店の販売戦略を踏まえて、顧客志向に基づく顧客の絞込みと特色づくり等について検討し、どのようにすれば売上増進のためマーケティング思考や技法が、販売現場で活用できるかを考えるべく研究会をスタートさせた。今回はその検討結果をお知らせすることにしたい。

■マーケティングとは

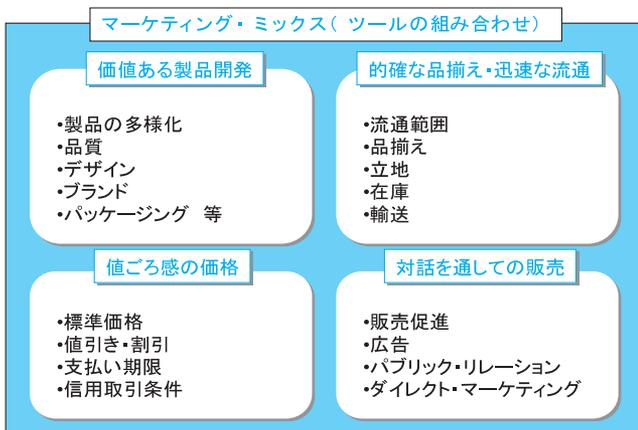
それでは、マーケティングとは、何なのか。ドラッカーによれば、マーケティングの目的は、顧客について十分に理解し、顧客に合った製品やサービスが自然に売れるようにすることだという。

実務において、マーケティングを定義すれば、商品売るための多様な技術の組み合わせと考えるのが一般的である。

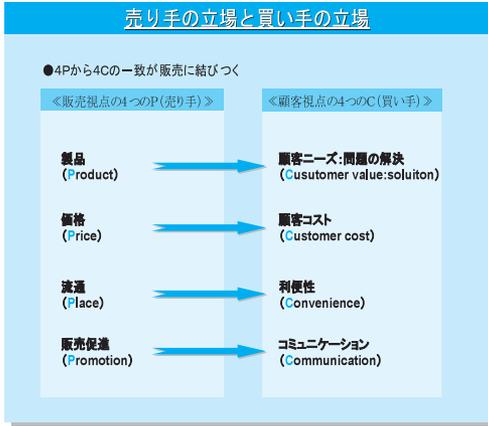
マーケティング・ミックス

企業は、多様な技法を駆使して市場から好ましい反応を引き出し販売実績を確保しようとする。このような多様な技法を組み合わせて体系化しているのが、マーケティング・ミックスであり、4つのPと名づけられている。

ここで4Pとは、より良い製品やサービスの提供 (Product)、値ごろ感での価格、(Price)、的確な品揃えと利便性の高い店舗



(Place)、好ましい販売促進活動 (Promotion) である。企業は、このような多様な技法を組み合わせ体系化しており、これらの技法を、マーケティング・ミックスと呼んでいる。



売り手の立場と買い手の立場

マーケティング技法の4Pは、売り手、すなわち売る側が発想した手法である。これを、相手の立場、つまり買い手側の立場から見ると顧客利益に展開していく4つのCが見えてくる。この点を整理すると、販売視点の4つのPと顧客視点の4つのCは、販売側と消費者側で対となって一致するといわれている。つまり、顧客は最大の受取り価値を提供していると認められた企業から商品やサービスを購入するので、顧客視点の4Cのそれぞれに好印象を確保しなければ、スムーズな販売は不可能なのである。

顧客志向の重要性

顧客視点の4つのC(買い手)の総合されたものである顧客満足は、消費者が得た結果とそれに対する期待との比較から得られる喜びの気持ちといえる。そこで、顧客の満足度をより高めるための技法を考えてみたい。

ワン・ツー・ワン・マーケティングの強化

これは消費者ニーズを個別・個人ごとに対応させるマーケティングであり、コンピュータの発達により登場した。つまり、顧客個人の視点に立って、効果的な接客・コミュニケーションを実現し、値ごろ感や、コンビニエンス性等、顧客個人のニーズに応えようとする技法である。

データベースの活用により、旧来のご用聞きと同じように顧客の個別の要求に対応できるようになってきた。このような個々のお客に対応する個別・個人対応型のマーケティングをワン・ツー・ワン・マーケティングとよんでいる。

差別化
競合他店との対抗手段として、

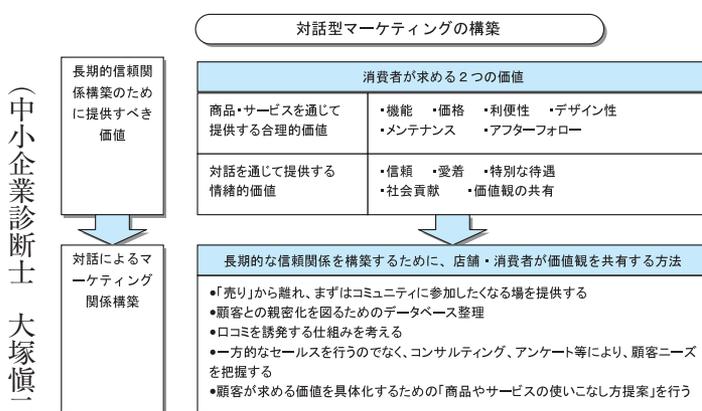
サービスの開発とサービスの質の向上策を見つけ出すことが必要である。例えば、インターネットによる注文と短時間の配達、取り付けが難しい製品の取り付けやメンテナンスサービス、従業員の親しみやすさや提案型サービス、あるいは、価格・癒し・珍しさ・雰囲気などトータルとしてのサービスを提供することである。

対話型マーケティング技法

今日のように、商品やサービスが溢れ、差別化競争を繰り返すなかで「一般小売店の提供する商品やサービス」のみで顧客との関係を構築していくには限界がある。このため、マーケティングの基本は基本として大切にしながらも、小売店舗の現場では、商店が消費者との「対話」を通じて継続的な関係構築を目指すマーケティングが求められているのではないだろうか。

ワン・ツー・ワン・マーケティングやサービス・パッケージなど顧客との関係構築を目指すマーケティング手法は様々であるが、「対話を通じて価値観の共有」という考えは浸透していない。だからこ

そ、消費者が本当に求めているのは「商品やサービス」ばかりではなく、「どう暮らし、どう生きていくべきか」といった「価値観」なのである。小売店舗においても、次の時代に向けて価値観「夢やビジョン」を提示し、それを地元の消費者と共有する力が求められている。今回の研究会の成果として対話を通じて消費者と価値観を共有していく「対話型マーケティング」の必要性を痛感させられたといえる。



障害者雇用促進法が改正されました

障害者雇用の一層の推進を

(千葉労働局、千葉県)

事業主のみなさまへ

働く障害者、働くことを希望する障害者を支援するため、障害者の就業機会拡大を目的とした各種施策を推進するべく、障害者雇用促進法が改正され、平成18年4月1日（一部は平成17年10月1日）より施行されました。

この法律により、すべての事業主は雇用を通じた障害者の自立について共同の責務を有しており、障害者雇用率を達成、維持するよう法律上の義務が課せられております。

しかしながら、民間企業における障害者雇用の現状は法定の1.8%に対して1.49%、千葉県における障害者の雇用率は、全国平均より低い1.43%となっておりますので、皆様の組合及び傘下組合員における積極的な取り組みをお願い致します。

1. 精神障害者に対する雇用対策を強化しました

精神障害者のうち精神障害者保健福祉手帳を所持する者を、各企業の雇用率に算定できることとなります。

また、納付金・調整金・報奨金の算定においても同様の取り扱いとなります。20時間以上30時間未満の短時間労働である精神障害者保健福祉手帳を所持する精神障害者についても、0.5人分とカウントし、各企業の雇用率に算定できます。

なお、法定雇用率（民間企業は1.8%）は現行通り。

2. 在宅就業障害者支援制度が創設されました

在宅就業障害者に仕事を発注する事業主に対して、障害者雇用納付金制度において、特例調整金・特例報奨金を支給します。

また、事業主が在宅就業支援団体を介して在宅就業障害者に仕事を発注する場合にも、特例調整金・特例報奨金を支給します。なお、在宅就業支援団体とは、在宅就業障害者に対する支援を行なう団体として厚生労働大臣に申請し、登録を受けた法人のこと。

3. 障害者福祉施策と有機的な連携を図ります

障害保健福祉の分野では、授産施設等の福祉施設や作業所を機能別に再編成することにより、福祉的就労から一般雇用への移行を促進する改革を行うこととしています。

障害者雇用の分野においても、障害者保健福祉施策と連携を図りながら就職支援等の支援を行なうことにより、一般雇用への移行を促進するための施策を講じることとしています。

詳細については

千葉労働局職業安定部職業対策課 TEL.043-202-5133

千葉県商工労働部労働産業人材課 TEL.043-223-2762

高齢・障害者雇用支援機構雇用開発推進部職域開発課 TEL.03-5400-1625

千葉県雇用開発協会障害部 TEL.043-225-7930

千葉県中小企業団体中央会連携支援部 TEL.043-242-3277

千葉県共同店舗協議会

会長 積田 坦



【共同店舗協議会の沿革】

千葉県共同店舗協議会は昭和61年11月に「県内の共同店舗組合の適正な運営と発展向上を推進するとともに、会員相互の連絡協調を図る」ことを目的に設立された。現在の会員数は13組合。多いときは26組合あった協議会も、20年の歴史の中で大きく変化してきた。

この間、協議会は県内の商業関係団体と共催で多くの催事を行なったのははじめ、平成8年には「共同店舗運営研修全国大会」を千葉県で開催して、その存在を県内外にアピールした。さらに傘下の共同店舗組合は、国の中小小売商業対策の一環として千葉県をはじめ関係機関の指導の下に、小売商業の経営の近代化と

地域住民にコミュニティーの場を提供する等、地域の発展に大きく貢献してきた。

【組合の概要と積田氏の横顔】

積田坦（つみた・ひろし）氏は千葉県共同店舗協議会の会長で、臼井ショッピングセンター（協）の顧問。

臼井ショッピングセンター（協）は、駅の移転を伴う大規模な土地区画整理事業が行なわれたのを機会に、積田氏ら当時の商店街の若手経



積田顧問（左）と石渡事務局長（右）



レイクピア（臼井ショッピングセンター協）

■千葉県共同店舗協議会

所在地	千葉市中央区千葉港4-2 千葉県中小企業団体中央会内
代表者	積田 坦
会員数	13組合

■臼井ショッピングセンター（協）

所在地	佐倉市王子台1-23
代表者	野口 恭義
会員数	14名（出資金3,500万円）

営者が駅前商店近代化研究会を立ち上げ、それが母体となって昭和54年2月に設立された。

昭和59年3月には総面積3万1490㎡の「レイクピア」をオープン。このマスタープランは「臼井方式」といわれ、大型店と協同組合が用地と建物の持分を共有し、店舗レイアウトにおいても地元専門店を優先した当時としては画期的な方式であった。その後何度となくリニューアルを行い、地域一番店の地位を確保している。

積田氏は学校を卒業すると、地元の佐倉市役所に就職。その後、お父さんの創業した株積田呉服店に後継者として勤務し、現在は代表取締役である。共同店舗内ではクリーニングの取次ぎとタバコの販売を行なっ

ている。

積田さんは事業に精励する一方、組合の副理事長、理事長、顧問を歴任。共同店舗協議会の会長、千葉県中小企業団体中央会の理事をはじめ多くの要職に就き地域社会の発展に貢献してきたことが認められて、昭和56年には経済産業大臣表彰を受賞した。積田さんのこれからの夢をお伺いしたところ「特にありませんが、私も商人のせがれ、家族と従業員を大切に、生涯現役を貫いていきたい」とのことでした。

趣味は旅行と写真撮影。ご家族は奥様と娘さんと倅さんの4人家族。佐倉市在住。昭和16年佐倉市生れ。



県外視察研修、秋田県鹿角市（平成18年4月）

情報連絡員報告を中心とした 県内の中小企業動向 &トピックス・4月

■味噌製造

【県下全域】

原油高騰による製造コストの上昇（燃料費、包装資材費等々）をいかに販売価格に転嫁していくかが大きな課題である。

■製材

【県下全域】

素材、製材品ともに相変わらず活気がない。特に素材については製品価格を反映して出材が少なく、役物からみの大径材の出材があるものの、中目材などについてはごく僅少である。

製材品は檜の値段がスギに近づいてきて、取引は在庫品の不足を埋める程度のスポットがあるのみである。

■生コン製造

【県下全域】

平成17年度出荷累計が前年比15%増と久しぶりに大きく伸び平成16年度から2年連続して前年比を上回った。千葉県でのピーク時は平成2年度であったが平成15年度が最低に落ち込みピーク時の62%となったものを75%までに回復し、もう少しの感がある。

今まではマンション需要が中心であったが、今後は圏央道等に期待したい。

■電気鍍金

【県下全域】

幾分景気は良好と思われるが、このところの原油等の値上がりの影響で主要原材料の値上りが心配される。このことによる景況の悪化も懸念される。

■鉄工

【千葉】

組合員の3分の1を超える企業が売上、受注残とも増加傾向にあり、景況感も良好との結果が得られ、総じて順調に推移しているものとみられる。

■機械金属製造他異業種

【流出】

3月の決算期と対比するとあまり変化がなかったが前年同月比では増加、好転の気配となった。

■採石

【県下全域】

東京方面の埋め立て事業がほぼ終了してしまった。

■建築材料卸売

【県下全域】

セメント業界には景気回復は感じられない。景況診断では雨から曇りへの転換とのことであるが、数量も手取価格も好転の兆しがなく、災害復旧が終わった今、実需の底はまだ見えていない。

しかし、業界では産業廃棄物、肉骨粉、古タイヤ、廃材など処分にも困るものをセメントの原燃料として活用し、環境問題に貢献する静脈産業として活路を見出している。また、現在アスベストの処理受入も研究している。

■自動車解体

【県下全域】

非鉄金属市況が活況を呈しているため、アルミを多く含むスクラップエンジンの価格が過去最高値を記録しているほか、ワイヤーハーネスも高い。また触媒も白金など貴金属価格の高騰を反映して、過去最高の価格となっている。

このため、リサイクル法による入庫車両の減少に若干歯止めがかかり元気を取り戻してきた。

栃木県足利市の大手解体業者が新たに工業団地内に新工場を建設し22日竣工式を行った。従来の工場が市道幅に伴い、移転しなければならなくなったため。新工場は、敷地面積7000坪、工場建屋3000坪、総工費30億円あまりと全国屈指の規模である。

■小売

【柏】

4月は天候不順が続き、前年数字をとれなかった。

■中古車仕入・販売

【県下全域】

相場動向は4月下旬の時点で下げ止まったとみる動きが多く、GW明けには活発な仕入を手掛けるとの見方が広がっている。これは供給過剰は正の気配がかかったとの判断がこうした見方の支えになっている。

■小売

【東金】

前半は、停滞気味であったが、中盤から後半にかけて持ち直してきて、全体的には、今月は良く

なってきた。

■小売

【野田】

客数は減っていないが、売上が伸びていない。客単価の下落が売上の減少に繋がっている。

■農業機械販売整備

【県下全域】

日本農業機械工業会の農機出荷生産統計では7年ぶりに5000億円を超えて堅調に推移した。

ただし、国内の販売の第一線では農政改革や米価の値下がり等により苦戦している。本年度は担い手農家を中心とした農政の転換で農機市場はその変化の度合いが加速するものと予想される。

大規模農家や営農組織は元気である。ただし、これは全体の14%であり、組合員は残りの86%の兼業農家がお得意様で元気がない。今年度は過去20年間で一番暇な農繁期で南総地区は4月中旬に田植えが終了した。新規需要は殆どなく、試運転程度で作業が終わって、修理も少ない。

■小売・サービス

【習志野】

好況の兆しが見えてきたので、これに対応して如何に売れるものを作るか、如何に売れるかを個々で努力していかなければならない。

■自動車一般整備

【県下全域】

組合設立以来始めて減員に転じた。脱退理由として高齢化と後継者難で転廃業が多かった。

■建設揚重

【県下全域】

需要は好調を持続しているが、燃料の高騰が心配の種である。

■学習塾

【県下全域】

3月の春期講習、新入塾生の確保で一息つく4月であるが、中小塾にとっては年々厳しい状況が続く。

■ソフトウェア

【県下全域】

ゆるやかに好転しているが先行きは不透明である。

■建設

【県下全域】

当連合会加入組合員の官公庁（国、県、市町村）からの受注は14億6300万円であった。前月比では、32億8000万円の大幅な減少であった。年度末締めということであるが、今年度は前年同月比でも12億8700万円と大きな減少であった。今年度も厳しい環境であると思われる。

■貨物運送

【野田】

軽油が値上がりの傾向にあるが、運賃の値上げに至らず苦戦している。貨物の量は増加の兆しがあるもののロットが小さく人件費が増加してしまふ。

放置駐車車両の取締り強化は貨物配送業者にとって困った問題だ。大手企業は1車両に2人の乗務による対応をしているようだが、小企業にはコストがかかりすぎて不可能な対応である。

平成18年度の情報連絡員
50名を委嘱

本会では中小企業を取り巻く環境変化の下で、中小企業の発展を確保していくためには、地域中小企業の動向、問題点、要望等を的確に把握し、これらに基づいて連携組織を通じた円滑な支援が必要との観点から、県下の組合を通じて生の声の収集とそのフィードバックを行なうために情報連絡員を設置している。

この調査結果は、財務省千葉財務事務所、県経営支援課、全国中央会に報告するとともに、毎月本誌でも前頁のように「情報連絡員報告を中心とした県内の中小企業動向&トピックス」として公表している。

また、この調査結果は県をはじめ中小企業庁に対する中小企業政策に関する要望等を行なう際の参考資料としても活用されており、本年度は、次の50名を情報連絡員に委嘱。★印の12名は景況調査員を兼務。

製造業

【食料品】

- ★天野文夫千葉県学校給食パン(協) (県下全域) ▼辻村良輔千葉漬物工業(協) (県下全域) ▼入江順千葉県味噌工業(協) (県下全域)
- ▼山岸要千葉食鶏処理加工(協) (大網白里町) ★山口利夫銚子水産加工連(協) (銚子)
- 【繊維・同製品】
- ▼藤間健史千葉県テントシート工業組合(県下全域)
- 【木材・木製品】
- ▼鈴木忠千葉県木材(協) (県下全域) ▼村山良二木更津木材港団地(協) (木更津)
- 【印刷】
- ★斉藤重信千葉印刷団地(協) (千葉)
- 【窯業・土石】
- ▼関守男千葉県生コンクリート工業組合(県下全域)
- 【鉄鋼・金属】
- ★金子淑彦千葉県鍍金工業組合(県下全域) ▼長沢啓司千葉鉄工業団地(協) (千葉) ▼上坂操流山工業団地(協) (流山)
- 【鉱業・採石】
- 中山正千葉県採石事業(協) (県下全域) ▼竹内良司千葉県土砂事業(協連) (県下全域)

非製造業

- 【卸売】
- ▼田口幹弘船橋総合卸商業団地(協) (千葉県・東京都) ★小池孝千葉総合卸商業団地(協) (千葉)
- ▼露崎皓久茂原卸商業団地(協) (千葉・茂原) ▼西芳秀県南畜産処理事業(協) (県下全域) ▼深山貴道千葉県資源リサイクル事業(協連) (県下全域) ▼平井正樹千葉県セメント卸(協) (県下全域) ★酒井清行千葉県自動車解体業(協) (県下全域)
- 【小売】
- ★寺林幹雄柏駅前第一商業(協) (柏市) ★斉藤博千葉県電機商業組合(県下全域) ▼藤井芳夫千葉青果商業(協) (千葉) ▼辻安次志津商業(協) (佐倉) ▼戸田信毅千葉県中古自動車販売商工組合(県下全域) ▼家村吉隆(協) 東金ショッピングセンター(東金) ▼堺滋基(協) 野田ショッピングセンター(野田) ▼大海原清寿千葉県農業機械商業(協) (県下全域)
- 【商店街】
- ▼佐々木秀夫谷津サンプラザ商店街(協) (習志野) ▼宮内庄一銚子銀座商店街(振) (銚子)

【サービス】

- ▼桐谷尚登千葉県自動車整備商工組合(県下全域) ▼渡辺峰広柏市自動車(協) (柏) ★渡辺和俊千葉県クレーン建設重機(協) (県下全域) ▼小幡修一高滝湖観光企業組合(市原) 稲葉靖小湊旅館業(協) (鴨川) 森井武義小湊妙の浦遊覧船(協業) (鴨川) ★川越昭義松戸ビル管理業(協) (松戸) ▼皆倉宣之千葉学習塾(協) (県下全域) ▼泉末廣全千葉警備業(協) (千葉) ▼岸光雄千葉県ビルメンテナンス(協) (県下全域) ▼佐藤智恵子企業組合コミュニティフォーラム(佐倉)
- ▼古山明(協) シー・ソフトウェア(千葉)
- 【建設】
- ▼長谷川邦夫千葉県水道管工事(協) (県下全域) ▼海保智行千葉県建設業(協連) (県下全域) ★鹿野新一郎浦安建設(協) (浦安) ★山中則子(協) 千葉県電設協会(県下全域)
- 【運輸】
- ▼石川雅浩(協) システムネット北千葉(野田)
- 【貿易・その他】
- ▼君塚洋司千葉県貿易(協) (県下全域)

□表紙のメモ 芝山千代田駅

芝山鉄道は、成田空港建設に際し、地元見返り事業として計画されたもので、東成田(かつての京成成田空港) 駅から芝山千代田駅の2・2kmの1駅区間を結ぶ日本最短距離の鉄道で、平成14年10月に開業しました。

ほとんどの区間を成田空港の下を通り、線路が地上に出るとジャンボジェット機や多くの飛行機が駐機している整備場が見えます。

将来は蓮沼(九十九里浜) 方面への延伸を計画しているそうです。

編集後記

From the editor

企業の業績は4年連続の増益で、戦後2番目の好景気だそうです。来年の就職戦線はバブル期並の争奪戦で、ついこの前までは水河期と言われていたのが嘘のようです。これも大企業だけの話で、日本経済の屋台骨を支えている中小企業にも、一日も早く景気回復の風が吹いてくることを祈っております。

E-mail:

funabogawa@chuokai-chiba.or.jp