

令和4(2022)年度における事業計画書

令和4年(2022)3月1日～令和5年(2023)2月28日まで

I 事業方針

◎組合事業の再構築を目指す

過去2年間の新型コロナウイルス感染症の流行は組合事業に大きな影響を与えた。

創業以来、右肩上がり成長していた共同購買事業は、2020年度に至り初のマイナス成長となり、昨年度は1社が資金繰りに窮して破産し、年度末には別の1社が廃業を選択して組合から退会した。

当初、26社であった組合員は、昨年度末には20社まで減少したのである。

しかしながら組合の経済的な基盤は組合員の皆様の努力に支えられ、苦しいながらも逆風の中を持ちこたえている。

年度	年間総売上高	減少率	減少額
2019年	¥181,910,184	91%	¥-16,461,545
2021年	¥165,448,639		

今までピークであった2019年度と比較して、昨年度の数字は1646万円のマイナスである。減少幅は2年で9%、年間で約800万円の減少となる。

一方、渉外事業では組合の設立時に決めた以下のルールが長年の取り組みにより組合員及び組合員の取引先にはほぼ定着した。

- ・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。

最初の頃は取引先から「当社は組合と契約しているわけではない。組合員との直接的な取引である。組合は関係ない」と組合を無視した対応が平然と行われていた。

しかし、徐々にではあるが中小企業等協同組合法第9条の2の12項に、組合員と取引関係のある事業者(小規模事業者を除く)は、その取引条件について組合の代表者が団体協約を締結するために交渉したいと申し出たときは「誠意をもってその交渉に応じるものとする」と定められている事が認識されるようになった。

現実的に顧客対応で日々忙しい組合員は、ゆっくりと「契約書」の細部まで検討する余裕は無いのが実情。組合組織を通して組合の顧問弁護士にコメントを貰うことで、問題意識を持ちながら契約を進めることが可能になる。

◎今期の3つの取組み事項

こうした背景を踏まえて、今期は以下の3つ課題に取組み、組合事業の再構築を目指す。

○新規組合員の加盟促進

組合は当初は 26 社でスタートしたが、昨年度末までに6社が様々な理由で退会した。ここで改めて新規の組合員を募集する(6社程度)。

設立当初に実施したように、組合活動に興味を持っている事業者に、組合員に声を掛けて頂き、その後専務理事が訪問して説明する方法で加盟を推進する。

○多拠点展開組合員の「拠点を巻き込む」経済活動の展開

現在、組合員は 20 社であるが、営業拠点は 54 拠点ある。

区分	組合員数	拠点数
本社のみ	11	11
複数拠点展開	9	43
計	20	54

この 54 拠点の中で、組合の共同購買を利用しているのは最大で 35 拠点である。商品によってはその半分の 17 拠点のレベルである。

また、今まで組合は本社レベルの代表者の間で情報交換して来たが、これを拠点長レベルまで広げる事で、さらに様々な情報が集まるものと期待される(新商品の開拓等)。

☆全拠点を網羅する情報伝達の仕組みを構築する

☆拠点間の情報交換の活発化と「東部協のメンバー」である仲間意識を醸成する。

☆全拠点を巻き込んだ経済活動の展開

以上の3段階を経て組合の経済活動を再構築する。

○新しい青年部会の開設

当組合の前身である東京都自動車部品商組合では2001年7月に青年経営研究会を設立し、活発な活動を推進して来た。現在、この青年部会のメンバーの多くは各社の代表者に就任している。

こうした中で 20 代、30 代の次世代メンバーにて構成する新しい青年部会を立ち上げる。

代表者の後継者だけでなく、拠点展開型の組合員の拠点からもホープ級、エース級の若手社員も参加してもらおう。

自動車の整備業界が大きく変わる時期なので、様々な勉強会や見学会を実施して、今後の自動車部品商経営の方向性について調査・検討して頂く。

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する。

① 販売目標の設定

2021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った。組合の共同購買の目標は対前年度比4%減の1億6700万円としたが、僅かに及ばなかった。

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、組合員数が2社減少している事を考慮し、対前年度比1%増の1億6700万円とする。手数料は2%の340万円を目標とする。

商材		2021年計画	2021年実績		2022年計画	
リサイクル 部品	ラジエーター	62,000,000	61,729,946	100%	61,000,000	99%
	リビルト電装品	31,000,000	28,356,207	91%	28,000,000	99%
	リビルトターボ	3,700,000	2,067,780	56%	2,100,000	102%
	中古部品	26,000,000	28,609,042	110%	26,000,000	91%
タイヤ	タイヤ	35,000,000	33,432,389	96%	35,000,000	105%
オイル・消 耗部品	オイル・発炎筒	7,200,000	7,942,757	110%	8,000,000	101%
	手洗い洗剤等	100,000	157,970	158%	150,000	95%
	水素入浴剤	40,000	81,510	204%	80,000	98%
島原素麺		2,000,000	3,071,038	154%	3,000,000	98%
合計		167,040,000	165,448,639	99%	167,000,000	101%

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する。島原素麺の夏季、冬季キャンペーンは今年で6年目になるが継続して実施する。

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、経済委員会で考察する。

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する。

④ 経済活動優秀店表彰の実施

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る。表彰基準は経済委員会で策定し夏季懇親の会場にて表彰式を実施する。

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。当時は年間3000万円の購買額を想定していた。これが現在は年間1億6000万円規模にまで拡大しているのでダブルが発生した場合のリスクは飛躍的に拡大している。

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る。

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る。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推進する。

- 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 配送料問題への対応

運送コストの上昇を理由に、過去に負担を強いられたことがなかった補修部品についても「部品商が配送料を負担する」事が求められるようになった。

多方面から商品を仕入れている中小・零細規模の地域部品商にとっては死活的な問題である。1社でも了解した場合は全メーカーが同じ条件で求めて来る。

昨年来続く、マツダパーツの配送費負担問題は、双方の合意が得られない場合は、次の段階に進み中小企業等協同組合法第9条の2の2の規定により行政庁（東京都）に対して調停を申告する。

② 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する。交渉の経緯及び経過報告については「東部協ニュース」にて告知する。

また、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する。

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た。

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う。

集合スタイルのセミナーが不可能であれば昨年度のようにWebセミナーの開催を検討する。

② Web例会の定例化

組合では理事会、経済委員会はZoomを活用してWebにて実施している。

今期は通常総会もWeb化を導入し、その後は年2回程度のWeb例会(Zoom活用)の開催を考えている。

③ 新ホームページの開設

組合の現在のホームページは、前身である東京都自動車部品商組合のホームページを引継いだものであり、管理も当時と同様に立川市の「ホームズインターネット」が担当していた。

昨年の10月に管理・運営ともに同社より組合事務局に移し、サーバーとの契約も済ませている。本年より新しいホームページを開設するが、動画配信などの新機能を付加したものにしてい

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