

中央会の主な事業等活動予定（9月）

令和元年8月9日現在

月日	曜日	内 容	担当部署
■ 理事会等の開催			
9/4	水	<u>千葉県商工労働部と中央会との意見情報交換会</u> 場所：ホテルプラザ菜の花	総務部 ☎043・306・3281
■ 中小企業連携組織対策事業			
9/1	日	<u>組合等新分野開拓支援事業</u> 対象：千葉県鍼灸マッサージ（協）	商業連携支援部 ☎043・306・3284
9/2	月	<u>連携組織活性化研究会</u> 対象：白井ショッピングセンター（協）	
9/2	月	<u>連携組織活性化研究会</u> 対象：千葉県旅館ホテル生活衛生同業組合	経営支援部 ☎043・306・3282
9/4	水	<u>組合等新分野開拓支援事業</u> 対象：千葉県生コンクリート工業組合	工業連携支援部 ☎043・306・2427
9/4	水	<u>連携組織活性化研究会</u> 対象：八街駅南口商店街（振興）	商業連携支援部
9/10	火	<u>連携組織活性化研究会</u> 対象：（協）シー・ソフトウェア	工業連携支援部
9/10	火	<u>連携組織活性化研究会</u> 対象：野田工業団地（協）	商業連携支援部
9/10	火	<u>連携組織活性化研究会</u> 対象：（協）佐原信販	
9/13	金	<u>連携組織活性化研究会</u> 対象：千葉学習塾（協）	
9/13	金	<u>組合後継者等育成事業（中小企業組合士交流会）</u> 対象：千葉県中小企業組合士会	業務推進部
9/25	水	<u>中小企業組合士養成講習会①（制度・会計）</u> 対象：会員組合役職員等	☎043・306・3283
■ 千葉県商店街若手リーダー養成事業			
9/4	水	<u>ふさの国 商い未来塾（第4回）</u>	商業連携支援部
9/18	水	<u>ふさの国 商い未来塾（第5回）</u>	
■ 全中補助事業			
9/1	日	<u>消費税軽減税率対策窓口相談等事業</u> 対象：千葉県鍼灸マッサージ（協）	業務推進部
■ 団体等運営支援事業			
9/11	水	<u>千葉県商店街振興組合連合会 計画策定促進事業</u> 対象：千葉ショッピングセンター（振興）	商業連携支援部
9/13	金	<u>令和元年度関東甲信越静岡ブロック中小企業組合士交流会</u>	業務推進部

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30年度組合等新分野開拓支援事業		
対象組合等	協同組合シー・ソフトウェア		
	▼組合データ		
	理事長	谷尾 薫	住所
	設立	平成3年11月	
組合員	15人	業種	佐倉市王子台1-28-8 ちばぎん白井ビル3F ㈱ジィ・シィ企画内 情報サービス業
テーマ	第四次産業革命において求められるスキルについて		
担当部署	千葉県中小企業団体中央会 工業連携支援部 (Tel. 043-306-2427)		
専門家	株式会社グローバル 代表取締役 樋口 匠		

はじめに

昨年度に協シー・ソフトウェアの「組合等新分野開拓支援事業」における「組合等のより高度な知識と技術の習得について」をテーマにした研究会を2回担当し、それぞれ「数学と統計」、「デザイン思考」についてお話しいたしました。

「数学と統計」はAI・IoT・ビッグデータ時代に重要となる統計分析がどのような意味をもってなされているのかを理解すること、「デザイン思考」は第四次産業革命において主体的に問題点を発掘し、コンセプトの創造と市場の創出につながる思考法を実際の体験から理解することを主な目的としました。これらのスキルはデータの重要性がますます高まる今後の情報サービス業界において、たとえば機械学習の理解やデータ分析のできるエンジニアとして、更に飛躍していくために重要なスキルであると考えられます。

今回はこれを踏まえ、デザイン思考の重要性について詳しくお話ししたいと思います。

事業の活動内容

デザイン思考とは何か？

何か問題に直面した際に、それを解決するには「どこに問題があるか」を正確に把握する必要があります。この時、常識や慣習にとらわれずにゼロベースで現状を見極め、問題を発見していくことが必要となります。

新しく何かを始めるには、ある時代・集団を支配する考え方から解放され、非連続的・劇的に変化していかなければなりません。このように社会の規範や価値観が変わることをパラダイム・シフトといえます。パラダイム・シフトは、本質的な問題の所在を明らかにした時に起こるといわれています。

これを人為的に引き起こそうとする1つの方法が、デザイン思考です。

デザイン思考には、次のようなプロセスがあります。

1. 理解する (understand) 、共感する (empathize) 、問題定義する (define)
2. 探求する (explore) 、創造する (ideate) 、試作する (prototype)

3. 具現化する (materialize) 、検証する (test) 、実装する (implement)

これらのプロセスは共感から実装に進んで終わりということではなく、必要に応じて前のフェーズに戻ることを前提としています。特に「検証」の結果によっては少し前の「創造」「試作」に戻ることもあれば、そもそも「共感」から考え直すこともあります。デザイン思考は、絶えず循環し、イノベーションを起こし続けていく終わりのない取り組みです。

デザイン思考を理解するうえで特徴的なプロセスは「共感」と「検証」です。デザイン思考は技術中心ではなく人間中心の課題解決アプローチであるため、「何が出来るか」ではなく「何が必要とされているか」という視点から課題発見・解決に取り組みます。その際に顧客本人ですら気づいていないニーズの奥の本質的な欲求「インサイト」を見つけ出すために必要な姿勢が求められます。それが「共感」です。

また、デザイン思考において「インサイト」とは一度のアプローチで辿り着ける類のものではなく、

絶えず続く循環の中で徐々に近づいていくものです。そのためには精巧さを捨てても素早く試作品を用意し、なるべく早く「検証」から得られるフィードバックを次の循環に活かすことを目指します。この循環を素早くたくさん回すことが、「インサイト」に辿り着くこと、またそれによってイノベーションを起こすことへのアプローチになるのです。

デザイン思考の重要性

～デザイン思考の重要性について～

第四次産業革命が予想される中、日本でもデザイン思考、あるいはそれに近いアプローチの重要性が認識されつつあります。なぜなら、これからは市場の動向に身を任せ、これからは市場の動向に身を任せ、新たな市場を創出していかなければビジネスチャンスが逸してしまいかねないからです。デザイン思考を行うことでイノベーションの創出ができ、また早いサイクルで仮説から検証までを行うことができますので、新たな時代の到来に非常にフィットした考え方です。デザイン思考を取り入れることで期待したいことは二つあります。

一つ目は、「新たな発想の創造」です。デザイン思考の最大の効果は、上述の通り、イノベーションの創出であり、これまでの価値観にとらわれないまったく新しいアイデアが生まれやすいということです。デザイン思考は人間を中心とした考え方であるため、これまでの市場を中心としたアプローチではなく、人々のニーズからその課題の本質を見極める事ができます。それにより個々の要望にフィットした解決策の創造が期待できると考えています。

二つ目は「迅速に軌道修正する習慣の確立」です。デザイン思考においては、検証とそこから得られるフィードバックを新たな仮説に組み込むことが重視され、その思考プロセスにおいて「素早く意見ある失敗をたくさんする」という姿勢が生まれます。もちろん、最初から成功（顧客が満足出来る提案）に辿り着くことが理想ですが、ニーズが多様化した現代において個々の要望をとらえることは容易ではありません。デザイン思考においては、この循環のなかで、顧客自身も気づいていない「インサイト」に辿り着くことが期待さ

れます。

既に飽和状態に見える市場経済の中で新たな市場を開拓していくためには、今までの価値観にとらわれることのない、新しい視点からのチャレンジが必要です。そのためにデザイン思考の導入は効果的でしょう。

デザイン思考を学ぶためには

最近に関連書籍も多く、デザイン思考を学びたいという方は、参考資料に事欠かないような時代になったかと思えます。しかし、ある程度本気で勉強したい方は、是非原典と言えるものに当たって頂きたいと思えます。その点では、やはりデザインファームのIDEOまたはスタンフォード大学から出ているのが良いでしょう。IDEOの代表であるティム・ブラウン自らの著作である「デザイン思考が世界を変える（早川書房）」は、表面的なメソッドに留まらないデザイン思考の本質的な理解につながります。また、スタンフォード大学は「A Virtual Crash Course in Design Thinking」というWebサイトにて、デザイン思考の練習をするためのツールを

公開しています。上手く活用していくと、より良い理解につながると思います。

終わりに

貴組合の皆様を活かして

～いっていただきたいこと～

デザイン思考のプロセスにおける「共感」段階においては、人々がなぜそういった行動をとるのか、ニーズの奥の「インサイト」は何かを実際に五感を通して探っていく作業がメインとなります。これは、AIには（少なくとも近い将来には）できない仕事です。AI・IoT・ビッグデータ時代の現代においても、これは変わらないと思います。データ分析においても、AIが出す結論には根拠が不明なものが多いことから、必ずしもすべてをAIに任せることはできないため、検証作業をするためのスキルはやはり重要だからです。貴組合や組合員の皆様には、このデータ活用時代の中で今回学んだことを積極的に活かし、人間にしかできないスキルを身につけながら活躍していただきたいと願っております。

（樋口 匠）

テーマ

共同事業の新展開―既存事業の再生

ミニアンテナショップ設置及び組合ブランド構築による新事業の展開

千葉県貿易協同組合

プロジェクトチーム体制による意思決定の迅速化と意思疎通の円滑化。組合直営店舗の売上減少に対する出店している企業の協力。海外展開を希望する組合員の協力。組合ブランドの構築。

背景・目的

組合直営店舗の売上停滞や組合員からの海外販路開拓要請により、平成25年度より「JAPANブランド育成支援事業を活用した組合員企業の海外展開支援」事業、平成29年より「組合直営店舗での千葉県産品ミニアンテナショップ」事業を展開してきた。これらの事業は現在も継続中で、徐々に成果が出てきており、今後の組合の事業展開の端緒となっている。

取組みの手法と内容

両事業ともにプロジェクトチーム体制を採用した。このため意思決定

のスピードが速く、事業活動が円滑に行われた。また、プロジェクトチームには組合理事がメンバーとして参加していたので、情報は適時理事会に報告され、承認を得ながら進めたことにより、円滑な組合内の意思疎通が図られた。今回のプロジェクトは理事長をはじめとした組合理事の参画がポイントである。

「組合直営店舗での千葉県産品ミニアンテナショップ」事業では、ミニアンテナショップの商品公募と選定、各種イベントの開催、チーバくんとそのイメージに合った店舗リニューアル等を実施した。組合直営店舗に組合員以外の企業の商品を置くことについてはやや不安もあったが、理事会等の指導力で解決できた。本事業は東京オリンピックまで継続事業としており、今後も拡大、継続する予定である。「JAPANブランド育成支援事業を活用した組合員企業の海外展開支援」は、平成25年度JAPANブラ

ンド育成支援事業（戦略策定支援事業）の採択を受け、組合ブランドCOTCAの開発、タイ、ドイツでの市場調査などを行った。また平成28年度JAPANブランド育成支援事業（ブランド確立支援事業）では、COTCAブランド商品第1弾として千葉県の名産品の落花生とその加工品を開発・選定し、タイ及びシンガポールの展示会に出展した。今後は新たなCOTCAブランド商品の開発・選定、海外販路の開拓など継続実施していく予定である。

成果とその要因

ミニアンテナショップの設置による組合直営店舗売上高は平成30年4月以降、目標達成に近づいており、今後は徐々に売上は増加するものと期待される。JAPANブランド育成事業では、引き合いも成約も件数は少ないが、徐々に成果が出てきている。今回の2つの事業は組合にとって新たな事

業展開であり、実施にあたっては組合理事会、組合直営店舗、参加組合員、組合事務局等組合総力を結集できたことが成功要因であろう。



チーバくんハウス 千葉トレードセンター
(成田空港第1ターミナル4階)
チーバくんの赤色にしたミニアンテナショップ

千葉県貿易協同組合

住所：〒261-7123
千葉市美浜区中瀬2-6-1
WBGマリブイースト23F
設立：昭和35年2月
出資金：2,140千円
電話：043-298-3951
URL：http://www.trade.or.jp/
業種：異業種（製造業）
組合員：61人

組合Q&A 「軽減対象資産の譲渡等である旨」の記載について（出典 国税庁ホームページ）

【Q】区分記載請求書等に記載する「軽減対象資産の譲渡等である旨」は、どのように記載したらよいですか。

【A】「軽減対象資産の譲渡等である旨」の記載については、軽減対象資産の譲渡等であることが客観的に明らかであるといえる程度の表示がされていればよく、個々の取引ごとに10%や8%の税率が記載されている場合のほか、例えば、次のような場合も「軽減対象資産の譲渡等である旨」の記載があると求められます。（軽減通達18）

- ①請求書において、軽減税率の対象となる商品に、「※」や「☆」といった記号・番号等を表示し、かつ、これらの記号・番号等が「軽減対象資産の譲渡等である旨」を別途「※（☆）は軽減対象」などと表示し、明らかにしている場合
- ②同一の請求書において、軽減税率の対象となる商品とそれ以外の商品とを区分し、軽減税率の対象となる商品として区分されたものについて、その全体が軽減税率の対象であることが表示されている場合
- ③軽減税率の対象となる商品に係る請求書とそれ以外の商品に係る請求書を分けて作成し、軽減税率の対象となる商品に係る請求書において、そこに記載された商品が軽減税率の対象であることが表示されている場合

【記号・番号等を使用した場合の区分記載請求書等の記載例】

請求書		
（株）〇〇御中		XX年11月30日
11月分 131,200円（税込）		
日付	品名	金額
11/1	小麦粉 ※①	5,400円
11/1	キッチンペーパー	2,200円
11/2	牛肉 ※①	10,800円
⋮	⋮	⋮
合計		131,200円
② 10%対象		88,000円
8%対象		43,200円
※は軽減税率対象品目 ③		
△△商事(株)		

- ① 軽減税率対象品目には「※」など記載
- ② 税率ごとに合計した課税資産の譲渡等の対価の額（税込み）を記載
- ③ 「※」が軽減税率対象品目であることを示すことを記載

【同一請求書内で、税率ごとに商品を区分して区分記載請求書等を発行する場合の記載例】

請求書		
（株）〇〇御中		XX年11月30日
11月分 131,200円（税込）		
日付	品名	金額
11/1	米	5,400円
11/1	牛肉	10,800円
⋮	⋮	⋮
8%対象		43,200円
11/2	キッチンペーパー	2,200円
⋮	⋮	⋮
10%対象		88,000円
合計		131,200円
△△商事(株)		

【税率ごとに区分記載請求書等を分けて発行する場合の記載例】

○ 軽減税率対象分

請求書		
（軽減税率対象）		
（株）〇〇御中		XX年11月30日
11月分 43,200円（税込）		
日付	品名	金額
11/1	米	5,400円
11/1	牛肉	10,800円
⋮	⋮	⋮
合計		43,200円
△△商事(株)		

○ 軽減税率対象分以外

請求書		
（株）〇〇御中		XX年11月30日
11月分 88,000円（税込）		
日付	品名	金額
11/2	キッチンペーパー	2,200円
⋮	⋮	⋮
合計		88,000円
△△商事(株)		

テーマ ソーラーシェアリング（半農半電型農業設備）の販売・施工

千葉県異業種交流融合協議会 組合員企業

有限会社エムエスイー

本会では、県内中小企業の経営革新の取り組みについて、「中小企業等経営強化法」に基づく「経営革新計画」の策定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、「中小企業等経営強化法」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経営目標（数値目標）の設定を含んだ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、信用保証の支援、特許関係料金減免等のほか、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。

申請のしきりとは？

当社は、平成元年4月に制御装置の製造・設置・

保守、各種ケーブル工事を主たる目的として設立しました。主に、製造業や建設業を主要顧客としています。また、当社では15年以上前から太陽光発電装置の開発にも着手し、系統連系型、独立型両タイプの製造・販売に加え、太陽光パネルを使ったソーラー防犯灯などのオリジナル商品の製造・販売を行っています。

再生エネルギー全量買い取り制度（FIT）の開始以降、当社もFIT型太陽光発電設備を設置してきましたが、市場の拡大とともに競争も増え、価格競争は激化しています。

そのため、当社としては、太陽光発電市場での新たな付加価値を創出する必要があり、この度、農業分野を対象とした「ソーラーシェアリング（※）」事業に取り組みこととしました。

※農地に支柱を立てて上部空間に太陽光発電設備等の発電設備を設置し、農業と発電事業を同時に行うことをいう。

テーマ及び内容は？

1. テーマ

『ソーラーシェアリング（半農半電型農業設備）

の販売・施工』

2. 計画期間

▽平成29年2月～令和2年9月（4年計画）

新たな取り組みの特徴は？

● 従来の問題点

☑平成24年7月に始まったFITによる電力売電価格は年々減少。当初税抜き1kwhあたり40円であったが、平成28年には24円まで下落。結果、売電のみで土地を確保し、太陽光発電設備を設置する事業者が少なくなった。

☑一方、平成25年には農水省省令で農地に太陽光設備を建設することが可能となった。

☑低収入等の理由から、農業従事者が減少傾向にある（千葉市内も例外ではない）。

☑当社目標の売上高構成、制御盤等従来取扱商品関係5割、太陽光関係5割（計画策定時点では前者が8割、後者が2割）を目指すためには、千葉市周辺農家を中心にソーラーシェアリング設備の販売・施工に活路を見出すことが最善であると考えた。

○ 新たな取り組み

ソーラーシェアリングを通じて、未来の農業、エネルギー改革の発展に向けて事業を行うものです。低収入等の理由から農業離れが進んでいますが、当社の制御技術のノウハウとソーラーシェアリングを用いることで、農業収入に加え、太陽光発電での安定収入を可能とし、農業従事者の事業強化につなげることを目指します。

前述の農水省省令が出されて以降、当社でも農地に太陽光発電設備を設け、農業と売電を両立させる研究に入りました。平成26年には近接する遊休地を400坪購入して実証実験を開始。平成28年7月に1年間の実証実験を終了させました。その結果、農地を有する農家に対し、今後売電価格が20円に下落しても、10年間で初期投資が回収できることの提案が可能とわかりました。

本事業における当社の提案は次の通りです。
 ☑ソーラーシェアリングの製造：30m×30m（約1反）のソーラーシェアリングで30%の遮蔽率による採光構造で覆い、生育に適する植物等を生産する。パネルは、東西に太陽をトラッキングしていくものを採用。

☑ソーラーシェアリングの大前提として、「既に就農している農家」であることが挙げられるが、現在農耕を行っていない、もしくは撤退を考えている農家に対しては、大学や提携企業と共同で進めているEZ水耕栽培を採用することを勧める。このEZ水耕栽培とは、屋外設置型の水耕栽培ユニットであり、特殊な施肥方法により、液肥を使わないものである。ビ

ニールハウスなどの設置は不要で、水道水に接続できる日当たりの良い場所があれば可能な栽培方法である。

☑IoT管理（オプション）：インターネットを通じて、照度、温度、水温等の情報をリアルタイムで管理者に通信する。さらに、管理者からの指令で温度調整等リモートコントロールにて実施できる仕組みを構築する。特に、室温、水温、湿度の管理が重要であり、映像による目視を加えることで成育状況、突発的な異変をリアルタイムで把握し、管理・対応できるようにする。農場運営面でもIoTを利用し、作物の種類、収穫時期の制御を行うようにすることも視野に入れる。

今後の事業展開は？

初年度は、2件の販売・施工を目標としていますが、さらなる件数増加を図るべく、新規従業員の採用と教育を実施していく計画です。

また、ソーラーパネルの改良は常に行なっていく必要があることから、パネルの設置場所の状況や、オプションとしてのIoTに関してなど、顧客の要望に添うために必要な改良、試験、バージョンアップ等を常に行い、より良いものを販売していきます。

営業面では、ウェブサイトの更新、新規ターゲットへのアプローチや展示会への出展等により、一件でも多くの農家に販売し、農家の支援につなげていきたいと考えています。

社長さんの一言

経営革新計画の縁があり新たな取り組みとしてのソーラーシェアリング事業を展開してきました。多くの農家の方が関心をもって見学に来ていただきました。2018年9月からは農夫を雇い太陽光発電の下で実際に作物を作っています。その間、想定以上にFITによる売電価格が下がり2019年からは14円となり、2020年からは8.5円になるといわれています。これからは売電ではなく、ソーラーシェアリングで得た電力を自家消費する方法で推進しています。新しい取り組みに刺激されてか人員も増え、売り上げも伸ばしてきました。これからも、日本の農業とエネルギー革命のため知恵を絞り活動していきます。

中央会から

◎経営革新に関するご相談は本会経営支援部までお願い致します。☎043-3063282

企業プロフィール

- 【団体名】 千葉県異業種交流融合化協議会
- 【企業名】 有限会社エムエスイー
- 【代表者】 前野 静夫
- 【所在地】 千葉市稲毛区長沼原町66番地1
- 【電話番号】 043-258-77118
- 【従業員数】 13名
- 【業 種】 発電用・送電用・配電機用
電気機械製造業
- 【URL】 <http://www.m-s-e.co.jp/>
- 【承認年月日】 平成29年1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

令和元年7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8から5に減少した。「減少した」業種は6から10に増加した。
- ▶ 非製造業では、売上高において「増加した」業種は10から9に減少した。「減少した」業種は5から8に増加した。
- ▶ 業界の景況では、「好転した」業種は1から2に増加した。「悪化した」業種は14から13に減少した。

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3に減少した。「減少した」業種は9から10に増加した。
- ▶ 非製造業では、売上高において「増加した」業種は9から5に減少した。「減少した」業種は9から12に増加した。
- ▶ 業界の景況では、「好転した」業種は3から2に減少した。「悪化した」業種は15のまま変化なし。

製造業

■ しょう油・食用アミノ酸

製造 【県内全域】

夏の中元商品の需要があった。また、醤油と醤油加工品(つゆ、たれ等)の出荷量の増加に伴い、売上は増加傾向にある。

■ 漬物製造

【県内全域】

生野菜の価格が上昇すると、漬物が売れていたが、長雨の影響で青果物の価格が上昇したため、仕入が難しく、漬物の売上は減少している。

■ 酒類製造

【県内全域】

日本酒の出荷量は前月比、前年同月比ともに減少となった。

■ 繊維工業

【県内全域】

10月からの消費税増税前の駆け込み需要で受注が増加した。

■ 木材・木製品製造

【県内全域】

必要な木材のみを仕入れている状況にある。

■ 製材

【木更津】

ロシアからの材木船が入港したので、在庫は増加した。

■ 印刷

【県内全域】

印刷インキ用メーカーのDIC株式会社埼玉工場の火事により、印刷業者に影響が出てくるとも

に、印刷用紙の不足が続いている。また、参議院選挙やプレミアム付商品券関連の受注があった。

■ 電気鍍金

【県内全域】

米国と中国の貿易摩擦の影響により、業界の景況も急速に冷え込んでいる。また、米国の対中国関税の更なる強化により、見通しは非常に厳しい。

■ 鉄工

【千葉】

省力化・自動化関連業種は比較的堅調に推移しているが、全体的には景気減速感が継続しており、引合いや受注も減少傾向にある。

■ 機械部品製造

【野田】

輸出関連の企業は前年に比べてかなり悪化している。また、国内がメインの企業でも余り芳しくない。客先によって売上のバラツキが大きい。

■ 機械部品製造

【流山】

業種により、景況が悪いようである。

■ 機械部品製造

【柏】

組合員企業により違いがあるが、全体的に良くなり、先行き不透明感がある。

■ 金属製品製造

【船橋】

建設機械業界の景況は堅調に推移している。

【探石】

【県内全域】
今月も出荷量は少なく、前年同月比の13.2%と依然として厳しい状況が続いている。今後は、東京都港湾局の新海面処分場や国土交通省関連の南北線の事業等に期待する。

非製造業

【青果卸売】

【千葉】
天候不順が続く、青果物の価格は先月に比べ、少し上昇したが、品質が低下したため、売上は思うように伸びなかった。来月以降は、高温の影響が心配される。

【自動車解体】

【県内全域】
スクラップ価格は下げ止まりが続くものと予想される。理由はダスト処理問題が短期には解決しないからである。

【卸売業】

【茂原市】
景気の上昇は見られない。

【電気機器小売】

【県内全域】
長雨の影響でエアコンの販売が厳しかった。また、家電工事については、5,000円以下の修理が増えたため売上が停滞した。

【青果小売】

【千葉】
長雨の影響で、一部の青果物が高値となっている。その反面、涼

しかったため、昨年と比べ、前年同月比の売上は増加した。これから夏需要に期待したい。

【中古車仕入・販売】

【県内全域】
10月からの消費税増税を控えて、自動車税制が変わる予定であるので、情報収集に努めている。

【小売】

【東金】
ファッション関連品は、中旬迄気温が上がらず、苦戦。日用品関連は買い物で単価が上がらない状況が続いている。食品関係も、野菜関連が気候の影響で不振。飲食関係は、昨年並み。雨、気温差等で消費行動は伸び悩み。また、組合員の資金繰りが厳しい状況が続いているとともに人手不足も続いている。

【小売】

【野田】
客数は前年同様だったが、売上は前年を下回ってしまった。これからは、客単価アップを意識した店づくりや接客を考える必要がある。

【青果小売】

【松戸】
特に、小売店の景況は悪化しており、冷夏の影響で野菜や果物の生育不足が予想されているため、厳しくなりそうである。

【小売・サービス】

【柏】
全業種ともに天候に左右される7月であった。7月中旬迄の長雨と低温が続く、下旬からは高温により客数が大きく減少したため、売上減少店が多くなった。

【建設揚重】

【県内全域】
クレーンの稼働率は一般的に落ちている。

【遊覧船】

【鴨川】
対前年比の売上は96%、乗船人員は84%、今月の欠航日数は2日間。対前月比の売上は105%、乗船人員は88%。7月1日より料金改定を行ったので、乗船人数は減ったが、売上は少し伸びた。

【一般廃棄物処理】

【千葉】
千葉市の指導により、事業所から排出されるビン缶の産業廃棄物への移行手続きも組合員により、状況はまちまちである。また、景況については、前月より良い状況である。

【学習塾】

【県内全域】
夏季講習の受講生数が伸び悩んでいる。大手進学塾や通信教育に生徒が流れていると考えられる。

【建設】

【県内全域】
組合員による7月の県内公共工事の落札結果は、273件、

11,989百万円となった。前

月比△6,204百万円の減少、前年同月比△2,214百万円となったが、4ヶ月累計では837件、38,721百万円の落札結果となり、前年同期比ではプラス23件、8,211百万円の増加となっている。

【内装工事】

【県内全域】
建設工事全体が繁忙期のため、内装工事の職人が不足となっている。

【貨物運送】

【野田】
7月は天気の良い日が多く、日照不足による農作物等の不作が心配されている。

【輸出入】

【県内全域】
7月の売上は前月比・前年同月比ともに増加した。

◆◆人事異動のお知らせ◆◆

◆◆退職者「8月31日付」◆◆

経営支援部主査 富永健太





▲消費税軽減税率対策講習会の様子

消費税軽減税率対策講習会 開催

本会は、8月1日（木）千葉県内において「消費税軽減税率対策講習会」を開催した。

本講習会は、本年10月1日に消費税の引上げ及び軽減税率制度が実施されるに伴い、県内中小企業者がこれに円滑に対応できることを目的とするもので、税理士法人アフエックスの公認会計士・税理士 金子尚貴氏を講師に迎え、「消費税軽減税率対策について」をテーマとする講演が行われた。

講演後は、非常に活発な質問があり、各組合における個別具体的な検討課題や解決策の整理を促す質疑応答が行われた。



消費税軽減税率対策窓口相談等事業

『専門家派遣』お申込み受付中です！！

消費税の引上げや軽減税率制度の導入に伴う対策等について専門家に相談してみませんか？

～ 組合にもこんな影響が... ～

- 軽減税率対象の物品を共同購入しているケース
- 利用分量配当金に関する問題点 組合でイベントを開催するケース
- 組合で機関誌（会報誌等）を発行しているケース
- 外国人技能実習生共同受入事業と消費税 賦課金にかかる消費税
- 免税組合（簡易課税組合）の対応 etc...

☞ これらの論点について、検討課題や解決策が整理されていますか？

～ 組合員の会社やお店にもこんな影響が... ～

- 対象品目と対象外品目の違い 発行する請求書等の変化
- レジ導入やシステム改修の予算化 顧客へのサービス力向上 etc...

☞ プロの専門家が組合等に訪問し、**無料**でご相談に応じます。

◎お問合せは、本会 業務推進部まで（TEL 043-306-3283）

中小企業組合士になろう ～事務局機能の強化は人材育成から～

「中小企業組合士制度」は、事業協同組合等の連携組織をサポートする唯一の資格制度です。

組合運営に必要な実践のかつ専門的な知識を身につけるため、あるいは、後進の育成に役立てるため、組合の役職員はぜひ“組合士”の資格を取得され、組合内の“知恵者”として、組合員から信頼と納得の組合づくりを実現して下さい。

□ 組合士制度とは

中小企業組合士制度は、事業協同組合をはじめとする中小企業組合等に携わられている方々の能力と資質の向上を図ることにより、中小企業組合の運営強化・円滑化を図ることを目指して、昭和49年度から全国的な実施を開始いたしました。（中小企業等協同組合法施行20周年を機に、東京都中央会が昭和44年に創設、その後、昭和49年に全国中央会に移管されて全国制度となりました。）

現在、全国で3,050名（内千葉県83名、令和元年6月1日現在）の中小企業組合士が登録されており、その活躍のステージは組合だけにとどまらず、商工組合中央金庫などの関係機関等にも広がっています。

また、31都道府県に中小企業組合士会（組合士協会）が設立され、組合士同士の横のつながりによる情報交換や研修会等を活発に行っているほか、これら各中小企業組合士会で組織する全国中小企業組合士協会連合会も設立されています。

□ 今、事務局に組合士が求められている

「法律が改正されたようだが、どこが変わったのかよくわからない」「届出事項に詳しい人がいないので、つい遅れてしまう」「組合運営に詳しい者がいないため、事務が滞りがちになる」「組合特有の会計処理がよくわからない」…組合でこのようなお悩みはありませんか。

中小企業組合等に関連する法令や日々の組織運営に必要とされる情報等は時代とともに変わります。中小企業組合の根拠法である「中小企業等協同組合法」は、平成19年度に大改正が行われましたが、これにより中小企業組合は組織の統治機能の強化・充実が求められることとなりました。この法改正に的確に対応していくことは、中小企業組合が果たすべき社会的責任の一つに他なりません。また、様々な課題や時代の要請に応じていくためには、共同事業の運営に当たる事務局の強化が不可欠であり、そのためには組合運営の知識を備えること、すなわち、中小企業組合検定試験によってその能力が認められている“組合士”を事務局に設置することが一つの近道であるといえます。

□ 中小企業組合検定試験

中小企業組合検定試験は、昭和49年から中小企業庁の後援を得て実施しています。

■ 試験科目

「組合会計」「組合制度」「組合運営」の3科目

■ 試験日

毎年12月の第1日曜日（令和元年度は12月1日実施予定）

■ 合格発表

試験日の翌年3月1日（土・日・祝日の場合は翌日または翌々日）

■ 組合士の認定

試験科目の全てに合格し、かつ中小企業組合等で3年以上の実務経験があれば組合士として認定され、認定証書、組合士証、組合士章（バッジ）が授与されます。

★受験願書は7月上旬から千葉県中央会で配布しております。お気軽にお問合わせ下さい。

◎組合士制度、組合士検定試験等についてのお問合せは本会業務推進部までお願いします。
業務推進部 TEL：043-306-3283

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 令和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

ご相談は本会業務推進部 鵜原（推進員）、海老根まで（☎ 043-306-3283）



中小・小規模事業者向け

中小・小規模事業者の皆様 キャッシュレス導入を支援します！

《キャッシュレス・消費者還元事業》

実施期間 2019年10月1日～2020年6月30日

本制度の概要

- 10月1日以降、対象の店舗でキャッシュレス支払いをした方にはポイント還元を実施。
- 対象店舗への、キャッシュレス決済の導入を支援。

本制度のメリット

メリット 1 今なら端末導入のご負担なし！

端末本体と設置費用などが無料。



軽減税率対策補助金対象の端末支援についても比較検討ください！

メリット 2 期間中の決済手数料は実質2.17%以下！

期間後の手数料の扱いは事前に開示。



メリット 3 消費者還元で集客力UP！

5%又は2%還元。



▶ キャッシュレスのメリットをもっと知りたい方はこちらをチェック！

<https://youtu.be/liqij7zfQ0>



事業者目線で
メリットを紹介！

主な対象決済手段の特徴

本制度では、電子的に繰り返し利用できる決済手段が対象となります。

クレジットカード／デビットカード

- クレジットカード／デビットカードを利用している消費者に対応
- 国際ブランド(VISA、master、JCB等)に対応

電子マネー

- 高齢者や不慣れな消費者も安心して利用可能
(信用審査なくカードを作成可能。チャージも簡単)

QRコード

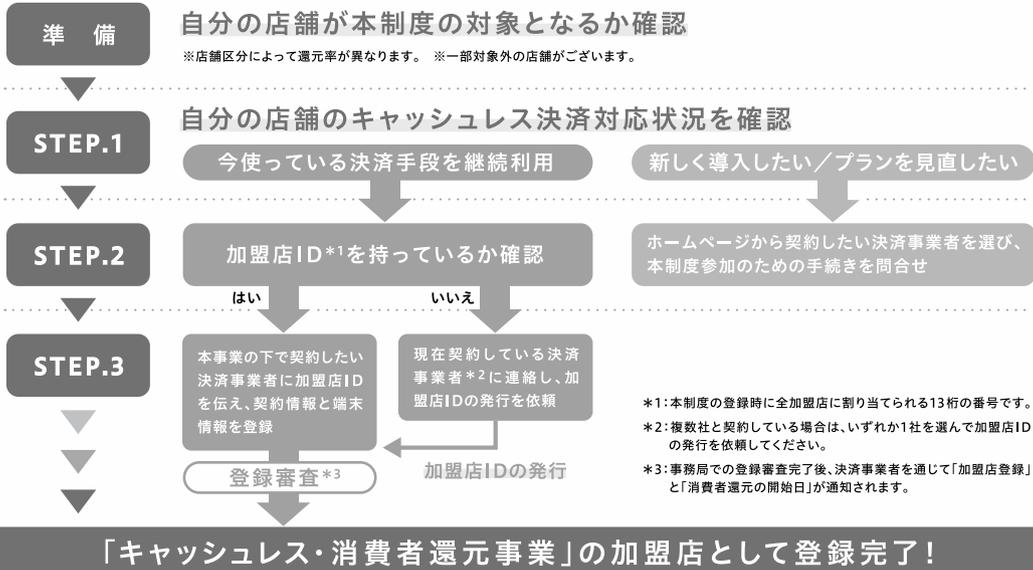
- 端末不要、手数料が安い等低コストで、準備も簡単
- 消費者はスマートフォンで決済

モバイル決済

- 複数の決済手段をまとめて簡単に導入可能
- 端末等もコンパクトでスペースいらず



登録までのステップ



主な情報収集・相談方法

自分の店舗に合ったキャッシュレス決済がわからない時は下記をチェック!

<p>読んでみよう!</p> <p>ホームページを チェック</p> <p>https://cashless.go.jp/franchise/index.html</p>	<p>相談しよう!</p> <p>コールセンターへ 問合せ</p> <p>0570-000655</p> <p>受付時間:平日10:00~18:00(土・日・祝日を除く)</p>	<p>体験してみよう!</p> <p>説明会へ参加</p> <p>ホームページ上で開催 日時を確認して参加</p>
--	---	--

対象となる中小・小規模事業者

本事業の対象となる中小・小規模事業者の定義

原則、業種ごとに定められた資本金の額や従業員数の要件に該当する事業者が対象となります。

例)小売業の場合 > 資本金の額又は出資の総額が5千万円以下の会社又は常時使用する従業員の数が50人以下の会社及び個人事業主
また、この他、会社形態以外の組織に関する要件や親会社との資本関係等の要件がありますので詳細は下記をご参照ください。

補助の対象外となる事業者・取引

一部、対象外となる業種や取引があります。詳細は本制度ホームページを参照いただくか、本制度の登録を受けた決済事業者にお問合せください。

補助対象となる中小・小規模事業者の概要
https://cashless.go.jp/assets/doc/chusyo_teigi.pdf



加盟店登録要領4.1(P5~P6)

https://cashless.go.jp/assets/doc/kameiten_touroukyouryou.pdf



お問合せ先

ポイント還元問合せ窓口(中小・小規模事業者向け)
0570-000655
ナビダイヤル® 受付時間:平日10:00~18:00(土・日・祝日を除く)

※一般電話からは市内通話料金でご利用いただけます。 ※本制度名称を騙り、個人情報を開き出そうとする電話等にご注意ください。

本制度の詳細は、ホームページをご確認ください。
<https://cashless.go.jp>