

## 令和3(2021)年度における事業計画書

令和3年(2021)3月1日～令和4年(2022)2月28日まで

### I 事業方針

#### ◎組合ブランドの強化に取り組む

組合は経済活動で仕入先と一体となったキャンペーンを展開しています。

また、ダイハツ東京販売との「タイアップキャンペーン」のように、純正販社とも提携して、組合員に実質的なメリットのある企画が出来るようになりました。

組合は「組合員の取引先各社」と取引基本契約（商取引の基本ルール）を協議しています。長年の取り組みにより以下のルールは定着しました。

- ・組合の取引先が組合員と契約する時は、まず組合に相談する。
- ・取引先との交渉の過程は中間報告を含めて機関紙「東部協ニュース」に掲載する。
- ・取引先との合意は事務局よりメール等で組合員に告知
- ・組合員は事務局より合意の連絡を受けてから契約書に調印する。

本年は組合の「組織案内」（冊子）を作成して主要な取引先に配布します。

合わせて「入会案内」（パンフレット）も作成し、新規組合員の入会を促進します。

また、組合員の本社・営業所の玄関及び店頭には組合のシンボルマークをシールにして貼り出せば「この拠点が東部協に加盟している」と明確に分かります。こうした広報活動を通して「東部協ブランド」の向上を図ります。

### I 事業計画

#### 1. 経済事業（共同購買）

今期も経済委員会を中心に共同購買事業の商材開発、仕入先との折衝、販売促進キャンペーンの実施を推進します。

##### ① 販売目標の設定

2020年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて低調な結果に終わりました。東京市場は2020年4月、5月、2021年の1月、2月、3月と非常事態宣言が出されました。

こうした中で、組合の共同購買は前年度の実績をキープすることを目標に、2020年度は年間1億8000万円に設定しましたが、実績は1億7376万円と未達となりました。

本年度も新型コロナウイルス感染症の影響が続いており、年初に組合員数も1社減少してい

る事を考慮して、対前年度比4%減の1億6700万円とします。手数料は1.8%の300万円を目標とします。

商材		2020年計画	2020年実績		2021年計画	
リサイクル 部品	ラジエーター	61,000,000	63,574,917	104%	62,000,000	98%
	リビルト電装品	28,000,000	32,262,835	115%	31,000,000	96%
	リビルトターボ	9,500,000	3,880,800	41%	3,700,000	95%
	中古部品	28,000,000	27,478,550	98%	26,000,000	95%
タイヤ	タイヤ	43,000,000	36,577,439	85%	35,000,000	96%
オイル・ 消耗部品	オイル・発炎筒	8,000,000	7,455,935	93%	7,200,000	97%
	手洗い洗剤等	200,000	153,104	77%	100,000	65%
島原素麺		2,300,000	2,250,787	98%	2,000,000	89%
合計		180,000,000	173,634,367	96%	167,000,000	96%

## ② 販売キャンペーンの実施

共同購買の主要商品であるリサイクル部品、タイヤのキャンペーンを実施します。島原素麺の夏季、冬季キャンペーンは今年で5年目になりますが、継続して実施します。

## ③ 新規商材の開発

地域部品商として「今後、どのような商品、どのようなサービスで提供すべきか」について、仕入先、販売先へのヒアリング等により分析して、経済委員会で考察します。

特定認証制度のスタート、OBD車検の導入など自動車整備市場も大きく変化する時期であることを踏まえ、新分野の商品の投入についても経済委員会で検討していきます。

## ④ 経済活動優秀店表彰の実施

昨年度は実施できませんでしたが、本年度は新型コロナウイルス感染症の状況を確認しつつ可能であれば開催したいと考えています。

表彰基準は2019年度、2020年度の組合員別年間販売実績をベースに経済委員会で選定し夏季懇親の会場にて表彰式を実施します。

## ⑤ 組合の経済規約の更新

組合の経済規約は2011年に組合がタイヤの共同購入を開始した時に作成したものです。当時は年間3000万円の購買額を想定したものでした。これが現在は年間1億8000万円規模にまで拡大していますのでトラブルが発生した場合のリスクは飛躍的に拡大しています。

本年度は東京都中小企業中央会の法務・経理相談システムを活用し現状にあった規約を作成して組合員に周知徹底すると共に、仕入先との契約を進めます。

## ⑥ 共同集荷(調達物流)に関する研究

最近の組合の共同購買事業を分析すると、価格の問題に加えて「納期」が大きな課題となっています。東京市場では「納期」が競争力として評価される傾向にあり、この問題に対処するため、今期は「部品の共同集荷の実施」をテーマとした研究を、物流の専門家にも参加して頂き研究します。

○経済委員会の定期開催(年4回)

○共同購入速報の定期発行(年12回)

○商品拡販のための説明会、各種セミナーの実施

○販促ツールの充実(組合仕入先・電話&FAX番号ステッカー等)

## 2. 渉外事業

### ① 渉外委員会

昨年度に引き続き渉外委員会により合議制にて事業を推進します。交渉の経緯及び経過報告については「東部協ニュース」にてお知らせします。

今後、補修部品市場の環境はますます厳しくなるものと予想されます。過去の交渉の成果を生かしつつ、純正仕入先との相互理解の促進を図るため、相手方の外販担当者と定期的かつ継続的な懇談会・情報交換会が実施できるよう働き掛けを継続します。

### ② 新規組合員の入会促進

2011年の組合の創設期には26社あった組合員も、現在は21社まで減少しています。本年度は組合の組織案内・入会案内を作成し、新規会員の勧誘を行います。

## 3. 教育及び情報提供に関する事業

### ① 講習会・研修会の開催

組合は2018年度より「自動車の変化(自動運転、コネクテッドカー、電動化)により自動車のアフターマーケットがどのように変化するか」をテーマにセミナーを開催しました。

2018年は8月に夏季セミナー、2019年度は6月と11月に計2回のセミナーを開催しました。

2020年度は新型コロナウイルス感染症の影響で実施が出来ませんでした。整備業界では特定認証制度がスタートし、自動車点検基準の変更から2024年のOBD車検の開始に至る自動車整備業の変革がスタートしています。

本年度は新型コロナウイルス感染症の終息が見えて来て、可能な環境となったならセミナーを開催したいと思います。集合スタイルのセミナーが不可能であればWebセミナーの開催も検討します。

## ② Web例会の定例化

組合では三役会議、理事会、経済委員会はZoomを活用してWebにて実施しています。

今期は通常総会は昨年同様に書面にて開催する事になりますが、その後は年3回程度のWeb例会(Zoom活用)の開催を考えています。企画が決まり次第、ご案内致します。

## ③組合シンボルマークの新規設定・組合員店舗への組合ステッカーの配布

東部協の組合員であることを示し、顧客、取引先にアピールする「シンボルマーク」を制定します。このシンボルマークと「東京自動車部品商組合・会員店」の文字を入れたステッカーを作成して組合員店舗に配布し利用（店舗への表示・配送車への表示）して頂きます。

このステッカーの効果として①組合員企業の従業員へのアピール②顧客へのアピール③取引先へのアピール・・・の3つを考えています。予算及びデザインの選定は経済委員会にて決定します。

## 4. 福利厚生に関する事業

- (1) 組合員に対する慶弔見舞
- (2) 組合員に対する災害見舞
- (3) 組合員間の交流を深めるための懇親会の開催
  - 通常総会開催後の懇親会
  - 夏季懇親会
  - 忘年会

以上