

令和5(2023)年度における事業計画書

令和5年(2023)3月1日～令和6年(2024)2月28日まで

I 事業方針

◎経済事業

昨年度、組合の経済活動(共同購買事業)は過去最高の1億 8418 万円を記録した。これは、今まで過去最高であった2019年度の1億 8191 万円を超える数字である。

また、創業時からの共同購入額累計は2022年12月に15億円を突破して、年度末には15億2030万円となった。

やはり、2020年度、2021年度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マイナスの影響を与えたことが改めて認識できる結果になった。創業以来、右肩上がりで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、2021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。

しかし、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耐え、さらなる成長に向けて動きだしている。

◎渉外事業

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。

現実的には、急がれる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。昨年度のスズキ自販東京との契約では、この対応が遺憾なく発揮された。

一方でマツダパーツとの交渉は、中小企業等協同組合法第9条の2の12項での交渉を続けたが合意できず、第9条の2の2の規定により行政庁に対して、そのあっせん又は調停を申請したものである。

こうして2023年2月1日に、東京都による調停が開始されたのである。

◎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、組合事業の活性化を目指す。昨年度に示した方針であるが、この課題の実現には時間が掛かる。今年度も再掲しておく。

○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

2022年度は新型コロナウイルス感染症がピークを越え、経済が回復基調に戻ったことに加え猛暑の影響を受けて組合の共同購買は、計画の12%増の1億8418万円となった。

本年度は、昨年のような猛暑が続くことを想定し（気象庁の長期予報）、対前年比横バイの1億8485万円とする。手数料は1.8%の333万円を目標とする。また、新規投入の消耗部品・交換部品及びケミカル新商品にも期待している。

商材		2022年計画	2022年実績		2023年計画	
リサイクル 部品	リビルト空調機器	61,000,000	69,342,363	114%	69,000,000	100%
	リビルト電装品	28,000,000	33,105,138	118%	33,000,000	100%
	リビルトターボ	2,100,000	2,456,330	117%	2,500,000	102%
	中古部品	26,000,000	30,854,516	119%	30,000,000	97%
タイヤ	タイヤ	35,000,000	30,247,808	86%	32,000,000	106%
オイル・ 消耗部品	消耗部品・交換部品	8,800,000	14,677,873	167%	15,000,000	102%
	ケミカル	150,000	153,925	103%	350,000	227%
島原素麺		3,000,000	3,347,672	112%	3,000,000	90%
合計		164,050,000	184,185,645	112%	184,850,000	100%

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7年目になるが継続して実施する。

③ 新規商材の開発

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。昨年度は経済委員会で新規商材のプレゼンを受けながら検討しており、今後はその事業化に取り組んでいく

④ 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、自動車補修部品についても、過去に負担を強いられたことがなかった「地域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配送料を求めて来る。

マツダパーツの配送費負担問題は、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。本年の2月1日より調停が開始された。現在、まだ調停は続いており、今後の動向に注目している。

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年度と2019年度は「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」をテーマに集合形式のセミナーを開催した。

その後、2020年は新型コロナウイルス感染症の流行で中止とし、2021年度はWeb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たので、以前のような集合スタイルのセミナーの開催を検討する。

② 新ホームページの開設

昨年度、予定通り新しいホームページを開設した。組合の活動を的確に広報できるよう新着情報を更新していく。

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