

第53回通常総会

本会は5月22日、千葉市内において、第53回通常総会を開催した。

議案は①平成20年度事業報告書及び決算報告書の承認について②平成21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の決定について③常勤役員報酬の決定について④定款の一部変更について⑤任期満了に伴う役員改選についてが上程され、いずれも原案通り承認・可決決定した。

また、役員改選では次のように新執行部が誕生した。

- ▽会長 坂戸誠一（千葉鉄工業団地（協））
 - ▽副会長 篠原敬治（ふなばしインタックス（協）） 中嶋敏夫（千葉県測量設計事業（協）） 塚本福二（千葉県セメント卸（協））
 - ▽専務理事 佐藤敏雄（本会）
 - ▽常務理事 伊東雄二（本会）
- いずれも重任。

全国大会第1回実行委員会

本会は5月8日正午より、千葉市内において、中小企業団体全国

大会（千葉県大会）第1回実行委員会を開催した。

これは、今年11月19日に幕張メッセで開催される全国大会の準備状況の報告と今後の進め方について検討したもの（全国大会の概要は12頁参照）。

正副会長会議・理事会

本会は5月8日午後2時30分より、千葉市内において正副会長会議を開催、引き続き午後3時から、平成21年度第1回理事会を開催した。これは、5月22日開催の通常総会の提出議案について審議したもので、いずれも原案どおり決定し、通常総会に上程されることになった。

連携組織活性化研究会・組合等新分野開拓支援事業の対象組合決定

この事業は中小企業や組合等が抱える問題や諸課題について、企業の個別対応策や組合等による組織対応策を検討し、中小企業の持続的成長に資するための自主的な研究会を支援するもので本年度は次の組合等が対象に決定した。

連携組織活性化研究会

▽千葉県旅館・ホテル生活衛生同業組合▽千葉県自転車軽自動車商（協）▽九十九町商店街（協）

▽（協）一宮スタンプ会▽館山市商業（協）▽千葉県自動車解体業（協）▽（協）シー・ソフトウェア

▽江戸川台駅前商店街（振興）▽浦安魚市場（協）▽千葉県印章（協）▽千葉県青果商業（協連）▽（企）

労働船橋事業団▽千葉県測量設計事業（協）▽千葉県中央電気工事業（協）▽（企）ワーカーズ・コレクティブ・ハープ▽野田市鉄工業（協）▽千葉県電設資材卸業（協）

▽千葉県解体工事業（協）▽千葉県クレーン建設重機（協）▽流山工業団地（協）▽君津市測量設計業（協）▽千葉県学校給食パン・米飯（協）▽葉っぱや（協）▽千葉県軽印刷業（協）▽松戸テクノプラザ▽柏市沼南商工会異業種交流会

▽組合等新分野開拓支援事業

▽千葉県学習塾（協）▽千葉県印刷工業組合

▽千葉県印刷工業組合

▽千葉県印刷工業組合

▽千葉県印刷工業組合

▽千葉県印刷工業組合

▽千葉県印刷工業組合

▽千葉県印刷工業組合

▽千葉県印刷工業組合

▽千葉県印刷工業組合

エンザ対策に関する行動計画」を公表した。

残念ながら国内での新型コロナウイルスエンザ感染が拡大する事態になり、同庁では、中小企業者に対し、行動計画を踏まえ、厚生労働省、外務省等から示される新型コロナウイルスエンザに関連する情報等を注視し、取引先等とも密接に情報交換を行うとともに、職場での感染防止並びに重要業務の継続及び不必要の業務の縮小等に備えた対策を講じるよう求めています。

【対策1】最新の情報を入手

国の新型コロナウイルス対策の取組みや、新型コロナウイルスの発生状況、医療などの公共サービスに関する正しい情報を、国や県等のHPなどから入手し、全従業員に周知しておくことが重要。

【対策2】大流行に備えて、BCPの策定

BCP（事業継続計画）は本誌06年5月号、08年7月号参照）とは、企業が自然災害や新型コロナウイルスの大流行などの緊急事態に遭遇した場合に、中核となる事業の継続あるいは早期復旧を可能とするためには、平常時に行なうべき活動や緊急時における事業継続の

ための方法、手段などを取り決めておく計画のことです。

新型コロナウイルスが発生した場合、従業員の欠勤や取引先の休業、原材料の不足など、企業活動への影響が想定されています。こうした企業活動への影響を最小限にとどめるためには、流行時における事業運営体制などを検討し、BCPとして取りまとめおくことが重要です。

【対策3】感染防止策の検討

新型コロナウイルスの場合、従業員や顧客など、人への被害が重大となります。こうした被害を軽減するために、新型コロナウイルスに対応したBCPの策定においては、感染防止対策をしっかりと行なうことが前提となります。

【お願い】感染情報の報告

組合傘下の各事業者に対して、事業上の感染機会を減らすための工夫の徹底と傘下企業の従業員に感染者が出た場合などの情報については、経済産業省に報告するよう要請がありましたので、そのときは本会までご連絡ください。

◎新型コロナウイルス等感染症相談窓口（厚生労働省）

TEL 03-3234-3479

09年版 中小企業白書発表

政府は4月24日「イノベーションと人材で活路を拓く」を副題とする09年版中小企業白書を閣議決定し、公表した。これは、中小企業基本法に基づき、政府が毎年中小企業の動向を国会に提出するもので、今年で46回目。

今年の白書は、08年度の動向を振り返った後、かつてない内外需の減少の中で、変化した市場ニーズに対応する製品・サービスの開発供給、販路開拓等、イノベーションの実現に取り組んでいくことが重要だとしている。

今月号と来月号で白書の中心部分である第2章、第3章及びまとめをお伝えします。

以下は第2章「中小企業による市場の創造と開拓」の概要。

中小企業による市場の創造と開拓

□ 中小企業のイノベーション

(1) 中小企業にとってのイノベーションの重要性
中小企業が売上げの維持・拡大

を図るためには、市場環境の変化に対応し、製品・サービスの開発等に不断に取り組むことが重要と考えられる。実際、新製品の割合が一定程度高い中小企業は、売上高が増加している企業が多い傾向。

イノベーションの実現のための要素の一つで、経年的なデータがある研究開発費（新技術の開発だけでなく製品の改良等も含む）で見ると、研究開発費が大きい中小企業は、景気の拡張期、後退期にも利益率が高い傾向。

また、過去の景気後退局面でも、中小企業の研究開発費の売上げ高比率は低下しておらず、厳しい状況下でも、将来を見据えた研究開発活動に努力している姿がうかがえる。

(2) 中小企業のイノベーションの特徴

徴 中小企業にとってのイノベーションは、研究開発を通じた技術革新だけでなく、創意工夫、ひらめき等をきっかけとした新たな製品・サービスの開発、生産方法の改善、販路の開拓など、自らの事業の進歩を実現することを広く包含。

日頃からビジネスの種を探した

り、生産工程の改善や経営資源の有効活用を考える中で生れたアイデアや創意工夫が、イノベーションのきっかけとなった例も多い。

中小企業がイノベーションの実現のために重視して行なっている取組みについては、大企業と比べると、経営者のチャレンジ精神、創意工夫、素早い意思決定など、経営者のリーダーシップが重視されているのが特徴。

中小企業はニッチな市場でイノベーションの担い手として活躍している傾向がある。

(3) イノベーションが活発な分野での中小企業の役割

環境、バイオ、IT、医療・福祉等の成長分野でも、中小企業の役割は重要。

中小企業の設備面の省エネ対応（プロセス・イノベーション）は、資金不足のために十分行なわれていない。国内CDM(Clean Development Mechanism)の推進等による省エネ対応の促進が期待される。

(4) 中小企業の強みと収益力

中小企業は、その強みを「経営者と社員との連帯感」、「個別ニーズにきめ細かく応じる柔軟な対応力」、「経営における迅速かつ大胆

な意思決定能力」等と認識。

実際、中小企業の上位12%の利益率は、大企業の上位12%の利益率を上回る。中小企業は、強みを活かすことを通じて、高いパフォーマンスをあげることができる潜在力を有する。

□ イノベーション実現に向けた
ニーズの把握と市場の開拓

(1) 新たな製品等のニーズ把握の重要性

中小企業は、新たな製品・サービスや技術に関するアイデアや発想の源泉として、自社の技術シズよりも顧客のニーズを重視している。

革新的なアイデアや発想を得るため、中小企業は販売先との連携を重視している。

(2) モノ作りとサービスの連携の重要性

顧客ニーズの把握のため、中小製造業者がサービス分野（小売・卸売・サービス業）への参入を通じて多角化戦略をとる動きも見られる。

サービス分野へ参入する理由としては、「事業の多角化の一環」という理由に次いで、「自ら顧客へ販売する手段を持つ」という理由が

多く、また、販売手段の獲得やニーズの汲み上げを目的として参入した企業はヒット商品を生む傾向。

(3) 農商工連携の重要性

食料品製造業を営む中小企業のうち、サービス分野へ参入している企業は、中小企業全体の平均よりも多い。参入の理由も「自ら顧客へ販売する手段を持つ」が多い。

食料品製造業を営む中小企業は、農商工連携に向けて、農林水産業者と連携の目的として、「地域ブランドの形成」、「原材料の確保」のほか、「トレーサビリティの実現」を掲げており、食の安全や消費者の信頼の確保への対応も意識されている。

農商工連携の取組みは、地元の農産品を有効活用したのから、製造業者の技術の活用等、農林水産関連の事業モデルを革新する本格的なものまで幅広いが、食の安全等を含めた消費者ニーズに的確に対応するための取組みが重要である。

(4) ITの活用による顧客開拓の重要性

中小企業が取引先を拡大していく手段として、ITの活用も重要。実際、電子商取引のメリットとし

て、「取引コスト削減」を上げる中小企業が最も多いが、次に「新たな顧客の開拓」が多く、従業員規模が小さい企業ほど多くなる。

(5) 海外市場の開拓の現状と課題

中小企業による海外展開は01～06年にかけて2割増加して7551社に達している。海外進出の目的は、コストダウンが最も多いが、現地における市場開拓・販売促進を目的としたものが多い。

主として中小企業が製造している製品の輸出はアジア向けが多い。減速しつつも、なお成長を続けるアジア市場を含め、海外市場の開拓は中小企業にとって重要。

中小企業が直接輸出（自らの名義で通関手続きを行なったもの）を行なう理由は、ニーズや情報を直接把握でき、フィードバックを期待できることにある。現在、外需が減少している中、海外市場で売れる商品を作っていくためには、変化しているニーズの把握が一層重要となっており、中小企業が直接輸出を行なうことへの支援も重要。

中小企業は、関税の引き下げ、模造品取締りなどの知的財産権保護強化等が海外市場の開拓等に

とって有効と考えている。こうした措置を含め、中小企業が海外市場の開拓に積極的に取り組むことができる環境整備が重要。

□イノベーションを支える経営資源を巡る現状と課題

(1) 知的財産の保護・活用の現状と課題

中小企業は、特許出願に対して「特に方針は決めていない」としている企業が多いが、中小企業も、知的財産の創出・保護・活用への戦略的取組みが重要と考えられる。

また、中小企業は大企業に比べて特許出願を絞り、営業秘密とする傾向がある。その理由として、技術流出につながる恐れがあることのほか、コスト負担の大きさを中小企業は挙げている。

売上・収益の向上につながった商品（ヒット商品）を有する中小企業は、特許権の早期取得が業績の向上に大いに繋がったと考える企業が多い。模造品の排除のみならず、信用力の獲得や顧客開拓などの効果も見据えた、戦略的な対応が重要。

中小企業は技術移転に対して関心の少ない企業が多いが、大学、試

験研究機関、大企業からの技術移転に関心を持つ企業も2割存在。

実際、TLOからの技術移転先は中小企業が約半分を占める。いわゆるオープンイノベーションに向けて中小企業による積極的な取り組みも期待される。

(2) イノベーションを生み出す人材の現状と課題

中小企業は、技術・技能人材に求められる知識・能力として、顧客ニーズを的確に把握し、製品設計化する能力や革新的技術を創造していく能力の重要性が高まっていると考えている。

(3) 研究開発に要する資金調達を巡る現状と課題

中小企業のライフステージ毎の課題を見ると、成長初期の中小企業は資金調達の確保を最大の課題として挙げている。

新たな事業に対し、金融機関が円滑に資金供給を行なうためには、金融機関の目利き能力が重要。そのための課題として、職員の研修・能力開発支援や各事業分野に詳しい人材がいる業界団体との連携、外部評価機関との連携を促進していくことが重要。

「ユニクロ」の目

〈価格決定 いろいろ経済学〉 お客様目線を意識した価格戦略

原宿ファーストファッション戦争

アメリカ発の経済不況は、私達の生活を直撃し、デパートや高級ブランド店の売上の減少は目を覆うばかりである。そんな中、ファーストリテイリングが運営するユニクロは今三月期決算で連続最高益を更新した。

この一人勝ち牙城に挑戦するかのように、米ロスアンゼルス発のカジュアル衣料「フォーエバー21」が日本に上陸し、原宿に一号店をオープンした。このブランドは今はやりのセレブ風カジュアルが特徴で、派手な色や柄が多く、最先端のファッションが驚くほど安く



買える。一万円あれば、服からバッグ、靴まで全身そろうというのがミソである。品揃えは常にトレンドを意識して売り切れ御免の回転主義。ベーシックで機能的なデザインが多いユニクロとは、また違った魅力がありそうである。

流行の服を安く大きなロットで生産し、短期で売りさばくため、ファーストフードにちなんで、「ファーストファッション」と呼ばれている。フォーエバー21の隣には、昨年旋風を巻き起こしたスウェーデンのH&Mが旗艦店を構えており、周辺にはスペインのZARAや米国のGAPなど、ユニクロの明治通り沿いの店舗を包囲しているように見える。

ユニクロ対しまむら

郊外に目を移せば、衣料チェーン「しまむら」がユニクロと競っており、オバちゃん向けの安い服というイメージから、ファースト

ファッションに転機を図ろうとしている。

事実、しまむらの服は地方の子高生には人気があり、十代から二十代の女性で、しまむらで買った洋服でコーディネートしている人を「しまむら」と呼んだりしている。日本の全都道府県に店舗を持つ強みを活かし、衣料品を安価に提供するスタイルがしまむらの強みなのである。アパレル業界の売上第一位を占めるユニクロの年商は五二五二億円であり、第二位のしまむらは四一〇九億円である。ユニクロに追いつこうとしまむらはそのCM活動や品揃えにおいて若者向けをねらった企画を持ち出している。このためブラウス一八九〇円など、従来より高めの商品を多く揃えた店の出店を始めたのだが、客離れを招く原因になっているようである。

これに対し、ユニクロでは、低価格衣料の新ブランド「gu（ジー

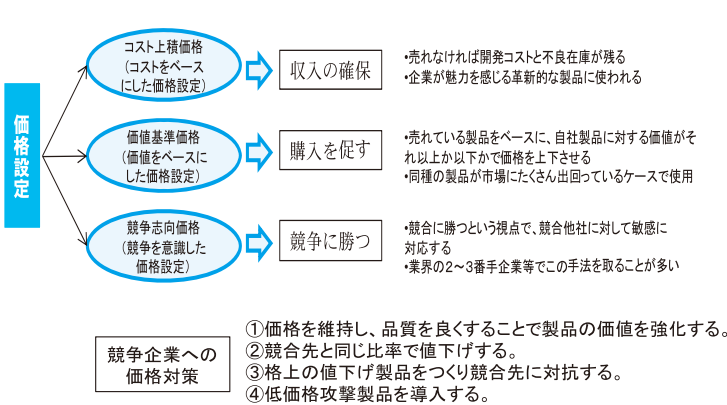
ユー）」を展開し、九九〇円のジーンズを発表するなど業界に大きな衝撃を与えている。

製品価格の決め方

「まさに、九九〇円のジーンズを売って儲けられるのか？」という疑問が湧いてくるほどの安さなのである。

このように、ライバル社に対して、新製品をいくらで売るかという価格設定は、企業の盛衰にも影響する重要な戦略といえる。他のライバル社と比較すると安ければ安いほど良いわけだが、あまり安く設定すると利益率が悪くなり、せっかく儲けられたかもしれない利益をまるまる失うことになる。一方、マーケットシェアとのからみで考えると、市場を十分に調査し、自社のダイナミックな競争力を考えながら、価格をつけていかなければならない。

商品価格は需要と供給との関係



で決まってくるが、大きく分けると次のように三つの考え方があり、「コスト上積価格」とは、製造原価と一定の割合を加える方法であり、「価値基準価格」とは、顧客の感じる感に基づいた価格をまず設定し、コスト配分を考える手法である。「競争志向価格」とは、競争企業が同様の製品につけている価格を参考に、自社の製品価格を設定する方法である。このように企業は、

市場を見極め、有効な価格戦略を模索しているのである。

多様な価格設定の方法

■新製品の価格設定

新製品の価格設定には二つの方法がある。その一つは、上層吸収価格設定と呼ばれるもので、その製品を開発するためにかけたコストを早く回収するため、価格設定を高くし、高水準の利益を確保し収益面で優位に立とうとする考え方である。二つ目は、市場浸透価格と呼ばれ、新製品を市場に導入する際に多くの人に購入してもらうため、できるだけ低い価格に設定するやり方である。

■心理的価格設定

消費者は、いろいろな価格に對

心理的効果を狙った価格設定	
端数価格	端数をつけることによって、その価格差以上に安いというイメージを与える価格。 ・980円
均一価格	特定の商品をグループ分けし、一定の金額に統一して価格を設定する。同一価格帯の商品を組み合わせて考えることがポイント。 ・1000円均一セール
セット価格	単一価格と複数価格に差をつけるような価格設定方法。 ・一着3万円のスーツが2着セットで5万円

応じた多様な心理や購買行動を持つている。このため消費者の心理面での反応に基づいた価格を決める手法として、端数価格、均一価格、セット価格を取り入れている。

■時間軸による価格設定

価格は常に流動的に考えることが求められており、時間軸により価格を変えることも必要である。スーパーマーケットでは生鮮食品は閉店間際には安くなるし、デパートでも夏物衣料は七月に入ればバーゲン価格となる。航空運賃は一ヶ月前の発売では半分も安くなるケースもみられる。また、旅館やホテルの宿泊代は週末の料金は平日より高く設定されている。

価格戦略はポジショニングから

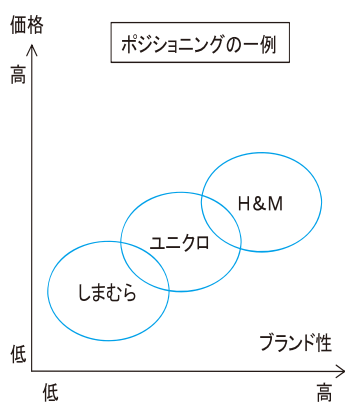
それでは、理論的な価格戦略の話はこれくらいにして、ユニクロに対するしまむらの価格戦略に戻ってみよう。

しまむらは、ユニクロを意識して若者志向の商品を増やした結果、低価格路線に支障を来している。

お客様の目線としては、しまむらは安くてそこそこの衣料品を売っている店なのである。ユニクロのような都会的なセンスでなく、

地方のオバちゃんに頼りにしている店がしまむらなのである。

こう考えると、しまむらの最も得意とするドミナント(領域)に対し、無理のない低価格路線を継承していくべきといえる。ユニクロの九九〇円ジーンズに打ち勝とうとして、いたずらに安売り競争に巻き込まれても意味がない。競合店が仕掛けてくる安価攻勢に対する対処としては、ポジショニングの再検討が必要である。ポジショニングとは、対象市場を想定し、その市場内で活動している競争相手を検討し、自社の優位性を発揮できる場所を確保することである。そのうえで消費者の目線を意識した価格を打ち出して行くことが大切なのである。



(中小企業診断士 大塚慎二)

組合 Q&A

理事会

理事会の性格と権限

理事会は、理事によって構成される必要合議機関であり、定款の定めをもってしても、これを廃止することはできません。

また、理事会は、一定の手続きを経て開催してはじめて成立し、会議の終了と同時に消滅するものであり、常置機関ではありません。理事会は組合の業務の遂行を決定する権限を有しますが、決定した事項の遂行は、理事会において選任された代表理事が行ないます。理事は理事会の構成員となつて、主として理事会の議決を通じてのみ理事としての職務を遂行することになります。

理事会の審議事項は、法または定款で定めるもののほか、総会の議決した事項の個々具体的な業務遂行に関する一切の事項です。

理事会の開き方

理事会の開催

理事会は、理事長が必要と認められた場合に開催するのが一般的ですが、毎月とか四半期に1回とか定期的に開催している組合もあります。

開催頻度について標準的なものはありませんが、組合事業の状況を理事が十分認識でき、組合業務の意思決定を行なうに際して間違いのないように情報の伝達が行なえる回数が目安になるうかと思われれます。したがって、協業組合のように経済活動を活発に行なう組合では、比較的多く開催する必要があります。がでてくるものと思われれます。

招集

理事会は、各理事が招集することができるようになっていますが、定款において招集権者を定めたときは、その者が招集者となりますが、ふつうは代表理事が招集者となる場合が多いようです。

また、招集者を定めている場合であつても、他の理事は、議題を記載した書面を招集権者に提出して、理事会の招集を請求することもできます。なお、招集を請求し

た日から5日以内に招集者が招集通知を発しない場合、あるいは招集通知を発しても理事会の会日が請求の日から2週間以内でない場合には、請求した理事が自ら理事会を招集することができます。

理事会の招集は、会日の1週間前までに通知を発してするものとされており。しかし、定款において招集期間を短縮しても差し支えありません。さらに、理事全員の同意があるときは、この招集手続きを経ないで理事会を開くことができます。

ふつう理事会の招集には書面(定款に定めるときには電磁的方法も可。)をもって通知することとしていますが、これは必ずしも書面に限らず口頭でも差し支えなく、また、議案の内容をあらかじめ示すことを特に要しませんが、書面議決を認めている場合には、当然議案及びその内容は通知されなければなりません。

理事会の招集にあたっては、退任した者に対して理事会の招集を行なうかどうかという問題があります。役員を任期満了または辞任によって退任した者は、その退任により定款で定めた役員の定数

(何人以上何人以内と定められている場合は下限の定数)を欠いた場合には、後任者が就任するまでは残任義務を有することから、残任義務者に対しては、理事会の招集は当然発せられなければなりません。

出欠

理事会は、理事の過半数(理事の定数の過半数ではなく現員数。過半数を上回る割合を定款又は規約で定めた場合はその割合以上。)の出席がなければ成立しません。

理事にとつては、理事会への出席は組合に対する重要な職務遂行の機会であるので、できるだけ多数が出席するような努力が、組合および理事双方に求められます。そのため各理事の出席を得やすくするため、定期的に理事会の開催日を決めておくことも一つの方法です。

理事が万一やむを得ず欠席するような場合には、欠席の連絡をしてもらうのが適当です(理事会は代理人による出席は認められません)。また、理事会における書面議決が認められている組合においては、理事は出席できないときには、

■ 組合 Q&A

書面により議案の賛否の意思表示をしておくことが適当です。この書面により議決権を行使した理事は、当然出席者とされます。

議案

理事会の議決事項として考えられるものには、法または定款で定めるものを含めて次のようなものがあります。

- ① 代表理事の選任
 - ② 組合員の加入の承認（協業組合は総会付議事項）
 - ③ 持分譲渡の承認（②と同じ）
 - ④ 出資口数減少の承認
 - ⑤ 持分払戻の停止
 - ⑥ 理事の自己契約の承認
 - ⑦ 参事、会計主任の選任と解任
 - ⑧ 総会（総代会）の招集の決定
 - ⑨ 総会（総代会）提出議案の決定
 - ⑩ 総会（総代会）において決定した事業の執行および執行細目の決定
 - ⑪ 顧問、相談役等の委嘱
- 理事会は、業務執行の意思決定機関ですが、ここで決定すべき事項と代表理事が業務遂行権の一部として意思決定する事項との範囲については、明確な定めがありません。このことについて争いとな

る恐れがあるような場合には、具体的に代表理事の専決事項の範囲を明確にしておく必要があります。

議長・議事・議決

理事会の議長は、代表理事がたるのが普通ですが、理事の互選によつて議長を選任することもできます。議長は、総会の議長と異なり議決に参加することができませんが、可否同数の場合には議長に決定権はなく、否決となります。

理事会は、理事の過半数が出席し、あらかじめ提出された議案に対し、各理事がその賛否を表明し、その議決権の過半数をもつて決します。

なお、定足数を満たしているかどうかは、各議案について議決するときの状況で判断することになります。

理事は定款の定めにより、書面によつて理事会の議決に加わることができませんが、この場合は、あらかじめ各理事に議案とその検討に必要な資料および書面議決書を添付して通知しておく必要があります。また、あらかじめ議案を通知した場合において、通知した事項以外の事項について緊急議決が

できるかどうかについては、理事の全員が出席していなければ議決できないとする考え方が有力なので注意を要します。

また、例えば理事と組合との契約を承認する理事会における当事者のような、組合の特別利害関係人となった理事の議決権は、その議案については議決に加わることができませんので、これもまた注意を要します。

議事運営

会議を民主的かつ能率的に進めるには、一定のルールが必要です。議長および出席者は次の事項を尊重することが求められます。

- ① 出席者のすべてに公平であること
- ② 議案は1件ずつ審議すること（いくつかの議案のうち関連ある議案は、一括して付議することも考えられます）
- ③ 多数の意見によつて決定すること
- ④ 少数者の意見を尊重すること
- ⑤ 開会時間を遵守すること
- ⑥ 議事日程により議事を進めること（簡単な議事進行順序表を用意するとよいでしょう）

⑦ 議長は発言をコントロールすること（出席者の発言を許可するには、公正不偏でなければなりません。また、あまり発言過剰で要点からそれるような場合には、適宜これを抑えることが必要です）

⑧ 原案を用意すること（議案の処理原案をあらかじめ用意しておき、これに基づいて検討を進めるのが適当です。これによつて散漫な審議が避けられるし、能率的な議事運営が行なえます）

⑨ 賛否を十分確認すること（理事会のような少人数の会議では、各理事一人ずつの賛否を正確に確認するような努力が必要です）

議事録

理事会の議事録は、理事の責任を明らかにする記録となるので、明確かつ克明に記載することが望まれます。

議事録は、その名のとおり議事の記録ですから、議事の経過の要領およびその結果を詳しく記載する必要があります。とくに賛否の別は、理事の氏名を明らかにしておくことが大切です。議事録の末尾には、出席理事全員が記名捺印します。

地域力連携拠点事業

本会は関東経済産業局の委託を受けて、小規模企業等の経営力の向上、創業、事業再生及び再チャレンジ、事業承継を支援する「地域力連携拠点事業（経営力向上・事業承継等先進的支援体制構築事業）」を昨年度より実施しております。

中小企業の皆さまのお悩みを解決します。ご相談いただければ、補助金、融資などの多様な施策の情報提供や、応援コーディネーターの派遣などで中小企業の前向きな取り組みを実現することができます。費用は無料です。まずは本会（地域力連携拠点）までご相談ください。

■地域力連携拠点事業〔無料〕

[1] 相談事業

応援コーディネーターが小規模企業等を訪問し、企業が抱える経営課題の解決に向け、相談・支援を行うほか、拠点に相談窓口を設置し、応援コーディネーターが小規模企業等からの相談に応じ、経営課題を把握し、経営力の向上、創業、事業再生及び再チャレンジ、事業承継等の課題に応じた支援に繋がります。

[2] 専門家派遣事業

経営力の向上及び創業・再チャレンジを目指す小規模企業等に経営企画、情報化、マーケティング等の専門家を派遣し、当該小規模企業等が抱える個別的な課題に対し助言・支援を行います。

[3] 情報提供事業

経営力の向上、創業、事業再生及び再チャレンジ、事業承継等の課題について、地域内の小規模企業等に対し本事業の広報や関連する情報の提供を行います。

また、セミナー等（講習会、研修、研究会等）の開催を通じて、小規模企業等の課題解決に有益な情報等の普及活動を行います。

■連携パートナー機関

- ㈱商工中金 千葉支店 〒260-0028 千葉市中央区新町3-13 TEL.043-248-2345
- ㈱商工中金 松戸支店 〒271-0092 松戸市松戸1846-2 TEL.047-365-4111
- 千葉県産業支援技術研究所 加曾利庁舎（食品、バイオ応用、化学環境）
〒264-0017 千葉市若葉区加曾利町889 TEL.043-231-4325
- 千葉県産業支援技術研究所 天台庁舎（生産技術、材料技術）
〒263-0016 千葉市稲毛区天台6-13-1 TEL.043-252-2101
- 千葉県農林総合研究センター 〒266-0006 千葉市緑区大膳野町808 TEL.043-291-0151
- 千葉工業大学 〒275-006 習志野市津田沼2-17-1 TEL.047-478-0325
- 千葉商科大学 〒272-0827 市川市国府台1-3-1 TEL.047-372-4111
- 木更津工業高等専門学校 〒292-0041 木更津市清見台東2-11-1 TEL.0438-30-4032
- 社発明協会 千葉県支部
〒263-0016 千葉市稲毛区天台6-13-1 千葉県産業技術研究所天台庁舎内 TEL.043-290-7071
- 千葉県知的所有権センター
〒263-0016 千葉市稲毛区天台6-13-1 千葉県産業技術研究所天台庁舎内 TEL.043-207-8382
- 千葉県商店街振興組合連合会
〒260-0026 千葉市中央区千葉港4-2 千葉県中小企業団体中央会内 TEL.043-306-3284
- 千葉県貿易協同組合
〒261-7123 千葉市美浜区中瀬2-6 WBGマリブイースト23F TEL.043-298-3951

◎お問い合わせ先

本会 経営支援課 TEL.043-306-3282

個別専門指導事業

中小企業組合等の連携組織やその構成員企業の経営についてのお悩みはありませんか。経営・技術・法律・税務会計・IT・デザインなど様々な経営課題について、豊富な経験とノウハウを有する専門家が、現地に出向いて親身になって相談に応じます。費用は無料です。まずは本会までご相談ください。

■ 指導対象

千葉県内に主たる事務所のある組合、連携組織及びそれらの構成員企業。

■ 指導方法

組合等の連携組織やその構成員企業が直面している困難な問題に対して、高度な知識と経験を有する専門家及び中央会指導員を、組合等の要請に基づいて派遣し、必要な指導を行ないます。

■ 対象となる指導内容例

- (1) 組合運営及び共同事業におけるITの活用
- (2) 組合等に関する法律事項
- (3) 会計・税務処理
- (4) 工業所有権（特許・実用新案・商標・意匠）
- (5) 製品開発、技術開発、改善手法
- (6) 組織金融
- (7) 組織運営全般
- (8) 新規共同事業の開発
- (9) 社会保険、労務管理、就業規則
- (10) 団体・企業のCI
- (11) システム構築
- (12) その他組合や構成員企業の経営全般

■ 費用〔無料〕

本事業は、原則として専門家謝金・旅費等の経費の全額を本会が負担します。

■ 専門家

学識経験者（大学等教育機関関係者、公的研究機関関係者）
弁護士
公認会計士
税理士
弁理士
技術士
社会保険労務士
中小企業診断士
システムエンジニア

◎申し込み先

課題の内容あるいは指導を受けたい事項について、具体的に詰めてからご連絡ください。
本会 工業支援課 Tel.043-242-3277



中小企業団体全国大会

第61回中小企業団体全国大会 (千葉県大会)

中小企業は、わが国経済の活力の源泉として、国民の生活を支え、その向上に大きく寄与するなど重要な役割を果たしてまいりました。

しかしながら、100年に1度といわれる世界同時不況の中で、外需依存度の高いわが国は、かつて経験したことのない戦後最大の経済危機に直面し、中小企業の経営はまさに危機的状況にあります。経済の収縮による悪影響が、地域の中小企業にしわ寄せされる形で現れ、また、社会全体の不安心理の高まりが国民全体の消費マインドに深刻な影響を及ぼしております。

中小企業が今後とも事業を継続し、雇用の維持に努めていくために、国は、あらゆる政策手段を動員して一刻も早い景気浮揚を実現することが求められておりますが、組合は、このような厳しい時こそ、一枚岩となって次を見据えた活動を展開していくことが期待されております。

本大会は、現下の厳しい経済環境下にあつて、組合の意義と役割を内外に示すため、「**激動のとき 今こそ発揮 団結の力!**」をキャッチフレーズに、自らの決意を表明するとともに、国等に対して中小企業組合を中心とする連携組織の成果を示し、これら連携組織を通じた中小企業の振興・発展が、豊かな社会の実現を図るための礎であることを訴えるために開催されるもので、今年で61回目になり、その歴史のなかで千葉県では初めての大会となります。

追って、ご案内いたしますので、1組合1名以上のご参加をお願いいたします。

I. 日時・場所等

1. 日 時 平成21年11月19日(木) 午後1時30分～4時00分
 2. 場 所 幕張メッセ「イベントホール」
千葉県千葉市美浜区中瀬2-1 (JR京葉線「海浜幕張駅」徒歩5分)
 3. 参加者 約3,000名
 4. 来 賓 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. 内 容 (1) 議 事 (議案審議、意見発表、決議)
(2) 宣 言
(3) 祝 辞
(4) 表 彰 (優良組合、組合功労者、中央会優秀専従者)
- オプション 千葉県産品の展示即売会

II. 参加料 1名 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・協賛

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、千葉県産業振興センター、関東甲信越静岡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、全国信用保証協会連合会

■お問い合わせ先: 中小企業団体全国大会開催準備室 TEL.043-242-3277

■ご案内

信用保証制度のご案内

～中小企業をバックアップする「確かな保証人」～

「信用保証協会」は、中小企業者の金融円滑化のために設立された公的機関です。

事業を営んでいる方が、金融機関から事業資金を調達される際に、信用保証協会の「信用保証制度」をご利用いただくことで、資金の調達がスムーズになります。全国の中小企業のみなさまへの事業資金の保証残高は09年1月現在で341万件、32兆円になります。

信用保証協会では、お客様の事業活動の内容、資金の必要性等に加え、お客様の将来性、起業家意欲などを見出し、保証しております。信用保証制度には、セーフティーネット保証など国の施策に基づく保証をはじめ、地方公共団体とタイアップした「制度融資」の保証もあり、お客様のニーズに応じた多様な保証制度をご用意しております。

■ご利用のメリット

I. ニーズに合わせて選択

経営安定資金、不況業種関連、災害復旧資金等、様々なニーズに応じた保証制度があります。また、地方公共団体による「制度融資」の保証もご利用いただけます。

II. 借入れ枠が、拡大

お取引金融機関からの借入れと保証付き借入れとの併用で、借入れ枠の拡大が図れます。

III. 長期借入れや反復継続の信用保証も可能

超長期の借入れには「長期経営資金保証」を、また、一定の限度額内で自由に借入れ・返済ができる「当座貸越根保証」や「事業者カードローン根保証」もあります。

IV. 担保設定に、優遇措置

信用保証協会に担保をご提供いただく場合、登録免許税率が軽減されます(4/1000⇒1/1000)。また、いずれの金融機関からの借入れにもご利用いただけます。

■無担保保証限度額は8千万円 / 普通保証と併せて2億8千万円

組合の場合普通保証と併せて4億8千万円。流動資産担保融資保証制度をご利用いただくと、最高額は4億8千万円(組合の場合は6億8千万円)となります。保証額はお客様の事業実績などにより決定されます。

■信用保証料

信用保証料はお客様の経営状況に応じて、原則として9つの料率区分に分かれております。これにより、経営状況が良好なお客様には割安な保険料率とさせていただき、厳しい経営環境にあるお客様には保証機会の拡大により資金調達を一層応援いたします。また、非財務要因を加味した信用保証料の割引制度もあります。

■ご相談窓口

保証に関するご相談・ご不明な点がございましたら、下記窓口をご利用ください。

[本店] 千葉市中央区中央4-17-8 千葉県自治会館2F
Tel.043-221-8110 (保証相談直通)

[支店] 松戸市本町7-10 ちばぎんビル4F
Tel.047-365-6007 (保証相談直通)

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】

生産量の減少により在庫減。

■麺類製造 【県内全域】

学校給食用麺の加工賃は、燃料や副資材などの値上げがあつたものの、新年度の改定(値上げ)はなかつた。

■魚加工製造 【銚子】

大型連休に向けて一時的に水産加工食品の内需が増加している。また、加工用原料(サンマ)の輸出が円安傾向と台湾産の値上がりにより欧州、韓国、中国向けが増大している。

■シャツ製造 【千葉県・東京都】

悪化の一言。洋服は夏物が終わり秋物が始まるまで3〜4ヶ月間は厳しい。

■小売店がオーダーストップしているために、メーカーサイドも厳しい。今後、倒産・廃業が多くなるものと思われる。

■印刷 【県内全域】

4月の売上高は、3月が年度末需要等で比較的良かった反動なのか悪化した。

ようやく用紙、刷版の値下げが始まつた。

■生コン製造 【県内全域】

受注増加量が例年に比べて極めて少ない。ピーク時に比べ50%強まで落込んでおり、来年度の見通しはさらに今年の77%程の見込。業界としては構造改善が必要であるが進んでいない。来年度の組合は赤字予算を組まざるを得ない。

■電気鍍金 【県内全域】

毎月景況の悪化が進む、3月末の組合員の受注(生産額)は、47%程の下落であつた。4月に入り、幾分下落はもちなおしてきているようだが、このまま続くのか疑問。

■鉄工 【千葉】

組合が実施した事業所動向調査によると、景況感の悪化が続いており、急激且つ大巾な景気減速の影響が反映された結果となつた。

■機械部品製造 【野田】

景況は先行き不透明で、危機感を強めている。決算状況が著しく悪化し、資金繰りも懸念される。

■機械部品製造 【流山】

異業種団地のため現状を維持している企業と、売上が減少している企業と半々に別れているが、全体

的には良くない状況にある。

また、大企業の発注減で、受注が増加しないのが現状である。

■探石 【県内全域】

羽田D滑走路建設事業以外に横浜南本牧の埋立て事業に活路を見出しているが、規模が小さいので平成22年度以降は一層厳しくなる。業界では東京オリンピックの決定により、将来の工事量の増加を期待している。

■土砂採取 【県内全域】

県議会において鬼沼山国有林の山砂採取を求める地元事業者らの請願が採択された。

■自動車解体 【県内全域】

4月なのでやや入荷は多かつた。

■電気機器小売 【県内全域】

政府の景況対策に刺激され、4月前半は上向き傾向だったが、豚インフルエンザの影響で沈滞した。

■小売 【大網白里】

サービスが堅調であるが、飲食が特に悪化している。

■中古車販売 【県内全域】

好材料がなく弱含みが広がっている。その時々でリスクの小さい仕入を徹底するものと見られる。

■小売 【東金】

前半は、新入学、新入社員関連

商品、後半はGWの行楽シーズン向け商品が売れていたが、例年より若干単価が下がってきている。

■小売 【野田】

無駄な買い物控える傾向にあり、売上に結びつかない。

■農業機械販売整備 【県内全域】

田植えの時期ではあるが、新品農機の売上は伸び悩んでいる。しかし、機械は動けば消耗するので修理整備のニーズが発生している。

■組合はここ30年間で、実質的に最高の決算見通しである。これも売れない時代の中にあつて、「売れなければ売れない程よくなるマニュアル」の効果かもしれない。

■小売・サービス 【柏市】

前年比・前月比ともに冷え込んでいるため、取引条件の見直しを求められた事業所や検討している事業所もある。業種によりプラス・マイナスあり。

■衣料品では低価格化が進んでいる。大型トップメーカーでは、対応可能であるが大多数のメーカーでは対応できていないのが現状。

■建設揚重 【県内全域】

4月に入り、操業度(稼働率)が低下、需要者より値下げ要請が出ている。

■自動車一般整備 【県内全域】

昨年度脱退者が多かつたために組合員数が200人を切つた。そのため長い間実施してきた総代会が今年から通常総会となる。

■旅館 【鴨川】

未だかつてなく悪化している。

■遊覧船 【鴨川】

館山自動車道の開通やアクアラインの土日料金の値下げで鴨川市内までの観光客は増えているようであるが、もともとといつぱいになる土曜日の宿泊客は増えようがなく、平日客の減少が懸念される。

■一般廃棄物処理 【千葉】

仕事量は減っている。リサイクルへの流れが出来上がってきたが、これを業界で取りこぼさないことが引き続きの課題である。

■土木建築サービス 【県内全域】

政府の緊急経済対策が短期のために、業種によっては多くを望めない。

■ソフトウェア 【県内全域】

極めて厳しい。

■建設 【県内全域】

今後、倒産・廃業が増えると思われる。

■輸出入 【県内全域】

景況は好転せず。



経済センサス シンボルマーク

はじめまして。
あすの日本をつくる
新しい経済調査です。

ご協力、
お願いします。

あなたのお店、
会社のこと、
事務所のことについて
おたずねします。

くわしくは

なるほど経済センサス

検索

平成21年経済センサス 基礎調査

調査対象は

すべての
企業

すべての
事業所
など

平成21年7月1日(水)です

経済センサスは全国すべての事業所・企業を対象とした調査です。
これにより、日本の経済活動の実態を明らかにします。
調査結果は、今後の皆様の暮らしの改善に役立てられます。

◎支所・支社・支店等がある場合は、本所・本社・本店等でまとめて記入していただきます。◎この調査は、統計法に基づく統計調査として行われます。
◎調査員には調査において知り得た内容について守秘義務があり、また統計法により秘密保護に関する厳格な規定が定められています。

総務省統計局 都道府県・市区町村 <http://www.stat.go.jp/data/e-census/2009/kouhou/index.htm>