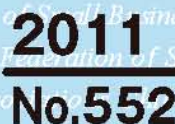


中小企業ちば



8

本誌のバックナンバーをWeb版でご覧になれます。平成14年4月号から前月号までがサイトでご覧になれます。ダウンロードもできますのでご活用ください。 URL <http://www.chuokai-chiba.or.jp>

中央会の主な事業活動予定（8月）

月日	曜日	内 容	担当部室
■ 中小企業連携組織対策事業			
8/ 4	木	青年部研究会 対象：千葉水産物仲卸（協）	工業連携支援部
8/ 9	火	組合等新分野開拓支援事業 対象：千葉県税理士（協）	商業連携支援部
8/10	水	組合等新分野開拓支援事業 対象：船橋機械金属工業（協）	工業連携支援部
8/24	水	組合等新分野開拓支援事業 対象：浦安魚市場（協）	商業連携支援部
■ 理事会等の開催状況			
8/ 9	火	千葉県中小企業団体中央会創立55周年記念式典及び 中小企業団体千葉県新春交流会に係る合同委員会	総務部
■ 全国中小企業団体中央会補助事業			
8/ 1	月	中小企業組合等活路開拓事業 実施団体：千葉県印刷工業組合	工業連携支援部
8/ 30	火	組合等情報ネットワークシステム等開発事業 実施団体：千葉県測量設計補償（協）	工業連携支援部
■ 団体支援事業			
8/ 4	木	千葉県経営支援課と商業4団体による意見情 報交換会 対象：千葉県商店街連合会 千葉県商店街振興組合連合会 千葉県共同店舗協議会 千葉県商業専門店協同組合連合会	商業連携支援部
8/ 12	金	千葉県商業専門店（協連）総会	商業連携支援部

創立55周年記念大会及び中小企業団体千葉県新春交流会

平成24年 1月20日（金）

会場 千葉市「ホテルニューオータニ幕張」

中小企業が自らの力で新たな活路を切り拓いていくためには、個々の経営資源だけでは限界があり、容易なことではありません。

中長期的な戦略をもって連携ネットワークを構築し、お互いの優れた経営資源を有効に組み合わせ、経営革新や新分野進出など新たな展開を図っていくことが有効な手段として認識されております。

55周年の節目の年を迎え、現下の厳しい経済環境を乗り越え、我々中小企業が組織化を通じて中小企業振興を図る意義を唱えるとともに組合等の発展に尽力された方々を称え、交流会を通じて、会員各位の新たな交流と更なる結束、そして現状の景気低迷を打破しようとの試みであり、好機の一つとして位置づけ、会員皆様のお役に立てていただければ幸いです。

また、新たな課題にチャレンジするための支援機関として、引き続き中核的な役割が果たせるよう、決意を新たにしているところでございます。

千葉県中小企業団体中央会

このコーナーでは、共同事業等に意欲的に取り組んでいる県内の組合事例をご紹介します！

事業の概要

補 助 事 業 名	連携組織活性化研究会			
対 象 組 合 等	茂原銘産品研究会			
	▼グループデータ			
	会 長	麻生 正視	住 所	茂原市茂原 443 茂原商工会議所内
	設 立	平成 23 年 1 月	業 種	異業種
	会 員	団体等 10 名		
テ ー マ	特産品開発におけるポイント及び手順について			
担 当 部 署	千葉県中小企業団体中央会 工業連携支援部（TEL 043-242-3277）			
専 門 家	株式会社ノウハウバンク 代表取締役 三科 公孝			

背景

きっかけは千葉県国体だった。茂原市で開催された競技（バレーボール）において全国から選手、関係者、応援など、多くの方が茂原市を訪れた。その際、茂原市の地元ならではの土産を買いたいという方がたくさんいた。しかし駅売店や小売店舗には、茂原の特産品がない。買いたかったが残念だ、との声が数多く聞かれた。これがきっかけとなって、茂原ならではの銘産品が必要ではないかという機運が高まり、銘産品開発プロジェクトが立ち上がった。名称は茂原市銘産品研究会。そしてプロジェクトが始まった。

最初の障害

茂原銘産品研究会にとって最初の問題は、時間であった。研究会の趣旨、メンバーが決まり、外部専門家が決まるなど、スタート準備が整ったのが本年一月の中旬。

そして銘産品開発の期限として区切られたゴールは、茂原市の花形イベントである七夕祭りだった。人口約九万人の茂原市において、七夕まつりの集客は三日間で八十

五万人。この大イベントで新生、茂原銘産品をお披露目することになった。また九月には、茂原商工会議所の六十周年式典が行われる。式典のご来賓の方々のお土産として、銘産品をお持ち帰りいただく予定となっている。そのため、三月の年度内に、商品が概ね完成している必要があった。

それまでの期間は二ヶ月半。通常は十二ヶ月かける銘産品開発プロジェクトをたつた、二か月半で進める必要がある。さて期限までに銘産品がで上がるのか、これが一つ目の障害であった。

目的

通常であれば商品開発が目的となるであろうが、本プロジェクトの目的は商品開発ではない。

目的はズバリ、地元（茂原市）の活性化である。その目的達成のための手段が「銘産品開発、販売」であった。

私は全国をまわる中で、全国には数多くの銘産品があり、そしてその中で売れているものはほんの一握りでしかないと実感している。いかに売れない銘産品が多いことか。銘産品の開発には成功

しても、その銘産品が順調に売れ、売上・利益を地元にもたらせなければ何の意味もない。さらには、商品がヒットし、生産ラインを増設し、雇用を増やすことも目的である。さらには結果として、地元により多くの税収をもたらす。これも目的である。この目的を達成できる力強い銘産品を開発することが狙いとするところであった。

第二の障害

銘産品開発を方程式で表すとすればこうなる。

〈有望地域資源の決定〉×〈加工方法の決定〉＝ヒット商品

銘産品開発のスタートは、有望な地域資源の決定から。数ある地域資源の中で、何が有望で、何が有望でないかを図る尺度となるのがノウハウである。銘産品開発における第一ノウハウは、〈二番化〉だ。一番化という切り口で茂原市をリサーチすると、明確に一番、それも全国で一番といえるものがあるにはあった。しかしそれは銘産品には不向きな天然ガスであった。天然ガスでは市場性は広げにくいという議論の結果、次に銘産品のコンセプトとして登場したの

が「七夕」である。七夕の街として、茂原市全体の町おこしを行い、銘産品もその一環として位置づける。その七夕銘産品は一年を通して製造、販売を行う方針である。

茂原七夕は前述のとおり、盛大な祭りである。しかし一番化という観点で見ると、他地域と比べて一番を明確にすることが困難であった。それは以下のとおりである。

調査1「七夕祭りの集客」

二百万人以上の都市 宮城県仙台市、神奈川県平塚市
 百万人以上の都市 愛知県安城市、愛知県一宮市
 五十万人以上の都市 千葉県茂原市（八十万人）、静岡県清水市

調査2「祭りの歴史」

昭和二十年代スタートの都市
 宮城県仙台市 昭和二十一年
 神奈川県平塚市 昭和二十六年
 群馬県前橋市 昭和二十六年
 静岡県清水市 昭和二十八年
 昭和三十年代
 千葉県茂原市 昭和三十年
 愛知県安城市 昭和三十年
 愛知県一宮市 昭和三十一年
 （出展資料により一年の誤差有）

このように茂原七夕は、非常に盛大なイベントではあるが、一番化としては、難しい面があった。

問題解決。その道のり

七夕をコンセプトとした茂原銘産品の開発は無理なのか。しかしコンセプトを差し戻して、再度打ち合わせするにも、時間はない。時間は限られているのだ。そこでマーケティングの第二ノウハウへと舵を切る。第二法則は「カテゴリーの法則（一番になれる領域がなければ、一番になれそうな領域を自分でつくればよい）」。茂原七夕がオンリーワンになれるカテゴリーづくりである。様々な角度からリサーチを進めた。その結果、期待を持てるカテゴリーを探し出すことに成功した。それは「歴史性」である。前述のとおり、今現在へと続く祭りの歴史では、勝ち目が無い。ここでのいう歴史性とは、祭りの歴史ではなく、習俗・風習の歴史である。茂原観光協会のホームページに載っていた「かやかや馬（七夕馬）」の記事が、問題突破のきっかけとなった。

かやかや馬／「かやかや馬」は茂原の七夕馬の別名。江戸時代に

大芝村（現・茂原市大芝）でつくられたのが最初です。八月七日の七夕祭りの時期を迎えると、七夕馬を作る作業に追われました。材料は真菰（まこも）、蒲（がま）、菅（すげ）などの麦わらで、それぞれの草の自然の色合いを組み合わせることでつくり出します。できあがった馬は、こどもたちがつくった手づくりの車に乗せ、カラコロと村中を引き回しました。昭和三十年代ごろから姿を消し、現在はこの風物を見ることはできません。

かやかや馬を茂原七夕の象徴とすることで、茂原市は歴史性でオンリーワンとなる。オンリーワンが明確なら、そのコンセプトは非常に有望だ。実際、茂原銘産品開発研究会は、この後奇跡的なスピードで進んでいった。ボトルネックを解消するとはこういうことである。その後の決定は以下の通り、「五色使った巻物（ロール）」で、県内産品を一点以上使用した和・洋菓子」

・商品は巻物（ロール）状…七夕の主役織姫の織った織物、反物
 ・地場産品（県内）素材…もっさり人の主役彦星の職業は牛飼ひ。

なら彦星牛乳はどう、という意見から房総産ミルクの使用、県内産素材使用と進んでいった。
 ・七夕（五色）…赤青黄白黒（紫）

有終の美

三月八日、研究会の最終回。この日会場は、どよめきに包まれた。その一つが五色の短冊と同じ赤青黄白黒のロールケーキだった。研究会の麻生会長が持参した一品である。ビジュアル、味ともに感動であった。そしてもう一つが商工会議所秋葉会頭からの話であった。「七夕の街」茂原市として圏央道の茂原市の看板のマークが七夕になる予定であることが発表された。他にも市内の様々なランドマークが一年を通して七夕で彩られることが決定したという話であった。

「七夕の街茂原」を全国に広めるべく、今後全国に流通するのが七夕スイーツである。

様々な障害を乗り越え、茂原銘産品は順調に開発の道のりをひた走っている。

研究会メンバーの皆さん、お疲れ様でした。お世話になりました。ありがとうございます。

（三科 公孝）

テーマ 販路・市場の開拓

伝統技術と新感覚の融合で、

新市場・販路開拓を目指す

静岡仏壇卸商工業協同組合

仏壇技術と顧客ニーズに対応した新たな感覚を融合させた仏壇の開発に取り組み、仏壇仏具メッセを継続的に開催。市場・販路開拓を積極的に展開している。

背景と目的

ここ数年、静岡の仏壇製造卸業者を取り巻く環境は、中国やベトナムなどからの安価な輸入品が流入したことによる価格競争に加え、仏壇市場の成熟化・縮小化に伴う国内産地間競争の激化など厳しさを増しており、廃業などから、当組合の組合員数はピーク時の半数にまで減少している。

本事業への取り組みの背景には、以上のような組合及び組合員に強い危機感があることが挙げられる。こうした状況を打破するため、伝統技術に加えて、顧客ニーズに合致した新しい感覚を取り入れた

新作の商品化を通じ、静岡の仏壇を差別化しようと、積極的に販路・市場開拓に取り組んでいる。

事業・活動の内容

デザインや機能性を重視した、従来の概念にとらわれない独自の製品の開発に取り組み、その成果を毎年開催する展示会（「しずおか仏壇・仏具メッセ」）で披露。

2007年のメッセでは、「こんな仏壇あったらいいな」をテーマに新作のコンテストも実施。壁掛け式やリモコンで扉の開閉ができる仏壇など斬新なデザインで、関心を集めた。

開催期間中には、モニタリング・アンケート調査を実施。今後の仏壇製作に消費者の意見をフィードバックするなどのエンドユーザーに対するマーケティング活動も展開した。

2009年のメッセでは、女性デザイナーを起用し「女性が考えた、

女性が求める、女性のための仏壇」をテーマに掲げ、品のある優しい仏壇を発表。加えて、故人の思い出の品々を飾ることができる「ギャラリーボックス」としての要素も持たせた仏壇も開発をするなど、新基軸を次々と打ち出している。

活動の成果

モニタリングやアンケート調査の結果に基づいた商品開発を進め、従来の仏壇のイメージを一新するよう斬新で機能的な新作が次々と誕生。仏壇購入者の3/4を占める女性に対し、新しい静岡の仏壇を強く訴求することに成功した。

新たな試みとして、昨年度まで14年間にわたり、地元静岡で開催していた展示会を今年度は京都市で開催。九州



伝統と現代の感覚を調和させたものや斬新なデザインの作品が続々お目見え



女性デザイナーが女性の視点からデザインした仏壇

を始めとする西日本地域に静岡仏壇を積極的にアピールし、新市場開拓の足がかりとする考え。また、住宅メーカーやインテリア業界などの異業種との連携も視野に入れた、販路・市場開拓の仕掛け作りにも取り組んでいく。

静岡仏壇卸商工業協同組合

住所：〒420-0042
静岡県静岡市葵区駒形通5-2-7
設立：昭和41年7月
出資金：2,550千円
電話：054-255-9126
URL：http://www4.tokai.or.jp/
S-butudankumiai/
業種：仏壇・仏具製造卸
組合員：17人
組合専従者：2人

組合 Q & A

財産目録と剰余金処分（又は損失処理）案について

Q II 先日、決算関係書類を中央会に提出したのですが、財産目録と剰余金処分案を提出してほしいとの指摘を受けました。添付書類の内容に何かに不備があったのでしょうか。

A II 組合から提出された認可行政庁への決算関係書類を拝見しますと、財産目録を作成していない組合や剰余金処分（又は損失の処理の方法）を記載した書面の代わりに株主資本等変動計算書を添付している組合を散見します。

まず、組合と会社の違いについてですが、一例として、組合は会社と違い、無制限の配当はありません。組合の目的は利益を追求することではなく、組合の事業を組合員が利用することが目的です。このように目的が違いため、開示する会計情報も変わってきますし、組合独特の会計処理もあるなど、組合法の決算関係書類と会社法の決算関係書類では違いがあります。

さて、中小企業等協同組合法第40条第2項には「組合は、主務省令で定めるところにより、各事業年度に係る財産目録、貸借対照表、損益計算書、剰余金処分案又は損失処理案（以下「決算関係書類」という。）及び事業報告書を作成しなければならない。」と定められ、組合には財産目録を作成する義務が課せられています。したがって、省略することはできません。（※財産目録の様式例や作成方法については本会までご相談下さい。）

次に剰余金処分についてですが、

06年からの新会社法では利益処分は決算の確定とは無関係となり、したがって利益処分案という制度は廃止されました。その結果、例えば株主配当は期中の臨時株主総会でも決議できるようになり（利益処分計算書の廃止）、一会計期間における純資産の部の変動状況を表す株主資本等変動計算書（会社計算規則第127条）の作成が新たに義務付けられました。

しかし、中小企業等協同組合法では、従来どおりに利益処分は通常総会で行いますので、剰余金処分案を作成する必要があります。（最近の市販会計ソフトは、会社法

による決算関係書類を前提に作っており、株主資本等変動計算書が作成されますので、組合で別に剰余金処分案や財産目録を作成する必要はありません。）

ところで、剰余金処分に関する注意点ですが、組合の定款をご覧いただくと、利益準備金と特別積立金として、それぞれ当期純利益金額の10分の1以上を積み立てなければならぬと書かれていないでしょうか。その利益準備金は出資総額の1/2まで（定款によって出資総額総額まで）、特別積立金は出資総額まで積み立て、損失のてん補に充てる場合を除いて切り崩してはならないと定められています。それ以外に定款には法定繰越金として、当期純利益金額の1/20以上を翌期に繰り越すように定めてあります。法定繰越金とは翌期に教育情報事業のためだけに使用するもので、他の積立金のように毎年積み増しできるものでなく、損失のてん補に充てることもできません。これらの積み立てや繰越金の計上は、剰余金処分で行います。そして、これらを計上後、組合員に配当を行うことができます。剰余金処分案を作成するにあ

たっては、あらためて組合の定款をご確認いただき、定款に定められたとおり利益準備金、特別積立金、法定繰越金の処理を忘れずに行ってください。

◎ご相談は本会設立相談室まで
(TEL 043・306・3285)

法務局からのお知らせ

平成23年7月25日（月）から、千葉地方法務局茂原支局及び東金出張所で取り扱っている商業・法人登記事務は、本局法人登記部門において取り扱うこととなります。

なお、会社や法人の登記に関する登記事項証明書・印鑑証明書の交付事務（登記時効用役所の交付事務は除く）、印鑑カードに関する事務及び電子認証に関する事務（電子証明書の発行事務等）につきましては、引き続き茂原支局及び東金出張所でも取り扱いますので、ご利用ください。

◎詳細は千葉地方法務局総務課まで
お問い合わせ下さい。

(TEL 043・302・1311)

情報連絡員報告を中心とした

県内の中小企業動向

平成23年6月期

情報連絡員50名 回答数50名

全体概要

↻ 前月比

- ➡製造業では、売上高において「増加した」業種は3から5に増加。「減少した」業種は7から4に減少。
- ➡非製造業では、売上高において「増加した」業種は7から11に増加。「減少した」業種は14から11に減少。
- ➡業界の景況では、「好転した」業種は2から3に増加。「悪化した」業種は23から11に減少。

↻ 前年同月比

- ➡製造業では、売上高において「増加した」業種は3から4に増加。「減少した」業種は11から8に減少。
- ➡非製造業では、売上高において「増加した」業種は2から4に増加。「減少した」業種は19から20に増加。
- ➡業界の景況では、「好転した」業種は2のまま変化なし。「悪化した」業種は31から25に減少。

製造業

■豆腐製造

【県内全域】

夏期に豆腐の需要は伸びるが、揚物類の売上が低下するので、どのように対処するかが課題である。マスコミに豆腐を取り上げても、機会が増えたと感じている。対応を若手後継者にしてもらおうことにより、業界全体の底上げを期待している。

■めん類製造

【県内全域】

6月20日、主原料の小麦粉の価格が予定通り大幅に値上された。一方、製品価格改定は困難な状況にあるが、それぞれの組合員が適正な販売価格維持に努力している。8月予定の東日本学校給食麺講演会千葉県大会の準備が始まっている。県教育委、(財)千葉県学校給食会、千葉県学校栄養士会への後援申請が承認された。

■製材

【県内全域】

大震災の前の状況に戻りつつある。業界動向は、省エネ・節電の技術が建材メーカーで開発されている。

■印刷

【県内全域】

県内企業6月の売上高は、東日本大震災後の自粛・節約の影響、官公庁の予算の縮減による発注点

数や発注数量の減少を受け、5月の低調な業況をそのまま受けた形で全般的に振るいません。実稼働日数を考えると5月より悪化と言えなくもない状況です。この需給ギャップの影響もあり、安値攻勢からデフレ状態が継続しています。官・民需共に動きが大変鈍く夏場の需要が気掛かりです。

被災地周辺の製紙工場・製品倉庫に甚大な被害が発生し、供給不足と在庫品の払底により印刷用紙によつては未だに不足品があります。印刷インキも原料製造工場が被災し復興に来年6月迄を要する事で、海外調達に切替えた経費増等から、1kg当り150～180円値上がりしました。7月中旬から8月にかけて石油系の薬品等の値上げ通知も各社に届き始めたようです。これらのコストアップへの対応が今後の経営の大きな課題です。

■生コン製造

【県内全域】

少しずつ物件が見えてきており、少し動きが明るい方向に。具体的案件が出てきた。下期に入りさらに動きが活発になる見通し。

■電気鍍金業

【県内全域】

東日本大震災後は東北地方からの発注が全くなり、景況は悪

化してきているが、6月中旬より徐々にではあるが改善の兆しが現れてきている。震災特需を受けている企業もあるが、全般的には景況は悪化している。

■鉄工業

【千葉】

3月の震災以降、組合員各社の景況感は依然として低空飛行中。一向に進展が見えてこない原発の後始末と、国内全域に及びつつある言わば節電DMINOが何とも重苦しい。

■機械部品製造

【野田】

節電対策対応、機器、関係部品等の受注及び建築関連機材加工等が増えている。停電回帰のため、生産タイム調整、ライン輪番調整、土日振替等の実施をしている。

■土砂採取業

【県内全域】

公共事業の投資がなく、骨材需要が減少し各企業は事業運営に苦慮している。東日本大震災の関係で、今後復興資源（山砂等）の要請が出てくれば協力していきたい。

■非製造業

■食肉卸売

【千葉市他】

家畜頭数の減少が続き、収益が悪化している。業界全体としても、依然厳しい経営環境にある。

■建築材料卸売

【県内全域】

4月～6月前年より出荷は増加しているが、前年が悪すぎたためで前々年と同水準。地震の影響で地盤改良効果の認識が深まったこと、戸建住宅の危惧、高層マンションへの不安などセメント需要にプラスマイナス両面あり見通しがつかない状況。

■自動車解体業

【県内全域】

新車製造の回復に一定の目処がついたことで、秋以降の業況回復の期待感。

■乾物卸売

【県内全域】

中元期を迎えているが、出足は鈍い。今年度第1回海苔交換会を実施。震災の影響で生産量が3割減少したこともあり、出品数は少なかったが、成約率は高かった。

■卸売

【茂原市】

何故か消費者の消費ムードが上昇せず、店内各店舗に活気がない。

■小売

【柏市】

低価格商品を中心に、震災前の景況に戻りつつあるが、節電対策によるショッピングイメージの低下、計画停電の可能性が消費に影を落とすのが心配だ。

■電気機器小売

【県内全域】

6月上旬までは、エコポイントの影響でエアコン、TVが売れて

いた。中旬以降はバッテリーと止まる。近年になくダウンする模様。

■青果小売

【千葉市】

電力使用制限令の影響がどうであるか注目している。売上は依然、前年を取り戻せず。

■中古車仕入・販売

【県内全域】

震災後、人気車種の高騰、タマ不足が一層加速。中古車輸出は前年同期比は、前年同月比に回復。

■小売

【野田市】

消費が上向いてこない。結果、売上を取り辛い状況が続いている。

■印鑑小売

【県内全域】

東日本大震災・原発事故以来、栄養の売上が低迷。店舗の売上は昨年と同様に戻った。

■小売・サービス

【柏市】

震災後、やっと売上が前年並みになりつつあるが、業種によって震災で工場が被災し、商品が品薄により入荷せず大幅減のままの業種も多数あり。たばこは入荷が30%程度。リフォーム業も商品の入荷が大幅に遅れているとのこと。来街者数は回復したが気温の上昇に伴い、日中の人出が少ない。

■小売・サービス

【銚子市】

相変わらず悪いまま。

■害虫防除

【県内全域】

景気はいまだに悪化状況。蜂駆除依頼減少している。

■旅館業

【鴨川市】

観光業界全国ワーストワンです。

■遊覧船

【鴨川市】

依然として、観光業界は厳しい状況が続いております。特に海岸付近の風景と船を目玉にしていますが、学生達が殆ど来ません。

■一般廃棄物処理

【千葉】

毎年6月はあまり動きのない月になりますが、今年は地デジの影響により、テレビの排出量が多く、景況は好転の結果となりました。（テレビの台数だけでいえば、前年同月の倍の量が出ました。）

■ソフトウェア業

【県内全域】

売上高前月比増加となっているが、震災の影響を受けた5月との比較であり、前年同月比は減少。収益状況は依然悪化である。企業間格差が出てきているように思える。

■建設

【県内全域】

当連合会加入組合員の受注額は前月比微減であったが、各単協の声としては、仕事がないと嘆いている。

■貨物運送業

【野田市】

依然厳しい景気状況にある。

千葉県醤油工業（協） 代表理事 太田 昭吉	千葉県石油（協） 理事長 堀江 亮介	関東自動車共済（協） 代表理事 小長谷政幸	千葉県農業機械商業（協） 代表理事 小関 邦夫	千葉県製麺工業（協） 代表理事 佐藤 一郎
千葉県遊技業（協） 代表理事 大城 正準	千葉県自転車軽自動車商（協） 代表理事 山口 道博	千葉総合卸商業団地（協） 代表理事 石田 一太郎	千葉県コンクリート製品（協） 理事長 花澤 長文	千葉県印章（協） 代表理事 宮崎 勝治
千葉船業（協） 代表理事 田原 安	千葉県生コンクリート工業組合 代表理事 鈴木 実	千葉化学工業薬品（協） 代表理事 岡田 隆治	（協）千葉電設協会 代表理事 田中 宏幸	千葉県産業廃棄物処理業（協） 代表理事 岡林 聡
（協）千葉県鐵骨工業会 代表理事 鈴木正一郎	千葉県セメント卸（協） 代表理事 矢島 一郎	千葉県建設防水工事業（協） 代表理事 鹿島清太郎	千葉県測量設計補償（協） 代表理事 中嶋 敏夫	千葉市廃棄物リサイクル事業（協） 代表理事 飯田 俊夫

千葉鉄工業団地（協） 代表理事 坂戸 誠一	千葉市工業センター（協） 代表理事 柿本 幹夫	野田工業団地（協） 代表理事 飯塚真太郎	千葉県板硝子商工（協） 代表理事 成田 一郎	千葉トヨペット整備工業（協） 代表理事 勝又 隆一
千葉青果商業（協） 代表理事 上野 宏幸	千葉県貿易（協） 代表理事 横山 吉雄	野田市中里排水処理（協） 理事長 府川 安正	千葉中央生コンクリート（協） 理事長 柴田 文成	（協）千葉設備協会 理事長 池田 潔
八千代市管工事（協） 代表理事 酒井 保	（協）シー・ティー・ティー 代表理事 青沼 彰	市原市管工事（協） 代表理事 根元 精一	送変電機器千葉（協） 代表理事 菊池 康文	千葉県保険流通（協） 代表理事 矢部 元茂
千葉港湾運送事業（協） 理事長 公手 眞	船橋機械金属工業（協） 代表理事 板谷 直正	船新青果小売商業（協） 代表理事 藁 國夫	船橋総合卸商業団地（協） 代表理事 飯ヶ谷岐美夫	千葉学習塾（協） 代表理事 長谷川洋男

ふなばしインタックス (協) 代表理事 篠原 敬治	柏市工業団地 (協) 代表理事 藤井 秀美	野田市商業 (協) 代表理事 仲長 孝	(協) 酒々井ショッピングセンター 代表理事 細谷 篤
松戸ビル管理業 (協) 代表理事 山下 勉	流山トラック事業 (協) 代表理事 伊ヶ谷武雄	浦安市リサイクル資源 (協) 代表理事 醍醐 辰雄	(協) 佐原信販 代表理事 鈴木 重夫
野田市再資源化事業 (協) 代表理事 西村 久行	流山工業団地 (協) 代表理事 高橋 啓治	印旛食肉センター事業 (協) 代表理事 小川 進	千葉県木材市場 (協) 代表理事 吉岡 實
柏駅前第一商業 (協) 代表理事 三好 迪夫	浦安建設 (協) 代表理事 鹿野新一郎	臼井ショッピングセンター (協) 代表理事 野口 恭義	(協) 東金ショッピングセンター 代表理事 中村 秀朗
柏市管工事 (協) 代表理事 青山 貞夫	浦安市書店 (協) 代表理事 小林 栄喜	四街道工業団地 (協) 代表理事 清水 敬陽	山武管工事業 (協) 代表理事 加藤 洋三

東金市ガス工事業（協） 代表理事 鈴木 寿郎	（協）システムネット北千葉 代表理事 原 富義	千葉県牛乳商業組合 代表理事 高橋 束	千葉県自動車販売店協会 会長 加藤 勇
長生郡市管工事（協） 代表理事 小関 正幸	千葉県建設業（協）連合会 代表理事 石井 良典	千葉県鍍金工業組合 代表理事 瀧澤 近弘	千葉県官公需適格組合 受注促進協議会会長 鹿野新一郎
大原中央商店街（協） 代表理事 土屋 利夫	柏市廃棄物処理業（協業） 代表理事 鈴木 隆	千葉県中古自動車販売商工組合 代表理事 宮崎 登	千葉県異業種交流融合化協議会 会長 田村 修二
千葉市下水管路維持（協） 理事長 山本 剛	千葉県電機商業組合 代表理事 佐々木 義	（振興）柏二番街商店会 代表理事 石戸新一郎	千葉県中小企業福利厚生協議会 会長 柴崎 三郎
千葉県漬物工業（協） 代表理事 古宮 真一	千葉県印刷工業組合 代表理事 日暮 秀一	（社）千葉県エルピーガス協会 会長 山川 宏	千葉県中小企業団体青年中央会 代表幹事 山口 真延

中央会との意見・情報交換会

千葉県中小企業団体事務局責任者協会（会長＝神子勇）は7月5日、千葉市内において「中央会との意見・情報交換会」を開催した。

今回の意見・情報交換会は、東日本大震災等の影響もあり、大変厳しい組合運営を迫られている中での開催となったが、中小企業が連携することの有益性に加え、誠の団結の力を見つめ直すための又とない契機となった。

協会役員からは、震災後の困難な状況下、奮闘する組合内の様子が語られ、次いで中央会からは、今回の震災を受けた対応（県をはじ



▲「中央会との意見・情報交換会」の様子。
中小企業組合運動の活性化に向けて、関係者の連携強化の気運が高まった。

めとする行政や全国中央会との連携、また義援金の配分方法の決定とその実施について）を発表し、その後、各部・室より担当事業についてのプレゼンを行った。

また当日は、中小企業組合運動の担い手として、協会と多くの共通項を有する千葉県中小企業組合士会から石川副会長が参加。事務局機能の強化（人材育成）に中小企業組合士制度をぜひ役立てて欲しいとしてメッセージを寄せた。

結びに、中央会の藤原常任理事兼事務局長を座長として、参加者による意見・情報交換が行われ、相方向的に連携強化を確認した。

売上アップのための経営革新計画づくりを支援（経営支援部）

本会では、組合の構成員企業を支援する「中小企業支援ネットワーク強化事業」により、中小企業者の「経営革新」への取り組みを支援しています。

「何かを変えたい」という想いを、収益性の高いビジネスプラン（経営革新計画）へと昇華することで、企業価値の最大化を図ってまいります。支援に要する費用負担はありません。（※下記参照）

■経営革新とは？

経営革新とは、中小企業者がイノベーション（革新）を「仮説・検証・ノウハウ化」サイクルを回しながら計画的に行うことで、経営の向上を図ることです。経営革新によって新たなステージへ踏み出したり、業績の向上を果たすことができます。

経営革新を行うために作成するものが「経営革新計画」、すなわち「ビジネスプラン」です。「経営革新計画」承認企業には、資金面から様々な公的施策（制度融資や政府系金融機関からの低利子融資等）が用意されています。もちろんこうした支援策は魅力的ですが、最大のメリットは高度な計画経営を実現できることと言えます。

これまでも、本会の会員組合から数多くの企業が計画経営を取り入れ（過去3年で約100社）、業績向上を実現しています。

■具体的には何をするの？

まず、現在の経営を見直し、新たに挑戦する「テーマ」を検討します。次に、新たな取り組みについての計画書を作成し、都道府県の窓口（千葉県の場合は経営支援課）に申請します。この計画が、中小企業新事業活動促進法で求める要

件を満たしていれば、千葉県知事からの承認を得ることができ、国や県の支援策を活用しながら計画の実現を図ることが出来ます。

「何だか難しそう…」こうした声をよく耳にします。具体的にイメージしづらいとしても難儀に思われるかもしれませんが、中央会が経営者の考えを整理し、経営革新計画の策定までお手伝いしますので、ご心配はいりません。

確かに、通常の経営を行いながら、新しい事業活動を考え、計画書まで作成するとなると、ご負担に感じるのも当然です。しかし、課題に挑戦する高い志や更なる成長への活路を見出すための取り組みについてご相談いただければ、書類作成はもちろん、企業の現状分析や方向性の検討についてのサポートもさせていただきますので、お気軽にご相談下さい。

会社のあるべき姿（経営革新・経営力アップ）への改革線上に、本会支援策が使えます。これを利用しない手はありません。皆様の熱い想いを奮ってお寄せ下さい。

◎ご相談は本会経営支援部まで
（TEL 043-3006-3280）

インフォメーション①：解散整理の対象となる場合がありますのでご注意ください！

休眠組合整理の実施について

◆ 休眠組合の整理が行われます

休眠組合は、平成20年10月1日から平成23年10月1日の間に県や国に対して決算関係書類等の提出を1度もしない組合をいいます。（所管行政庁では、組合が事業活動を行っているかどうかを決算関係書類の提出の有無によって判断しており、3年連続して提出を怠ると休眠組合とみなされ、解散整理の対象となる場合があります。）

未提出組合は、至急本会までご相談下さいますようお願い申し上げます。

県知事所管の休眠組合の整理スケジュール

日 程	実 施 作 業
9 月中	未提出組合宛決算書の「督促状」発送
10 月中旬	未提出組合宛「解散の命令のための確認通知」発送
11 月上旬	「聴聞通知」発送
11 月中	聴聞実施
12 月中	「解散命令書」発送
1 月上旬	解散公告
2 月	解散登記の嘱託

◎ご相談は、本会設立相談室までお願い申し上げます。（TEL 043-306-3285）

インフォメーション②：「平成22年度中小企業の動向」及び「平成23年度中小企業施策」

中小企業白書（2011年版）の発表

経済産業省中小企業庁は、「平成22年度中小企業の動向」及び「平成23年度中小企業施策」（いわゆる中小企業白書）をとりまとめ、7月1日閣議決定いたしました。

1. 「平成22年度中小企業の動向」では、第1部で、最近の中小企業の動向及び震災の影響を分析し、第2部で、震災でも改めて認識された我が国の経済社会における中小企業の重要性を示し、第3部で、我が国の経済成長を担う中小企業の復興・発展の方向性を探ることを試みています。

2. 「平成23年度中小企業施策」の概要では、（1）中小企業を幅広く支援するため、①資金繰りの円滑化、②財務基盤の強化、③下請取引の適正化、④事業再生・事業承継への対応、⑤人材・雇用対策、⑥経営安定対策、（2）意欲ある中小企業を伸ばすため、①海外展開の支援、②起業・転業・新事業展開の支援、③官公需対策、④技術力の強化、⑤経営課題への対応、⑥商店街・中心市街地活性化対策を中心に、平成23年度において講じようとする施策を記述しています。

◎詳細は、中小企業庁HPをご確認下さい。（<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/110701hakusyo.html>）



平成24年経済センサスー活動調査を実施します。



- ▶平成24年2月に全ての企業・事業所を対象とした経済センサスー活動調査を実施します。
- ▶調査の結果は、各種行政施策や学術研究の基礎資料としての利活用だけでなく、経営の参考資料として事業者の方々にも活用していただくことを目指しています。
- ▶正確な調査を実施するため、調査票の送付に先立ち、6月中旬から支社等を有する企業本社あてに「事業所確認票」を郵送します。
- ▶調査の趣旨・必要性を御理解いただき、御返送をよろしくお願いいたします。

総務省・経済産業省