

中央会の主な事業等活動予定 (6月)

平成27年5月14日現在

月日	曜日	内 容	担当部署
■ 中央会			
6/19	金	第59回 通常総会 時間：午後3時30分～ 場所：ホテルポートプラザちば	総務部 ☎ 043・306・3281
■ 中小企業連携組織対策事業			
6/3	水	組合等新分野開拓支援事業 対象：千葉県印刷工業組合	工業連携支援部 ☎ 043・306・2427
6/4	木	連携組織活性化研究会 対象：松戸市環境清掃協業組合	工業連携支援部
6/8	月	連携組織活性化研究会 対象：千葉県菓子工業組合	工業連携支援部
6/11	木	連携組織活性化研究会 対象：松戸市環境清掃協業組合	工業連携支援部
6/18	木	連携組織活性化研究会 対象：柏市工業団地協同組合	工業連携支援部
6/24	水	組合等新分野開拓支援事業 対象：千葉県印刷工業組合	工業連携支援部
6/24	水	組合後継者等育成事業 (女性経営者等交流会) 対象：千葉県中小企業団体レディース中央会	工業連携支援部
6/25	木	組合後継者等育成事業 (中小企業組合士交流会) 対象：千葉県中小企業組合士会	工業連携支援部
6/28	日	連携組織活性化研究会 対象：千葉県医薬品小売商業組合	商業連携支援部 ☎ 043・306・3284
6/28	日	連携組織活性化研究会 対象：千葉学習塾協同組合	商業連携支援部
■ 組合等基盤強化事業			
6/22	月	組合事務局強化事業 対象：会員組合	工業連携支援部
■ 団体等運営支援事業			
6/1	月	千葉県商業協同組合協議会 通常総会	商業連携支援部
6/9	火	千葉県共同店舗協議会 通常総会	商業連携支援部
6/11	木	千葉県中小企業団体青年中央会 通常総会	工業連携支援部
6/22	月	千葉県中小企業団体事務局責任者協会 組合運営・企業経営研究会	工業連携支援部
6/24	水	千葉県中小企業団体レディース中央会 通常総会	工業連携支援部
6/24	水	千葉県官公需適格組合受注促進協議会 通常総会	商業連携支援部
6/25	木	千葉県中小企業組合士会 第34回 通常総会	工業連携支援部
■ 組合構成員企業の経営革新支援			
<p>「中小企業新事業活動促進法」に基づく経営革新計画の承認を受けることにより、組合員企業の信用力が向上するとともに、経営目標の明確化や社員の意識変革につながる事が期待されます。</p> <p>変化の激しい経済環境に即応できる「筋肉質な企業。になるためのきっかけとして、経営革新支援制度を是非ご活用下さい。</p> <p>経営革新に係るご相談は、本会経営支援部までお願いいたします。</p>			経営支援部 ☎ 043・306・3282

このコーナーでは、連携組織の活性化に意欲的に取り組む県内の組合事例等をご紹介します！

事業の概要

補助事業名	平成26年度連携組織活性化研究会			
対象組合等	久留里商店街振興組合			
	▼組合データ			
	理事長	鳥井 正俊	住所	君津市久留里市場861
	設立	平成6年3月	業種	小売業、飲食店中心の異業種
	組合員	49人		
テーマ	シズル感あふれる店づくり			
担当部署	千葉県中小企業団体中央会 商業連携支援部 (Tel. 043-306-3284)			
専門家	株式会社ラフィネット総合企画 代表取締役 水井 澄人			

背景と目的

久留里商店街振興組合は、その中心地、久留里市場に位置する商店街です。久留里は、室町時代中期に上総の戦国大名武田信長氏によって久留里城が築城されたというほどその歴史も古く、久留里市場は、永年この地で商店街を形成して来ました。現在は鳥井正俊理事長を中心に、久留里商店街の活性化を願って、定期的に組合としての勉強会を行う等、大変に積極的な活動を行っています。

その中で、今回商店街の研修を行うに当たって、鳥井理事長に指摘させていただいた問題は、以下のような点でした。

- ①各店とも店づくりに対して、売る側の視点からしか店づくりを行っていない為、外観力が極めて乏しいものとなっている。
- ②どの店も季節感が全くというほど感じられない。また各店とも外に向かっの提案性や情報発信性が感じられない。
- ③POPについては、ほとんどの店でつけられていない。
- ④今やギフト関連は、大きな販売

モチベーションにも関わらず、どの店もギフト演出がされていない。

この課題を前提に、久留里商店街における「シズル感あふれる店づくり」の実現を目的とした研修を行う事としました。

事業の活動内容

①第一回研修会

▽研修テーマ「売れる店舗と商品演出の法則」

お店づくりの基本的な考え方について、他の地域の成功事例を中心にスライドを使い、具体的に説明を行いました。その中で、今の商店街は、経営者の高齢化や後継者問題、また大型店の出店等さまざまな問題があり、経営に陰りを見せているのも事実ですが、私

が考える個人店の一番の問題点は、「消費者ニーズの変化に対して、全く対応出来ていない」という点です。これはある意味、久留里商店街にも言えることでした。

消費者は、この20年、30年の中で、そのニーズがどんどん変わって行っているのにも関わらず、個人店に行くとも20年前、30年前と何ら販売のやり方が変わっていない

のです。

例えば、今は「コトを売る時代」と言われて久しいのに、今だに「モノ売り中心」の店がほとんどです。また、お客様は明るくて、きれいで開放感のある店が好きなのに対して、現実にはウインドウや窓ガラスに所狭しとビラやポスターを貼りめぐらしている暗くて、汚なく、入りづらい店が多いのです。商店街へ行ってみると、そんな店ばかりでしたら、その商店街に二度と行きたくなくなるのは当然の消費者心理でしょう。

今回、久留里商店街の研修において、終始一貫して言い続けたことは、「シズル感のある店づくり」を実現することでした。

シズル感とは、お客様の五感を刺激して、欲求心を高めることです。実はこのシズル感のある店づくりこそが、お客様が入って見たくなる店につながるのです。その中で重要なポイントとなるのが、次の四点です。

まず第一には、ファサードづくり。このポイントは季節感あふれる装飾演出でしっかりとした店頭を作ることです。

二つ目のポイントは、シズル感

あふれるコメントのPOPを店内に設置することです。

三つ目のポイントは、OPP袋や箱を使ったギフト提案を店内で演出することです。

そして四つ目のポイントは、お客様をリピーターにする独自の看板商品を作ることです。

このような点を踏まえて、研修では、久留里商店街の各店が「シズル感あふれる店づくり」を目指していくために、何をしていったらよいかという理解が深まりました。

②第二回研修会

▽研修テーマ「購買意欲を促進するシズルPOPの作り方」

第二回の研修では、それぞれの店から持ち寄った商品を題材に、シズルコメントPOPの作り方について、ワークショップ形式で実施しました。はじめは皆さん思うようにコメントが出来ずにとまどっていました。最後には全員がシズル感あふれるPOPが作れるようになりました。

またPOP同様にとっても重要なポイントとなるのが、ギフトによる演出です。現在のただ商品が並んでいるだけというモノ売り中心

の店から、季節感あふれるディスプレイやギフト提案のある店へと変えていくことが、店づくりには大切なのです。

研修終了後、全員で商店街に入り、食料品店、衣料品店、日用雑貨店の三店舗をモデルに、実際にOJTによる店舗指導を行いました。

③第三回研修会

▽研修テーマ「お客様をリピーターにする看板商品の作り方」

個人店に来るお客様の9割以上は何らかの目的をもって来店しています。すなわち、目的買いのお客様です。だからこそ、その目的買いに対応して、自分のお店の「独自の商品や技術・特技」といったものをひとつ特化して、お店の看板商品として外に向かって発信していくことで、お店の魅力が高まってきます。

看板商品を作る際に、現在売れている商品を看板商品としても、それはどこの店でも売れている商品なので、看板商品としての特徴は出しにくくなります。看板商品化する際のポイントは、お店としての「売り筋」、すなわち自分の店で力を入れて売っていききたい商

品や独自に開発した商品を特化していくことで看板商品に変わって行きます。

そして看板商品の作り方は、大きく二つに分けることができます。一つ目は開発型。これは、食料品や料理の場合に適しています。それも現在あるものを、アレンジしたり、味を変えてみることで新たな看板商品となり得ます。

二つ目は発掘型です。これは非食品に向いています。この場合は、技術や修理、サイズなどといったものを特化して、看板化すると成功率が高くなります。

このような視点から久留里商店街各店の看板商品の作り方についてのアドバイスをを行いました。

事業の成果

久留里商店街において、今回の研修に対する期待度は大きいものがありました。特に各店の奥様たちが中心で研修を行った中で、この研修をきっかけに、店の考え方を変えていきたいという意気込みが感じられました。

実例として、第二回の研修で行った店舗指導でアドバイスを受けた衣料品店さんは、早速ウイン

ドゥに貼ってあったビラやチラシを全部剥がして、ウインドウを磨き、外からの視認性を高めました。

また、食料品店さんでは、乱雑になっていた店頭を片付け、さらには日用雑貨店さんでも、店内のPOPをシズル感のあるものに作り替える等、研修で学んだことを着実に自分の店に反映して行きました。

その中で、今後久留里商店街が活性化に向けて、継続して取り組むべき課題は、「シズル感あふれる店づくり」の実現です。

各店が今回の研修で学んだことを具体的に実践し、常にお客様サイドに立った販売に転換できるかと言うことです。久留里商店街として、このような考え方を具現化した時にこそ、今以上に魅力のある商店街に生まれ変わることが期待出来ます。

(水井 澄人)



テーマ 女性の登用（活躍）による事業・活動の展開

子育て世代女性の地域振興と商店街活性化活動の融合

大映通り商店街振興組合

目的を同じくする子育て世代女性が中心となる地域振興活動と商店街活性化活動が融合することで、まちのブランディング、地域振興の契機となる。

背景と目的

近年、大規模小売店舗が相次いで開店する京都市内において、右京区に位置する当商店街も空洞化対策、活性化が課題となっている。当商店街が立地する太秦地区は昭和初期から複数の撮影所があったことから「キネマのまち」と別名をもっており、地域資源の「映画」をコンセプトにイベントの実施、映画フィルムに施したカラー舗装を行うなどの取り組みを行っていたが、商店街活性化には、なかなか結び付かなかった。

そのような中、商店街に子育て世代の女性が中心となり、地域振興を

目的の一つとするNPO法人が参画、同NPO法人の女性理事長が組合内においては専務理事に就任し、商店街組合とNPO法人が連携した活動を行うことで商店街及び地域の活性化に繋がっていった。

事業・活動の内容

組合内において、キネマキッチン事業、夏祭り、ガラガラ抽選会等の組合事業運営に携わるとともに、代表を務めるNPO法人との連携を密にした事業実施が可能である。「地域の魅力」を、商店街を通じて創出する事業を商店街・NPO法人双方で実施し、特に「地域の人」と「子どもを中心とした各世代」を絡ませた取り組みに注力している。商店街組合内部においては「新参者」「女性」であることではなく同氏の行動力・発言力が評価され、専務理事として活躍している。女性として特段に性別を意識することなく、「1人の組

織人」としての責任を持った発言や、活動を貫いている。

活動の成果

商店街組合員内部においても自主的な取組みが活性化し、様々な活動が地域の活性化（来街客数の増加、イベント参加人数の増加）に繋がり、「正のスパイラル」が生まれることで「商店街」という「場」の活用、魅力の高まりを見せている。商店街という一つの「場」を育てていく過程の中、平成25年3月、商店街のシンボルとなる「大魔神」像の設置、コミュニティスペース「キネマキッチン」開店となった。これがさらなる融合反応を発生させる起爆剤となり、地域全体の活性化、「街の付加価値」を向上させることで、地域外・外国人観光客等の来街者の増加、商店街内で新規出店や新規加入者に繋がっている。

商店街の活性化・地域の活性化に

は来街客の増加はもちろんのこと、ハードウェアとしての多種多様な魅力ある店舗が必要であり、「ビジネスを行うに適した街」として受け入れられる体制が構築されてきており、「街の付加価値」のさらなる向上のため、それらを推進されていくことが期待されている。



▲「キネマの街大映通り」として商店街のシンボルとなっている「大魔神」像。

大映通り商店街振興組合

住所：〒618-8152
京都府京都市右京区太秦堀ヶ内町31
たぬき堂書店内
設立：昭和46年10月
出資金：660千円
電話：075-861-0534
URL：<http://kinemastreet.com/>
業種：飲食業・食料品小売業・日用品雑貨小売業
組合員：60人

組合 Q & A

組合の政治的中立の解釈について

Q 中協法第5条第3項において規定する「組合は、特定の政党のために利用してはならない」とは、政治活動を一切禁止しているものと解釈すべきか否か。

「A」 中協法第5条は、中協法に基づいて設立される組合が備えていなければならぬ基準と運営上守るべき原則を規定したものであり、第1項で基準を、第2項及び第3項で原則を示している。

設問の中協法第5条第3項「組合は、特定の政党のために利用してはならない」の規定は、通称政治的中立の原則と称されるもので、中小企業者等が共同して事業を行う組織である組合は、経済団体という基本的性格を逸脱して政治団体化し、特定の政党の党利党略に利用されることは、組合の本来の目的から見て当然のこととして禁止している訳である。

しかし、本規定は、組合の外部勢力により、あるいは組合が政治目的のために悪用されることを防止する趣旨であり、したがって、

総会等で特定候補者の支持を議決し、その者への投票を組合員に強制すること等を禁じているものと解されるので、組合の健全な発展を図るための例えば国会等への県議陳情までも禁止する意味を持つものではない。

規則、規約等の定義について

Q 協同組合の運営上、諸規約諸規定の設定は必要欠くべからざるものであるが、これらを作成するに当たって次の原則的な説明と相違点並びにその使用される場合の事例をお知らせ願いたい。

- (1) 規則とは
- (2) 規約とは
- (3) 規程とは
- (4) 規定とは

「A」 規約、規程については必ずしも明確な区別はなく、混同して使用されているので、一般的に定義づけることは困難であるが、従来の習慣並びに字義により区別すれば大要次のとおりと思われる。

(1) 規則とは、広義に規則という場合、諸々の事項を規定した例えは定款とか規約とか、規程等を総称していわゆる「さだめ」をいうが、最狭義に規則という場合は

国の立法機関としての国会以外の機関が制定する成文法にそれらは名称を規則というだけで必ずしも法的性格を等しくするものではないをいい、現在、最高裁判所や衆参議院等特定の諸機関が規則制定権を認められている。なお各大臣が主任の行政事務について発する命令が規則という形であらわれていることもある。

(2) 規約とは、例えば協同組合等が組合の業務運営その他一定の事項に関し、組合と組合員間を規律する自治法規であって定款と同様、総会において決められるべき性質をもったもので、選挙規約、委員会規約、金融事業規約、共同購買事業規約等がある。

(3) 規程とは、例えば協同組合が組合の事務、会計その他に関して定める内部的な規律であって、主として事務遂行上必要な関係を規律する内規的なもので、理事会等に諮り決定し得る性質をもつもので、文書処理規程、服務規程、経理規程、給与規程等がある。

(4) 規定とは法律、定款、規則、規約、規程などの条文に定められている個々の内容をいい、普通は条文の内容を指すものと考えて

よい。

中小企業組合質疑応答集（全国中小企業団体中央会編）より転載

組合士検定にチャレンジ!!

Q 基準及び原則に関する正誤問題です。

【第1問】 組合の「規約」は軽微な変更も含めすべて総会での議決事項である。

【第2問】 中小企業組合関係法には「規約」に定めることができる事項として、①総会又は総代会に関する規定、②業務の執行及び会計に関する規定、③役員に関する規定、④組合員に関する規定、⑤その他必要な規定以上5項目が明記されている。

【第3問】 組合は、業務の執行及び会計に関する事項のうち、業務執行上の必要な内規については、「規定」を制定し、その制定・改廃を理事会の権限に属させることができる。

《解答》【第1問】×（規約の軽微な変更については、定款で総会の議決を要しないと定めることができる。その場合には、変更内容の組合員に対する通知等についても規定しなければならぬ。「軽微な変更」とは、内容について実質的な変更を伴わないものである。）

【第2問】○【第3問】○

テーマ コンクリート二次製品の生産性向上による増産体制の確立

千葉県コンクリート製品協同組合 組合員企業

小川建材工業株式会社

本会では、県内中小企業の「経営革新」への取り組みについて、「中小企業新事業活動促進法」に基づく「経営革新計画」の作成支援を行っています。

このコーナーでは、本会の会員組合の中から、自社の創意と熱意が込められた「経営革新計画」の策定にチャレンジし、千葉県知事から承認された企業事例をご紹介します。

経営革新計画とは？

「経営革新計画」とは、「中小企業新事業活動促進法」に基づき、中小企業者が作成する、新商品の開発や新たなサービス展開などの取り組みと具体的な数値目標を含んだ3年から5年の「ビジネスプラン」のことです。この計画を千葉県に申請して承認を受けると、政府系金融機関の低利融資、信用保証の特例、特許関係料金減免等の他、ちば中小企業元気づくり助成事業（市場開拓助成／新商品・新技術・特産品等開発助成）の対象となります。

申請のいきなりは？

当社は昭和58年にコンクリート二次製品製造販売として匝瑳市にて創業致しました。平成16年にはISO9001・2000を取得し、また国家標準であるJIS工場の認定も取得し、規格に基づいたコンクリート二次製品製造販売を行っています。主として排水溝やコンクリートブロックの二次製品の製造販売を行ってきました。当社はJIS工場の認定を受けており、自社で各製品の検査ができる強みを持っています。しかし、JIS規格品は他社との価格競争が激しく、利益率が非常に悪い現状となっています。またコンクリート二次製品の製造販売業界は6〜8月の3ヶ月間は閑散期で、収益の平準化行っていきたいと考えています。

テーマ及び内容は？

1. テーマ

『コンクリート二次製品の生産性向上による増産体制の確立』

2. 計画期間

▽平成25年11月〜平成29年6月（4年計画）

3. 内容

従来のコンクリートを改良し、製造ライン等を見直すことでコンクリート二次製品の生産性向上の増産体制を確立させます。

新たな取り組みの特徴は？

● 従来の問題点

当社の売上の大半を占めるコンクリート二次製品ですが、既存の製造方法では、以下の5つの課題がある。

▼従来の低周波バイブレーター機能を装備した機械を使用した機械を使用する製造方法は騒音が激しく、近隣住民に迷惑をかけている。

▼低周波バイブレーター機能を装備した機械のみでは、気泡が抜ききれないため、気泡を抜くために、オペレーターによる手作業での気泡抜き工程を行わなければならないため生産効率が悪い。

▼従来の12.5±2.5ミリメートルの範囲のスランプ

を使った製造工程では粘性が強いため、生コンクリートの打ち込み効率が悪く、型枠に生コンクリートを行き渡らせるのに5分以上かかっている。

▼従来の12.5±25ミリメートルの範囲のスランプでは、気泡を抜きにくいため、完成品の表面には穴が目立ち、見栄えが悪い。

▼製造ラインがチェーン式のL字ラインとなっており、作業効率が悪い。

○新たな取り組み

以上の課題を解決するため、今回は、強度を保持するために減水剤を入れ、より流動性の高い生コンクリートを利用した製品化を目指し、実証実験を行いました。

実証実験中に揺動（うねり）とロデオ運動を繰り返すことで、より気泡を抜くことができることを発見しました。

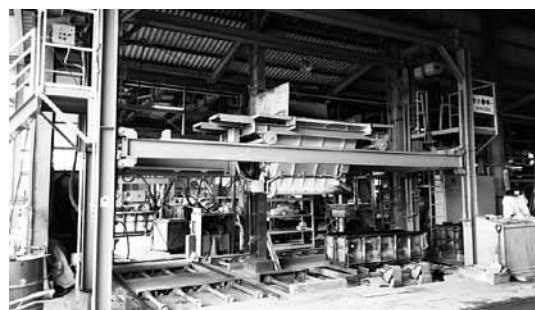
また、実証実験の結果で発見した生コンクリートを利用した製品化の目処が立ちました。さらに、従来生産効率を悪化させていた、人的に気泡抜きする工程を省略することができ、この方法だと気泡が抜き切れるため、外観が良く製品の強度を保持することができ、生産性も向上することができます。

粘性を低くすることで打ち込み効率が増し、気泡抜きもしやすくなるため、型枠に行き渡らせる時間を1分程度に短縮できます。また、製造ラインを現状のチェーン式L字製造ラインから、ローラー式一直線の製造ラインにする

ことで、作業のさらなる効率化、生産性の向上を図ることができます。さらに、揺動機能をもったコンクリート充填機は騒音の問題も解消します。

今後の事業展開は？

作業を効率的に行うため、現状の低周波バンプレーターから、新たに他社にはない自社オリジナルの揺動製法を考案しました。この揺動とロデオ運動機能をもったコンクリート充填機を、機械メーカーと共同開発し、導入することで生産性を向上させ、増産体制も構築できます。また、騒音問題も解決できます。さらに、受注先へのPRにもなり、今後の販路開拓に向けて積極的な営業活動を展開して行きます。



社長さんの一言

まずは、このページに目を通して下さった事を心より感謝申し上げます。当社では、「お客様に喜ばれ信頼される製品

を作っている」をスローガンに顧客満足向上の為に社員一同日々努力しています。今回新しい機械設備を導入したことで、よりよい製品をお客様に提供することができ、工場内の問題をいくつ解決することができました。これからお客様の声に耳を傾ける事を第一に、安心、安全で迅速な施工性、十分な品質管理された製品を提供してまいります。

中央会から

◎経営革新計画の作成過程では、自社の経営における「これまで」や「今」を正しく知り、「これから」を見通すことで、いま何をすべきなのか、どこにいるのか、そうしたものが明確となります。また、攻めの経営に転じる上で阻害要因となっていた漠然とした迷いを吹っ切るきっかけにもなるものです。ぜひご活用ください。ご相談は本会経営支援部まで。☎0433306322002



企業プロフィール

団体名：千葉県コンクリート製品協同組合
 企業名：小川建材工業株式会社
 代表者：小川 不二夫
 所在地：匝瑳市新堀1464-48
 電話番号：0479-67-2365
 資本金：10,000千円
 従業員数：16名
 業種：セメント・銅製品製造業
 E-mail：info@ogawakenzai.com
 URL：http://ogawakenzai.com/
 承認年月日：平成25年10月31日
 支援機関：千葉県中小企業団体中央会

情報連絡員報告を中心とした

県内の中小企業動向

平成27年4月期

情報連絡員50名 回答数50名

全体概要 【前月からの動き】

※下記の数字は情報連絡員からの回答数を表します。
 (「好転(上昇、増加)」、「不変」、「減少(悪化、低下)」の3択回答のうち、「不変」を除く「好転」又は「減少」の回答数)

前月比

- ▶製造業では、売上高において「増加した」業種は4から6に増加。「減少した」業種は4から7に増加。
- ▶非製造業では、売上高において「増加した」業種は7から5に減少。「減少した」業種は7から14に増加。
- ▶業界の景況では、「好転した」業種は2から0に減少。「悪化した」業種は7から13に増加。

前年同月比

- ▶製造業では、売上高において「増加した」業種は5から6に増加。「減少した」業種は7のまま変化なし。
- ▶非製造業では、売上高において「増加した」業種は3から11に増加。「減少した」業種は15から13に減少。
- ▶業界の景況では、「好転した」業種は4から8に増加。「悪化した」業種は13のまま変化なし。

製造業

豆腐製造

【県内全域】

先月と同様大豆の消費は低迷しているように見受けられる。小規模豆腐店の廃業が変わらず一定数見受けられる。それに対し、創業者の数は依然として少ない。

酒類製造

【県内全域】

平成27年度3月末で販売店主の高齢化が進み、廃業する販売店が数件ある。

牛乳小売

【県内全域】

消費税増税後の落込みの影響から脱し、好転の傾向も見えつつあるものの好転したとまでは言えない。

印刷

【県内全域】

景況の変化について、4月の県内組合員受注売上は、3月と比較して若干減少した模様です。3月は年度末に向けての受注に加え、県内各地域で統一地方選挙に係る立候補者や政党からの仕事も活発に動きました。各学校関連や季節需要商品の印刷物、卒業・入学・就職に向けて消費喚起目的の商業印刷物が動きました。4月はその反動と円安による相次ぐ値上げで需要が低迷し、商業印刷物の受注が落ち込

んでいます。

電気鍍金

【県内全域】

景況は二極化してきている。めっきの種類により極端に増加している企業と、その反面減少傾向の企業がある。

鉄工

【千葉】

景況の変化について、当組合の事業所動向調査結果について(毎年4月、10月実施、全組合員29社回答)。「景況感」「受注・販売」「設備操業度」等の主要指標がそろって悪化とすることで、円安に起因した仕入価格上昇もあって、「収益状況」悪化するなど、後退した調査結果となった。

機械部品製造

【野田】

景況の変化について、操業度が増して来ている状況にある。

機械部品製造

【流山】

現在変化はないが、モノづくりに補助金の申請に取り組む企業が数社あり、景況に変化が起きるのではないかと。

機械部品製造

【柏】

景況の変化は、特に自動車関連の受注低迷したまま戻らず。年度が変わり、4月、5月、6月はスロー(物の動きが低調)業界動向は、得意先との取引関

係の変化（内製化・海外生産）により、方向性・技術の構築の再検討が必要。

■金属製品製造

【船橋】

年度末に向けて一時的な回復感がありましたが、新年度に入り落ち着き加減で先行きが不透明な状況。

■採石業

【県内全域】

景況の変化について、出荷は先月並であったが、全体的に出荷数が減少している。油の価格が高騰傾向にある。組合の事業活動等について、経済の好況について、燃油価格の引き上げが予想されるなど、今後の見通しがつかない。

■土砂採取

【県内全域】

業界の景況は、前月比では不変が概ね8割程度、悪化が2割程度の状況で、前年同月比では、不変が概ね7割程度、悪化が3割程度の状況。

■非製造業

■総合卸売

【千葉県・東京都】

周辺工場・サービス業などの雇用増加により、売上・収益の増加があまりない中であって、卸団地企業のパート・アルバイト従業員の人件費が少しずつ上

昇している。

■食肉卸売

【千葉市他】

牛、豚ともにと畜頭数の減少が続いており、このため枝肉販売価格は高止まりしているが、畜場はと場使用料収入が減少している。

■建築材料卸売

【県内全域】

景況の変化は、悪い。今年来年は回復が難しい。前年より数量減必至。

■自動車解体

【県内全域】

スクラップ価格がやや上昇の気配あり。新車販売対前年割れが続いており、廃車発生台数も少ないことから、仕入れ単価の高止まりが続いている。

■乾物卸売

【県内全域】

景況の変化は引き続き低調。4月30日時点全国生産量対前年比14%、金額131%。千葉は同生産量117%、同金額126%。2年連続の生産量の減少により特に下物強い相場で推移している。

■卸売

【茂原】

気候の変化で気分的には楽になりつつも、消費者の消費意欲が起こりそうもないのです。統計的には上昇しても末端ではまだまだである。

■電気機器小売

【県内全域】

景況の変化について、ソニー、シャープが赤字で、パナソニックは7、8兆円の売り上げで2千数百万の黒字を出し家電メーカーを二分した。

■青果卸売

【千葉市】

天候不順のため、入荷が安定せず、近年にない高値相場となり売上は伸びたものの、まったく利益を取れなかった月となった。

■小売

【東金】

景況の変化について、ファットション関連品は、件数が減少傾向。日用品関連は、動いている。が客単価の減少傾向続いている。食品関係は、メーカー等の値上がりあり。これに付随して飲食店も値上げ傾向。

■小売

【野田】

景況の変化は、食品値上げの影響なのか、食料品の売上が特に低迷した。衣料品の高額商品の売上が伸びない。

■小売・サービス

【柏】

消費税が上がって1年経過したが、そろそろ売上伸びて良さそうなものだが、個人消費全く伸びていない。1店のみ微増したようだが他は良くて不変業、

業種によっては大幅落ち込みの業種も見られる。

■一般廃棄物処理

【千葉】

繁忙期を終え、前月比は減少しましたが前年同月と比べると良い結果となりました。

■建設

【県内全域】

景況の変化について、日銀の超金融緩和（80兆円ベースの資金供給）が継続されていることから、緩やかな回復基調にあるとされ、中小企業の資金繰りがリーマン・ショック前の水準まで回復した等の報道がなされているが、地方の中小企業の実感としては「まだまだ景気回復を肌で感じるところまでは来ていない」との声が多い。

■建設

【市川】

景況の変化について、4月は公共事業の発注がないため、全体的に落ち込んでいる。

■貨物運送

【野田】

組合の事業活動等について、（重点事業の動向・財務状況等）Gマーク取得研究。

■輸出入

【県内全域】

景況の変化について、4月の売上は前月比は増加、前年同月比も増加であった。

経営革新計画の策定支援について

～中小企業の皆さまの経営革新（新たな取り組み）を支援します～

本頁について、組合員の皆さまへ周知していただきますようお願い申し上げます。

千葉県中小企業団体中央会 経営支援部では、国等の中小企業施策を活用し、組合等連携組織に集う中小企業が“自社の課題”に挑戦する“高い志”を積極的に支援しております。

特に、「経営革新」による経営力強化、更なる成長への活路を見出すための事業化への取り組みに対しては、中小企業の新事業活動促進支援制度であります「経営革新計画（ビジネスプラン）」の策定による伴走支援を行っており、経営課題の整理や対応策の明確化、資金調達環境の整備等にお役立ていただいているところです。

従来からの事業（顧客の創造）を従来からのやり方で継続するだけでなく、新規顧客の創造に向け、競合との比較優位になり得る意欲的な取り組み（経営革新）への改革線上に使えるサポート（中央会）があるならば、これを利用しない手はございません。本支援は、経営課題の解決に最適な専門家派遣を無料で活用できるなど（※1社3回まで無料）、組合員の経営力強化を図る上で大変有用な手段となっております。この機会にぜひご活用をお勧め申し上げます。

【お願い】経営革新に関するニーズを是非お知らせ下さい（下記の質問にお答えの上、FAXにてお送り下さい。お電話でのご連絡もお待ちしております）。

※貴社の情報及びご回答内容は本事業以外に利用することはありません。また、許可なく第三者に情報を公開することはありません。

《経営革新ニーズ調査票》 千葉県中小企業団体中央会 経営支援部 行 FAX:043-227-0566

Q1. 貴社では、経営革新（新事業展開、新商品・新役務の開発・提供、設備投資による生産性向上、売上増のための独自の工夫・新たな試み等）に取り組む予定やお考えがありますか。

はい

いいえ

検討中

Q2. Q1. で『はい』とお答えした方にお聞き致します。新たな取り組みの内容は以下のどれに分類されますか。A～Dの中からお選びください（複数回答可）。

A. 新事業展開

B. 新商品・新役務の開発・提供

C. 設備投資

D. 業績向上に向けた自社独自の工夫等

Q3. Q1. で『検討中』とお答えした方にお聞きします。現行事業で抱えている問題点（現状と目標（あるべき姿）との差異）、或いは、その問題を解決するための課題は何ですか。そうした問題や課題の解決策として、新たに実施したい事業アイデア等をお持ちですか。

①現在の問題点・課題

②上記①の解決策（新規顧客の創造・獲得に向けた取り組み）

※貴社の情報についてご記載ください。後日ご連絡させていただきます。

貴社名			所属組合	(業種 :)
代表者名	フリガナ		記入者名	フリガナ
				(役職 :)
ご連絡先	TEL		FAX	
メールアドレス				

◎問合せ 千葉県中小企業団体中央会 経営支援部 TEL)043-306-3282 FAX)043-227-0566

会員組合の問題点に対して専門家が相談に応じます!!

個別専門指導事業のご案内

～組合や組合構成員企業が直面している課題の解決を図ります～

◆ 個別専門指導事業とは？

地域経済の活性化のため、県内経済の重要な担い手である中小企業の経営革新と中小企業組合等の連携組織の活性化を支援するために、県内に主たる事務所のある組合、連携組織及びこれらの構成員企業が抱えている問題点に対して専門家が相談に応じます。

■ 支援対象

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。

■ 支援方法

組合等が直面している課題の解決を図るため、本会が委嘱した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、必要な支援相談を行います。

(相談内容や予算の執行状況等により、事業実施の可否について検討させていただく場合がございますので、事前に本会までご相談ください。)

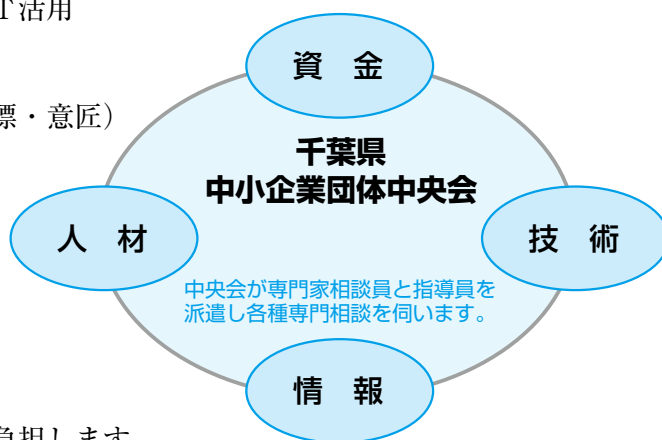
■ 対象となる支援内容例

- ① 組合運営及び共同事業におけるIT活用
- ② 組合運営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、労務改善、就業規則
- ⑩ 団体・企業のCI
- ⑪ システム構築
- ⑫ その他経営管理全般

※ 専門家謝金・旅費等の経費は本会が負担します。

■ 委嘱する専門家

- ① 学識経験者
- ② 弁護士
- ③ 弁理士
- ④ 公認会計士
- ⑤ 税理士
- ⑥ 技術士
- ⑦ 中小企業診断士
- ⑧ 社会保険労務士
- ⑨ システムエンジニア等情報処理技術者



◎お問合せは、本会工業連携支援部 (Tel 043-242-3277) まで

平成27年度情報連絡員を委嘱

本会では県下の中小企業の動向、問題点、要望等を的確に把握するため、本年度は次の50名（敬称略・順不同）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（抜粋）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。

※印の方は景況調査員を兼務。

製造業

- 【食品品】 ▼山岡春夫（千葉県醤油工業協・事務局長） ▼飯田恭介（千葉県漬物工業協・専務理事） ▼宇佐見順（千葉県豆腐商工組合・専務理事） ▼清水修（千葉県酒造協・事務局長） ▼※高橋東（千葉県牛乳商業組合・理事長）
- 【繊維・同製品】 ▼藤間健史（千葉県テントシート工業組合・理事相談役）
- 【木材・木製品】 ▼宮原茂（船橋木材工業協・代表理事） ▼加藤哲（木更津木材港団地協・事務局長）
- 【印刷】 ▼※日暮秀一（千葉県印刷工業組合・理事長）
- 【窯業・土石製品】 ▼毎熊厚夫（千葉県西部生コンクリート協・専務理

事）

- 【鉄鋼・金属】 ▼※金子淑彦（千葉県鍍金工業組合・事務局長） ▼長沢啓司（千葉県鉄工業団地協・専務理事） ▼飯塚真太郎（野田工業団地協・代表理事） ▼長橋敏男（流山工業団地協・専務理事） ▼※藤井秀美（柏市工業団地協・代表理事） ▼澤村潔（ふなばしインタックス協・事務局長） ▼中村晃（船橋機械金属工業協・専務理事兼事務局長）

非製造業

- 【鉱業・採石】 ▼金木庸一（千葉県採石事業協・事務局長） ▼並木章（千葉県土砂事業協連合会・事務局長）
- 【卸売】 ▼金子英昌（船橋総合卸商業団地協・事務局長） ▼石井利男（県南畜産処理事業協・所長） ▼※深山貴道（千葉県資源リサイクル事業協連合会・事務局） ▼平井正樹（千葉県セメント卸協・専務理事） ▼酒井康雄（千葉県自動車解体業協・理事） ▼飯塚真一（千葉県海苔問屋協・代表理事） ▼今関義彦（茂原卸商業団地協・理事相談役）
- 【小売】 ▼※海保洋司（柏駅前第一商業協・事務局長） ▼※古場義友（千葉県電機商業組合・総括理事） ▼上野宏幸（千葉県青果商業協・理

- 事長） ▼関孝之（千葉県中古自動車販売商工組合・専務理事） ▼家村吉隆（協東金ショッピングセンター・常務理事） ▼堺滋基（協野田ショッピングセンター・事務局長） ▼正司進（松戸青果物商業協・理事長）

- 【商店街】 ▼吉田俊夫（協光ヶ丘商店会 副理事長）
- 【サービス】 ▼武井英一（千葉県自動車整備商工組合・総務課長） ▼小溝明（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・事務局長） ▼稲葉靖（小湊旅館業協・理事長） ▼佐藤達也（小湊の浦遊覧船（協業）・事務局次長） ▼※平井亜里（千葉市廃棄物リサイクル事業協・事務局長） ▼皆倉宣之（千葉学習塾協・理事） ▼中島秀幸（千葉県測量設計補償協・事務局長） ▼寺崎浩一（千葉県ビルメンテナンス協・総務課長） ▼※谷尾薫（協シー・ソフトウェア・理事長）
- 【建設業】 ▼田野正広（千葉県水道管工事協・事務局長） ▼佐藤浩三（千葉県建設業協連合会・常務理事） ▼※林作衛（京葉建設業協・事務局長） ▼※山中則子（協千葉電設協会・事務局）

- 【運輸】 ▼石川雅浩（協システムネット北千葉・専務理事）
- 【貿易】 ▼檜貝孝二郎（千葉県貿易協・常務理事）

企業経営に、ご活用ください！（7月発行予定）

中小企業白書（2015年版）

日本の企業数の99.7%を占め、地域経済や日本を支えている中小企業・小規模事業者。中小企業庁では、その動向をまとめた「中小企業白書」を毎年発行しています。2015年版では、「中小企業・小規模事業者の動向」、「中小企業・小規模事業者のさらなる飛躍」、「『地域』を考える一自らの変化と特性に向き合う」の3つの柱から動向を調査・分析。地域活性化の秘訣や小規模事業者の経営のヒントが盛り沢山。2015年版 中小企業白書を明日の経営にぜひご活用ください。

◎詳細は、中小企業庁HPをご確認のうえ、ぜひご一読ください。

高年齢者雇用安定助成金のご案内

《高年齢者が意欲と能力がある限り年齢に関わりなく、
いきいきと働ける社会を構築していくために、
高年齢者の活用促進のための雇用環境整備の
措置を実施した事業主に対して、助成金を支給します。》

● 支給対象となる事業主

- ・雇用保険適用事業所の事業主。
- ・環境整備計画書を機構に提出して、計画認定を受けていること。
- ・計画書提出の1年前から高齢法第8条・9条の規定に違反していないこと。
- ・1年以上継続して雇用されている60歳以上の雇用保険被保険者が1人以上いること。など。

※雇用環境整備とは（下記のうち一つ以上実施）

- ・新たな事業分野への進出
- ・機械設備、作業方法、作業環境の導入・改善
- ・高年齢者のための雇用管理制度の導入・見直し
- ・定年の引上げ等



● 支給額

支給対象経費の2/3（中小企業以外は1/2）を支給します。（上限1千万円）

ただし、1年以上継続して雇用されている60歳以上の雇用保険被保険者1人に付き20万円が上限。（建設・製造・医療・保育・介護の分野は30万円が上限）

お問合せ先 独立行政法人 高齢・障害・求職者雇用支援機構
千葉支部 高齢・障害者業務課
千葉市美浜区幸町1-1-3
TEL 043-204-2901

千葉労働局からのお知らせ
労働保険料の申告・納付は、
お早めに
(期間は6/1〜7/10まで)

【事業主の皆さまへ】

年度更新の手続きは、平成26年度の概算保険料を精算する「確定申告」と平成27年度の見込み保険料(概算保険料)を申告するものです。

申告・納付は、各労働基準監督署、最寄りの金融機関を通じてお早めに手続して下さい。

なお、保険料の申告には電子申請を、納付に口座振替をご利用頂くと便利です。

◎詳しくは、千葉労働局労働保険徴収課までお問い合わせ下さい。
(☎043・221・4317)

平成27年度第1四半期セーフティネット保障5号指定業種が公表されました

経済産業省は、業況の悪化している業種に属する事業を行う中小企業者を対象とするセーフティネット保証5号について、平成27年度第1四半期(平成27年4月1日から平成27年6月30

日まで)の指定業種を公表しました。

セーフティネット保証5号の概要は以下の通りです。

▽対象者

業況の悪化している業種に属する事業を行う中小企業者であって、経営の安定に支障が生じていることについて、市町村長の認定※を受けた中小企業者。
※企業認定基準

指定業種に属する中小企業者であって、以下のいずれかの基準を満たすこと。

①最近3か月間の売上高等が前年同期比で5%以上減少している中小企業者。

②製品等原価のうち20%を占める原油等の仕入れ価格が20%以上上昇しているにもかかわらず製品等価格に転嫁できない中小企業者。

▽保証限度額、保証割合、保証料率

保障限度額…一般保証とは別枠で、無担保保証8千万円、

最大で2億8千万円

保証割合…借入額の100%

保証料率…保証協会所定の料

率(0.7〜1.0%)

◎詳しくは、経済産業省のホームページをご覧ください。

中小企業の経営者の皆様の疑問にお応えする事業引継ハンズブックができました

後継者が見つからない場合廃業するしかないでしょうか。多くの経営者は1人で抱え込んでしまい、刻一刻と過ぎていく時間に焦りを感じながら悩んでいます。

中小企業の中には将来事業存続に課題や悩みを抱える企業が多く、特に親族内に適当な後継者がいない企業の増加が顕著です。こういった承継問題を先送りにし、特段の対策を行わないまま経営を続けた結果、廃業雇用喪失といった社会的損失が発生しています。そこで本ハンドブックを活用してみたいかがでしょうか。

◎入手方法等詳しいご案内は、中小企業庁のホームページをご覧ください。

平成27年版中小企業白書・小規模企業白書が公表されました

中小企業庁では、「平成26年度

中小企業の動向」及び「平成27年度中小企業施策」(中小企業白書)、並びに「平成26年度小規模企業の動向」及び「平成27年度小規模企業施策」(小規模企業白書)をとりまとめ、公表されました。

◎詳しいご案内は、中小企業庁のホームページをご覧ください。

ミラサポでの「施策マップ」を活用ください

国・都道府県・市区町村の中小企業・小規模事業者向け施策を目的や分野、必要金額等に応じて、検索でき、かつ、比較一覧できるシステム「施策マップ」が公開されています。

中小企業・小規模事業者にとっては、自分が必要とする施策を迅速かつ効率的に探すことが可能となります。また、地方自治体にとっては、都道府県やほかの市区町村の施策との比較が容易となり、今後の施策立案時の参考としていただけます。

◎詳しくは、経済産業省のホームページをご覧ください。