

# 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 for small and medium-size enterprise

Chushokigyo-chiba

# 中小企業ちば

## Contents [Index]

### P.3 活動予定

中央会の主な事業等活動予定（8月）

### P.4 チャレンジ組合ちば ～連携支援の現場から～

商店街を利用者目線で俯瞰する（松戸駅周辺商業協同組合）

### P.6 全国先進組合事例

業務効率化のための学校給食事業総合管理システム開発（福島県パン（協））

### P.7 組合Q&A

個人企業が法人成りした場合／組合士検定にチャレンジ!!

### P.8 景況

情報連絡員報告を中心とした県内の中小企業動向（6月）

### P.10 協賛広告

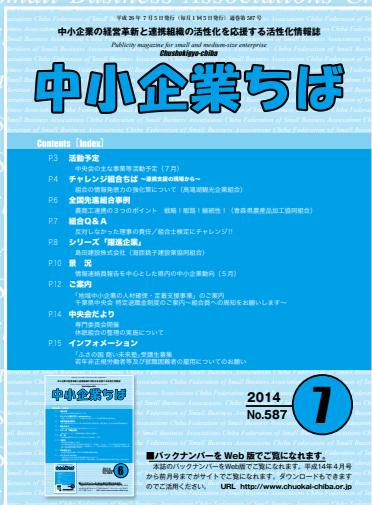
「暑中お見舞い申し上げます」

### P.14 中央会だより

第66回中小企業団体全国大会の開催について（参加者募集）ほか

### P.15 インフォメーション

帰宅困難者等対策について  
次世代育成支援対策推進センター（千葉県中央会）からのお知らせ



2014  
No.588

8

## ■バックナンバーを Web 版でご覧になれます。

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>

## 中央会の主な事業等活動予定（8月）

平成26年7月17日現在

月日	曜日	内 容	担当部署
<b>■ 理事会等の開催</b>			
8/1	金	千葉県商工労働部と中央会との意見情報交換会	総務部 ☎ 043・306・3281
<b>■ 中小企業連携組織対策事業</b>			
8/1	金	<b>連携組織活性化研究会</b> 対象：千葉総合卸商業団地（協）	工業連携支援部 ☎ 043・306・2427
8/10	日	<b>連携組織活性化研究会</b> 対象：稲毛商店街（振興）	商業連携支援部 ☎ 043・306・3284
8/25	月	<b>連携組織活性化研究会</b> 対象：（協）一宮スタンプ会	商業連携支援部
8/28	木	<b>連携組織活性化研究会</b> 対象：千葉県印刷工業組合	工業連携支援部
<b>■ 千葉県商店街若手リーダー養成事業</b>			
8/13	水	<u>ふさの国 商い未来塾（第2回）</u>	商業連携支援部
8/27	水	<u>ふさの国 商い未来塾（第3回）</u>	商業連携支援部
<b>■ 全国中小企業団体中央会補助事業</b>			
8/25	月	<b>地域中小企業の人材確保・定着支援事業</b> 就職セミナー 2014 合同企業説明会 in 柏（ザ・クレストホテル柏）	工業連携支援部

**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

休眠組合の整理は、平成23年10月1日から平成26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が1度もなされていない組合を対象に行われます。（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等を踏まえ判断しており、3年連続して提出を怠ると、解散整理の対象となる場合があります。）

未提出の組合は、至急ご提出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（予定）

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月下旬	「聴聞通知」発送
12月中	聴聞実施
2月上旬	「解散命令書」発送
2月上旬	解散公告
3月上旬	解散登記の囑託

※スケジュールは前後する場合があります。

◎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）

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25年度連携組織活性化研究会			
対象組合等	松戸駅周辺商業協同組合			
	▼組合データ			
	理事長	林 護	住 所	松戸市松戸2060
	設 立	平成24年11月	業 種	小売業・飲食店中心の異業種
	組合員	19人(平成26年7月現在)	U R L	
テ ー マ	商店街を利用者目線で俯瞰する			
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	ベン・デザインオフィス 高山 勉			

背景と目的

松戸駅周辺は市内最大の商業集積地と理解されていますが、大型店やチェーン店が発信する大量の情報に圧倒されて個々の商店の存在が目立ちません。かつては東葛飾地域の経済的中心として栄えた商店街なので、店舗構成は今なお買い回り品が中心です。また、官公署や金融機関・サービス業が多く立地し、買い回り客や地域の従業員などを背景に飲食店の比率が高い商店街です。

近年、松戸市が子育て世帯重視の政策を打ち出し、これに応じて大型店もファミリー層に手厚い店内構成へと改装を行いました。近年松戸駅周辺に続々と新築されたマンションには比較的若い世代が転入し、この数年で松戸駅周辺は市内でも年齢構成の若いエリアへと変化してきました。

これらの動きを受けて商店街の各店も客層の変化を肌で感じるようになっており、この変化を新たな顧客取り込みの好機ととらえた各店では独自のPR活動に挑みます。しかしその基盤となる商店街を一望できる媒体が今までに作られた経緯が無く、商店街マップの作成とPRは喫緊の課題でもありません。

た。

今回の事業は単なるマップ作成ではなく、商店街の魅力を伝える方法を模索する数回の研究会をその中心に据えました。松戸駅周辺エリアの現況、問題点、対象客、広報媒体等の考察や、大規模な現地調査で集めた情報を元に、来街客と同じ目線に立つて商店街を俯瞰してみることで利便性の高い媒体の作成を目指しました。

事業の活動内容

今回の事業は3回の実習(研究会)と現地調査、フォローアップから構成されました

◆第一回「いつ・誰のために伝える？」

今回作成するマップの目的や機能期待すべき効果を共通認識し、「エリア内『資源』の棚卸し」と称してメンバーが把握する商店街に関する種々の情報全てを洗いざらい書き出しました。メンバーは全員地元在住の事業主ですが、それでも業態やその存在を知らない店舗が明らかになりました。

結局、当地の店舗情報(特に飲食店)はクチコミ情報や通りすがりの看板に由来することが殆どで、普段歩かない通りや交流のない店舗からは情報が伝わらないことを痛感しました。地元

我々でもこの状態ですから、まして来街するお客様には「謎の街」だということですね。

松戸市が平成21年に実施した「商業圏調査報告書」を参照したところ、やはり買い回り品の購入には価格よりも豊富な情報提供が大きな動機であり、この動機付けは行政が行う交通や利便施設などのインフラ整備とは別の次元で、商店街が独自に起こすべきものです。

かくして、「まず・ここに住む人に伝える」という結論に至りました。続いて情報収集の段取りです。なにごん商店会への加入率が低いので、各商店会を通じて把握できる個店の情報には限りがあり、エリア内店舗の基本情報はアルバイトも動員して実態調査を実施することとしました。

◆第二回「どこ・何を伝える？」

前回の棚卸しで収集した大量の店舗情報をどう整理するか、選択と集中による要素の絞り込みや媒体での表現方法など、先行する各地の事例なども交えてフリートークで討議を行いました。

当初予想のとおり、店舗全体の半分は飲食関係、残りの半分も不動産や美容関係が目立つ状況です。ここで見えて来た姿が「商店街の2つの顔」でした。官公署やサービス業、買い回り品を扱



う店舗等に来る目的買いのお客様と、この地域に勤務しランチや盛り場を需要する人々、この対象客層と時間帯が異なる2つの商店街が同じエリアに混在しているさまが明らかになりました。

これが判れば後はスムーズでした。松戸駅前商店街を2つの商店街と捉えて地図の両面で表現することを考案しました。商店会加盟店舗は細大漏らさず、それ以外は利用客目線で必要十分な情報を掲載するルールを設定。また、商店街への吸引力であるイベント会場としての公共施設や自治会施設はすべて掲載し来街客への利便性を図ることにしました。

こうして取捨選択した全数600軒に及ぶ情報を物販店中心の「昼面」と飲食店中心の「夜面」に分類、掲載項目は業態・名称・住所・電話・営業時間・定休日に絞り紙面確保を図りました。

この作業を通じて「確かな店の・索引を伝える」というマップの方向性が見出されました。

## ◆第三回「どうやって伝える」

これまでの作業で絞り込まれた情報を具体的に紙面でどう表現するか、模造紙の雛形で試行錯誤するワークショップを行いました。この商店街には古い商店や史跡等も多く地域紹介の

際には歴史に目が向きがちですが、今それは考慮せず現況ありのままの姿をなるべくスタイリッシュに表現しようと考えました。

本来、デザインやヴィジュアル面をサポートする立場の私としては、松戸駅前に降り立った時に見える建物の多くが昭和50年代の建築で意匠に当時の面影があること、その時代が松戸駅前区画整理の完成とともにこのエリアが賑わいを見せた最後の時代だったことに着目してアイキャッチのイラストに1980年をイメージ、あえて既存の印象から外れることにしました。また、「昼」「夜」2つの顔を対立的に表すシンボルには松戸のイメージキャラクターと目として今なお市民に人気のあるコアラを用いて2匹の「招きコアラ」を考案、挿画したところ好評を頂きました。

研究会最終回の後半は、媒体の配布活用の方法や地域メディアへの対応等について議論を行いました。折しも松戸商工会議所の公募型助成「商店会プッシュアップ事業」の募集時期と重なりましたので、このプレゼンテーションに応募し各商店会代表の方々にも松戸駅前商店街が市の中心市街地として本気で取り組んでいる様子を理解して頂くということになりました。

この3回の研究会を通じて得た答えは「現況を本気で伝える」ということでした。

## ◆フLOORアップ

やがて商店街マップ試作版が完成しました。試作版は枚数に限りもあるためまずは商店会加盟各店にサンプル配布し再度意見を聴取することとしました。ここで得られた建設的な意見や新たな店舗情報を元に、この秋には本編を作成し地域内全戸と事業所従業員を対象に配布の予定です。

## 事業の成果

今回、身近な商店街エリアを客観的に俯瞰することによって、店舗構成や立地の偏り、顧客目線で見た回遊導線と商店側の思惑の違い、またこれらが時間帯ごとに多様な表情を持ち、商店街の一意ではないイメージを形作りながら利用客と相互に取捨選択される動態が浮かび上がってきました。

この事業を通じて、『商店にとってクチコミは重要な媒体だが裏付けが必要。客層に合うスタイルでの確かな情報提供を続けなければ必ず望ましいクチコミが発生する、その裏付けに商店街マップを据えよう。これが個店レベルでも実現可能な商店街発のイメージアップ

とコミュニティづくりである』という結論に至りました。

## 今後の事業展開・展望

この事業は松戸駅前商店街の個店の認知を高めるための第一歩ととらえています。

松戸市内は交通至便のため都内や隣接商圏への買い回りが容易で競合すること、周辺の適度な距離に複数のショッピングモールが存在することが特徴です。

48万人市民の多くの消費が松戸駅周辺地区以外に向いていることは各種調査から明らかです。これ以上の流出を食い止めるためには、まずは基盤となる地域の人々を、次いで近接地域の人々を、いずれも情報提供と親近感を伴い商店街で迎える手段を構築することが必須と考えます。

今後この地域の商業吸引力向上には行政側が進める地域ブランドづくりと呼応しながら中心市街地としてイメージアップを図り、情動的囲い込みを進めることが我々に出来る最善策と考えられています。その上で商店街の個々の店舗には個性に磨きをかけ益々輝き続けて頂きたいと期待しています。

(高山 勉)



テーマ  
IT経営（運営）

# 業務効率化のための学校給食事業総合管理システム開発

## 福島県パン協同組合

組合員と組合のための学校給食用パン並びに米飯の委託加工業務に関する「学校給食事業総合管理システム」を開発し、学校給食に関連する業務効率化・コスト削減を図る。

### 背景と目的

当組合では、財団法人福島県学校給食会から委託を受けて、組合員が行う学校給食用パン及び米飯の加工の数量、使用した材料等を組合にFAXで報告させ、学校給食会へ報告を行うとともに学校給食会と組合員間が集計し精算業務を行っている。

従来、組合員は毎月報告書を作成するにあたり、学校・クラス別に商品・注文数を記入し、パン・米粉パン・加工パン等の商品別に様式を分けて手書きで作成しており、報告内容も細かいことから報告業務に手間がかかっている状態であった。

そこで、組合員と組合の学校給食に関連する業務効率化・コスト削減を図るため「学校給食事業総合管理システム」を開発した。

### 事業・活動の内容

当組合が開発した「学校給食事業総合管理システム」は、組合員が手書きで作成している加工報告書、請求書、材料等の受払台帳等をブラウザで入力・管理するWebシステムである。Webサーバーにより組合事務局が行っている報告書集計・報告業務、精算業務及び学校給食加工賃・輸送費等の一覧表の作成等を自動で集計し、データ蓄積等を行う基幹システムである。

システム概要図のとおり、この2つのシステムを組合と組合員との間でインターネットを介してVPN接続され、データのやりとりを行っている。組合員はインターネットの接続環境が整っているだけで当システム

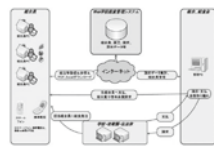
ムの利用が可能となり、アプリケーションソフトの導入等の新たな設備投資が不要であることから導入しやすいシステムといえる。

### 活動の成果

当システムは、平成23年度から本格的に導入、稼働されたが、同年3月の東日本大震災の影響で、当初組合員10社からスタートとなった。その後、当システムを組合員へ普及するため、数々にわたる説明会を実施し、現在までに組合員30社が利用するようになっていく。

また、導入以降も、現在のところ、システムをより使いやすいものとするための機能追加等も行っているが組合員のIT化レベルには温度差もあることから、当システムを組合主導により共同で実施することで、組合員のIT環境が整い、その後それぞれの組合員において、通常業務にIT化が図られることが期待される。

る。当システムを使用することで、組合職員の事務処理に割かれていた多くの時間を有効に活用することが可能となる。ひいては、組合の既存事業の活性化方策や新規共同事業（徳にITを活用した共同事業）についても検討・実施することが可能となり、組合員企業の経営合理化に一層寄与することが期待される。



### 福島県パン協同組合

住所：〒960-8063  
福島県福島市柳町1番11号  
設立：昭和28年7月  
出資金：4,704千円  
電話：024-523-1234  
URL：http://www.pankumi.com/  
業種：製パン業  
組合員：57人  
組合専従者：2人

## 組合 Q & A

### 個人企業が法人成りした場合

有限会社の組合員が破産した。出資金は先代が個人事業者の頃、組合に出した。持分の払戻し先は、会社か先代個人か

もう少し事情を説明します。組合員企業の破産管財人から、持分払戻請求が組合に届いたことから騒ぎは始まりました。有限会社になつたときに、息子が会社の社長になり、創業者の親父（先代）さんは引退しました。組合員は先代個人ではなく会社という状況でした。

しかし、組合の会合には、ずうつと先代が出ていたし、二〇〇万円の出資金は先代が出したもので、組合としては管財人に二〇〇万円を渡したくありませんでした。

#### 個人事業者から法人へ

個人事業者が法人成りしたときは、個人から法人への持分譲渡の手続きをする必要があります。しかし、実際には、そうした手続き

をしないで、組合員名簿を変えるだけで済ませているケースは多いものです。

普段の組合運営では問題は起こらないのですが、脱退のときは問題になります。組合持分の払戻し先を法人にするか個人にするか特定しなければならぬからです。

組合持分が、破産した有限会社のものなら破産管財人に持分を払い戻すこととなります。そうなるかと先代のところへは一銭も行きません。先代が個人で出資しているので、それはあまりにも気の毒です。

名簿は会社名、賦課金も会社が支払い、その領収書は会社宛、これでは、先代に持分を払い戻すことは難しい。しかし、組合員たちは先代が組合の会合に出ているので、先代が組合員だと信じています。執行部も、先代が組合員なのだから、親父さんに二〇〇万円を戻すべきだと考えました。そこで「組合員は先代個人」であると管財人に伝えることにしました。

#### 理屈の組立

① 組合の名簿は法人名が変わっているが、それは事務局が言われる

ままに変えただけのことだ。先代個人から会社へ持分を譲渡することを承諾していない。

② 組合への賦課金は、社長である息子が気を利かせて立替払いをしてくれたのだから、その立替分は先代が会社へ返す。もちろん時効が完成している分は差し引く。

持分譲渡は理事会の承諾が必要ですが、理事会の承諾は行われていませんでした。執行部が管財人に対して主張したのは、「譲渡承諾をした理事会議事録はない」ということです。

最終的に、管財人は先代への払い戻しを承知してくれました。この顛末が法的に正しいかわかりませんが、先代は喜んでくれました。

#### ポイント

★ 法人成りしたときは、理事会で譲渡承諾

#### 中小企業組合理事のための Q & A

「清水透著・2010年5月25日（新訂）第1版第1刷発行」より転載。

● ご購入のお申込み等、図書についての詳細は全国中小企業団体中央会のホームページをご参照下さい。（トップページ▽中央会の出版刊行物）

### 組合士検定にチャレンジ!!

Q. 加入・脱退、出資・持分に関する正誤問題です。

【第1問】 事業協同組合は、原則として組合員以外の者の事業利用を組合員の総利用分量の25%までに制限している。

【第2問】 組合は定款の定めにより組合員に経費を賦課することができる。

【第3問】 組合の成立の時期は、主たる事務所所在地において設立の登記をした日である。

【第4問】 組合の出資総口数及び払込済出資総額の変更の登記は、期中に移動があっても年度末現在の状況を年度末から4週間以内に一度に行えば足りる。

《解答》【第1問】×（直接奉仕の原則があるから、組合の共同事業の利用者は、本来、組合員に限るべきである。しかし、共同施設が遊休状態にあるのもつたいため、次の2つの条件で組合員以外の者の利用を認めている。①組合員の利用に支障がないこと、②員外者の利用量を当該事業年度における組合員の総利用分量の20%以内に制限すること。したがって、「25%まで」は数字の間違いである。）【第2問】○【第3問】○【第4問】○

情報連絡員報告を中心とした

# 県内の中小企業動向

平成26年6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7から6に減少。「減少した」業種は4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6から9に増加。「減少した」業種は13から7に減少。
- ▶業界の景況では、「好転した」業種は5から3に減少。「悪化した」業種は6のまま変化なし。

### 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4に減少。「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4から8に増加。「減少した」業種は15から9に減少。
- ▶業界の景況では、「好転した」業種は5から4に減少。「悪化した」業種は9のまま変化なし。

### 製造業

#### 豆腐製造

【県内全域】

国産大豆の高騰により大手企業に変化があった。

#### 酒類製造

【県内全域】

消費税引き上げの反動が続いており、悪化傾向。業務用の販売低調、個人向け商品は、比較的堅調。

#### 製材

【木更津】

6月はロシア船2隻、米材船1隻、南洋材1隻、在庫は増加傾向。

#### 印刷

【県内全域】

売上は5月と比較した場合増減まちまちの模様。今年は消費税率の上昇を見込んだ新年度分の駆け込み需要が3月中旬に上乘せされたため、5月中旬までの稼働率は低下した。下旬からは例年通りに稼働し、ほぼ6月一杯忙しく稼働した会社がある一方で、税率アップの影響もあり、受注の芳しくない会社からの報告や相談も聞かれた。

#### 電気鍍金

【県内全域】

当該月は受注量も9%ばかり上昇した。消費税増税の転嫁も順調に移行されたようである。この状態で推移していくことができればと思っているが、原材料、燃料等の値上がりが今後懸念材料だ。

### 鉄工

【千葉】

足元の各社動向は、ほぼ横ばい推移が続いており特段の変化は見られない。

#### 機械部品製造

【野田】

安定状況にあるが、原材料、ガソリン等の高騰が気になる。引き続き安定状況が維持することを期待したい。

#### 機械部品製造

【流山】

景気については、上向き傾向と停滞傾向の業種が出ており、不透明感がある。

#### 機械部品製造

【柏】

全体的には、増税・駆け込みに対する減少は当初見込みより少ないが、電力費、材料費の上昇が継続的にマイナス要素。今後の受注もまだら模様。

業界動向は、コスト競争激化、多様化に伴うニーズの高度化。

#### 金属製品製造

【船橋】

緩やかな改善傾向にあるが、先行きは不透明な部分が見られる。業界動向は、アベノミクス効果が徐々に表れ、生産高に反映している。

#### 採石

【県内全域】

6月は出荷が前月より増加したものの依然厳しい状況である。6



月以降に川崎港、東京港及び横浜・

南本牧港の地震対策事業の発注が見込まれるものの、燃料費の値上げやダンブヤガット船などの輸送手段の縮小による影響が大きい。横浜港等スーパードック等の整備と羽田空港の一層のハブ化を図るための第5滑走路の建設を期待している。東京オリンピック施設建設のために岸壁整備は来年度になる予定。

#### 【土砂採取】

【県内全域】

在庫数量、販売価格、取引条件、収益状況、資金繰り等前回と大きな変化はなく、全般的に低調。

#### 非製造業

#### 【総合卸売】

【千葉県・東京都】

消費増税後の4～5月は、受注量が減少したが、6月になり回復傾向。生産材関係は、受注の回復が早かったが、消費材では遅れている。納入先との力関係から、消費増税分の転嫁が充分には行われていない。ガソリン価格の高騰から、輸送コストが上昇し、採算性が低下。

#### 【食肉卸売】

【千葉市他】

前月同様、と畜頭数の確保が厳しい。業界動向は、豚の病気が続発しており秋以降の出荷が懸念さ

れる。

#### 【建築材料卸売】

【県内全域】

第一四半期の落ち込みは織り込み済み。6月は前年並み。盆明け頃から回復期待されるが不透明。業界動向は、セメント値上げはほぼ目標達成のため一段落。

#### 【自動車解体】

【県内全域】

消費増税前の駆け込みの反動か、廃車在庫減の声が多い。鉄スクラップ単価はやや上昇。

#### 【乾物卸売】

【県内全域】

引き続き低調。

#### 【小売】

【茂原】

消費税の増税により買い控えが続き、景気の落ち込みが見られる。景気の良いのは大企業であり、中小企業は不安定(売上の上昇・下降)がみられる。

#### 【電気機器小売】

【県内全域】

今月も消費税駆け込み後で、売上は激減している。エアコンの買い替え需要はあるが依然厳しい。

#### 【青果小売】

【千葉市】

商品切り替え時期のため、主力商品が少なく先月並みの売上はとれなかった。増税の影響はほとんどないようだ。

#### 【中古車仕入・販売】

【県内全域】

増税後の新車販売の影響による

タマ不足傾向が続いているが、輸出は東南アジア、アフリカ向けを中心に増加している状況。相場は上昇し、仕入れには厳しい状況が続くと見られる。

#### 【小売】

【東金】

ファッション関連品が未だ回復せず。バーゲンに期待しているとこである。食品関係は、ほぼ昨年対比と同じぐらいの数字であった。原材料の値上げ等で価格は上がってきている。全体的には今一步の状況である。

#### 【小売】

【野田】

消費税増税後、4月、5月、6月と売上の減少で苦戦している。7月はバーゲンセールを早めて、売上の回復を狙う。

#### 【小売・サービス】

【柏】

外税の事業者でもレジで表示価格に消費税が加算される事に抵抗感が無くなってきている。しかし事業者によって大幅売上減から微増まで業種によって大きな差が出てきているようだ。

#### 【建設揚重】

【県内全域】

5月の横ばい状況。そこそこの稼働状況。

#### 【一般廃棄物処理】

【千葉】

先月落ち込んだ分、前月比は良

かったものの、前年同月には及ばない状況。

#### 【土木建築サービス】

【県内全域】

国土強靱化による事業量増額に期待している。

#### 【建設】

【県内全域】

当連合会加入組合員の受注額は、9,637百万円と前月比は、9,637百万円、前年同月比2,327百万円と比較的好調であったが、年度累計では、前年同期比マイナス1,723百万円にとどまる。地域別では11ブロック中8ブロックが前月比増加。北総・東総が好調である。

#### 【貨物運送】

【野田】

4月までの消費税アップ駆け込み需要が落ち着いた気配だったが6月は思ったほど落ち込むことが無くほっとしている。これから暑い季節にむけて忙しくなる時季だが、激しい天候の変化には注意が必要である。

#### 【輸出】

【県内全域】

業界の動きについて、ネット販売の増加による配達輸送や倉庫での商品セット業務などの問い合わせが増えている。

#### 【輸出】

【県内全域】

6月の売上他は前月比、前年同月比とも不変であった。

<p>千葉県製麺工業（協） 代表理事 清水 延年</p>	<p>千葉県農業機械商業（協） 理事長 小関 邦夫</p>	<p>関東自動車共済（協） 代表理事 小長谷政幸</p>	<p>千葉県石油（協） 理事長 堀江 亮介</p>	<p>千葉県醤油工業（協） 代表理事 大高 和郎</p>
<p>千葉振興建設業（協） 代表理事 船越 博文</p>	<p>千葉県コンクリート製品（協） 理事長 花澤 長文</p>	<p>千葉総合卸商業団地（協） 代表理事 石田一太郎</p>	<p>千葉県自転車軽自動車商（協） 代表理事 山口 道博</p>	<p>千葉県遊技業（協） 理事長 大城 正準</p>
<p>千葉県産業廃棄物処理業（協） 理事長 杉田 昭義</p>	<p>千葉県建設防水工事業（協） 理事長 糠信 雄司</p>	<p>千葉化学工業薬品（協） 代表理事 岡田 隆治</p>	<p>千葉県生コンクリート工業組合 理事長 鈴木 実</p>	<p>千葉船業（協） 代表理事 田原 安</p>
<p>千葉市廃棄物リサイクル事業（協） 代表理事 飯田 俊夫</p>	<p>千葉県測量設計補償（協） 代表理事 影山 喜一</p>	<p>千葉防食ライニング工事業（協） 理事長 阪野 幸夫</p>	<p>千葉県セメント卸（協） 代表理事 矢島 一郎</p>	<p>（協）千葉県鐵骨工業会 代表理事 鈴木正一郎</p>

<p>千葉鉄工業団地（協） 代表理事</p> <p>坂戸 誠一</p>	<p>千葉市工業センター（協） 代表理事</p> <p>黒木 憲一</p>	<p>野田工業団地（協） 代表理事</p> <p>飯塚真太郎</p>	<p>千葉県板硝子商工（協） 代表理事</p> <p>成田 一郎</p>	<p>千葉トヨベット整備工業（協） 代表理事</p> <p>勝又 隆一</p>
<p>千葉青果商業（協） 代表理事</p> <p>上野 宏幸</p>	<p>千葉県貿易（協） 代表理事</p> <p>越部 圓</p>	<p>野田市中里排水処理（協） 理事長</p> <p>吉田 光宏</p>	<p>（協）成田市個人下水道管理協会 代表理事</p> <p>林 康博</p>	<p>（協）千葉設備協会 理事長</p> <p>池田 潔</p>
<p>八千代市管工事（協） 代表理事</p> <p>橋爪 秀悟</p>	<p>（協）シー・ティー・ティー 代表理事</p> <p>青沼 彰</p>	<p>市原市管工事（協） 代表理事</p> <p>斎藤 寛</p>	<p>送変電機器千葉（協） 代表理事</p> <p>菊池 康文</p>	<p>千葉県保険流通（協） 代表理事</p> <p>森脇 健二</p>
<p>千葉港湾湾運送事業（協） 理事長</p> <p>公手 眞</p>	<p>船橋機械金属工業（協） 代表理事</p> <p>板谷 直正</p>	<p>船橋総合卸商業団地（協） 代表理事</p> <p>飯ヶ谷岐美夫</p>	<p>船橋総合建設（協） 代表理事</p> <p>櫻井 敬</p>	<p>千葉学習塾（協） 代表理事</p> <p>西出 一信</p>



<p>千葉県学校給食パン・米飯(協) 代表理事</p> <p>川島 弘士</p>	<p>柏駅前第一商業(協) 代表理事</p> <p>三好 迪夫</p>	<p>野田市再資源化事業(協) 代表理事</p> <p>西村 久行</p>	<p>松戸ビル管理業(協) 代表理事</p> <p>山下 勉</p>	<p>ふなばしインタックス(協) 代表理事</p> <p>篠原 敬治</p>
<p>千葉県税理士(協) 代表理事</p> <p>本庄眞知子</p>	<p>浦安建設(協) 代表理事</p> <p>鹿野新一郎</p>	<p>流山工業団地(協) 代表理事</p> <p>高橋 啓治</p>	<p>流山トラック事業(協) 代表理事</p> <p>伊ヶ谷武雄</p>	<p>柏市工業団地(協) 代表理事</p> <p>藤井 秀美</p>
<p>四街道工業団地(協) 代表理事</p> <p>清水 敬陽</p>	<p>臼井ショッピングセンター(協) 代表理事</p> <p>野口 恭義</p>	<p>印旛食肉センター事業(協) 代表理事</p> <p>小川 進</p>	<p>浦安市リサイクル資源(協) 代表理事</p> <p>醍醐 辰雄</p>	<p>野田市商業(協) 代表理事</p> <p>仲長 孝</p>
<p>山武管工事業(協) 代表理事</p> <p>高橋 洋一</p>	<p>(協)東金ショッピングセンター 代表理事</p> <p>中村 秀朗</p>	<p>千葉県木材市場(協) 代表理事</p> <p>吉岡 實</p>	<p>(協)佐原信販 代表理事</p> <p>小松 裕幸</p>	<p>(協)酒々井ショッピングセンター 代表理事</p> <p>細谷 篤</p>

<p>千葉県漬物工業 (協) 代表理事</p> <p>古宮 真一</p>	<p>千葉県酒造 (協) 代表理事</p> <p>莊司 文雄</p>	<p>大原中央商店街 (協) 代表理事</p> <p>芝野 明</p>	<p>長生都市管工事 (協) 代表理事</p> <p>小関 正幸</p>	<p>海匠ガス事業 (協) 代表理事</p> <p>佐藤 衛</p>
<p>千葉県板金工業組合 代表理事</p> <p>磯野 恒夫</p>	<p>千葉県電機商業組合 代表理事</p> <p>佐々木 義</p>	<p>柏市廃棄物処理業 (協業) 代表理事</p> <p>鈴木 隆</p>	<p>千葉県建設業 (協) 連合会 代表理事</p> <p>石井 良典</p>	<p>(協) システムネット北千葉 代表理事</p> <p>原 富義</p>
<p>柏建設業 (協) 代表理事</p> <p>山田 邦明</p>	<p>(振興) 柏二番街商店会 代表理事</p> <p>石戸新一郎</p>	<p>千葉県中古自動車販売商工組合 代表理事</p> <p>宮崎 登</p>	<p>千葉県鍍金工業組合 代表理事</p> <p>瀧澤 近弘</p>	<p>千葉県牛乳商業組合 代表理事</p> <p>高橋 束</p>
<p>千葉県中小企業団体青年中央会 代表幹事</p> <p>山口 真延</p>	<p>千葉県異業種交流融合化協議会 会長</p> <p>田村 修二</p>	<p>千葉県官公需適格組合 受注促進協議会 会長</p> <p>中嶋 敏夫</p>	<p>千葉県自動車販売店協会 会長</p> <p>加藤 勇</p>	<p>千葉県中部山砂事業 (協) 代表理事</p> <p>棚倉 英雄</p>

## 第66回中小企業団体全国大会の開催について(参加者募集)

本大会は、『団結は力 見せよう組合の底力！』組合で進めよう！中小企業の持続的発展』をキャッチフレーズに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強化拡充を訴え、組合連携組織を基盤とした中小企業の安定的な発展と豊かな社会の実現を期すものであります。

- (1)日時 平成26年10月23日(木) 午後1時30分～午後4時
- (2)場所 「日比谷公会堂」東京都千代田区日比谷公園1・3
- (3)募集人員 65名(全国で約2千名)
- (4)参加方法 現地集合・現地解散
- (5)参加費 1人 5,000円
- (6)申込方法

本会所定申込書にてお申し込み下さい。(FAXによるお申込みも可。)

※8月12日(火)までにお申し込み下さい。FAXによるお申込みも可。

※8月12日(火)までにお申し込み下さい。FAXによるお申込みも可。

※8月12日(火)までにお申し込み下さい。FAXによるお申込みも可。

### 平成26年度 ぶさの国商い未来塾 スタート!

千葉県及び本会は7月23日、平成26年度(第17期)「ぶさの国商い未来塾」をスタートした。

この取り組みは、地域住民の快適な生活を支え、楽しみや触れ合いに満ちた暮らしの広場を提供している商店会の活動支援を主眼に実施するもので、活力ある地域づくりを担う優れた人材を養成するための講座として、今年度は全10回のカリキュラムで構成されている。

第1回目(7月23日)では、「これからのまちづくりに必要な視点と取り組みについて」と題し、次世代型まちづくりを目指して活気ある安心、安全な地域を実現する

取り組みについて考察した。なお、今後のスケジュールとしては、第2回「地域商業者の抱える課題について」、第3回「商店街の現状と今後の活性化の方向について」、第4回「商店街づくりと街づくりについて」、第5回「商店街のソフト事業の進め方について」、第6回「一店逸品運動による個店の魅力向上策について」、第7回「得するまちのゼミナール「まちゼミ」について」、第8回(滋賀県長浜市にて)「現地講義・視察」、第9回「進化を続ける「100円商店街について」、第10回「商店街の組織化について」をテーマに講座を展開する予定となっている。

取り組みについて考察した。

なお、今後のスケジュールとしては、第2回「地域商業者の抱える課題について」、第3回「商店街の現状と今後の活性化の方向について」、第4回「商店街づくりと街づくりについて」、第5回「商店街のソフト事業の進め方について」、第6回「一店逸品運動による個店の魅力向上策について」、第7回「得するまちのゼミナール「まちゼミ」について」、第8回(滋賀県長浜市にて)「現地講義・視察」、第9回「進化を続ける「100円商店街について」、第10回「商店街の組織化について」をテーマに講座を展開する予定となっている。

千葉県中小企業組合士会(会長 鈴木勇(千葉港港湾運送事業(協)事務局長)は7月25日(金)、千葉市内において「平成26年度関東甲信越静ブロック中小企業組合士協議会全体研修会」を開催した。

全体研修会では、「イオンモール幕張新都心」体験型の新たなショッピングモール」と題し、イオンモール株式会社様よりご講演

いただいた後、イオンのフラグシップモールとして昨年12月にオープンした「イオンモール幕張新都心」の視察を行った。

また、全体研修会後に行われた組合士会主催の懇親会では、関東各都道府県から集まった会員相互の親睦交流が図られた。

「経営者保証に関するガイドライン」の活用に係る参考事例集について

金融庁・財務局では、本年2月より適用が開始された「経営者保証に関するガイドライン」の活用に関して、金融機関等により広く実践されることが望ましい取組みを事例集として取りまとめ、公表いたしました。

当該事例集は、金融機関等によるガイドラインの積極的な活用に向けた取組みが促進され、ガイドラインが融資慣行として浸透・定着していくとともに、中小企業等にとっても思い切った事業展開や早期の事業再生等の取組みの参考としていただくこと、さらには、その他の経営支援の担い手が行う経営支援の一助となることを期待しているものです。

◎詳細は金融庁HPをご覧ください。



災害発生時の心得くむやみに移動を開始せず、落ち着いた行動をく

大規模な災害が発生すると公共交通機関が運行を停止し、帰宅が困難になることが予想されます。

しかし、災害発生時に多くの人が一斉に徒歩で帰宅を始めると、火災や沿道の建物からの落下物などにより負傷する危険があるばかりでなく、災害時に優先されるべき救助・救急活動の妨げとなります。

【災害発生時には「むやみに移動を開始しない」】▼まずは自分の身の安全を確保しよう。▼職場や集客施設等の安全な場所にとどまろう。▼災害用伝言サービスにより家族の安否や自宅の無事を確かめよう。

▼交通情報や被害情報などを入手しよう。

【日ごろから準備しておきたいこと】▼携帯ラジオや地図を持ち歩こう。▼職場などに歩きやすいスニーカーや懐中電灯、手袋、飲料水や食料などを用意しよう。▼事前に家族などと安否確認の方法や集合場所を話し合っておこう。▼徒歩やバスにより帰宅経路の状況を確認しておこう。(千葉県や九都県市ではコンビニやガソリンスタンド

等と徒歩帰宅支援協定を締結しており、水道水、トイレや交通情報などを可能な範囲で提供して頂きます。)

## 災害用伝言サービス「災害時の安否確認方法を確認しよう」

【災害発生時には災害用伝言サービスの活用を】平成23年3月に発生した東日本大震災では、家族などとの安否確認の電話が大量に殺到し、県内でも電話がつながりにくくなりました。

こうした災害の発生時でも家族や知人との安否確認や避難先の連絡等を行うことができるのが災害用伝言サービスです。

災害用伝言サービスは、毎月1日と15日などに体験利用ができましたので、この機会に家族や知人との安否確認方法を確認しておきましょう。

### 【災害用伝言ダイヤル(171)】

震度6弱以上の地震などの大きな災害が発生したときに、被災地の方が「171」の番号をダイヤルすると、自宅の電話番号あてに音声による安否情報を録音することができ、電話番号を知っている方であれば、全国から再生ができて

ます。

一般電話、公衆電話、携帯電話PHS、スマートフォンから利用ができます。

《伝言の登録方法》▼「171」にダイヤルします(ガイダンス(案内)が流れます)。▼録音するには「1」をダイヤル。▼自宅の市外局番からの電話番号をダイヤルし、ガイダンスに従ってメッセージを録音します。

《伝言の再生方法》▼「171」にダイヤルします(ガイダンス(案内)が流れます)。▼再生するには「2」をダイヤル。▼安否を確認したい相手の市外局番からの電話番号をダイヤルし、ガイダンスに従って再生します。

【災害用伝言板】震度6弱以上の地震などの大きな災害が発生したときに、携帯電話・PHSのインターネット接続機能を使い、自身の安否情報を文字で登録することができ、電話番号をもとに全国の携帯電話・PHSから登録された安否情報を確認することができます。

携帯電話、PHS、スマートフォンから利用ができます。

《伝言の登録方法》▼メニューのトップページから「災害用伝言板」

を選択。▼「災害用伝言板」の中の「登録」を選択。▼次の4つの選択肢のうち該当するものにチェック(□無事です。□被害があります。□自宅にいます。□避難所にいます)。▼任意のコメントを入力(100文字以内)し「登録」を押す。※コメントの例：今、家族全員で〇〇小学校にいます。

《伝言の再生方法》▼メニューのトップページから「災害用伝言板」を選択。▼「災害用伝言板」の中の「確認」を選択。▼安否情報を確認したい人の携帯電話・PHSの番号を入れ、「検索」を押す。▼伝言が登録されていると、一覧が表示されるので、確認したい安否情報を選択。

【安否情報まとめて検索「Jan Pi」】「電話番号」または「氏名」を入力することで、各通信会社が提供する災害用伝言板、各企業・団体が提供する安否情報(テキスト情報)を一括で検索し、結果をまとめて確認することができます。なお、安否情報の検索は、パソコン、インターネット接続に対応した携帯電話、スマートフォンで可能です。

《「Jan Pi」の検索ページ》  
<http://anpi.jp/>

## 会員組合構成員事業主の皆さまへ

### 次世代育成支援対策推進センター（千葉県中央会）からのお知らせ

#### ◆ 少子化や共働きの増加に対応した働き方を整備

本会では、厚生労働大臣より「次世代育成支援対策推進センター」の指定を受け、一般事業主行動計画策定のためのご相談をお受けしております。

#### ☆ 一般事業主行動計画の策定・届出について

一般事業主行動計画（以下「行動計画」）とは、次世代育成支援対策推進法（以下「次世代法」）に基づき、企業が従業員の仕事と子育ての両立を図るための雇用環境の整備や、子育てをしていない従業員も含めた多様な労働条件の整備などに取り組むに当たって、(1)計画期間、(2)目標、(3)目標達成のための対策及びその実施時期を定めるものです。従業員101人以上の企業には、行動計画の策定・届出、公表・周知が義務付けられています。

#### ☆ 行動計画策定の流れ

##### ① 自社の現状・ニーズ等を把握

- ◇ 行動計画が企業の実情に即したものとなるように、仕事と子育ての両立にあたって障害となっている事項や、従業員のニーズを把握します。
- ◇ 例えば、過去5年程度を遡って以下のような事項を調べます。自社の課題が見えてくるはずですよ。▽妊娠・出産を機に退職する従業員がどれくらいいるか。▽子育て中の従業員がどれくらいいるか。▽育児休業、子の看護休暇、育児のための柔軟な働き方などの、性別や年齢別の利用者数はどうなっているのか。平均的な利用期間はどのくらいか。休業者が行っていた業務は、どのように処理されているか。
- ◇ また、従業員のニーズを把握するにあたっては、以下のような項目を調べます。  
▽ワーク・ライフ・バランス支援制度の認知度、利用意向▽現在の支援制度に対する満足度▽仕事と子育ての両立で苦労している点▽労働時間の短縮や年次有給休暇の取得への希望▽今後、会社で検討・実施してほしい支援制度 など

##### ② 行動計画内容を決定

- ◇ 課題の優先順位づけ…ある程度課題が見えてきたら、各課題に優先順位をつけます。雇用環境の改善には一定の期間を要します。経営層の判断も仰ぎながら、優先順位を決定することも必要となるでしょう。
- ◇ 目標を決める…次に行動計画として盛り込むのにふさわしい目標を決定します。現状分析により得られた情報から、「行動計画策定指針」の「七 一般事業主行動計画の内容に関する事項」に掲載されている項目を、行動計画の目標としましょう。目標はいくつでも設定できます。
- ◇ 目標は可能な限り、定量的な数値目標としましょう（例 平成〇〇年までに育児休業取得率を男性〇%、女性〇%とする）。
- ◇ 自社の両立支援の取組をチェックできる両立指標も活用してみましょう。
- ◇ 目標の計画期間を決める…計画の期間は、各企業の実情を踏まえて設定します。

##### ③ 行動計画を公表し、従業員に周知を図る。

- ◇ 一般への公表…行動計画を策定したら、策定の日から概ね3ヶ月以内に、その計画を一般に公表します。公表の方法として、自社のHPへの掲載、厚生労働省が運営するサイトである「両立支援ひろば」への掲載、県の広報紙・日刊紙への掲載などがあります。インターネットが使用できない企業では、事業所の見やすい場所への掲示や備え付けでも差し支えありません。
- ◇ 従業員への周知…行動計画を策定したら、策定の日から概ね3ヶ月以内に、その計画を従業員に周知します。周知の方法として、事業所の見やすい場所への掲示や備え付け、従業員への配布、電子メールでの送付・イントラネットへの掲載などがあります。

##### ④ 行動計画を策定した旨を千葉労働局へ届け出る

- ◇ 行動計画を策定したら、策定の日から概ね3ヶ月以内に、「一般事業主行動計画策定・変更届」（様式第一号）を郵送、持参、電子申請により、千葉労働局雇用均等室に届け出て下さい。なお、行動計画そのものを添付する必要はありません。

##### ⑤ 行動計画を実施。

- ◇ 行動計画に掲げた対策を実施し、目標を達成するために取り組みます。

お問合せ：ご相談は本会経営支援部 渡邊（推進員）、池澤まで（☎ 043-306-3282）