

中小企業だより

12

中央会インフォメーション

2012.December

特集 大企業と中小企業との取引の実態等に関する調査
サプライヤー中小企業の事業展開のあり方に関する検討会報告



エコアクション21
認証・登録番号 0003381

東京都中小企業団体中央会

<http://www.tokyochukai.or.jp/>

であい、ふれあい。

信用組合

・コミュニティバンク・

東京で頑張るあなたと一緒に。

夢を叶えたい。実現させたい。東京はそんなたくさんの思いが集まった場所。
あなたの気持ちに寄り添う、コミュニティバンクです。

(社)東京都信用組合協会
<http://www.shinkumi.or.jp>



2	せいろん 「機械工具商の事業システム」 東京都中小企業団体中央会 常任理事 流通委員長 斎藤 保男
3	特集 大企業と中小企業との取引の実態等に関する調査
6	特集 サプライヤー中小企業の事業展開のあり方に関する検討会報告
11	エコアクション 21 認証・登録制度
12	第 64 回中小企業団体全国大会開催される
15	情報連絡員報告 10 月 *工業統計調査のお願い
20	2020 年 オリンピック・パラリンピックを日本で!
21	スポーツ祭東京2013
22	経営 Focus No.233
24	TOPICS (日本アスファルト防水工業協同組合)
25	無料職業紹介所を開設しています! ～求人・求職にご活用ください!!～
26	平成 23 年度 組合資料収集加工事業報告書より 「先進組合事例」 大阪機械卸業団地協同組合 熊本県環境整備事業協同組合
28	組合会計相談コーナー No.507
29	東京都組合士協会レポート
30	information *平成25年新年賀詞交歓会のご案内 *年末年始の業務について *「産業交流展2012」が開催されました



機械工具商の事業システム

東京都中小企業団体中央会 常任理事 流通委員長 齋藤 保男
(東京都機械工具商業協同組合 理事長)

我々機械工具商は、日本のもの作りを100年以上に亘って支えてきました。

一口に機械工具商と言ってもつかみどころがないかもしれません。もの作りの現場で使用する原材料以外のすべてのもの(工具、機械設備、副資材、MRO〈サプライ用品〉等)を供給する業者全般のことだからです。問屋業を中心に商売する業者もあれば直需(工場等に直接売る)を中心とする業者もあります。また専門性についても切削工具専門、測定工具専門等いろいろと得意、不得意分野に分かれています。このような多様性がこの業界の特徴です。また、この多様性がこの業界の強みの源となっています。

機械工具業界では全体として取扱う商品の品種、サイズが増加する一方です。加工する素材や加工方法、技術の進歩に伴い新製品がひっきりなしに登場します。このことは昔から変わることなく続いています。そのために一つの業者で全ての機械工具を取り扱う事が難しくなって、卸(問屋)、直需の分化、専門化が進んできました。当然、業者間の連携が必要となり業者の多様性が進んだ結果、機械工具商のネットワーク組織が自然発生的に出来上がり、このことが業界の事業システムとなったわけです。この様に、いままでは業界のネットワークの強みを生かし、環境の変化に対応してきました。しかし現在は過去と比較して環境の変化のスピードが格段に速くなっています。IT技術の進歩、スピードもますます早くなっています。そこで昨今では電子商取引(EC)業者の当業界への新規参入が出現しました。

これから機械工具商が更にしぶとく生き残るためにはネットワークの強みを活かしながら従来の枠組みを超えた新たな取り組みが必要となります。

さて、これからもこの様な新しい業態の事業者が参入してくる状況の中で、この事業システムは今後も通用するのでしょうか？

お客様が機械工具商に求めているのは、商品そのものの調達であることは当然ですが、調達における「専門性」「利便性」「調達力」であると考えられます。

「専門性」とは専門知識を駆使してただ一つメーカーの製品だけでなく、メーカー横断的に独自の提案を行うコンサルティング能力です。「利便性」とはある意味「御用聞き」に徹して価格、納期その他のお客様の要望(わがまま)に応えることです。「調達力」とはその調達をユーザーが気安く頼めて信頼されていることです。

今後もこの機械工具商のネットワーク組織で対応してきた強みが通用していくのかが、これからの大きな課題です。情報量の増大はITシステムの利用で対処してきましたが、結果、それは先に伸べた様にEC業者の台頭という新しい商売がたきの出現も招きました。

我々機械工具商が永年かかって構築した“人間”を中心としたネットワーク組織が、IT技術とインターネット利用という機械化されたネットワークにとって替わられるのでしょうか？それとも電子商取引「EC」には限界があるのでしょうか？

人間VS機械という構図が浮かび上がりますが、それぞれの得意、不得意をカバーする仕組みをどう作り上げていくのか？

その可能性を追求することに今後の業界の発展がかかっていると思います。

難しい時代となってきましたが最後はやはり人材の問題となるのではないのでしょうか？

やはり最善の対応策として人材の育成が必要不可欠と考えます。

我々機械工具商のみならず、どのような業界も同じような問題を抱えていらっしゃると思いますが、明るい未来を切り拓く前向きな気持ちでこれからも進んでいきたいと思っています。

大企業と中小企業との取引の実態等に関する調査

平成 24 年 3 月、次代を担う青年層や女性層の中小・小規模企業経営者を中心に、中小企業団体など、幅広い主体の参加の下に、「日本の未来」応援会議～小さな企業が日本を変える～（略称：“ちいさな企業”未来会議）が設置されました。

この会議では、中小企業政策を真摯に見直すとともに中小企業の経営力の向上に向けた課題と今後の施策のあり方が討議されています。

中小企業庁はこの会議が 6 月に提出した「取引適正化に関する提言」を受け、「大企業と中小企業の取引の実態等に関する調査」を実施しました。今月号では調査結果の概要を紹介します。本調査の全文と“ちいさな企業”未来会議の詳細については中小企業庁のホームページにて閲覧が可能ですので、是非ご参照下さい。

下請代金法で規制されていない取引の現状

- 今回実施した実態調査の結果をみると、下請代金法で規制されていない取引（以下、「法対象外取引」）については、発注企業の都合により行われ、結果として中小企業が経済的に損害を被る可能性のある取引行為（以下、「懸念行為」）が、全体として一定程度（1.5～9.4%）見受けられた。この中で、返品や代金の減額、やり直し要請、経済上の利益提供要請などについては、比較的多く見受けられた。【図表 1】
- 納品～検収～決済までの期間についてみると、下請代金法上違反としている期間*を超えるものが 2.3～5.3% 存在している。【図表 2】

*下請代金法では、支払期日について、商品等を受領した日から 60 日以内に定めることとしている。また、手形期間が 120 日（繊維業のみ 90 日）を超える手形の交付は「割引困難な手形の交付の禁止」に違反するおそれがある。

【図表 1】「法対象外取引」における懸念行為の現状
（中小企業による回答）

（単位：％）

	取引全体	大企業との取引	中小企業との取引
①代金の支払遅延	4.7	3.1	5.9
②代金の減額	6.2	5.9	6.5
③買ったたき	4.1	3.9	4.1
④返品	9.4	9.8	9.3
⑤受領拒否	1.5	1.7	1.2
⑥給付内容の変更及びやり直し	5.6	5.5	5.6
⑦経済上の利益提供要請	5.6	8.1	3.8
・協賛金等負担要請	4.3	6.0	2.9
・従業員派遣要請	1.7	2.5	1.1
・知的財産権無償譲渡等	2.0	2.8	1.3
⑧購入・利用強制	2.8	3.6	2.3

【図表 2】 納品～検収～決済までの期間 （中小企業による回答）

（単位：％）

全 体	検収から決済までの期間				
	即日～60日	61日～90日	91日～120日	121日～180日	181日以上
即日～10日	54.9	6.9	4.2	2.1	0.3
11日～20日	3.8	0.8	0.2	0.1	0.1
21日～30日	12.5	1.1	1.1	0.5	0.0
31日～40日	4.2	0.5	0.3	0.2	0.1
41日～50日	0.9	0.2	0.0	0.0	0.0
51日～60日	1.8	0.3	0.1	0.1	0.0
61日以上	0.4	0.5	0.4	0.4	0.1

下請代金法上違反とされる期間に相当するもの：2.3～5.3%

- 法対象外取引における懸念行為の発生割合を、下請代金法規制対象取引（以下、「法対象取引」）と比較すると、「法対象取引」における下請代金法違反のおそれのある行為の発生割合は0.1～8.6%【図表5】であり、「懸念行為」の発生割合とは同程度であるものの、それによって経済的な損害が発生する割合は、「法対象外取引」の方が低い。

返品等下請代金法上の禁止行為類型と類似の行為が生じている背景

- 「懸念行為」発生 の 要因 としては、①書面の交付を伴わない取引（12.3%）又は交付しても仕様の不記載（46.1%）など内容が不明確な場合が多く、取引内容が曖昧であること、②各業界固有の取引慣習により取引が規律されている面があることなどがあげられた。
- 例えば、経済上の利益提供要請（協賛金等の負担の要請や従業員の派遣要請）については、発注企業と受注企業の双方ともに、取引慣習が要因であると認識しているものが多く、特に、発注企業が小売業である場合においてその傾向が顕著であった。
- これらの結果、受注企業と発注企業のそれぞれが「懸念行為」の発生要因として考えている内容には、大きな認識ギャップが発生【図表3】（主に、お互いが相手方に帰責事由が存在するものと認識）しており、特に『代金の支払遅延』、『代金の減額』、『返品』、『受領拒否』、『やり直し要請』においてそのギャップが大きい。【図表4】

【図表3】 懸念行為の発生要因

受注企業に起因するもの	(例) ・納入した商品に瑕疵(欠陥等)がある ・納入した商品が契約内容と異なる
発注企業に起因するもの	(例) ・発注企業がその顧客から発注を取り消される ・発注企業の利益確保

【図表4】 発注企業(大企業)と受注企業(中小企業)との認識の差異

(単位:%)

<代金の支払遅延の要因>	発注企業認識	受注企業認識
受注企業(中小企業)からの請求書提出遅れ	54.3	14.9
受注企業(中小企業)の納入が納入日に間に合わなかった	23.9	
発注企業(大企業)の都合	16.2	52.7
<減額の要因>	発注企業認識	受注企業認識
受注企業(中小企業)が提供した商品・役務に瑕疵があった	63.6	21.3
発注企業(大企業)の利益になる	1.7	37.9
<返品の要因>	発注企業認識	受注企業認識
受注企業(中小企業)が提供した商品・役務に瑕疵があった	88.3	60.6
発注企業(大企業)がその顧客から発注を取り消された等、発注企業側の都合	4.1	20.8
<受領拒否の要因>	発注企業認識	受注企業認識
受注企業(中小企業)が提供した商品・役務に瑕疵があった	94.3	60.6
発注企業(大企業)がその顧客から発注を取り消された等、発注企業側の都合	4.3	37.1
<やり直しの要請の要因>	発注企業認識	受注企業認識
受注企業(中小企業)が提供した商品・役務に瑕疵があった	91.0	73.2
発注企業(大企業)がその顧客から発注内容のやり直しの要請を受けた等、発注企業側の都合	6.3	22.2

下請代金法の規制対象取引の現状

- 今回実施した実態調査の結果をみると、「法対象取引」については、下請代金の減額や買ったとき、返品などを中心に、親事業者による下請代金法違反のおそれのある行為が、全体として一定程度（0.1～8.6%）見受けられた。【図表5】

【図表5】「法対象取引」における下請代金法違反のおそれのある行為の状況（中小企業による回答）

	違反行為のおそれあり (%)					違反行為のおそれあり (%)			
	取引全体	大企業との取引	中小企業との取引	不明		取引全体	大企業との取引	中小企業との取引	不明
①割引困難手形の交付	1.1	0.5	1.7	0.3	⑦受領拒否	1.5	1.3	1.6	2.7
②代金の支払遅延	4.3	3.5	4.6	6.8	⑧不当な給付内容の変更及びやり直し	2.9	3.0	2.7	4.5
③代金の減額	8.6	7.3	9.8	8.2	⑨不当な経済上の利益提供要請	1.6	2.1	1.5	0.3
④買ったとき	7.1	6.6	7.9	4.4	⑩購入・利用強制	2.1	2.2	2.0	1.7
⑤有償支給材の早期決済	1.4	1.3	1.5	1.0	⑪公取委、中企庁への申告等に対する報復	0.1	0.2	0.1	0.0
⑥返品	8.2	7.6	8.6	10.6					

取引上の相談等の対応について

不当と考えられる取引上の行為に関する相談の状況

- 中小企業では、取引先による不当と考えられる取引上の行為に対して、ほとんどの場合に他者への相談を行っていない。
- 他方で、相談を行っている場合の相談先としては、弁護士や司法書士等の専門家が多く、続いて公的機関となっている。

参 考

“ちいさな企業” 未来会議取りまとめにおける中小企業の取引適正化に関する提言

（平成24年6月16日「ちいさな企業」未来会議（“日本の未来”応援会議～小さな企業が日本を変える～）取りまとめ」より抜粋）

第3章 具体的な政策のあり方

1. 経営上の課題へのきめ細かな対応

（3）販路開拓・取引関係

② 取引関係

（c）取引の適正化への対応

悪質な親事業者に対して十分な取締を行うことができているかを十分に検証するとともに、対象を他の取引にまで広げる必要はあるかどうか、また、広げる場合にはどのような範囲に広げることが適切かを調査・検討し、必要な場合には、制度見直しを行うことが適当である。

（例えば、流通分野等では、対象がプライベートブランドの製造委託等に限られているが、これを汎用品にまで広げる必要はあるか等）

サプライヤー中小企業の事業展開のあり方に関する検討会報告

一般に下請製造業と呼ばれるサプライヤー中小企業は経済の重要な担い手として我が国経済の発展を支えてきました。一方で、円高による大企業の海外移転や新興国企業とのコスト競争等が進み、親企業を中心とした系列関係に変化が生じるなど、サプライヤー中小企業は厳しい状況に置かれています。

このような状況を踏まえ中小企業庁は、サプライヤー中小企業が継続・発展していくために必要な取り組みについて検討を行うため「サプライヤー中小企業の事業展開のあり方に関する検討会」を開催しました。このたび発表された検討会の報告書は、サプライヤー企業の課題を取り上げるとともに、自立的な取引の拡大や連携グループによる取り組みを求める内容となっています。

今月号ではこの報告書の概要を紹介しますが、詳細については、中小企業庁のホームページに全文が掲載されていますので、是非ご参照下さい。

1

【総論】 サプライヤー中小企業の事業展開のあり方について

1 サプライヤー中小企業を取り巻く状況

新興国の台頭や取引先企業の海外進出等、事業環境の変化の中で、親企業を中心としたいわゆる系列的な関係から多様な取引関係へと取引構造が変化をしている。生産拠点の海外移転、国内需要の減少等により、親事業者がサプライヤー中小企業に発注する仕事が徐々に減少している。

また、新興国企業との競争や新興国の需要の伸張に対応するために多くの大手企業は海外進出を進めている。これに対し、二次、三次以下のサプライヤー中小企業では、資金、人材等の面で海外進出を行うことが難しい企業も多く、このような企業では国内にとどまり対応している。

このような状況において、発注企業はサプライヤー中小企業に対し、環境変化への対応を自ら取り組むよう求めており、多くの親事業者は取引先の新たな獲得支援等を行っていない。

特に単工程に特化した系列企業等において、系列的な取引は依然として重要な柱であり続けるが、サプライヤー中小企業は、このような状況を踏まえ、新たに自立的な取引の拡大に向けた取組を進める必要がある。

注：サプライヤー中小企業とは、発注を受けて部品等の生産・加工を行う製造業の中小企業をいう。

2 サプライヤー中小企業の課題等

① 新興国企業等との競争への対応

二次、三次以下のサプライヤー中小企業では国内にとどまって対応している企業が多い。コストの競争力を向上等のため中国・東南アジアへの生産拠点の進出を行っているサプライヤー中小企業もあるが、中国では人件費の前年度比2桁増が続くなど新興国では人件費の上昇がリスク要因となっており、数年単位で見たときにコスト面での差は縮まりつつあるとも考えられる。

これらを踏まえると、我が国のサプライヤー中小企業がコストや技術における新興国企業等との競争に対応していくためには、国内の拠点（現場）における生産性や生産技術の向上に向けた取組を進めていく必要がある。なお、海外進出を行う企業においても、競争力を維持・向上するためには、国内に本格的な生産拠点（戦うマザー工場）を残し、これらの取組を行うことが必要である。

② 課題解決型ビジネスへの展開

取引構造の変化等に伴い、中小企業の業況は二極化しているが、このうち、比較的好調なのは、営業・設計・製造が有機的に連携し、要素技術のラインナップを横展開して事業を行うなどにより、顧客のニーズに応える「課題解決型ビジネス」ができる企業である。また、大企業は、リードタイムの短縮、コスト削減等のため、一括して発注できる先を求めているが、我が国では単工程に特化した企業が多く、複数工程に亘る品質管理等のノウハウが不十分であるため、このようなニーズにも十分対応できていない。さらに、中小企業では営業等を行わず受け身で仕事を待つ会社が多く、これも業況が二極化している原因の一つと考えられる。

これらの課題に対応する自立的な取引の拡大に向けた取組として、取引先の拡大や自社商品・サービスの高付加価値化のため、経営革新、新商品開発、新事業展開、海外進出などの取組を行うこととなる。例えば、経営革新を行う場合には、経営者自ら強み・弱みを分析し、自らの「光るポイント」を活かした事業展開の方向性を自ら立案・実行することとなる。しかし、このような取組を一社で行うにはノウハウや、設備、人材、技術等の経営資源が十分でない場合も多い。

この場合、支援機関等の支援や専門家のアドバイスを受け補完することで一社単独で取組を行うことも有効であるが、この他、複数の中小企業が協力しながら経営資源の補完、ノウハウ等の共有を行うことにより、企画や営業の競争力を高め、顧客の課題を解決できる幅を広げて事業を行うことも有効な手段である。

3 今後の事業展開の方向性について

サプライヤー中小企業が、コスト等の競争力を維持・向上させるためには、我が国の現場の競争力、生産性や生産技術の向上を進めるとともに、企画や営業の競争力を高め、取引先の拡大や付加価値の高い商品・サービスの提供ができるようにすることが重要である。

このため、事業環境の変化等に対応し、サプライヤー中小企業の事業の継続・発展するための方向性として、本検討会では、①新興国企業等とのコスト等の競争に対応するため、大企業OB等の活用により生産性や生産技術を向上させ現場の競争力を高めることや、②サプライヤー中小企業が他のサプライヤー中小企業や大企業等と有機的に連携し、ノウハウ、人材等の経営資源を有効に組み合わせることで相乗効果を創出し、顧客の課題を解決するためのソリューションの幅の拡大等の効果を生む「ものづくり連携グループ」の活用を図ることを中心に検討を行う。

① 現場の競争力の向上

中小企業が比較的に強いとされる現場において、生産技術者の養成や現場の改善等を通じ、生産技術や生産性の向上を行っていくことで、新興国企業等とのコスト競争等に対応していく。

② ものづくり連携グループの活用

中小企業には、既に、地域に根ざした中小企業同士のつながりや、親事業者、商工会議所等の支援機関等を要にしたつながりが存在している。これらのつながりを実際の事業活動に活かすため、複数の中小企業が同一の目標を持って事業を行う組織を構築・活用することが重要。

2

【各論1】 現場の競争力の向上

我が国のサプライヤー中小企業は、経営陣と現場とが近く、現場の競争力が比較的強いと言われている。サプライヤー中小企業が現場の競争力を高め、品質、コスト、技術等様々な要求に応えることで、新興国企業等との競争に対応するためには、図面や工程指示書などの製品を製造するための情報を効率的に生産に結びつけるノウハウである「生産性」の向上に向けた取組を行うことが必要である。生産性の向上にあたっては、整理・整頓・清掃など基礎的なものから、設備・人の配置、更には、情報システムの活用など高度なものまで様々なものがあるが、慣行で行う部分など自社のノウハウだけでは気付かない部分もあり、他社のノウハウ等を踏まえた汎用的な生産性向上ノウハウを活用することで、より効果的な生産性を向上させることが可能である。

3

【各論2】 ものづくり連携グループの活用

1 ものづくり連携グループの形成

① ものづくり連携グループの形成等において必要な要素

これまでサプライヤー中小企業が連携して事業を行う様々な取組が行われてきたが、過去の成功・失敗事例をみると、メンバーが有機的に連携し、継続的に事業活動を行っていくためには、以下の要素を備えることが必要である。

(イ) 知識連携と取引連携とを組み合わせた活動

失敗事例を見ると、活動内容が単なる情報交換では個々の企業にとってのメリットが見えず求心力がなくなるため、ビジネスにつながる活動であることが重要である。この点、逆に単にビジネスだけのつながりではうまくいかないため、知識・技術等を高める取組も同時に行う必要がある。成功事例では、新たな事業展開の必要性など問題意識を共有した上で、課題解決の手法や川下のニーズの共有、技術に関する情報交換等の勉強会も行っている。

すなわち、①経営・技術・生産活動等のノウハウを共有・向上させるための活動（「知識連携」）、②ビジネスに直結する活動（「取引連携」）が両輪となって活動を進めることが重要である。

具体的には、まず、知識連携においては、単なる交流や情報交換の域を超え、各メンバーの有する経営資源の有機的なつながりによる相乗効果が創出され、かつ、取引連携への効果も意識した活動とすることが必要である。

(ロ) リーダーシップ等

まず、リーダーシップについて、失敗事例をみると、事業活動の方針の素案作成や具体的な活動を担う者がおらず活動の方向性が曖昧となり、活動が活発でなくなるなどの問題が生じている。このため、事業計画の立案や日々の事業活動の連絡調整等を担ってリーダーシップをとる者が必要である。

(ハ) 小規模企業や青年層・女性層を取り込むに当たっての特別な課題

小規模企業は地域雇用の受け皿であり、地域にとって重要な存在である。小規模企業の経営者年齢は上昇しており、青年層の事業参画を推進する必要がある。また、中小・小規模企業では女性従業員比率が高く、重要な働き手となっている。ものづくり連携グループや生産性向上を通じた取組に、小規模企業や、青年層・女性層を取り込むに当たっては、例えば、青年層や女性層が得意とする垣根を越えたネットワーク、フェイスブックやツイッターなどのITツールを活用することや、地域になじみのない外部人材を積極的に活用することが良い流れを形成することに資すると考えられる。

2 ものづくり連携グループの運営

① 知識連携

ものづくり連携グループの活動においては取引連携とともに知識連携が重要であるが、その対象は、経営哲学・手法、技術、生産性向上の方法、受注に必要な認証等の取得等、ものづくり連携グループの活動目的等により様々なものがある。また、知識連携と取引連携を効果的に結びつけるには、知識連携の成果（認証の取得や技術レベルなど）を、受注機会に差を設ける等の形で取引連携における活動と結びつけることも有効と考えられる。

② 取引連携

(イ) 先進的事例における活動内容

先進的な事例においては、一貫生産体制の構築、オリジナル新商品の開発、試作の共同受注、展示会の共同開催・共同出展等の取組が行われている。

なお、ものづくり連携グループの活動を継続的なものとする上で、どうやって成果に結びつけるのかを明確にし、成果とのつながりを意識した取組を行っていくことが重要である。また、ターゲットとして海外を視野に入れた活動を行うことも有効な場合がある。

(ロ) 課題解決型ビジネスを行うために必要な要素

川下のニーズ把握や川上における高品質の素材の活用を行うことで、取引先の課題解決につながる付加価値の高い商品・サービスの提供が可能となる。具体的には、直接の営業の実施、展示会の出展や、セールスポイントを明示したホームページの活用等を行い、川下との接点を拡大することによる川下のニーズの把握や、素材メーカーへの商品開発の提案等を行うことによる川上の高品質の素材の活用がある。

(ハ) 試作（少量生産）と量産の違い（ものづくり連携グループの事業活動におけるターゲットをどう設定するか）

試作（少量生産）と量産のいずれをターゲットとするかにより、取引先から求められるものづくり連携グループの体制や信用力等が異なっている。なお、この点、設計を含め受注する場合と、発注者が設計した図面をもとに受注する場合とで求められる能力が異なることにも留意が必要である。試作モデルでは、幅広い技術分野への対応、高い技術力、提案能力が重視される。

これに対し、量産モデルでは、技術力等とともに、安定した生産を可能とするため、顧客との関係

で受注する企業における信用力、リスク管理能力、品質管理能力が重要となる。事業計画との関係で不足があれば、メンバー企業等による信用力の強化のための体制整備が必要。

(二) 個社と比較したものづくり連携グループによる事業活動を行う上での課題

複数の企業による活動であることから、ものづくり連携グループのまとまりを維持するためのリーダーシップ等の既述の課題の他にも、ものづくり連携グループ内の効率的な運営のための情報共有、量産モデルにおける生産工程の管理等の課題がある。

③ ものづくり連携グループの運営方法

(イ) ものづくり連携グループの組織形態

ものづくり連携グループの組織形態としては、任意組合等、ものづくり連携グループとして法人格のある組織を作らない形態と、株式会社等、ものづくり連携グループとして法人格のある組織を作る形態の二種類がある。

これら組織形態の選択は、ものづくり連携グループごとにその事業目的やメンバー構成、活動方法に応じて選択することが適切であるが、選択に当たり、量産モデルでは既述(②(ハ))の通り受注する企業で信用力等が求められるとともに、試作モデルにおいても発注企業から依頼があった際に取り当事業者となる企業をどこにするかを決定するルールを事前に明確化しておく必要がある。

(ロ) 参加企業

参加企業の業種については、成り立ちや目的等により、同業のものづくり連携グループ、異業種のものづくり連携グループの両方が存在する。素材と組み合わせた商品開発や、川下ニーズの把握のため、商社等の製造業以外の企業や大企業等の協力を得ることも考えられる。

次に、新たな参加の制限については、成り立ちや目的等により制限を設ける場合、設けない場合があるが、ものづくり連携グループ内での信頼関係が重要な場合や、一定以上の技術レベルが求められる場合などには、技術力等の審査を行うなど入会制限を設けることが必要である。

(ハ) ものづくり連携グループ事務局

ものづくり連携グループの活動には、事務局(とりまとめ役)の役割は極めて重要である。事務局が活動状況をしっかり把握し、メンバー各社との情報交換を密に行うことがものづくり連携グループとしての求心力の維持に不可欠である。

具体的な役割としては、例えば、事業運営に係る情報提供、勉強会の運営、技術・販売のアドバイス等を行っている。

(ニ) 品質管理・リスク管理

ものづくり連携グループにおいては、発注の依頼やメンバーの技術等に関する情報を複数社で共有することとなり、この情報の管理が重要となる。このため、秘密保持契約を締結するなど、情報管理に関する定めを設ける必要がある。

また、新商品の開発・販売を事業内容とするときには、新商品が売れない場合のリスクを負うことになるため、メンバーがリスクの許容できる範囲で事業計画を立てることが必要である。特に、量産モデルにおいて、品質管理・求償等に関するリスク管理が重要であり、品質管理能力を踏まえた事業計画の立案や、PL保険等による責任範囲の明確化が重要である。

環境経営に
取り組む中小企業を
支援します

エコアクション21 認証・登録制度



エコアクション21
地域事務局 1-043

環境に配慮した経営は社会的な要請

昨今、大企業のみならず中小企業においても、環境に配慮した経営が求められています。こうした中、平成19年6月1日に閣議決定された「21世紀環境立国戦略」の中において、『エコアクション21を活用し、業種特性に対応しつつ中小企業における環境管理を促進する』とエコアクション21の活用が規定されました。

環境経営を具体的に体系だって推し進めていく仕組みが「エコアクション21認証・登録制度」です。

現在、環境認証の仕組みとしては、国際標準化機構のISO14001が有名ですが、ISO14001規格をベースとしつつ、日本独自の比較的短期間でしかも低コストで取得でき、中小事業者にも取り組みやすい環境認証システムがエコアクション21であり、その認証・登録は一般財団法人持続性推進機構が実施しています。

中身は決して「ミニISO」「簡易版ISO」ではありません。

エコアクション21認証・登録のメリット

取引先からの「環境経営」の要請・条件にも、ほとんどの場合ISO14000と同様にみなされており、最近の動きとしての、大手企業や行政機関が環境への取組や環境経営を取引や入札の条件の一つとする「サプライチェーンのグリーン化」に対応することが出来ます。また、「エコアクション21」のロゴマークを使用できるようになり、会社案内、名刺等にロゴマークを印刷することにより、対外的なPR効果が得られます。

こうして一義的には「環境経営」の「証」になりますが、その取組は結果としてコストの削減、従業員の意識改革、生産性向上といった経営の合理化・効率化にもつながる大変有益なものです。

組合による集団取り組みに助成

“エコアクション21にどのように取り組んだらいいかわからない”などの悩みをお持ちの事業者の方は、必要に応じて、審査を受ける前に審査人資格を有する者によるコンサルティング（有料）を受けることもできます。また、組合で複数企業がまとまって取り組む場合には、コンサルティング費用を助成する制度もあります。

※標準的なコンサルティング料金は、1回当たり（3時間程度）3万円程度が考えられますが、審査人により料金は異なります。



お問い合わせ等はお気軽に

エコアクション21地域事務局 東京都中小企業団体中央会
〒104-0061 東京都中央区銀座 2-10-18
電話 03(3542)0386 FAX 03(3545)2190
URL http://www.tokyochuokai.or.jp/ea/ea_main.html

第64回中小企業団体全国大会開催される

～“地域産業の再生・発展への支援の強化、
東日本大震災からの復旧・復興の加速化”など重要課題12項目を決議～



【大会会場の様子】

全国中央会、宮崎県中央会及び各都道府県中央会は、10月25日（木）、宮崎市フェニックス・シーガイア・リゾート「シーガイアコンベンションセンター」において、『**組合 絆 ルネサンス 日本は一つ**』を合い言葉に、第64回中小企業団体全国大会を開催いたしました。

当日は天候に恵まれ全国各地から中小企業団体の関係者約2,500名が参集しました。本会からは、91名の組合関係者が参加しました。

大会ではメインステージの両翼に大会スローガンが大きく掲げられ、矢野久也議長（宮崎県中央会会長）のもと議事が進められました。

- 1 地域産業の再生・発展への支援の確実な実施
- 2 東日本大震災からの復旧・復興の加速化
- 3 組合等連携組織対策の拡充強化
- 4 万全な資金繰り対策の継続
- 5 消費税の確実な転嫁実現と事業承継税制の抜本的見直し
- 6 中小企業の実態に十分配慮した雇用対策の実施

決議案に関連して、群馬県中央会・金子正元会長より、国内産業をしっかりと維持・強化する必要がある等とした意見発表が行われ、満場一致の賛同を得て採択されました。

さらに、宮崎県中央会・中村鉄兵青年部会長が、本大会の意義を内外に表明するため、地域社会の絆を再生し、持てる力を組織に集結して、豊かな日本が再生されるよう全力を尽くすことを誓うとした『**大会宣言**』を高らかに宣言し、満場の拍手の下、採択されました。



宣 言



わが国経済は、歴史的な円高、電気料金の上昇、高い法人税等を主な要因として、我が国から海外への企業移転が加速化しており、地域産業は、まさに空洞化の危機に直面している。

加えて、近年は、全国各地で大きな災害が多発し、地域経済に深刻な打撃を与えている。今年も、突風や相次ぐ豪雨が、全国各地に大きな被害をもたらした。宮崎県においても、口蹄疫や鳥インフルエンザの被害、新燃岳の噴火など度重なる災害を受けたことは記憶に新しい。そして、東日本大震災は、発生から1年と7カ月が経過したが、被害が甚大かつ広範であるため、復興への道のりは長く険しい。

このような状況下にあって、今こそ政府は、東日本大震災からの復興を加速化するとともに地域産業の空洞化に歯止めをかけ、地域経済の再生・発展に向けてあらゆる政策手段を集中し、中小企業対策を包括的に推進することが必要である。

本日、全国の中小企業団体の代表二千五百名は、ここ神話のふるさと宮崎に集い、地域産業の再生・発展への支援の強化、大震災からの復旧・復興の加速化及び組合等連携組織対策の強化等について、組合の原点である「相互扶助」「絆」の力を活かした施策の充実強化が必要であることを決議した。

政府は、わが国の中小企業が未来に希望を持って確実な将来展望を切り拓いて行くことができるよう、本大会が決議した事項を早急に実現すべきである。

われわれもまた、地域社会の絆を再生し、持てる力を組織に結集して、豊かな日本が再生されるよう全力を尽くすことを誓う。

右宣言する。

平成二十四年十月二十五日

第六十四回中小企業団体全国大会

決 議 事 項

I. 地域産業の再生・発展への支援の強化

1. デフレ脱却のための総合的な経済対策等の実施
2. 万全な資金繰り対策の継続及び中小企業金融機能の拡充
3. 事業承継の円滑化等中小企業関係税制の拡充
4. 社会保障制度の見直し
5. 中小企業の実態を踏まえた労働・教育対策の推進
6. 公正な競争環境の整備、官公需対策の強化
7. 商店街等及び中小小売商業の活性化支援の拡充
8. 中小流通業・サービス業振興対策の強化

II. 東日本大震災からの復旧・復興の加速化

1. 被災中小企業・組合等の復旧の継続支援の拡充
2. 原発事故の早期収束

III. 組合等連携組織対策の強化

1. 組合組織の位置づけの強化
2. 中央会の組合等連携組織対策予算の拡充

大会では、岸本周平経済産業大臣政務官や河野俊嗣宮崎県知事をはじめ多数の来賓のご臨席やご祝辞をいただきました。

また、本大会では全国の優良組合 34 組合、組合功労者 70 名、中央会優秀専従者 39 名の表彰も併せて行われ、本会からは次の方々に表彰状と記念品が贈られました。

◆第 64 回中小企業団体全国大会 被表彰者氏名（東京中央会関係）◆

【組合功労者】

小宮山 光 男 様 東京都正札シール印刷協同組合理事長
車 田 和 男 様 共立信用組合理事長
木 村 昌 民 様 東京都管工事工業協同組合理事長
岩 田 東 一 様 東京都弁当協同組合理事長

【中央会優秀専従者】

野 澤 康 子 本会振興課主事

なお、次回の第 65 回中小企業団体全国大会は、平成 25 年 10 月 24 日、滋賀県において開催されることが発表されました。

諸事ご多用のところ、ご参加いただきました組合関係の皆様には厚く御礼申し上げます。

小康状態を保っていた非製造業の状況が一転して悪化

10月の情報連絡員報告によると先月大幅に悪化した製造業の売上高DI値は10ポイント以上改善した。一方、製造業と比較して大きな変動の無かった非製造業の数値は売上高、収益状況、業界の景況ともに一転して悪化した。又、中国との関係悪化による影響を伝える声が増加しており、関係改善を望む意見も寄せられている。

【製造業62人、非製造業、88人、計150人の集計】

前年同月比のDI値

項目	全産業	製造業	非製造業
	前年同月比	前年同月比	前年同月比
売上高	 -34.7	 -27.4	 -39.7
在庫数量	 -11.1	 -3.2	 -18.8
販売価格	 -16.4	 -11.2	 -20.0
取引条件	 -20.0	 -17.8	 -21.6
収益状況	 -46.0	 -38.7	 -51.1
資金繰り	 -32.7	 -25.8	 -37.5
設備操業度	 -24.2	 -24.2	—
雇用人員	 -10.0	 -4.8	 -13.6
業界の景況	 -47.3	 -40.4	 -52.3

※DI(Diffusion Index)値とは、景気の動きをとらえるための指標です。(−100≤DI値≤100)

DIの計算方法…増加・好転と答えた割合−減少・悪化と答えた割合

【例:調査数「20」のうち好転が「4」、不変が「6」、悪化が「10」とした場合… $(4-10)/20 \times 100 = -30$ 】



30以上



10以上
30未満



−10以上
10未満



−30以上
−10未満



−50以上
−30未満



−51以下

平成24年
10月

業 界 の 声



製 造 業

集計上の分類業種	具体的な業種	組合及び組合員の業況等	
食料品	中華麺製造業	得意先であるラーメン店や飲食店の状況が非常に厳しい。支払の遅延や値引き要請が頻繁に起こるなど、取引状況は悪化している。	
	帽子製造業	残暑が続く、秋物商品の動きが悪い。そうした中で、保温性が高いなどの機能性素材を使用した商品は比較的好調であった。最近の顧客は気候の変化に敏感に反応して商品を購入している。なお、中国人観光客が多い地域の組合員は苦戦が続いている。	
繊維・同製品	ネクタイ製造業	ネクタイ輸入の91%は中国製品となっている。中国からの輸入に支障が無いように方策を講じていただきたい。	
	帆布製品製造業	9月、10月と景況は大きく悪化し、前年同月比の売上は大きく落ち込んでいる。今年はこの状況が年末まで続くのではないかと、不安の声が上がっている。	
	洋服製造業	個人事業者など零細組合員にとって、最低賃金の上昇は大きな負担である。	
	ニット製品製造業	猛暑が長く続いた影響により秋冬物の販売が低調で、業界の景況は極端に悪化している。	
木材・木製品	木材製造業	現在の状況が続けば、組合員の倒産が増加することは必至である。今後の展望が開けず、不安感が増大している。	
	建具製造業	新規住宅着工件数が増加したことにより、緩やかながら持ち直しの動きが見られた。このまま秋の需要増加に繋がっていくことを期待している。	
印刷	印刷加工業	電気料金が2割増しとなった組合員がいるなど、コストが増加したため、収益を上げることが出来ない状態となっている。	
	印刷業	年末に向けての需要の高まりが見られない。また、組合員数の減少が続いているが、一時ほどの大量脱退となっていない。	
化学ゴム	ゴム製品製造業	中国向けの生産を行っている企業は苦戦している。一方で、国内向けの販売量は幾分回復した。中小企業金融円滑化法が期限切れする来年は、さらに状況が悪化することが懸念される。	
	プラスチック製品製造業	受注量は若干増加傾向にあるが、注文のロットが小さい。	
鉄鋼・金属	金属熱処理業	中国経済の景気減速により、様々な分野のユーザーが受注量を減らしていることから、組合員も大きな影響を受けている。また、欧州経済の悪化も不安材料となっている。	
	ダイカスト製品製造業	中国向けの自動車の減産等が組合員に与えた影響は非常に大きく、生産量は減少している。	
	缶製造業	缶製造業	10月は需要期であり、過去四年間は前月比で約10%ほど売上が増加していたが、今年は横這い、もしくは微増に留まっており、苦しい展開となっている。
		食品容器が缶から他のプラスチック素材等に変更されるケースが増えており、業界全体の売上量の縮小に繋がっている。	
	鍍金加工業	組合が毎月実施している調査によると、前年同月比の売上はマイナス4.9%と今期最悪の数字を記録した。また、受注量の減少と電気料金の値上げによるコストの増大が収益を圧迫している。こうしたことから組合員の経営状況は非常に厳しくなっており、年末にかけて運転資金の借入必要額が増大すると思われる。	
	鋳物製造業	相変わらず売上の増加が見込めず、先の見えない状況となっている。	
建築金物製造業	売上は増加傾向にあるものの、今後の見透しは不透明となっている。また、住宅着工件数の予測が難しい状況にある。		

輸送用機器	自動車部品製造業	前年の同時期は予想に反して受注量が急増し、期間工の募集に苦労した。このため今年には生産量が増加するとの予想のもと、期間工の募集を行ったが、一転して受注量は減少し結果的に期間工を必要としない事態となった。
一般機械	遊技機製造業	パチンコホールの経営状況が悪化していることから、新台の販売が伸び悩んでいる。市場が活気づくような人気台の登場が望まれる。
	農業機械製造業	円高による輸出の減少等による先行きの不透明感が増大している。
その他の製造	スポーツ用品製造業	ゴルフウェアの国内市場規模は対前年比で98.8%の905億円となった。対前年比でマイナスとはなったものの縮小幅は小さく、ゴルフクラブを抜いて、ゴルフ用品の中で最も売上の大きい商品となった。スーパークールビズが一般化しゴルフウェアが日常着として活用されていることも売上を維持している要因であると考えられる。
	貴金属製品製造業	売上等に動きが出て来ているとの声が一部組合員から出ている。
	ガス圧接業	稼働率が上昇しているが、景気の回復実感は無い。組合の共同購買の実績が伸び悩んでいることが、組合員の悪化状況を如実に現している。
	造花製造業	賛助会員が一人、廃業のため組合を脱退した。

非 製 造 業		
集計上の分類業種	具体的な業種	組合及び組合員の業況等
卸 売	ニット製品卸売業	急激に気温が下がっていることから、ニット製品の売上増が期待される。ただし販売競争が続いており、経営環境は厳しい。
	眼鏡卸売業	組合がイベント等を実施する際に、長年協賛してくれた眼鏡レンズメーカーが会社更生法の適用を申し立てる事態となった。組合員の多くがこのことに落胆している。
	美容用品卸売業	顧客である美容サロンが、商品仕入れ先である美容用品メーカーと連携して増客運動を展開している。
	医薬品卸売業	今年は2年ごとに行われる薬価改定の年にあたる。従来、薬価改訂時には売上に変動があるが今年は動きが見られず、例年になく厳しい状況となっている。
	紙卸売業	秋需が発生するどころか、前年同月比の売上は80%と非常に厳しい状況となっている。
	玩具卸売業	先月に引き続き、厳しい状況に変化はなく、目立った動きも見られなかった。業界はクリスマス・正月商戦に向けて全力を注いでいる。
	木材卸売業	荷動きは若干出て来たものの、秋需と言えるほどではない。販売価格も弱含みであり、盛り上がりには欠ける。
	電線卸売業	工事用電線の売上は依然として回復していない。東北の震災被災地の復興需要が本格的に発生するのは来年度以降になる見込みである。
	再生資源卸売業	60年にわたって再生資源卸売業を営んでいた組合員の経営者が病気となった。後継者がいないため廃業となり、組合を脱退した。
	青果卸売業	仕入価格は前年同月比で90%となった。
	銅製品卸売業	売上を始めとして、月を追うごとに状況は悪化している。
小 売	鶏肉・鶏卵小売業	鶏肉や卵の供給量がやや減少傾向にあり、仕入価格も上昇している。ただし、消費量が上向いているため、売上は前年同月の水準を維持している。
	鮮魚小売業	電気料金値上げの影響が徐々に現れている。
	酒小売業	東北産の商品の売上が伸びないなど、原発による風評被害が現在も続いており、困惑している。
	包装材料小売業	荷動きが少なく、景況は相変わらず低迷している。また、組合からの脱退者が増加している。
	電器製品小売業	相変わらず家電不況が続いている。現在組合では年末に向けてLEDシーリングライトの販促に取り組んでいる。
	眼鏡小売業	組合員店舗への来客数が減少し続けており、極めて厳しい状況となっている。
	中古自動車小売業	9月までの売上は好調であったが、10月に入り減少傾向となっている。

小 売	古書籍小売業	組合は古書店の開業希望者を対象に「古本屋になるには講座 2012」を開催したところ、約 100 名もの受講申込みがあった。
	衣料小売業	漸く平年の気温に戻ったものの、顧客の買い控えは相変わらずとなっており、前年同月比の売上は大きく落ち込んだ。
	食器小売業	陶磁器の窯元や産地の問屋の倒産、廃業が相次いでいる。飲食業界の不況や一般家庭の生活様式の変化が食器の需要減少を招いている。
	文具小売業	売上高は前年同期比で大きな変化はないが、ユーザーの低価格指向が続いており、収益状況が悪化している。また、官公庁が実施している競り下げ方式の入札により、官公需の利益も薄い。
	塗料小売業	塗料価格は値上がりしているにもかかわらず、ユーザーへの価格転嫁が出来ないため、収益状況が悪化している。
	食品小売業	店頭売上の前年割れが続いているが、月を追うごとに悪化の度合いを増している。特に売上構成比の中で多くを占めている生鮮品が厳しくなっているため、季節物を中心に生鮮品の販売促進を行う予定である。
	家具小売業	景気が回復する兆しを感じられない。
	米穀小売業	今年の米の作況指数は全国平均で 102 ポイントと豊作を示しており、約 28 万トンの供給過剰となる見込みである。それにもかかわらず仕入価格は高止まったままであり、特に業務用の低価格米の値上がり感が顕著となっている。また、新米の時期は農家から親類縁者に送られる縁故米が増えるため、小売店の売上が減少している。
	豆腐小売業	営業不振と組合員の高齢化により廃業者が続出している。
	青果小売業	都内各所の青果市場で一般消費者を対象とした販売市が開かれ盛況となったが、周辺の小売業者には少なからず影響がある。 ミカンやリンゴ、柿といった旬の果物の販売が低迷している。
商店街	銀座	中国人観光客が減少している。10 月は銀座の各団体と共催で集客イベント「オータム銀座 2012」を開催した。
	合羽橋	毎年開催している秋のイベント「第 29 回かっぱ橋道具まつり」は過去最高の約 40 万人の来街者を数え、組合員の売上増にも大きく貢献した。
	仙川	組合が管理運営する駐車場の利用者が減少しているため、原因を調査している。
	目黒	売上は依然として低調ではあるものの、落ち着きを取り戻しつつある。
サービス	複写業	主な顧客である建設、設計関連業界から発注される図面関係の仕事の減少が著しい。顧客の複写機器導入と図面のデジタルデータ化が複写需要を急速に減少させている。この現状を打破する為には新分野の開拓が必要である。
	廃棄物処理業	廃棄物の排出量が 3 年連続で減少しており、収益状況は悪化している。
	公衆浴場業	電気料金の値上げが実施され組合員はますます厳しい状況に置かれている。組合ではピークシフトプランなどの電気料金メニューを導入することを組合員に呼びかけている。
	自動車整備業	ディーラー系の整備業者と比較すると、組合員の状況はさらに厳しい。組合員の倒産件数が昨年に比べ増加傾向にある。
	クリーニング業	東日本大震災後、売上は減少したが、今年は平年並みの実績を上げられると予想していた。しかしながら、期待したほどの回復状況にはなっていない。
運 輸	貨物自動車運送業	世界的な景気の減速と円高による輸出量の減少が業界に悪影響をもたらしている。売上高は前年同月比を維持はしているものの、貨物量の小ロット化により運送効率の悪化と高コスト化を招いている。このため組合員の業績は悪化しつつあり、資金繰りが厳しくなっている。
	港湾運送業	海外の景気減速が貨物の取扱量にどのような影響をもたらすかを注視している。
建 設	内装工事業	出口の見えない不況感が業界に漂っている。零細組合員ほど状況は厳しく、廃業による組合からの脱退者が増加している。

✓ 行政庁・中央会に対する主要望事項

集計上の分類業種	具体的な業種	主要望事項
繊維・同製品	ニット製品製造業	来年、中小企業金融円滑化法が期限を迎えた後の中小企業に対する支援体制の構築を要望する。
	帆布製品製造業	本来9月、10月は繁忙期となっているが、仕事は非常に少ない。こうした厳しい現状を認識していただき、景気の打開策を講じていただきたい。
	帽子製造業	日中間貿易が安定して行える仕組みを作っていただきたい。
鉄鋼・金属	金属熱処理業	相変わらず電気、ガスの価格が高止まりとなっており、経営を圧迫している。中小企業への支援策の拡充を期待している。
	建築金物製造業	住宅建設振興策の実施を是非ともお願いしたい。
木材・木製品	木材製造業	自助努力は限界に近づいている。更なる景気対策と、木材の利用促進策を講じていただきたい。
その他の製造	ネームプレート製造業	最低賃金の引き上げは中小企業にとって非常に厳しい。施策の見直しをお願いしたい。
卸売	再生資源卸売業	円高是正策を講じていただきたい。
小売	青果小売業	消費増税が実施された際には零細小売店も外税方式を導入せざるを得ない。このため対応方法の指導をお願いしたい。
		特に学校給食を扱う組合員は現在も福島県産の青果物を避けざるを得ない状況が続いている。小売業者による福島県産品の販促努力にも限界があり、行政には何らかの対策をお願いしたい。
	酒小売業	酒小売店をはじめ、商店街を構成する零細店舗の廃業が続いている。商店街を消滅させないための施策を講じていただきたい。
	自動二輪小売業	自動二輪車は軽量で乗車人数も少ないにもかかわらず、NEXCO（高速道路会社）では軽自動車料金、首都高では普通自動車料金と割高な通行料金の設定となっている。高速道路料金の値下げを行うことで、二輪車の高速道路利用の大幅な増加が見込まれることから是非とも料金改定の検討をお願いしたい。
	家具小売業	消費者が実感できる景気刺激策を講じていただきたい。
サービス	複写業	中小企業は仕事の確保と経費削減に精一杯取り組んでいるが限界にある。中小企業への各種補助金制度を拡充させるなど、振興策の拡充をお願いしたい。

工業統計調査のお願い

工業統計調査は、わが国の製造業の実態を明らかにするため、全国の製造業の事業所を対象として、平成24年12月31日現在で調査を行います。従業者4人以上の事業所が対象となりますので、ご回答をお願いします。

問い合わせ先：東京都総務局統計部産業統計課工業統計係 03（5388）2544

なお、本調査のコールセンターが設置されますので、ご活用ください。

〈工業統計調査コールセンター 電話 0120-805-071〉

【開設期間】平成24年12月10日（月）～平成25年3月22日（金）

【受付時間】9：00～19：00 土日・祝日・年末年始

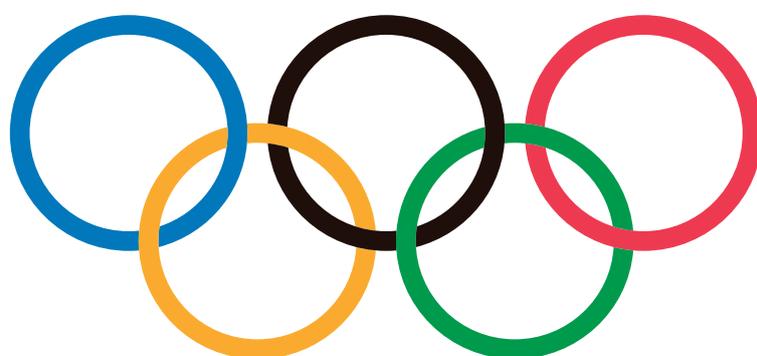
（12月29日～翌年1月3日）を除く



今、ニッポンにはこの夢の力が必要だ。



TOKYO ● 2020
CANDIDATE CITY



2020年 オリンピック・パラリンピックを日本で!

スポーツ祭東京2013

第68回国民体育大会・第13回全国障害者スポーツ大会

第68回国民体育大会冬季大会 | 平成25年 1月26日～2月1日

第68回国民体育大会本大会 | 平成25年 9月28日～10月8日

【会期前開催競技】 水泳競技会・ボート競技会 平成25年9月11日～9月15日
ビーチバレー競技会 平成25年9月13日～9月15日

第13回全国障害者スポーツ大会 | 平成25年 10月12日～10月14日

東京に多摩に島々に
羽ばたけアスリート

スポーツ祭東京2013
マスコットキャラクター
ゆりーと

スポーツ祭東京2013は、
第68回国民体育大会と第13回全国障害者スポーツ大会を、
一つの祭典として行うスポーツイベントです。
味の素スタジアムをメイン会場として
都内すべての区市町村が会場となります。

スポーツ祭東京2013実行委員会 [スポーツ祭東京2013](#)

尖閣諸島事件後の中国と情報リテラシー



ノースアジア大学経済学部教授

野口 秀行

リーマンショック後、世界地図は大きく塗り変わりはじめましたが、2012年はその変化の総仕上げといった年でもありました。世界の中心であり続けてきた欧州は、もはやそうではないということをようやく理解し始めているように思います。英国のEUからの離脱も現実味を帯びてきましたし、ユーロの先行きも不確実性を増すばかりです。米国は、先日の大統領選においてオバマが再選されましたが、ロムニーとの得票率の差は僅差でした。議会のねじれ現象も解消されておらず、オバマの2期目の政策の選択肢はさらに狭まったと言ってよいでしょう。当面の財政の崖を転げ落ちずに、どう乗り切るのでしょうか？

そうした中で、わが国では、総選挙です。エコノミスト紙は、敗戦覚悟のカミカゼ選挙と揶揄しています。選挙の争点は、情報不足のTPP（環太平洋経済連携協定）参加問題、依然代替案が明示されない脱原発とエネルギー政策、デフレからの脱却に向けての金融政策、国防を巡る相変わらずの不毛の論議などなのですが、選挙結果次第で、また政界再編が行われるのでしょうか？ 1年前後で政治指導者が変わりますが、それでも経済が破綻しない日本経済の自力はやはり凄いとつくづく思います。

さて、今回は中国を題材に情報リテラシーについて考えてみたいと思います。

■ 関係修復は難しい日中関係

尖閣諸島事件後、日中関係は悪化の一途を辿る一方です。暴力的な反日デモは言うに及ばず、対日経済制裁や国連での泥棒呼ばわりなど常軌を逸した中国の対応は、日本人を慄然とさせました。これでは、当分の

間日中関係の修復は望めそうにもありません。先日もこんなことがありました。中国陸上競技連盟は、当初北京国際マラソンへの日本人の参加を拒否、その後国際的な批判に驚愕し、一転して日本人の参加を認めました。当局の対応は「幼稚」としか言いようのないものでした。もとはといえば、両国政府の置かれている状況の読み違いが原因です。両国政府には、的確な情報が不足し、しかも情報の分析能力が欠如していたということです。

日中双方の消耗戦に突入した感がありますが、この結果、対中戦略の見直しを迫られている経営者の方も多いのではと思います。チャイナリスクの増大に嫌気し、一転リスク回避に向かい中国からの資本逃避に懸命な欧米資本に比べ、遅れてやって来た日本は欧米の穴埋めをする役回りを果たしてきました。今回の尖閣諸島事件は、国民にチャイナリスクが増大しつつあることを気づかせてくれた点で諒とすべきなのかもしれません。

中国投資はリスクイなので。リスクを回避するには、情報の不足は致命的です。前回のコラムでも言及したように、欧米の金融機関やシンクタンクは、以前から中国政府が発表する経済統計に疑いの目を向けてきました。中国政府当局の統計数字には必ず留保意見を付すことが一般的なのです。私たちには、中国政府当局発表のデータや日本のマスコミの報道を鵜呑みにしない「知恵」が求められているのです。

わが国の企業経営者の中国に関する情報リテラシーの低さには、しばしば唖然とすることがあります。日本政府を唾うことなど出来ません。わが国のシニアたちは、中国の古典を教養として嗜みました。戦前の中国侵略への贖罪感と中国への憧れとがない交ぜになって、わが国に入ってくる中国の情報にはバイアスがかかり、投資決定に際しては目が曇ってしまう傾向があります。現実の中国は、5000年の歴史などありません。幻想です。わずか63年の歴史しかないので。中国は、まだまだ国際社会から多くを学ぶ必要があり、私たちには、中国を客観的に冷静に見つめる必要があります。

私たちの中国情報は、欧米に比べバランスを欠き、余計な価値観に支配され過ぎています。情報や分析へのフィーも低すぎます。リテラシーの欠如です。

■ 中国のバブル崩壊

中国のバブル経済が弾け始めています。11月に総書記に就任した習近平は、経済格差の拡大、腐敗の蔓延、投資と輸出依存型の経済構造など胡錦濤が残した負の遺産を、在任中の10年で解消して行かなければなりません。果敢に体制改革に挑まなければなりません。宮家邦彦氏が、「現在の中国共産党の統治手法は「独裁」でも、「民主主義」でもない。よく言えば「集団指導制」だが、意地悪く言えば「主要既得権（利権）を牛耳る数多くの利益共同体（派閥）が結束する一種の連立政権」である。」と看破しているように、既得権に覆い尽くされた中国を改革することは簡単ではなさそうです。敵を作らないことで総書記に推された習近平は、まず敵を作るところから始めなければならないからです。

社会主義の時代に積み重なった矛盾を、ゴルバチョフはソビエトを大混乱に陥れながらも果敢に改革を行うことで振り払うことが出来ました。最近、また先祖がえりをしているようですが、中国は、あるいは習近平には、国を混乱に陥るリスクを犯して敢えて改革を行う勇氣はあるのでしょうか？中国のゴルバチョフは出てくるのでしょうか？

■ 日本と同じ軌跡を辿る中国

2010年の全人口に占める65歳以上の人口の占める割合について観てみると、日本は22.7%です。中国は8.2%に留まっていますが、今後、中国の高齢者人口割合は急速に上昇します。中国の高齢化の進行は日本より25年ほど遅れていますが、グラフを見ていただければ一目瞭然です。両国の人口構成はほぼ重なっています。ところで、25年はずいぶん先の話ではないかと訝る向きもあろうかと思いますが、思い出してください、記憶は薄れかけてきているかもしれませんが、25年前日本経済はバブルの絶頂期を迎えていたときだったのです。

バブル経済崩壊後、日本経済の凋落が始まります。失われた20年とも言われますが、その原因は、規制緩和、IT化、グローバル化など経済環境が大きく変容したにもかかわらず果敢な改革をせず、決断を先延ばしにしてきたことにあります。さらに少子高齢化がこれに拍車をかけました。わが国の労働力人口は、1995年にピークに達していたのです。習近平が中国の構造改革に失敗すれば、わが国と同様の軌跡を辿る

ことになる蓋然性は高いと言わざるを得ません。

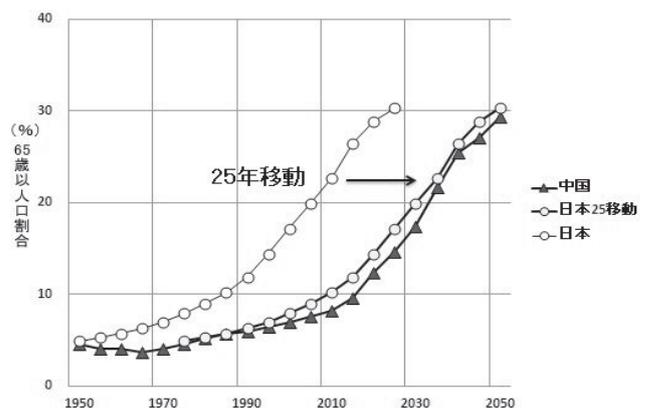
いずれ中国経済は崩壊します。崩壊する際に、船が沈没するときに生じる渦に巻き込まれるように、中国との間に密接な関係を有する国を巻き込みます。エコノミスト紙は、中国がハードクラッシュした場合、中台経済の連携が進む台湾はゼロ成長に、貿易相手国として中国への依存を強めている韓国の成長率は1%台に低下し両国に激震が走ると予測しています。その際の日本ですが、ドイツよりも影響は軽微で済むだろうとの予測です。日本の対外直接投資は、今後一層中国から東南アジアへシフトが大幅に進みそうな勢いです。オバマの歴代大統領として初のミャンマー訪問は、その動きに拍車をかけることになるかもしれません。

今の中国の本質を、元大蔵省財務官である行天豊雄氏は、「今日の中国において共産主義は、平等を追求するイデオロギーとしての役割を失っている」とする一方、「多くの中国人にとって、宗教的な社会倫理は無縁な場合が多い」と指摘しています。つまり、今の中国には、社会的規範となるはずの「共産主義イデオロギー」もなければ、その代わりとなる「宗教的社会倫理」もない（共産主義において「宗教はアヘン」であり、弾圧の対象である）。あるのは「飽くなき貪欲」＝「モノ、カネ」信仰だけなのです。

日本を含む先進資本主義諸国には、「モノ、カネ」以外に共通の価値観として「自由と民主主義」がある。「宗教的社会倫理」も「モノ、カネ」に対する一定の節度として作用しています。ところが、中国にはそのいずれもが欠けています。あるのは、際限のない「汚職の横行と飽くなき貪欲」（行天氏）です。習近平になんとしてでも改革を断行してもらいたいものです。世界経済は欧州危機で、すでにこれ以上の激震には耐えられないほどの痛手を負っています。これ以上、中国に端を発する金融危機にならないように願うのみです。

さてカミカゼ選挙の結果は如何？！……………

65歳以上の高齢者の総人口に占める割合



TOPICS

お蔭様で日本アスファルト防水工業協同組合は50周年を迎えます ～低炭素施工の実現に向けて～

地震や強風に耐え、火災にも強いコンクリート製の建物は、その堅固さから、生活する人々に大きな安心感を与えてくれます。しかしながら、建築素材として高い強度を誇るコンクリートの意外な弱点となっているのが「水に弱い」ということです。コンクリートはその性質上、細かなヒビが発生することが多く、このヒビから水が浸透することで漏水を招く他、最悪の場合、建物の強度そのものを損なう恐れもあります。

本来は長い寿命が期待出来るコンクリート製の建物ですが、それを左右するのが、水の浸透を食い止める防水工事にあると言えます。

現在、建築物の防水工事には様々な工法が取り入れられていますが、代表的な工法として挙げられるのが、防水性能と耐久性に優れたアスファルト防水工事です。

アスファルトと聞けば道路の舗装材料を思い浮かべますが、あの黒く粘度の高い物質は原油に含まれる最も重い成分と考えて差し支えありません。旧約聖書「ノアの方舟」の記述や日本書紀では天智天皇に「越の国より燃ゆる土(アスファルト)と燃ゆる水(石油)を献上した」という記述があるほど人類がアスファルトを利用してきた歴史は長く、接着剤や防水剤等、様々な用途で使われてきました。現代においてもアスファルトは最も信頼性の高い防水素材ですが、施工の際に高温で溶融させる必要があることから、危険性を伴うとともにCO₂を大量に排出するという大きな難点がありました。

地球温暖化が急速に進展し環境への負荷を低減することが課題となる中で、平成24年8月、「都市の低炭素化の促進に関する法律」が国会で成立し、国は「低炭素建築物新築等計画の認定制度の創設」に向けて本格的な取組を始める一方で、建設業界自らも低炭素社会の中長期環境ビジョンを旗印に、建物完成後だけでなく、建設工事中に発生するCO₂の排出量を抑制する「低炭素施工」への取組が進められています。具体的には、セメントの使用量を大幅に少なくした「低炭素コンクリート」やCO₂を吸収してコンクリートを硬化させる「環境配慮型コンクリー

ト」といった新素材の開発を行うとともに、作業効率の大幅な改善等によりCO₂の排出量を減少する「低炭素施工」が模索されています。また、道路工事業界においては、数年前から『中温化舗装』と呼ばれる、舗装時のアスファルトの温度を180℃から30℃下げることによってCO₂の排出量を15%削減させる新たな技術が生まれており、各地で試験施工が始まっています。

コンクリート建物の屋上アスファルト防水工事の施工業者により、昭和38年に設立され、来年50周年を迎える日本アスファルト防水工業協同組合は、アスファルト素材メーカーと協力して長年にわたり新たな施工技術の開発と組合員への普及促進に努めてきました。近年では、他の建設業界に遅れることなく、積極的に環境問題に取り組みCO₂の排出量の削減を始めとした環境に優しい施工技術の開発を推進してきました。現在、組合が積極的に普及を図り、すべての組合員が使用している、防水工事用アスファルトの新製品は、上記の先端技術であるアスファルトの『中温化技術』が採用されています。こうした、最新技術を取り入れたことで、アスファルト防水工事の施工時におけるCO₂の発生を、従来と比べて70%以上削減し、消費燃料も1/4以下に減少することに成功しています。さらには施工時に発生する煙や臭いも大幅に減少し、病院や市街地等における施工も容易となっています。

高い防水性能は維持したまま、環境への負荷を大幅に改善する新たな技術は、業界の明日を切り拓くものとして期待されていますが、組合では全国の施主、元請け、設計事務所に対してパンフレットの配布を行う等、総力を挙げて普及のためのキャンペーンに取り組んでおります。組合ホームページではこの新技術が詳しく紹介されていますので是非ご覧ください。

日本アスファルト防水工業協同組合

中央区日本橋久松町9番2号日新中央ビル7F
TEL : 03-5644-7651
URL : <http://www.nihon-as.or.jp/>

無料職業紹介所を開設しています！

求人・求職にご活用ください！！

東京中央会では、事業協同組合等の事務局体制の整備・充実強化をより効果的なものにするため、求人・求職の紹介・あっせんなどを行う「中央会無料職業紹介所」を開設しています。

求人（中小企業組合）及び求職者（中小企業組合士等）の利便性の向上、組合が必要とする労働力の確保、雇用の安定に向け、以下のような業務を行っています。是非、ご活用ください。

1) 求人情報の収集

2) 求職者への求人情報の提供等

なお、求人・求職の申込み手続きは、次のとおりです。

求人の申込みのときは

- ①当紹介所に備えた「求人票」に記入
- ②求人票の提出（FAX・郵送可）

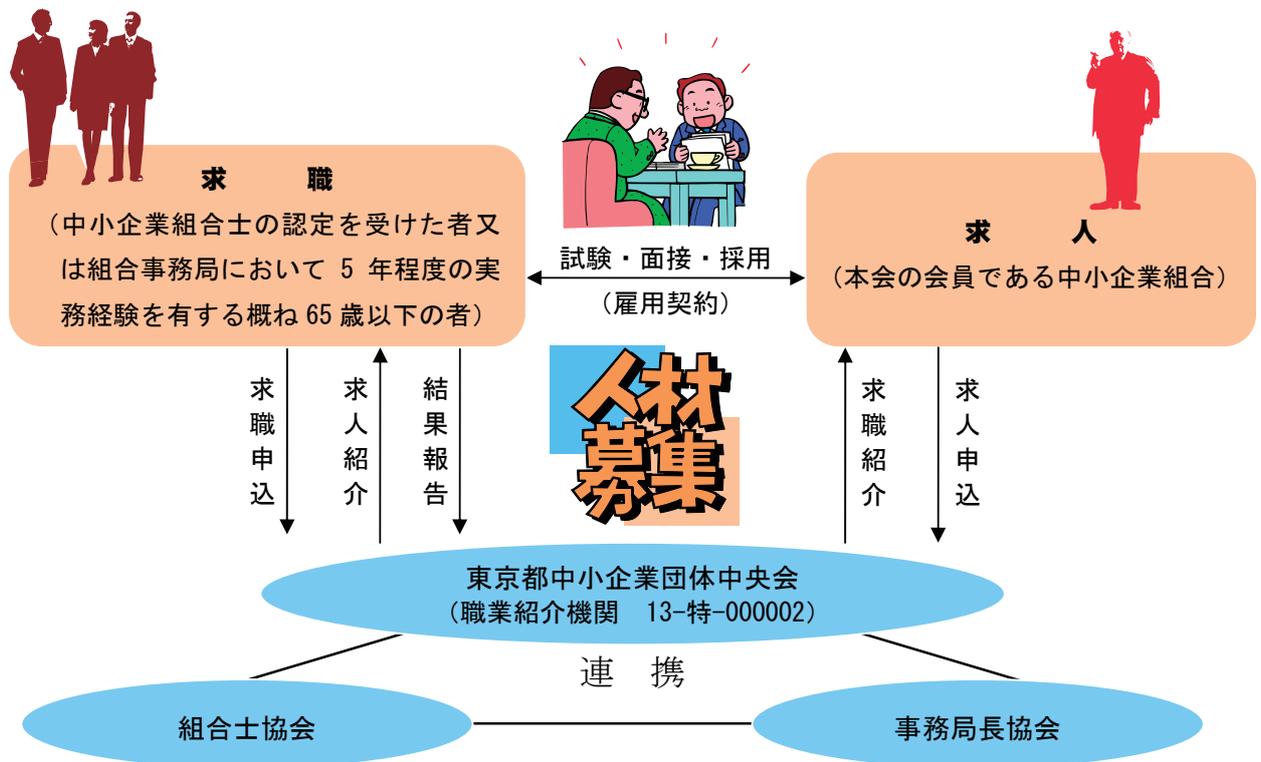
求職の申込みのときは

- ①本人が直接来会
- ②当紹介所に備えた「求職票」に記入
- ③求職票の提出（代理での申込み不可）

組合の理事長様へ

当紹介所では、組合職員の求人情報を収集しています。皆様からの求人情報のご提供をお待ちしております。





※中小企業組合士とは、中小企業組合の事務局に従事する役職員等の方が、その職務の遂行に必要な知識に関する試験を行い、合格者の中から一定の実務経験を持つ方に対し与えられる称号で、中小企業庁の後援も得て実施している制度です。

※当紹介所の利用は全て無料です。

申込み・問合せ 東京都中小企業団体中央会 労働課
 東京都中央区銀座 2-10-18 中小企業会館 8階
 (直通) 03-3542-0388 (FAX) 03-3545-2190

BCP 策定により組合と組合員の危機管理の意識高揚を図る

大阪機械卸業団地協同組合

- 住 所：〒578-0965 大阪府東大阪市本庄西2丁目5番10号
機械卸業団地内
- U R L：http://www.omdc.or.jp/
- T E L：06-6747-7521 ■ F A X：06-6747-7525
- 設 立：昭和43年3月 ■ 出 資 金：515,700千円
- 組織形態：卸商業団地組合 ■ 地 区：大阪府
- 組合員資格業種：一般機械卸売業 ■ 組合員数：109人
- 組合専従者：7人（うち専従理事1人）

中央会の指導やセミナーでの専門家の講義によりBCP対策に取り組み、組合と組合員の危機管理の意識高揚を図る。

背景と目的

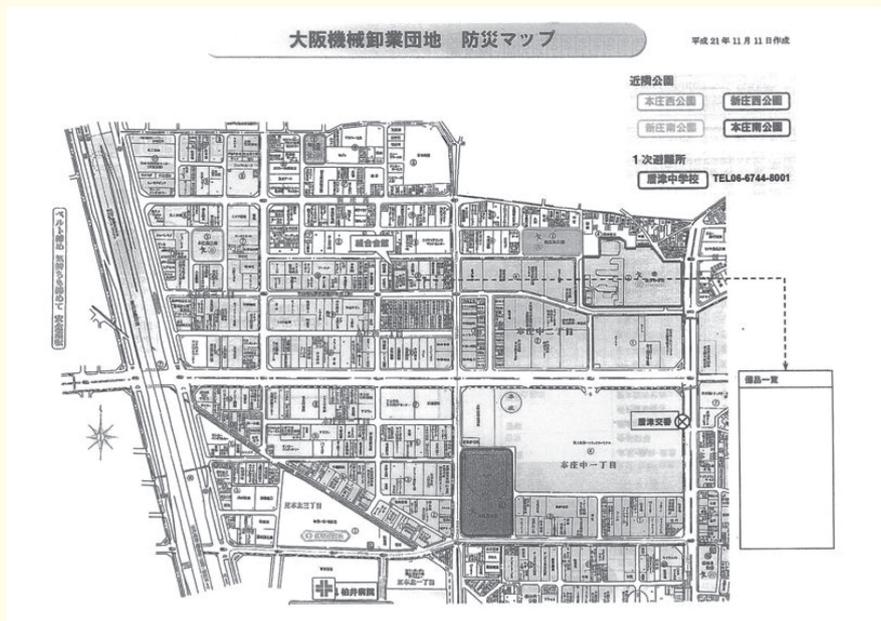
第一次中期経営計画の中で環境改善・活性化委員会において「防犯・防災対策の推進～安心・安全な街づくり」を検討し、自然災害等の発生に備え予防対策をとることで、従業員が安心して働ける環境を整備することにした。特にこの時期は、新型インフルエンザの大流行が懸念され、また大地震等自然災害も想定した事業継続対策をあらかじめ制定しておく必要性を認識したことから本事業を実施した。

活動の内容

主な活動概要としては、平成21年にBCPセミナーを開催し、防災マップの作成と組合員宛配布、緊急連絡先名簿の整備と連絡体制の制定（組合事務局用）、22年6月に防災用品の斡旋販売、企業防災セミナー及び防災用具の展示を開催、22年7月から23年9月まで卸商業団地機能向上支援事業「団地再整備事業」で建物の耐震化と地盤改良についての検討を行った。組合執行部（正副理事長）と組合員（各ブロック長）との緊密なコミュニケーション維持の確保、更に全体の状況把握と後方支援の役割に組合が徹したことが一つの事業の促進要因となっている。

成果

本事業の成果としては、中央会の指導や、セミナーでの専門家の講義により、概ねBCP対策の必要性の理解は深まった。組合としては防災マップ作成の必要性を認識し、マップを作成した。他方、組合員に対しては配布及び各種セミナーの開催等により組合員の防災対策意識の高揚が図られ、BCP対策の必要性の認識と策定方法についての理解は促進できたものと考えられる。また、組合員企業の内1社がBCP策定を行っている。



防災マップ

災害時における廃棄物(し尿)収集並びに仮設トイレ設置による社会貢献

熊本県環境整備事業協同組合

- 住 所：〒862-0950 熊本県熊本市水前寺6丁目30番20号
- U R L：http://www.kumakan.jp/
- T E L：096-385-3775 ■ F A X：096-385-0350
- 設 立：昭和 49 年 2 月 ■ 出 資 金：42,000 千円
- 組織形態：同業種同志型組合 ■ 地 区：熊本県
- 組合員資格業種：一般廃棄物処理業（し尿・浄化槽）
- 組合員数：35 人 ■ 組合専従者：3 人

頻繁に発生する地震並びに水害など災害時、トイレの数の不足や使用できなくなるケースがある。迅速に仮設トイレの設置を行い、組合員の保有車輛で収集運搬を円滑に行うことで協力する。

背景と目的

平成 15 年に、当組合と同業 2 団体（熊本県環境保全協会・協同組合熊本県環境技術協議会）の 3 団体で、任意団体「熊本県環境事業団体連合会」を設立（当組合が事務局を担う。）。19 年 2 月には、熊本県と「熊本県環境事業団体連合会」による「災害時における支援協定」を締結するに至り、それを受け、当組合を始め、同業他 2 団体も連合会と協定を締結し、災害支援に取り組むこととした。その目的は、災害時において無償で（1 週間程度）仮設トイレの設置及びし尿の収集運搬を行うことにより、業界全体並びに組合の地域貢献と社会的地位の向上を図るものである。

活動の内容

災害が発生した場合、被害を受けた市町村から熊本県に連絡が入る。次に、熊本県が実状を確認した上で、熊本県から協力依頼を F A X にて「熊本県環境事業団体連合会」事務局（当組合内に設置）に送付。協力依頼があった後、「熊本県環境事業団体連合会」事務局は、会長に報告の上、該当する地域ブロックの連合会会員に仮設トイレ設置または、し尿収集運搬の指示を行う。指示を行う際には、予め作成しているリスト（全所属企業がブロック別に分けられ、保有設備等が明記されている。）に基づき対応する。

協定締結直後の平成 19 年 7 月の豪雨による災害時に美里町に対し、要請後 2 時間半の短時間で、小学校など町の施設に仮設トイレ 5 基を設置し、1 週間ほど後の撤去の際には、当組合員等が無償にて、し尿の収集運搬作業を行った。

成 果

平成 19 年 7 月当時の地元自治体（市町村）との取り決めでは、収集運搬は有償にて実施することになっていたが、熊本県との災害時支援協定を尊重し無償で作業を行うなど組合員のボランティア意識が大きく発揮され、また実践的に対応が行えたことによりノウハウも蓄積された。

また、当災害時支援協定の締結を機に、近年起きたハイチ、東日本大震災等に対する災害支援の意識が一段と向上し、東日本大震災後においては組合員から支援の声が自然と出ており、組合として義援金を集め拠出するなど CSR や社会貢献の重要性についての理解が深まっている。



組合事務所



平成19年7月の災害



公認会計士 松 澤 修 No.507

会館建設資金計画表

Q

当組合において通常総会に提出する収支予算は、中小企業等協同組合会計基準に基づいて、見積損益計算書として、損益の予定を取り上げて作成しています。ところが、来年度の事業計画として、組合会館の取得を検討中ですが、この取得資金の調達並びに運用については、見積損益計算書たる収支予算には計上できないので、別に資金計画表の作成が必要となります。この場合どのような報告形式がよいのでしょうか。

A

中小企業等協同組合会計基準は、収支予算に見積損益計算書なる副題を与えた結果、組合会館建設資金のような損益に関係のない資金の動きは、収支予算に盛り込めないこととなる。

そこで、会計基準は、これを補完する上で、資金計画表なる書式を定め、収支予算と別に見積損益計算書に表示されない資金の収支を表示報告することとしている。

この資金計画表は、資金の調達側と資金の運用側より成り、資金の調達金額と資金の運用金額の差額は、運転資金の増加又は減少として表示する。実務においては、会館建設のかかる資金に限定し「会館建設資金計画表」として、作成する。会館内部設備費については、必要に応じて別途明細書を作成し、資金計画表に添付して総会に提出する。

〇〇協同組合

会館建設資金計画表

自平成〇〇年〇月〇日

至平成〇〇年〇月〇日

資金の運用	資金の調達
会館土地取得費 会館建設費 会館内部設備費 予備費	増資 借入金

東京都 組合士協会レポート

東京都中小企業組合士協会理事
東日本一般缶工業協同組合事務局長 野口 雅春

No. 323



● 当組合の概要

私の勤務する東日本一般缶工業協同組合は東京都鋳力製缶工業協同組合、中央鋳力製品工業協同組合及び東部製缶工業協同組合の3組合が昭和53年4月に大同団結し、誕生しました。組合員は東日本の地域を中心に一般缶(同部品を含む)を製造する事業者で、現在45社。このほか、特別会員4社、協力会員23社が加入しています。

● 「一般缶」とは

スチール(鉄)を素材とした金属容器で、飲料缶や缶詰缶、18リットル缶やドラム缶等を除く比較的小型な缶の総称です。用途別に海苔・お茶・せんべい・クッキー・紅茶・コーヒー等の「食品用」、オイル・ワックス・インキ・医薬品等の「塗料・化学薬品用」、筆箱・ファンシー商品・貯金箱等の「生活雑貨用」があります。JIS規格で統一されることなく、お客様の要望通りのオリジナルな形状やデザイン・金属印刷を施すことができます。

● 実施事業のあらまし

当組合では、現執行部が掲げる「4つの基本方針」に基づいて各種事業を実施しています。第1は「缶の特性のPR」。昨年度は東京中央会が行うグループ戦略策定支援特別対策事業を活用して「ジャパンパック」に出展。本年度は上部団体の全日本一般缶工業団体連合会出展の「東京パック」「エコプロダクツ」に協力し、一般缶の有用性をアピール。第2は「情報発信の強化」。本年7月に『「もっと知ろう、もっと使おう一般缶」フォーラム』を開催、「一般缶がひらく未来」をテーマにパネルディスカッションを行いました。4人のパネラーのうち、女性代表として、東京都中小企業組合士協

会の常任理事で女性部長の永園愉美子氏にお願いしました。また、業界の動向を把握するため「景気動向等アンケート調査」を四半期毎に実施しています。第3は「学びの場の提供」。分科会では営業・技術講習会を開き人材育成と技術向上に努めています。第4は「新規市場の開拓」。市場開拓調査委員会で「菓子缶グループ」「お茶缶・海苔缶グループ」に分かれ新規市場開拓の調査・研究を行っています。

● 組合士の知名度向上をめざして

現在、組合士の登録者数は全国で3,340名ですが、世間一般にはあまり知られていません。将来にわたり、その知名度を高めていくには、組合士自らがあらゆる機会を通じてアピールしていく必要があると思います。前述の一般缶フォーラムでは、永園氏のプロフィールに組合士資格取得を明記し、「中小企業庁後援の検定試験により能力を認められた中小企業連携組織のプロフェッショナル」と紹介し、さらにコーディネーターから永園氏に中小企業組合士の立場からの発言をお願いしました。今後も切磋琢磨しながら組合士の知名度向上を目指していきたいと願っています。



一般缶フォーラム



平成25年新年賀詞交歓会のご案内

本会は平成25年新年賀詞交歓会を下記のとおり開催いたします。新年ご多用のことと存じますが、万障お繰り合せのうえご参加くださいますようお願い申し上げます。

なお、当日は平成24年の春と秋に、めでたく叙勲の栄に浴され方々をご招待し、ご披露することとしておりますので、多数ご参加くださいますようお願い申し上げます。

記

1. 日時 平成25年1月8日（火曜日）
午前11時00分～午後0時30分
2. 場所 目黒雅叙園 2階「舞扇の間」
目黒区下目黒1-8-1
電話：03-3491-4111（大代表）
目黒駅（JR山手線西口、東急目黒線、地下鉄南北線・三田線）より徒歩3分
3. 会費 1名につき金13,000円
（叙勲受章者への記念品代を含みます）
当日、受付にて申し受けます。
4. 主催 東京都中小企業団体中央会
社団法人東京都信用組合協会
東京都中小企業経営者協会

①出席の方は、ご郵送いたしました参加申込書に所定事項をご記入のうえ、平成24年12月21日（金）までにFAXにてお申し込みください。

※なお、本会ホームページより参加申込書（PDFファイル）がダウンロード出来ます。

②当日は、会場受付に午前10時45分までにお越しください。

③お申し込み後、当日都合がつかない場合は、必ず代理の方の参加をお願いいたします。
12月26日（水）迄に取り消しなくご欠席の場合は、会費を申し受けますのでご了承ください。

5. お問い合わせ

東京都中小企業団体中央会 支援課
電話：03-3542-0318（直通）
FAX：03-3545-2190

年末年始の業務について

本会の年末年始期間の業務は、次のとおりとさせていただきます。

■期間

2012年 (平成24年)	12月28日(金)	仕事納め(平常業務)	} 休業
	12月29日(土)		
	1月3日(木)		
2013年 (平成25年)	1月4日(金)	仕事始め(平常業務)	

以上、宜しくお願い申し上げます。

「産業交流展2012」が開催されました

東京都、東京中央会、東京商工会議所、東京都中小企業振興公社など都内中小企業関係団体が主催する「産業交流展2012」が、平成24年11月20日（火）～22日（木）の3日間の日程で東京ビッグサイトにて開催され、初日から多数の入場者で賑わいました。

今回は、「情報」「環境」「医療・福祉」「機械・金属」の4つの出展分野から過去最多の943企業・団体等が参加し、中小企業の優れた製品や技術が展示されました。また、同時開催イベントとして、「東京都ベンチャー技術大賞表彰式」や「東京都経営革新優秀賞表彰式」等も開催されました。

なお、東京中央会も環境ゾーンにブースを出展して、エコアクション21の認証登録のPR、組合設立支援等についての展示・相談を行いました。

初日の20日には、猪瀬直樹東京都副知事、大村功作東京中央会会長など主催・共催団体等の代表者が出席し、開会式及びテープカットが行われました。



【開会式でのテープカットに臨む本会の大村会長（右より二人目）】

中小企業だより
中央会インフォメーション

12月号
2012年12月15日発行 No.1741

TEL : 03(3542)0386(代) FAX : 03(3545)2190
<http://www.tokyochuokai.or.jp/>

発行所／東京都中小企業団体中央会 編集・発行人／大村功作
〒104-0061 東京都中央区銀座2-10-18
印刷所／株式会社ディグ

定 価／300円(税込・送料別途)
● 会員の購読料は会費に含まれています。
● 本誌掲載の記事は無断転載を禁じます。





メルマガ会員募集中

東京は企業がる。 中小元気にする。

さまざまな技術や自由な発想を持ち、活躍する中小企業が東京を支えています。

私たちは、中小企業と金融機関とを結ぶ「信用保証」で都内中小企業の活躍を金融の側面から支援しています。

技術力や発想力をカタチにし、事業を一層発展させるために「東京信用保証協会」をぜひご利用ください。

東京信用保証協会では、中小企業の皆さまに役立つ情報をメルマガジンでご案内しています。

毎月の定期配信のほか、臨時号の配信で最新の情報をいち早くお届けします。会員登録は無料！しかも手続き簡単！協会ホームページより是非ご登録ください。

年末・年始営業のご案内

本年の営業は12月28日(金)までとなります。
来年は1月4日(金)から営業いたします。



東京信用保証協会

検索



クリック!

お申し込み、ご相談のお問い合わせは保証部、支店保証課まで

- 本店保証部 03-3272-3151
- 池袋支店 03-3987-5445
- 五反田支店 03-3493-4991
- 錦糸町支店 03-5608-2011
- 新宿支店 03-3344-2251
- 千住支店 03-3888-7231
- 上野支店 03-3847-3171
- 渋谷支店 03-5468-0135
- 葛飾支店 03-5680-0801
- 大田支店 03-5710-3610
- 立川支店 042-525-6621
- 八王子支店 042-646-2511
- 創業アシストプラザ 03-3272-2279 (多摩分室 042-525-3101)

支援します! 公社は中小企業のパートナー

弁護士、公認会計士、税理士、中小企業診断士等の専門家が、
さまざまなご相談に **無料で** お応えします!

ワンストップ総合相談窓口 ☎03(3251)7881

主たる相談分野

- ・経営全般、融資・助成金・資金調達、営業等の相談
- ・創業・起業、新分野進出、会社設立登記・ベンチャー支援等相談
- ・法律(契約、トラブル、債権回収、企業整理等)相談
- ・労務(給与・雇用・社会保険、人事組織、能力開発等)相談
- ・税務・会計・直接金融(私募債)、株式公開等相談
- ・ビジネスプラン(事業計画)作成等相談
- ・IT(情報化)支援相談
- ・ISO取得支援等相談
- ・デザイン支援(製品デザイン、ロゴマーク・パッケージ、カタログ、Webデザイン等)相談
- ・国際化支援(海外進出、貿易)相談



お任せください!!

支援します! 公社は企業のパートナー

まずはご相談下さい!

公社の各種支援内容
ワンストップ総合相談/創業/事業化/経営/助成金/資金調達/販路開拓/国際化/知的財産/企業再生/専門家派遣/人材育成/その他



「明日」の夢を実現すべく集う「私たち(US)」の「場(PLAZA)」



公益財団法人 **東京都中小企業振興公社**

TEL.03-3251-7881 URL <http://www.tokyo-kosha.or.jp>

ホームページにアクセスを!

アスプラザ

検索

業務災害補償制度のご案内

保険料 最大 **54%** 割引

※割引率は諸条件によって異なります。詳しくは取扱代理店、営業社員までお問い合わせください。



みんなの労災ガードの **ココが** **すごい 5** っのポイント!

- ① 補償の対象となる方の範囲を拡大し、**構内下請作業員や派遣社員の方々も補償!**
- ② ケガだけでなく、**病気による入院の治療費用等も補償!**
- ③ **保険金は事業主にお支払い!**
- ④ **労災認定された脳・心疾患、精神障害も補償!**
- ⑤ **各種サービスが充実!**



【制度運営団体】 東京都中小企業団体中央会

〒104-0061 東京都中央区銀座2-10-18 TEL : 03-3542-0317

【引受保険会社】 富士火災海上保険株式会社 (担当窓口：東京本部 東京第一支店)

〒102-8020 東京都千代田区九段南2-3-14 TEL : 03-3230-6415

※このご案内は東京都中小企業団体中央会「業務災害補償制度」の概要を示したものです。その他の補償内容等(保険金をお支払いする主な場合、保険金をお支払いできない主な場合など)については「みんなの労災ガード(業務災害補償総合保険)パンフレットをご覧ください。ご不明な点につきましては、取扱代理店・営業社員までお問合せください。このご案内は平成25年12月末まで有効です。ただし、商品改定、保険料の改定等により、ご案内の内容に変更が生じた場合は無効となります。

2012.11.29696 12-021S



人を思う。未来を思う。

商工中金

新型定期預金

マイナーベスト

有利な金利設定

通常の債券・定期預金（固定金利）より高めの金利（当金庫内比較）
をご提供します。ただし、原則として満期日前の解約はできません。

1年、2年、3年から期間が選べる

将来の計画に合わせてお好きな期間を選べます。

固定金利の半年複利

着実に、そして効率よく資産を増やせます。

- お預け入れは、50万円以上1円単位です。
- お預け入れは、個人のお客さまに限らせていただきます。
- 詳しくは店頭チラシまたはホームページをご覧ください。

本店営業部	〒104-0028 中央区八重洲 2-10-17	TEL03 (3272) 6111	池袋支店	〒171-0022 豊島区南池袋 1-21-10	TEL03 (3988) 6311
八王子支店	〒192-0081 八王子市横山町 2-5	TEL042 (646) 3131	渋谷支店	〒150-0002 渋谷区渋谷 2-17-5	TEL03 (3486) 6511
上野支店	〒110-0005 台東区上野 1-10-12	TEL03 (3834) 0111	神田支店	〒101-0045 千代田区神田鍛冶町 3-3-12	TEL03 (3254) 6811
大森支店	〒143-0016 大田区大森北 1-1-10	TEL03 (3763) 1251	新木場支店	〒136-0082 江東区新木場 1-18-6	TEL03 (5569) 1711
京浜島出張所	〒143-0003 大田区京浜島 2-10-2	TEL03 (3799) 0331			
押上支店	〒130-0002 墨田区業平 3-10-8	TEL03 (3624) 1161			
浦安出張所	〒279-0025 浦安市鉄鋼通り 2-1-6	TEL047 (355) 8011			
新宿支店	〒160-0023 新宿区西新宿 1-22-2	TEL03 (3340) 1551			
深川支店	〒135-0042 江東区木場 5-11-17	TEL03 (3642) 7131			
東京支店	〒105-0012 港区芝大門 2-12-18	TEL03 (3437) 1231			



人を思う。未来を思う。

商工中金

<http://www.shokochukin.co.jp/>