

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

publicity magazine
by Chiba Federation of Small Business Associations
Chushokigyo-Chiba

中小企業ちば

2008
No.514
JUNE 6

主な内容 [Contents]

p.3 ■トピックス[topics]

第52回通常総会開催／全中、JA全中連携で合意

p.4 ■特集[special article]

08年版中小企業白書

p.6 ■視点[viewpoint]

コンサルタントの目：地域ブランドでまちおこし

p.8 ■組合Q&A[coop Q&A]

休眠組合の解散整理・決算関係書類の提出を

p.10 ■施策[measures]

労働契約法が施行されました

p.12 ■ご案内[information]

中小企業団体全国大会(宮城県大会)のご案内

p.14 ■景況[business conditions]

情報連絡員報告を中心とした県内の中小企業動向

p.15 ■お知らせ[notice]

平成20年度情報連絡員委嘱

第52回通常総会開催

本会は5月23日千葉市内のホテルにおいて第52回通常総会を開催した。

開会にあたり坂戸誠一会長から「本会は、会員の皆様が事業協同組合を始めとする連携組織の有効性や必要性を再確認し、国や県の施策の活用により、自らの企業の生産性の向上を図り、地域社会の繁栄のために中核的な役割を果せるよう、「中小企業の経営革新の支援」や「巡回指導の徹底と専門家を活用した指導の継続」等を重点目標に掲げて、各種事業を積極的に実施してご支援申し上げますとともに、中小企業のさらなる振興に必要な政策活動を皆さんと共に推進して参る所存であります」という旨の挨拶があった。

議事は、①平成19年度事業報告書及び決算報告書(財産目録、貸借対照表、損益計算書、剰余金処分案)の承認の件②平成20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常勤役員報酬決定の件④役員欠員による補充の件⑤第61回中

小企業団体全国大会(千葉県大会)の開催の件が上程され、いずれも原案どおり可決・承認された。

役員の補欠選任については伊藤雄二参事が常務理事(専従)に、畔高敦司千葉県商店街連合会会長が理事に選出された。

全国大会については平成21年11月19日に、本会と全国中小企業団体中央会の共催で、千葉市美浜区の幕張メッセ「イベントホール」において開催することに決定した(大会の概要は13ページ)。これに伴い会長の諮問機関として「全国大会準備委員会」を6月20日に立ち上げ、大会開催の実施体制を決定する。

総会・懇親パーティーには堂本暁子千葉県知事、臼井正一千葉県議会商工労働企業常任委員会委員長をはじめとする多くの来賓にご臨席いただいた。

全国中央会・JA全中と農商工連携で合意

全国中小企業団体中央会と全国農業協同組合中央会(JA全中)は、3月27日都内のホテルにおいて「農商工連携に関する懇談会」を開催した。

これは、本年2月に「中小企業者と農林漁業者との連携による事業活動の促進に関する法律(案)」が国会に提出されたのを受けて、今後両中央会の連携を深めていくことで合意した。

当日は、全国中央会から、佐伯昭雄会長、市川隆治専務理事等が、JA全中からは、宮田勇会長、向井地純一専務理事等が出席した。懇談会冒頭、宮田JA全中会長

から、「農業も中小企業も地域社会の一員であり、地域では相通じるものがある。それぞれの得意分野で連携し、産業の縦割り体制を乗り越え、地域の活性化に貢献していきたい」と挨拶。続いて佐伯全中会長からは「政府は来年度予算において、地域経済の活力の復活と中小企業の生産性の向上を目指す」「農商工連携」促進策を講ずることとしている。本日の懇談会を受けて、都道府県ごとの両中央会連携の下、1プラス1が3にも

4にもなるような連携の実が挙がるよう、各都道府県において具体的な取り組みを開始することを切に願う」と挨拶があった。懇談会では、両中央会において、

「環境」「食の安心・安全」「地域活性化」の3本柱を中心に、今後地域でいかに具体的に連携していくかについて協議の場を設け、協力していくことで合意した。

「農商工連携88選」を公表

経済産業省は農林水産省と共同で、農林水産業と商工業等の連携の取り組み事例を公表した。

これは、本年2月に事例募集を行い、応募された取り組みの中から、多くの事業者の参考になるもの88件を選定して公表した。

中小企業組合関係では、(協)マリンテック釜石の「水産資源を利用した機能性食品原料の開発・販売」、群馬県漬物工業(協)の「地元産キャベツを使ったキムチの製造・販売」、香川県製粉製麺(協)の「県独自開発の麺用小麦製品の普及・定着」、(協)フードパル熊本の「交流型工業団地による地域産品の開発・販売促進」等が公表された。

また、千葉県からは(株)とみうらの「房州びわのブランド化から観光プロジェクト展開」と(株)アビーの「海産物における鮮度保持シス

テムの開発」が紹介されている。

◎お問い合わせ先

農林水産省大臣官房企画評価課
Tel 03・3502・5516
経済産業省地域経済産業グループ産業施設課
Tel 03・3501・1677

千葉県「事業者の地域貢献に関するガイドライン」策定

千葉県は、まちづくりと一体となった商店街の活性化を図るため、「事業者の地域貢献に関するガイドライン」を策定し、このほど公表した。このガイドラインは、大型店と地域事業者が協働して地域貢献する環境づくりを進めるための

もので、その具体例として①地域連携の促進(団体への加入、イベントの共催、地域情報の発信への協力等)②地域振興への寄与(千産千消、観光振興への協力、地元雇用の促進等)③景観・環境への配慮(街並みに配慮した施設建設、ゴミの減量化等)④地域防災・防犯への協力、青少年健全育成・地域福祉への協力等を挙げている。

◎お問い合わせ先
千葉県経営支援課商業・大型店室
Tel 043・223・2824

08年版中小企業白書 生産性向上と地域経済活性化へ

08年版中小企業白書が発表された。これは中小企業基本法に基づいて政府が毎年国会に提出する年次報告で、以下はその骨子。

07年度における中小企業の動向

原油・原材料価格の高騰、改正建築基準法施行後の建築着工件数の減少が発生し、これらの影響を背景として、中小企業の業況が悪化している。

しかし、現在の6年を超える景気回復局面において、中小企業の多くは回復の実感に乏しく、業種間・地域間で回復にばらつきがある背景には、原油価格の高騰等の突発的、循環的な要因だけでなく、中小企業が大企業に比べて民間消費に大きく依存しており、近年の雇用・所得環境の変化に伴って民間消費が伸び悩んでいること等の構造的な要因が存在する。

中小企業生産性の向上に向けて

(1) 中小企業を巡る構造変化

①我が国の労働力人口の減少が予測されている。経済成長率 \parallel 就業人数増加率+労働生産性上昇率であることから、持続的な経済成長のためには労働生産性の向上が不可欠である②我が国の労働生産性の水準は、米国の7割程度であり、G7の平均よりも低い。労働生産性をどのように向上させるかが課題となつている③中小企業の労働生産性の水準は、大企業と比べて低い④業種別では、大企業・中小企業ともに小売業や飲食店、宿泊業の労働生産性の水準が低い⑤中小企業の労働生産性の水準の相違は、資本装備率が低いことによる要因が大きい⑥中小企業が資本装備率を引き上げるには限界があるものの、不足している資本(例えばIT)を投資効果等を踏まえて装備したり、資本装備率の低さをSaaS・ASPの活用等の工夫で補完することが期待される⑦労働生産性について03～05年度の伸び率で見ると、小売業や飲食店、宿泊業の中小企業は他業種に比べて低い

⑧労働生産性の伸び率を付加価値額の要因と労働投入量の要因に分

解すると、中小企業の小売業、飲食店、宿泊業、サービス業の伸びは労働投入量の減少によるものであり、付加価値額の伸びの寄与は小さい⑨労働生産性を上げていくためには、労働投入量の節約等の効率化も重要であるが、付加価値額を増大させていくことが重要。

(2) 経済のサービス化の進展

①経済のサービス化は進展しており、就業者数も上昇傾向。中小企業・小規模企業のうち第三次産業に属する企業の割合も高まつている②中小サービス産業の労働生産性の水準を業種別にみると、サービスの専門性や受給等の市場環境の相違から、情報通信業、卸売業、事業所向けサービス業等において労働生産性の水準が高い企業の割合が高い③中小サービス業の経営戦略をみると、これまで規模拡大を重視してきた企業の割合が高かつたが、今後は、顧客単価を上げようとする意識は高まつてきている④サービスの付加価値向上のためには、まず、顧客のニーズや満足度を把握し、サービスに対する不満やトラブルを減らすことが重要⑤サービスに対する不満やト

ラブルは品質のばらつきや、顧客からみて期待する水準に満たないことが原因。個々の事業者が、ターゲットを明確にして差別化を図りつつ、安定した品質や高い水準のサービスの提供のために努力することが必要⑥個々の事業者がサービスの品質を向上させても、それが価格に反映されない取引環境となつている場合、付加価値の向上は実現できない。現状では4社に1社が品質等を価格に反映できないとして⑦このため、品質等を価格に反映させるための取り組みとして、顧客への説明の強化のほか、消費者向けサービスでは「品質の可視化のための工夫」運輸業では「業界の慣行や慣例の是正」といった取引環境の整備が必要と考えられている⑧以上のような付加価値向上への取り組みに加え、生産性向上のためには、業務プロセスを見直し、安定的な品質のサービスを効率的に提供することも重要⑨サービス産業の付加価値の向上等を図る観点から、人材の確保・育成も重要。しかし、第三次産業の平均給与額は90年代後半から下がり始め、第二次産業を下回る。その背景には、サービス産

業の非正規雇用者比率が特に上昇していることがある⑩人材を重視するサービス事業者の割合は高いが、実際には、正規雇用者の離職率が高く、特に消費者向けサービスにおいて高い。付加価値の向上等にとって重要な人的資本の蓄積が進まない恐れがある⑪人材の育成や従業員モチベーションの向上など、直接的に人材の意欲や能力を高める取り組みが弱く、より積極的な取り組みが望まれる。

(3) 中小企業によるITの活用

① ITが普及するなかで、企業を取り巻く経営環境も変化している。しかし、大企業に比べて中小企業ではITの広まりがもたらしている経営環境の変化への認識が弱い②規模の小さな企業ほどパソコンの装備率が低い。さらに、中小企業では大企業と比べて、ソフトウェアが総資産に占める割合が低い。IT関連の資産が少なく、ITを活用する環境が整っていない可能性がある③中小企業にとつて、ITを有効活用する際の大きな課題は、人材の確保と投資コストの負担である。情報システム会社も都市圏に偏在。SaaS・ASPな

どの有効活用が期待される④中小企業は、ITの活用による業務プロセスの合理化やコストの削減の効果を確認しているが、製品やサービスの高付加価値化や売上げ増大の効果は相対的に低い傾向⑤しかし、ITの活用による取引先拡大の効果がみられる。新規取引先は国内全域から海外にも及ぶ。ホームページ等の工夫で顧客獲得に効果を上げている例も多い⑥労働生産性の水準の高い中小企業では電子商取引を行なっている企業が多い傾向⑦業務の合理化のみならず、電子商取引等による売上げ増大や製品・サービスの高付加価値化に向け、ITの戦略的な活用が期待される。

(4) グローバル化への対応

①日本の輸出入は拡大テンポを強めており、主にアジアが牽引している②中小企業においても、売上高に対する輸出の比率が上昇するとともに、輸出を行なう企業の方が業況感が良い③なお、我が国のサービス輸出も訪日外国人客の増加、特許使用料の増大等から増加傾向④中小企業製造業の労働生産性の水準をみると、輸出を行な

う企業の方が労働生産性が高い。輸出によって付加価値が増大した企業の割合も4割を超える⑤輸出における課題としては、輸出を希望している企業は、現地マーケットをつなぐ優秀なパートナー企業の確保を、実際に輸出を行なっている企業は、海外製品との競合激化を最も多く挙げている。海外のパートナーとのつながりと、自社の強みを活かした製品の差別化により、高い付加価値に結びついていくことが期待される⑥海外展開を行なう中小企業数は増加傾向にあり、特に最近では非製造業の伸びが大きく上昇している⑦中小企業の労働生産性の水準をみると、海外展開している企業の方が高い。海外直接投資により、労働生産性が向上したという企業が4割

弱⑧中小企業の海外展開に伴う国内生産の縮小をしていない企業の割合は8割程度。国内生産では高付加価値製品等へのシフトが起こっている姿も伺える⑨海外拠点における課題に関し、品質管理や現地労働者の賃金コスト上昇は製造業と非製造業の共通の課題。他方、非製造業では現地マネージャー層の不足が、製造業では現

地市場における更なる販路の拡大が相対的に大きな課題であり、こうした業種の相違も踏まえた海外展開支援が必要。

付加価値創造による生産性向上

生産性の向上と地域活性化を図っていくため、中小企業は付加価値の創造の原動力となることが強く期待されている。付加価値の創造とは人々の切実なニーズに对应していくということである。アジアを始めとした新興国マーケットの拡大、食の安全・安心、高齢者福祉、地球環境問題など、新たな対応を求めるニーズの増大は、中小企業にとつてもビジネスチャンスとなり得る。

今後、中小企業が時代のニーズを捉えて新たな付加価値を創出していかどうか、そしてそれにより中小企業で働く労働者の所得が増大し、家計消費が増大し、そのようにして創出された新たな需要が、中小企業がさらに付加価値を生み出すことを可能とする、という好循環を作り出していかどうか、我が国は大いなる試練の時を迎えていると言えよう。

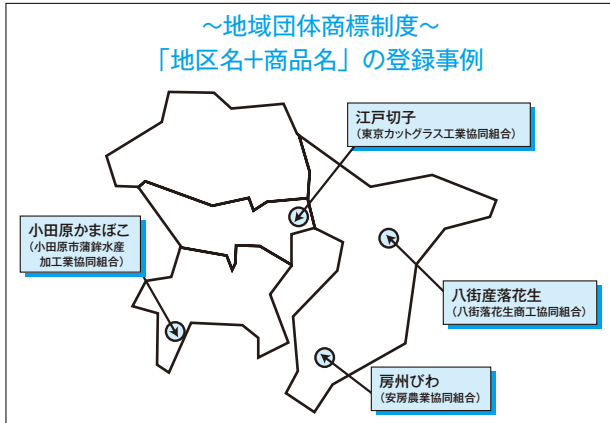
「インサルト」の目

「ブランド」いろいろ 経済学

地域を磨く！ 地域ブランドでまちおこし

注目される地域ブランド

千葉県内の産業の中でも特に農業や水産業においては、その地域の特性を活かして、付加価値の高い商品づくりに取り組んでいる。その動きは地域ブランドを確立することで、活路を見いだそうとしている。



千葉県の八街産落花生、中でも『半立(はんだち)』は、一キロ五〇〇円であるが、中国産の落花生は一キロ五〇〇円で買える。中国産の落花生と八街産のそれでは、どこがどれだけ違うのだろうか。

地域ブランドが注目されている背景として、国際的な安全化への流れや健康、本物志向といった消費者ニーズの高まりがある。インターネットを使えば、消費者と生産者が双方向的にコミュニケーションできる。つまり「ワン・トゥ・ワン」の関係が実現し、それをフォローするかのよう小口物流システムも可能となり、代金回収も容易になった。このような環境変化の中で、小規模な産地、個人の生産者などが全国を相手に商売できるようになったのは有り難いことである。

これもインターネットによる最新かつ詳細な情報を他のメディア

と比べて圧倒的に安価な価格で情報発信できるようになったことによる。何よりも生産地は地域イメージをブランドとして表現し、PRすることで全国の消費者をターゲットとして、商品を選んでもらえるよう努力しだしたのである。

平成一七年に、従来の商標法が改正され、地域名と商品名からなる商標制度「地域団体商標制度」がスタートし、この動きを後押ししている。

注目される地域ブランド

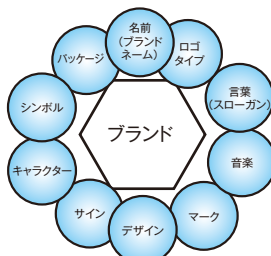
ブランド (brand) という言葉は「焼き印を付けること」を意味しており、自分の牛を他人の牛と区別するための「焼き印」がブランドの起源といわれている。

ブランドは、組織が一方的に押しつけるのではなく、顧客の心の中に築き上げられるものである。従って、ブランドが力を持つのは、ブランド名が心の奥深く刻

み込まれ、他では味合うことのできない独自の世界を持ったときといえる。

例えば、バッグといえは、「ルイ・ヴィトン」と即座に認識する。ブランドが心に浮かべば、「高品質」「ファッション性が高い」「有名人が持っているバッグ」と次々に連想が浮かぶ。ブランドは、そこに約束された価値を顧客が認識する仕組みである。そしてブランド力とは、顧客に価値を認識させる力であり、「選ばれ続ける力」ということができる。

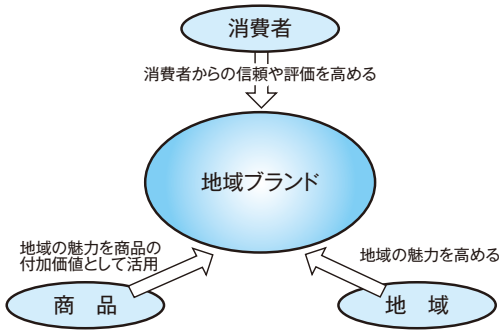
ブランドの意義と機能



●ブランドの三大機能

出所表示機能	誰が製品・サービスの製造者、提供者であるのかを表示
品質保証機能	「このブランドを買えば期待通りの品質が得られます」という保証
情報伝達機能 (または広告宣伝機能)	製品・サービスの情報を伝達し、購買意欲を喚起

地域ブランドに必要な3つの概念



ブランド戦略とは、いかにしてそのブランド力を高めていくかという戦略であり、顧客の視点から自らの存在価値を確認し、ブランドを通じてそれを顧客の心に刻み込むために情報発信や組織運営、事業活動などの行動を見直し、実行していくという一連のプロセスである。

地域ブランドの意義

「ブランド戦略なくして、地域活性化は語れない」という声も聞かれますが、その点、単に地域名を付けて商品を販売するなど、安易な取り組みも多い。

地域ブランドとは、ある地域における商品やサービスなどが、地

域外の消費者から認められ、評価を高めて、地域全体のイメージ向上と地域活性化に結びつけるものである。そのためには、地域の魅力と商品なりサービスが相乗効果を発揮し、強く結びつくことが前提になる。

こうした意味で地域ブランドの取り組みはまず地域の柱となる資源の見直し、つまり『まちの宝物探し』からスタートするべきである。千葉県には、自然や風土に恵まれ、たくさんの観光資源があるが、それを活かすきれていない。海の幸、山の幸も豊富であるが、全国レベルまでそれらの商品価値を高め、地域のイメージアップに貢献しているケースは多いとはいえない。これからは、千葉県発のヒット商品を創るため、それが地域のイメージアップや地域の資源化に結びつく「地域ブランド」づくりを目指すべきといえる。

つまり、地域ブランドとは、地域に対する消費者からの評価であり、地域そのもののブランドと地域の特性を活かした商品ブランドから構成される。大切な点は、これら2つのブランドを高めることにより、地域の活性化、『まちお

こし』につなげていくことである。

地域ブランドをどうつくるか

地域ブランドをつくるうえでその前段階として地域全体で地域ブランドづくりに取り組むというコセンサスづくりが必要である。それには、市町村の主導の下、地域資源を発掘・再評価することが次に、地元の消費者、事業者、さらに、商工会議所、中央会等の指導機関からなる組織を立ち上げることである。

基本的な地域ブランド戦略としては、まず第一に、地域特性、つまり埋もれた地域の宝を掘り起こすことからはじめて、それをうまく取り入れ生産者の論理でなく消費者に顔を向けた商品を創り上げることである。

次に、地域の思いを伝えるプロモーションとして、ネーミング、スローガン、ロゴ、デザインに工夫を凝らして、地域ブランドが全国の消費者に認知され、受け入れられるためにも、視覚的なイメージ戦略が必要となる。

第三に、地域ブランドは大企業と競合しないニッチ市場をター

ゲットとするため、地産地消や、直接販売システムなど、消費者と直結した流通チャネルをつくりあげることである。

地域ブランドは長い時間をかけて築きあげていく地域の資源である。地域ブランドの構築には地元で夢と行動力のあるキーパーソンがいて、その仲間と共に地道な活動ができるか否かにかかっているといえる。

<p>1. 事業環境の現状分析</p> <p>(1) 地域資源を発掘・再評価する。 (2) 事業のキーパーソンを探す (3) 事業環境を検討する場をつくる (4) 事業環境の現状分析に取り組む ① 事業者と業界団体の現状分析 ② ターゲット・市場規模の現状分析 ③ 競合相手との比較分析 (5) 関係者を集めたシンポジウム等を開催する</p>	<p>3. ターゲットの設定と検証</p> <p>(1) ターゲットを設定する 図表：ターゲット設定のための産地のSWAT分析例 (2) 事業展開過程でターゲットを検証する。</p>
<p>2. 戦略の策定</p> <p>(1) 戦略を策定する ① 展開分野・商品の決定 ② ターゲットイメージ把握 ③ 産地の強みの検証 ④ 売上目標・経済波及効果の設定 (2) 事業者間の共同活動に対する合意を形成する (3) ブランドの位置づけを検討する ① 既存商品をまとめる存在としてのブランド戦略 ② 既存商品のリファインの象徴としてのブランド戦略 ③ 産地間マッチングにより生まれた価値としてのブランド戦略 (4) 関心のある事業者を集めて検討組織をつくる</p>	<p>4. ブランドストーリーの構築</p> <p>(1) 地域の歴史や文化、哲学を伝える (2) 時代のニーズを取り込む</p>

（中小企業診断士 大塚慎二）

休眠組合の解散整理 決算関係書類の提出を

組合が正当な理由がないのにその成立の日から1年以内に事業を開始せず、若しくは引き続き1年以上その事業を停止しているときは、行政庁は業務改善命令を経ないで、直ちに解散命令を出せることになっております。

この運用の具体的な判断は、「基準日（今回は平成20年10月1日の予定）から遡って3年間、所管行政庁に対する届出・許認可の申請等が一度もなされていない組合に対して、中小企業等協同組合法第106条第2項の規定に基づく解散命令を発動するものです。

この命令があった場合には、組合は直ちに解散し、解散の登記も行政庁の嘱託によって職権抹消されます。

今年は3年に一度の休眠組合の整理を行なう年です。決算関係書類の提出を怠っていると、行政庁は活動実態のない休眠組合とみなし、解散命令を発する場合がありますので、組合事務局におかれま

しては遺漏なきよう、必ず提出くださるようお願いいたします。

【参照条文】

中小企業等協同組合法

（解散の事由）

第62条 組合は、次の事由によって解散する。

- 一 総会の決議
 - 二 組合の合併
 - 三 組合についての破産手続開始の決定
 - 四 定款で定める存続期間の満了又は解散事由の発生
 - 五 第106条第2項の規定による解散の命令
- （以下省略）

（決算関係書類の提出）

第105条の2 組合は、毎事業年度、通常総会の終了の日から2週間以内に、事業報告書、財産目録、貸借対照表、損益計算書及び剰余金の処分又は損失の処理の方法を記載した書面を行政庁に提出しなければならない。

2 第40条の2第1項の規定により会計監査人の監査を要する組合が子会社等を有する場合には

は、当該組合は、毎事業年度、前項の書類のほか、当該組合及び当該子会社等の業務及び財産の状況を連結して記載した書類を作成し、行政庁に提出しなければならない。

3 前2項の書類の記載事項その他必要な事項は、主務省令で定める。*

（報告の徴収）

第105条の3 行政庁は、毎年1回を限り、組合から、その組合員又は会員、役員、使用人、事業の分量その他組合の一般的情况に関する報告であつて、組合に関する行政を適正に処理するために特に必要なものを徴収することができる。

2 行政庁は、組合の業務若しくは会計が法令若しくは法令に基づいてする行政庁の処分若しくは定款、規約、共済規程若しくは火災共済規程に違反する疑いがあり、又は組合の運営が著しく不当である疑いがあると認めるときは、その組合からその業務又は会計に必要なる報告を徴することができる。

（以下省略）

（検査等）

第105条の4 行政庁は、組合の業務若しくは会計が法令若しくは法令に基づいてする行政庁の処分若しくは定款、規約、共済規程若しくは火災共済規程に違反する疑いがあり、又は組合の運営が著しく不当である疑いがあると認めるときは、その組合の業務若しくは会計の状況を検査することができる。

（以下省略）

（法令等の違反に対する処分）

第106条 行政庁は、第105条の3第2項の規定により報告を徴し、又は第105条第2項若しくは前条第1項の規定により検査をした場合において、組合の業務若しくは会計が法令若しくは法令に基づいてする行政庁の処分若しくは定款、規約、共済規程若しくは火災共済規程に違反し、又は組合の運営が著しく不当であると認めるときは、その組合に対し、期間を定めて必要な措置を採るべき旨を命ずることができる。

2 行政庁は、組合が前項の命令に違反したとき、又は組合が正

■ 組合 Q & A

年 月 日

・ ・ ・ ・ 大臣 殿
 ・ ・ ・ ・ 局長 殿
 ・ ・ ・ ・ 知事 殿

組合の住所及び名称
④

組合を代表する理事の氏名
④

決算関係書類提出書

中小企業団体の組織に関する法律第71条（協業組合は法律第5条の23第6項）において準用する中小企業等協同組合法第105条の2第1項の規定により、下記の書類を提出します。

記

1 事業報告書、財産目録、貸借対照表、損益計算書及び剰余金の処分または損失の処理の方法を記載した書面

2 1の書類を承認した通常総会（通常総代会）の議事録の謄本

商工組合・協業組合用様式

年 月 日

・ ・ ・ ・ 大臣 殿
 ・ ・ ・ ・ 局長 殿
 ・ ・ ・ ・ 知事 殿

組合の住所及び名称
④

組合を代表する理事の氏名
④

中小企業等協同組合決算関係書類提出書

中小企業等協同組合法第105条の2第1項（及び第2項）の規定により別紙の中小企業等協同組合の決算関係書類を提出します。

(添付書類)

(1)事業報告書
 (2)財産目録
 (3)貸借対照表
 (4)損益計算書
 (5)剰余金の処分又は損失の処理の方法を記載した書面
 (6)前各号の書類を提出した通常総会（通常総代会）の議事録（又はその謄本）

協同組合・企業組合用様式

※中小企業等協同組合法施行規則
 (決算関係書類の提出)

第161条 法第105条の2第1項の規定により組合の決算関係書類を提出しようとする者は、様式第30による提出書に、次の書類を添えて提出しなければならない。

一 事業報告書
 二 財産目録
 三 貸借対照表
 四 損益計算書

休眠組合の解散及び決算関係書類の提出については中央会にご相談ください。

指導相談室
 TEL 043・242・3277
 松戸支所
 TEL 047・368・3992

(以下省略)
 一 連結貸借対照表
 二 連結損益計算書
 三 連結剰余金計算書

当な理由がないのにその成立の日から1年以内に事業を開始せず、若しくは引き続き1年以上その事業を停止していると認めるときは、その組合に対し、解散を命ずることができる。

3 行政庁は、組合の代表権を有する者が欠けているとき、又はその所在が知れないときは、前項の規定による命令の通知に代えてその要旨を官報に掲載することができる。

4 前項の場合においては、当該命令は、官報に掲載した日から20日を経過した日にその効力を生ずる。

5 剰余金の処分又は損失の処理の方法を記載した書面
 六 前各号の書類を提出した通常総会又は通常総代会の議事録又はその謄本

2 法第105条の2第2項の規定により会計監査人監査組合が子会社等を有する場合において、当該組合及び当該子会社等の業務及び財産の状況を連結して記載した書類を提出しようとする者は、様式第30による提出書に、それぞれ前項各号の書類のほか、次の書類を添えて提出しなければならない。

次のようになります。

1. 労働者と使用者が、「労働すること」「賃金を支払うこと」について合意すると、労働契約が成立します。
⇒事業場に就業規則がある場合には、次のようになります。

労働者と使用者が労働契約を結ぶ場合に、使用者が①合理的な内容の就業規則を②労働者に周知させていた場合には、就業規則で定める労働条件が、労働者の労働条件になります。

→使用者が就業規則を机の中にしまっていて、労働者が見たくとも見られない場合などは、労働者に周知されていませんので、その就業規則は労働者の労働条件にはなりません。

2. 労働者と使用者が、就業規則とは違う内容の労働条件を個別に合意していた場合には、その合意していた内容が、労働者の労働条件になります。

→事業場に就業規則がある場合でも、労働者のそれぞれの事情に合わせて、労働条件を柔軟に決めることができます。

3. 労働者と使用者が個別に合意した労働条件が、就業規則を下回っている場合には、労働者の労働条件は、就業規則の内容まで引き上がります。

4. 法令や労働協約に反する就業規則は、労働者の労働条件にはなりません。

労働契約を変える場合

■労働者が働いていく中では、賃金や労働時間などの労働条件が変わることも少なくありません。労働条件の変更をめぐるトラブルにならないように、使用者と労働者で十分に話しあうことが大切です。

1. 労働者と使用者が合意すれば、労働契約を変更できます。

2. 使用者が一方的に就業規則を変更しても、労働者の不利益に労働条件を変更することはできません。

3. 使用者が、就業規則の変更によって労働条件を変更する場合には、次のことが必要です。

(1)その変更が、以下の事情などに照らして合理的であること。(①労働者の受ける不利益の程度②労働条件の変更の必要性③変更後の就業規則の内容の相当性④労働組合等の交渉の状況)、(2)労働者に変更後の就業規則を周知させること。

労働契約を終了する場合

■出向、懲戒や解雇については、労働者に与える影響が大きいことからトラブルになることが少なくありませんので、紛争とならないように気をつけましょう。

1. 権利濫用と認められる出向命令は、無効となります。

2. 権利濫用と認められる懲戒は、無効となります。

3. 客観的に合理的な理由を欠き、社会通念上相当と認められない解雇は、権利を濫用したものとして無効となります。

労働契約法が施行されました

就業形態が多様化し、労働者の労働条件が個別に決定・変更されるようになり、個別労働紛争が増えています。この紛争の解決の手段としては、裁判のほかに、平成13年から個別労働紛争解決制度が、平成18年から労働審判制度が施行されるなど、手続面での整備はすすんできました。

しかし、このような紛争を解決するための労働契約についての民事的なルールをまとめた法律はありませんでした。

このような中で、昨年12月に「労働契約法」が制定され、労働契約についての基本的なルールがわかりやすい形で明示され、本年3月1日から施行されましたので、その内容などについてご紹介いたします。

なお、本会ではこの法律の施行に伴い、普及セミナーの開催や専門アドバイザーによる相談等の支援事業を実施します。

■労働契約法における「労働者」とは

使用者の指揮・命令のもとに働き、その報酬として賃金を受けている場合には、「労働者」として労働契約法の対象になります。

→「請負」や「委任」という形式をとっていても、実態として、使用者の指揮・命令のもとに働き、その報酬として賃金を受けていれば、「労働者」になります。

労働契約法の基本ルール

1. 労働契約の締結や変更にあたっては、労使の対等の立場における合意によるのが原則です。
2. 労働者と使用者は、労働契約の締結や変更にあたっては、均衡を考慮することが重要です。
3. 労働者と使用者は、労働契約の締結や変更にあたっては、仕事と生活の調和に配慮することが重要です。
4. 労働者と使用者は、信義に従い誠実に行動しなければならない、権利を濫用してはなりません。

■労働契約は、使用者と労働者がお互いに守らなければならないものです。あとでトラブルになったりしないように、契約の内容をハッキリさせておくことが大切です。

5. 使用者は、労働契約の内容について、労働者の理解を深めるようにしましょう。

→例えば、労働者に労働条件をきちんと説明することなどが考えられます。

6. 労働者と使用者は、労働契約の内容について、できる限り書面で確認しましょう。

→例えば、労使で話し合った上で、労働条件を記載した書面を労働者に交付することが考えられます。

→有期労働契約の場合には、契約期間が終わったときに契約が更新されるかどうかや、どのような場合に契約が更新されるかなど、契約の更新についてもハッキリさせておきましょう。

7. 使用者は、労働者の生命や身体などの安全が確保されるように配慮しましょう。

労働契約を結ぶには

■労働者と使用者が合意すれば、労働契約は成立します。

事業場に就業規則がある場合で、就業規則で定める労働条件が労働者の労働条件になる場合は、

第60回中小企業団体全国大会（宮城県大会）のご案内

本大会は、全国の中小企業団体の代表者が一堂に会し、自らの決意を内外に表明するとともに、国等に対して中小企業振興施策の整備拡充を訴え、組合組織を基盤とした中小企業の安定的発展と豊かな社会の実現を期するものであります。

本大会をより意義のあるものにし、また、来年度は千葉県での開催が予定されておりますので、次期開催県として、より多くの皆様方のご参加をお願いいたします。

I. 大会の概要

- (1) 日 時 平成20年11月20日（木）午後1時30分～午後4時
- (2) 場 所 仙台サンプラザホール（宮城県仙台市宮城野区榴岡5-11-1 TEL.022-257-3300）
- (3) 募集人員 80名（全国で約2,000名）

II. 日 程

11月19日（水）～21日（金）（2泊3日）

次のとおり。なお、道路事情等で多少時間変更になる場合がございます。

◆1日目 [11月19日（水）]	
東京駅 [9:32発]	一ノ関駅 [12:15着]
やまびこ47号 (観光バス) (昼食)	
中尊寺金色堂	前沢牛専門店「牛の里」 [13:00～14:00]
	《奥花巻温泉：大沢温泉「山水閣」泊まり》 [16:30着]
◆2日目 [11月20日（木）]	
「山水閣」 [8:00発]	伊達の牛たん本舗 [11:20～12:20]
(昼食)	
…【「仙台サンプラザホール」全国大会参加】	《伝承千年の宿「佐勘」泊まり》 [16:45着]
[12:45～16:20]	
◆3日目 [11月21日（金）]	
「佐勘」 [9:00発]	仙台駅 [14:13発]
(昼食) やまびこ216号	
松島・五大堂 …… 瑞巖寺 …… 松島蒲鉾本舗	東京駅 [16:44着]
[11:30～12:30]	

III. 参加費

1人当たりの参加費

- A：93,000円（2泊3日：全行程 *大会参加費、交通費、宿泊費、懇親会費、観光費用等を含みます。）
- B：57,000円（11/19～20の1泊2日：大会までの同行）
- C：63,000円（11/20～21の1泊2日：大会からの同行）
- D：4,000円（*大会参加のみ）

IV. 申し込み

- (1) 先にご案内した「大会参加申込書」にてお申し込みください。
- (2) 申し込み期限 平成20年7月31日（木）
- (3) 問い合わせ先 本会総務部 TEL.043-242-3277

第61回中小企業団体全国大会（千葉県大会）の概要

わが国経済は6年を超える景気回復局面にあるにもかかわらず、多くの中小企業では景気回復の実感に乏しい状況にあります。また、サブプライム住宅ローン問題に伴う世界経済の減速懸念と原油や穀物価格の高騰が内外経済に与える影響、さらには少子高齢化・人口減少の急激な進行という長期的・構造的な変化によって、先行き不透明感を増しております。

このような環境の中にあつて、経営資源に制約のある中小企業が生き残り健全な発展を遂げていくためには、個々では解決の困難な課題も多く、協同組合を中核とした連携のネットワークを活用して、新たな付加価値を創造していくことが肝要かと存じます。

来年千葉県で開催される全国大会は、変革期を迎えている我が国経済の現状に対して、全国の中小企業団体の代表が一堂に会し、中小企業の総意を内外に表明するとともに、国等に対して中小企業振興施策の充実強化を訴え、組合等の連携組織を中核とした中小企業の安定的な発展と、豊かな社会の実現を図ることを目的に開催されるものです。

今年の通常総会で開催が決定しましたので、その概要をお知らせいたします。

I. 期日及び場所

1. 日 時 平成21年11月19日（木）午後1時30分
2. 場 所 千葉市美浜区 幕張メッセ「イベントホール」
3. 参加者 約3,000名
4. 来 賓 内閣総理大臣、関係大臣、政党代表、中央関係機関の長、千葉県知事、千葉市長、千葉県内関係機関の長
5. 大会内容 (1)議 事 ①議案審議、②意見発表、③決議
(2)宣 言
(3)祝 辞
(4)表 彰 ①優良組合、②組合功労者、③中央会優秀専従者

II. 大会参加料 1人 4,000円

III. 主催 全国中小企業団体中央会 / 千葉県中小企業団体中央会

IV. 後援及び協賛（予定）

1. 後 援 経済産業省、農林水産省、厚生労働省、国土交通省、総務省、中小企業庁、関東経済産業局、千葉県、千葉市、千葉県市長会、千葉県町村会、千葉県商工会議所連合会、千葉県商工会連合会、関東甲信越静ブロック中小企業団体中央会
2. 協 賛 商工中金、日本政策金融公庫、中小企業基盤整備機構、勤労者退職金共済機構、雇用・能力開発機構、全国中小企業取引振興協会、全国信用保証協会、千葉県産業振興センター、千葉県経営者協会、千葉県経済同友会、千葉県銀行協会、千葉県信用組合協会、千葉県信用金庫協会、千葉日報社、日本経済新聞社、朝日新聞社、読売新聞社、毎日新聞社、日刊工業新聞社、千葉テレビ放送

情報連絡員報告を中心とした
県内の中小企業動向
4月

■味噌製造 **【県内全域】**

1月〜3月出荷累計は575ト
ンで前年比87%となった。暮れに
値上げを見越しての駆込需要が影
響しているのではないかと。

■めん類製造 **【県内全域】**

昨年度は55年ぶりとなる麦制度
の改正と、それにあわせて24年ぶ
りとなる小麦粉価格の値上げが実
施された(年2回)。石油関連資
材の高騰と共に収益悪化の要因と
なっている。

第二年度目となる今年度は、政
府売り渡し麦価が4月1日に30%
引き上げられ、主原料である小麦
粉価格が4月20日を過ぎてから連
動し値上げされた。2年連続の製
品価格への転嫁で苦闘している。

■繊維製品製造 **【千葉・東京】**

婦人スカート、パンツが全く動
かず、ワンピース関係だけが動い
ている状況。全体的に勝ち組、負
け組みがはつきりしていた。

■製材 **【県内全域】**

在来工法から欧米型の家に変
化、さらに新建材が増加し、国産

材そのものが減少、さらに新築着
工数の大幅減により工務店大工が
苦闘している。

■印刷 **【県内全域】**

昨年は選挙関連の特需があった
が、今年の4月はそれもなく、世
間の景況を反映して盛り上がり
欠けている。

相変わらず価格破壊による安値
競争が激しい。地区の民間企業や
自治体も財政状況が悪いので、ど
うしても価格優先の発注になる。

■生コン製造 **【県内全域】**

前月比微増ではあるが、年度末
としてはきわめて悪い。前年比
74.6%と、年度末としては最低
の水準になってしまった。

■電気鍍金 **【県内全域】**

受注量は前年度比では増、前月
比では不変であるが、原材料の高
騰で先行きが不安。

■鉄工 **【千葉】**

米国景気、円高、原油・原材料
高懸念要因が多く近時の景況感
悪化は著しい。

■機械部品製造 **【野田】**

販売価格の上昇は、資材値上が
りの転嫁分であり、収益状況は依
然厳しい。

■石油製品製造 **【富津他】**

全国的にバイオエネルギーに關
しての動きはあるが、まだまだ先
への見通しは難しい。

■食肉卸売 **【千葉他】**

石油値上げは続く一方で、経営
は悪化の方向へ変化している。

■建築材料卸売 **【県内全域】**

官民共に需要が極端に減り、建
築基準法改正の影響だけでなく需
要回復のメドがたたない。

原燃料高騰のため、値上げは浸
透しているがコストアップはそれ
以上に、流通関係は売り先の与信
不安と資金不足問題が懸念化さ
れ、零細建材店の廃業・倒産が顕
在化している。

■自動車解体 **【県内全域】**

金属スクラップの高騰により売
上げはやや伸びているものの仕入
れの価格競争が厳しいため、収益
面でも厳しい状況。

■小売 **【柏】**

見切り品を中心に、低価格のも
のが売れているが、消費者の購買
意欲は低い。先行きが不透明。

■小売 **【東金】**

原材料の値上げ等で、価格が上
がっている商品もあり、消費意欲
の減退が売上に影響している。

■小売 **【野田】**

食品原材料価格の急騰を背景に
今春、やむを得ず飲食店が値上げ
に踏み切ったが、客数、客単価と
もに低下し、売上が悪化している。

■小売 **【天網白里】**

悪化している。4月から小売価
格の上昇が多く目に付く(飲食も
含めて)。

■電気機器小売 **【県内全域】**

引き続き低調。

■自動車自転車小売 **【県内全域】**

新学期と重なり、売り上げが順
調ではあるが、少子化の影響で台
数の減少は仕方ない。

■農業機械販売整備 **【県内全域】**

穀物をはじめ農産物の国際価格
上昇。

■小売・サービス **【銚子】**

天候が悪く、客足が鈍い。イベ
ントの来街者は増えるが、個店の
売り上げになかなか結びつかない。

■建設揚重 **【県内全域】**

稼働率は地域差が出ているが、
全般的には低迷。

■自動車一般整備 **【柏】**

原油価格の高騰に伴い原材料価
格が上昇し経営を圧迫している。

■遊覧船 **【鴨川】**

燃料費の不安定な状況にあり、
なかなかうまく対応できない。

■学習塾 **【県内全域】**

大きな変化はない。ただし、徐々
に大手が中小塾の縄張りに進出し
つつある。個別指導や少人数教室
の展開、それに学力下位層の取り
込みなど。

■土木建築サービス **【県内全域】**

公共事業費の削減と制度改革等
により、年々売上げが落ちている。
組合事業も多くを見込めないた
め、脱退組合員が今後も想定され
る。

組合員数の減少(14社)で賦課
金収入が減少。見積もり技術の向
上等、原点に回帰して活動中。

■ソフトウェア **【千葉】**

じわじわと悪化が進んでいる。

■貨物運送 **【野田】**

ガソリン税による混乱があり、
厳しい日々になりそう。

■貨物運送 **【野田】**

ガソリン税による混乱があり、
厳しい日々になりそう。

■貨物運送 **【野田】**

ガソリン税による混乱があり、
厳しい日々になりそう。

■貨物運送 **【野田】**

ガソリン税による混乱があり、
厳しい日々になりそう。

■貨物運送 **【野田】**

ガソリン税による混乱があり、
厳しい日々になりそう。

■貨物運送 **【野田】**

ガソリン税による混乱があり、
厳しい日々になりそう。

■貨物運送 **【野田】**

ガソリン税による混乱があり、
厳しい日々になりそう。

■貨物運送 **【野田】**

ガソリン税による混乱があり、
厳しい日々になりそう。

■貨物運送 **【野田】**

ガソリン税による混乱があり、
厳しい日々になりそう。

お知らせ

平成20年度情報連絡員委嘱

本会では、県下の中小企業の動向を的確に把握するため、本年度の50名を情報連絡員に委嘱した。毎月提出される調査報告は本誌に掲載される他、関東財務局千葉財務事務所、千葉県、全国中央会に報告され、施策立案等の参考にされている。

※は景況調査員を兼務。

製造業

- 【食料品製造業】
- ▼相澤勝（千葉県学校給食パン・米飯（協）事務局長）※▼辻村良輔（千葉漬物工業（協）顧問）▼入江順（千葉県味噌工業（協）事務局長）▼小倉次郎（千葉製麺工業（協）事務局長）▼山口利夫（銚子水産加工連（協）代表理事）※
- 【繊維・同製品製造業】
- ▼藤間健史（千葉県テントシート工業組合代表理事）▼大岩勲（デザインクリエイションT.O.Y.O（協）代表理事）
- 【木材・木製品製造業】
- ▼榎戸和子（千葉県木材市場（協）統括マネージャー）▼島津善郎（木

更津木材港団地（協）事務局長

印刷業

▼日暮秀一（千葉県印刷工業組合代表理事）※

窯業・土石業

▼関守男（千葉県生コンクリート工業組合専務理事）

鉄鋼・金属製造業

▼金子淑彦（千葉県鍍金工業組合常務理事）※

▼長沢啓司（千葉県鉄工業団地（協）専務理事）▼八重櫻良一（野田工業団地（協）専務理事）

鉱業・採石業

▼中山正（千葉県採石事業（協）事務局長）▼竹内良司（千葉県土砂事業（協連）事務局長）

化学ゴム製造業

▼坂本悟（千葉バイオ・エネルギー（協）事務局長）

非製造業

卸売業

▼田口幹弘（船橋総合卸商業団地（協）事務局長）▼西芳秀（県南畜産処理事業（協）専務理事）▼深山貴道（千葉県資源リサイクル事業（協連）事務局）※▼平井正樹（千葉県セメント卸（協）専務理事）▼木内俊之（千葉県自動車

解体業（協）代表理事

小売業

▼寺林幹雄（柏駅前第一商業（協）顧問）※▼斉藤博（千葉県電機商業組合代表理事）※▼藤井芳夫（千葉青果商業（協）代表理事）▼榎幹男（協）大網白里ショッピングセンター事務局

▼戸田信毅（千葉県中古自動車販売商工組合事務局）▼家村吉隆（協）東金ショッピングセンター事務局

▼野田シヨック（協）野田ショッピングセンター事務局

▼大海岸清寿（千葉県農業機械商業（協）事務局）▼斉藤喜代美（千葉県自転車軽自動車商（協）事務局）

商店街

▼佐々木秀夫（谷津サンプラザ商店街（協）代表理事）▼宮内庄一（銚子銀座商店街（振興）副理事長）

サービス業

▼桐谷尚登（千葉県自動車整備商工組合事務局）▼渡辺峰広（柏市自動車（協）事務局長）▼渡辺和俊（千葉県クレーン建設重機（協）事務局）※▼柏崎孝司（千葉県自動車車体整備（協）事務局）▼稲葉靖（小湊旅館業（協）代表理事）▼広瀬捷征（小湊妙の浦遊覧船（協業）事務局）▼平井亜

里（千葉県廃棄物リサイクル事業（協）事務局）※▼皆倉宣之（千葉学習塾（協）理事）▼伊藤克義（千葉県測量設計事業（協）専務理事）

▼岸光雄（千葉県ビルメンテナンス（協）総務部長）▼古山明（協）シー・ソフトウェア副理事長）※

建設業

▼長谷川邦夫（千葉県水道管工事（協）事務局次長）▼海保智行（千葉県建設業（協連）常務理事）▼鹿野新一郎（浦安建設（協）代表理事）※▼山中則子（協）千葉県電設協会事務局）※

運輸業

▼石川雅浩（協）システムネット北千葉専務理事

貿易業

▼樽貝孝二郎（千葉県貿易（協）常務理事）

金融検査マニュアルの説明会講師派遣のご案内

中小企業金融の円滑化に資するために「金融検査マニュアル別冊（中小企業融資編）」の趣旨について、金融検査における事例を紹介しながら説明します。
ご照会いただければ無料で講師を派遣いたします。

時間は30分〜60分。

お問い合わせ先

関東財務局千葉財務事務所理財課
Tel 043・251・7214

インターンシップ受入れ企業募集

インターンシップとは学生が在学中に自分の専攻に関連する企業に体験入社する制度です。この制度は大学や高専学生等を対象に、夏休み等を利用して通常1〜2週間程度実施されるものです。

これにより次代を担う学生の勤労観や就業意識を高めるとともに、受け入れ企業にとっては①職場の活性化②学校とのコミュニケーション③企業のPR効果などが期待できます。

組合の会員企業で受け入れられる良いところがありましたらご連絡ください。

お問い合わせ先

◎お問い合わせ先
（社）千葉県経営者協会
Tel 043・346・1158

中央会人事

退職（4月30日）
▼金子友樹連携支援部主事商業文援グループ