



東京地区生コンクリート協同組合
〒103-0027東京都中央区日本橋3丁目2番5号
電話番号 (03)3271-2181
URL:https://www.t-namakyo.jp/
発行責任者 高村 尚

＝協組の動き＝

(6月)
14日(月) 理事会 (No. 1149)
28日(月) 理事会 (No. 1150)

(7月)
12日(月) 理事会 (No. 1151)
26日(月) 理事会 (No. 1152)



《安全週間》

準備期間 6月1日～30日
本週間 7月1日～7日

人事異動
【配属】

日付	部署	氏名
6月1日	技術部	今村 義則

第45回通常総会 齋藤理事長を再任

第45回通常総会が5月24日開催されました。本年も昨年に引き続き新型コロナウイルス感染防止のため、組合員各位に対し事前に議決権行使書を送付し、各議案に対する賛否を書面にて回答いただきました。

当日は執行部が当協組会議室に集合し、その他の理事は Web 会議にて参加いただきました。齋藤理事長の挨拶の後、議事に移りました。議長には株式会社東京菱光コンクリート代表取締役の水野達郎氏が選任され、まず、2020年度の事業報告並びに決算関係書類、2021年度の事業計画並びに収支予算など第1号～第6号議案迄計6件の議案が審議され、全件原案通り承認されました。

次に、本年は役員改選期に当たるため、第7号議案として、役員全員が任期満了につき全員の改選が審議され、原案通り承認されました。

【総会付議議案】

第1号議案

2020年度事業報告書並びに決算関係書類承認の件

第2号議案

2021年度事業計画並びに収支予算決定の件

第3号議案

2021年度経費の賦課金並びに徴収方法決定の件

2020年度 営業報告及び技術報告

協組の第45回通常総会については、議決権行使書による書面決議開催としたことから、2020年度の営業・技術関連の活動状況を本紙面に報告致します。

【営業報告】

1. 販売形態と債権保全について

2001年10月に開始した登録販売店制度による販売形態と現金取引は19年超になりますが、2020年度も貸し倒れ被害は無く、順調に売上代金を回収しています。引続き現金取引(月末締め翌月20日支払)を継続していく方針です。

(1)登録販売店

2021年度の契約更新にあたり、販売店との意思疎通を十分に行う中で現状認識を共有化することが不可欠であることが

齋藤理事長を再任

第4号議案

2021年度受注量割賦課金・特別受注量割賦課金に対する最高限度額決定の件

第5号議案

役員報酬最高限度額決定の件

第6号議案

借入金残高の最高限度額決定の件

第7号議案

役員(理事・監事)全員任期満了につき全員改選の件

【理事交代】

就任

桐生 了英 桐生レミコン(株)
山下 信二 川崎宇部生コンクリート(株)

退任

小倉 誓剛 桐生レミコン(株)
磯貝 公司 川崎宇部生コンクリート(株)

【新執行部決定】(全員再任)

通常総会終了後にWeb会議にて開催された理事会において、以下のとおり正副理事長が選出されました。

理事長 齋藤 昇一 上陽レミコン(株)
副理事長

西森 幸夫 むさしの生コン(株)
松本 正信 東京エスオーシー(株)
田中 義克 関東宇部コンクリート工業(株)
水野 達郎 株東京菱光コンクリート

ら、全登録販売店32社との意見交換を実施し、全32社と更新契約を締結しました。

(2)債権保全状況(2021年3月末)

(金額単位:百万円)

保全形態	社数	保証額	債権額	保全率
銀行保証	27	4,518	2,686	168%
相殺契約	5	1,436	1,157	124%
合計	32	5,954	3,843	155%

2. 販売数量等について

(1)2020年度出荷実績

	出荷数量	前年比
大型	1,972,273 m ³	88.8%
小型	325,123 m ³	86.3%
合計	2,297,397 m ³	88.4%
官/民需比率	9%/91%	
土木/建築比率	7%/93%	

(次ページに続く)



藤本 学

梅雨の時期が近づくと、ホタルが光り輝きながら飛翔する姿、初夏の風物詩であるホタル狩りをテレビで見る。狩りと言っても、昔のように葉を残した竹竿や虫取り網で捕まえて遊ぶのではなく、紅葉狩りなどと同じように風物を鑑賞するという意味であるが、今年は例年並みか少し早いらしい。当社は目白駅から徒歩5分のところにあるが、程近い場所でホタルを観賞できるスポットがあるので紹介したい。

一つ目は、神田川と妙法寺川が合流する落合にあり、ホタルの名所として江戸名所図会や浮世絵にも描かれている「おとめ山公園」で、鬱蒼と生い茂る木々の中に、東京の名湧水57選にも選ばれている湧水が流れ、ザリガニ釣りをしている子供達や散歩する人がいる都会のオアシスのような公園である。入口を入ると、ホタルの飼育舎があり、そこで湧水を使ったヘイケボタルの飼育が行われ、600匹の幼虫のうち羽化するのは150匹足らずと飼育は難しいようだが、昔のように自然にホタルが舞えるような環境作りに努めている。鑑賞会は飼育舎に暗幕を掛けて行われるが、楽しみにしている人は多く整理券が配られるほど。昨年は中止であったが、例年7月上旬の2日間限定で開催。



二つ目は、南北朝のころから椿が自生する景勝地として、つばき山と呼ばれており、明治時代に山縣有朋がこの地を購入し、私邸を建て命名したのが始まりである「椿山荘」である。庭園をしばらく散策すると、湧水が自噴する古香井(ここうせい)周辺と、なだらかに流れる清流ほたる沢にゲンジボタルが飛び交う。ホタルを観るには、曇っていて風の無い蒸し暑い20時～21時頃が狙い目だ。でも、そんな日を狙って行っても、ホタルを観られなかったりするが、ここでは鑑賞できるところが用意されている。それがビオトープで、ホタルの生息に適した状態を保ったガラス張りの生物空間が設置されており、ガラスに止まっているホタルをお腹側から観ることもできる。見ごろは5月中旬～6月。

ゲンジボタルとヘイケボタルが同時に飛び交う源平合戦らしきものは観られないが、2週間足らずという命のなか、直ぐに消えそうでささやかな光を発している姿を観て思いを巡らす。全国の名所で観るホタルも格別だと思うが、都会でホタルが観られるのも稀な機会なので、是非一度訪ねてみては如何でしょうか。

(日立コンクリート(株)常務取締役)

	(出荷数量)				(引合、成約、契残)	
	5月(実績)		6月(想定)		5月(実績)	
	前年比	前年実績比	前年比	前年実績比	前年比	前年実績比
大型	164,846 m ³	127.3%	180,000 m ³	106.9%	引合	238,419 m ³ 1615.4%
小型	27,138 m ³	102.7%	30,000 m ³	99.4%	成約	204,999 m ³ 1526.0%
計	191,984 m ³	123.1%	210,000 m ³	105.7%	契残	4,335,607 m ³ 85.0%

2020年度

営業報告及び技術報告(続)

(2)2020年度未契約残(21年3月末)

2020年度未契約残は3,658,110 m³(前年比92.1%)で、この内、2020年4月1日以降の値上げ対象物件の比率は19%を占めました。

(3)2021年度の販売数量予想

	出荷予想数量	前年比
大型	2,650 千m ³	134.4%
小型	350 千m ³	107.7%
合計	3,000 千m ³	130.6%

3. 価格について

(1)積算関係

両調査会に対し、月1回以上の頻度で往訪し、表示価格の改定を要請してきました。

	改定内容
建設物価	2020年10月号 14,000円が14,100円に上伸
	2021年4月号 14,100円が14,500円に上伸 (当協組創設以来の最高値)
積算資料	2021年2月号 14,000円が14,400円に上伸

(2)広報活動

日本経済新聞並びに業界各紙に対し、当協組の現状及び取り組み事項について説明を実施しました。

(3)販売価格

契約番号	H物件	J物件
期間	H29.12.1~ R02.3.31	R02.04.01~
定価	15,600円	16,600円

4. 2020年度の営業関係の状況及び次年度の課題

(1)販売価格の確保

2020年度は、産廃処理費用や輸送費、更には骨材を始めとした諸原材料費のコストアップを踏まえ実施した4月からの生コン価格の1,000円/m³の値上げ、また、祝祭日出荷特別割増料金及びキャンセル料の改定、戻りコン有償化における取消料の改定について、ゼネコンへの説明・要請活動に加え、登録販売店に営業情報連絡会等を通じ値上げ浸透のための理解・協力を求めました。現状は生コン価格の値上げは金額として7割程度、また、その他付帯事項についても概ね理解を頂きました。一方でこれらの値上げ成果も急激な原材料調達コストや輸送費の高騰により吸収されることが想定されます。

(2)組合員の経営維持

2020年度は、毎年度末に最終決定する組合員からの仕入価格を利益剰余金の一

部を取り崩して本来レベルに一定額を上積みし、各社の経営安定化への支援を実施しました。これにより、組合員からの最終仕入額は前年度実績対比で650円/m³の増額となりました。

(3)ゼネコンとの相互理解、商流との連携強化

(一社)日本建設業連合会資材対策委員会との意見交換を定期的に行い、協組の抱える課題や今後の方針等についての説明を行う中で、ゼネコンとの相互理解に努めました。

また、登録販売店との活性化及び課題解決のためのベクトル合わせを目的として、全登録販売店と様々な会議体を通じて意見交換を実施し、一定の成果を得ることが出来ました。

(4)2021年度の課題

2021年度は、2020年4月1日から実施した1,000円/m³の値上げの満額獲得に向け更に精力的に取り組んで参ります。併せて、残コン・戻りコンの削減や出荷キャンセル、納入予定直前の変更の減少及び安定供給の確保に向け販売店との意思疎通を十分に図り、ゼネコンに対し粘り強く要請活動を展開し、理解・協力が得られるように努めていきます。

(参考)残コン・戻りコンの発生状況(発生率)

年度	M/P戻し	残コン	戻りコン	合計
2019	0.98%	2.19%	0.71%	3.88%
2020	0.73%	1.61%	0.59%	2.92%

【技術報告】

1. 圧縮強度試験の遠隔臨場

卸協組との間で働き方改革の一環として検討を始め、まずは組合員3工場でデモ試験を行い、仕様を決定しました。

[システムの概要]

- ・販売店主導で現場・工場間の日程調整や参加者への招待等を行い、Webカメラにより工場の圧縮強度試験状況を撮影する。
- ・使用ソフトウェア：マイクロソフト社製「Teams」

2021年度は、5月中に第一段階として15工場、お盆前までに第二段階として15工場を目標に導入試験を実施の予定で、その他は希望する工場に対し9月以降に実施の予定としています。

2. 暑中期のコンクリート温度及び単位水量

推定試験への対応

生コンクリート納入時に発生するトラブルの内、本2課題に対する組合員工場からの意見や要望が多いことから、協組技術部にて事前にアンケートを行い、対応方

東京生協ニュース: まど

法を検討しました。

2021年度は、本年度に作成した対応案をもとに、暑中期のコンクリート温度への対応を先行して進めることとし、PR文書を作成の上でHPに掲載する予定です。

3. WG 活動の推進「暑中コンクリート検討WG」(東京都工組と合同)

2019年度に作成した資料を暑中コンクリート対策のゼネコン向け説明資料として登録販売店に配布しております。また、日本建設業連合会 施工部会 鉄筋コンクリート工事専門部会から暑中コンクリート対応に関する申し入れが有り、意見交換会を開催しております。

2021年度は、引き続き同専門部会との協議を進め、その他の項目についても確認を行うこととしています。

4. 2020年度品質チェックシステム

本年度の品質チェックシステムは、新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止しております。

2021年度については、立入検査は従来と同様に日本品質保証機関に委託し、検査方法は「通年・無通告」を原則とします。

5. 組合員報告書の実施

苦情・トラブルの再発防止、技術情報の共有化を目的としたもので、本年度中の総報告件数6件の内訳は ①苦情2件(納入関連2件)、②トラブル4件(納入関連3件、単位水量関連1件)でした。

2021年度も継続実施の事とし、東京生コンクリート協同組合連合会3協組間で技術情報の共有を図ることとしております。

6. 各種関係団体との定期懇談会開催

本年度は新型コロナウイルス感染防止のため中止しておりますが、2021年度については、以下を対象として年1回を目標に開催する予定です。

- ① 混和剤協会 関東ブロック
- ② 第三者試験代行試験機関

7. 協組品質管理監査結果

新型コロナウイルス感染防止のため、協組実施の監査(4・7・2月)を中止しました。尚、全国統一品質管理監査は実施されたため、当該結果を代用している10月度のみ監査を実施しております。

8. その他

(1)東京都生コンクリート品質管理監査への対応状況

- ① 品質管理監査委員会 4回
- ② 品質管理監査対応 中間監査1回、品質管理監査2回

(2)関東I区・東京都工組・協同試験所合同技術委員会開催3回

わが社のイメージアップ

城北小野田レミコン株式会社



城北小野田レミコン株式会社にとって本年2021年は工場操業60周年の大きな節目の年となります。

荒川と隅田川に挟まれた東京都足立区宮城の地で1961年3月に操業を開始以来、現在も誕生の地で生コンクリートの製造を継続しており、この間、近隣の風景が大きく変わっていったように、時代のニーズに合わせて工場設備の更新を行ってきました。ここ最近では2019年8月に新社屋が竣工し、9月に1号プラントの設備更新、2020年1月に2号プラントの増設と大きく陣容も変わりました。また、会社組織としても小野田レミコン株式会社足立工場として発足していろいろ様々な変遷を経て、現在は上陽レミコン株式会社グループの一角を担う工場となっています。

さて、弊社のイメージアップということで考えてみると、地元宮城氷川神社の6月の水神祭、9月の奉納祭への毎年の参加、また「ミキサー車はどんなものを積んでいるのか知りたいという疑問から企画された」近隣小学校の社会科見学会では、3年生100名が工場を訪れ、間近で見るミキサー車や生コンクリートの荷下ろし作業に興味を持ってもらったことなどは非常に感慨深いものであり、今後も機会があれば積極的な受け入れ、さらに地元消防署との災害発生時の消火用水の供給や重機提供についての協定の締結、ハイパーレスキューの訓練場所として構内の提供など、地域社会の一員としての役

割を担っていると自負しており、今後もより良い関係を維持し、さらに地元地域に必要とされる会社を目指していきます。しかしながら、一般の方々からの認知度を考えてみるとそれは非常に小さいものであり、「いかに知ってもらうか」をテーマに継続的な活動に取り組んでいく必要があります。その第一歩として上陽レミコングループとしてホームページを開設しましたが、情報量としてはまだまだ小さくさらなるブラッシュアップに努め、より求められる情報の発信を行っていきたく考えています。現状ではまだアイデアも浮かんでいない状況ですが、次のもう一手として多方面からの情報発信ができる体制を構築して社会的認知度の向上を図っていくことが重要と考えています。弊社のイメージアップが生コン業界全体のイメージアップとなっていけるよう心がけ、今後も社会基盤を支える産業としての生コン業界発展の一翼を担っていくこととともに、城北小野田レミコン操業70周年を目標にイメージアップ活動に取り組んでいくことといたします。

