

2024年度における事業計画書

令和6年(2024)3月1日～令和7年(2025)2月28日まで

I 事業方針

◎組合事業の再構築を目指す

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、2021年度は1社が資金繰りに窮して破産し、2021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、コロナ禍が峠を越えてからの復活は素晴らしく、2022年度、2023年度と連続、対前年比111%と2桁成長となった。2023年度は組合員どうしの合併で1社が退会したが、新たに1社が加盟した。

年度	共同購買実績	増減	金額	組合員数
2019	181,910,184	103%	¥4,637,062	22
2020	173,756,632	96%	¥-8,153,552	22
2021	165,448,639	95%	¥-8,307,993	21
2022	184,185,645	111%	¥18,737,006	20
2023	204,508,194	111%	¥20,322,549	20

◎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、組合事業の伸長を目指す。

(1) 組合員専門の新ホームページの開設及び会員専用のオープン・チャットを開設

組合の公式ホームページ(Official site)は2021年の10月よりドメイン取得、レンタルサーバーと契約して構築を開始した。2022年8月に、それまで稼働していた旧ホームページを閉鎖して、新ホームページで組合の事業を対外的に広報している。

本年度はこれに加えて「組合員専用のホームページ(対内的な広報と情報交換が目的)」を構築する。すでに2023年中にドメイン取得、サーバーとの契約は終えている。

○ホームページのアドレスと閲覧方法

組合員専用のホームページは組合員(会社)の代表者、幹部社員、支店長及び従業員のみが閲覧できるものとし、組合員のみ知らせる東部協IDとログイン・パスワードにて入場して閲覧出来る。

ホームページは「組合の公式ホームページ」からも独立しており、リンクしない構造している。

<サイトの内容>

(1) 共同購買の認定仕入先各社の部屋を作り

- ・会社概要&最新ニュース
- ・商品カタログ、販売促進資料
- ・価格表&FAX注文票

・・・をダウンロード可能な状態で掲載する。これにより、組合員の本社のみならず、営業所でも注文がやりやすくなる。

(2) 組合の定期発行の文書はホームページ内にPDFを置きダウンロード可能とする。これによりメールにPDFの添付を減らしていく(セキュリティの確保)。

- ・東部協ニュース
- ・共同購入月報

(3) 組合員専門のオープン・チャットの開設

組合員であれば利用できるオープン・チャットで情報交換が可能。LINEのオープン・チャットであるが加盟に当たり組合員企業名と氏名で登録し入場できる。(ニックネームは不可)。

(2)新しい青年部会の活動開始

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30代、40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営業所からもホープ級、エース級の若手社員も参加してもらう。

2023年の6月に準備会を開催した。本年は具体的な活動に入る。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。

(3)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。本年度も1社の退会が予定されている中で、昨年、加盟した平沢商会殿に続いて新規加盟を求める。

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。

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を推進する。

① 販売目標の設定

2022年度及び2023年度は連続して対前年比111%を達成し、共同購買事業は年商2億円を超えた。この要因は以下のように分析できる。

- ① 6月、7月が猛暑となり空調用リビルト部品、リビルト電装品の販売が好調に推移
- ② 2021年より世界的な半導体不足が始まり、自動車の組立ラインが停止するなど供給がダウンした。東京市場は2020年より新車販売が不調で、その要因は車輛の納車待ちである。この傾向は2023年には改善されているが、保有車輛の高齢化が進み、故障車輛が増えている。その修理のために中古部品、リビルト部品の需要が拡大している。

2024年度は気象庁の予想によると6月は梅雨の到来が遅れるため厳しい暑さを予想、7月は梅雨明けが遅れる。8月は太平洋高気圧の勢力が強まりやすい・・・とされている。

以上の事から、2024年度も市場環境は悪くは無いが、4月以降はタイヤ、オイル、バッテリーなどの商品の値上が予想されており、品不足による供給の遅延も心配されている。

そこで、2024年度の組合の共同購買の目標は対前年度比4%増の2億1340万円とする。手数料は390万円を目標とする。

商材		2022年実績	2023年実績	伸長率	2024年計画	
リサイクル 部品	空調用 リビルト部品	69,342,363	74,661,703	108%	76,000,000	102%
	リビルト電装品	33,105,138	35,460,340	107%	36,000,000	102%
	リビルトターボ	2,456,330	2,175,610	89%	2,400,000	110%
	中古部品	30,854,516	39,948,860	129%	40,000,000	100%
	計	135,758,347	152,246,513	112%	154,400,000	101%
タイヤ(国産・海外)		30,247,808	32,048,676	106%	34,000,000	106%
補修部品・交換部品		14,677,873	15,676,873	107%	16,500,000	105%
オイル・ケミカル		113,220	903,830	798%	5,000,000	553%
島原素麺		3,347,672	3,589,547	107%	3,500,000	98%
合計		184,185,645	204,506,194	111%	213,400,000	104%

② 販売キャンペーンの実施

販売キャンペーンは共同購買の販売促進機能になりつつある。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（2017年から開始）は今年で7年目になるが継続して実施する。ダイハツ東京販売の組合員限定の特価キャンペーンは2019年開始で、今年で5年目となる。さらに連携を深めて良い結果を出して行きたい。また、本年よりスズキ自販東京とのキャンペーンも開始する。

③ 新規商材の開発と市場への定着

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。

昨年度、新規開拓した「時短洗車システム」「高付加価値オイル」「フィリップス・バルブ」「イグニッション・コイル」の販売を軌道に乗せるため、販売ノウハウの共有化を図る。

④ 経済活動優秀店表彰の実施

昨年度、4年ぶりに復活した表彰式であるが、本年度も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 特定仕入先との共同購買に係る契約の更新

昨年度のインボイス制度の導入に当たり、組合と仕入先との間で「請求書の見直し」を実施した。これにより新規の仕入先については、共同購買規約に基づく共同購買契約書を取り交わした。

今期は既存の仕入先についても順次、契約書を取り交わす。

○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

○組合員専用ホームページに販促ツールを掲載

（注文書&カタログ、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「部品商が配送料の一部を負担する」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。

マツダパーツの配送費負担問題は、2020年11月より始まり、未だに合意が得られない、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したが、2回の調停を経て不成立となった。現在、組合は東京都に対して中小企業組合法に基づく審査請求を行っている。この推移を見守りたい。

＜マツダパーツについての渉外委員会での議論の内容＞ 2023年7月14日

組合員はマツダ純正部品を埼玉県川越市芳野台にある同社の「東日本物流センター」より供給を受けている。組合員が購入する物流の90%以上あり、必要とされる部品は川越からの配送である。

川越市より東京都内への配送費が、どの程度上昇したのか？そのデータを見せて頂ければ組合も納得する。ところが交渉を開始した2021年より、このデータは開示されていない。「マツダパーツの全国規模のトータルとしての配送費が増大した」という数字しか出ていない。

現在、部品商は週に6日の配送を受けているが「配送費の高騰を理由に値上げをするなら配送回数を削減して欲しい」を組合はマツダパーツに申し入れている。配送回数を削減すれば燃料費も人件費も下がると思われる。これに対する返答は無い。

現状のマツダ車の需要なら週に2回の配送でも対応できる。今回の調停で東京都が中に入って頂けるので、データに基づく具体的な話し合いができると思ったが、マツダ側の態度が変わらず期待外れであった。

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」にて告知し、必要があれば臨時総会を開催して組合内の意見交換の上に決議する。

また、過去の交渉の成果を生かしつつ、純正部品の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。ダイハツ東京販売、スズキ自販東京との関係も取引基本契約や保証金に関する合意により親密となったものである。

3. 教育及び情報提供に関する事業

講習会・研修会の開催

昨年度に開催した「エンジンオイル業界動向と付加価値オイルの販売戦略」は極めて評価が高いセミナーであった。前半はエンジンオイルの市場概要の説明であり、後半は受講者との質疑応答が中心であるが、驚く程多くの質問が出た。販売第一線で整備工場のメカニック、部品フロント(発注者)より「様々な質問を受けている」というニーズに一定の回答を与える事が出来た。

今後も、様々な商品分野で、このような「現場で役立つ」セミナーを開催したい。東京都及び中小企業団体中央会も、早くから申請すれば補助金を得ることも可能である。本年度は補助金を申請する。

4. 福利厚生に関する事業

① 組合員間の交流を深めるための懇親会の開催

中小企業等協同組合法の第一条に協同組合とは「相互扶助の精神に基づき協同して事業を行うために必要な組織」と定められている。

組合を設立した当初は「相互扶助の精神は、あまりに現実と掛け離れていて無理」ではないか？と皆が思っていたのが正直な所である。

そこで、組合の活動方針を以下のように定めた。

組合の活動方針

- (Ⅰ) 組合員同志の心と心の結びつきを最も大切にする。
- (Ⅱ) お互い助け合う「相互扶助」を尊ぶ心を育成する。
- (Ⅲ) 組合員の権利と義務は、企業規模によらず平等とする。

このような方針のもとに「事業としての懇親会」を毎年、継続して実施する事にした。

組合設立以降、定期的に行っているのは以下の3つである

- 通常総会開催後の懇親会
- 夏季懇親会 経済活動優秀店表彰式併催
- 忘年会

本年度も年間3回の懇親会を開催する。

②組合員に対する慶弔見舞

③組合員に対する災害見舞

以上